

SAYNA-SEO-PROJET1

Projet1 : Introduction au SEO

IV.2- EXERCICE1

- **Backlink (BL)**

Le Backlink désigne un lien entrant pointant vers un site internet depuis un autre site internet. On l'appelle aussi « lien entrant » ou « lien retour »

- **Balise Title (<title>)**

La balise HTML <title> désigne le titre de page qui apparaît dans les pages de résultats des moteurs de recherche. Le <title> est un des facteurs internes les plus importants pour le référencement naturel d'un site et son bon positionnement.

- **Critères de référencement on-page**

Ensemble des critères d'optimisation pour le référencement naturel (SEO) dans les moteurs de recherche qui sont modifiables directement sur le site (contenu texte, images...). Les critères, on page s'opposent aux critères off page.

- **Données structurées**

Les données structurées, parfois appelées schéma de balisage, sont des informations qui facilitent la compréhension du contenu d'un site par les robots des moteurs de recherche.

Ces données se présentent sous la forme d'éléments sémantiques et constituent un véritable langage commun entre les administrateurs de site internet et les moteurs de recherche.

- **Duplication de contenu**

La duplication de contenu (ou “duplicate content”) indique une forte similarité entre plusieurs pages ou portions de contenu textuel ou média sur le web. La duplication de contenu est néfaste à l'utilisateur et peut être pénalisante pour le référencement naturel dans les moteurs de recherche.

- **Erreur 404**

Une erreur 404 est un code d'erreur HTTP transmis par un serveur web quand une ressource demandée est indisponible ou que le serveur n'arrive pas à la trouver. Généralement, c'est une page web qui n'existe pas ou qui n'existe plus.

- **Fil d'Ariane**

Un Fil d'Ariane, ou breadcrumb, est un élément de navigation présent sur un site web et qui permet d'aider l'internaute à savoir où il se trouve sur le site. Le fil d'Ariane se compose d'une succession de liens cliquables souvent structurés en suivant l'arborescence du site internet. On le retrouve en haut de page, avant le titre.

- **Index Mobile First**

L'Index Mobile First désigne une méthode d'indexation de Google. Le moteur de recherche parcourt le site en version mobile pour évaluer la pertinence de celui-ci, alors qu'auparavant la version desktop était la référence pour les robots crawlers.

- **Indexation Google**

L'indexation d'un site ou d'une page web désigne le processus par lequel un robot d'un moteurs de recherche (Google ou autre) va parcourir, analyser, répertorier et classer les pages d'un site avant de les afficher dans une page de résultat. Sans cette étape d'indexation, un site web ne pourra pas s'afficher après une recherche d'un internaute. Il faut dire que l'indexation est une phase du référencement naturel visant à la prise en compte des pages d'un site web dans l'index des moteurs de recherche.

- **Longue traine**

La longue traîne est un concept du référencement naturel (SEO) qui désigne l'ensemble des requêtes générant peu de volume chacune, mais qui lorsqu'on les additionne deviennent un très important volume du trafic global. Ces requêtes fournissent souvent un trafic très qualifié.

- **Maillage interne**

Actions d'optimisation du référencement visant à lier les pages web d'un site les unes aux autres avec des intitulés de liens pertinents. Le maillage interne permet non seulement d'orienter les internautes vers les pages les plus stratégiques mais aussi de mettre en avant ces pages pour les robots d'indexation des moteurs de recherche. Une page recevant plusieurs liens internes sera jugée comme importante.

- **Netlinking**

Désigne l'ensemble des actions visant à la création de liens entrants (backlinks) sur un site dans l'objectif d'en augmenter la popularité.

- **Page de destination**

La page de destination (ou landing page en anglais) désigne la page d'entrée des internautes sur un site depuis les pages de résultats de moteurs de recherche (SERP). Il s'agit donc de la première page que l'internaute visitera après avoir cliqué sur un résultat dans les moteurs de recherche.

- **Pagerank**

Le Page Rank est une valeur de popularité comprise entre 1 et 10 attribuée par le moteur de recherche Google à chacune des pages d'un site web. Le Page Rank est calculé en fonction du nombre et de la qualité des liens pointant vers une page.

- **Popularité**

Terme désignant de manière générique le potentiel de positionnement d'un site. La notion de popularité dans les moteurs de recherche se résume essentiellement à la qualité des liens entrants et à la légitimité d'une marque ou d'un site à se positionner dans les pages de résultats des moteurs de recherche sur les expressions ciblées.

- **Position zéro**

La Position 0, en référencement naturel SEO, correspond à la position préférentielle obtenue sur une page de résultats d'un moteur de recherche. Un extrait du contenu du site est affiché dans un bloc spécial qui apporte une belle visibilité et donc du trafic.

- **Positionnement ou ranking**

Le positionnement est l'état du classement d'un site dans les pages de résultats des moteurs de recherche ou l'ensemble des actions visant à améliorer sa position dans ceux-ci.

- **Redirection 301**

Une redirection 301 est une redirection permanente d'une adresse URL à une autre. Elle permet aux internautes et aux robots des moteurs de recherche d'être redirigés vers la bonne page. Elle donne l'indication aux moteurs de recherche de mettre à jour leur index.

- **Référencement local (SEO local)**

Le référencement local ou SEO local est une technique de référencement web. Cette technique d'optimisation pour les moteurs de recherche se concentre sur des requêtes avec des éléments géographiques (quartier, ville, pays, etc) ou bien des requêtes géolocalisées dans le cas des appareils mobiles notamment.

- **Résultats organiques**

Les résultats organiques aussi appelés résultats naturels sont les liens présents dans les moteurs de recherche dont le positionnement est fonction de la pertinence attribuée par les algorithmes des moteurs de recherche.

- **Rich snippets**

Les Rich Snippets, en français "extraits enrichis", désignent les éléments constitutifs des pages de résultats des moteurs de recherche (SERPs) affichés en complément du texte standard (titre, url, description).

- **Robots.txt**

Le robots.txt est un fichier texte placé à la racine du domaine et permettant de donner des instructions d'indexation aux robots des moteurs de recherche via une syntaxe standard. C'est le premier fichier vers lequel les robots d'indexation de Google se dirigent.

- **SERP**

Acronyme de l'expression anglophone "Search Engine Result Page", SERP désigne les pages de résultats des moteurs de recherche.

- **Sitemap XML**

Le sitemap XML est un fichier de données au format XML permettant d'améliorer l'indexation des pages d'un site web dans les moteurs de recherche.

- **Taux de rebond**

Le taux de rebond est une donnée qui mesure le pourcentage de personnes qui atterrissent sur votre site et le quittent sans aucune autre action ou clic sur la totalité des visiteurs. Un utilisateur rebondit lorsqu'il n'y a pas d'interaction avec la page de destination et la visite se termine par une visite d'une seule page.

- **URL**

Acronyme de l'expression anglophone Uniform Resource Locator définissant l'adresse d'une page web (ex: monsite.com/ma-page.html).

- **URL canonique**

L'URL canonique est une balise méta permettant de définir une URL préférée et éviter la duplication de contenu pouvant survenir avec l'URL rewriting, les URLs de tracking ou id de sessions.

IV.3-EXERCICE 2

Dans le sport

1-

Mot-clé générique : Tennis parle-t-on de chaussure de sport ou de sport individuel ?

Mot-clé un peu ciblé : Tennis pour femmes. Google comprend mieux la requête et propose des chaussures pour femmes mais toutefois on peut aller plus loin en précisant une couleur

Mot-clé très ciblé : Tennis blanche pour femmes ayant bien compris la demande les résultats seront plus pertinents

2-

Mot-clé générique : Club

Mot-clé un peu ciblé : Club de sport

Mot-clé très ciblé : Club de football

3-

Mot-clé générique : Equipement parle-t-on de meubles, d'appareils ou de tenues et gadgets pour sportif ?

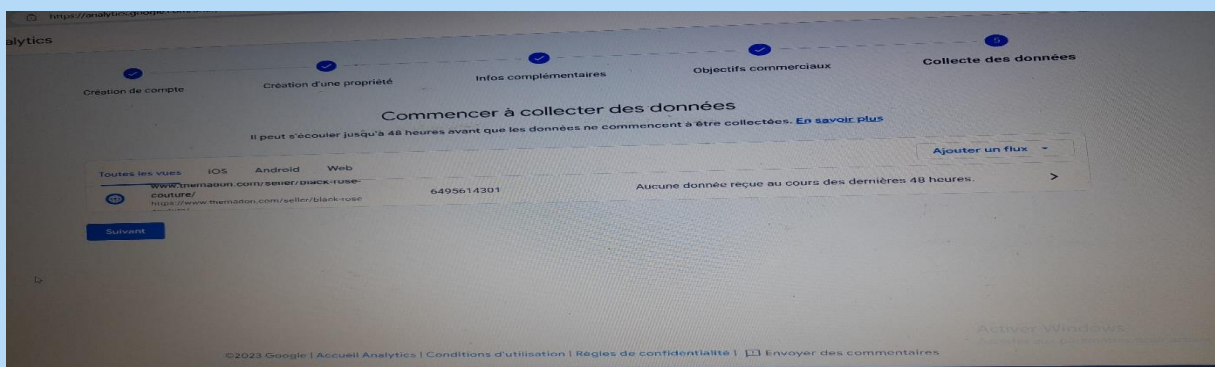
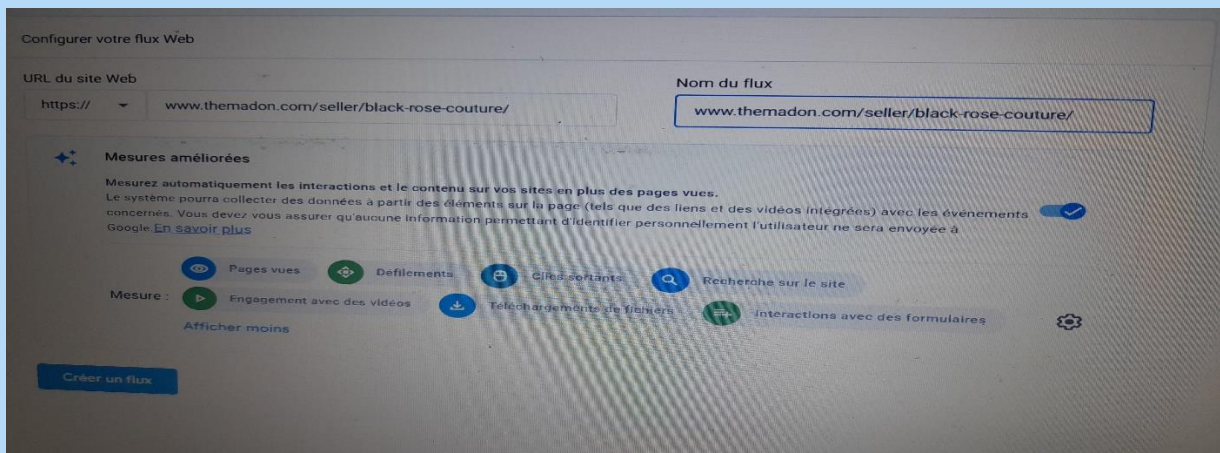
Mot-clé un peu ciblé : Equipement pour femmes

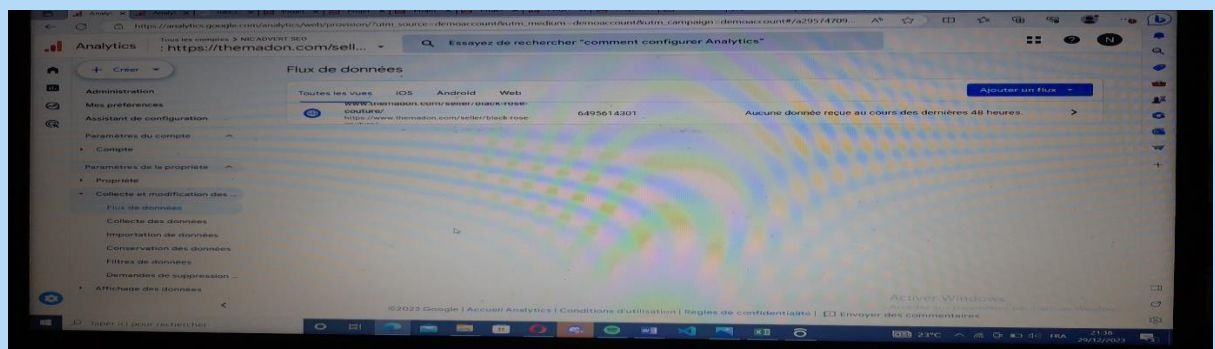
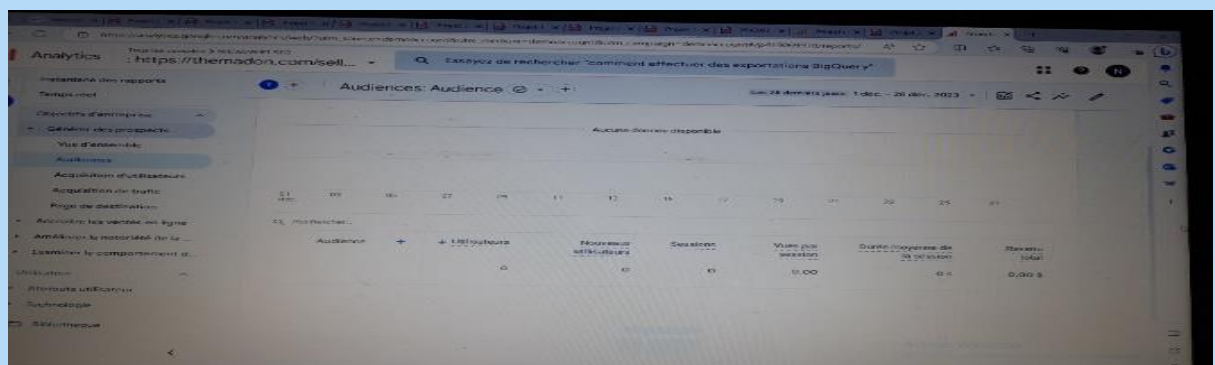
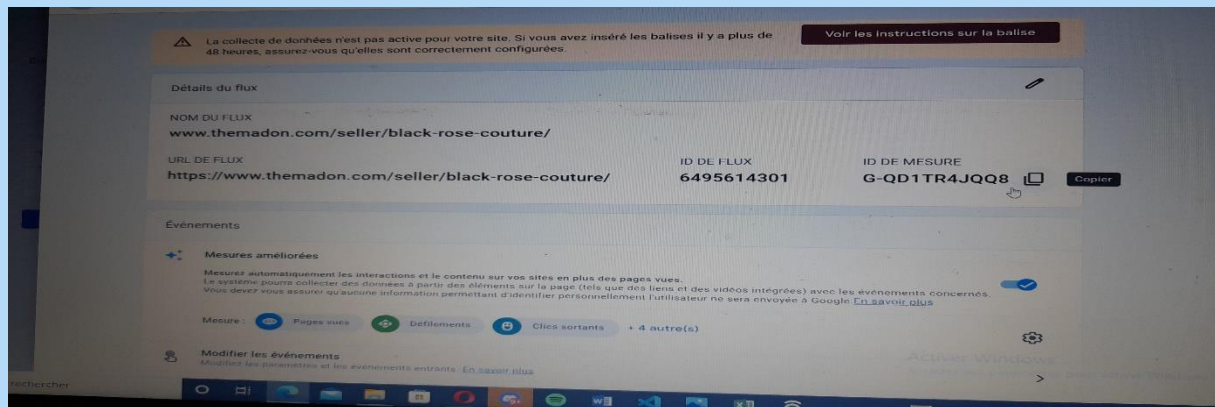
Mot-clé très ciblé : Equipement violet pour femmes

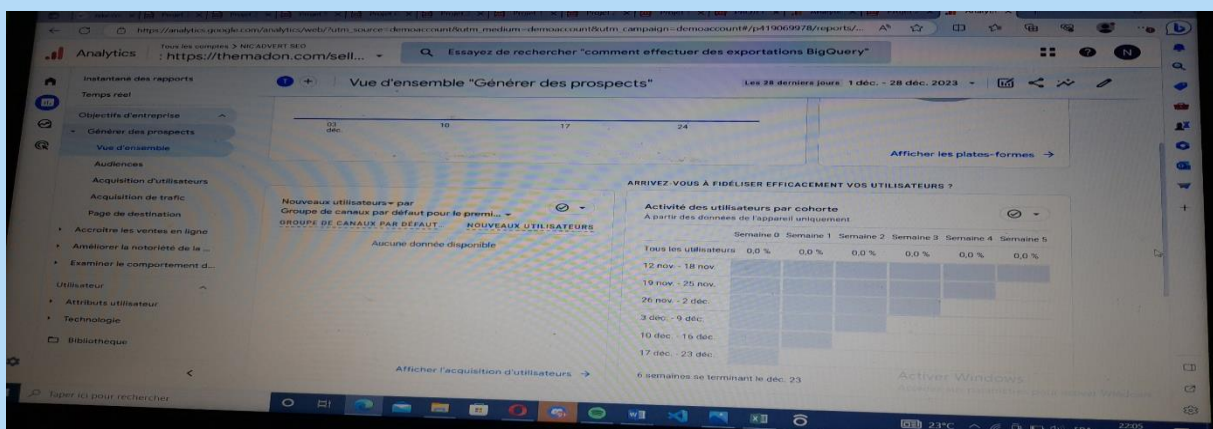
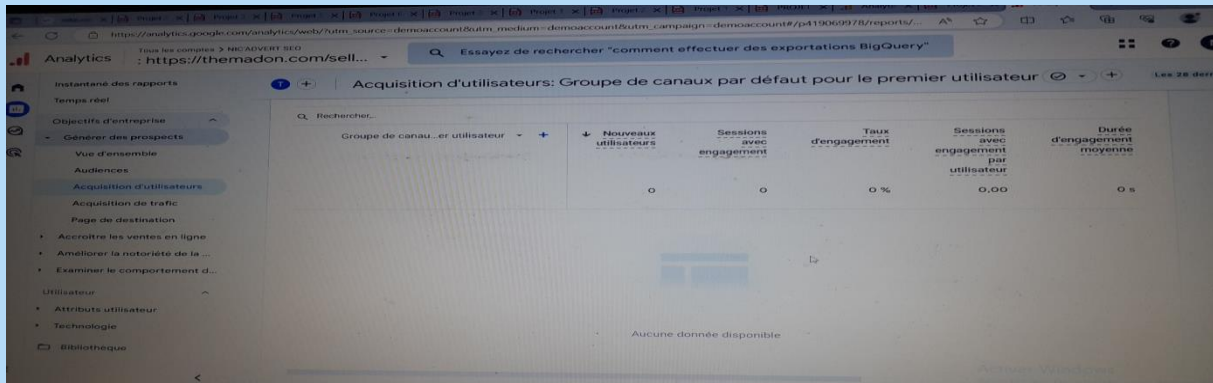
IV.4-EXERCICE 3

- Le nombre de sessions (visites sur le site) : 0
- Le nombre de visiteurs : 0
- Le taux de rebond : 0
- Le temps moyen passé sur le site par session : 0
- L'interaction sur le site (téléchargement, formulaire de contact, vente...) : 0
- Le nombre de mots-clés en top position : 0

Analyse proprement dite







Malheureusement il est impossible d'avoir des données de ce site car il n'est pas vivant, depuis sa création, rien n'est fait pour qu'il soit animé.

Il n'y a pas de suivi. Le constat est que le promoteur de la marque doit impérativement les services d'un community manager qui va non seulement gérer et veiller à l'animation du site web mais aussi de ses différentes pages.

Fort de ce constat, l'entreprise doit mettre un accent sur les ventes en ligne, améliorer la notoriété de la marque, trouver un meilleur ambassadeur de la marque que celui qui la représente en ce moment pour rehausser son image de marque.

Créer une vraie relation avec les clients en mettant en place soit une newsletter ayant pour objectif d'informer les clients et créer du trafic sur le site ; ou un e-mailing pour soit prospector, soit fidéliser, soit booster les ventes, soit favoriser les retours clients et par conséquent les aider à franchir le pas