

SEA vs SEO ?

INTRODUCTION

Quels rôles jouent le référencement naturel et payant dans l'accroissement de la visibilité de vos sites web ? Quels sont leurs objectifs ? Leurs avantages ? Ont-ils des inconvénients ? Sont-ils vraiment complémentaires ? Opposés ? Autant de questions que votre agence web OROSAND vous aide à élucider.

PARTIE I - QUELLE PLACE OCCUPE LE SEA & LE SEO SUR LA VISIBILITÉ WEB ?

a) Définitions des concepts

❖ Le référencement naturel ou SEO

Commençons par le plus connu : le référencement naturel. Que signifie-t-il ? Communément appelé SEO (Search Engine Optimization) en anglais, c'est l'optimisation d'un site web sur les résultats des moteurs de recherche. Le référencement naturel va définir l'ensemble des techniques marketing visant à améliorer la position d'un site internet sur lesdites pages.

❖ Le référencement payant ou SEA

Le référencement payant, également appelé SEA (Search Engine Advertising), est beaucoup plus complexe que cela. Il repose principalement sur la mise en place de réponses subventionnées dans les pages de résultats d'un moteur de recherche. Cette notion est devenue synonyme de plusieurs autres termes tels que la publicité par mots-clés ou, la plateforme *Google Ads* détient le monopole en matière d'outils de publicité en ligne.

b) Les objectifs principaux

❖ Les effets du SEO

Le but principal du référencement naturel sera de générer du trafic, d'accroître la visibilité de votre site web et ainsi obtenir une base solide pour le développement de votre communication sur les réseaux sociaux afin de pouvoir convertir autant de nouveaux prospects que possible.

De plus, l'intérêt du SEO réside dans sa durée car ses effets sont valables sur le long terme, tant que le processus d'optimisation sera en cours. D'où le fait que la majorité d'experts le favorise pour tout développement de projet sur le web sur le long terme.

❖ Les effets du SEA

De son côté, les effets du référencement payant sont particuliers, en effet, ils sont immédiats mais pas constants. L'optimisation du référencement payant est telle que pour que les pages web soient vues en priorité sur les résultats des moteurs de recherche, il faudra déboursier une somme pour lancer des campagnes de publicité dans un souci de visibilité.

En d'autres termes, une fois votre stratégie de campagne payante établie sur la plateforme *Google Ads* par exemple, les effets pour votre site est sont alors immédiats. Plus vos coûts

de campagne ont été bien ficelés, plus facilement et rapidement [votre site web sera visible](#). Dans ce cas de figure, tout est une question de coût et moins de la mise en place d'une stratégie forte.

PARTIE II - POURQUOI OPTER POUR CES PROCESSUS DE RÉFÉRENCEMENT INTERNET ?

a) SEA & SEO : opposés ?

Comme nous l'avons vu, le référencement payant dit SEA produit des résultats dès le lancement de la campagne de publicité du site web. Tandis que les effets du référencement naturel dit SEO, se font ressentir qu'au bout de quelques mois étant donné que le processus est plus long et nécessite une stratégie de ciblage plus poussée. Cependant, ses résultats sont relativement meilleurs si on parle sur la durée. En effet, le SEO offre un meilleur retour sur investissement notamment grâce à un ciblage de mots-clés plus puissant et surtout plus intéressant, le vecteur important pour une bonne visibilité internet. Ce mode de référencement va majoritairement se centrer sur les vrais besoins des consommateurs et sur bâtir une stratégie marketing et de communication puissante afin que l'activité du site web soit efficace sur le long terme, même avec moins de ressources.

De l'autre côté, le référencement payant va stopper ses services une fois la campagne terminée et va plus capitaliser sur les effets à court-terme. On peut donc remarquer que ces deux modes de référencement sont plus complémentaires qu'opposés étant donné que les résultats de leur optimisation seront beaucoup plus efficaces sur un site web s'ils fonctionnent ensemble.

b) Les bénéfices pour un référencement internet optimal

❖ Une visibilité internet puissante

Une fois votre activité commerciale ciblée et votre site web finalisé, établir une stratégie marketing puissante sur le long terme peut devenir complexe. C'est pourquoi, il est fortement recommandé de réaliser une stratégie de référencement en mêlant le référencement naturel au référencement payant. Tout un processus afin que la visibilité de votre site web soit optimale et votre taux de conversion plus intéressant et ce, sur une durée indéterminée.

❖ Un taux de conversion important

Un bénéfice à ne pas négliger reste le taux de conversion de nouveaux prospects. Cet aspect du marketing est primordial à respecter étant donné qu'il joue un rôle majeur dans la visibilité ainsi que la notoriété de votre site internet. En effet, plus le taux de conversion est constant et intéressant, plus votre développement sur le web se fera de manière pérenne. D'où l'importance de bien optimiser son référencement à double étape (SEO et référencement payant), et également bien optimiser le contenu de votre activité sur le web. Une fois toutes ces cartes en main, votre taux de conversion sera constant et sa courbe toujours positive et votre développement sur le web se fera le plus simplement possible.

❖ **Une activité constante sur le long terme**

L'importance de l'alliance entre le SEO et le référencement payant est flagrante étant donné que ces deux modes produisent chacun des effets intéressants, que ce soit sur à court ou long terme, donc combinés, les effets seraient encore plus remarquables.

Une fois [votre site et votre activité bien lancés](#) et bien implantés, vous pourrez envisager d'étendre votre activité à l'international si cela reste en cohérence avec votre stratégie marketing de développement. Et pour ce faire, toujours songer à une stratégie efficace de [référencement internet](#), que ce soit en interne ou avec une agence spécialisée dans le développement de projets digitaux de tous types.

PARTIE III - COMMENT OPTIMISER LE RÉFÉRENCEMENT DE SON SITE WEB SUR GOOGLE ?

a) Les 3 étapes de création

❖ **Réaliser un audit technique SEO**

Lorsque l'on se lance sur le web et que l'on décide de développer son activité en mettant en avant son site internet, il est devenu indispensable de réaliser un audit technique, dit audit sémantique. En effet, l'essentiel de votre stratégie de référencement va reposer sur un bon ciblage de mots-clés, donc l'intérêt ici sera de faire un travail de veille et d'analyse afin que votre site web soit bien positionné sur les mots-clés les plus intéressants pour l'utilisateur et les plus précis et cohérents possible.

❖ **Etablir une stratégie de content marketing**

Une fois votre stratégie sémantique établie, il sera important de bien optimiser le contenu du site web en publiant régulièrement du contenu cohérent et authentique, évitez à tout prix les copiés-collés car, non seulement les robots de Google le remarqueront et feront passer votre site au second plan, mais également car votre audience va rechercher un éventail de choses qualitatives et propre à votre marque, donc l'important pour l'image de votre marque sera de proposer un portail unique afin d'améliorer votre taux de conversion au maximum.

❖ **Établir une stratégie de netlinking**

Une autre étape importante et nécessaire lorsque vous décidez de faire propulser votre site web sera de mettre en place une stratégie de backlinks. En d'autres termes, implanter des liens de d'autres sites web vers le vôtre afin d'améliorer et de favoriser votre visibilité sur le web. L'intérêt du netlinking c'est que les différents sites liés au vôtre soient pertinents et, si possible, avec un fort taux de conversion afin de mettre les chances de votre côté.

Maintenant que les stratégies de référencement avec leurs effets et avantages sont plus clairs, passons désormais ou différents défis de ce référencement à double étape.

b) Les 2 défis d'un référencement à double étape

❖ Le défi du taux de conversion

Un des défis du référencement reste la quête d'un taux de conversion intéressant. En effet, qu'importe l'objectif de votre activité, attirer de nouveaux prospects ainsi qu'attirer un trafic de qualité restent des défis de taille. C'est pourquoi, travailler sa stratégie d'audit sémantique, en se plaçant sur des mots clés cohérents et établir une stratégie de contenu efficace sont des techniques à avoir pour un développement sur le long terme.

❖ Le défi du budget marketing

Pour cette étape, il sera nécessaire d'établir une analyse de vos concurrents ainsi que de votre budget marketing. En effet, avec une sphère très concurrentielle comme celle du web, toujours analyser les actions de sa concurrence étant donné que les résultats obtenus vous serviront de base pour votre réflexion et ainsi vous permettre d'être encore mieux positionné sur les résultats des moteurs de recherche, que ce soit sur les mots-clés, ou encore sur l'environnement sémantique de votre activité.

Toute une procédure afin que votre développement se fasse d'une manière pérenne et ainsi accroître votre retour sur investissement.

CONCLUSION

En clair, une bonne stratégie SEO permet de générer du trafic de façon pérenne alors que le référencement payant nécessite un budget prédéfini, cependant, avec ces options de ciblage payants, celui-ci va permettre de pousser vos annonces vers une cible spécifique en fonction de sa localisation géographique ou de ses centres d'intérêts. Le référencement naturel va de son côté apporter un trafic mieux qualifié avec des taux de flux d'activités supérieurs à ceux du référencement payant.

Enfin, le SEO va renforcer l'image de la marque sur les internautes ainsi que leur confiance tandis que le SEA répond surtout à des enjeux de court terme.

On vous l'accorde, ces deux modes ont des valeurs assez techniques, mais en regardant de plus près, on peut remarquer qu'ils se complètent parfaitement ! L'enjeu n'est pas de savoir s'il faut en privilégier un contre un autre, mais plutôt de comment les optimiser au maximum pour avoir des résultats sur la durée !