

IV.2 - Exercice 1

Un backlink (BL)

Un backlink (BL) est un lien entrant pointant vers un site internet depuis un autre site internet. Les backlinks sont importants pour le SEO car ils sont un indicateur de la popularité et de la pertinence d'un site web. Plus un site reçoit de backlinks de qualité, plus il a de chances d'être bien positionné dans les résultats des moteurs de recherche. Les backlinks sont aussi appelés liens externes ou liens entrants.

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. Le rôle de la balise title dans le SEO est de définir le titre de la page web et d'influencer son positionnement dans les résultats de recherche. La balise title doit être pertinente, accrocheuse et contenir le mot-clé principal de la page. Elle doit aussi respecter une longueur optimale de 50 à 60 caractères pour ne pas être tronquée par Google

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. Ces critères concernent notamment la qualité du contenu, la structure des pages, les balises HTML, les données structurées, la vitesse de chargement, l'adaptabilité aux appareils mobiles, etc. Les critères on-page s'opposent aux critères off-page, qui sont liés à la popularité et à la notoriété du site sur le web (liens entrants, réseaux sociaux, avis, etc).

L'importance des critères de référencement on-page dans le SEO est primordiale, car ils permettent de :

- Rendre le site plus pertinent et plus visible pour les internautes et les robots des moteurs de recherche, en leur fournissant des informations claires et utiles sur le sujet traité.
- Améliorer l'expérience utilisateur et la satisfaction des visiteurs, en leur offrant un site facile à naviguer, à comprendre et à utiliser.
- Se différencier de la concurrence et se positionner sur des mots-clés stratégiques, en proposant un contenu de qualité, original et adapté aux intentions de recherche des internautes.
- Augmenter le trafic organique et le taux de conversion du site, en attirant et en fidélisant les visiteurs potentiels.

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.

Longue traîne

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

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 : Recherche sémantique

Mot-clé large : Basket

Mots-clés très ciblés :

- chaussure de basket homme de marque Nike de couleur noire

- Chaussure de basket homme air Jordan
- Chaussure de basket homme marque Adidas

IV.4 - Exercice 3

Nous n'avons pas accès à des sites webs pour pouvoir apporter des analyses approfondies.

Néanmoins, voici des informations que peut fournir google analytics :

- le nombre de visites
- le nombre d'utilisateurs
- les données démographiques
- les centres d'intérêts
- les données géographiques
- la technologie utilisée pour arriver sur le site
- les données mobiles.