

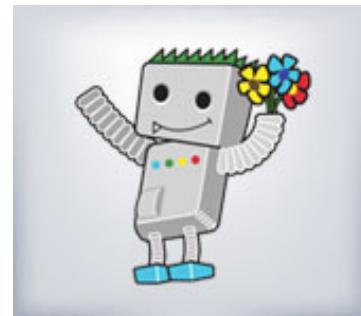


Le SEO en un mot

La SEO (Search Engine Optimization), ou " Optimisation des Moteurs de recherche ", consiste à améliorer le positionnement d'un mot sur les moteurs de recherche, c'est-à-dire à faire en sorte que, lorsqu'un utilisateur effectue une recherche sur un moteur de recherche sur une expression précise, un site précis apparaisse le plus haut possible sur la première page dans la liste des résultats.

Qu'est ce que le Googlebot ?

- Le Googlebot est le **crawler de Google**, c'est à dire le robot de téléchargement. Un crawler peut s'appeler également un Bot ou spider. Ce robot est capable, à partir d'un point d'entrée de votre site (l'URL de la page d'accueil de votre site par exemple) d'aspirer tout ou du moins une grande partie du contenu de votre site (pages HTML, images...)



Page Status		Redirects
Requested URL: 4graphik.com User Agent: Googlebot/2.1 (+http://www.googlebot.com/bot.html) Http Code: 200 Robots.txt: Page Indexing Allowed		
Header		Page Title
HTTP/1.1 200 OK Set-Cookie: mailplanBAK=R2555567727; path=/; expires=Mon, 19-Sep-2016 07:53:01 GMT Date: Mon, 19 Sep 2016 06:53:39 GMT Content-Type: text/html; charset=UTF-8 Content-Length: 20 Set-Cookie: mailplan=R1919026983; path=/; expires=Mon, 19-Sep-2016 08:12:51 GMT Server: Apache X-Powered-By: PHP/7.0.8 Link: ; rel="https://api.w.org/"; rel=shortlink Set-Cookie: cxssh_status=off; expires=Wed, 28-Dec-2016 06:53:39 GMT; Max-Age=8640000; path=/ Vary: Accept-Encoding Content-Encoding: gzip		Complete Title: 4graphik l'agence web qu'il me faut Indexable Title: 4graphik l'agence web qu'il me faut
Keywords		Description
		Votre agence web 4graphik vous accompagne dans vos projets web, campagne marketing et Print.
Indexable Page Text 0609307037 contact@4graphik.com Facebook Twitter Google+ Facebook Twitter Google Accueil Services Design Branding Web design Print Développement Web CMS Communication SEO Adwords Social Media Content Marketing Accompagnement Maintenance Formation Contact Offre start Sélectionner une page Votre communication à petit prix Découvrir l'offre 7 Votre agence web à Bordeaux Site internet & Communication web / print Notre agence web vous accompagne dans l'aventure du numérique, que vous soyez en phase de création ou d'amélioration de votre identité digitale. Ensemble nous fixons des objectifs adaptés à votre entreprise pour une évolution maitrisée. Nous mettons un point d'honneur à procéder étape par étape afin que votre entreprise acquière des bases solides dans le but de vous rendre le plus autonome possible dans la gestion de votre communication web. Nous proposons aussi des services Print en cohérence avec vos réseaux sociaux et votre site internet. À chaque projet il vous est possible d'avoir un accompagnement aussi bien technique (maintenance de votre site) que web marketing (maintien de vos réseaux sociaux, campagnes de référencement, E-mailing, création de contenu, etc.). Design Branding Web design Print / Media en savoir plus Développement Web CMS en savoir plus Communication SEO Adwords Social média Content Marketing en savoir plus Accompagnement Maintenance en savoir plus Hard Soft osteopathe33.fr Yvelines Ile-de-France liste des partenaires Nous contacter Nom Adresse e-mail Message Envoi 06 09 30 70 37 contact@4graphik.com 26 Avenue d'Îles 33000 Bordeaux Facebook Twitter Google+ Design Branding Web design Print Accompagnement Maintenance Formation Communication SEO Adwords Social Media Content Marketing Développement Web CMS Address: 26 avenue d'Îles 33000 Bordeaux Email: contact@4graphik.com Tel: 06 09 30 70 37 Facebook Twitter Google Copyright 2015 - Agence 4graphik Mentions légales Menu Title Accueil Services à Design à Branding Web design Print Développement à SEO Adwords Social Media Content Marketing Accompagnement à Maintenance Formation Contact Offre start		

<http://www.botsimulator.com/>

Le choix des mots clés

- Mots clé 1 : « Acheter iphone »
- Mots clé 2 : « Acheter samsung »

Le choix des mots-clés ciblés sur son site web est l'une des étapes majeures lors de la mise en place d'une stratégie de référencement naturel. Pour amener un maximum de trafic vers son site lors d'un lancement, on essaye par exemple, d'éviter les mots-clés trop concurrentiels et les mots-clés ne possédant qu'un faible volume de recherche.

Le choix des mots clés

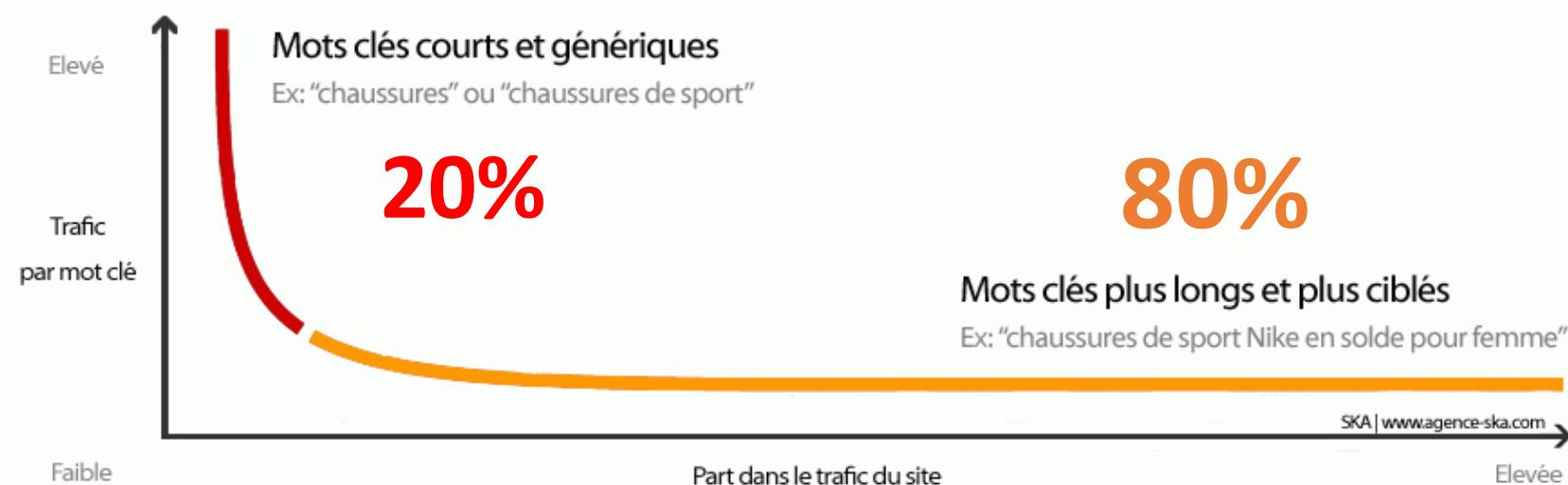
- L'intérêt du mot-clé se définit par sa **popularité** et son **trafic généré**. La faisabilité signifiera que vous avez accès à différents leviers vous permettant d'**envisager un bon positionnement** sur les termes ciblés, dans des délais raisonnables.

Mot-clé suggéré (8 423) 	Proximité	Recherches France	Concurrence	CPC	Nb. de résultats
acheter iphone	-	1 300	<div style="width: 100%; background-color: #800040; height: 10px;"></div>	0,81 €	15 900 000
achat iphone	87%	1 300	<div style="width: 100%; background-color: #800040; height: 10px;"></div>	0,78 €	15 600 000
iphone	82%	246 000	<div style="width: 82%; background-color: #800040; height: 10px;"></div>	0,95 €	2 560 000 000

Outils gratuits

- **Google Keyword Planner**
- **UberSuggest**
- **SpyFu**
- **Keyword Tool**
- **Traffic Travis**
- **Yooda**

La longue traîne



Comment trouver vos mots-clés ?

- Vous pouvez noter les mots-clés et termes qui vous **viennent naturellement à l'esprit**. Vous pouvez également demander à votre entourage les mots leur venant à l'esprit en pensant à votre site web. Faites un brainstorming avec vos collègues.
- Aussi, il existe des **générateurs de mots-clés** vous permettant d'obtenir une liste de mots-clés pertinents en relation avec la thématique de votre site.

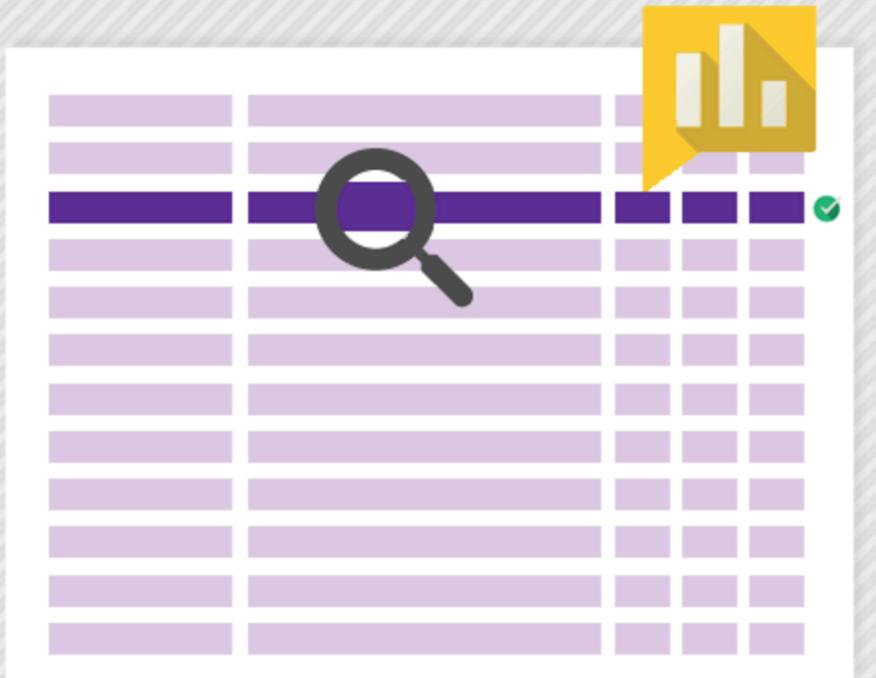
Comment trouver vos mots-clés ?

1. Les plateformes de liens sponsorisés :

Outil de planification des mots clés

Planifiez vos campagnes diffusées sur le Réseau de Recherche, obtenez des statistiques précises sur les performances et affichez des idées de mots clés.

[Se connecter à AdWords](#)



Comment trouver vos mots-clés ?

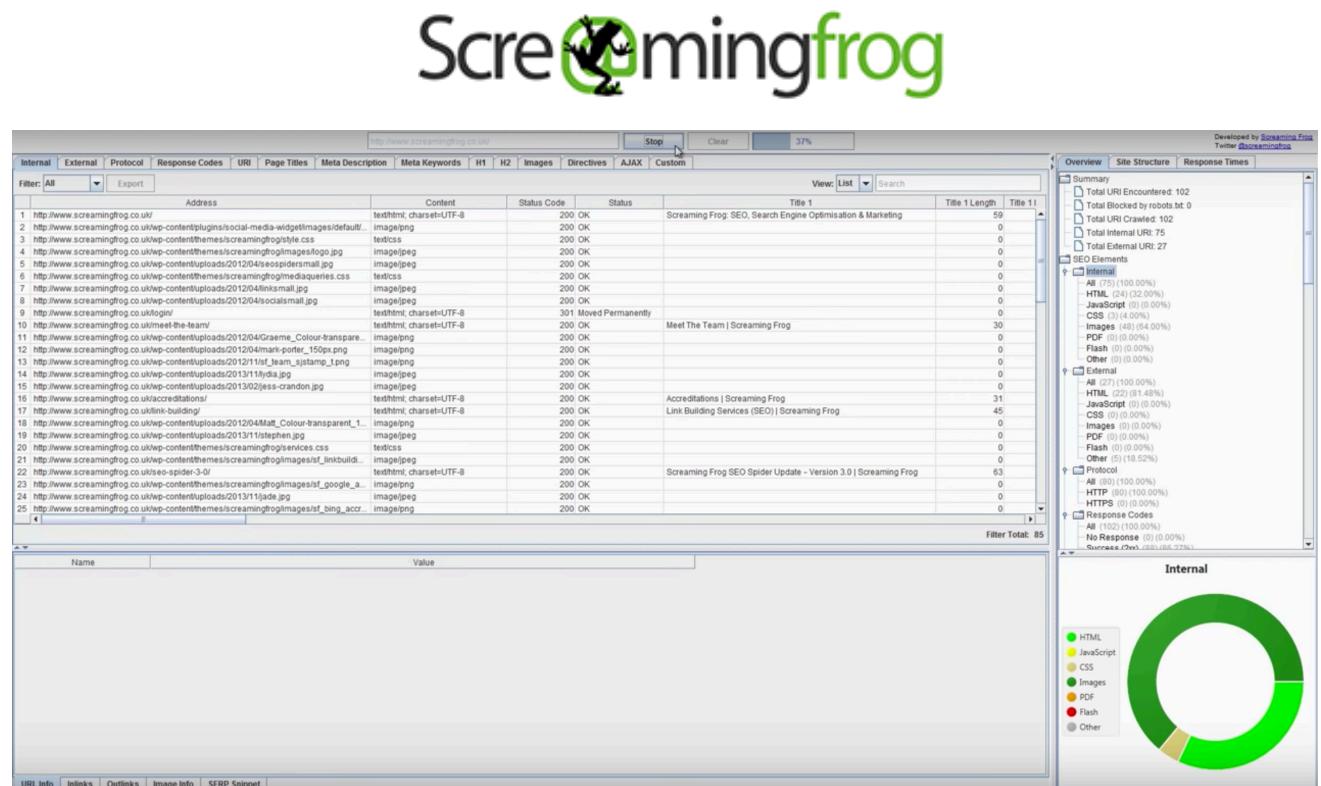
2. Les Keywords suggest tools :

D'autres outils gratuits vous proposent des mots-clés selon l'expression proposée comme [Ubersuggest](#), [Outiref](#) ou [Keyword Discovery](#).

Comment trouver vos mots-clés ?

3. Les balises de la concurrence :

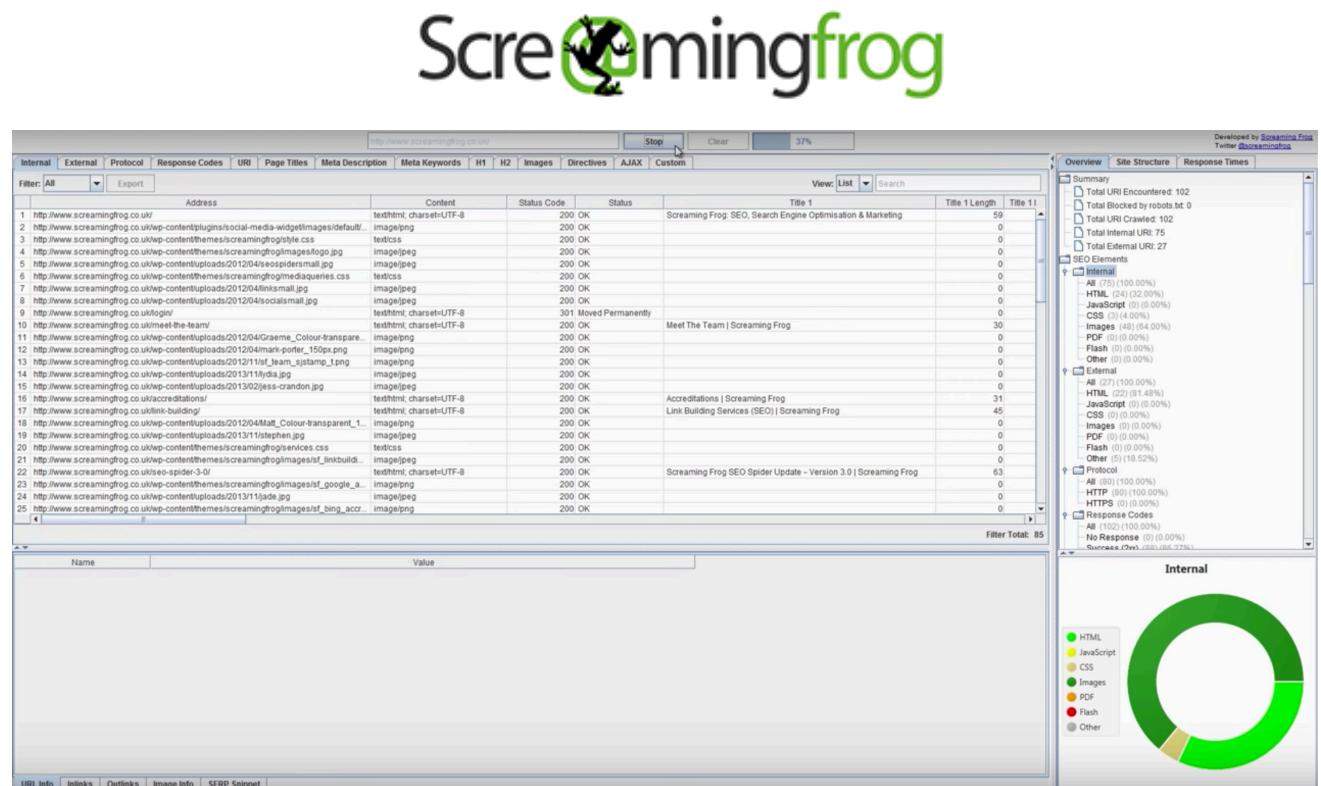
Pensez également à analyser les **titres** de pages et les **balises META** de vos concurrents directs pour vous faire une idée des mots-clés exploités par les acteurs de votre domaine d'activité. Petit conseil pour avoir une vue globale de ces infos, utiliser un crawler type **screaming frog** bien pratique et simple d'utilisation.



Comment trouver vos mots-clés ?

3. Les balises de la concurrence :

Pensez également à analyser les **titres** de pages et les **balises META** de vos concurrents directs pour vous faire une idée des mots-clés exploités par les acteurs de votre domaine d'activité. Petit conseil pour avoir une vue globale de ces infos, utiliser un crawler type **screaming frog** bien pratique et simple d'utilisation.



Comment choisir vos mots-clés ?

Après avoir dressé la liste des mots-clés potentiels sur lesquels vous souhaitez positionner un site web, il est nécessaire d'en étudier **l'intérêt et la faisabilité**.

Plusieurs paramètres sont à prendre en compte:

- le volume de recherche,
- le nombre de concurrents,
- vos objectifs,
- le temps et les moyens que vous êtes prêts à consacrer au référencement de votre site.

Comment choisir vos mots-clés ?

1. les volumes de recherche

Il est évident que plus un mot-clé possède un volume de recherche élevé, plus la concurrence est présente. Faire exister un site sur une requête à **50 ou 100.000 recherches** ne nécessite pas le même investissement.

Outils:

- **Google AdWords**
- **Yooda**
- **Goole Trends**
- ..

Comment choisir vos mots-clés ?

2. La concurrence

L'estimation du nombre de concurrents et la connaissance des mots-clés qu'ils exploitent seront déterminants dans le choix des vôtres et dans l'appréciation des investissements que vous devrez engager.

Effectuer **un audit de ces mots-clés** pour déterminer qui sont les acteurs présents et quelles sont leurs performances.

Google

acheter iphone

Tous Shopping Actualités Images Maps Plus ▾ Outils de recherche

Environ 15 100 000 résultats (0,43 secondes)

[iPhone - Apple \(FR\)](http://www.apple.com/fr/iphone/)
www.apple.com/fr/iphone/ ▾

Aperçu sur l'iPhone 7, l'iPhone 7 Plus et l'iPhone 6s. ... Apple Store. Le moyen le plus simple d'acheter votre nouvel iPhone, directement de votre iPhone actuel.
[Comparer les modèles d'iPhone](#) · [iCloud](#) · [iOS 8](#) · [Passer à l'iPhone](#)

Résultats sur Google Shopping pour acheter...

Lien commercial ⓘ



Comment choisir vos mots-clés ?

La qualité est plus importante que la quantité

10 personnes qui achètent 10 produits valent mieux que 1000 personnes qui n'achètent rien

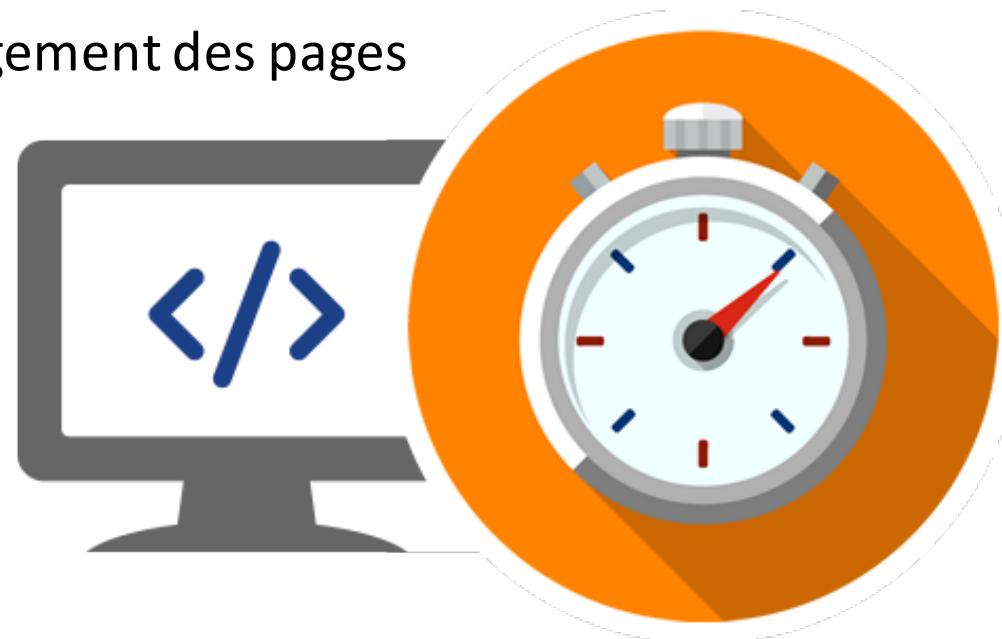
Articles de sport VS **Gant de box**

indicateur de performance (KPI):

- le taux de rebond
 - le taux de transformation (achat, inscription, formulaire, etc..)
 - le nombre de pages vues
 - le temps de visite
-

Optimisation du site

1. Le code HTML
2. Vitesse de chargement des pages



Optimisation du site

1. Le code HTML

- Norme W3C (<https://validator.w3.org/>)
- Appelez les scripts en bas de page avant le `</body>`
- Remplir les balises

Balise title → [Europe - Wikipédia](#)

fr.wikipedia.org/wiki/Europe ▾

Balise meta description → L'Europe est une région terrestre qui est considérée par les géographes soit comme un continent à part entière, soit comme l'extrémité occidentale du continent ...

[Liste des pays d'Europe par ...](#) - Géographie de l'Europe - Europe fille d'Agénor



Le World Wide Web Consortium, abrégé par le sigle **W3C**, est un organisme de standardisation

Optimisation du site

2. Vitesse de chargement des pages

- Réduire le poids des images
- Compression Gzip
- Utilisation du cache

Vous pouvez mesurer la vitesse de chargement de vos pages avec l'outil Google Speed <https://developers.google.com/pagespeed/>

Optimisation du contenu

Rédigez pour les **internautes** et non pour **Google**



Optimisation du contenu

1. On Page (à l'intérieur de la page)
2. On Site (à l'intérieur du site)
3. Off Site (à l'extérieur du site)

Optimisation du contenu

1. On Page

Importances des balises:

1. Tittle
2. Meta description
3. L'url
4. H1
5. Hn (h2,h3,h4..)
6. Strong et a
7. Em
8. U

3 règles à respecter:

1. Ne pas mettre l'EP dans 3 balises (2 maximum).
2. Strong, em et u dans les 250 premiers caractères.
3. Densité brut idéal 4.5% (vitrine) 15% (e-commerce)

Page « parfaitement » optimisée

(exemple d'une page que l'on aimerait faire performer pour l'expression : « Beignes au chocolat »)

<title>Beignes au chocolat | Boulangerie de Marie</title>

Meta description : Les beignes au chocolat de la boulangerie de Marie sont probablement les plus délicieux et les plus parfaits beignets chocolatés jamais créés!

Adresse URL : <http://marysbakery.ca/beignes-au-chocolat>

En-Tête H1 : Beignes au chocolat de la boulangerie de Marie	
Nom de l'image : beignes-au-chocolat.jpg	Contenu texte (body) : _____ beignes au chocolat _____ _____ beignes _____ _____ beignes _____ _____ beignes au chocolat _____ Photo de beignes (avec l'attribut Alt) : Beignes au chocolat _____ beignes _____ _____ chocolat _____ _____ beignes au chocolat _____ _____ chocolat _____ _____ beignes au chocolat _____ _____

Optimisation du contenu

1. On Page **Balise Titre**

Balise title → [Europe - Wikipédia](#)
fr.wikipedia.org/wiki/Europe ▾
Balise meta description → L'Europe est une région terrestre qui est considérée par les géographes soit comme un continent à part entière, soit comme l'extrême occidentale du continent ...
Liste des pays d'Europe par ... - Géographie de l'Europe - Europe fille d'Agénor

Le titre est l'élément le plus **important** à prendre en compte dans l'optimisation d'une page web pour le référencement.

Assurez vous qu'il inclut le mot clés que vous ciblez, le plus tôt possible dans le titre. Idéalement, placez votre mot clé au début de phrase. Mais n'oubliez pas que ce titre est visible sur google, donc rendez le engageant, sans le sur-optimiser.

En bref

- *entre 60 et 70 caractères*
- *mot clé au début*

Optimisation du contenu

1. On Page

Balise meta description

Balise title → [Europe - Wikipédia](#)

fr.wikipedia.org/wiki/Europe ▾

Balise meta description →

L'Europe est une région terrestre qui est considérée par les géographes soit comme un continent à part entière, soit comme l'extrême occidentale du continent ...

[Liste des pays d'Europe par ... - Géographie de l'Europe - Europe fille d'Agénor](#)

La description: pas utilisée par Google mais elle est cruciale pour l'internaute

Pensez donc à optimiser votre description: elle doit faire un **maximum de 155 caractères** & faire comprendre rapidement le gain qu'aurait l'utilisateur à lire l'article.

Une bonne pratique permettant d'augmenter le nombre de clics est d'utiliser des verbes d'action pour inciter au clic : « découvrez », « comprenez », « obtenez », etc. Et n'oubliez pas de re-citer le mot clé ciblé dans la description: ça ré-assurera l'utilisateur que l'article traite bien du sujet (mieux vaut trop que pas assez...).

En brief

- *max 155 caractères*
- *descriptions avec des verbes d'action*
- *mot clé cité au moins une fois*

Utilisation de symboles (optionnel)

Peut retenir l'attention

<http://escapecodes.info/>

<http://fsymbols.com/>

Optimisation du contenu

1. On Page

URL

Votre url optimisée inclut un mot clé sémantiquement proche

Pensez aussi que lorsqu'une personne partagera votre article avec un simple copier-coller de l'url, l'ancre inclura naturellement le mot clé ciblé.

<http://www.cdiscount.com/telephonie/telephone-mobile/apple/iphone7>

En brief

- *urls courtes*
- *mot clé proche dans l'url*
- *séparés par des « - »*

Optimisation du contenu

1. On Page

Les titres

Lorsqu'un internaute ouvre une page d'article, la première chose (consciemment ou inconsciemment) qu'il va faire est de scanner l'article pour voir si il traite bien de ce qu'il cherchait. Scanner, c'est regarder les éléments les plus « visibles », donc les headings (h1, h2, h3...).

De la même manière, google va utiliser ces infos pour caractériser votre contenu. Inclure votre expression clé dans ces headings est donc un élément important de l'optimisation de votre page.

En brief

- *mot clé en début de heading*
- *mot clé ou mot proche dans votre h1*
- *mot clé ou mot proche dans un ou plusieurs h2, h3*

Optimisation du contenu

1. On Page

Les titres

Lorsqu'un internaute ouvre une page d'article, la première chose (consciemment ou inconsciemment) qu'il va faire est de scanner l'article pour voir si il traite bien de ce qu'il cherchait. Scanner, c'est regarder les éléments les plus « visibles », donc les headings (h1, h2, h3...).

De la même manière, google va utiliser ces infos pour caractériser votre contenu. Inclure votre expression clé dans ces headings est donc un élément important de l'optimisation de votre page.

En brief

- *mot clé en début de heading*
- *mot clé ou mot proche dans votre h1*
- *mot clé ou mot proche dans un ou plusieurs h2, h3*

Optimisation du contenu

1. On Page

Les outils

- <http://www.crisco.unicaen.fr/des/> pour les synonymes
- Alyze.info

alyze.info
Outil d'aide au référencement

Cette analyse a été réalisée le 2013-09-10 à 14:25:00 UTC.

Le classement ci-dessous est établi comme pourrait le faire un moteur de recherche. Toutefois, ce classement ne vise pas à reproduire le comportement de tel ou tel moteur de recherche. Il s'agit plutôt d'une analyse (forcément subjective) produite avec un grand souci de rigueur et de bon sens. Des informations sur la méthode utilisée sont disponibles en passant la souris sur certaines cellules.

N'oubliez pas de mettre en parallèle les résultats de cette page avec ceux de l'onglet "Analyse", car ils peuvent grandement vous renseigner sur la pertinence globale de la page.

Mots-clés Associations

Afficher les expressions composées de : 1 mot-clé 2 mots-clés 3 mots-clés

[CSV](#)

N.	Expressions	Densité pondérée (%)	Densité brute (%)	Occ.	Touvé dans les balises suivantes
1	web	10.72	4.62	17	title ^{x2} * meta.description ^{x2} * header/nav/a ^{x2} * article/h1 * article ^{x2} * article/strong * article/a ^{x3} * footer/a ^{x2} * a ^{x2}
2	agence web	9.69	2.72	5	title ^{x2} * meta.description * article/h1 * article/strong
3	agence	6.32	1.9	7	title ^{x2} * meta.description * header/a/img.alt * article/h1 * article/strong * footer/a
4	4graphik	6.24	2.45	9	url.host * title ^{x2} * meta.description * a * header/a/img.alt * article * footer * footer/a
5	communication	6	1.9	7	header/nav/a * article/h2/a * article * article/a * article/h2 * footer/h4 * a
6	design	4.48	2.17	8	header/nav/a ^{x2} * article/h2 * article/a * footer/a * footer/h4 * a
7	développement	4.48	2.17	8	header/nav/a ^{x2} * article/h2 * article/a * footer/h4 * footer/a * a ^{x2}
8	accompagnement	3.32	1.36	5	header/nav/a * article * article/h2 * footer/h4 * footer/a * a
9	print	2.65	1.9	7	meta.description * header/nav/a * article ^{x2} * article/a * footer/a * a
10	marketing	2.29	1.63	6	meta.description * header/nav/a * article * article/a * footer/a * a
11	content marketing	2.27	2.17	4	header/nav/a * article/a * footer/a * a
12	web design	2.27	2.17	4	header/nav/a * article/a * footer/a * a
13	développement web	2.27	2.17	4	header/nav/a * article/a * footer/a * a
14	4graphik.com	2	2.17	4	url.host * a * article * footer
15	bordeaux	1.71	0.82	3	article/h1 * article * footer
16	contact 4graphik.com	1.61	2.45	3	a * article * footer

Optimisation du contenu

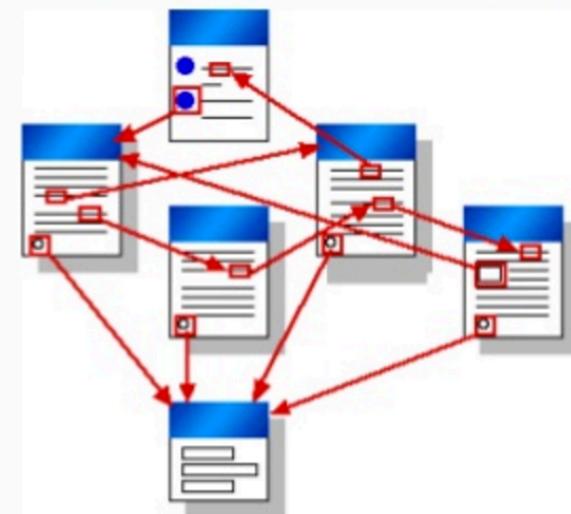
2. On site

Le maillage interne sont les liens qui lient vos pages entre elles.

Le lien est composé d'une « ancre »

Une bonne optimisation d'ancre est un des fondements du référencement. Lorsque vous allez définir l'ancre d'un lien, évitez toujours les « cliquez ici », mais pensez à utiliser les mots-clés principaux de la page de destination.

MAILLAGE INTERNE ET SEO



Optimisation du contenu

2. On site

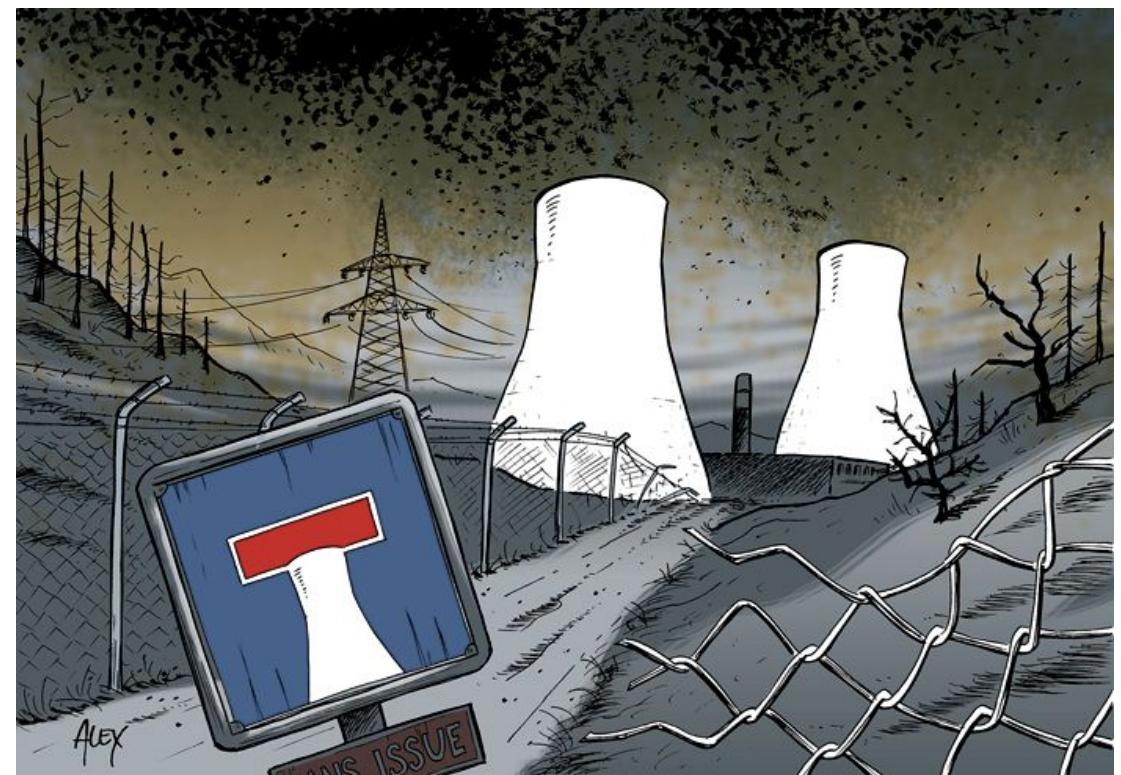
- Dès que vous le pouvez, liez vos pages entre elles en optimisant l'ancre du lien de façon à inclure le mot-clé de la page de destination.
- Placez des articles relatifs et des mot-clés en bas de chacun de vos articles.
- Créez des menus de navigation contenant des mots-clés.
- Créez un sitemap visible par les internautes,
- Créez une page d'erreur 404 personnalisée contenant des liens vers les pages importantes de votre site (nous y reviendrons).
- Faites un maximum de liens vers les pages importantes de votre site.(page d'accueil)
- Chacune de vos pages doit contenir un lien renvoyant vers votre page d'accueil,

Optimisation du contenu

2. On site

En bref...

Evitez les tunnels sans issus



Optimisation du contenu

3. Off site

Le netlinking



Optimisation du contenu

3. Off site

Le netlinking est l'action de développer le nombre de liens hypertextes externes ([backlinks](#)) pointant vers un site ou une page web que l'on souhaite promouvoir. L'objectif est d'obtenir un trafic qualifié en provenance de ces liens, mais également et surtout, de favoriser le référencement naturel grâce à l'amélioration de la [popularité du site](#).

Optimisation du contenu

3. Off site

1. Ancres variées : mots court, phrases entières, synonymes, url exacte
2. Optimisation varié: 1 tiers de chaque : optimisées (AO), moyennement optimisées (AMO), Non optimisées (ANO)
3. Variation DF/NF: 30% Nofollow, 60% Dofollow
4. 10% de lien déchets
5. 1 lien par semaine ou 2 max
6. Plateforme : blog, forum, annuaires....

Pourquoi optimiser ?

54% des internautes ne visualisent que la première page de résultat.

Taux de clic par position > Page 1 de Google

