



L'Web

Elsa Amblard

Création de site internet

Notice SEO

Comment ça marche ?

Votre site WordPress utilise une extension qui permet d'améliorer et d'optimiser le référencement de votre site internet : YoastSEO. Son but est de vous faciliter le référencement du site en vous permettant de remplir facilement les informations qui vont intéresser Google et en vous permettant grâce à différents critères de vous donner une note sur le contenu de la page suivant le terme que vous cherchez à référencer.

Les différentes Méta

Les méta sont les informations que Google va utiliser pour afficher les résultats de recherches à ses utilisateurs :

L'Web - Elsa Amblard - Création de site internet dans les Hautes Alpes ...

<https://www.l-web.fr/> ▼

Découvrez la société L'Web, Elsa Amblard, spécialiste du développement (Wordpress, Prestashop, Drupal) de site internet qui ont une cible féminine !

Le titre correspond à ce que l'on retrouve en bleu sur les pages de résultats de Google. Il doit décrire au mieux ce dont chaque page traite. Il est donc essentiel de bien les optimiser pour convaincre un maximum de personnes de cliquer dessus. En vert on a l'URL et en gris la *description*.

L'Web - Elsa Amblard - Création de site internet dans les Hautes Alpes

<https://www.l-web.fr/> ▼

► Découvrez la société L'Web, Elsa Amblard, spécialiste du développement (Wordpress, Prestashop, Drupal) de site internet qui ont une cible féminine !



Modifier l'extrait

Titre SEO

L'Web - Elsa Amblard - Création de site internet dans les Hautes Alpes

Identifiant

Méta description

► Découvrez la société L'Web, Elsa Amblard, spécialiste du développement (Wordpress, Prestashop, Drupal) de site internet qui ont une cible féminine !

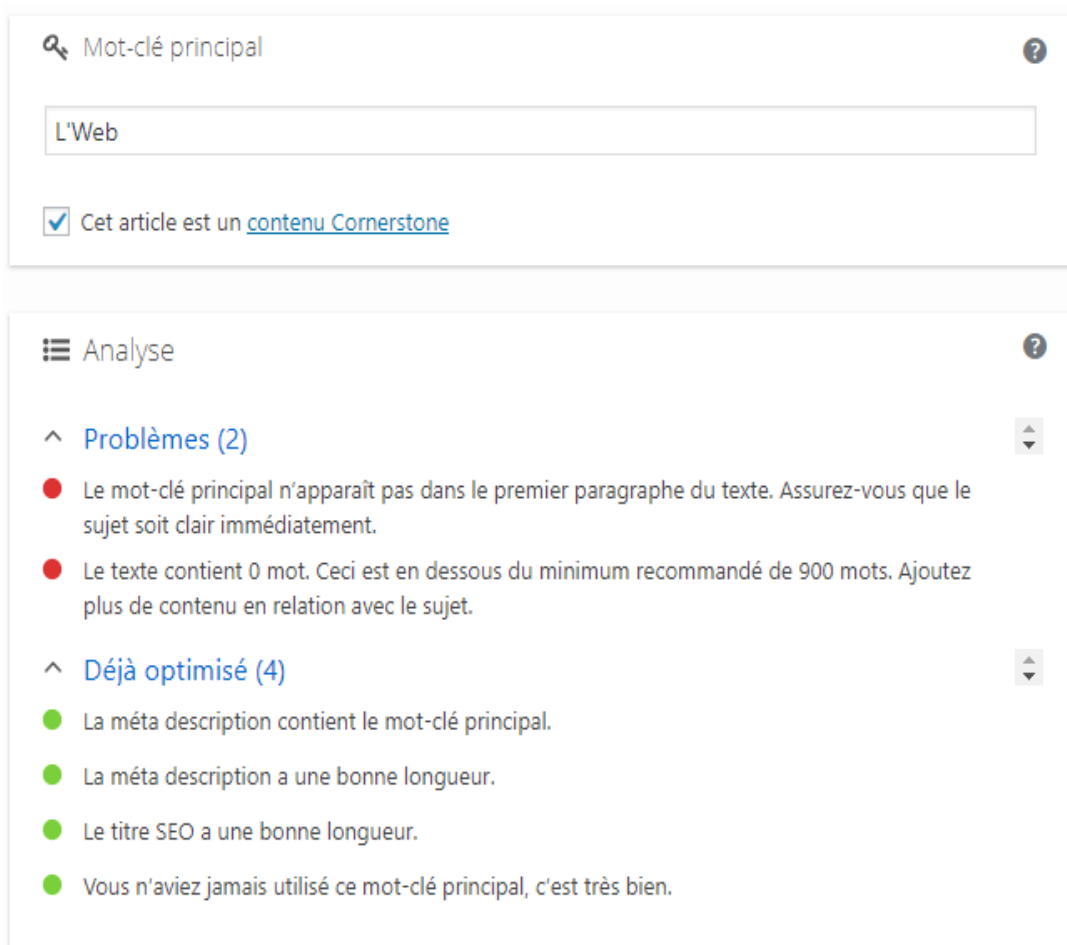
Fermer l'éditeur d'extrait

Pour la configurer, il faut utiliser la metabox située sous l'éditeur visuel. Complétez les champs « Titre » et « Méta description ». Ne remplissez pas le champs "identifiant" car il est automatiquement généré. Le titre et la méta description ont des

valeurs par défaut, mais ils ne sont pas optimisés pour chaque page, et il est vraiment préférable des les modifier. La description est importante car c'est elle qui explique à vos futurs utilisateurs ce qu'ils trouveront sur cette page. Vous avez pour chacun des champs un indicateur de la longueur optimale du champs, à essayer de rendre vert évidemment.

Le mot clé principal

Le « Mot-clé principal » va vous permettre de savoir si la page est correctement optimisée pour celui-ci. En rentrant votre mot clé et en enregistrant la page, le score SEO va être calculé grâce à plusieurs critères :



Mot-clé principal

L'Web

☒ Cet article est un [contenu Cornerstone](#)

Analyse

^ Problèmes (2)

- Le mot-clé principal n'apparaît pas dans le premier paragraphe du texte. Assurez-vous que le sujet soit clair immédiatement.
- Le texte contient 0 mot. Ceci est en dessous du minimum recommandé de 900 mots. Ajoutez plus de contenu en relation avec le sujet.

^ Déjà optimisé (4)

- La méta description contient le mot-clé principal.
- La méta description a une bonne longueur.
- Le titre SEO a une bonne longueur.
- Vous n'aviez jamais utilisé ce mot-clé principal, c'est très bien.

L'objectif est bien entendu d'avoir un maximum de point vert et un minimum de point rouge.

Les images

Chaque image doit avoir un titre et une texte alternatif. Vous pouvez les modifier dans le menu « Médias » sur la gauche. C'est important pour être référencé également sur les images et apparaître dans Google Images. Le mieux est d'expliquer ce qu'il y a sur l'image comme si vous vouliez l'expliquer à quelqu'un d'aveugle.

La hiérarchie

Dans une page web, les titres introduisant le contenu sont signalés par les balises h1, h2, h3, h4, h5 et h6 et ont deux principales vocations :

- préparer la lecture du paragraphe que ces titres précèdent en résumant son contenu. Ils aident ainsi les lecteurs à mieux comprendre ce qu'ils vont lire.
- indiquer aux moteurs de recherche les informations les plus importantes que comportent votre page (l'algorithme de Google accorderait plus de poids aux mots clés et expressions que contiennent les titres qu'au reste du contenu)

Par ailleurs, concernant l'écriture des titres dans une page web, la norme HTML 4.01 nous dit que :

- chaque document HTML peut contenir un ou plusieurs titres h1 à h6
- il existe 6 niveaux de titrage possibles : h1, h2, h3, h4, h5 et h6. h1 étant un titre de premier niveau, h2 un titre de second niveau, h3, un titre de troisième niveau etc...
- chaque page ne peut avoir qu'un seul titre de premier niveau

Voici deux exemples d'utilisation des éléments h1, h2, h3, h4, h5, h6. Dans ces exemples, les balises sont correctement formées et seront bien interprétées par les moteurs de recherche.

EXEMPLE 1 : TITRE PARFAITEMENT HIÉRARCHISÉ.

<h1>Optimiser la balise meta description pour le SEO</h1>

Ici le contenu du paragraphe...

<h2>Quelles sont les balises essentielles pour le référencement?</h2>

Ici le contenu du paragraphe...

<h3>Qu'est ce que la balise méta description ?</h3>

Ici le contenu du paragraphe...

<h4>Quelles sont les règles de rédaction de la balise méta </h4>

Ici le contenu du paragraphe...

<h5>Quelles sont les erreurs à éviter ?</h5>

Ici le contenu du paragraphe...

<h6>La balise meta keyword est elle importante ?</h6>

Ici le contenu du paragraphe...

La page contient un titre principal (h1 et des sous titres moins importantes h2, h3, h4, h5 et h6). Cette utilisation n'est possible que si vous avez des contenu qui se hiérarchisent ainsi (titre, sous titre, sous-sous titre...).

Si le contenu de la page ne se hiérarchise pas ainsi, ne forcez pas car vous risqueriez de nuire à la lisibilité de votre contenu.

Si le contenu de votre page web ne permet pas une utilisation hiérarchique des titre h1, h2, h3, h4, h5, h6 optez plutôt pour l'exemple suivant.

EXEMPLE 2 : UN TITRE H1 ET PLUSIEURS SOUS TITRES DE MÊME IMPORTANCE (H2)

<h1>Optimiser la balise méta description pour le SEO</h1>

Ici le contenu du paragraphe...

<h2>Quelles sont les balises essentielles pour le référencement?</h2>

Ici le contenu du paragraphe...

<h2>Qu'est ce que la balise méta description ?</h2>

Ici le contenu du paragraphe...

<h2>Quelles sont les règles de rédaction de la balise méta</h2>

Ici le contenu du paragraphe...

<h2>Quelles sont les erreurs à éviter ?</h2>

Ici le contenu du paragraphe...

<h2>La balise meta keyword est elle importante ?</h2>

Ici le contenu du paragraphe...

Dans ce cas, il y a un titre principal (h1) et 5 sous titres de même importance (h2). Cette utilisation permet d'une part d'indiquer aux moteurs de recherche que les 5 sous-titres ont le même poids et d'autre part cela permet de conserver une bonne lisibilité de votre contenu.

Le contenu

Chaque article ou chaque page doit répondre à certains critères pour ne pas être pénalisés par Google. Il est recommandé d'avoir au moins 300 mots dans un texte. Mais il ne faut pas faire que répéter le mot clé, car cela serait pénaliser (on conseille le plus souvent d'opter pour une densité de mots clés située entre 3 et 8 %, et de ne pas dépasser 11 % afin d'éviter d'être pénalisé par Google). Il existe une règle simple pour savoir si un texte est correctement optimisé pour un mot-clé. Supprimez toutes les répétitions du mot-clé principal ciblé du texte. Est-ce que ce dernier a encore un sens ? Est-ce que vous êtes capable de deviner quel est le sujet principal du texte ? Si non, ce que votre texte n'est pas assez riche. Il est également conseillé de faire des phrases complètes au niveau grammaticale et d'éviter les fautes d'orthographe (autant que possible).

Pour vous aider à structurer au mieux vos publications, reprenez bien les points suivants :

- **L'introduction doit donner envie de poursuivre la lecture** (essayez de donner un chiffre pour capter l'attention) ;
- **Faites des phrases relativement courtes** ;
- **Cassez la monotonie** avec des images, des vidéos, des blocs de citation, des listes à puce, etc. ;
- **Faites des liens** vers d'autres contenus pertinents (on y reviendra dans le 3e pilier) ;
- **Structurez le contenu en partie** avec les titres de niveau 2 et 3 (voire plus si nécessaire) ;

Optimisation pour les mots-clés

Une fois que votre contenu sera rédigé, il faudra l'optimiser pour le mot-clé sur lequel vous souhaitez vous positionner.

Avec le temps, cela se fera automatiquement lors de la phase de rédaction, mais au début, veillez à suivre les recommandations suivantes :

- Avoir un titre accrocheur avec un synonyme de votre mot-clé (ou quelque chose de proche ou votre mot-clé) ;
- Inclure votre mot-clé dans l'URL ;
- Optimiser le titre SEO de la page dans l'encart Yoast SEO ;
- Enrichir la description en dans l'encart de Yoast SEO ;

Méfiez-vous de la « Triplette du bourrin », qui consiste à mettre son mot-clé dans :

- Le nom de l'article ou de la page ;
- Le titre SEO ;
- L'URL.

Attention à ne pas mettre votre mot-clé partout dans votre contenu en espérant satisfaire les moteurs de recherche. Soyez subtil. Jouez avec les synonymes, etc. En clair : apportez une touche personnelle à vos contenus.

Les liens

Plus un site acquiert des liens de la part d'autres sites, plus il sera populaire. On peut dire qu'un lien est une sorte de vote ou de point de reconnaissance envers votre site. Enfin ça c'est le grand principe. Il y a quelques subtilités que vous devez comprendre afin de ne pas faire n'importe quoi.

En effet, tous les liens ne se valent pas. Il faut savoir que :

- Un lien d'un site populaire a plus de poids qu'un lien provenant d'un nouveau site (cette popularité est due au grand nombre de liens pointant vers lui) ;
- Un lien d'un site d'une thématique proche de la vôtre est plus intéressant que celui d'un site d'un autre secteur.

Idéalement, il faudra donc arriver à créer des liens à partir de sites populaires et de la même thématique.

Toutefois, il y a d'autres critères à prendre en compte pour bénéficier au maximum de votre travail de génération de liens.

- **Les liens placés dans le contenu principal seront davantage pris en compte** que des liens placés dans une barre latérale ou dans un pied de page ;
- **Il est possible de faire des liens entre les pages de votre site** lorsque c'est pertinent (on parle de maillage interne) ;
- **Certains liens ont un attribut « nofollow », c'est-à-dire qu'ils ne sont pas censés transmettre de popularité.** C'est le cas sur les réseaux sociaux, de Wikipédia, des commentaires de blog sur certains forums ;
- **Éviter les échanges de liens**, il est préférable qu'un lien se fasse dans un seul

- sens. De plus, Google l'interdit et le repère assez facilement ;
- **Ne perdez pas votre temps à laisser des commentaires sur des blogs** et à placer vos liens dans des messages inutiles sur des forums, c'est une pratique révolue et très mal vue

En résumé, n'oubliez pas que les liens représentent environ 60 % du travail de référencement d'un site. Il ne faut donc pas les négliger, mais ce n'est pas pour autant qu'il faut faire n'importe quoi (sinon cela se retournera contre vous à un moment où un autre). Soyez rusé et variez bien les ancres des liens que vous créez. Bien sûr, l'idéal est d'arriver à faire en sorte que d'autres sites vous lient naturellement parce qu'ils voudront conseiller vos contenus exceptionnels à leurs lecteurs.

Soyez patients ! Il ne faut pas se mentir, vous n'aurez pas de résultats en 15 jours ! Obtenir plus de trafic grâce au référencement naturel prend du temps. Travaillez d'abord en amont pour mettre les choses en place puis concentrez-vous sur le contenu et sur les liens.