

Un site bien fait = un site bien référencé

comment positionner son site dans les moteurs de recherche (Google...)

1 Les pages du site

Balise <Title>

Donnez un titre différent à chaque page et associez-le aux mots clés que vous aurez définis. Il peut contenir 100 caractères maximum.

Mots clés dans l'URL

Placez dans l'adresse les mots clés qui représentent au mieux votre page.

Liens externes

Afin de valoriser les sites dont vous parlez, faites un lien avec des mots pertinents.

Flux RSS

Déclarez votre flux pour diffuser plus rapidement les nouveautés de votre site.

Balise titre <H1>, <H2>, ...

Organisez votre page en donnant à vos rubriques des titres et sous-titres avec les mots clés associés.

Densité

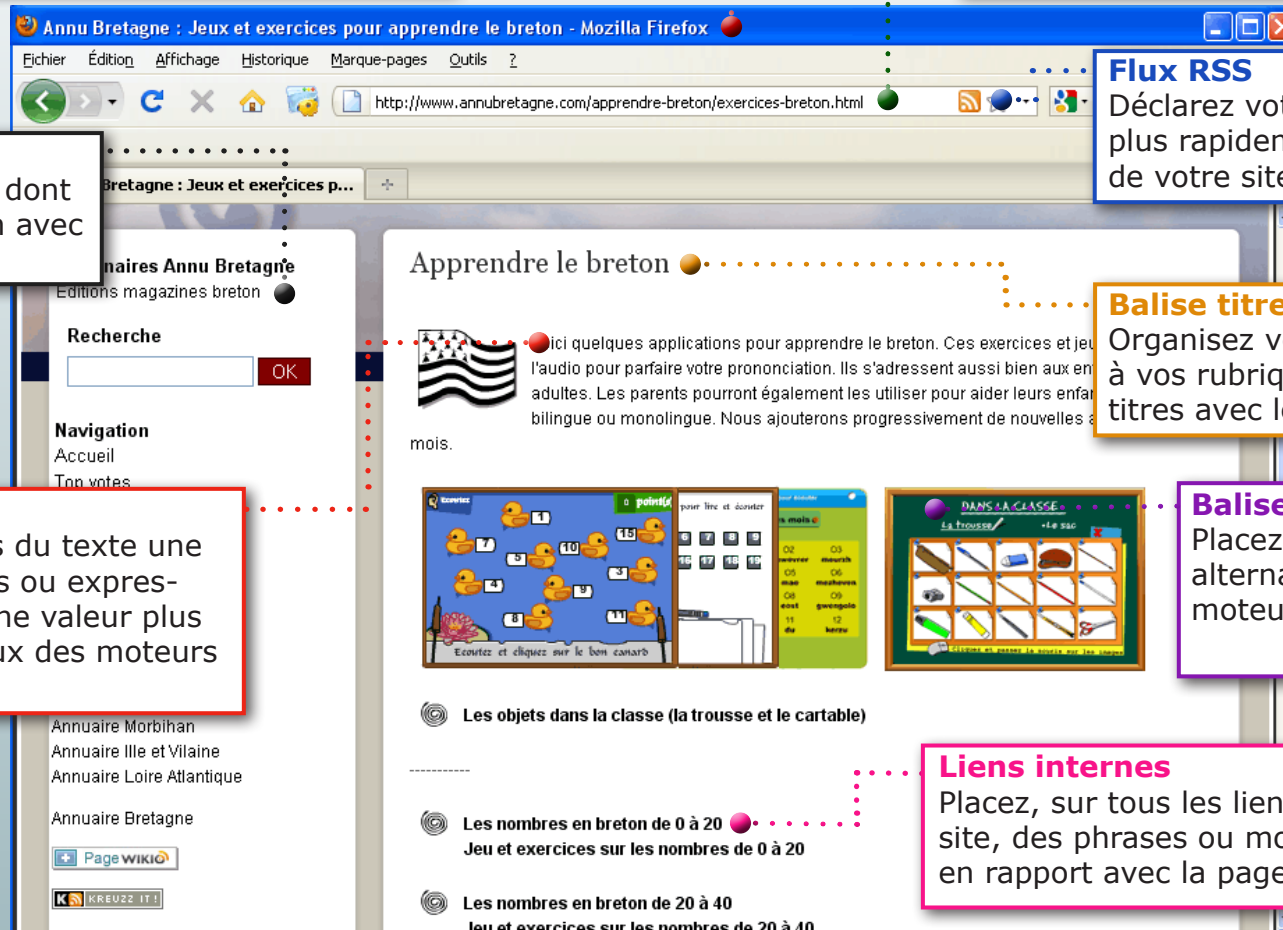
Placez dans le corps du texte une densité de mots clés ou expressions: cela donne une valeur plus importante aux yeux des moteurs de recherche.

Balise <ALT>

Placez sur les images un texte alternatif car les robots des moteurs ne peuvent pas les lire.

Liens internes

Placez, sur tous les liens internes de votre site, des phrases ou mots clés significatifs en rapport avec la page visée.





2 Des outils pour le référencement

Voici une liste d'outils qui vous permettra de mieux appréhender le référencement dans les moteurs de recherche. Vous devez cependant garder à l'esprit que c'est un travail long, fastidieux, et qu'il est préférable d'utiliser des outils professionnels et des personnes spécialisées dans ce domaine.

RECHERCHE DE MOTS CLES

Google vous propose ici un outil gratuit afin de comparer les mots clés les plus tapés dans ce moteur. Vous pouvez utiliser les options telles que les zones géographiques / les dates / les saisons d'activité, et bien d'autres choses encore.

→ www.thierryperrot.com/site-internet/mots-cles.php

POPULARITE DU SITE

Les moteurs de recherche utilisent un indicateur pour classer les pages de votre site sur la toile. L'idée simplifiée de cet indice est de mettre en corrélation le nombre de liens de qualité pointant vers votre page. Vous pouvez télécharger la barre Google pour obtenir cette note ou utiliser des applications en ligne.

→ <http://toolbar.google.com>

→ www.reference-toi.com

ANALYSE

Il existe depuis toujours des systèmes en ligne qui rendent compte de la fréquentation de votre site. Je vous conseille néanmoins d'utiliser Google Analytics. Il est gratuit et comme il est utilisé par une majorité de webmasters, cela vous donnera un élément de comparaison homogène.

→ www.google.com/analytics/

OPTIMISATION

Vous devez savoir que dans l'absolu, une page statique est beaucoup plus facile à référencer si vous respectez les conditions décrites sur la première page.

Les applications en **Flash, Javascript, Java ne sont pas prises en compte par les robots des moteurs**. Ne l'oubliez donc pas si vous désirez que votre site sorte dans les meilleures places.

COMMUNICATION ET CREATION DE BUZZ

Le **web 2.0** vous permet de communiquer facilement sur vos activités et votre site Internet:

- les forums
- les blogs
- les communiqués de presse
- les agrégateurs
- Twitter
- les vidéos
- les annuaires

Nous avons créé des annuaires gratuits pour vous aider :

www.annubretagne.com

www.annuregion.com

www.annurss.com

www.annudirectory.com

ATTENTION !

Vous ne devez pas sur-optimiser vos pages et avoir trop de liens d'un seul coup au risque de faire tomber votre site dans le bac à sable «Sand Box» : vos pages seront déclassées.

3 Lexique du référencement

AdSense

Google AdSense est un moyen pour les webmasters d'afficher des annonces publicitaires Google sur leurs pages et de gagner de l'argent. Les annonces sont en rapport avec le contenu de la page ou de la recherche effectuée pour arriver sur le site.

Adwords

Annonces publicitaires payées aux enchères, affichées directement sur le moteur de recherche Google et sur les pages qui utilisent le système AdSense. Le prix des annonces est fixé par le CPC (coût par clic). Plus l'annonceur enchérit, mieux l'annonce sera positionnée (directement sur les pages du moteur de recherche Google et sur les sites de référence qui utilisent Google AdSense.

Backlink (BL)

C'est un lien d'un site vers votre site. Ils contribuent à la popularité et la pertinence du classement de vos pages dans les moteurs de recherche, ce qui est un des facteurs importants pour que Google détermine la pertinence de la page. Vous pouvez déterminer le nombre de vos liens entrants (PR=3 minimum) avec la commande « link :www.urldevotresite.com » dans le champ de recherche Google.

Balises HTML

C'est ce qui définit la structure d'un document HTML. Elles mettent en forme les contenus. Elles jouent un rôle important dans le référencement de toutes vos pages car elles classent et ajoutent des informations qui déterminent un degré de pertinence dans les requêtes des moteurs de recherche.

Balise méta description

Cette balise donne la description de la page. Elle est prise en compte totalement ou partiellement dans le descriptif du moteur de recherche si elle correspond aux mots clés demandés. C'est pourquoi, il est préférable de proposer des phrases correctement construites.

Balise méta mots clés (Keywords)

Cette balise contient une liste de mots-clés correspondant à la thématique de la page. Diverses sources donnent pour information, l'abandon de cette balise par les robots des moteurs de recherche.

Balise méta Titre (Title)

Cette balise sert à donner un titre à chaque page de votre site. Elle sert de lien dans les moteurs et vous devez donc proposer ici une phrase contenant les mots clés les plus importants et représentatifs.

Buzz (bourdonnement en anglais)

Le buzz est une technique de communication qui consiste à faire parler d'un site ou d'un produit avant sa sortie officielle et qui repose sur le phénomène de bouche à oreille. Des informations ou des rumeurs délivrées avec parcimonie nourriront la curiosité des internautes. Grâce à Internet et les emails, le buzz a trouvé un mode de propagation idéal.

Cloaking (dissimulation en anglais)

Le cloaking est synonyme de spam, il s'agit d'une technique pour tromper les moteurs de recherches en affichant pour les robots un autre contenu que celui vu par les visiteurs. En général, les moteurs qui détectent cette technique sanctionnent toutes les pages.

CMS (Content management system en anglais)

Un CMS est un site «clé en main». Il vous permet avec assez peu de connaissances de créer, de gérer, d'ajouter et d'éditer du contenu sur un site, sans logiciel, avec l'aide de votre navigateur internet habituel.

Cybersquatting

C'est une pratique consistant à enregistrer un nom de domaine correspondant à une marque, avec l'intention de le revendre ensuite à l'ayant-droit, ou d'altérer sa visibilité. Certaines lois locales considèrent cela comme une extorsion et/ou du parasitage. Aujourd'hui, cette pratique touche également les noms de marque avec des fautes d'orthographe.

Domaine satellite

Il s'agit d'acheter un nom de domaine qui contient un ou plusieurs mots clés sur lequel on désire obtenir un bon positionnement dans les moteurs de recherche. On peut alors rerouter cette adresse sur le nom de domaine de l'entreprise. Cette technique peut être considérée comme inutile voire même pénalisante aujourd'hui.

Frame (Cadre en anglais)

C'est la division d'une page en plusieurs fenêtres. L'utilisation des frames est fortement déconseillée car elles bloquent l'indexation d'un site internet.

Google bombing

C'est une technique classique du référencement qui consiste à obtenir un maximum de liens contenant des mots clés récurrents afin de faire monter une page dans le classement des moteurs de recherche. Certains ont utilisé cette technique pour associer par exemple le site d'un homme politique avec des mots clés n'ayant aucun rapport avec le site.

Google dance

C'est la période de mise à jour des serveurs de Google. Elle se traduit par un reclassement de tous les sites.

Indice de densité de mots clés (IDM)

C'est le nombre de répétitions d'un mot ou d'une expression sur une page. Ce critère est pris en compte par les moteurs de recherche pour référencer et classer les pages.

Indice de popularité

C'est un des critères utilisés par les moteurs de recherche pour classer les sites sur les pages de résultats. Par exemple, le «Page Rank» de Google est basé sur une analyse qualitative et quantitative des liens pointant vers une page web permettant ainsi de déterminer sa popularité et donc son classement dans les recherches.

Keyword marketing

Ce sont les techniques qui permettent d'établir la liste des mots clés pertinents pour une activité en ligne (mots qui rapportent du trafic ciblé). L'objectif est d'optimiser son référencement sur cette base et d'acheter des encarts publicitaires sur les mêmes thèmes.

Keyword stuffing (bourrage de mots clés en anglais)

C'est une pratique qui consiste à faire figurer le plus grand nombre possible de mots clés sur une page internet (texte / balises / URL / liens).

PageRank (TM)

C'est la note accordée par le moteur Google (de 0 à 10) à une page Web en fonction des liens externes et de leur qualité pointant vers cette page, et de la nature des sites sur lesquels ces liens sont présents. Le PageRank (TM) est un des éléments conditionnant la position d'une page dans les résultats de Google. De nombreuses discussions et tests en ligne annoncent la mort ou la résurrection de ce concept chaque jour.

Sandbox (bac à sable en anglais)

Ce serait «la punition» du moteur de recherche Google des sites qui ont un accroissement de trafic et de positionnement suspects (utilisation de techniques interdites). Google n'a jamais officiellement reconnu l'existence de ce système de discrimination.

SERPs (Search Engine Results Page en anglais)

Désigne la page de résultats d'un moteur de recherche en fonction de mots clés demandés. On l'emploie pour expliquer sa position au sein de la page de résultats: les SERPs de son site.

Spamdexing

Pratique qui vise à abuser les moteurs pour obtenir une place privilégiée sur les moteurs de recherche. Certains moteurs peuvent vous effacer de leur index temporairement ou définitivement suite à cette pratique.

URL Rewriting

C'est une technique consistant à simplifier des URL dynamiques. Cela permet d'optimiser le référencement de chaque page d'un site. Par exemple, l'adresse de la page produit.php?type=1.php peut être transformée en produit_1.htm.