

IAE - Web Marketing

Créer un site internet « simple »
Publier un site internet
Référencer un site internet

Olivier Toscano
Gérant
WebCMS Sàrl

Référencement

Pourquoi référencer un site internet ?

Référencement & visibilité

Le référencement web s'articule par la mise en place de deux stratégies distinctes et complémentaires :

- Le référencement naturel (ou organique)
- Le référencement payant (ou liens sponsorisés)

La visibilité correspond au positionnement de votre site dans les pages de résultats

Comment référencer mon site

Les objectifs à atteindre doivent être défini dès le début du projet

- Analyse du contexte et des concurrents
- Élaboration de la stratégie
- Recherche de mots clefs pertinent
- Netlinking (stratégie des liens)
- Suivis et reporting (outils d'analyse)

Outils de recherche

Deux familles :

- Les moteurs de recherche
- Les annuaires

Le référencement d'un site passe par l'inscription de celui-ci dans les outils de recherche puis à l'amélioration du positionnement des pages.

Inscription dans les Annuaire

un annuaire Web est un site classant de façon thématique les sites qu'il sélectionne lui même ou qui lui sont soumis

Il existe des milliers d'annuaire dit spécialisé ou généraliste

les plus connus: DMOZ, Yahoo! Directory

Inscription sur les Moteurs de recherche

Il s'agit d'ajouter des pages web à l'index d'un moteur de recherche.

Les principaux moteurs de recherche sont capables de détecter les nouveaux documents sur le web (et les nouveaux sites)

Il est toujours possible de soumettre une liste des URL ou un sitemap pour faciliter l'exploration par les moteurs.

Le référencement se fait naturellement.

Liste de quelques moteurs de recherche

Il existe des centaines de moteurs de recherche, la plus part ont des déclinaisons par pays

- Google
- Yahoo
- Bing
- Ask
- Voila
- Lycos
- AOL, etc...

L'intérêt des moteurs de recherche

Le but d'un moteur de recherche étant de fournir la requête la plus pertinente à l'utilisateur, les algorithmes de classement des moteurs sont constamment modifiés pour aller dans ce sens, dans celui de l'utilisateur.

SEO Search Engine Optimization

L'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) représente un véritable enjeu à plusieurs niveaux :

- rendre son site visible de façon pérenne ;
- capter du trafic qualifié depuis les moteurs de recherche ;
- gagner une image d'autorité auprès des internautes.

SEO Search Engine Optimization

L'objectif du travail d'optimisation du site pour les moteurs de recherche est, dans un premier temps, de définir les termes/les requêtes que les internautes seront susceptibles de saisir pour arriver sur le site.

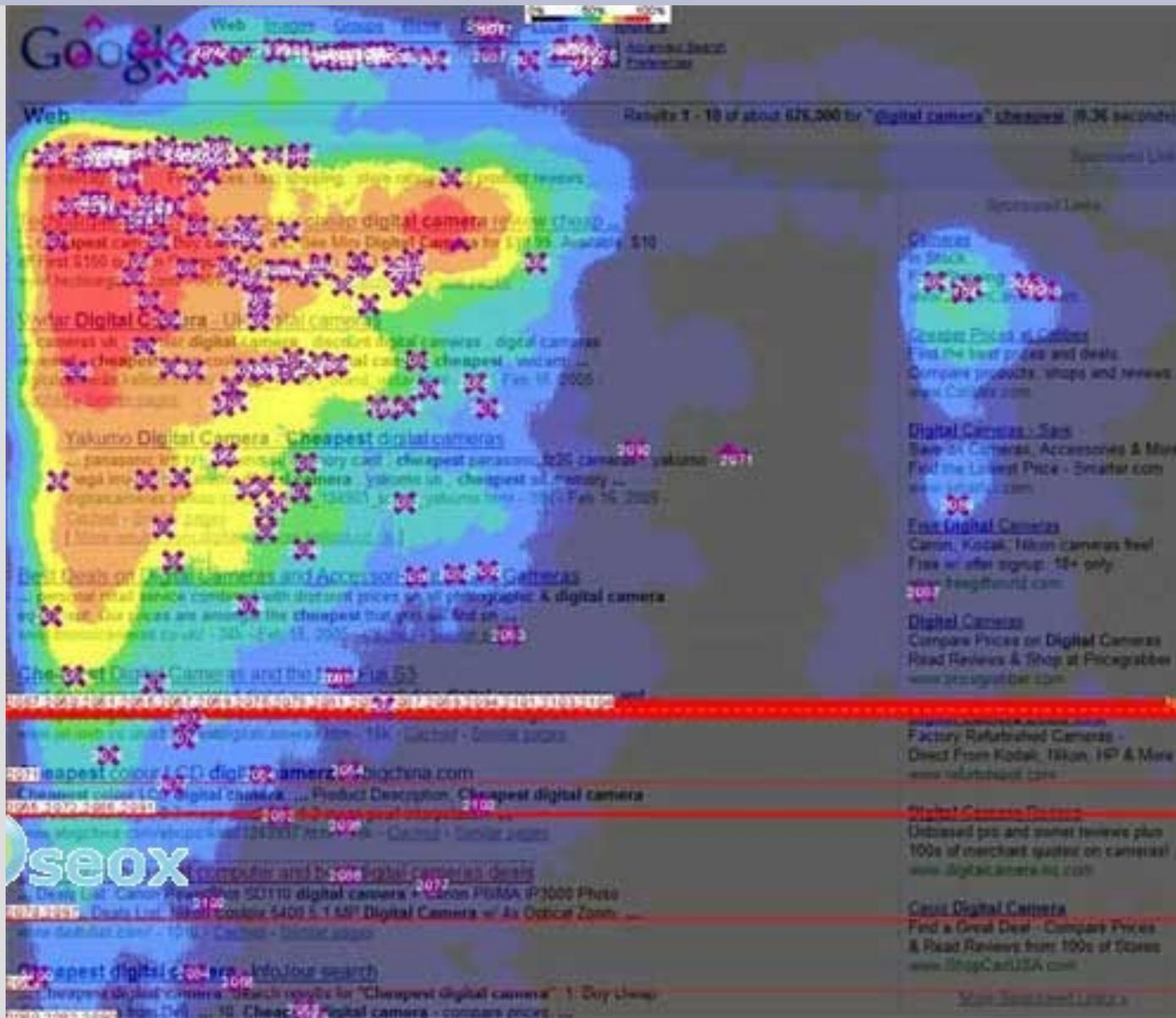
Ces mots clés seront sélectionnés en fonction de l'activité de la société ainsi qu'en fonction du trafic potentiel. Un mot clé trop spécifique n'apportera pas assez de trafic et un mot clé trop générique apportera un grand volume de trafic non qualifié.

Le triangle d'or

les cinq premiers résultats recueillent encore 43,4% des clics. En d'autres termes, près d'un internaute sur deux clique sur un résultat classé dans le TOP 5 de Google

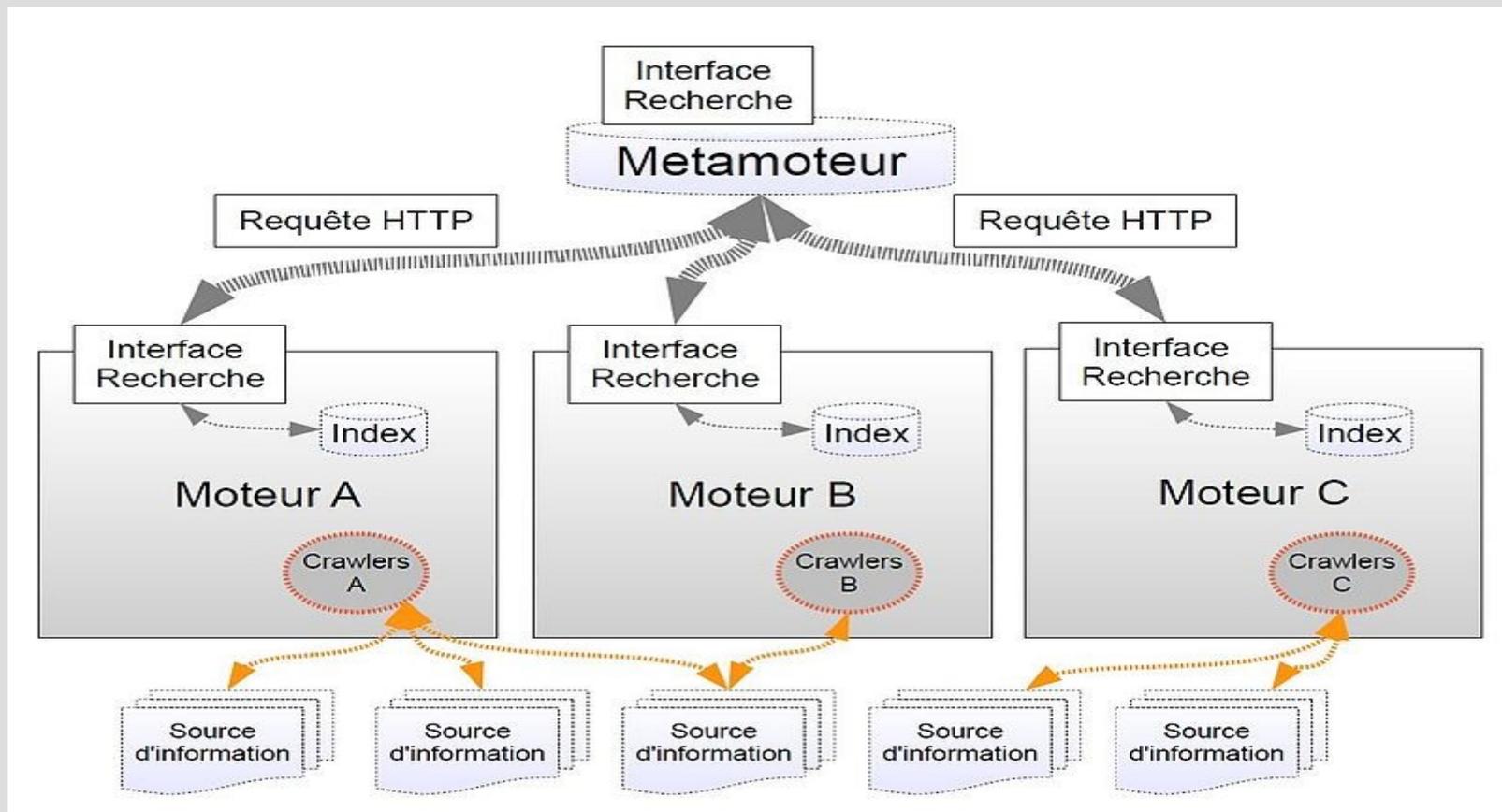
Google SERP Position	Slingshot SEO (January – June 2011)
1	18.2%
2	10.1%
3	7.2%
4	4.8%
5	3.1%
6	2.8%
7	1.9%
8	1.8%
9	1.5%
10	1.0%

Eye tracking



Les méta moteurs

Le métamoteur est un moteur de recherche qui affiche les résultats de plusieurs moteurs de recherche. Ex : www.seek.fr www.seek.fr



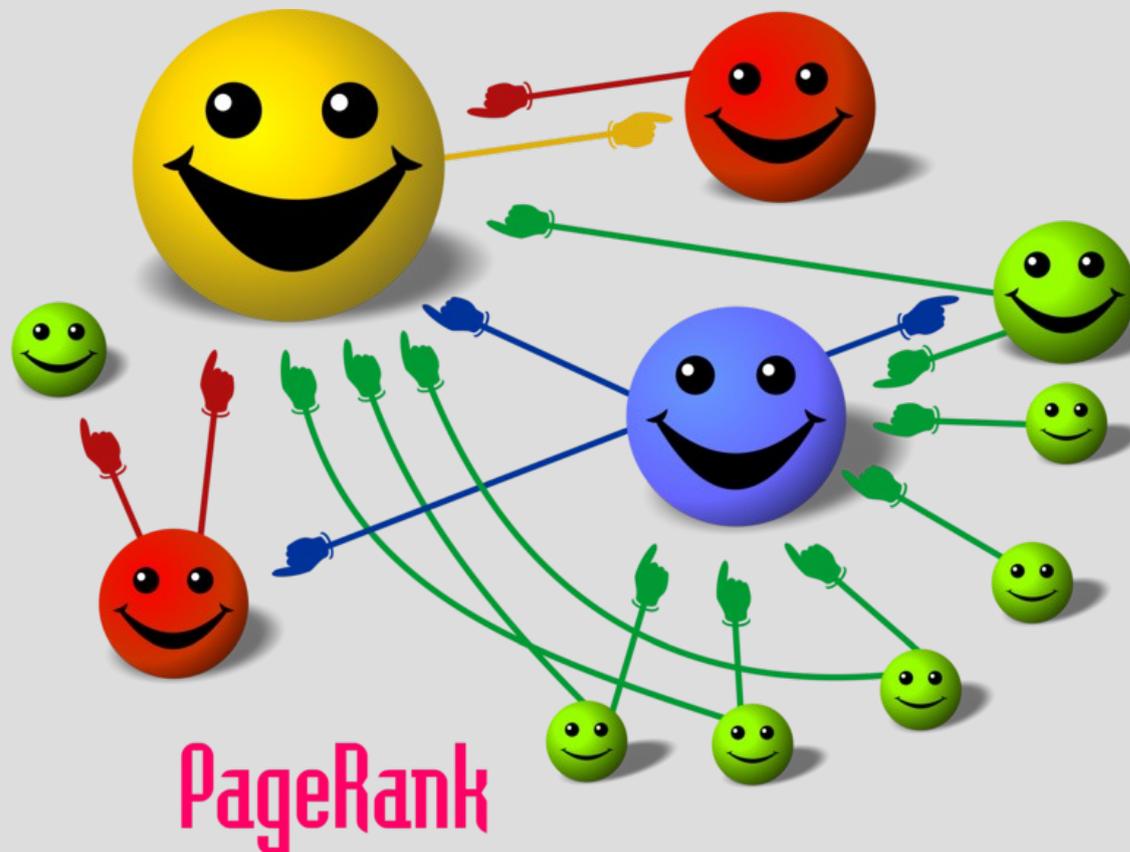
Le PageRank

Le PageRank ou PR est l'algorithme d'analyse des liens concourant au système de classement des pages Web utilisé par le moteur de recherche Google pour déterminer l'ordre dans les résultats de recherche qu'il fournit.

De nos jours le PageRank ne fournit qu'un indice parmi tant d'autres dans l'algorithme qui permet de classer les pages du Web dans les résultats de recherche de Google.

Le PageRank illustration

Le PageRank d'une page a tendance à être d'autant plus élevé que la somme des PageRanks des pages qui pointent vers elle est élevée.



Mots clefs

Recherche de mots clefs

https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer?__u=10

Tendances de recherche

<http://www.google.com/insights/search/?hl=fr>

Les outils d'analyses

Outiref

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

Analyze

<http://alyze.info/>

Woorank

<http://www.woorank.com>

Google Analytics

<http://www.google.com/analytics/>

Optimiser une page 1/2

- Visiteurs
- Contenu
- Optimisation interne
 - Analyse de la page
url, titre, Metas, balises de niveau, Images, Ratio text/code, Frame, Flash
 - Analyse intérieur (titre, description, ratio texte/code)
 - Conformité du site
redirection www, robots.txt, sitemaps, langue, doctype, encodage, validité W3C etc...

Optimiser une page 2/2

- Optimisation externe
 - Popularité (backlinks, liens .edu, liens .gouv)
 - Répertoires (DMOZ, Yahoo ! Directory)
 - Médias sociaux (Delicious, Digg, Twitter Wikipedia, flux)
- Usabilité (niveau de lisibilité, favicon)
- Serveur (temps de chargement, Localisation, gzip, navigation sécurisée)

Google Analytics

<http://www.google.com/analytics/>

Références

Référencement

<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=fr&answer=35769>

<http://fr.wikipedia.org/wiki/R%C3%A9f%C3%A9rencement>

<http://adscriptum.blogspot.com/2006/04/optimisation-du-positionnement-dans.html>

<http://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9tamoteur>

popularité des termes de recherche

<http://www.google.com/insights/search/?hl=fr>

Recherche de mots clefs

https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer?__u=1000000000&__c=1000000000&ideaRequestType=KEYWORD

Annuaire

<http://www.dmoz.org>

<http://dir.yahoo.com/>

WEBCMS

<http://www.webcms.lu>

<http://iae.webcms.lu>