

# Les clés du référencement sur Internet

## Table des matières

Les clés du référencement sur Internet .....	1
Qu'est ce que le référencement.....	2
Le référencement naturel .....	2
Définition.....	2
Une stratégie développée dès la conception du site .....	2
Définir des Mots ou Expression Clés.....	2
Un contenu texte et image riche et élaboré en fonction des expressions clés .....	3
Un site conçu et maintenu proprement .....	3
Un code bien optimisé .....	3
Un maillage des liens internes efficaces .....	4
Le référencement sponsorisé – partenariat .....	4
Les annuaires .....	4
Politique de partenariats .....	5
Publier des contenus sur des plateformes populaires .....	5
Des contenus accessibles à tous.....	5
S'engager sur les réseaux sociaux .....	5
Optimiser son site pour Google .....	5
Sources .....	6

## Qu'est ce que le référencement

Très largement, le référencement d'un site Internet renvoie aux **moyens qu'ont les internautes de le trouver**, soit par les moteurs de recherche, soit par des liens. Un site bien référencé sera donc **plus facilement accessible aux internautes** qui recherchent de l'information en rapport avec ce site.

Le référencement d'un site Internet s'articule par la mise en place des deux stratégies distinctes et complémentaires : le **référencement naturel** (ou organique) et le **référencement sponsorisés** (souvent payants).

## Le référencement naturel

### Définition

Le référencement naturel passe par **une phase d'indexation** (prise en compte) du site par les outils de recherche (parfois après inscription), puis par **une phase de positionnement** de ces sites dans les résultats naturels des outils de recherche lors d'une recherche faite par les internautes. On fait ainsi la **distinction entre référencement** (être présent dans une base de données) **et positionnement** (y être visible).

### Une stratégie développée dès la conception du site

Le référencement d'un site web doit être **une des premières étapes** par lesquelles vous passez lors de la création de votre site.

Vous devez **penser stratégiquement** aux questions suivantes : pour qui est fait ce site ? Que vont y trouver les internautes ? Comment vont-ils le trouver ? ...

Autant de questions qui vous permettront de commencer à structurer le site et à mettre en place un début d'**arborescence logique de navigation**.

### Définir des Mots ou Expression Clés

Les mots-clés sont les mots ou expressions permettant de **représenter votre site web**, votre activité, ce que les internautes doivent en connaître. "vêtement", "prêt-à-porter"... ou encore "vente vêtement", "prêt-à-porter Angers"...

Ils sont spécifiquement destinés aux moteurs de recherche. Il est préférable qu'ils ne soient **pas trop concurrentiels** au début pour obtenir assez vite avec des **positionnements visibles** (sortir sur "vente vêtement" plutôt que sur " vente vêtement").

La question d'ajouter ou non la localisation devra se poser si votre activité est liée à un lieu ou non.

Ces expressions clés devront être bien définies et **pensées de sorte que les internautes soient en mesure de les taper** dans un moteur de recherche. "Vente vêtement Angers" sera plus stratégique que "nous vendons tout ce qu'il vous faut de la tête au pied" !

## Un contenu texte et image riche et élaboré en fonction des expressions clés

La première chose à soigner, et certainement la plus importante pour qu'un site fasse de l'audience, est **la qualité du contenu**. Les internautes qui auront été captivés par les informations que vous leur donnerez **n'hésiteront pas à parler de votre site**.

D'autre part, les **moteurs de recherche prennent en compte le temps passé** par les visiteurs sur votre site. Ainsi, en proposant un contenu intéressant on génère à la fois de la prescription et une meilleure indexation.

De la même façon que le texte doit être intéressant et accrocheur, il **ne doit pas être une liste de mots ou expression clés**. Il doit être construit en fonction de la stratégie de référencement et en découler le plus "naturellement" possible !

L'insertion d'**une image, si elle apporte une meilleure lisibilité à la page**, devra toujours être réalisée de manière à **intégrer une description** de ce qu'elle représente : utilisation d'un texte alternatif.

## Un site conçu et maintenu proprement

En dehors du travail "linguistique", aux **respectes des règles d'orthographe et de grammaire**, il faudra veiller à ce que votre site soit bien conçu, que **le code soit le plus "propre" possible** et que des erreurs ne s'y trouvent pas :

-  balises html non fermées
-  surcharge de code inutile
-  css non exploité
-  ...

Les moteurs de recherche ont tendance à mal interpréter ces pages, voir à les bannir de leurs résultats.

La longueur de chargement du site, des images, des animations se révèle être un critère prépondérant lors de l'évaluation d'un site. **Les sites longs à charger ne donneront pas une bonne image** du site aux internautes comme aux moteurs de recherche.

## Un code bien optimisé

Le code, sous la forme de balises html, est conçu pour **structurer le contenu des pages** d'un site : entête, menu, titre, paragraphe, etc. ... C'est grâce à ce code que **les robots de moteurs de recherche vont identifier les zones** de la page qui se rapporte à la présentation du site et celles qui concerne le contenu réel de la page.

Il va également leur permettre de comprendre **la hiérarchie des informations contenues dans la page** et ainsi donner plus d'importance à certaines phrases : Titre, sous-titre, etc. ...

Il sera donc indispensable d'**adapter la présentation des textes** en fonction de l'importance que l'on souhaitera donner à certaines expressions.

Certaines balises invisibles permettent également de renseigner votre navigateur en lui précisant certaines informations supplémentaires :

-  **Title** : Titre de la page qui apparaîtra sur les onglets de votre navigateur ainsi que les titres des résultats de moteur de recherche.
-  **Description** : Texte de résumé du contenu de la page qui apparaîtra par défaut dans les résultats des moteurs de recherche.
-  **Keywords** : liste des mots ou expressions clés se rapportant au contenu de la page. *(attention, cette balise est maintenant ignorée par la plupart de moteur de recherche à cause de son utilisation trop souvent abusive)*

## Un maillage des liens internes efficaces

Le "maillage" interne du site est très important également : les liens vers les autres pages du même site doivent exister aux bons emplacements et être cohérents. **Cela servira aux internautes pour naviguer aisément et ne pas se retrouver dans une impasse** et alimenter les statistiques de rebond.

Ils seront également **indispensables aux moteurs de recherche pour indexer toutes les pages** du site web.

### Plan du site

Pour optimiser les liens entre les différentes pages de votre site, un plan du site (ou sitemap) **réunit les adresses url de toutes les pages du site**. Il doit être positionné à la racine de votre site pour faciliter le travail des robots des moteurs de recherche en leur **détaillant la hiérarchie des pages**.

## Le référencement sponsorisé – partenariat

Une fois le site réalisé et en ligne au public, il est nécessaire de développer une politique partenariale qui permettra de **faire pointer des liens vers ses pages**.

Bien entendu, il est conseillé d'**apporter le plus grand soin au choix des sites partenaires**. La production et la mise en ligne de contenus à valeur ajoutée sur un site facilitera cette démarche.

## Les annuaires

Il existe un grand nombre d'annuaires spécialisés sur un thème ou généralistes. Pour se faire référencer dans les annuaires on peut choisir deux stratégies :

### Stratégie qualitative

**On sélectionne scrupuleusement les annuaires pertinents** par rapport à la thématique du site à référencer et à leurs Page Rank (le Page Rank est l'indice de popularité attribué à un site par Google). Cela permet d'augmenter son propre Page Rank et de drainer vers son site une audience réellement intéressée par son contenu. En revanche, cela n'offrira qu'un nombre limité de liens retours et de visites.

### Stratégie quantitative

On cherche à **se faire référencer par le plus grand nombre d'annuaires possible**. Cela peut être très long à faire manuellement mais des robots existent bien que leur efficacité soit

limitée. On obtiendra un grand nombre de liens retours et de visites mais de piètre qualité et pouvant faire baisser votre Page Rank.

### **Politique de partenariats**

Il s'agit de **faire directement des demandes d'échange de liens** aux webmasters d'autres sites. Cela a pour effet à la fois de rediriger directement des visiteurs vers votre site et d'améliorer votre indexation dans les moteurs de recherche.

**Créer des partenariats entre sites au contenu proche ou complémentaire peut s'avérer redoutable.**

Par exemple, un blog sur la diététique a tout intérêt à créer des partenariats avec des blogs sur le sport ou des marchands de produits alimentaires biologiques. Cela crée un mini réseau qui se renvoie les visites d'internautes aux centres d'intérêts proches.

### **Publier des contenus sur des plateformes populaires**

#### **Des contenus accessibles à tous**

Si un site contient des visuels, des vidéos, il peut être intéressant de les mettre en ligne sur des sites comme Flickr, Picasa, Dailymotion, You Tube... Ces sites proposent souvent de créer des pages dédiés à votre activité qui regrouperont l'ensemble de ces contenus.

En intégrant de liens à ces pages, leur audience aura un effet bénéfique sur la popularité du site principal.

#### **S'engager sur les réseaux sociaux**

Tenir un blog et s'engager auprès de la blogosphère, maintenir une page facebook ou twitter son encore de **bons moyens d'améliorer votre popularité.**

La réalisation d'un blog en parallèle de votre site peut vous apporter de très nombreux avantages :

-  Positionnement sur de nouveaux mots clés
-  Acquisition de liens entrants
-  Renforcement de votre image
-  Amélioration du référencement de votre site principal (en faisant judicieusement les bons liens (ancres) aux bons endroits (thématique et emplacement))
-  Mise en valeur de votre site principal
-  Apport d'informations gratuites : Les commentaires de vos visiteurs

### **Optimiser son site pour Google**

S'il n'est pas seul sur le marché des moteurs de recherche, **Google en est l'acteur principal.** Ainsi, avoir un site Internet bien référencé par Google est un atout majeur pour sa fréquentation.

Il convient pour cela de bien comprendre comment fonctionne le robot d'indexation. Il serait trop long d'expliquer ici en détail les moyens de positionner son site en première page de Google. Référencement est désormais un métier à part entière. Toutefois, la documentation en ligne à ce sujet est abondante.

On notera qu'inscrire son site au programme [Google Webmaster Tools](#) peut être fort instructif. Le géant du Web met en effet à la disposition des propriétaires de sites Web **des outils statistiques très pointus** permettant d'affiner son contenu et de référencer aux mieux ses différentes pages.

### Sources

[Inside Référencement](#), [commentcamarche.net](#), [portail-des-pme.fr](#), [wikipedia](#), [axe-net](#)