

19 techniques pour optimiser le référencement de votre site Internet sur Google



Sommaire

Introduction	p4
Quels sont les objectifs de votre site ?	p5
Comment choisir les mots-clés à optimiser ?	p6
Le référencement « onpage »	p10
Comment optimiser une balise « title »	p11
Comment optimiser la balise meta « description »	p13
Pourquoi la balise meta keywords est inutile	p15
A quoi servent les balises de titre h1 à H6	p16
Comment mettre en place un maillage interne efficace	p17
L'url rewriting à quoi ça sert?	p19
Le Netlinking: Kezako?	p21
Les annuaires ont-ils un intérêt pour le référencement ?	p24
Où obtenir les meilleurs liens ?	p26
Les digg-likes	p26
Les communiqués de presse	p27
Les réseaux sociaux	p28
Les plateformes d'hébergement de Vidéos	p28
Les Blogs	p29
Pourquoi je dois constamment suivre le positionnement de mon site sur Google Analytics ?	p31

Que faire avec une erreur 404 ? **p32**

Conclusion **p33**

Introduction

Bonjour et bienvenue.

Si vous êtes arrivé ici c'est certainement que, malgré vos efforts, votre site n'obtient pas le trafic qu'il mérite.

Rassurez-vous, vous n'êtes pas seul dans ce cas mais la bonne nouvelle c'est que je vais vous aider à trouver une solution.

Comme vous, lorsque j'ai monté mes premiers sites, je ne parvenais pas à les positionner en première page de Google. Conséquence ? Je passais à côté de 50% de mon trafic potentiel.

J'ai acheté des dizaines d'e-books, passé des heures et des heures sur des forums, perdu des jours entiers à inscrire mon site dans des annuaires, j'ai même investi 2000€ dans une formation de 2 jours. Tout ça pour rien, ou presque. Je ne parvenais toujours pas à positionner mon site en première page de Google.

Puis un jour, lors d'un séminaire sur le e-marketing, j'ai fait une rencontre qui a radicalement changé ma manière de voir les choses. Depuis ce jour, (il y a 3 ans), j'ai testé des dizaines de techniques d'optimisation, acheté des centaines de noms de domaines et, surtout, j'ai tout noté et tout analysé afin de créer ma propre méthode de référencement.

Dans cette e-book, je vous dévoile quelques une des techniques qui vous permettront d'optimiser le référencement de votre site sur Google.

Bonne lecture.

Ludovic

Quels sont les objectifs de votre site ?

Lorsqu'on souhaite optimiser le référencement d'un site pour Google, la première étape est de **définir quels sont les objectifs du site** :

- ✓ Vendre des produits sur internet ?
- ✓ Générer des prospects ?
- ✓ Faire de l'affiliation ?
- ✓ Récupérer des adresses e-mails ?
- ✓ Faire un maximum de trafic pour vendre des emplacements publicitaires ?

Il faut aussi **définir la(les) cible(s) du site**, pour déterminer les requêtes que les internautes vont saisir sur Google. Est-ce que la cible cherche de l'information gratuite, une formation, des avis de consommateurs, des conseils personnalisés ? Etc.

Tous ces éléments peuvent vous sembler logique dit comme ça, mais je peux vous assurer que très peu de personnes valident cette étape. Elle est pourtant déterminante dans le **processus d'optimisation de votre site**.

Si vous tournez en rond et ne parvenez pas à identifier les objectifs et la cible de votre site, je vous conseille d'interroger votre entourage et d'analyser les sites de vos concurrents, aussi bien sur le marché francophone qu'anglophone.

Une fois les objectifs et la cible définis, nous allons commencer à réfléchir aux mots-clés sur lesquels nous voulons optimiser notre site. Et, comme vous allez le constater, c'est plus facile à dire qu'à faire !

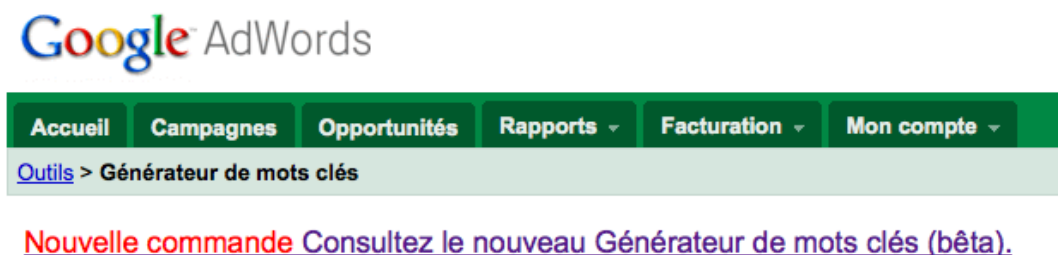
Comment choisir les mots-clés à optimiser ?

Tout comme pour une campagne de liens sponsorisés de type Google AdWords, la **constitution d'une liste de mots-clés** est la colonne vertébrale de votre référencement. Si vous échouez dans cette étape en choisissant de mauvais mots-clés, vous n'attirez pas le trafic désiré.

Mais alors comment choisir ces fameux mots-clés ?

1 . Rendez vous sur l'outil de suggestion de mots-clés de Google et saisissez des mots-clés:

La première étape pour choisir vos mots-clés est de vous rendre sur l'outil [Keyword tool external](#). Si vous possédez un compte Google AdWords, connectez-vous, puis cliquez sur l'onglet opportunité/générateur de mot-clé/ et cliquez sur le lien tout en haut:



Saisissez ensuite quelques mots ou expressions liés à votre niche.

19 Techniques pour optimiser le référencement de votre site sur Google

Trouver des mots clés

Aidez-vous de l'un ou des deux champs ci-dessous :

Mot ou expression (un par ligne) Site Web Recherche

[Options avancées](#) Zones géographiques : France Langues : Français

Contient		Idées de mots clés				
Trier : Ordre alpha Le plus de recherches		Ajouter des mots clés Télécharger				
Tous		Mot clé	Concurrence	Recherches mensuelles globales	Recherches mensuelles locales	Tendances des recherches locales
<input type="checkbox"/> Tous		<input type="checkbox"/> formation référencement		9 900	8 100	
<input checked="" type="checkbox"/> formation référencement (6)		<input type="checkbox"/> formation référencement internet		170	-	-
<input checked="" type="checkbox"/> référencement (8)		<input type="checkbox"/> formation référencement google		3 600	-	-
<input checked="" type="checkbox"/> Termes divers (1)		<input type="checkbox"/> formation référencement naturel		140	-	-
Types de correspondance		<input type="checkbox"/> formation référencement web		46	-	-
<input checked="" type="checkbox"/> Large		<input type="checkbox"/> devenir webmaster		1 900	1 300	
<input type="checkbox"/> [Exact]						
<input type="checkbox"/> "Expression"						

Vous pouvez aussi aller voir les mots-clés dans les titres de vos concurrents.

2. Affinez votre recherche:

Vous pouvez trier les mots-clés par volume de recherche Globales ou locales. Je vous conseille d'utiliser le tri par recherche globales. Sélectionnez ensuite les mots-clés pertinents pour votre thème et notez-les dans un bloc-note, en indiquant à côté le volume de recherche ainsi que le nombre de pages que google renvoie pour cette requête.

3. Divisez le volume de recherche moyen par le nombre de résultats renvoyés par Google.

Ce chiffre vous permet de savoir s'il est possible ou pas de référencer votre site sur un mot-clé. Plus le chiffre est élevé, **plus grandes seront vos chances de bien positionner votre site sur un mot-clé donné.**

Exemple: pour les termes formation référencement, Google m'affiche plus de 10 millions de pages et le générateur de Google Adwords m'indique que le volume de recherche mensuel global est de 9900.

formation référencement 9 900

Résultats 1 à 10 sur un total d'environ 10 300 000 pour formation référencement

Si je divise, 9900 par 10 300 000, j'obtiens un chiffre de : 0,00096 ce qui signifie qu'il ne me sera pas impossible de référencer mon site sur ce mot-clé,

mais ce sera vraiment dur et ça me prendra des mois, voir des années.

Les expressions qui convertissent:

Pour trouver des expressions qui convertissent, la première chose à faire est de vous mettre à la place des internautes et de s'imaginer ce qu'ils pourraient saisir dans Google pour arriver sur votre site.

En effet, un internaute passera plus facilement à l'action si il est dans une **recherche active**, comme dans l'exemple: « achat iphone 3GS».

Les requêtes qui représentent une volonté d'action de la part de l'internaute sont donc plus à même de convertir : « je veux maigrir», « comment faire ... », « achat iphone pas cher » ... bref vous voyez le concept ?

Comme nous l'avons vu précédemment, Google Adwords vous permet presque à coup sûr de trouver des requêtes qui convertissent. Cela demande un petit investissement de l'ordre de 50€, mais ça en vaut la peine. Dans vos campagnes AdWords vous pouvez éditer un « **rapport sur les requêtes de recherche** » et ainsi obtenir toutes les **requêtes** saisies par les internautes qui ont converti, pour peu que vous suiviez vos conversions.

De cette manière, vous obtiendrez la liste des mots-clés **qui convertissent bien** et vous pourrez les optimiser pour le référencement de votre site.

Évaluer la concurrence d'un mot-clé:

Tout d'abord, je tiens à mettre les choses au point: **le nombre de résultats ne signifie absolument rien!** Ce n'est pas cet indicateur qu'il faut regarder pour définir la concurrence sur une requête. Voici ce qu'il faut analyser:

- ✓ **les liens sponsorisés**: si vous remarquez des annonces AdWords avec fond jaune au dessus des résultats naturels, que la partie droite est remplie d'annonces et que vous apercevez « Liens commerciaux supplémentaires » pour voir les pages suivantes de publicité... Ca va être très compliqué, cela signifie que la concurrence est très rude sur Adwords et, par conséquent, elle le sera sûrement pour le référencement naturel.
- ✓ **les résultats naturels**: lorsque vous faites une recherche sur Google, le mot-clé que vous avez saisi est affiché en gras si il est présent dans le titre, la description et/ou l'URL d'un résultat. Donc, plus vous voyez de **gras** dans une page de résultat, plus les sites présents sont optimisés pour ce mot-clé et plus il sera difficile de se positionner.

Le référencement « onpage »

L'optimisation on-page regroupe l'ensemble des techniques à mettre en oeuvre sur votre propre site (le travail ne dépend que de vous). Il s'agit donc des techniques les plus *faciles* à mettre en oeuvre. Lorsqu'on débute en référencement, on a tendance à croire que les techniques on-page sont suffisantes pour positionner son site en première page de Google. Sur des mots-clés peu concurrentiels, le on-page suffit à obtenir un bon positionnement, mais quand la concurrence est rude, l'optimisation on-page ne suffit pas. Nous y reviendrons plus tard.

Entrons dans le vif du sujet et voyons comment optimiser votre site en interne. Plusieurs éléments doivent être pris en compte:

- ✓ Votre nom de domaine
- ✓ Balise Titre
- ✓ Balise description
- ✓ Url rewriting si votre site est dynamique
- ✓ Balises H1, H2...pour structurer le contenu de votre site
- ✓ Optimisation des images du site
- ✓ Maillage interne (ou netlinking interne)
- ✓ etc.

Chacun de ces éléments doit être optimisé au mieux.

Pour ce qui est du nom de domaine, je ne vais pas rentrer dans les détails. Je tiens simplement à vous dire qu'un bon nom de domaine doit contenir vos mots-clés principaux (ceux sur lesquels vous souhaitez positionner votre site).

Exemple: pour référencer un site sur des cours de guitare, je vais acheter un nom de domaine comme cours-guitare.fr ou apprendre-guitare.fr par exemple.

Malheureusement, nous sommes en 2010 et bon nombre de noms de domaines sont déjà pris. Si vous êtes face à ce problème, tout n'est pas perdu puisque vous pouvez utiliser des sous-domaines.

Exemple: si le nom de domaine apprendre-guitare.fr est déjà pris, vous pouvez acheter un autre nom de domaine ne contenant pas de mots-clés. Puis, vous allez créer des sous-domaines ce qui pourra donner quelque chose comme: apprendre-guitare.votre-domaine.com

Comment optimiser une balise « title »

La balise **title** est un élément très important lors de l'optimisation d'un site pour le référencement. En effet, c'est cette balise que les internautes verront en premier dans les résultats des moteurs de recherche.

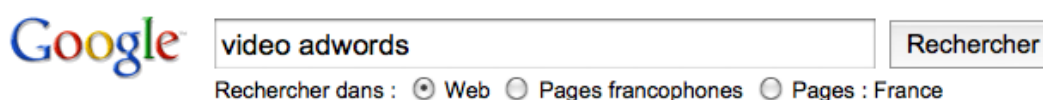
Ce tag doit être placé à l'intérieur de la balise <head>, juste après sa déclaration.

Idéalement, il est vivement recommandé de créer une balise Title unique pour chaque page de votre site.

Exemple avec la balise title de la page d'accueil du site video-adwords.biz:

```
<head>  
  <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="ROR" href="ror.xml" />  
<meta name="google-site-verification" content="aQwh60LGsskxALaILheKIOXvPd4ViKRVQlutn4IMeI8" />  
  <title>Video AdWords : apprendre Google adwords, conseils adwords, formation Google adwords</title>
```

Si la page web apparaît dans les résultats de recherche, c'est le contenu du Title qui est le plus mis en avant aux internautes. Lorsqu'un internaute saisit video adwords, dans Google:



voilà ce qu'il voit apparaître: la page d'accueil avec la balise title en première ligne:

[Video AdWords : apprendre Google adwords, conseils adwords ...](#)
La formation Google **AdWords** en vidéo vous apprend à créer des campagnes **AdWords** rentables. Cette formation **AdWords** vous dévoilera aussi comment optimiser ...
www.video-adwords.biz/ - [En cache](#) - [Pages similaires](#) - [Commentaires](#) [Partager](#) [Fermer](#)

Comment optimiser vos balises Title :

- ✓ Décrivez précisément le contenu de vos pages : choisissez un Title qui décrit au mieux le thème principal de votre page.
- ✓ Rédigez un Title unique pour chaque page de votre site.
- ✓ Avoir un Title descriptif : il doit être à la fois court et explicatif. S'il est trop long, Google n'en montrera qu'une partie seulement dans les résultats de recherche.

Erreurs A éviter :

- ✓ Choisir un Title qui ne soit pas ou pas suffisamment en rapport avec le thème de la page.
- ✓ Utiliser un unique Title par défaut, comme "Sans_Titre" ou "index".
- ✓ Utiliser un même Title pour toutes les pages.
- ✓ Rédiger un Title trop long et inutile pour l'internaute.
- ✓ Abuser de mots-clés.

Comment optimiser la balise meta description

Dans une page web, la balise Meta Description permet au moteur de recherche de récupérer un résumé du contenu de la page. Alors que le Title se définit en quelques mots, la Meta Description peut apparaître sous la forme d'une ou deux phrases, voire d'un court paragraphe. Tout comme le Title, la Meta Description est située à l'intérieur de la balise <head>, mais cette fois-ci juste après le Title.

Exemple: le début de la balise description du site video adwords.

```
<head>
  <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="ROR" href="ror.xml" />
  <meta name="google-site-verification" content="aQwh60LGsskxALaILheKIOXvPd4ViKRVQltn4IMeI8" />
  <title>Video AdWords : apprendre Google adwords, conseils adwords, formation Google adwords</title>
  <meta name="Description" content="La formation Google AdWords en vidéo vous apprend à créer des campagnes AdWords rentables.
```

La balise Meta Description reste un élément important car Google peut l'utiliser dans les snippets des résultats. Sans cette balise, Google est capable de récupérer une partie de votre contenu pour l'afficher dans le snippet mais la pertinence ne sera pas forcément aussi forte qu'une Meta Description rédigée par vos soins.

L'autre solution, souvent utilisée par Google, est de récupérer la description de votre site présente sur le site DMOZ (annuaire). Quoiqu'il en soit, l'ajout d'une Meta Description pour chacune des pages du site fait partie des bonnes pratiques en référencement et Google pourra à coup sûr trouver du contenu à mettre dans les snippets.

Le snippet apparaît juste en dessous du Title dans les résultats de recherche.

Video AdWords : apprendre Google adwords, conseils adwords ...
La formation Google **AdWords** en **vidéo** vous apprend à créer des campagnes **AdWords** rentables. Cette formation **AdWords** vous dévoilera aussi comment optimiser ...
www.video-adwords.biz/ - [En cache](#) - [Pages similaires](#) -   

Tout comme le Title, la balise description est aussi mise en gras si les mots-clés sont compris dans la requête de l'utilisateur. Cela vous permet d'optimiser le référencement de votre site, mais ça donne également des informations aux

internauts sur le futur site qu'ils s'apprêtent à visiter.

Quelques conseils pour la Meta Description :

- ✓ Rédigez un résumé pertinent de la page : trouvez le juste milieu pour plaire aux moteurs de recherche tout en donnant envie aux internautes de venir visiter votre site.
- ✓ Rédigez une Meta Description unique par page : le fait d'avoir une Meta Description propre à chacune de vos pages a un effet positif sur l'expérience utilisateur.

Erreurs A éviter :

- ✓ Rédiger une Meta Description sans rapport avec le contenu de la page.
- ✓ Rédiger une seule Meta Description pour l'ensemble des pages du site.
- ✓ Utiliser une Meta Description générique de type "bienvenue sur cette page"
- ✓ Remplir la Meta Description avec une liste de mots-clés.
- ✓ Copier/coller l'intégralité du contenu de la page dans la Meta Description.




Pourquoi la balise meta keywords est inutile ?

Longtemps considérée comme le meilleur moyen d'optimiser un site pour le référencement, la balise Keywords est aujourd'hui totalement inutile. Pourquoi ça ?

Tout d'abord parce qu'elle n'est pas visible dans les résultats des moteurs de recherche. En effet, lorsque vous saisissez une requête sur Google, seul les balises title et description sont visibles :

[Video AdWords : apprendre Google adwords, conseils adwords ...](#)

La formation Google **AdWords** en **vidéo** vous apprend à créer des campagnes **AdWords** rentables. Cette formation **AdWords** vous dévoilera aussi comment optimiser ...

www.video-adwords.biz/ - [En cache](#) - [Pages similaires](#) -   

En outre, les algorithmes des moteurs de recherches évoluent constamment. Il faut donc s'y adapter. En 2008, Matt Cutts, le responsable de l'algorithme de Google, a officiellement dit que la balise meta keywords n'avait et n'aurait aucun impact sur le référencement Google.

```
<!-- all in one seo pack 1.4.9 [308,430] -->  
<meta name="description" content="Je viens de découvrir une vidéo publiée par Loic Lemeur. Installé depuis deux ans à  
<meta name="keywords" content="loic lemeur,silicon valley,tendances twitter,twitter" />  
<link rel="canonical" href="http://www.media26.fr/twitter/video-loic-lemeur-tendances-de-la-silicon-valley/" />
```

Ce genre d'évolutions est fréquent en référencement. Il faudra donc vous tenir au courant des techniques d'optimisation acceptées par les moteurs de recherches.

A quoi servent les balises de titre h1 à H6 ?

Lorsque vous écrivez du contenu pour votre site web, il est de bon ton de structurer votre contenu en titres et paragraphes.

En langage html, des balises ont été prévues pour contenir des titres. Il s'agit des balises: <h1> <h2> <h3> <h4> <h5> <h6>

<h1> étant un titre de premier niveau, <h2> un titre de second niveau, <h3> un titre de troisième niveau etc... Ces balises vous servent donc à structurer votre page.

Le but de votre titre est d'annoncer le contenu de votre page.

C'est la raison pour laquelle il est conseillé de placer vos mots-clés principaux le plus haut possible dans vos pages web c'est-à-dire dans le titre et dans le premier paragraphe.

En général, j'utilise uniquement les balises <h1> et <h2> en veillant à écrire des titres contenant les mots-clés sur lesquels je souhaite positionner mon site.

Souvent, ils s'agit des même mots-clés que je place dans **les balises <title>** .

N.b: Les balises <h1>, <h2> etc. ne sont pas très esthétiques, surtout lorsqu'on est passionné de webdesign comme je le suis. Je vais donc les modifier à l'aide d'une feuille de style CSS.

Comment mettre en place un maillage interne efficace ?

Lorsqu'on souhaite optimiser un site pour le référencement, il est vital de mettre en place une stratégie de netlinking (maillage de lien). Mais cela ne concerne pas que l'obtention de liens externes. En effet, le maillage interne (les liens qui lient vos pages entre elles) est également très important.

Veillez donc à bien à lier vos pages entre elles en utilisant les ancres appropriées.

n.b: le texte cliquable d'un lien qui apparaît à l'écran s'appelle 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.

Gardez également à l'esprit que plus une page est importante, plus elle doit recevoir de liens des autres pages. Lorsque vous créez vos menus de navigation, réfléchissez bien aux pages sélectionnées ainsi qu'aux libellés, ceci aura une influence sur le référencement de tout votre site.

Un bon maillage interne améliorera le référencement de votre site tout en facilitant la navigation des internautes. De plus, si le travail est bien fait, les internautes passeront plus de temps sur votre site et découvriront certainement des pages qui les intéresseront plus que d'autres.

Lorsqu'un maillage interne est parfaitement réalisé, vous êtes celui qui guide l'internaute sur votre site et pas le contraire.

Voici quelques conseils pour réussir votre maillage interne:

- ✓ 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.

19 Techniques pour optimiser le référencement de votre site sur Google

- ✓ Créez des menus de navigation contenant des mots-clés.
- ✓ Créez une carte du site 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 des listes à puce de bons conseils. Chaque puce étant un lien contenant des mots-clés et renvoyant vers une page spécifique.
- ✓ 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.

L'url rewriting à quoi ça sert?

L'url rewriting est utilisée pour le référencement de sites web dynamique (sites e-commerce, forums etc.).

N.b: un site dynamique est un site dont les pages peuvent être générées automatiquement en piochant dans des bases de données selon la requête de l'internaute (c'est le cas des forums).

Les sites web dynamiques sont parfois des obstacles pour les moteurs de recherche. Certaines pages représentent un réel problème pour les robots des moteurs de recherche qui ne savent pas les lire. Parmi les solutions à disposition des référenceurs, celle de l'URL rewriting (ou « réécriture d'URL ») semble la plus efficace.

L'URL Rewriting (réécriture d'URL en bon français) est donc une technique utilisée pour optimiser le référencement des sites dynamiques (utilisant des pages dynamiques). Les pages dynamiques sont caractérisées par des URL complexes, comportant en général un point d'interrogation, éventuellement le caractère & ainsi que des noms de variables et des valeurs.

Exemple: `article.php?id=18&page=4&rubrique=3`

Dans cet exemple, le fichier `article.php` est utilisé pour afficher un article dont le texte vient d'une base de données. C'est un fichier générique, qui peut afficher n'importe quel article, de n'importe quelle rubrique, page par page. Ici on cherche à afficher la page 4 de l'article numéro 18 qui fait partie de la rubrique 3.

Le problème est que certains moteurs n'indexent pas les pages ayant des URL de ce type. Google par exemple n'indexe en général que les pages ayant au maximum 2 paramètres dans l'URL: il n'indexera donc probablement pas une page comme celle de notre exemple.

N.b: il est probable qu'avec les progrès de l'algorithme, Google soit capable d'indexer des URL avec de multiples caractères d'ici peu.

Grâce à l'URL Rewriting, Google ainsi que n'importe quel robot va pouvoir indexer les pages dynamiques. L'intérêt est, par exemple, d'avoir plusieurs milliers de pages de votre site indexées dans Google (le catalogue de tous vos produits, votre forum, etc.).

Comment mettre en place l'url rewriting sur un site dynamique ?

Les règles de réécriture d'url sont assez complexes à mettre en place lorsqu'on débute en référencement. Je vais donc vous en décrire le principe, mais je ne vais pas rentrer dans les détails. Nous y reviendrons lors d'un cas concret.

Si vous avez déjà un site dynamique en ligne, voici les étapes à suivre pour mettre en place la réécriture d'URL:

1. Vérifier que votre hébergeur permet l'utilisation de l'URL Rewriting.
2. Identifier les pages dynamiques dont l'URL comporte des paramètres, et choisir un nouveau schéma d'URL « propre ».
3. Ecrire les règles de réécriture dans le fichier .htaccess adéquat.
4. Changer tous les liens vers chaque fichier dont l'URL a changé.
5. Mettre à jour votre site et vérifier que tout fonctionne.

Oui je sais, ça semble vraiment compliqué (et je ne vais pas vous dire que c'est simple), mais avec quelques bases et un exemple concret, vous comprendrez mieux. Soyez patient, je vous en reparlerai bientôt.

Le Netlinking: Kezako?

Mettre en place une stratégie de netlinking est un élément déterminant dans la réussite de votre référencement. Nous avons déjà parlé des liens internes (maillage interne de votre site), voyons maintenant comment faire pour obtenir des liens provenant d'autres sites.

Avant de rentrer dans le vif du sujet, je tiens à vous préciser que les liens ont de l'importance seulement s'ils sont fait de manière naturelle (le contraire d'un échange de liens).

Voici donc comment mettre en place une stratégie de netlinking efficace.

Tout d'abord, parlons de **la source des liens**. Vos liens doivent provenir d'une très grande variété de sites:

- ✓ Des sites anciens et des récents.
- ✓ Des sites de notoriété très forte, moyenne et faible.
- ✓ Des sites étant exactement dans votre thématique (surtout) et (quelques) autres qui s'en éloignent.
- ✓ Des sites hébergés dans votre pays cible (surtout) et quelques autres ailleurs.
- ✓ Des sites dans votre langue cible (surtout) et quelques autres.
- ✓ Des annuaires, des réseaux sociaux, des blogs, des forums, des sites « traditionnels », des wikis, des commentaires, etc.

Les meilleurs liens que vous pouvez obtenir présentent les caractéristiques suivantes:

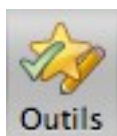
- ✓ Un Pagerank élevé
- ✓ Une thématique proche ou identique à la votre

Le Pagerank: c'est l'indice de popularité d'un site. Il est caractérisé par la petite barre verte accessible dans la barre d'outils Google:



Pour activer l'outil de Pagerank, il faut d'une part télécharger la barre d'outil Google: <http://www.google.com/intl/fr/toolbar/ff/index.html>

Mais aussi activer l'application Pagerank: au niveau de la barre d'outil, cliquez sur la clé anglaise pour modifier les options



puis cliquez sur outils
et enfin activez la fonction Pagerank

Parlons maintenant des **types de liens**:

Ils doivent être de types variés:

- ✓ non réciproques, réciproques, triangulaires, etc.
- ✓ follow et nofollow: attribut qui fait que les robots des moteurs vont suivre un lien ou non.
- ✓ des signatures de forums ou de commentaires.
- ✓ des liens intégrés dans des widgets.

- ✓ des liens venant d'agrégateurs RSS/Atom.

Jusque là, je pense que vous me suivez. Allons un peu plus loin et voyons la **situation d'un lien dans une page**:

Un lien est d'autant plus naturel qu'il est situé dans la zone de contenu utile d'une page, c'est-à-dire en dehors de tout l'habillage du contenu (logo, zones de navigation, entête et pied de page, marges).

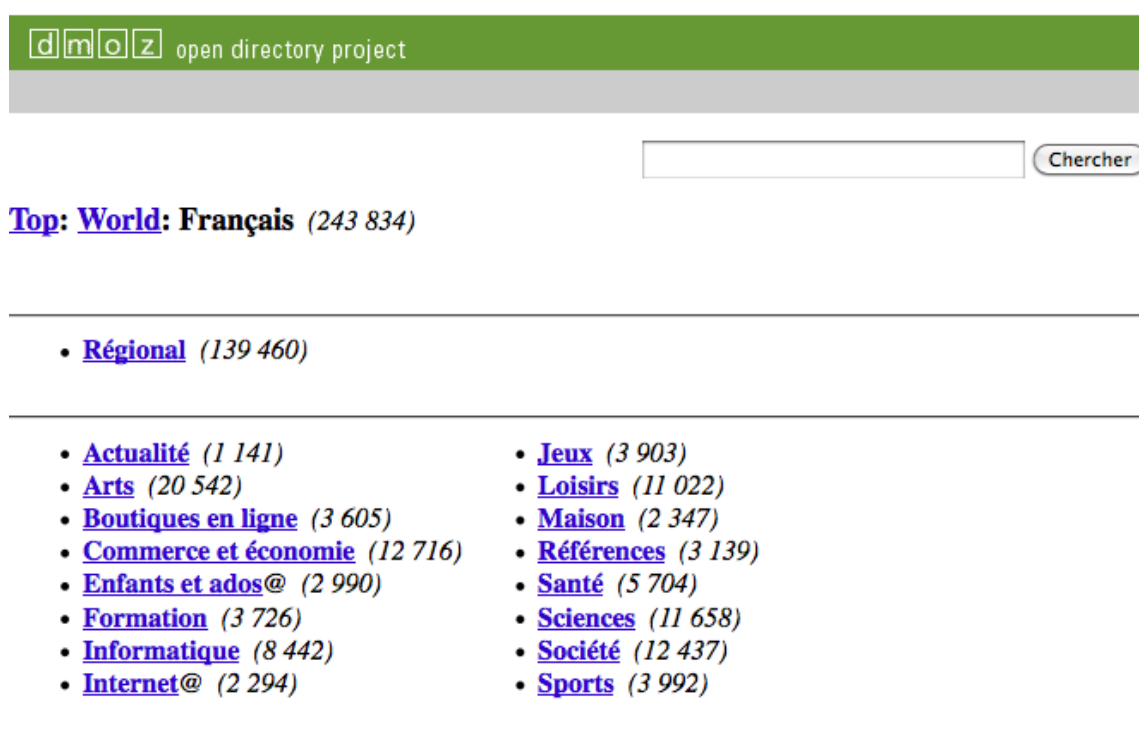
Un lien situé dans un bloc de liens précédé d'une mention du type «Partenaires», «Sponsors» ou autres «Nos annonceurs» risque d'être détecté facilement par les moteurs et dévalué ou ignoré (ou pire si Google estime qu'il y a eu commerce de liens...).

Idéalement, un bon lien sera donc situé dans un article.

Les annuaires ont-ils un intérêt pour le référencement ?

Parmi les outils de recherche historiquement les plus utilisés par les internautes, les annuaires ont longtemps occupé une place appréciable, et le plus connu d'entre eux est celui de dmoz disponible à cette adresse:

<http://www.dmoz.org/World/Fran%C3%A7ais/>



The screenshot shows the DMOZ Open Directory Project interface. At the top, there is a green header with the 'dmoz' logo and the text 'open directory project'. Below this is a search bar with a 'Chercher' button. The main content area displays search results for 'Français' (243 834). A horizontal line separates the main category from a sub-category 'Régional' (139 460). Another horizontal line follows, leading to a list of various categories with their respective counts:

- [Actualité](#) (1 141)
- [Arts](#) (20 542)
- [Boutiques en ligne](#) (3 605)
- [Commerce et économie](#) (12 716)
- [Enfants et ados@](#) (2 990)
- [Formation](#) (3 726)
- [Informatique](#) (8 442)
- [Internet@](#) (2 294)
- [Jeux](#) (3 903)
- [Loisirs](#) (11 022)
- [Maison](#) (2 347)
- [Références](#) (3 139)
- [Santé](#) (5 704)
- [Sciences](#) (11 658)
- [Société](#) (12 437)
- [Sports](#) (3 992)

L'autre grand nom des annuaires est le Yahoo directory: <http://dir.yahoo.com/>, mais contrairement à Dmoz, celui-ci est payant: 299\$/an.

Posséder un lien dans l'un de ces deux annuaires est une (quasi) garantie d'indexation car les deux sites possèdent un Pagerank (indice de popularité d'un site) très élevé. Ce qui veut dire que ces sites seront crawler/scanner régulièrement.

De plus, un lien émanant de l'un de ces sites vous permettra probablement de booster votre positionnement dans les résultats de recherches.

N.b: Indexer un site sous Dmoz n'est pas chose aisée et la validation de votre site peut prendre plusieurs mois tandis que la validation (positive ou négative) de votre site sous le Yahoo Directory prendra moins de 7 jours...à condition de payer les 299\$.

Je vous conseille également d'isoler les principaux annuaires de votre secteur en utilisant la commande ci-dessous:



Pour vérifier si un annuaire est pertinent:

- ✓ Vos concurrents doivent y être référencés.
- ✓ Le Pagerank des annuaires doit être minimum de 2.
- ✓ il doit traiter impérativement de votre thématique.
- ✓ Il doit proposer un lien « proposer un site »

Ne perdez pas votre temps à vous référencer sur tous les annuaires de votre thématique. Choisissez les 2 ou 3 qui vous apparaissent comme étant les plus pertinents.

Les annuaires sont surtout utiles lorsque votre site est très récent et que vous êtes en recherche de liens externes dans le but d'indexer votre site.

Où obtenir les meilleurs liens ?

Pour donner de la visibilité à votre site et optimiser son référencement dans les moteurs de recherche, il est nécessaire d'obtenir des liens.

Les digg-likes:

Comment ça marche ? Pour obtenir des liens depuis les digg-likes, il suffit de poster un lien vers votre site et de mettre un titre accrocheur. Il est aussi conseillé de mettre un titre différent de celui de votre site/blog. Essayez de rédiger une description la plus attirante possible. Veillez aussi à bien choisir la catégorie dans laquelle vous postez vos articles et, contrairement au référencement naturel, n'oubliez pas de saisir des mots-clés dans le champ prévu à cet effet, c'est vital.

Il faut bien entendu le répéter sur plusieurs dizaines de sites pour voir les effets.

Astuces : demandez à votre communauté de voter pour vous (prospects, clients, facebook, Twitter etc.). Vous pouvez également ajouter un bouton de vote sur votre site/blog pour que les internautes puissent directement noter vos articles.

Pour vous aider dans votre travail, voici une liste non exhaustive des meilleurs digg-likes francophones:

www.scopeo.fr : le N°1 des digg likes

www.wikio.fr : le N° 2 en France

www.tapemoi.com : l'ancêtre des digg likes !

www.fuzz.fr : N° 3 en France

reporter.fr.be.msn.com : rarement utilisé, mais générateur de visites

www.pioche.fr : des news de qualité

www.viadeo.com : le digg like du réseau social

tutmarks.com : le leader pour les tutoriels

blogasty.com : un digg like généraliste bien sympa !

enooorme.chauffeurdebuzz.com : le digg like people par excellence !
www.entrevue-web.fr : le N°1 des digg like people...

www.bluegger.com : des actus de qualité

www.gmiix.com : une sélection drastique

**www.conseilscreateur.com et www.entreprise-marketing.fr :
spécialisés en marketing et création d'entreprise.**

www.zataz.com : 100% geek, un trafic de qualité

www.diggons.com : le méta moteur de Digg likes

Les forums et sites de questions/réponses:

Le but est de se faire connaître auprès de populations ciblées, tout en bénéficiant d'un trafic important.

Les sites : Yahoo Questions Réponses, Forum-Marketing, Aufeminin.com, commentcamarche, doctissimo, Viadeo... à vous d'identifier quel est le forum le plus important dans votre thématique.

Source d'idée: la cartographie des forums
<http://www.ouinon.net/documents/carte-forums.pdf>

Comment ça marche : Des questions sont posées dans des thématiques, il suffit d'y répondre. Ce n'est donc pas bien compliqué, il suffit d'y accorder 30mn par jour.

Astuces :

- ✓ Ne pas faire d'auto-promotion à outrance.
- ✓ Apporter de vraies réponses aux questions posées.
- ✓ S'abonner aux flux RSS et les mettre dans son navigateur.
- ✓ Etre dans les premiers à répondre et apporter une réponse LONGUE pour faire plus professionnel...
- ✓ Sélectionnez les sujets auxquels vous allez répondre par nombre de vue. Plus il y aura de personnes intéressés par ce sujet, meilleurs sera votre visibilité.

Les réseaux sociaux:

Le but est de se créer une communauté qui va relayer les informations publiées sur votre site/blog.

Les sites : Facebook, Viadeo, LinkedIn, friendfeed.com sont les plus importants, mais il existe aussi MyblogLog.com et bien d'autres.

Comment ça marche ?

- ✓ Rajouter des amis (et surtout les amis de ses amis) sans faire une collectionniste aiguë, mais ajouter des amis ciblés. Le but est d'avoir une communauté importante, mais surtout ciblée et si possible influente.
- ✓ Créer un groupe thématique et intervenir dans les groupes ciblés.
- ✓ Utiliser les Q/R, les actualités... pour pousser ses liens.
- ✓ Mettre un badge sur son site avec un lien vers son profil pour faire grandir automatiquement sa communauté en attirant les personnes.
- ✓ Voir qui est passé sur son site via Facebook Connect, le Widget Viadeo... ce qui permet de faire du tracking ciblé.

Astuces :

- Ajoutez les personnes avec beaucoup d'amis, en particulier ceux qui sont des influenceurs.
- Recherchez les personnes via des mots clés.
- Ajoutez les personnes qui gèrent des groupes importants.
- Faites des relais entre les différents réseaux afin de re-publier automatiquement les liens du blog sur Facebook-Twitter...

Les plateformes d'hébergement de Vidéos:

Le but : Etre présent sur les plateformes de vidéos comme youtube & dailymotion en utilisant leur audience, et attirer les personnes réfractaires aux textes bruts.

Les principaux sites : Youtube & dailymotion

Pour diffuser vos vidéos, vous pouvez utiliser les plateformes suivantes:

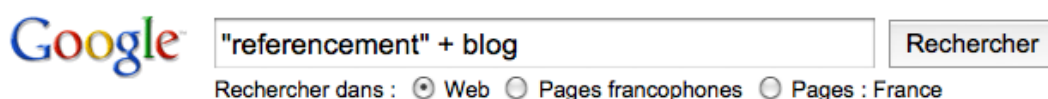
<http://www.youtube.com/>
<http://video.google.fr>

<http://www.dailymotion.com/fr/>
<http://video.yahoo.com/>
<http://one.revver.com/>
<http://www.metacafe.com/>
<http://www.veoh.com>
<http://www.wideo.fr/>
<http://www.stage6.com/>

Les Blogs:

Les blogs sont excellent moyen d'obtenir des liens vers votre site. Pour ce faire, il suffit de repérer des blogs de votre thématique sur Google.




Par exemple, si je cherche des blogs sur le référencement, je vais dans Google et je saisis mon mot-clé entre guillemet suivi du mot blog.



Instantanément, Google me donne une liste de Blogs sur le thème du référencement.




[Guide complet d'optimisation du référencement d'un blog](#)

Vous souhaitez améliorer le référencement de votre **blog** ? Ce guide est fait pour vous ! Vous y trouverez de nombreux conseils pour référencer un **blog**, ...

www.webrankinfo.com/dossiers/.../referencement-blog - En cache -   




[Referencement Blog](#)

Referencement Blog Blogasty Blogasty (DiggLike) · **Referencement Blog** Feedburner Feedburner (RSS) · **Referencement Blog** Technorati Technorati (moteur RSS) ...

www.referencement-blog.net/ - En cache - [Pages similaires](#) -   

[Referencement - Blog sur le référencement naturel et organique](#)




Blog de veille sur le référencement naturel et manuel pour positionner son site web sur les moteurs de recherche principaux (Google, Yahoo!, MSN)

www.perinard.com/ - En cache - [Pages similaires](#) -   

[Blog Référencement, E-commerce et Webmarketing. Blog](#)

Blog : Search Engine Marketing, Web Marketing et E-commerce. Les moteurs de recherche Google, Yahoo et MSN. **Blog** du Webmarketing, E-commerce et ...

www.outil-referencement.com/blog/index.php - Il y a 20 heures -

[En cache](#) - [Pages similaires](#) -   

Il me suffit de parcourir ces différents blogs et, si je remarque un article qui m'intéresse, je vais poster un commentaire avec un lien vers mon site.

Astuces:

- Ne pas faire d'auto-promotion
- Rédiger des messages utiles et pertinents
- Ne jamais parler de votre produit dans vos commentaires.
- N'oubliez pas que les commentaires doivent être validés par le webmaster du blog avant d'être publiés.
- Ne jamais publier uniquement pour le référencement. Il faut que votre intervention amène une valeur ajoutée pour que votre message soit accepté par le modérateur.

Pourquoi je dois constamment suivre le positionnement de mon site sur Google Analytics ?

L'optimisation du référencement d'un site Internet se fait dans la durée. Pour pouvoir mesurer les résultats de votre travail et continuer à optimiser votre site, je vous recommande vivement d'installer Google Analytics.

Il vous permettra de savoir:

- Quels sont les sources de trafic qui vous apportent le plus de visiteurs (Google, Yahoo, Bing, Facebook, Twitter, partenariats, blogs etc.)
- Quels mots-clés les internautes ont-ils saisi pour arriver sur votre site.
- Quelles sont les pages de votre site les plus visitées.
- La moyenne de page vue par visiteur
- le taux de rebond: % de visiteur à quitter votre site après lecture de la page. Plus il est élevé, plus c'est mauvais. Taux de rebond >à 50% = Page à travailler.

Toutes ces précieuses informations vont vous permettre d'orienter votre travail. Par exemple, vous serez en mesure de savoir quelle page de votre site est la plus consultée ce qui vous permettra de l'optimiser encore plus en augmentant le nombre de liens pointants vers elle.

Vous pourrez également passer plus de temps sur les sites de questions/réponses, si vous remarquez que ce sont eux qui vous apportent le plus de liens etc.

Enfin, vous serez en mesure de savoir quels mots-clés les internautes ont saisi pour atterrir sur votre site. Cela vous permettra de créer de nouvelles pages spécifiques à certains mots-clés ou encore d'optimiser vos pages existantes.

Que faire avec une erreur 404 ?

Quand un internaute arrive sur une page qui a été déplacée ou supprimée, il se retrouvera confronté à cette erreur.

Une erreur 404 peut survenir dans les cas suivants:

- ✓ les liens mis en place entre différentes pages sont erronés et mènent vers une page qui n'existe pas.
- ✓ La personne en charge du site a supprimé une page, sans supprimer le lien.
- ✓ l'internaute a tapé une mauvaise url dans la barre d'adresse.

Si c'est le cas, voilà ce que vous verrez à l'écran:



Quand un internaute arrive sur ce type de page, sa réaction peut être double:

- ✓ Soit, il clique sur page précédente et si c'est encore votre site c'est OK.
- ✓ Soit, il quitte votre site et là vous avez perdu.

L'idéal, est de personnaliser votre page d'erreur car:

- ✓ Cela fait plus professionnel: la méfiance de l'internaute vis à vis de votre site en sera diminué.

- ✓ Cela permet quelques fois de conserver l'internaute sur son site. Vous allez ainsi diminuer le taux de rebond.
- ✓ Cela confère plus de professionnalisme à votre site et lui donne un côté plus «corporate».

Une page 404 non personnalisée n'est pas un gage de crédibilité. En clair, vous n'aurez pas la confiance de l'internaute et celui-ci quittera probablement rapidement votre site.

Voilà à quoi peut ressembler une page d'erreur personnalisée:



impact sur le référencement

Une page 404 n'est pas appréciée par les moteurs de recherche. La popularité de votre ancienne page sera ainsi perdue. C'est donc à éviter autant que possible.

L'intérêt d'avoir une page 404 est, outre de rediriger l'internaute vers votre site, de renvoyer la popularité de la page 404 vers votre site.

En effet, les pages 404 étant elles aussi indexées, elles ont une popularité faible, mais existante. L'intérêt est, qu'en mettant un lien de la page 404 vers votre page d'accueil (par exemple), vous allez transmettre une petite partie de cette popularité. C'est ce que l'on appelle le Pagerank sculpting.

Conclusion

Vous connaissez maintenant les grandes optimisations d'un bon référencement. Cependant, le référencement est une technique en perpétuelle évolution. Par conséquent, les optimisations d'aujourd'hui ne seront pas forcément celles de demain. Il faut donc se tenir constamment au courant des évolutions du SEO.

Je vous conseille donc fortement de suivre les sites importants du SEO:

- <http://www.mattcutts.com/blog/> : le blog du gourou du référencement sur Google
- <http://www.seomoz.org/blog> : un très bon site anglophone

Tout ceci vous semble peut être un peu complexe. Vous allez prochainement recevoir des vidéos détaillés qui vous expliqueront pas à pas comment mettre tout ça en place.

Voilà, il ne me reste plus qu'à vous souhaitez un bon référencement!

Cordialement,

Ludovic