



Référencement: conseils et bonnes pratiques

Eric Sansonny – Dada.Pro

Salon des Entrepreneurs 2011



- Contrairement aux idées reçues, le référencement d'un site ne démarre pas une fois que le site est « Live », mais bien en amont du projet.
- Nous allons nous attacher à vous donner un certain nombre de conseils et pratiques afin que vous puissiez référencer votre site de manière optimale

Agenda

- Stratégie de domaines et sous-domaines
- Infrastructure et hébergement
- Travail sur le contenu du site
- L'animation du site
- Mise en place du Netlinking
- Outils de référencement externes
- Les erreurs à ne pas commettre





Stratégies de domaines et sous-domaines



Stratégies de domaine et sous-domaine

- Le nom de domaine tient une place très importante dans le référencement d'un site, et bien utilisé, il peut largement contribuer à son essor et une indexation optimale.
- Le nom de domaine doit être simple, mémorisable, pertinent et le plus court possible
- Dans le cas de noms composés, privilégier l'usage du « - » comme séparateur entre les mots. Idéalement, réserver les 2 noms de domaine avec et sans « - »
- Dans le cas d'un nom de société ou secteur commun, il peut être utile d'y adjoindre un qualificatif pertinent ou un secteur d'activité. Ex. www.restaurant-gallion.com



Stratégies de domaine et sous-domaine

- 2 axes de sélection du nom de domaine:
 - Image de marque -> utilisation de la raison sociale / marque
 - Positionnement sur un secteur -> utilisation de mots-clés dans le nom de domaine
- L'utilisation de différentes extensions pourra influencer grandement sur le référencement: un moteur national sera plus sensible aux sites dotés de l'extension géographique correspondante.
- Certaines extensions pourront aussi aider à positionner le site sur des thématiques précises. Ex. .mobi, .aero ...
- L'ancienneté du nom de domaine a aussi un impact sur le référencement, car une relation de confiance est déjà établie.



Stratégies de domaine et sous-domaine

- Eviter de donner des fausses pistes aux moteurs et ne communiquer qu'une seule adresse principale:
<http://monsite.com> ou <http://www.monsite.com>, mais pas les 2.
Pour éviter ce problème, mettre en place une redirection en mode 301 de l'un vers l'autre.
- Tout nom de domaine déposé doit être exploité et doit pointer vers une page de contenu spécifique et pertinente en fonction du domaine.
- Utiliser le potentiel du domaine en exploitant des sous-domaines, mieux notés que de simples pages de contenu, et dirigeant vers les grandes sections du site, voir contenus spécifiques.
Ex. produits.monsite.com, services.monsite.com,...





Infrastructures & Hébergement



Infrastructures et Hébergement

- La performance de l'hébergement a un impact direct sur le référencement d'un site au travers de différents facteurs:
 - Rapidité d'affichage des pages
 - Disponibilité du site
- En fonction de la langue et de l'extension du site, choisir un hébergement géolocalisé, à savoir situé dans le même pays que la majorité de ses visiteurs.
- Un autre facteur déterminant réside dans l'unicité du site sur internet. Sur une plateforme mutualisée, ce sont des dizaines, voire centaines de milliers de sites qui sont joignables par une seule et même adresse IP. Il faut donc se démarquer et si possible avoir une adresse IP unique associée au site en question.





Travail sur le contenu du site



Travail sur le contenu du site

- Le contenu d'un site, c'est sa richesse et sa vitrine vis-à-vis des moteurs et annuaires. L'optimiser, c'est directement influencer le référencement du site.
- Une des règles de base est le respect des normes de formatage et de structuration des contenus. Il faut donc suivre ces normes et ne pas s'en écarter, sans en abuser: balises de Titre <title>, <H1>, <H2>, <H3>...
- La manière dont est rédigée une page de contenu a aussi une grande influence sur le référencement du site. Dans les textes descriptifs, placer les mots importants en début et fin de texte, et enrichissez les en les plaçant en gras. Les liens contenus sur une page doivent être descriptifs et non figés (ex. cliquez ici)



Travail sur le contenu du site

- Un point sur lequel les moteurs sont particulièrement sensibles réside dans la fréquence de mise à jour du site. Au plus le site est mis à jour souvent et régulièrement, au plus les moteurs reviendront et vous feront gagner des places dans les résultats de recherche.
- Le langage HTML recèle de nombreuses fonctionnalités vous permettant de structurer et d'organiser vos pages de contenu, dont les balises Meta qui pour certaines sont d'une réelle aide au référencement:
 - Balise Meta Description: contenu repris par les moteurs dans l'affichage des résultats
 - Balise Meta Keywords: qualifie un contenu avec des mots-clés. Ne pas en mettre plus de 10.
 - Balise Meta Robots: signifie aux moteurs quelles restrictions d'indexations s'appliquent au contenu.



Travail sur le contenu du site

- Un site web dynamique, faisant appel à des bases de données voit la structure de ses URLs largement modifiée et rallongée. Il est donc parfois nécessaire de réécrire ces URLs « en dur » de sorte que chaque adresse de page soit plus facilement compréhensible par les moteurs et surtout mieux qualifiée, par la reprise des noms de section ou catégories du site.
- L'utilisation d'images est un élément cosmétique, mais qui peut se transformer en véritable aide au référencement lorsqu'il est bien exécuté. Chaque image doit avoir un véritable nom (ex. canne_a_peche.jpg) plutôt qu'un barbarisme (ex. DSC0258.jpg), et cela doit être complété par une balise « Alt » placée sur l'image et reprenant un texte intelligible (ex. canne à pêche anglaise Shimano)

Travail sur le contenu du site

- Très fréquemment on peut trouver des sites dont les pages ne comportent aucun titre ou du type « document sans titre ». Cet oubli peut être catastrophique d'un point de vue référencement. Il est donc important de bien nommer chaque page de son site, de manière pertinente, sans essayer d'y insérer des dizaines de mots-clés.
- De plus, chaque fichier (html, php, asp...) matérialisant une page du site doit lui aussi être nommé en proscrivant l'usage des espaces (ex. cannes_a_peche.php)
- Enfin, et particulièrement dans le cas d'une boutique en ligne, il est important de multiplier les types de descriptifs: courts, longs... que les moteurs pourront indexer et utiliser pour différents usages.



Travail sur le contenu du site

- Un site web peut rapidement comporter de très nombreuses pages et de nombreux contenus doivent alors être indexés par les moteurs. Autant faciliter leur travail en étant proactif et en soumettant un fichier normalisé (sitemap.xml) disposé à la racine du site et présentant l'ensemble des pages du site avec:
 - L'URL d'accès à chaque contenu
 - La date de dernière mise à jour
 - La fréquence de mise à jour
 - L'importance attribuée à l'URL
- Le même raisonnement s'applique aux utilisateurs du site web, et il est important de mettre à leur disposition un Plan de site, leur permettant de naviguer facilement dans l'ensemble des contenus proposés.



Travail sur le contenu du site

- Les erreurs d'affichage de type 404 (contenu introuvable) arrivent souvent sur un site. Il faut donc essayer de toujours avoir un contenu disponible, mais pas pour autant éradiquer le message d'erreur proprement dit. En effet, de nombreux sites redirigent automatiquement les pages 404 vers la page d'accueil du site, par défaut, ce que les moteurs n'apprécient pas. Il est néanmoins possible de personnaliser la page d'erreur 404 que les moteurs préféreront à une redirection.
- Travailler les liens externes est une chose, mais il faut aussi travailler ses liens internes entre les différentes pages du site: le maillage interne. Les liens doivent pertinents, accolés à de véritables expressions et non à « cliquez ici » ou « en savoir plus ». L'importance de certaines pages doit se refléter dans le nombre de liens internes pointant vers celles-ci.



L'animation du site



L'animation du site

- Le contenu d'un site, c'est sa richesse et sa vitrine vis-à-vis des moteurs et annuaires. L'optimiser, c'est directement influencer le référencement du site. L'optimisation passe aussi beaucoup par l'animation: ajouts et modifications régulières de contenus. Pages, catégories, animations commerciales, enquêtes, forums...
- Une manière de faire venir et revenir les visiteurs d'un site est de leur laisser la main et leur diffuser de l'information qu'ils choisiront de consulter, ou non. La mise à disposition de flux RSS est un moyen d'y parvenir.
- La mise en œuvre d'actions de marketing viral peut générer non seulement du trafic, mais aussi améliorer le référencement de part le nombre de liens entrants que cela peut générer.



L'animation du site

- Afin d'attirer du trafic ciblé rapidement, l'exploitation de liens sponsorisés peut être d'une aide précieuse. Le challenge réside alors dans la fidélisation de l'internaute attiré afin de le faire revenir. Les messages délivrés doivent être simples et dirigés vers des pages prévues à cette effet (landing pages), constamment adaptées et mises à jour.
- La mise en place de dispositifs périphériques de type Blog ou Forum sont un excellent moyen de dynamiser le référencement de grâce à la nature même de ceux-ci: contenu fréquemment publié et mis à jour, nombreux liens entrants et sortants, pertinence de contenu...
- Enfin, l'incontournable Twitter permet de stimuler les liens entrants et les partages de contenu.





Mise en place d'une nébuleuse



Mise en place du Netlinking

- Un site web ne vit pas en autarcie. Il a besoin que l'on parle de lui et de parler des autres. Il convient donc de mettre en place une stratégie relative aux liens entrants et sortants, qui aura une influence sur le référencement du site.
- La qualité du netlinking provient directement d'un équilibre fragile dicté par les moteurs de recherche en matière de diversité de liens entrants et sortants:
 - Taille, notoriété, ancienneté, localisation des sites référents ...
 - Thématiques, types de liens ...
- Les liens entrants doivent arriver sur un contenu précis et non sur la page d'accueil, et les liens sortants doivent être situés au cœur du contenu et non dans des zones périphériques et génériques.





Outils de référencement externes



Outils de référencement externes

- Google webmaster tools
 - Soumission sitemap.xml
 - balise de vérification
 - Tracking Analytics
 - Conseils
- Procédez à des soumissions manuelles régulières sur les moteurs et annuaires (Dmoz...) en respectant les critères de classification de chacun.
- De nombreux outils en ligne peuvent aider à construire et optimiser le référencement de son site.
Ex. <http://www.webrankinfo.com/outils/>





Les erreurs à ne pas commettre



Les erreurs à ne pas commettre

- Ne pas utiliser de textes ou liens cachés (blanc sur blanc) qui peuvent mener au blacklistage.
- Eviter le cloaking (présentation d'un contenu différent et adapté aux moteurs de recherche) ou les redirections trompeuses.
- Ne pas utiliser de requêtes automatiques vers les moteurs de recherche
- Eviter les contenus en double (Duplicate content) qui aura pour effet l'annulation de l'indexation de l'ensemble des contenus et pages identiques
- Mettre à jour régulièrement les liens sortants
- Ne pas utiliser de technologies difficilement indexables: Flash, Javascript
- Ne pas utiliser de noms de pages trop longs
- Éviter la sur-utilisation de mots-clés non pertinents





*Merci de votre
attention*

