

Les Enjeux du Référencement de Sites Internet

Un livre blanc réalisé par Benchmark Group pour Netbooster

Pourquoi un livre blanc sur le référencement de sites ?

Alors qu'au niveau mondial, on dénombre sur Internet 20 millions de sites Web¹, représentant environ 2,6 milliards de pages², être visible sur la toile représente dorénavant un véritable challenge. C'est également le cas pour ceux dont le site est uniquement en français, quand on sait qu'un outil de recherche comme Voila recense déjà plus de 10 millions de pages francophones !

Alors, quel rôle jouent les outils de recherche à côté des autres formes de promotion ? Comment les internautes les utilisent ? Quelles sont les limites d'un référencement automatique ? Quelles sont les réponses apportées par le référencement sur mesure ? Pourquoi recourir à un prestataire de services spécialisé ?

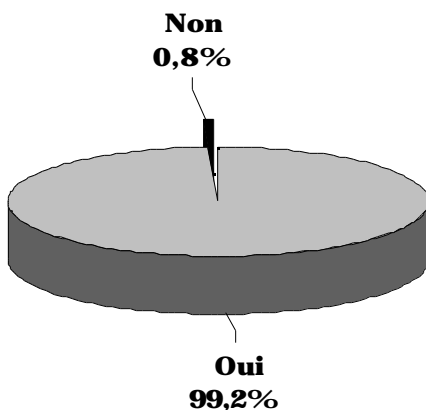
C'est à l'ensemble de ces questions que ce livre blanc apporte un éclairage.

Les outils de recherche : un rôle majeur dans la découverte de nouveaux sites

Face à l'explosion du volume d'information disponible sur le Net, la publicité sur médias classiques ou sur Internet connaît une très forte progression. Si de nombreux sites se sont, à juste titre, engagés dans cette voie, il convient néanmoins de ne pas occulter les enjeux associés au référencement.

En effet, 99,2% des internautes français utilisent les outils de recherche. C'est ce qui ressort d'une étude en ligne qu'a menée Benchmark Group en juillet-août 2000 auprès de 1 481 internautes.

Avez-vous recours aux outils de recherche pour trouver de nouveaux sites ?



Etude en ligne de Benchmark Group menée en juillet-août 2000 auprès de 1 481 internautes

¹ Source Netcraft

Comment les internautes utilisent les outils de recherche ?

La recherche par mots clés très largement utilisée

Il existe en théorie deux types d'outils de recherche. D'une part, les annuaires qui permettent une recherche par navigation dans des rubriques et sous-rubriques thématiques. D'autre part, les moteurs de recherche qui reposent sur un principe d'interrogation par mot clé. Dans la réalité, la majorité des outils de recherche combinent les deux approches (Yahoo, Voila, Altavista, Nomade...).

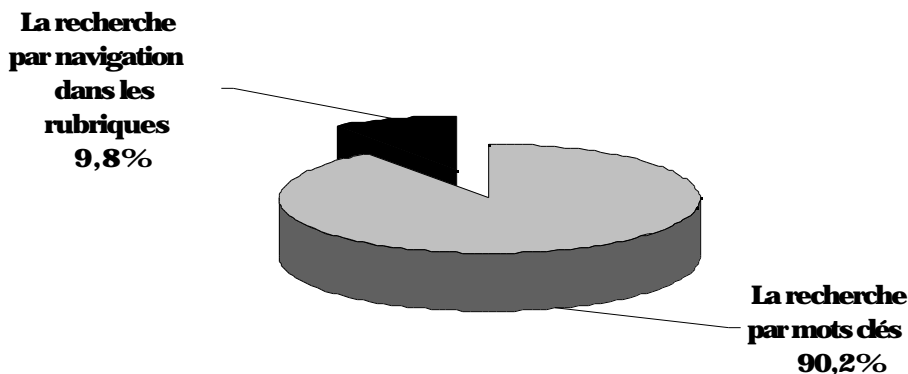
Or le mode d'utilisation des outils de recherche joue énormément sur la visibilité des sites Web.

En effet, dans les rubriques et sous-rubriques des annuaires, les sites sont classés par ordre alphabétique. Il est donc extrêmement difficile de garantir une meilleure visibilité de son site, si ce n'est en misant sur la qualité de son intitulé.

A l'opposé, les moteurs de recherche offrent une réelle marge de manœuvre puisque c'est le niveau d'adéquation entre le mot clé tapé et le contenu des sites conditionne l'ordre d'affichage sur les pages de réponses.

Or 90,2% des internautes privilégient la recherche par mot clé à la navigation par rubrique thématique. Une optimisation du référencement aura donc une incidence directe sur la visibilité de son site.

Lorsque vous utilisez un outil de recherche sur Internet, quelle méthode de recherche privilégiez-vous ?



Etude en ligne de Benchmark Group menée en juillet-août 2000 auprès de 1 481 internautes

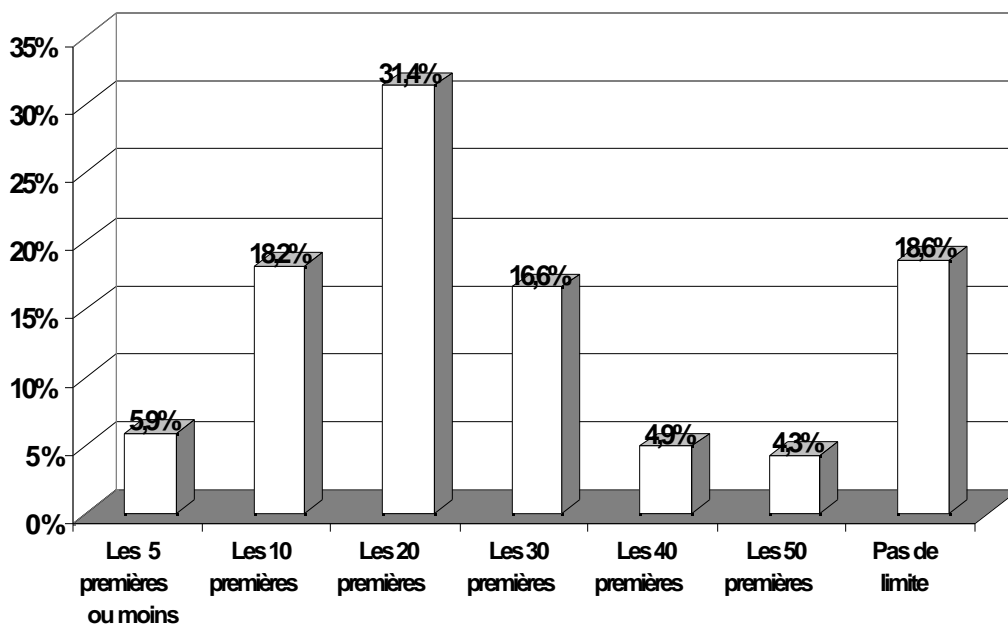
L'ordre d'apparition des sites dans les pages de réponses : un facteur clé de succès

Dans un contexte où la recherche par mot clé prédomine très largement, l'ordre d'apparition des sites dans les pages de réponses joue un rôle majeur.

En effet, plus de 70% des internautes ne vont pas au-delà des 30 premières réponses que proposent les moteurs de recherche suite à la saisie d'un mot clé.

Ainsi, un référencement n'est réellement efficace que s'il permet de faire apparaître le site sur la première, voire la deuxième page des moteurs qui comportent généralement entre 10 et 20 réponses chacun.

Après avoir tapé un mot clé pour une recherche, combien consultez-vous de réponses avant d'abandonner ?



Etude en ligne de Benchmark Group menée en juillet-août 2000 auprès de 1 481 internautes

En conclusion, les moteurs de recherche représentent une source de trafic considérable pour les sites. Cependant, l'utilisation qu'en font les internautes est très pénalisante pour les sites qui ne figurent pas, dès le départ, dans les réponses proposées par les moteurs. Dans ce contexte, le référencement revêt un caractère tout fait stratégique car c'est de sa qualité dont dépendra la visibilité d'un site.

Les limites de l'indexation automatique

Dans un contexte où l'enregistrement sur les outils de recherche est devenu incontournable, différentes solutions permettant l'automatisation de l'inscription d'une URL auprès de plusieurs centaines de moteurs de recherche dans le monde sont apparues sur le marché.

Il s'agit soit de logiciels spécialisés, soit de sites Web dédiés, qui remplissent la même fonction pour un coût souvent infime, voire gratuit pour certains.

Si ces solutions ont pour vocation de simplifier l'indexation, on ne peut logiquement leur demander d'être optimales.

- ✓ Ainsi, une indexation automatique se limite le plus souvent aux outils de recherche généralistes les plus fréquentés, où la concurrence est la plus forte. Ils occultent des outils de recherche thématiques, éventuellement plus en adéquation avec la cible visée par le site.
- ✓ Ensuite, un enregistrement automatique ne garantit pas que l'indexation a été faite avec succès. Or le taux de refus sur les outils de recherche est assez conséquent.
- ✓ De plus, ce mode d'enregistrement ne tient pas compte des spécificités relatives aux algorithmes de recherche de chaque moteur. Cela influe sur l'ordre d'apparition des sites dans les pages de résultats.
- ✓ Enfin, une indexation automatique, sans un travail préalable, peut conduire les moteurs à présenter une page isolée du site et, au pire, une frame sans menu ni bandeau associé.

L'enregistrement d'un site auprès des moteurs de recherche n'est qu'une étape du référencement. Automatiser l'indexation fera inéluctablement gagner du temps, mais se fera au détriment de la qualité. De plus, un tel procédé ne constitue en aucun cas une réponse globale à la problématique du référencement qui nécessite un travail complémentaire au niveau du choix des moteurs, de l'identification des mots clés et rubriques utilisés par les internautes, de l'optimisation du code des pages...

Les réponses apportées par le référencement sur mesure

Le référencement sur mesure, proposé par certains prestataires de services, repose sur une approche personnalisée en fonction des caractéristiques inhérentes à chaque site (cible, positionnement, contenu) et aux spécificités de chacun des moteurs de recherche et annuaires.

Le but poursuivi est **d'optimiser l'ordre d'apparition du site sur les pages de réponses des différents outils de recherche et de maximiser la qualité de son descriptif dans les annuaires afin de rendre le site le plus visible possible.**

Pour se faire, les spécialistes du référencement sur mesure font appel à une large palette de prestations qui s'inscrit dans une logique plus large que la simple indexation, puisqu'elle fait appel à une expertise en amont et en aval de l'enregistrement.

Ces offres se composent de 3 phases distinctes :

- ✓ L'analyse préalable ou audit
- ✓ L'optimisation de l'indexation
- ✓ Le suivi des résultats et la maintenance

L'analyse préalable

Cette phase se traduit par un travail important sur l'environnement concurrentiel, le contenu et le positionnement du site ainsi que le public ciblé. Elle est subdivisée en différentes étapes.

- ✓ **L'étude du positionnement du site et de la cible visée**

Que veut-on faire avec le site ? Quel type d'utilisateurs veut-on cerner ? Dans quel pays / régions veut-on se faire connaître ? Quelle stratégie Internet à moyen terme sur le site ?

- ✓ **L'étude des sites concurrents**

Qui sont les concurrents ? Quel est leur stratégie de référencement ? Est-elle efficace ? Sur quels moteurs/annuaires sont-ils présents ? Sur quelles pages sont-ils référencés ? Comment sont-ils positionnés ? Quels sont les mots-clés sur lesquels ils ont bâti leur référencement ?

- ✓ **La définition des objectifs et de la stratégie de référencement**

Sélection des moteurs et annuaires généralistes et thématiques les plus adaptés à l'orientation stratégique du site, c'est-à-dire au métier de l'entreprise, aux produits/services proposés sur le site et, évidemment, à la cible.

L'optimisation de l'indexation

Cette phase conduit à la sélection du jeu de mots clés pertinent pour rechercher le site, à la détermination du titre du site et sa description, à l'optimisation du code des pages et, enfin, à l'inscription manuelle sur les outils de recherche sélectionnés. Elle repose sur les étapes suivantes :

✓ La définition du jeu de mots clés / des rubriques

Réflexion préalable avec le client sur les mots-clés et rubriques qualifiant le mieux l'activité de l'entreprise pour la cible visée.

Analyse comportementale de la cible. La définition du jeu de mots-clés et des rubriques pertinentes peut également se fonder sur un test réalisé auprès d'un échantillon d'internautes.

Test des mots-clés et rubriques offrant la meilleure visibilité du site. L'utilisation de mots clés pertinents, mais communs, entraîne trop de réponses et le site se trouve noyé parmi une masse de concurrents. Il en va de même des rubriques surchargées sur certains annuaires. Il est alors nécessaire de tester les mots-clés pour retenir ceux qui offrent le meilleur positionnement sur la sélection de moteurs de recherche retenus, au même titre que les rubriques pour les annuaires.

✓ L'optimisation du site

Pour faciliter le référencement sur les différents outils de recherche, il est nécessaire d'optimiser le code de la page d'accueil, mais cela ne joue aucunement sur le contenu visible du site. Dans le cadre de missions s'effectuant avant la mise en ligne du site, cette optimisation porte également sur le choix de l'URL, des noms des fichiers et répertoires, des titres et des balises de pages.

✓ L'indexation

L'enregistrement se déroule de manière manuelle et spécifique aux outils de recherche retenus. Le renseignement de l'URL du site s'accompagne d'une liste de balises meta autour des mots clés et des pages qui conviennent le mieux à la logique de classement du moteur et, sur les annuaires, du titre, de la description du site et des rubriques et sous-rubriques dans lesquelles doit figurer le site.

Les opérations de suivi

Pour maintenir un référencement optimal, il est essentiel de mener des opérations de suivi conduisant à des actions correctrices. Les opérations de suivi donnent lieu à l'envoi de rapports de synthèse au client sur l'état du référencement de son site et des opérations réalisées dans les domaines suivants :

➤ **Suivi de l'inscription sur les outils de recherche**

Relances en direction des outils de recherche les moins prompts à indexer le site et ré inscriptions éventuelles sur les moteurs et annuaires ayant supprimé le site de leur base d'indexation après leurs opérations de maintenance.

➤ **Suivi de l'ordre d'affichage sur les moteurs de recherche**

Contrôle de l'ordre d'apparition sur les moteurs sur la base du jeu de mots clés sélectionné et ré ajustements éventuels.

➤ **Extension du référencement à de nouveaux moteurs de recherche ou annuaires**

➤ **Etude concurrentielle**

Informations sur les concurrents les plus menaçants en matière de référencement.

Ainsi, les spécialistes du référencement sur mesure mobilisent une large palette d'opérations. L'accent est porté sur la personnalisation des prestations en fonction des spécificités de chacun des sites et des caractéristiques inhérentes à chaque outil de recherche.

De plus, la majeure partie d'entre eux dispose d'une offre en direction des entreprises qui désirent faire référencer leur site à l'international.

Enfin, les spécialistes du référencement sur mesure s'astreignent à un engagement de résultats qui porte généralement sur le positionnement du site sur les moteurs de recherche. Cependant, cette garantie n'a de sens que si les clients utilisent leur prestataire pour des opérations de suivi permettant de rectifier régulièrement les déviations.

Pourquoi recourir à un prestataire spécialisé pour le référencement de son site ?

La récente étude qu'a menée Benchmark Group sur le référencement sur mesure a révélé que l'absence de compétences en interne représente le plus important facteur d'externalisation de la gestion du référencement à un prestataire de service. **Or l'embauche de personnel qualifié en la matière se heurte à deux obstacles majeurs : le coût et la charge de travail trop ponctuelle pour légitimer un poste à plein temps.**

Motivations des entreprises faisant appel à une société spécialisée dans le référencement « sur mesure »	
Absence de compétences en interne mais pas de budget pour une embauche	40%
Absence de compétences en interne mais travail trop ponctuel pour une embauche	46%
Impossibilité à trouver une personne compétente	3%
Pas embauche envisagée car profil de poste trop spécifique	11%

Source Benchmark Group « Le Guide du Référencement sur Mesure » édition 2000

Si certaines entreprises envisagent de réaliser en interne une gestion optimale de leur référencement, il convient de noter que cela nécessite une véritable spécialisation à plusieurs niveaux.

- **Au niveau de l'analyse** : pour notamment déterminer les mots clés et rubriques pertinentes susceptibles d'être utilisés par la cible d'internautes visée par le site.
- **Au niveau de la connaissance** : pour pouvoir sélectionner rapidement les outils de recherche clés, généralistes ou thématiques, en fonction du positionnement et de la cible visée par le site.
- **Au niveau technique** : pour optimiser le code des pages afin de faciliter la sélection du site par les algorithmes des différents moteurs de recherche. Il est indispensable de connaître le fonctionnement des outils de recherche et leur logique associée.
- **Au niveau de la réactivité** : pour rétablir rapidement le référencement du site et son positionnement à l'issue d'une éventuelle destruction au sein des bases de données des annuaires et moteurs de recherche. Dans ce domaine, les relations de professionnels à professionnels facilitent souvent les choses.
- **Au niveau du suivi** : pour contrôler régulièrement la position du site et procéder à une actualisation de l'indexation. Des relances sont effectuées pour aboutir à l'inscription sur les outils de recherche les moins réactifs et des rapports de synthèse sont rédigés fréquemment. En effet, un bon référencement n'est jamais acquis définitivement. Les moteurs et annuaires enregistrent continuellement de nouveaux sites ce qui perturbe les ordres d'affichage.