

# Cours de référencement : les fondamentaux

Mise à jour du 20 octobre 2017

## Rémi Bachelet

La dernière version de ce cours de [cours de référencement](#) est disponible sur mon site web.

Cette formation est également enregistrée [en vidéo](#)

Cours distribué sous licence **Creative Commons**, selon les conditions suivantes :



Source des images indiquées au-dessous ou en cliquant sur l'image



# La fréquentation d'un site : les fondamentaux

## 1. Les trois piliers du trafic

- Les accès directs
- Les moteurs de recherche
- Le netlinking

## 2. Les autres manières de capter du trafic

# Les trois piliers du trafic

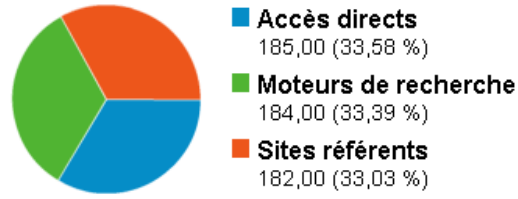


■ **Accès directs**  
185,00 (33,58 %)

■ **Moteurs de recherche**  
184,00 (33,39 %)

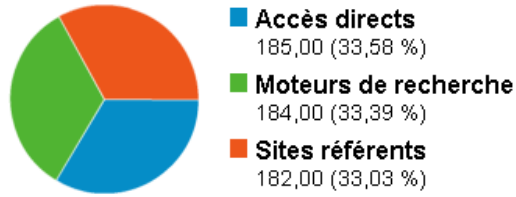
■ **Sites référents**  
182,00 (33,03 %)

(modulo les erreurs méthodologiques : cookie effacé, accès à partir d'une autre machine...)



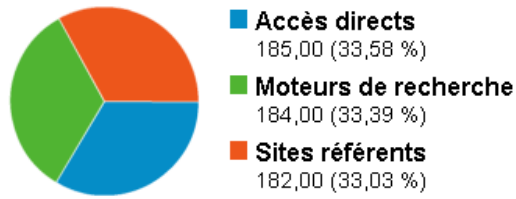
# 1/ Les accès directs

- Ceux qui mettent en marque-page votre site et y reviennent directement
  - Votre site fourni une réponse à leur besoin !
- Que faut-il analyser ?
  - Qui revient, selon quelle fréquence, quelles pages, quel CA...
  - But : comprendre qui sont ces « clients fidèles »



## 2/ Les moteurs de recherche

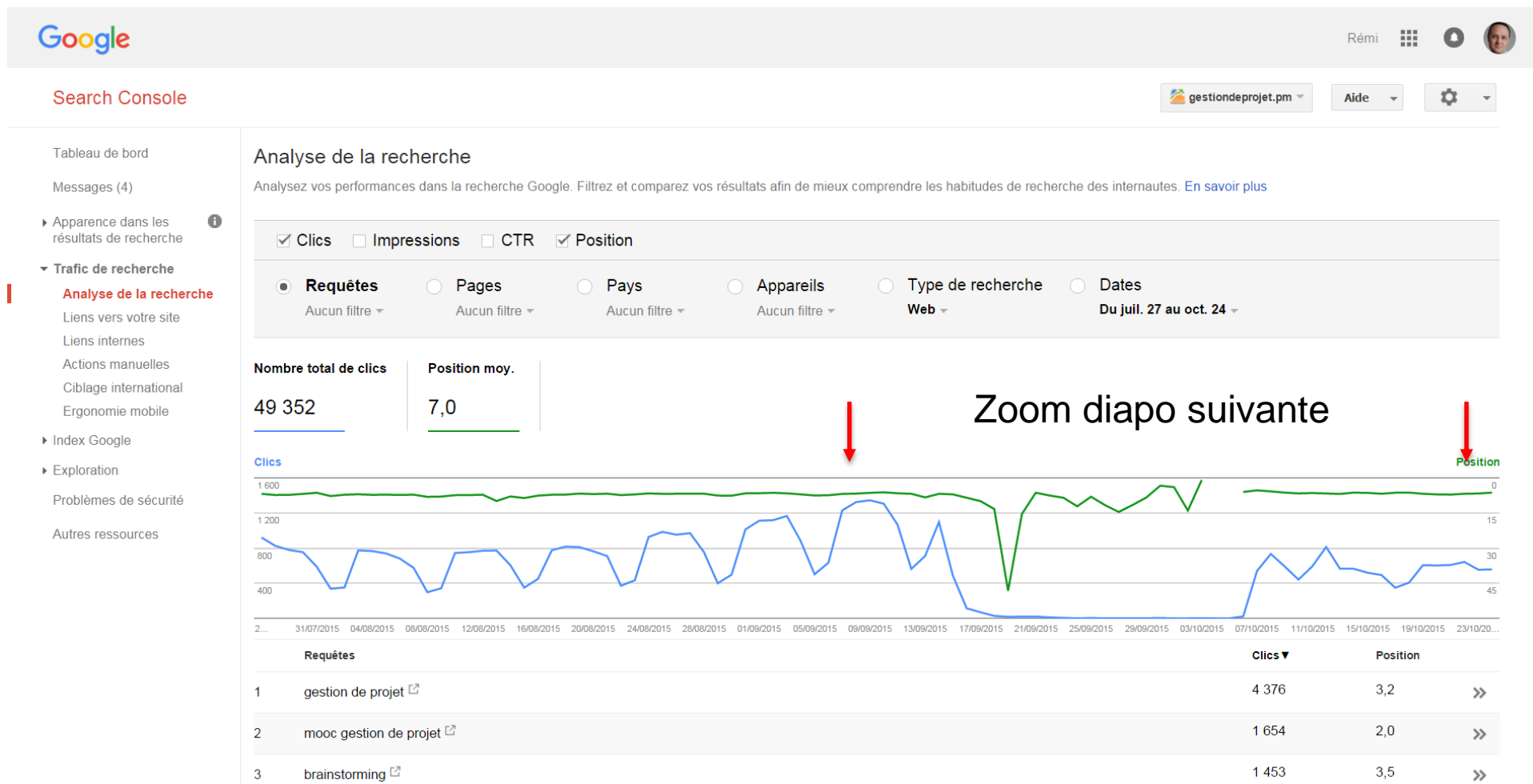
- Ce référencement naturel / organique ... est le but de cette formation
  - Votre site est bien référencé !
- .. Mais les moteurs de recherches apportent aussi du trafic via la pub
- Que faut-il analyser ?
  - Quels mots clés, taux de rebond, quelle fidélisation ensuite, première visite ?
  - **taux de transformation** = apport réel à l'objectif du site (cliquer sur des pubs, vendre, contribuer...)



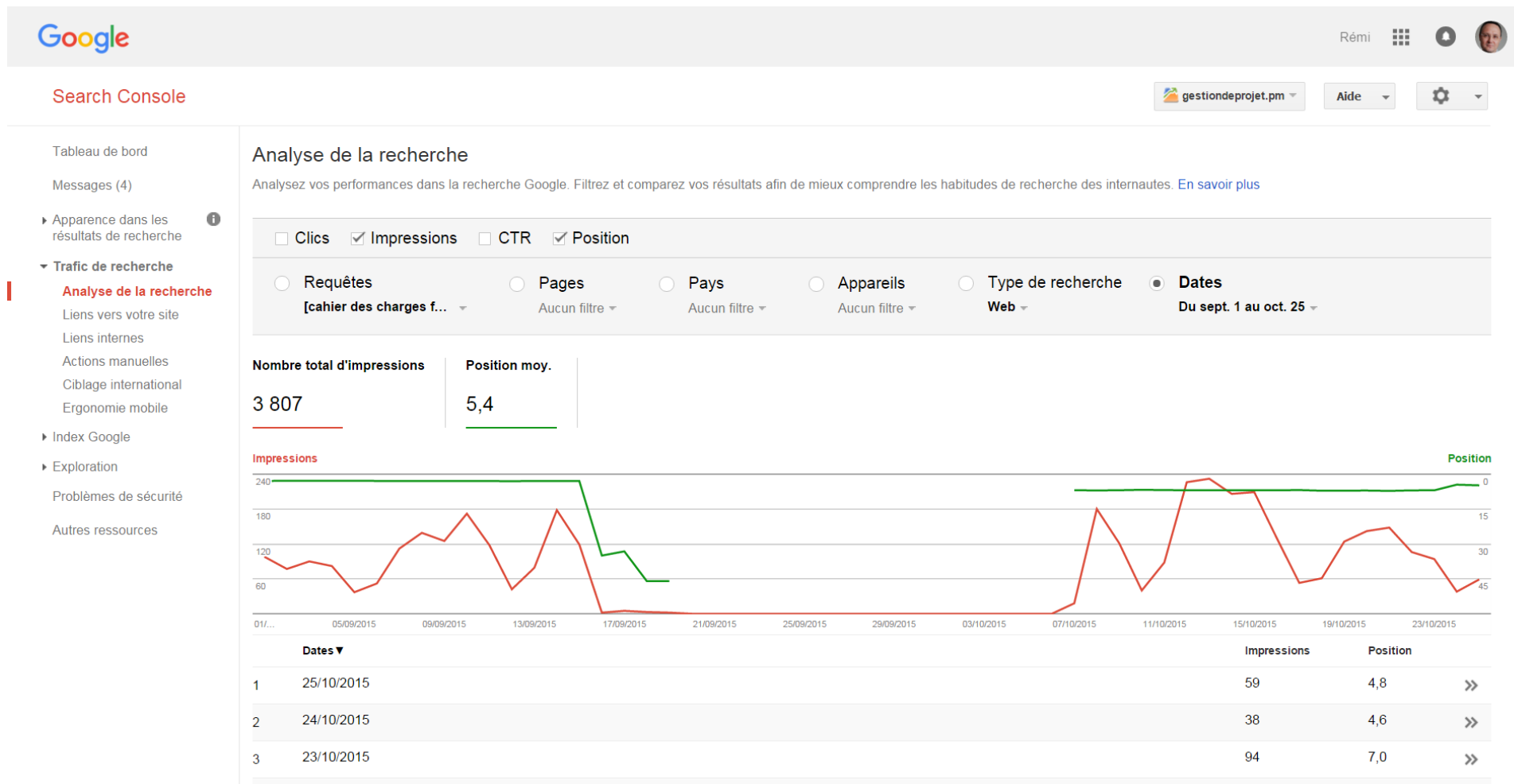
## 3/ Netlinking : Les sites référents

- Ces sites vous recommandent ...
  - Ou vous détestent, mais le résultat est le même...
  - Lien fort avec le ranking de votre site
    - Sauf si `rel=nofollow`
  - Il peut aussi s'agir des liens sponsorisés que vous achetez... (cf. chapitre 4 « Web Analytics et liens commerciaux »)
- Que faut-il analyser ?
  - Ranking et autres liens de la page qui vous « linke »
  - Raison de la citation, mots-clés des liens, CA apporté...

# Quand on passe un site en responsive



# Quand on passe un site en responsive





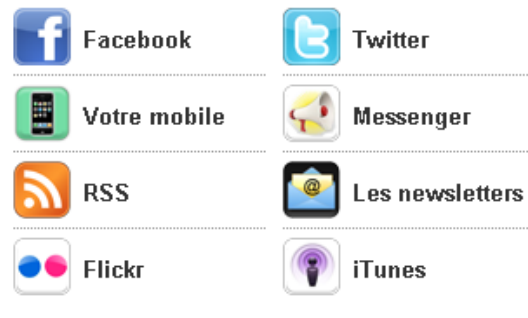
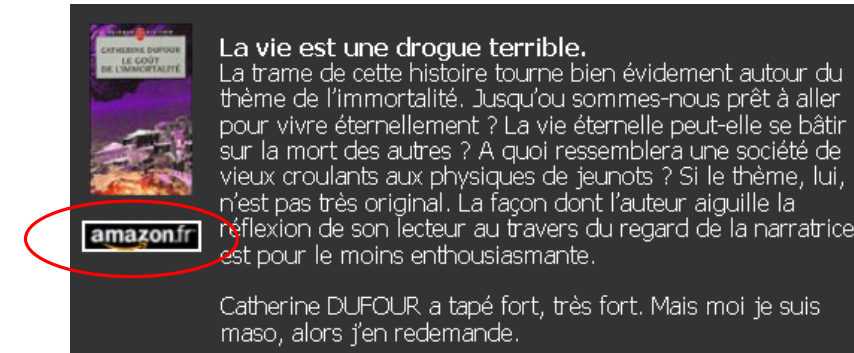
# Le référencement à l'international

- La présence à l'international demande :
  - Avant tout une réflexion sur un marché, une chaîne logistique, un environnement juridique ... différents
  - Un top level name (.fr, .de, .ru) TLD local peut être utile (Une déclaration idoine sous Google Outils pour les Webmasters est également utile, mais un site multilingue est à déconseiller).
  - Une vitesse de consultation adaptée (hébergement dans le pays ?).

# Autres manières de capter du trafic

Elles sont multiples..

- Campagnes Email
- Affiliation
  - Afficher des produits en échange d'une commission sur les ventes
- Cadeaux à des bloggeurs influents
- Comparateur / *Comparison Engine*
- Nouveaux vecteurs = réseaux sociaux, community management
  - Facebook
  - Twitter
  - ...



# Les thèmes et chapitres du cours

1. Origine du SEO, Google ... et ses concurrents
2. La fréquentation d'un site : les fondamentaux
3. Dans la peau d'un moteur de recherche : le PageRank
4. Web Analytics et liens commerciaux
5. Optimisation du référencement
  - “Onpage”
  - “Onsite”
  - “Offsite”
6. Trouver et optimiser les mots-clés
7. Méthodologie de référencement et avenir du SEO

# Questions ?

- SEO /2 Fondamentaux [Quiz rush] <https://goo.gl/3fDuLi>



# Rémi BACHELET

*Enseignant-chercheur,  
Ecole Centrale de Lille*

## **Mes principaux cours à Centrale**

Gestion de projet, sociologie des organisations, recueil, analyse et traitement de données, prévention du plagiat, module de marchés financiers, cours de qualité et méthodes de résolution de problèmes, établir des cartes conceptuelles, utiliser Wikipédia et CentraleWiki, formation au coaching pédagogique et à l'encadrement, référencement et SEO

