

Cours de référencement : méthodologie et synthèse

Mise à jour du 20 octobre 2017

Rémi Bachelet

Dernière version de ce cours ici : [cours de référencement / SEO](#)

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

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



Méthodologie de référencement

Stratégies de référencement

Une méthodologie en 4 temps

1. Audit

- Évaluer les sites concurrents, élaborer une stratégie, examiner les mots-clés, trouver sa valeur ajoutée

2. Conception

- Développer le site, l'optimiser

3. Référencement

- Soumission, netlinking...

4. Optimisation / Suivi

- Un processus continu de web analytics, de mise à jour et d'amélioration



ON-THE-PAGE FACTORS		
These elements are in the direct control of the publisher		
CONTENT		
Cq	QUALITY	Are pages well written & have substantial quality content?
Cr	RESEARCH	Have you researched the keywords people may use to find your content?
Cw	WORDS	Do pages use words & phrases you hope they'll be found for?
Cf	FRESH	Are pages fresh & about "hot" topics?
Cv	VERTICAL	Do you have image, local, news, video or other vertical content?
Ca	ANSWERS	Is your content turned into direct answers within search results?
Vt	THIN	Is content "thin" or "shallow" & lacking substance?
ARCHITECTURE		
Ac	CRAWL	Can search engines easily "crawl" pages on site?
Ad	DUPLICATE	Does site manage duplicate content issues well?
Am	MOBILE	Does your site work well for mobile devices & make use of app indexing?
As	SPEED	Does site load quickly?
Au	URLS	Do URLs contain meaningful keywords to page topics?
Ah	HTTPS	Does site use HTTPS to provide secure connection for visitors?
Vc	CLOAKING	Do you show search engines different pages than humans?
HTML		
Ht	TITLES	Do HTML title tags contain keywords relevant to page topics?
Hd	DESCRIPTION	Do meta description tags describe what pages are about?
Hs	STRUCTURE	Do pages use structured data to enhance listings?
Hh	HEADERS	Do headlines & subheads use header tags with relevant keywords?
Vs	STUFFING	Do you excessively use words you want pages to be found for?
Vh	HIDDEN	Do colors or design "hide" words you want pages to be found for?

THE PERIODIC TABLE OF SEO SUCCESS FACTORS

Search engine optimization — SEO — seems like alchemy to the uninitiated. But there's a science to it. Below are some important "ranking factors" and best practices that can lead to success with both search engines and searchers.

ON-THE-PAGE SEO

OFF-THE-PAGE SEO

CONTENT	ARCHITECTURE	HTML	TRUST	LINKS	PERSONAL	SOCIAL
Cq ⁺³ Quality	Ac ⁺³ Crawl	Ht ⁺³ Titles	Ta ⁺³ Authority	Lq ⁺³ Quality	Pc ⁺³ Country	Sr ⁺² Reputation
Cr ⁺³ Research	Ad ⁺² Duplicate	Hd ⁺² Description	Te ⁺² Engage	Lt ⁺² Text	Pl ⁺³ Locality	Ss ⁺¹ Shares
Cw ⁺² Words	Am ⁺² Mobile	Hs ⁺² Structure	Th ⁺² History	Ln ⁺¹ Numbers	Ph ⁺³ History	
Cf ⁺² Fresh	As ⁺¹ Speed	Hh ⁺¹ Headers	Ti ⁺¹ Identity	Vp ⁻³ Paid	Ps ⁺² Social	
Cv ⁺² Vertical	Au ⁺¹ URLs	Vs ⁻² Stuffing	Vd ⁻¹ Piracy	Vi ⁻³ Spam		
Ca ⁺¹ Answers	Ah ⁺¹ HTTPS	Vh ⁻¹ Hidden	Va ⁻¹ Ads			
Vt ⁻² Thin	Vc ⁻³ Cloaking					

FACTORS WORK TOGETHER

All factors on the table are important, but those marked 3 carry more weight than 1 or 2. No single factor guarantees top rankings or success, but having several favorable ones increases the odds. Negative "violation" factors shown in red harm your chances.

OFF-THE-PAGE FACTORS

Elements influenced by readers, visitors & other publishers

TRUST		
Ta	AUTHORITY	Do links, shares & other factors make site a trusted authority?
Te	ENGAGE	Do visitors spend time reading or "bounce" away quickly?
Th	HISTORY	Has site or its domain been around a long time, operating in same way?
Ti	IDENTITY	Does site use means to verify its identity & that of authors?
Vd	PIRACY	Has site been flagged for hosting pirated content?
Va	ADS	Is your content ad-heavy, especially "above-the-fold"?
LINKS		
Lq	QUALITY	Are links from trusted, quality or respected web sites?
Lt	TEXT	Do links pointing at pages use words you hope they'll be found for?
Ln	NUMBER	Do many links point at your web pages?
Vp	PAID	Have you purchased links in hopes of better rankings?
Vi	SPAM	Have you created links by spamming blogs, forums or other places?
PERSONAL		
Pc	COUNTRY	What country is someone located in?
Pl	LOCALITY	What city or local area is someone located in?
Ph	HISTORY	Has someone regularly visited your site or socially favored it?
Ps	SOCIAL	Has someone or their friends socially favored the site?
SOCIAL		
Sr	REPUTATION	Do those respected on social networks share your content?
Ss	SHARES	Do many share your content on social networks?

Written By: [Search Engine Land](#)

Design By: [COLUMN FIVE](#)

Learn More: <http://selnd.com/seotable>

Copyright Third Door Media

En conclusion...

- 1. Les huit commandements du SEO**
 - Quels critères pour savoir qu'on a réussi ?
- 2. Avenir du SEO**
- 3. Lexique**

Les huit commandements du SEO

1. Le ranking n'est pas une fin en soi, il faut savoir précisément ce que l'on souhaite en faire
2. Connaître et surveiller ses **concurrents**
3. Concevoir ses pages et son site avec soin « dans la peau d'un robot indexeur » : **mots-clés, titres etc...**
4. ... mais se rappeler que « *content is king* »
5. *Links are queen* : établir une politique de liens
6. Embaucher des **experts**.. ou travailler dur
7. **Pas de résultats garantis** ou stables : un suivi permanent
8. Ne pas dépenser tout son temps/budget à concevoir un site, il faut **des ressources pour le référencement et le suivi**

Qu'est-ce que la réussite ?

- On a réussi lorsque :
 1. Les gens viennent sur le site (Référencement, netlinking ...).
 2. Restent pour le consulter (Taux de rebond)
 3. Agissent de la manière attendue = conversion
 - Taux de conversion =**
 - **taux de conversion online** = Achat en ligne, inscription, abonnement à une newsletter, téléchargement...
 - ... + **taux de conversion offline** = recherche du magasin le plus proche appels téléphoniques, fréquentation d'un magasin, achat...
 4. Sont fidélisés = Mettent l'adresse du site dans leurs favoris, reviennent, s'abonnent (Mise à jour de l'information, pull/push, RSS...).
 5. Le recommandent à leurs connaissances (Social bookmarking, marketing viral...).
- Le facteur principal de promotion d'un site est son utilité, son contenu, *content is King*

Le référencement est donc **nécessaire** mais **pas suffisant**.

Avenir

Results from people in your social circle for **l'écriture de soi foucault** - BETA

[Les hypomnemata – Christian Fauré](#)



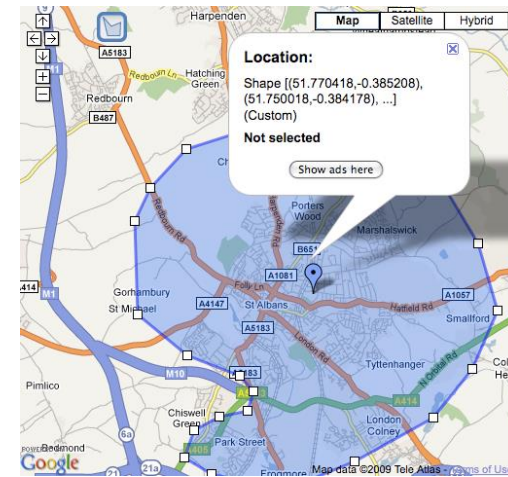
Christian Fauré - connected via Willy Tenailleau on friendfeed.com

Michel Foucault, dans un article de 1983 intitulé L'écriture de soi, écrit : « Les hypomnemata, au sens technique, pouvait être des livres ...

www.christian-faure.net/2005/05/28/les-hypomnemata/

[Mes « techniques de soi » – Christian Fauré](#)

Michel Foucault dans un article de 1983 intitulé L'écriture de soi ...



- Internet mobile, géolocalisation
- [Image search optimization](#), recherche de vidéos
- [Social media optimization](#), marketing viral sur Facebook (1.7 MM\$ en 2011, selon Emarketer)
- Mondes virtuels, microsites, réalité augmentée

Ranking is dead

Thèse de Bruce Clay en 2008, à propos des SERP de plus en plus adaptées à l'internaute.

Passage d'une algorithmique générale => personnalisée

- *Quelle localisation ? Quelle heure...*
- *Quels amis ? Quels objets connectés à proximité ?*
- *Quel comportement : historique de recherche, de consultations, trajectoire ..*
- *...*

Applications très larges : p.e. la télévision du futur n'a pas de « chaines », mais des « envies »

Pour en savoir plus

- **Essentiellement wikipédia en anglais**
 - http://fr.wikipedia.org/wiki/Web_Analytics

Les thèmes et chapitres du cours

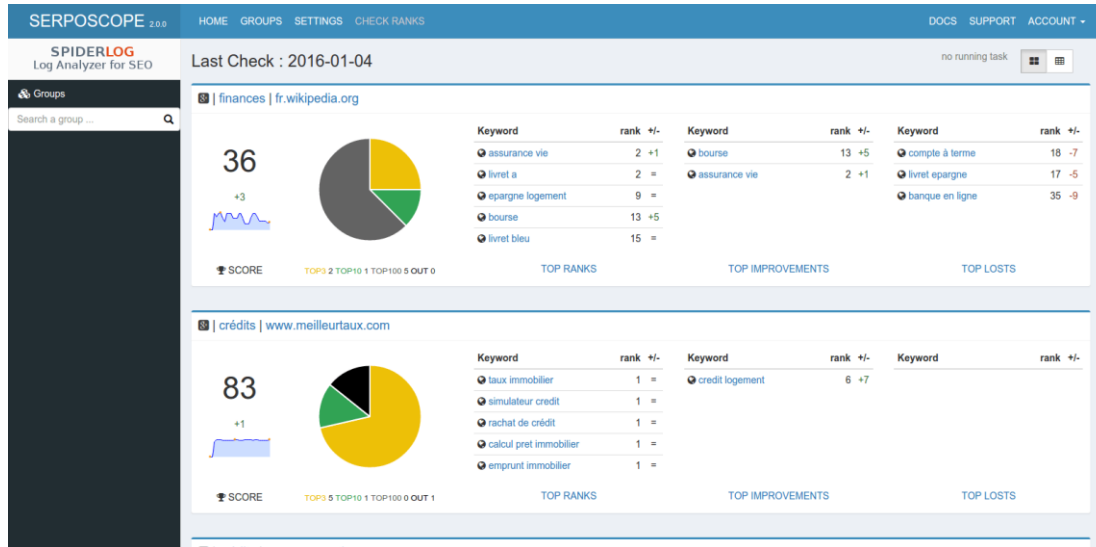
1. Origine du SEO, Google ... et ses concurrents
2. La fréquentation d'un site : les fondamentaux
3. Dans la peau d'un moteur de recherche : le PageRank
4. Web Analytics et liens commerciaux
5. Optimisation du référencement
 - “Onpage”
 - “Onsite”
 - “Offsite”
6. Trouver et optimiser les mots-clés
7.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

Lexique

- Spamdexing : tromper les moteurs de recherche sur la qualité d'une page ou d'un site afin d'obtenir, pour un mot-clef donné, un bon classement dans les résultats des moteurs. **Par exemple :**
 - Link farm (ferme de liens) un groupe de sites web donnant des liens les uns vers les autres, souvent créés par un automate
 - Cloaking (occultage) : présenter des résultats différents selon le logiciel utilisé pour afficher la page: une page anodine pour un navigateur web, une page optimisée, remplie de mots-clefs, réservée aux robots des moteurs
- Google bombing (bombardement Google) exploite le poids accordé au texte d'un hyperlien. Si plusieurs sites utilisent le même texte pour pointer sur la même cible il devient possible de le faire apparaître en tête de la *SERP* (p.e. « fils à papa » renvoyait en premier résultat le site Web de Jean Sarkozy.).

Questions ?

serposcope.serphacker.com



Serposcope est un logiciel de référencement gratuit et open-source pour le suivi du positionnement Google

