



Formation RÉFÉRENCEMENT
SEO / SEM

JoomlaDay

Référencement

A. Définitions et quelques chiffres

- ① Définition
- ② Pourquoi ?
- ③ Comportements des internautes

B. Les moteurs de recherche

- ① Les principaux moteurs et statistiques du marché
- ② Fonctionnement
- ③ La recherche universelle
- ④ La personnalisation des résultats
- ⑤ Savoir les utiliser (Google, Yahoo)

Référencement

C. La recherche des mots-clés

- ① Comment trouver de bons mots-clés ?
- ② La longue traîne ?
- ③ Les aides en ligne
- ④ Création d'un document Keywords

D. Architecture et structure

- ① Le nom de domaine
- ② Référencement multi-sites
- ③ Langage : html, flash, frames
- ④ L'importance du plan de site
- ⑤ Le contenu
- ⑥ La duplication de contenu
- ⑦ La navigation
- ⑧ Les redirections

Référencement

E. Les éléments importants pour le référencement : facteurs on page

- ① Le title
- ② Les balises metas descriptions et keywords
- ③ L'url
- ④ La structure d'une page
- ⑤ Utilisation des mots-clés dans le contenu
- ⑥ Les liens internes
- ⑦ Les images
- ⑧ Comment les moteurs lisent-ils une page ?

F. Les éléments importants pour le référencement : facteurs off page

- ① Les backlinks
- ② TrustRank / PageRank / autorité

Référencement

G. Les compléments techniques

- ① Le Blacklistage
- ② Le sitemap
- ③ Le fichier Robots.txt
- ④ Google webmaster tools

H. Les compléments SEO

- ① SEO et les liens sponsorisés
- ② SEO et Google maps / adresses
- ③ SEO et les vidéos
- ④ SEO et les réseaux sociaux

Référencement

I. Mesurer son référencement

- ① Les logiciels de positionnement
- ② Google webmaster tools

Conclusion



Référencement

A- DÉFINITIONS ET QUELQUES CHIFFRES



Référencement

1- Définitions

- Être présent
- Être visible
- Créer du trafic qualifié

Le référencement c'est un peu une grande recette de cuisine !

Ce n'est pas une science exacte ..
approche empirique..



Référencement

1- Définitions

- Le référencement naturel = SEO
- Le référencement payant / Les liens sponsorisés = SEM ou SEA

Search Engine Optimization
SEOP.com/SEO-Management Validated Results, 500+ Clients Receive Complimentary \$1750 Review

Search Engine Optimization
www.CustomerMag.net/SEO Professional SEO Firm Offering Affordable Services - Free Quotes!

Search Optimization
LeverageMarketing.Net/SEO-Results \$1600 Set-up & \$900 Monthly Get your free consultation today!

Search engine optimization - Wikipedia, the free encyclopedia
Search engine optimization (SEO) is the process of improving the volume or quality of traffic to a web site from search engines via "natural" or un-paid ...
History - Relationship with search engines - Methods
en.wikipedia.org/wiki/Search_engine_optimization - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Search Engine Optimization (SEO) - Webmasters/Site owners Help
SEO is an acronym for "search engine optimization" or "search engine optimizer." Deciding to hire an SEO is a big decision that can potentially improve your ...
www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl... - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

BruceClay - Search Engine Optimization Training and SEO Services ...
Free step-by-step SEO tutorial with tools and training. Search Engine Optimization services, classroom SEO training, SEO tools, site Assessments, free tips, ...
www.bruceclay.com/web_rank.htm - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Search Engine Optimization Google Optimization - SEO Chat
SEO Strategies: A Guide to Which Ideas Work and Which Ones Don't in Search Optimization ...
Understanding the world of search engine optimization, or SEO ...
www.seochat.com/ - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Search Engine Optimization (SEO) Marketing Firm & Placement Company
Offers search engine optimization (SEO) marketing services & placement since 1998. Submit your website URL to 40 major search engines for FREE!
www.submitexpress.com/ - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Search Engine Submission Optimization Free Website Promotion ...
providers of search engine submission, website promotion, search engine optimization (SEO), free search engine submission, site submission, and search term ...
www.addme.com/ - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Search Engine Optimization - Natural Search Optimisation & SEO ...
Web.com Search Agency is a leading search engine marketing company providing natural search engine optimization and SEO, link building, PPC management, ...
www.submitawebsite.com/ - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Sponsored Links

Google Website Optimizer
Fast ways to improve your site and boost conversions. Learn more.
www.google.com/websiteoptimizer

#1 Seo Experts
Featured In Entrepreneur Magazine
Get to the first page now!
www.1Seo1Sem.com/

Engine Optimization
#1 Ranked Internet Advertising Firm
Results in 24hrs. 30% off Today!
www.wpromote.com

Engine Optimization
Increase Conversions with Webtrends
Optimize. Download the Data Sheet.
Webtrends.com/EngineOptimization

Charles River Interactive
Boston's Premier Search Engine
Marketing Agency - PPC & SEO
www.charlesriverinteractive.com
1666 Massachusetts Ave, Lexington

Voted #1 Top SEO Agency
Increase Your Visibility.
Get a Free Site Analysis.
IncreaseVisibility.com

website performance
Monitor web site performance.
Ensure high uptime. Sign Up Now!
Site24x7.com

Is Your Brand Connected?
Learn How To Connect With Your
Customers: Build a Connected Brand
www.iCrossing.com



Référencement

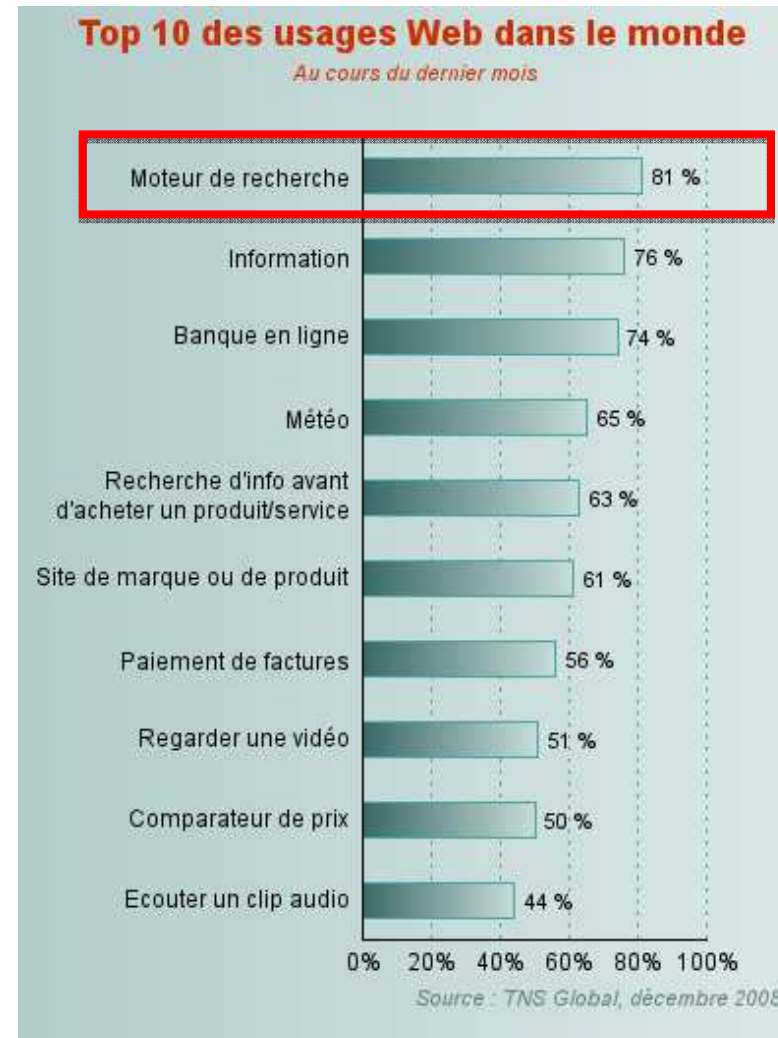
1- Définitions

Avantages SEO	Inconvénients SEO
<ul style="list-style-type: none">-Résultats rentables sur le moyen et le long terme-Retour sur Investissement (ROI) élevé-Valorisation avec l'ancienneté auprès des moteurs de recherche-Pérennité du référencement-Meilleure notoriété de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none">-Premiers résultats à partir du 3^{ème} mois environ-Travail technique, nécessite une optimisation experte-Modification parfois nécessaire du site (coûts supplémentaires)-Résultats différents selon les moteurs



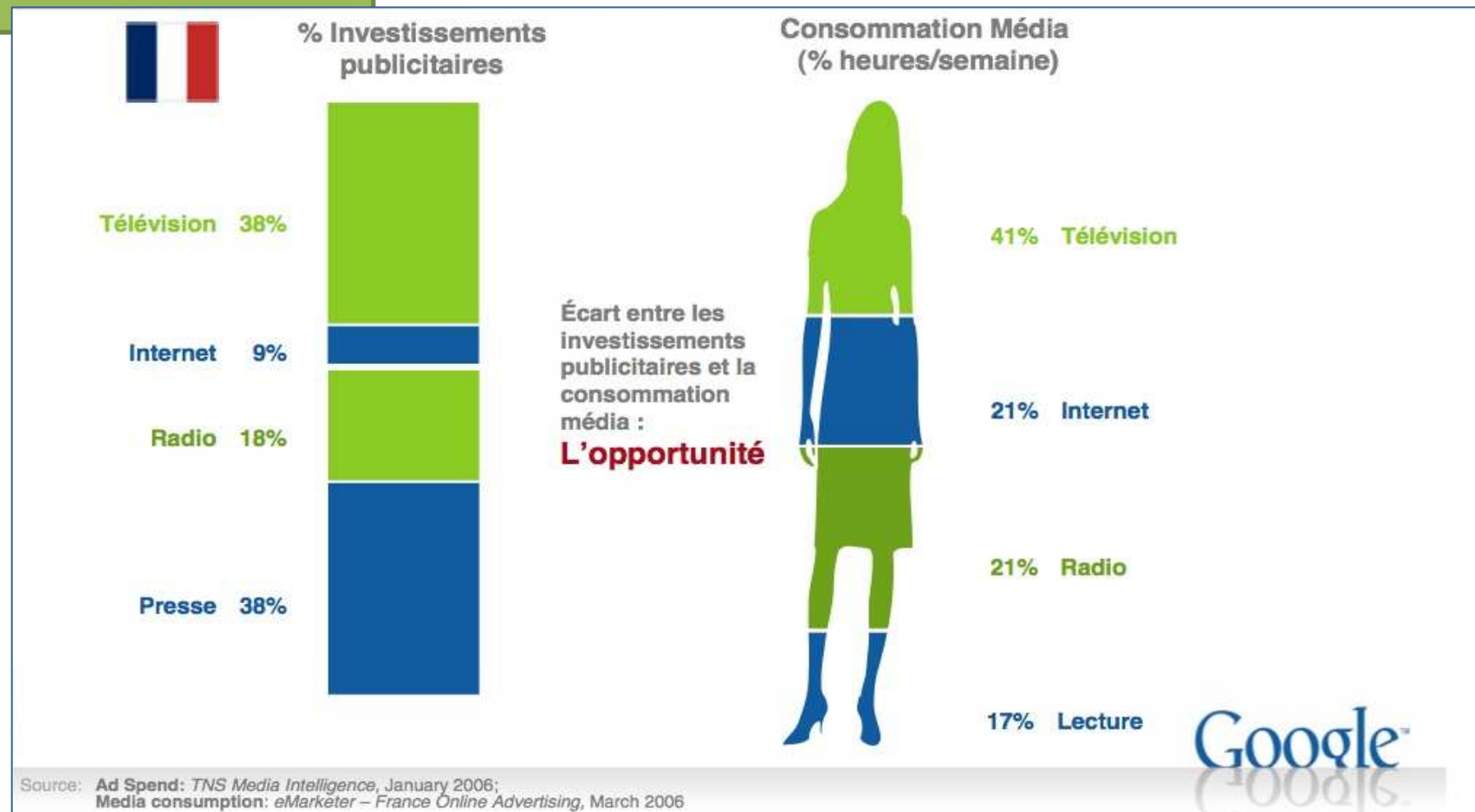
Référencement

2- Pourquoi ?



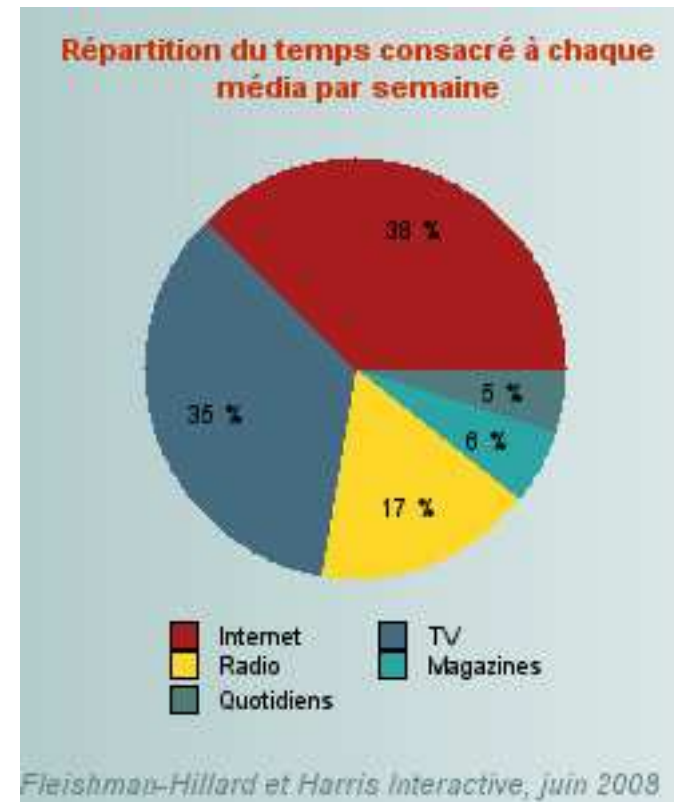
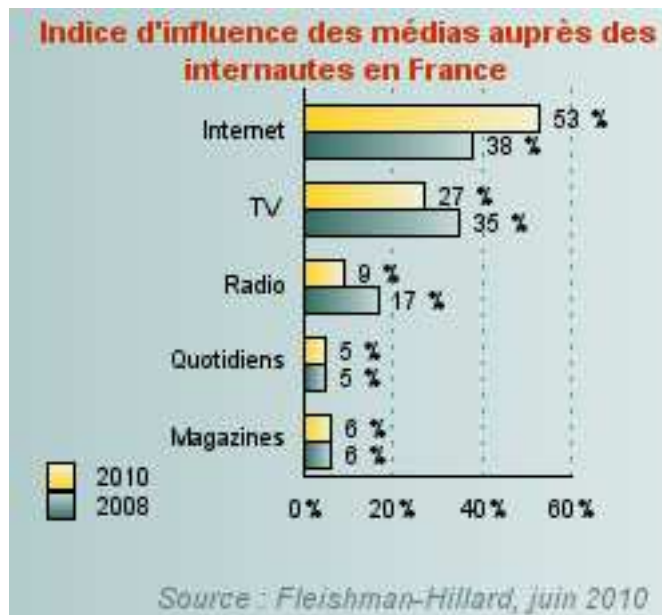
Référencement

2- Pourquoi ?



Référencement

3- Comportements



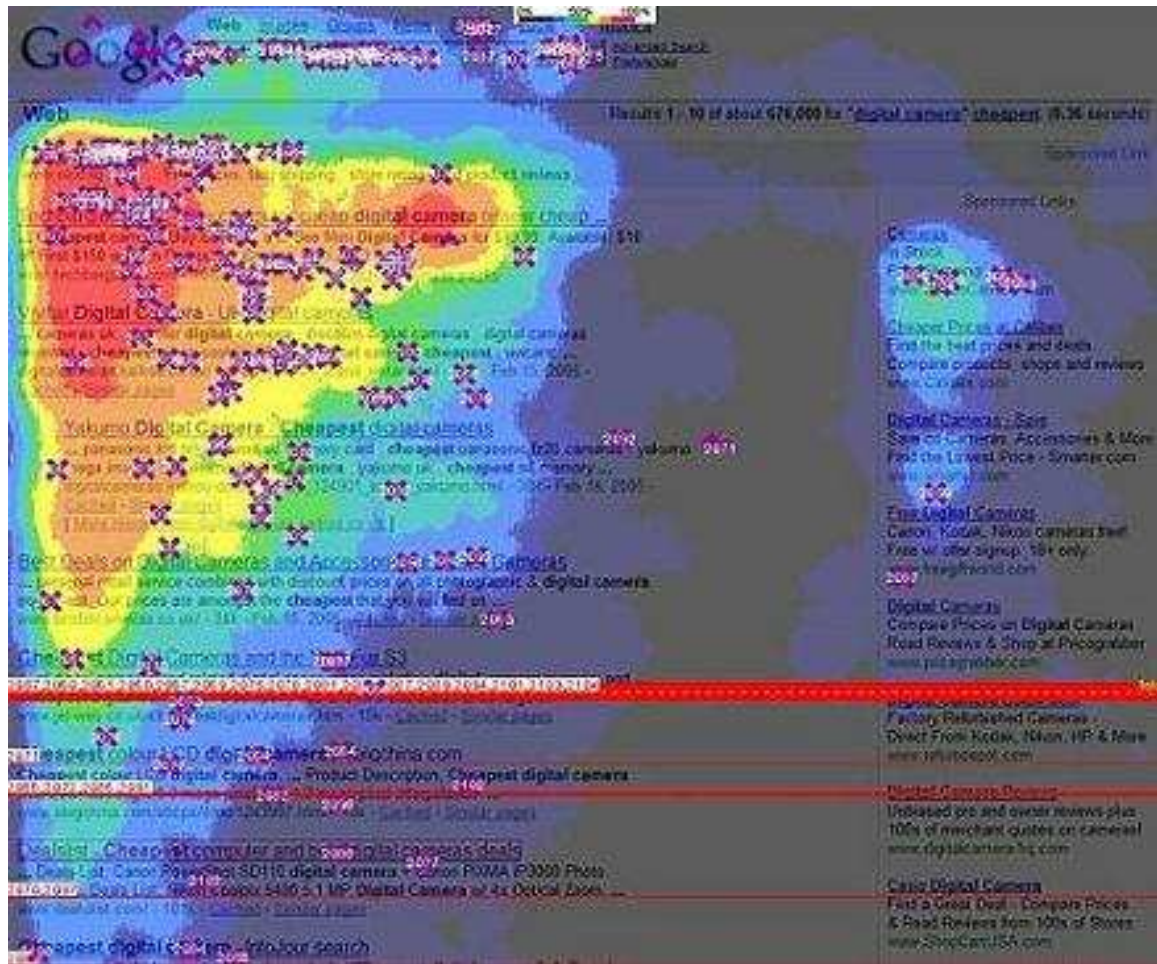
Référencement

3- Comportements

Eye tracking > étude du comportement de l'œil de l'internaute.

Ce n'est pas forcément le 1^{er} qui est le plus cliqué !

En rouge = 100% de chances de clics.

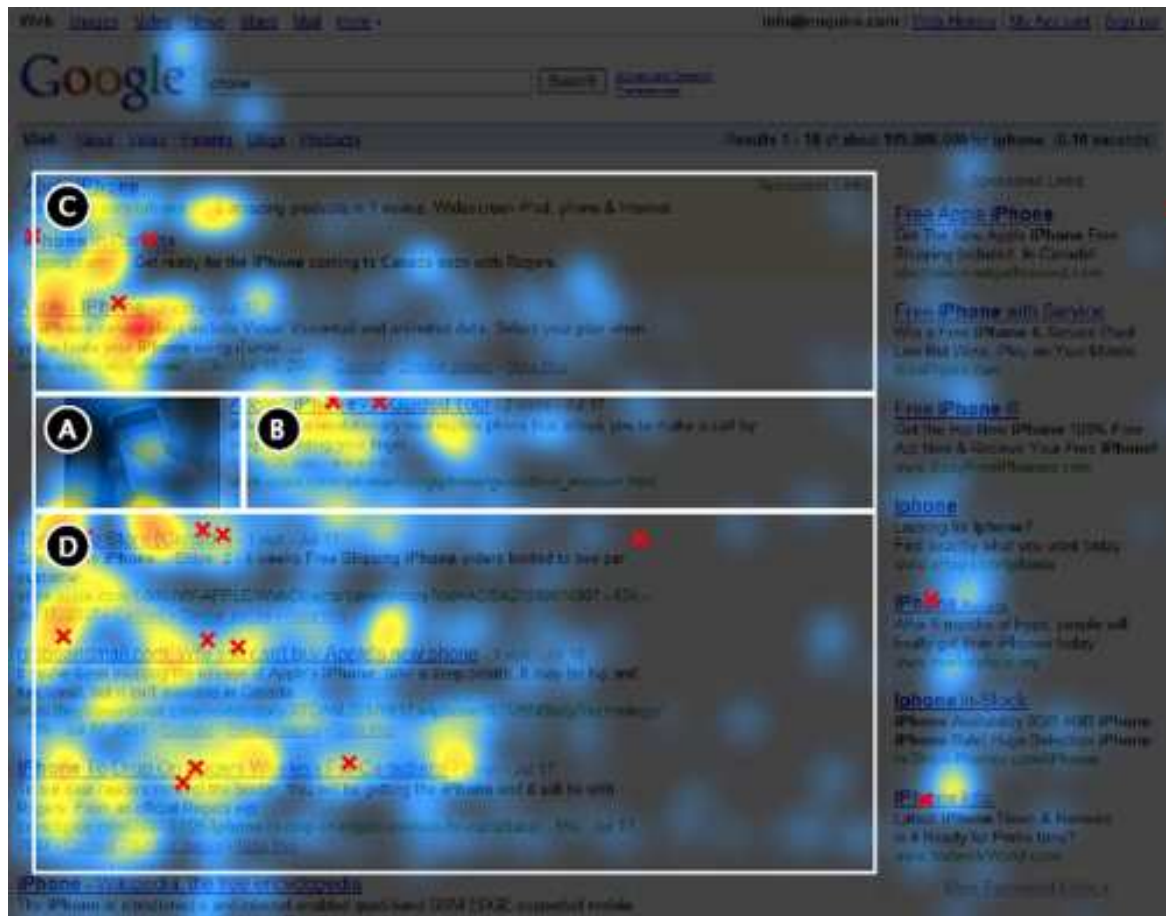


Référencement

3- Comportements

Eye tracking > étude du comportement de l'œil de l'internaute.

La recherche universelle change les comportements



Référencement

B- LES MOTEURS DE RECHERCHE



Référencement

1- Les principaux moteurs

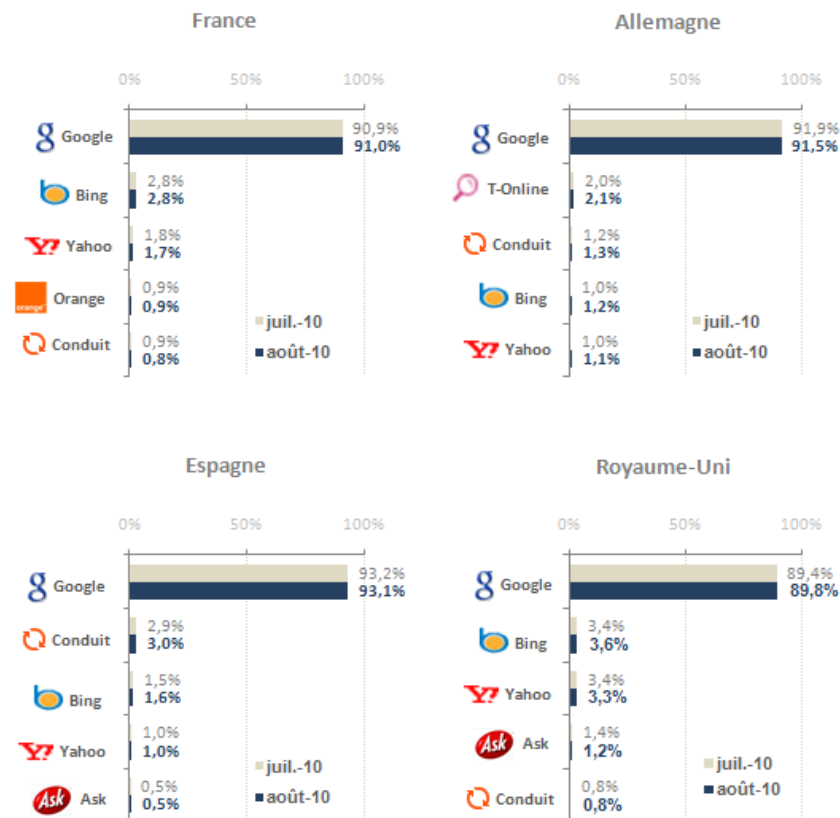
EUROPE

La domination de GOOGLE

Une part de marché de 90%



TOP 5 des Moteurs de recherche en part de visites Web*
Indicateur moyen par site - (Août 2010 vs juillet 2010)



* Visites effectuées dans le pays, depuis un moteur de recherche, sur les sites audités par une solution AT Internet, dont le trafic est généré principalement depuis le même pays.



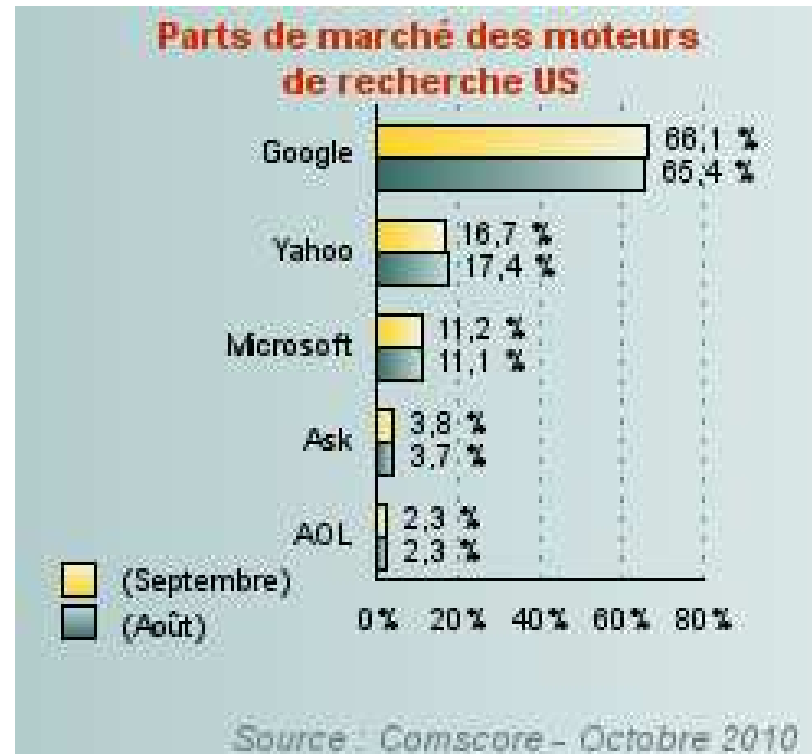
Référencement

1- Les principaux moteurs

USA

La domination de GOOGLE

Une part de marché de 65%



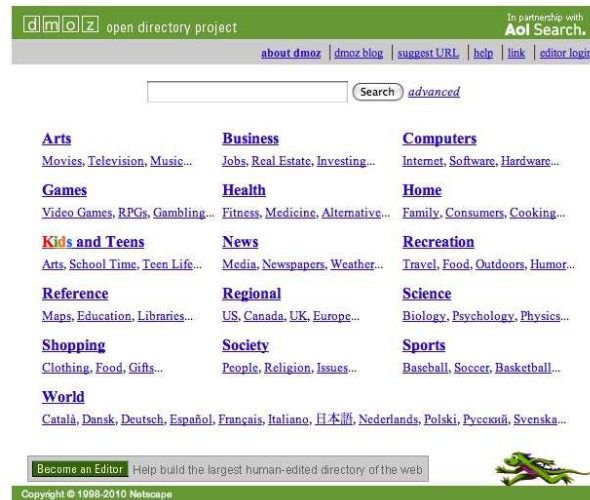
Référencement

1- Les principaux moteurs

2 GRANDES FAMILLES : les Annuaires et les Moteurs

Annuaire de recherche :
Entrée par soumission, Humain,
Charte éditoriale

Moteurs de recherche :
Machine, Indexation



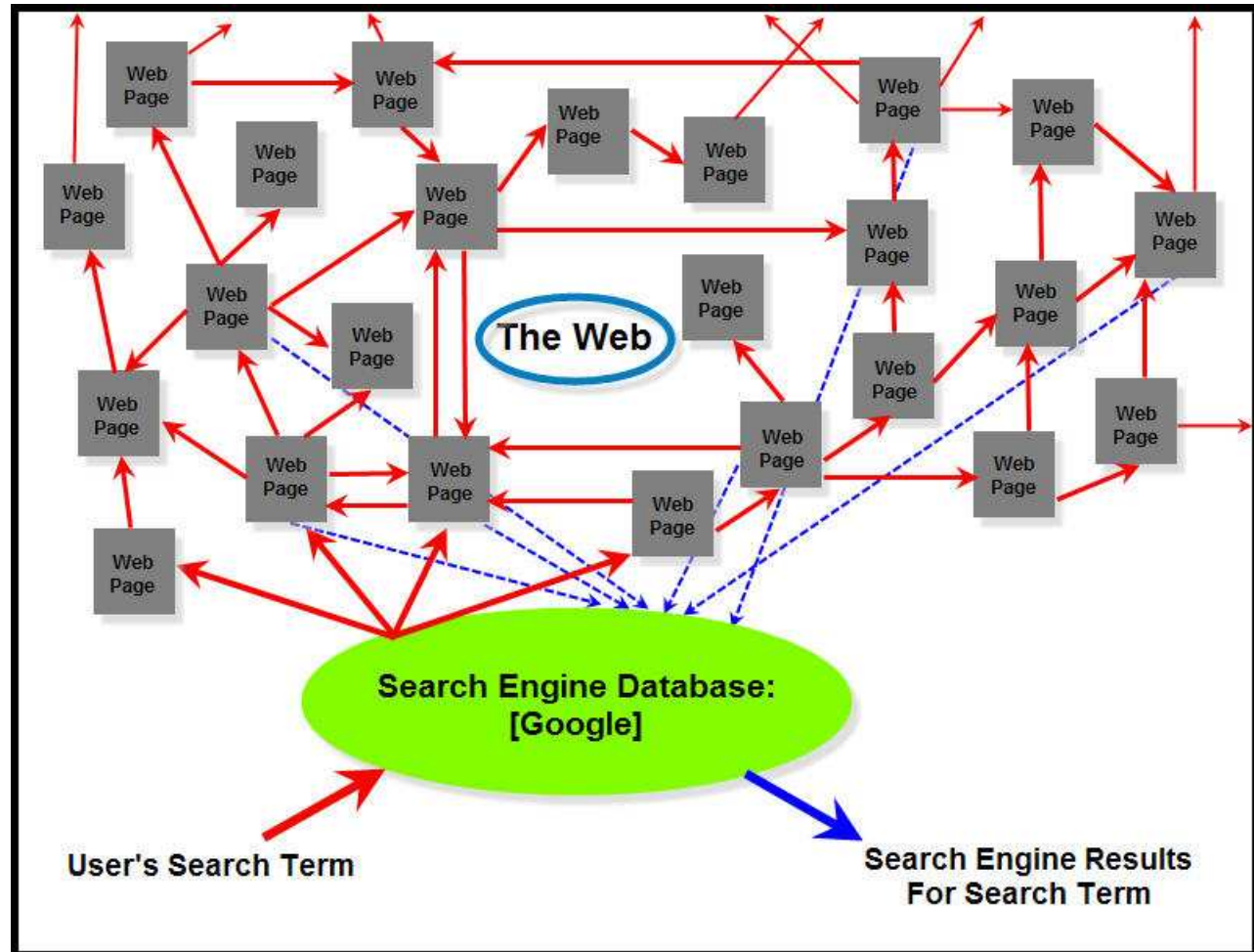
Référencement

2- Fonctionnement

Les moteurs de recherche parcourent le web avec des robots appelés « crawler », « spider »

Celui de Google se nomme Googlebot.

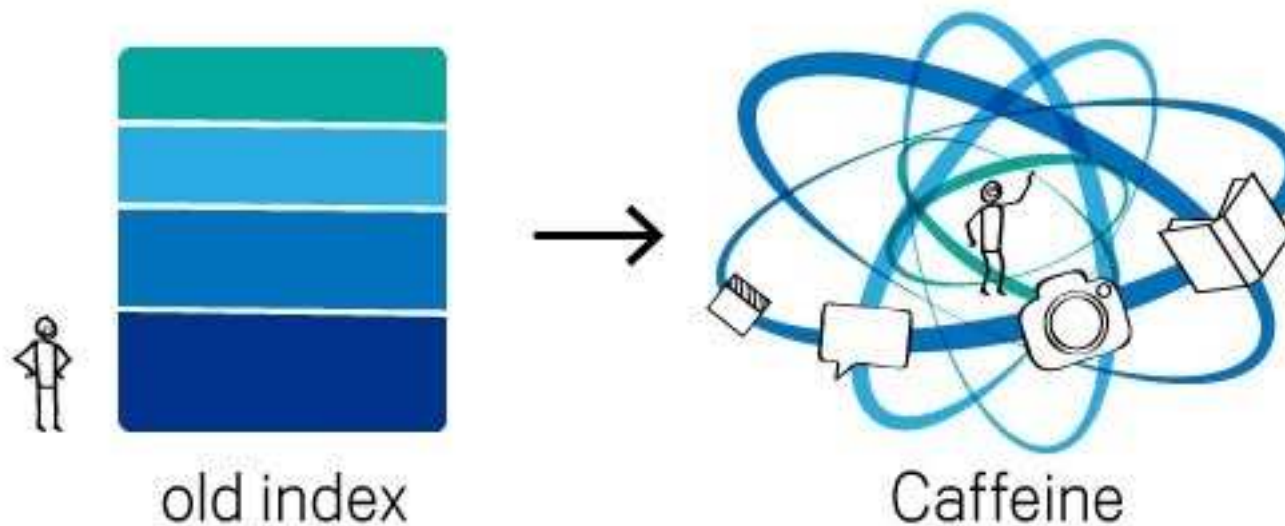
Celui de Yahoo se nomme Slurp.



Référencement

2- Fonctionnement

Nouveau système d'indexation de Google nommé Caffeine (Juin 2010) : plus de pertinence, plus de fraîcheur, plus universel.



Référencement

2- Fonctionnement

Juger la pertinence d'une page web, c'est un peu juger le contenu d'un livre dans une bibliothèque



Contenu

Titre
4ème de couverture
Table des matières
Contenu général

Balise <title>
Balise <meta> description
Titraillle (balises <h1> à <h6>)
Ensemble des textes

Structure

Lisibilité

Accessibilité technique et structuration

Popularité

Recommandations

Quantité, qualité et teneur des liens entrants



Référencement

2- Fonctionnement

Exemples de résultats dans Google

The screenshot shows a Google search for "cinéma lyon" with approximately 4,210,000 results. The results are categorized into several sections:

- Horaires des séances - Lyon:** Lists movies like "Wall Street - l'argent ne dort jamais", "Des hommes et des dieux", and "The Town".
- Salles de cinéma à Lyon (69000) - AlloCiné:** Lists cinema venues like "Le Cinéma Opéra", "Le Cinéma CNP Terreaux", and "Le Cinéma (cinéma à Lyon 1er arrondissement)".
- Cinéma Lyon :** A guide to cinema in Lyon.
- Résultats de recherche cinéma à proximité de Lyon:** A map showing cinema locations with pins labeled A, B, and C.

Annotations on the right side of the screenshot:

- ONE BOX:** Points to the "Horaires des séances" section.
- SEM:** Points to the "Liens commerciaux" section, which includes "Carré de Soie" and "Multiplex Pathé Carré de Soie".
- SEO:** Points to the "Salles de cinéma à Lyon" section.
- MAPS/Adresses:** Points to the "Résultats de recherche cinéma à proximité de Lyon" section.



Référencement

2- Fonctionnement

Exemples de résultats dans Google :

Les sitelinks sont déterminés par l'algorithme de Google (taux de clics ? Importance des pages / hiérarchie du site)

belambra

Environ 318 000 résultats (0,10 secondes)

Vacances Belambra -40%

Ski, Mer ou Terroir : Réservez vite vos Vacances d'Hiver, jusqu'à -40%

belambra.fr/Vacances_Hiver_2011

Vacances de Février à -40%

Vente Flash séjours jusqu'à -50%

Demandez votre catalogue

Ski et Clubs enfants jusqu'à -40%

Clubs vacances Belambra France, pour vos vacances en famille ...

Faites le choix d'un Club vacances **Belambra**, pour passer vos vacances en famille. Des vacances de rêve en résidence de vacances ou en location.

www.belambra.fr/ - En cache - Pages similaires

Au bord de la mer

Toutes nos offres

A la montagne

Nos destinations

Corse

Presqu'île de Giens

Catalogues

La Chambre d'Amour, Anglet

SITELINKS



Référencement

3- La recherche universelle

Affichage de différentes sources d'informations dans les pages de résultats : images, vidéos, maps, actualités, blogs, twitter, etc..
Notion de recherches chaudes et froides

The screenshot shows a Google search for 'matt cuts'. The search bar at the top contains 'matt cuts' and a 'Rechercher' button. Below the search bar, there are several search results. The first result is a link to 'mattcuts.com' with a snippet: 'A Google associate gives insight into the company, search engine index updates and SEO issues'. Below this, there are several small thumbnail images of Matt Cutts, with a purple arrow pointing to them from the label 'Images'. The next result is a Wikipedia entry for 'Matt Cutts', with a snippet: 'Matt Cutts est un ingénieur très suivi puisqu'il communique régulièrement auprès de la communauté SEO des informations sur Google...'. Below this, there are several small thumbnail images of Matt Cutts, with a purple arrow pointing to them from the label 'Vidéos'. The next result is a blog post from 'Blog Axe-Net' titled 'Conseils et infos SEO de Matt Cutts à Paris', with a snippet: '26 mai 2010 ... Résumé de la conférence de Matt Cutts à La Cantine (Paris) le 26 mai 2010...'. Below this, there are several small thumbnail images of Matt Cutts, with a purple arrow pointing to them from the label 'Blogs'. The search results also include sections for 'Autres résultats sur mattcuts.com', 'Vidéos correspondants à matt cuts', and 'Messages blog sur matt cuts'.

Images

Vidéos

Blogs



Référencement

4- La personnalisation

Une tendance qui se développe

Google travaille de plus en plus sur la personnalisation des résultats (cf tableau).

Depuis la rentrée 2010, il propose parfois des résultats en temps réel (Google Instant).

Géolocalisation / IP et lieu déclaré dans votre profil

	Recherche personnalisée - Utilisateur connecté	Recherche personnalisée - Utilisateur non connecté
Où sont stockées les données utilisées pour la personnalisation ?	Dans l'historique Web associé à votre compte Google	Sur les serveurs de Google, associées à un cookie de navigateur anonyme
Jusqu'où remonte l'historique utilisé ?	Indéfiniment, à moins que vous ne le supprimiez	180 jours maximum
Quelles sont les recherches utilisées pour la personnalisation ?	Activité de recherche en tant qu'utilisateur connecté uniquement, et seulement si l'historique Web est activé	Activité de recherche en tant qu'utilisateur non connecté uniquement
Comment désactiver cette fonctionnalité ?	Supprimez l'historique Web de votre compte Google	Désactivez la personnalisation des recherches



Référencement

5- Savoir utiliser un moteur

Quelques formules utiles au référenceur.

Important : le link: chez Google est moins précis que le linkdomain: chez Yahoo

Développement d'index parallèles pour contourner Google / backlinks (Majestic, OpenSiteExplorer)

site:efficia-assistance.fr/

Environ 41 résultats

site: > nombre de pages indexées

site:www.e-sante.fr intitle:grippe a

Environ 814 résultats (0,17 secondes)

allintitle ou intitle > recherche dans le titre des pages

link:www.e-sante.fr

Environ 152 résultats (0,21 secondes)

link: > nombre de liens pointant vers un site (attention)

site:www.e-sante.fr inurl:grippe

Environ 238 résultats (0,13 secondes)

allinurl ou inurl: > recherche dans l'url des pages

lettre résiliation assurance filetype:pdf

Environ 64 300 résultats (0,19 secondes)

filetype: > recherche de fichiers particuliers

"assistance administrative aux entreprises"

Environ 23 400 résultats (0,24 secondes)

guillemets > recherche sur une expression



Référencement

C- LES MOTS-CLES



Référencement

1- Comment trouver de bons mots-clés

(mots-clés demandés par les internautes) +
(mots-clés liés à votre activité en rapport le contenu
du site) + ... (le site de vos concurrents)

=

MOTS-CLÉS PERTINENTS

Le travail des mots-clés est la première étape du référencement,

C'est une étape décisive

Faire un travail de Brain Storming

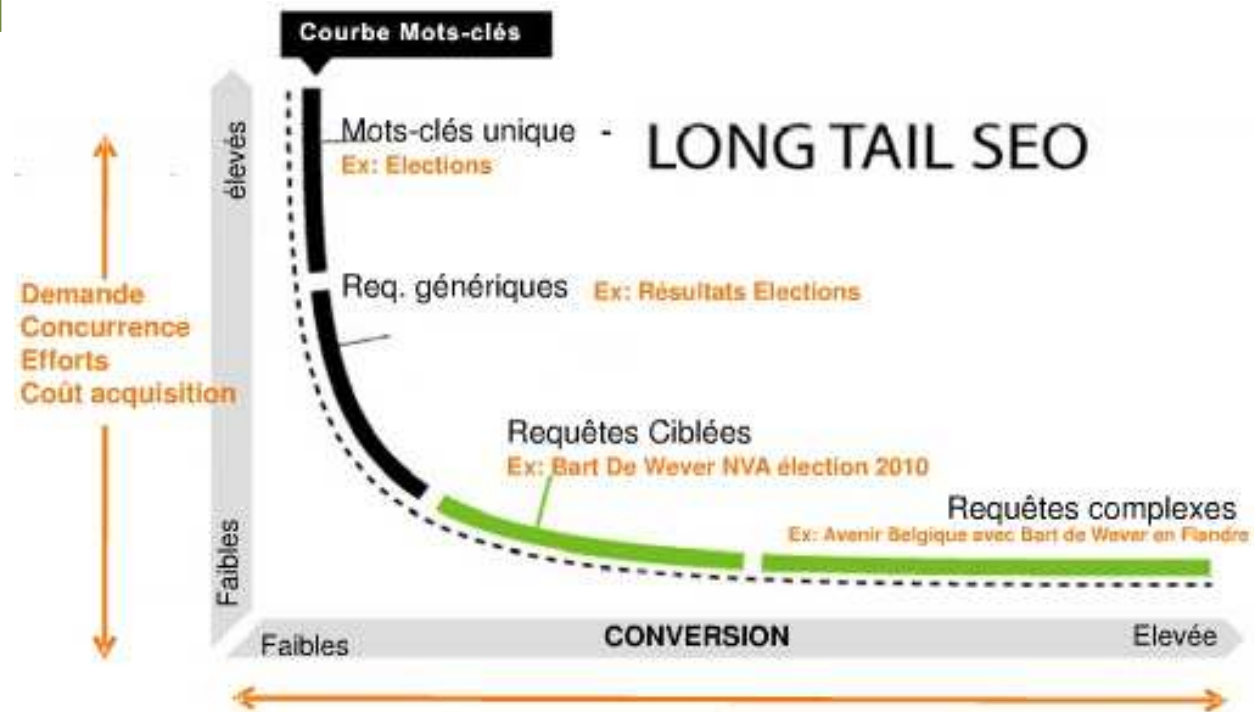
Expressions génériques et qualifiées



Référencement

2- La longue traîne

La longue traîne > les visites générées par des requêtes à 3/4/5/6... mots clés ! Pris indépendamment ils représentent peu de trafic. C'est la somme des visites qui porte l'audience principale du site (env. 80%)

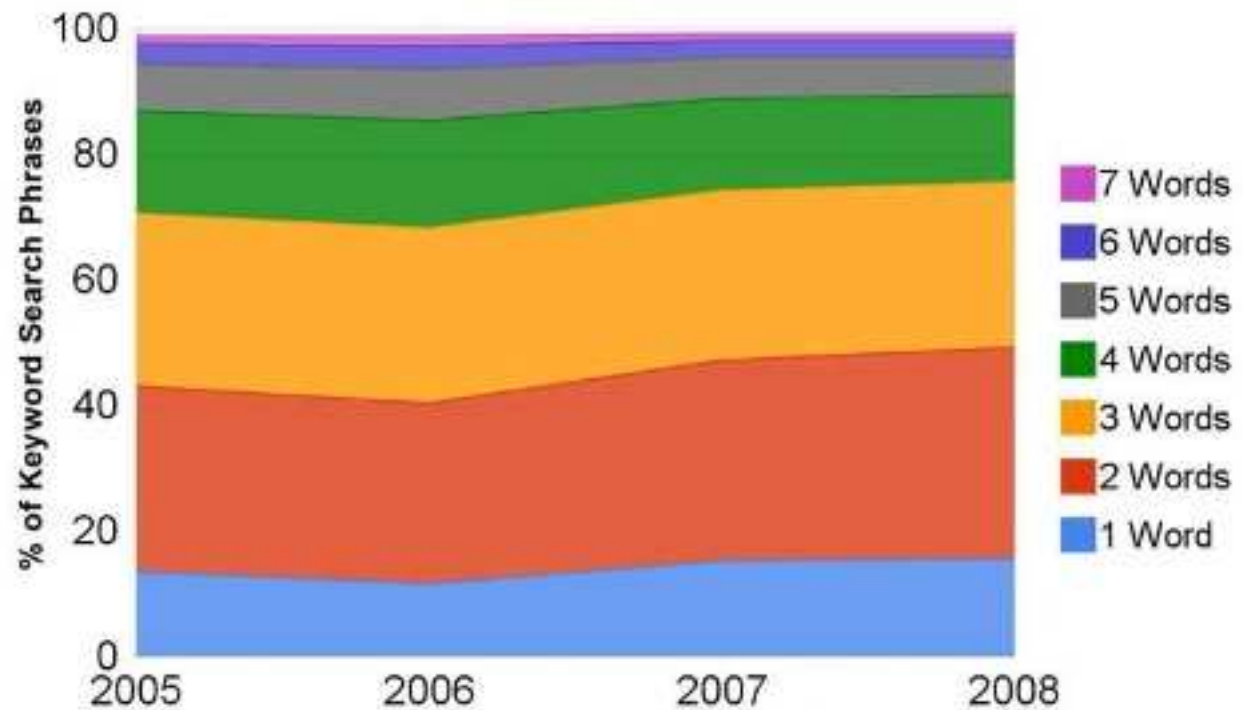


Référencement

2- La longue traîne

Les expressions à 2 / 4 mots clés représentent l'essentiel des recherches

Keyword Phrase Length Over Time



Data Source:
OneStat.com

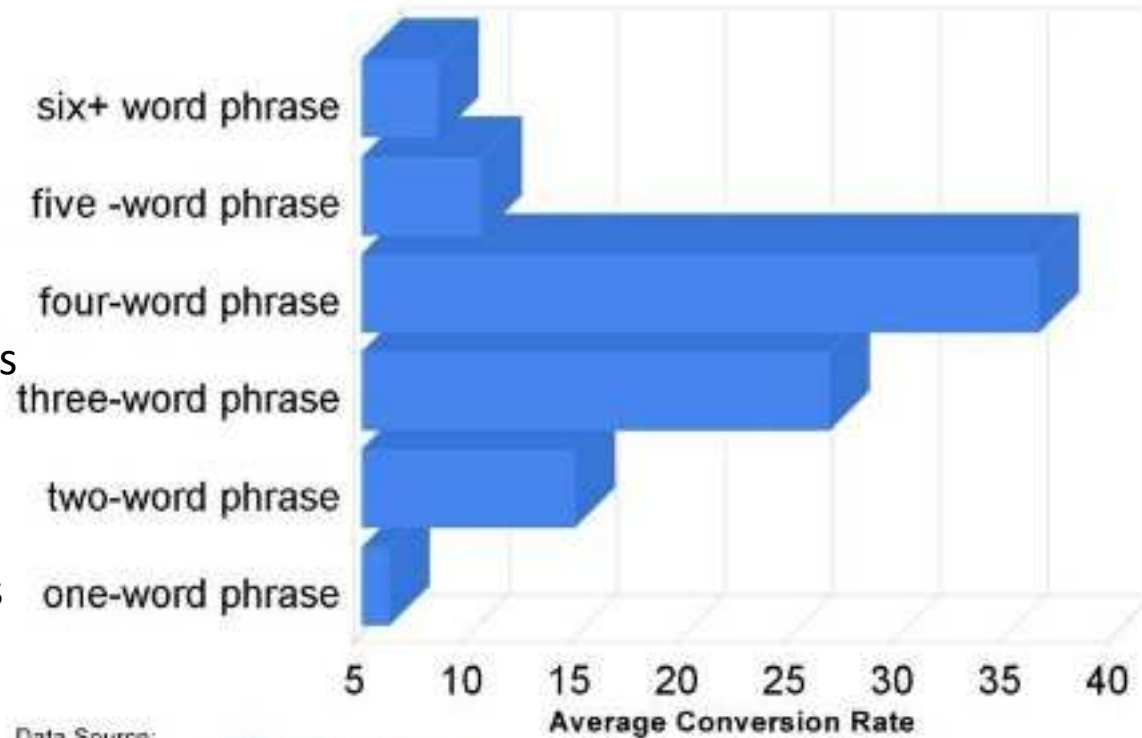


Référencement

2- La longue traîne

La longue traîne > les visites générées par des requêtes à 3/4/5/6... mots clés ! Pris indépendamment ils représentent peu de trafic. C'est la somme des visites qui porte l'audience principale du site (env. 80%)

Conversion Rate by KW Phrase Length

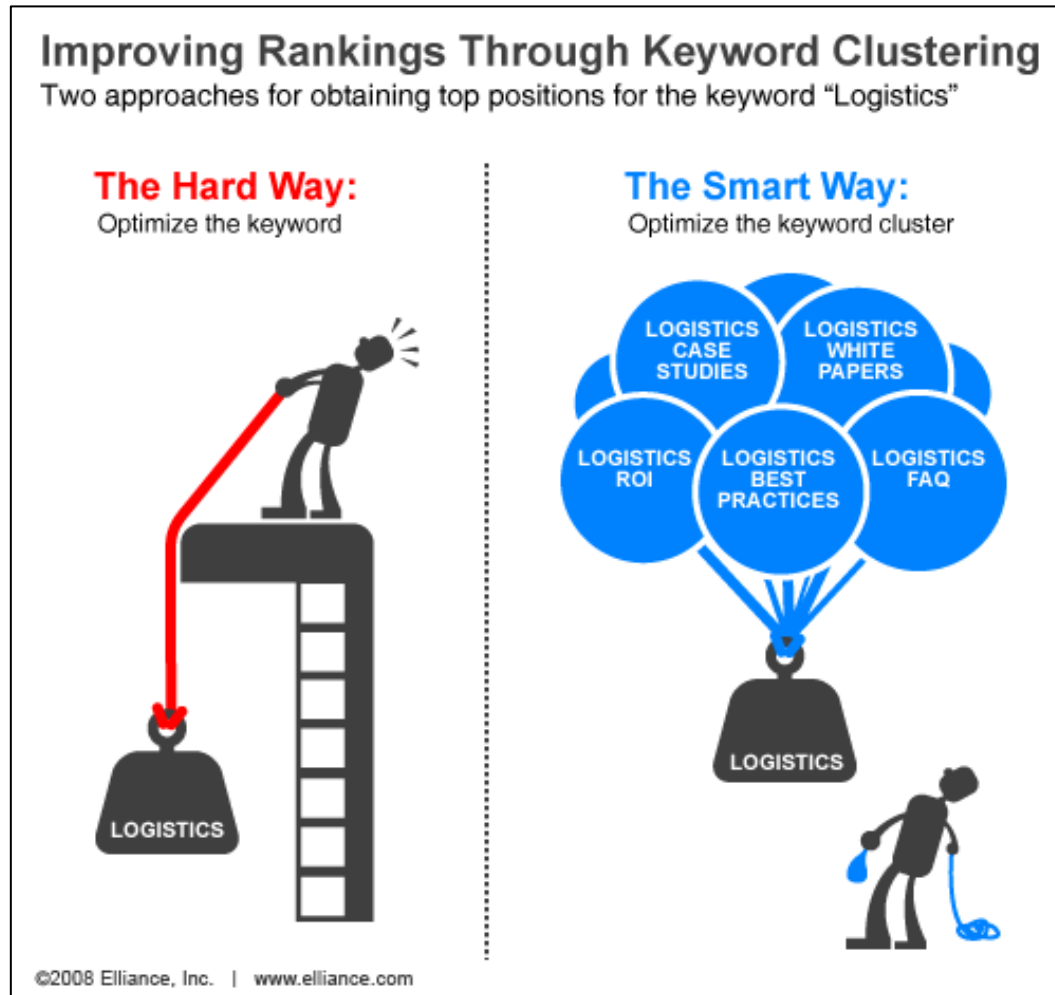


Data Source:
 

Référencement

2- La longue traîne

On comprend dès lors que segmenter le contenu de son site en plusieurs pages hiérarchisées permet de répondre à une demande plus précise sur un périmètre plus large.



Référencement

3- Les aides en ligne



Le Générateur de mots-clés GOOGLE.

<https://adwords.google.fr/select/KeywordToolExternal>

Exemples

Mot clé	Recherches mensuelles globales
<input type="checkbox"/> french alps	
<input type="checkbox"/> french resort	
<input type="checkbox"/> french alps chalet	
<input type="checkbox"/> holiday french alps	
<input type="checkbox"/> french alps property	
<input type="checkbox"/> french alps resorts	
<input type="checkbox"/> map of french alps	
<input type="checkbox"/> accommodation french alps	
<input type="checkbox"/> french alps summer	
<input type="checkbox"/> summer holidays french alps	
<input type="checkbox"/> walking french alps	
<input type="checkbox"/> chamonix french alps	
<input type="checkbox"/> vtt	
<input type="checkbox"/> randonnée	1 000 000
<input type="checkbox"/> haute savoie	450 000
<input type="checkbox"/> chalet haute savoie	301 000
<input type="checkbox"/> annecy haute savoie	301 000
<input type="checkbox"/> ski alpes	40 500
<input type="checkbox"/> rando vtt	27 100
<input type="checkbox"/> hotels haute savoie	22 200
<input type="checkbox"/> vtt lapierre	22 200
<input type="checkbox"/> randonnée vtt	14 800
<input type="checkbox"/> location haute savoie	12 100



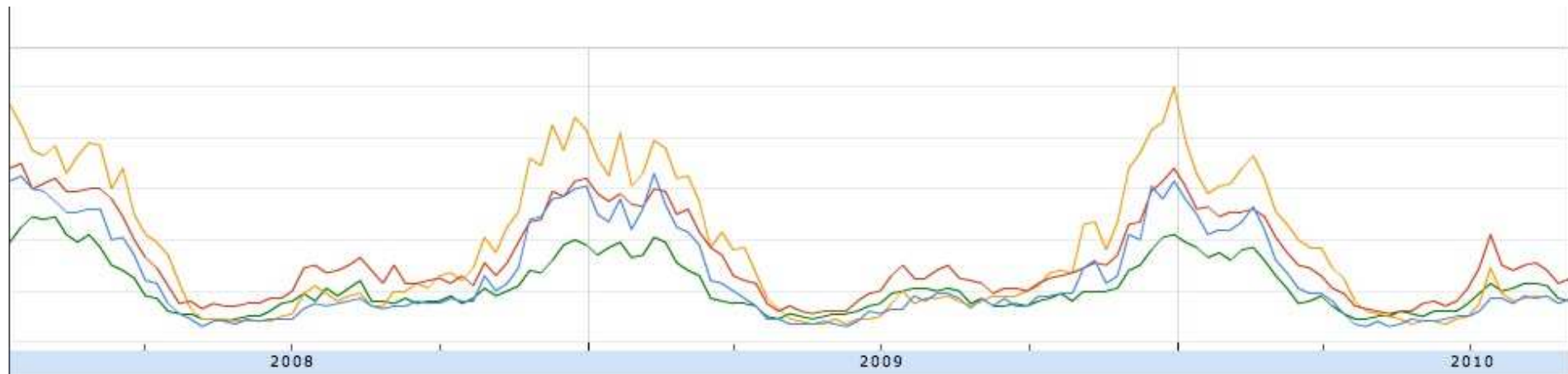
Référencement

3- Les aides en ligne



Les tendances de recherche sur Google
<http://www.google.com/insights/search/>

les gets 
morzine 
avoriaz 
samoens 



Référencement

3- Les aides en ligne

ATTENTION DANS VOS CHOIX >

NE PAS SE PRÉCIPITER SUR LES DEMANDES LES PLUS FORTES.

-Les résultats de Google doivent être considérés comme des estimations + prise en compte de l'historique du site (autorité)

-Penser toujours au ciblage du site



Référencement

3- Créer un document de suivi

Créer un ratio « nombre de demandes / résultats Google » en utilisant la syntaxe « intitle:mot clés visé »

Pensez à utiliser les données Google Analytics

Organiser par angle sémantique

Ventilation type d'expression / type de page

ETUDE DES MOTS-CLES
EAL FORMATION - Novembre

SELECTION FINALE POUR LE REFERE

1	formation + valence, lyon, grenoble, rh
2	centre de formation + valence, lyon, grenob
3	test toeic teofl anglais + valence, lyon, grenob
4	formation toeic anglais + valence, lyon, grenob
5	formation langues (anglais, espagnol, chinois, japonais) + valence
6	formation visioconférence + valence, lyon, grenob
7	formation e-learning (anglais, espagnol, chinois, japonais) + valence
8	formation développement personnel + valence, lyon, grenob
9	formation communication + valence, lyon, grenob
10	formation vente + valence, lyon, grenoble, rh
11	formation infographie + valence, lyon, grenob
12	formation autocad + valence, lyon, grenoble, rh
13	formation word + valence, lyon, grenoble, rh
14	formation excel + valence, lyon, grenoble, rh

Comment bien choisir ses mots-clés ?

- Se baser sur l'association de 2 à 4 mots
- Ne pas être trop généraliste : penser "ciblage"
- Sélectionner ceux qui sont les plus en rapport avec le contenu

MOTS-CLES GEOLOCALISATION	Estimation de la demande mensuelle
formation lyon	90500
formation grenoble	14800
formation rhone alpes	8100
formation de lyon	6600
centre formation lyon	5400
centre de formation lyon	4400
formation continue lyon	2900
formation valence	2900
formation à lyon	2900
formation rhône alpes	1900
formations lyon	1900
formation professionnelle lyon	1000
formation en rhone alpes	880
centre de formation grenoble	720
centre formation grenoble	720
formation continue grenoble	720
formations grenoble	720
centre de formation de lyon	590
ecole formation lyon	590
formation adulte lyon	590
formation rhones alpes	590
organisme formation lyon	590
centre de formation a lyon	480
formation alternance grenoble	480
formation à grenoble	480



Référencement

D- ARCHITECTURE ET STRUCTURE



Référencement

1- Nom de domaine

LE NOM DE DOMAINE PEUT-IL AIDER AU RÉFÉRENCEMENT ?

OUI...

...dans la mesure où il intègre un mots-clés.

Cependant il faut penser en terme de marketing et l'absence de mots-clés n'est pas rédhibitoire.

Exemple d'un schéma type :

<http://www.wam-referencement.fr> 😊



Référencement

2- Référencement multi-sites

INTERNATIONAL > CIBLER AU MAXIMUM

ccTLDs = extensions liées au pays // gTLDs = extensions génériques // *source Google*

ccTLDs exemple.de, exemple.fr	Sous-domaines avec gTLDs de.site.com, fr.site.com, etc.	Sous-dossiers avec gTLDs site.com/de/, site.com/fr/, etc.	Paramètres d'URL site.com?loc=de, ?country=france, etc.
<p><u>Avantages (+)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Géolocalisation claire - L'emplacement des serveurs devient non pertinent - Séparation facile des sites - Contraintes légales (parfois) 	<p><u>Avantages(+)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Simple à mettre en place - Peut utiliser l'outil de géolocalisation des Outils pour Webmasters - Permet d'avoir des serveurs localisés à différents endroits - séparation simple des sites 	<p><u>Avantages(+)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Simple à mettre en place - Peut utiliser l'outil de géolocalisation des Outils pour Webmasters - Maintenance faible (même hébergeur) 	<p><u>Avantages(+)</u> (déconseillé)</p>
<p><u>Inconvénients (-)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Onéreux (et selon disponibilité) - Plus grosse infrastructure - Contrainte selon le ccTLD (parfois) 	<p><u>Inconvénients(-)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les utilisateurs pourraient ne pas reconnaître une URL localisée (est-ce que « de » fait référence à un pays ou à la langue ?) 	<p><u>Inconvénients(-)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les utilisateurs pourraient ne pas reconnaître une URL localisée - Il ne peut y avoir qu'un seul serveur - Séparation des sites plus compliquée 	<p><u>Inconvénients(-)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La segmentation basée sur l'URL est difficile à mettre en oeuvre - Les utilisateurs pourraient ne pas reconnaître une URL localisée - Impossible de géolocaliser via les Outils pour Webmaster



Référencement

2- Référencement multi-sites

NATIONAL / « THÉMATIQUE »
> au cas par cas

- La création d'un site à part entière doit être justifié
- Un site sans contenu a peu de valeur
- Attention aux éventuels backlinks et à l'historique de référencement



Référencement

3- Langage de développement

Connaître les contraintes des langages



HTML !



FLASH
LIENS JAVASCRIPT
AJAX
FRAMES
LOGINS



Référencement

4- Importance du plan de site

L'étude des mots-clés / de la demande, un élément stratégique

Step 1: Assemble Your Keywords by Broad Association



batman comics

batman dc comics

batman comic book

detective comics

batman book

batman graphic novel



superman comics

action comics

superman book

superman comic book

action comics superman

death of superman comic



flash comics

flash dc comics

dc comics the flash

flash the fastest man alive

the flash comic book

the flash comics



Référencement

4- Importance du plan de site

Déterminer les types de demandes

Step 2: Determine Intent and Segment

Wants Recent Batman Comic Book Issues or a Subscription



batman comics

batman dc comics

batman comic book

detective comics

Wants a Batman Graphic Novel or Book



batman book

batman graphic novel

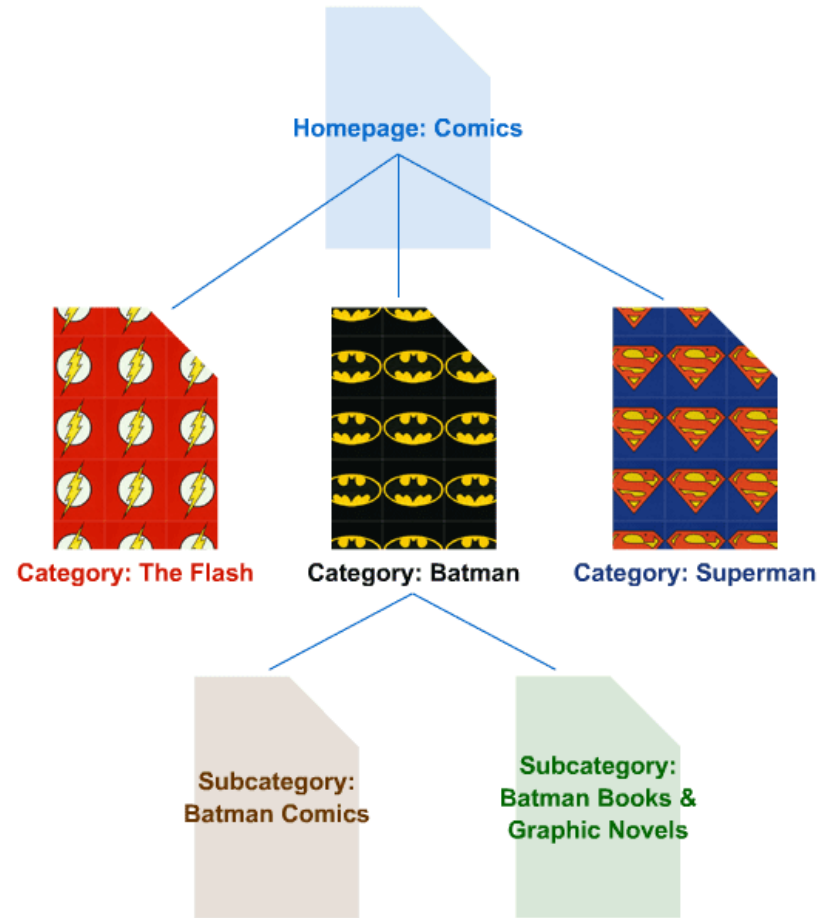


Référencement

4- Importance du plan de site

Création d'un plan de site stratégique

Step 3: Design Hierachy According to Usability & Natural Fit



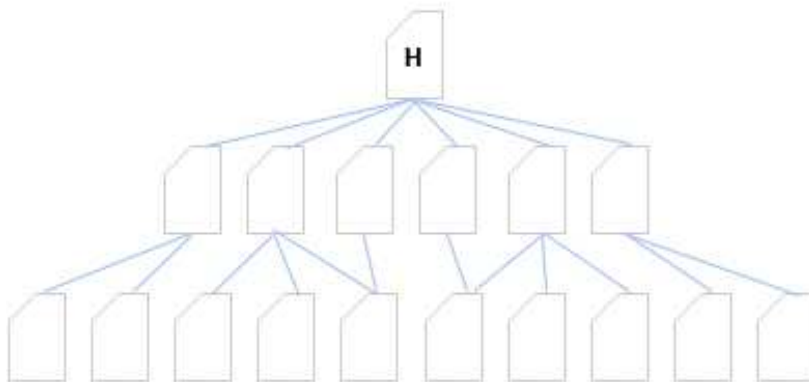
Référencement

4- Importance du plan de site

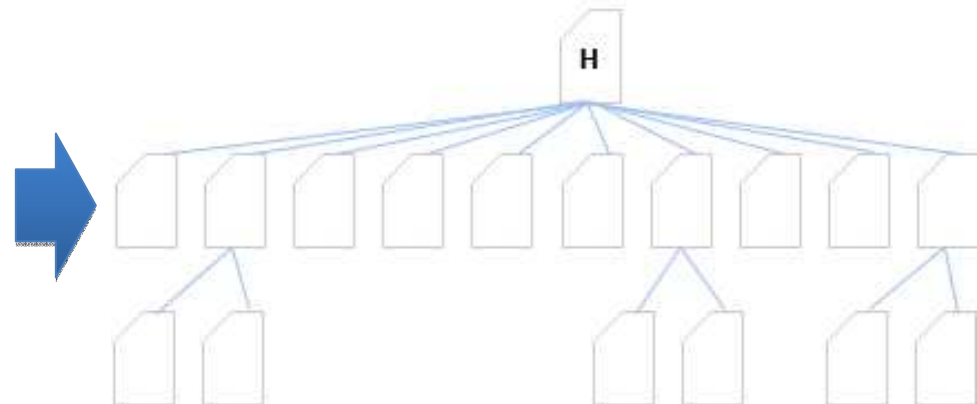
Un plan de site plutôt à plat qu'en profondeur
Et une verticalité des thématiques

Ne pas oublier : 3 clics max pour l'internaute 4 pour les moteurs, 100 liens par page max.

SMALL SITE ARCHITECTURE 1.0
TRADITIONAL "BEST PRACTICE FOR SEO"



SMALL SITE ARCHITECTURE 2.0
MODIFIED "BEST PRACTICE FOR SEO"



Référencement

5- Le contenu

Du contenu optimisé, du
contenu optimisé, du
contenu optimisé, du
contenu optimisé,
du contenu optimisé, du
contenu optimisé, du
contenu optimisé, du
contenu optimisé, du
contenu optimisé,



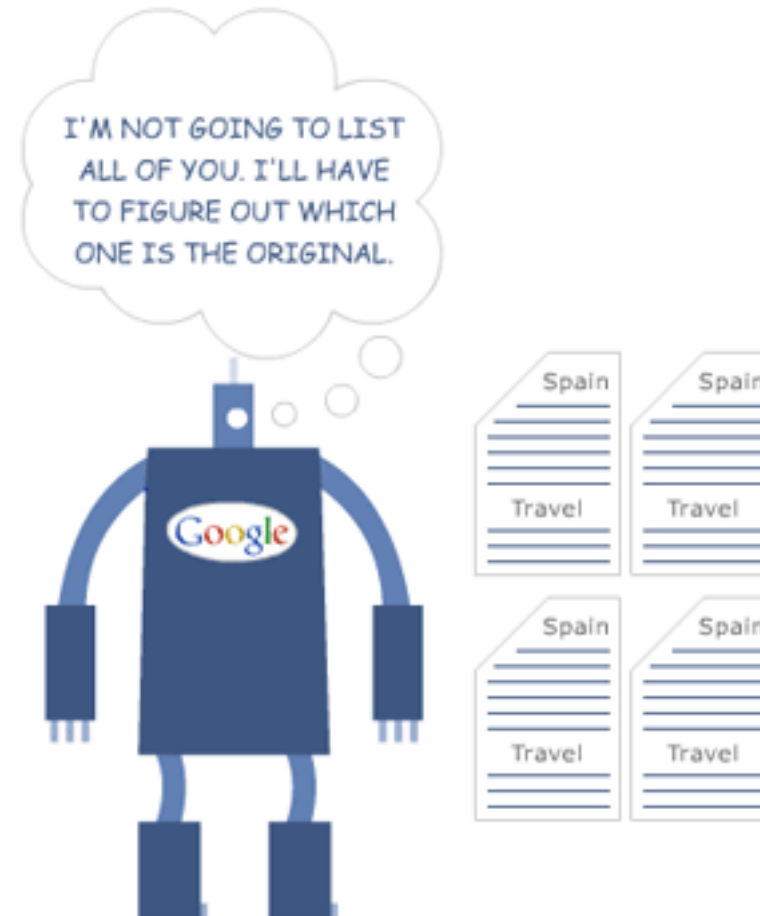
Référencement

5- La duplication de contenu

Une page = une url
Une page doit avoir un contenu unique !

Oui mais si mon site en contient ?

Quelles solutions ?



Référencement

5- La duplication de contenu

Solutions pour contourner le duplication de contenu :

Concentrer la popularité sur une seule et même adresse

- Balise rel canonical

```
<link rel="canonical" href="http://www.example.com" />
```

- Redirection 301

De la page dupliquée vers la page originale

- No index

```
<meta name="robots" content="noindex, follow" /> sur la page dupliquée
```



Référencement

5- La navigation

Avoir une navigation efficace

- Plan de site cohérent

- Utilisation d'un fil d'ariane

« Vous êtes ici : [Santé](#) > [maladie](#) > grippe »

- Page plan de site en html

- Avoir une page 404 personnalisée

- Intégrer des liens dans le contenu rédactionnel

- liens avec ancrs pour les longues pages



Référencement

5- Les redirections



Une seule redirection est prise en compte pour le référencement : 301 permanente

- 302 : redirection temporaire

- Meta refresh :

```
<meta http-equiv="Refresh" content="20;URL=page2.html">
```

- Javascript

```
window.location.replace("http://www.un-site.com/une-page.htm");
```

- 301 : permanente



Référencement

5- Les redirections



Une seule redirection est prise en compte pour le référencement : 301 permanente

301 Redirect for Apache	
Write to file called '.htaccess'. The file is named only as an extension. Hidden files must be viewable in operating system. mod_rewrite must be enabled	
Command	Description
Redirect 301 /oldpage.html http://www.newdomain.com/newpage.html	Redirect single file or directory to a new file or directory on a different domain.
RewriteEngine on RewriteCond %{HTTP_HOST} ^mysite\.com [NC] RewriteRule (.*) http://www.mysite.com/\$1 [L,R=301]	Redirect http://mysite.com to http://www.mysite.com . Affects entire domain.
Entire site: Redirect 301 / http://www.newdomain.com/ Redirect permanent /old http://www.newdomain.com/new	Redirect entire domain to a new domain as either a 301 (recommended) or 302



Référencement

E- LES ÉLÉMENTS IMPORTANTS POUR LE RÉFÉRENCEMENT : FACTEURS ON-PAGE



Référencement

1- Le title

Un élément
déterminant pour
le référencement

Rhône-Alpes : vacances et week end en Rhône-Alpes - Rhône-Alpes ...

Toutes les informations pour préparer votre séjour en Rhône-Alpes : découvrir les festivals et manifestations des Alpes, les sites touristiques, ...
www.rhonealpes-tourisme.fr/ - En cache - Pages similaires

Rhône-Alpes : vacances et week end en Rhône-Alpes - Rhône-Alpes Tourisme

...nealpes-tourisme.fr/

```
<META EQUIV="Content-language" CONTENT=""></META><title>Rhône-Alpes : vacances et week end en Rhône-Alpes - Rhône-Alpes  
Tourisme</title><meta name="description" content="Toutes les informations pour préparer votre séjour en Rhône-Alpes :  
découvrir les festivals et manifestations des Alpes, les sites touristiques, les produits et produits de la région
```



Référencement

1- Le titre

Écrire un
TITRE efficace



- Décrire efficacement le contenu de la page : choisissez un titre qui correspond au mieux au contenu
- Chaque titre doit être « direct, « efficace »
- 70 caractères max (espace compris)
- Créer un titre unique.
- Avoir un titre descriptif : il doit être à la fois court et explicatif. S'il est trop long, Google n'en montrera qu'une partie dans les résultats des moteurs de recherche.
- L'expression la plus importante à gauche, répétition possible aux deux extrémités



Référencement

1- Le title

A éviter



- Choisir un title qui n'a aucun rapport avec le contenu de la page
- Utiliser un unique title par défaut, comme « Sans titre » ou « Nouvelle page 1 »
- Utiliser le même title pour toutes les pages
- Appliquer un title long et inutile pour l'internaute
- Abuser de mots-clés sans intérêt
- Répétition abusive d'un même mot-clé (au-delà de 3 fois).
- Google Webmaster Tool détecté les duplications



Référencement

2- Les balises metas description et keywords

~~Opéra de Lyon : danse, concert, spectacles, ballet, jazz, séries~~

Opéra National de Lyon - Sortir à Lyon : spectacle, concert, jazz, danse... Retrouvez les informations sur le programme et la salle de l'Opéra de Lyon ...

~~www.opera-lyon.com - En cache - Pages similaires~~

Balise meta description : secondaire mais à ne pas négliger.

```
<meta name="description" content="Opéra National de Lyon - Sortir à Lyon : spectacle, concert, jazz, danse... Retrouvez les informations sur le programme et la salle de l'Opéra de Lyon : concert, musique classique, ballet, danse, spectacle, etc. Réservez vos places de spectacle en ligne sur le site de l'Opéra de Lyon- Rhône Alpes (69)" />
```

Balise meta keywords : elle n'est plus pris en compte.

```
<meta name="keywords" content="bretagne, accueil" />
```



Référencement

2- Les balises metas description et keywords

Écrire une description



- Rédiger un résumé pertinent de la page : écrire une description qui va à la fois informer et intéresser les utilisateurs si ces derniers perçoivent le snippet dans les résultats des moteurs. Inciter au clic.
- Utiliser une description unique pour chaque page.
- Autour des 150 caractères.
- Peut intégrer des variables pour être personnalisée !



Référencement

2- Les balises metas description et keywords

A éviter



- Rédiger une description sans rapport avec le contenu d'une page.
- Rédiger une description pour l'ensemble des pages du site.
- Utiliser une description générique de type « Accédez à la page » ou « Page qui parle de vin ».
- Remplir la description avec un listing de mots-clés
- Copier/Coller l'intégralité du contenu de la page dans la description.
- Mieux vaut ne pas en mettre (sélection d'un texte par Google)



Référencement

3- L'url

Schéma d'une url « seo friendly »

<http://www.example.com/mot-cle-categorie/mot-cle-sous-categorie/mot-cle-prioritaire.html>



- Enlever un maximum de paramètres de type =123?&erd
proscrire les identifiants de sessions (id=1234)
- Ne pas abuser de mots-clés : mot-cle-mot-cle-mot-cle-mot-cle-mot-cle-mot-cle.htm
- Limiter les répertoires :
/rep1/rep2/rep3/rep4/rep5/rep6/page.html
- Pour tout changement d'url, faire une redirection 301

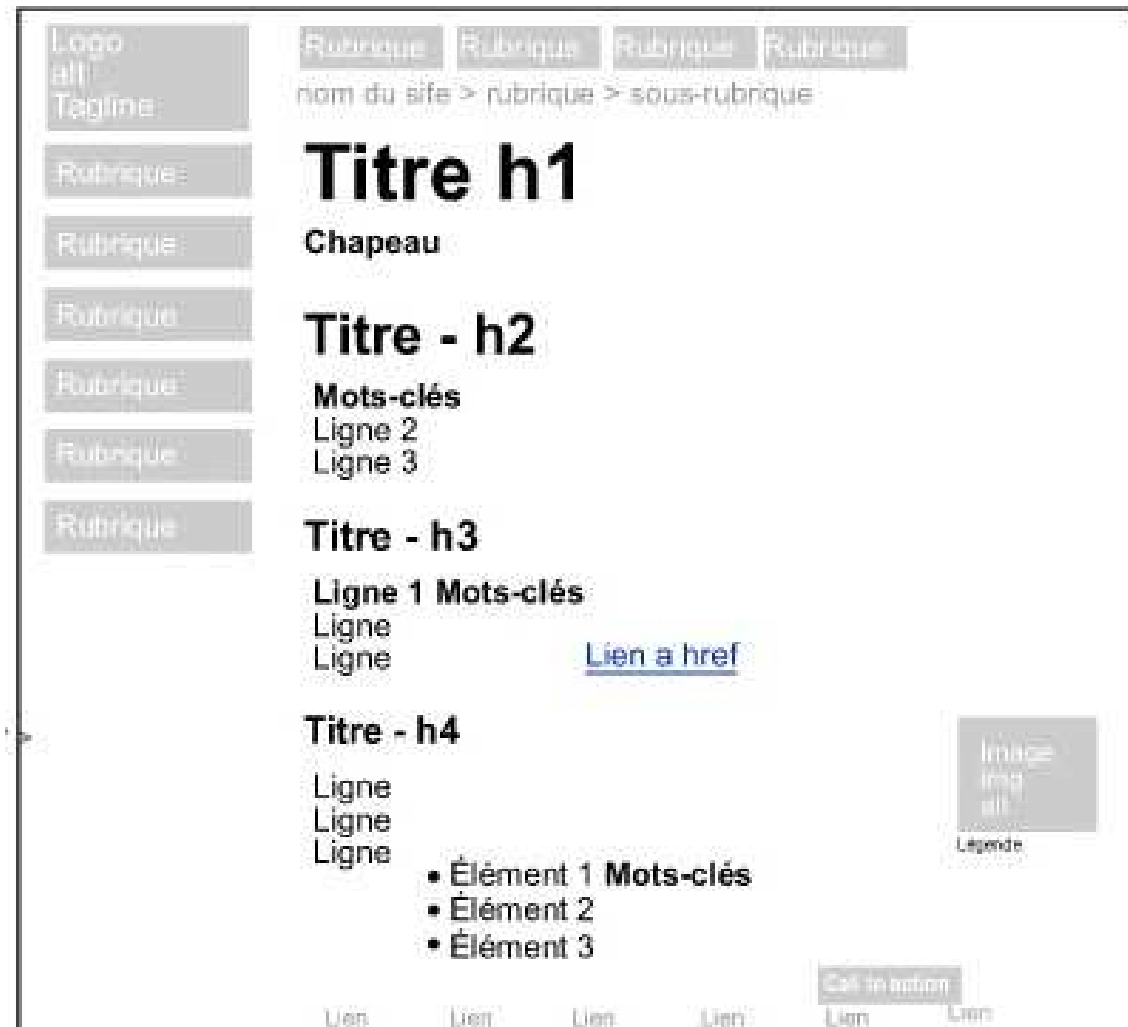


Référencement

4- La structure d'une page

```
<h1>titre</h1>
<strong>chapeau ou accroche</strong>
<h2>titre</h2>
<strong>mots-clés en gras</strong>
<a href="lien"> </a>

<ul>
<li>liste à puces</li>
</ul>
```



Référencement

5- Utilisation des mots-clés dans le contenu

Un contenu optimisé =

ventilation + variations + autres mots connexes.

Exemple : « cheval », « chevaux », « écurie », « équestre », « galop », etc.

H1 Headline:
Chocolate Donuts from Mary's Bakery

Image Filename:
chocolate-donuts.jpg

Body Text: _____
_____chocolate donuts_____

_____donuts_____

_____chocolate donuts_____

_____donuts_____

chocolate_____

_____chocolate donuts_____

_____chocolate_____

_____chocolate donuts_____

Photo of Donuts (with Alt Attribute):
Chocolate Donuts



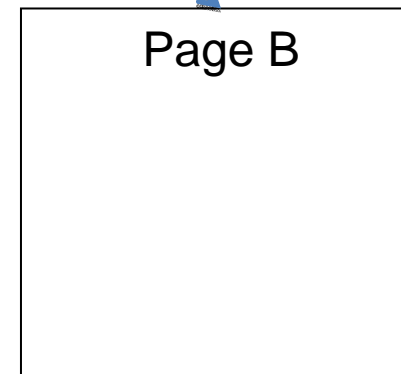
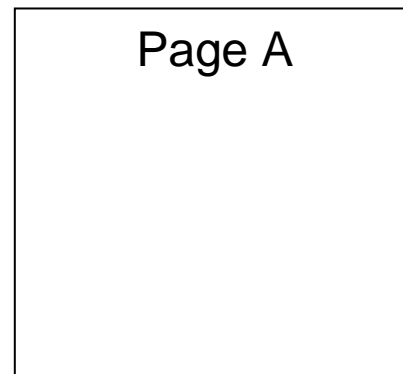
Référencement

6- Les liens internes

Liens internes

- Un lien sur du texte a plus de valeur qu'un lien sur une image
- Un lien sur un mot-clé (=ancree) est pertinent pour le SEO
- Un lien interne est moins performant qu'un lien externe (= backlink)

Texte.....texte..... texte..... texte..... texte.....
texte..... texte..... texte..... texte..... texte.....
texte..... texte..... mot-clé A..... texte..... texte.....
texte..... texte..... texte..... texte..... texte.....
texte..... texte..... texte..... texte..... texte.....
texte..... texte..... mot-clé B..... texte..... texte.....
texte..... texte..... texte.....



Référencement

7- Les images

SEO des images =

Le nom du fichier + le format (JPEG ou GIF) + le texte alt (alt) + le texte autour de l'image (+ notoriété + historique).

Exemple d'une recherche Facebook dans Google Images :

Page parlant de Facebook sur <http://antoine-dupin.com/leblog/communiquer-sur-facebook-comment-pourquoi-et-enjeux/>

Source de la première image : ``



Référencement

8- Comment les moteurs lisent une page ?

Le site est indexé : le cache de Google



Référencement

8- Comment les moteurs lisent une page ?

Le site n'est pas indexé : la toolbar Web Developer de Firefox

Désactiver > Désactiver Javascript > Tout le Javascript
CSS > Désactiver les styles CSS > Tous les styles
Images > Remplacer les images par l'attribut alt

The screenshot shows the Firefox Web Developer toolbar overlaid on the L'ÉQUIPE.FR website. The toolbar is set to 'Désactiver' (Disable) for JavaScript, CSS, and Images. The 'JavaScript' settings panel is open, showing 'JavaScript: OFF', 'Images: ON', and 'User Agent: Default'. The website content is partially visible, including the L'ÉQUIPE.FR logo, a search bar, and a navigation menu. A red arrow points from the 'Désactiver' menu to the 'JavaScript' settings panel.

Référencement

F- LES ÉLÉMENTS IMPORTANTS POUR LE RÉFÉRENCEMENT : FACTEURS OFF-PAGE



Référencement

1- Les liens externes

AVOIR DES LIENS PERTINENTS

=

- Depuis des DOMAINES à forte notoriété
- Des liens textes
- Avec des ancres pertinentes

Combiner Quantité et Qualité.

Voilà le succès des fameux
Google Bombing !



Référencement

2- TrustRank vs PageRank

PageRank (ou PR): inventé par Larry Page, un des deux fondateurs de Google
valeur qui mesure la popularité d'une page. Une note de 0 à 10 basée sur plusieurs critères dont l'un des plus importants est la popularité des liens externes.

AVEC MODÉRATION

TrustRank : inventé par Yahoo et un universitaire de Standford
un indice de confiance d'une page. Une note entre 0 et 1 qui donne une indication sur la qualité d'une page.
Quelques critères pris en compte : liens entrants (quantité + qualité), ancienneté, etc.



Référencement

2- TrustRank vs PageRank vs Autorité

Autorité : inventé par ?

valeur qui mesure l'écho d'une marque à travers Internet (notamment Twitter, FB, actualités, ...) mais aussi dans le monde réel...

AVEC
MODÉRATION

Illustration



"Brand" Sites

The items in blue below indicate behaviors that frequently apply to brands

"Generics"

The items in orange below reflect differences generics have vs. brands

The items in purple below indicate steps Google/Bing might take to identify brands vs. generics

Have people working for them

Often don't have employees

Does anyone on LinkedIn say they work there?

Own their social pages

Sometimes lack a social presence

Do they have a Facebook company page?

Do they have a followed/verified Twitter account?

Do they have a LinkedIn company page?

Display obvious contact info and robust "about" pages

Might have just a contact form

Do the about/contact pages on the site exist and contain robust info?

Register w/ relevant government and trade associations

Don't register much of anything

Does the business have a taxpayer ID, proof of registration in a government/civic org's accessible database?

Get branded search volume for their name

Might not have any branded search demand

Do verified, long-time registered users search for the brand with organic patterns?

Run offline marketing & advertising campaigns

Usually skip "real world" marketing

Are there signals/evidence of offline marketing or advertising campaigns?

Have an office address and physical presence

Often forego any offline presence

Does the business have an associated address via any trusted local data sources?

Référencement

2- TrustRank vs PageRank vs Autorité

Le référencement
intègre des notions
de plus en plus
complexes

Evolution des facteurs clés de succès du SEO :

1996-1999 : Utilisation des mots clés sur la page + meta data

1999 – 2002 : PageRank + Critères on page

2002 – 2005 : Anchor text + Nom de domaine et historique
+ PageRank + On-critère on page

2005 – 2009 : Autorité du domaine + Diversité des
domaines liants + modélisation des thématique /
arborescence + Anchor text + Nom de domaine et
historique + PageRank + critères on page



Référencement

G- LES COMPLÉMENTS TECHNIQUES



Référencement

1- Le Blacklistage

Le site a disparu de l'index.

Vérification : il suffit de rechercher le nom de son site.

Ne pas chercher à tromper les moteurs.

La règle d'or : ce que voit le moteur = ce que voient les internautes

Demande de réexamen

Un réexamen peut demander plusieurs semaines. Malheureusement, nous ne sommes pas en mesure de répondre à chacune de ces demandes.

Sélectionnez ci-après le site concerné par la demande. Vous pouvez choisir n'importe quel site validé. Si vous souhaitez que nous procédions à l'examen d'un site qui n'apparaît pas dans cette liste, ajoutez-le à votre compte et confirmez que vous en êtes le propriétaire. Revenez ensuite à cette page.

Demande de réexamen de :
Sélectionnez un site...

Déclaration de réexamen

En envoyant cette requête, vous reconnaissez que :

- J'ai lu et compris les consignes de qualité de Google. [Plus d'informations.](#)
- En l'état actuel, ce site n'enfreint aucune des directives de qualité de Google.
- Je m'engage à respecter les directives de qualité de Google.

Donnez-nous plus d'informations sur le problème que vous rencontrez. Si vous avez fait appel à un service tiers, indiquez-le ci-dessous. En règle générale, les pratiques de référencement (comme les programmes d'affiliation, etc.) ne sont pas autorisées.

Rapport de spam

Aidez-nous à préserver la qualité des résultats de recherche Google

Nous travaillons sans relâche afin de vous proposer les résultats les plus pertinents pour chaque recherche que nous exécutons. Dans ce but, nous encourageons les gestionnaires de site à rendre leur contenu simple et compréhensible à la fois pour les utilisateurs et les moteurs de recherche. Malheureusement, tous les sites Web ne se soucient pas de l'intérêt des utilisateurs. Les pratiques consistant à tromper (spam) nos robots d'exploration du Web à l'aide de texte caché, de pages masquées (cloaking) ou de pages satellite (doorway) compromettent la qualité de nos résultats et dégradent la recherche pour tous les utilisateurs.

Nous désapprouvons les pratiques de spam. Par conséquent, nous vous demandons de nous signaler, à l'aide de ce formulaire, tout résultat de recherche Google que vous considérez comme spam. Nous examinons en détail chaque rapport concernant les pratiques trompeuses et prenons les mesures appropriées lorsque nous détectons des cas d'abus avérés. Dans certains cas extrêmes, nous supprimons immédiatement les spameurs de notre index afin qu'ils ne figurent plus dans nos résultats de recherche. Dans tous les cas, nous utilisons les données de chaque rapport de spam afin d'améliorer notre système de classement de sites et nos algorithmes de filtrage qui, au fil du temps, doivent améliorer la qualité de nos résultats.

Vos commentaires nous aident à améliorer nos services dans l'intérêt des utilisateurs du monde entier et nous vous remercions d'avoir pris le temps de nous contacter. En nous aidant à éliminer le spam, vous permettez à des millions de personnes d'économiser du temps, du travail et de l'énergie.

Page Web ou site concerné :

Requête exacte à l'origine du problème (copiez cette requête à partir du champ de recherche Google) :

Page de résultats Google concernée par le problème (copiez l'URL de cette page) :



Référencement

2- Le fichier sitemap



<http://www.google.com/support/webmasters/bin/topic.py?topic=8476>

Intérêts :

- Avoir une indexation exhaustive surtout pour les sites volumineux

Il existe des fichiers spécifiques sitemaps pour :

- Les images
- Les vidéos
- Les mobiles
- Informations géographiques
- Les actualités

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
  xmlns:image="http://www.google.com/schemas/sitemap-image/1.1">
  <url>
    <loc>http://example.com/sample.html</loc>
    <image:image>
      <image:loc>http://example.com/image.jpg</image:loc>
    </image:image>
    <image:image>
      <image:loc>http://example.com/photo.jpg</image:loc>
    </image:image>
  </url>
</urlset>
```

Le sitemap est souvent accessible sous l'adresse :

<http://www.monsite.fr/sitemap.xml>



Référencement

3- Le fichier robots.txt

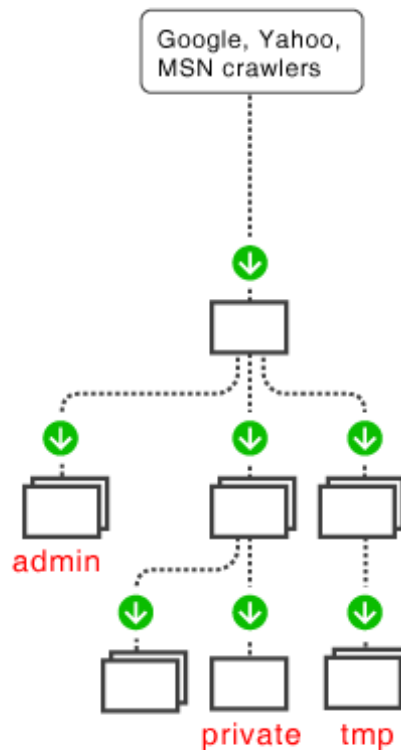
Intérêt :

- Contrôler les répertoires et les urls à indexer, les plus utiles, gain de temps de crawl

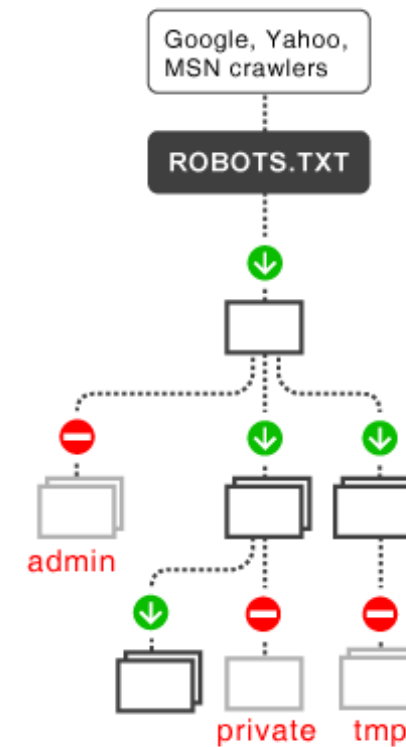
Robots.txt File Explained

Use the robots.txt file to restrict search engine crawlers from indexing selected areas of your website.

Site without Robots.txt



Site with Robots.txt



© 2007 Elliance, Inc.



WAM-Référencement – JoomlaDay 2011

Référencement

3- Le fichier robots.txt

Intérêt :

- Contrôler les répertoires et les urls à indexer, les plus utiles, gain de temps de crawl

Robots.txt Syntax	
User-agent: *	
Disallow: /privatefolder/	
Disallow: /privatefile.html	
User-agent: Googlebot/2.1	
Disallow: /nogoogle.html	
Sitemap: https://www.mysite.com/sitemap.xml	

Robots Meta Tag		
<code><meta name="ROBOT NAME" content="ARGUMENTS" /></code>		
ROBOT NAME can be either "robots" for all robots or the user-agent of a specific robot. See robot user-agent list to the left.		
Arguments		
noindex	Google, Yahoo, Live, Ask	Page Not Indexed
nofollow	Google, Yahoo, Live, Ask	All Links on Page Become No Followed
noarchive	Google, Yahoo, Live, Ask	Page Not Cached
noodp	Google, Yahoo, Live	Stops Description and Title Tag Overwrite by DMOZ (only for Homepage)
noydir	Yahoo	Stops Description and Title Tag Overwrite by Yahoo Directory
nosnippet	Google	Stops Google from Generating Description Based on On-page Text



Référencement

4- Google Webmaster tools

Intérêts :

- Maîtriser la gestion de son site dans l'index de Google
- Obtenir des informations complémentaires : pages d'erreurs, vitesse d'exploration, duplication de balises, nombre de liens internes / externes, taux de clics des expressions, etc.

Google outils pour les webmasters
<http://www.google.com/webmasters/tools?hl=fr>

The screenshot displays the Google Webmaster Tools dashboard. It is divided into several sections:

- Tableau de bord** (Dashboard): A sidebar menu with options like Messages (2), Configuration du site, Sitemaps, Accès du robot d'exploration, Liens de site, Changement d'adresse, Paramètres, Votre site sur le Web, Requête de recherche, Liens vers votre site, Mots clés, Liens internes, Statistiques sur les abonnés, Diagnostic, Logiciels malveillants, Erreurs d'exploration, Statistiques sur l'exploration, Suggestions HTML, and Labos.
- Requêtes de recherche** (Search Queries): A table showing search terms, impressions, and clicks.

Requête	Impressions	Clics
restaurant la terrasse	260	< 10
hotel la terrasse	170	< 10
hotel lamastre	58	< 10
laterrasse	58	< 10
crestet	58	< 10
la terrasse	28	< 10
restaurant ardeche	28	< 10
la terrasse restaurant	28	< 10
hotel de la terrasse	22	< 10
le crestet	22	< 10
- Erreurs d'exploration** (Crawling Errors): Shows 2 'Introuvable' (404) errors. Last update: 29 oct. 2010.
- Mots clés** (Keywords): A table showing keyword importance with horizontal bars.

Mot clé	Importance
restaurant (2 variantes)	High
ardeche	Medium
hotel	Medium
lamastre	Medium
tournon	Medium
- Liens vers votre site** (Links to your site): A table showing domains and total link counts.

Domaines	Nombre total de liens
ardeche-evasion.com	15
sfr.fr	2
risposteatutto.com	2
lamastre.fr	2
07-ardeche.com	2
- Sitemaps**: Shows the sitemap /sitemap.xml is indexed (État: ✓) with 5 URLs in the index.

Référencement

H- LES COMPLÉMENTS SEO



Référencement

1- Les liens sponsorisés



Search Engine Optimization
SEOP.com/SEO-Management Validated Results, 500+ Clients Receive Complimentary \$1750 Review

Search Engine Optimization
www.CustomerMagaz... Professional SEO firm offering affordable services - Free Quote!

Search Optimization
LeverageMarketing.Net/SEO-Results \$1600 Set-up & \$900 Monthly Get your free consultation today!

Search engine optimization - Wikipedia, the free encyclopedia
Search engine optimization (SEO) is the process of improving the volume or quality of traffic to a web site from search engines via "natural" or un-paid ...
History - Relationship with search engines - Methods
en.wikipedia.org/wiki/Search_engine_optimization - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Search Engine Optimization (SEO) - Webmasters/Site owners Help
SEO is an acronym for "search engine optimization" or "search engine optimizer." Deciding to hire an SEO is a big decision that can potentially improve your ...
www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl... - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

BruceClay - Search Engine Optimization Training and SEO Services ...
Free step-by-step SEO tutorial with tools and software. Search Engine Optimization services, classroom SEO training, SEO tools, site Assessments, free tips, ...
www.bruceclay.com/web_rank.htm - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Search Engine Optimization, Google Optimization - SEO Chat
SEO Strategies: A Guide to Which Ideas Work and Which Ones Don't in Search Optimization ... Understanding the world of search engine optimization, or SEO ...
www.seoachat.com/ - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Search Engine Optimization (SEO) Marketing Firm & Placement Company
Offers search engine optimization (SEO) marketing services & placement since 1998. Submit your website URL to 40 major search engines for FREE!
www.submitexpress.com/ - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Search Engine Submission Optimization Free Website Promotion ...
providers of search engine submission, website promotion, search engine optimization (SEO), free search engine submission, site submission, and search term ...
www.addme.com/ - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Search Engine Optimization - Natural Search Optimisation & SEO ...
Web.com Search Agency is a leading search engine marketing company providing natural search engine optimization and SEO, link building, PPC management, ...
www.submitawebsite.com/ - Cached - Similar - ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷

Sponsored Links

Sponsored Links

Google Website Optimizer
The way to improve your site and boost conversions. Learn more.
www.google.com/websiteoptimizer

#1 Seo Experts
Featured In Entrepreneur Magazine
Get to the first page now!
www.1Seo1Sem.com/

Engine Optimization
#1 Ranked Internet Advertising Firm
Results in 24hrs. 30% off Today!
www.wpromote.com

Engine Optimization
Increase Conversions with Webtrends
Optimize. Download the Data Sheet.
Webtrends.com/EngineOptimization

Charles River Interactive
Boston's Premier Search Engine Marketing Agency - PPC & SEO
www.charlesriverinteractive.com
1666 Massachusetts Ave, Lexington

Voted #1 Top SEO Agency
Increase Your Visibility.
Get a Free Site Analysis.
IncreaseVisibility.com

website performance
Monitor web site performance.
Ensure high uptime. Sign Up Now!
Site24x7.com

Is Your Brand Connected?
Learn How To Connect With Your Customers. Build a Connected Brand
www.iCrossing.com

Référencement

1- Les liens sponsorisés



Les liens apparaissent dans le contenu d'une page

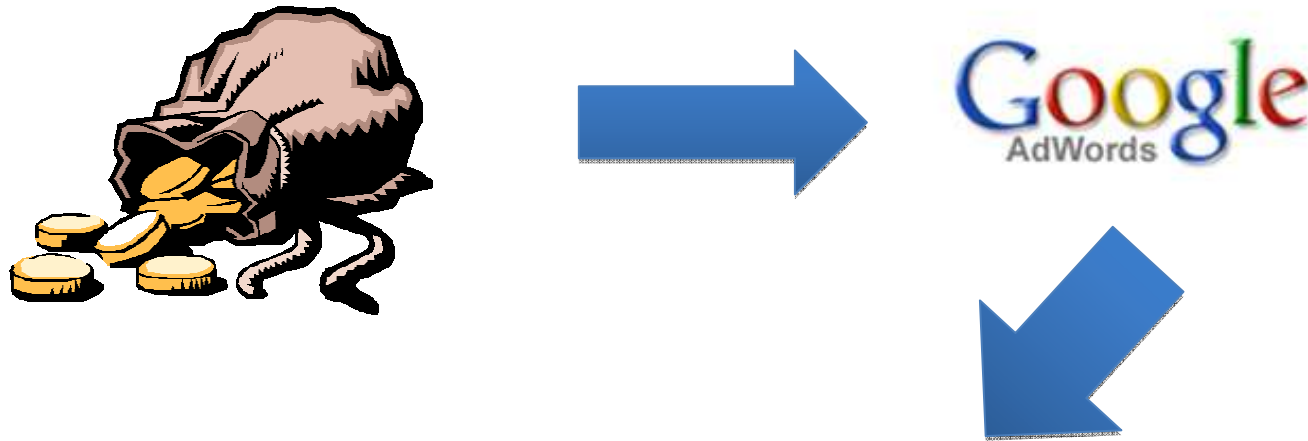
<http://www.liberation.fr/>

A screenshot of a forum page with a navigation bar at the top containing a series of red dots and the text "Tous les Forums". The main content area displays four sponsored links, each with a title, a short description, and a URL. The links are: "Fumoirs pour Entreprises" (www.smokefreesystems.fr), "Libération sur iPad" (www.Liberation.fr), "Article emailing" (www.business-guide.fr), and "AdWords E-Commerce Tool" (podiumadtech.com/ecommerce_tool). The text "Annonces Google" is visible in the bottom right corner of the content area. At the bottom of the screenshot, the word "ÉCRANS" is written in red.



Référencement

1- Les liens sponsorisés



Votre budget diminue à chaque fois qu'un internaute clique sur votre annonce

SYSTÈME C.P.C. = Coût Par Clic

Référencement

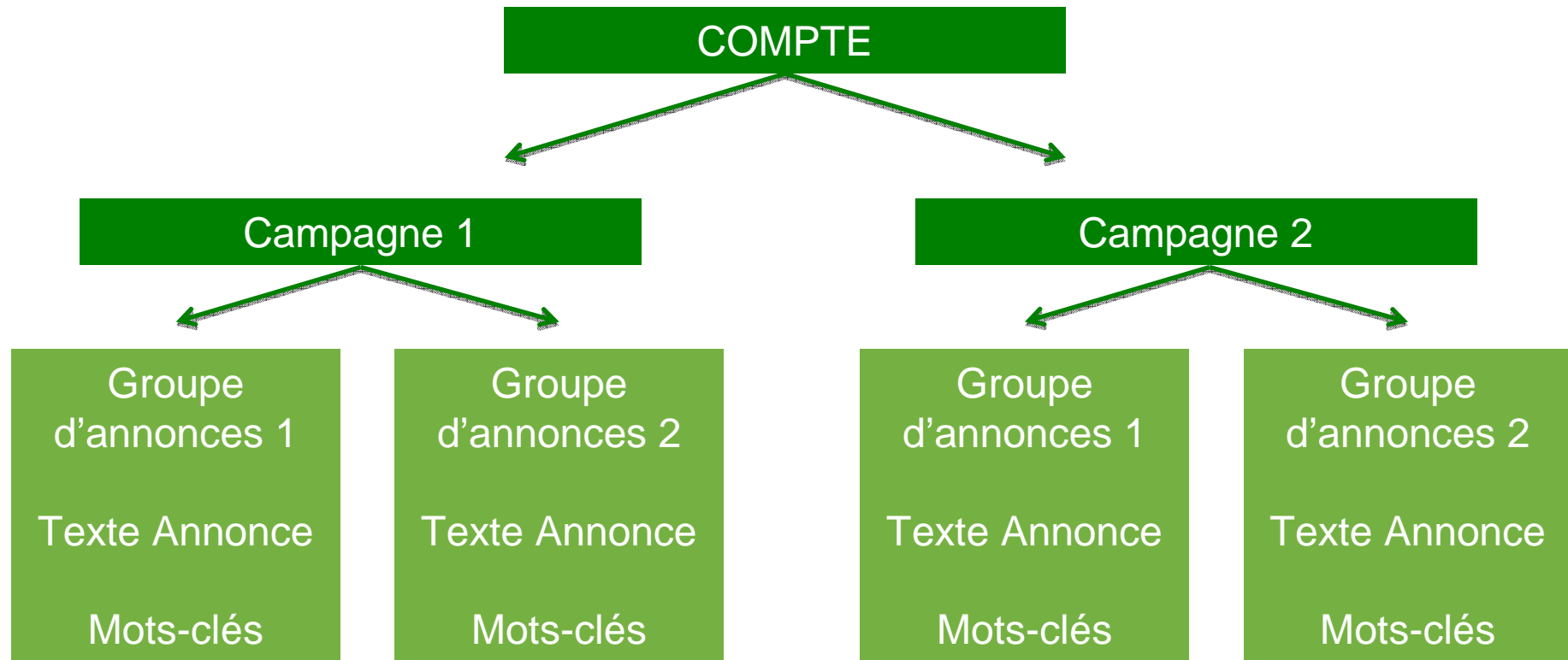
1- Les liens sponsorisés



Référencement

1- Les liens sponsorisés

Avoir une organisation très structurée



Référencement

1- Les liens sponsorisés

Exemple d'application

Campagne 1 : Semences

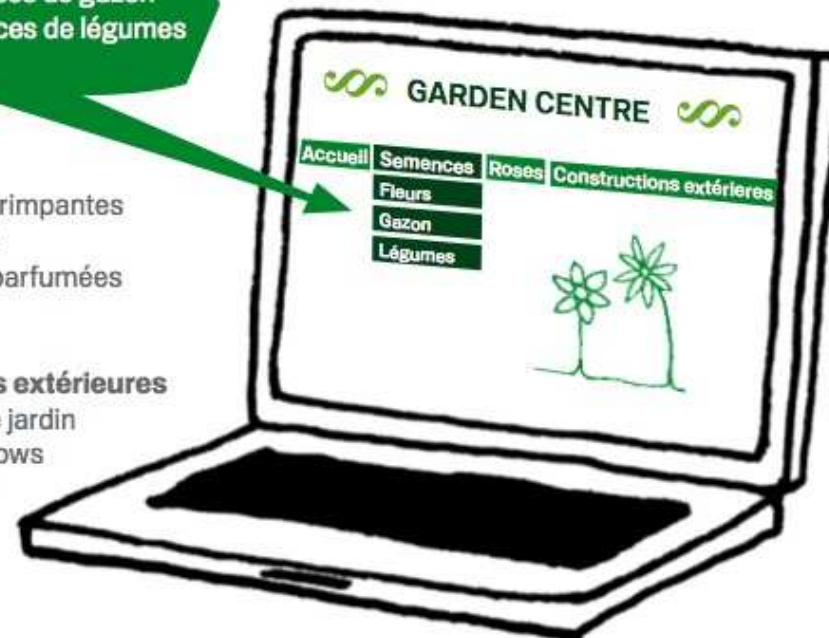
Groupe d'annonces 1 : Semences de fleurs
Groupe d'annonces 2 : Semences de gazon
Groupe d'annonces 3 : Semences de légumes

Campagne 2 : Roses

Groupe d'annonces 1 : Roses grimpantes
Groupe d'annonces 2 : Rosiers
Groupe d'annonces 3 : Roses parfumées

Campagne 3 : Constructions extérieures

Groupe d'annonces 1 : Abris de jardin
Groupe d'annonces 2 : Bungalows
Groupe d'annonces 3 : Serres



Référencement

1- Les liens sponsorisés

La structure d'une annonce

The screenshot shows a sponsored search result for 'Gazon en plaques'. The result is displayed in a yellow box and includes the following elements:

- Title: `{keyword:Gazon en plaques}`
- Two lines of descriptive text: 'Fourniture, vente, pose, livraison' and 'Prix en baisse - Devis gratuit !'
- Address for display: `Jardiservice.fr/gazon`
- Destination address: `http:// www.jardiservice.fr/gazon`
- Buttons: 'Enregistrer' and 'Annuler'

Blue arrows point from callout boxes on the right to these specific elements in the screenshot.

Titre (25 caractères max ;
{keyword:} signifie la
reprise automatique du
mot-clé)

2 lignes descriptives (35
caractères max chacune)

Adresse d'affichage (35
caractères max,
possibilité de
personnalisation)

Adresse de destination
(1024 caractères max)



Référencement

1- Les liens sponsorisés

La rédaction des annonces

Insérez des mots-clés dans votre annonce : pour obtenir les meilleurs résultats possibles, insérez votre mot-clé le plus performant dans le titre de votre annonce

Utilisez une incitation à l'action efficace : indiquez aux clients potentiels l'action que vous souhaitez qu'ils effectuent lorsqu'ils accèdent à votre site (« achetez maintenant », « appelez-nous », etc.)

Mentionnez des prix, vos offres spéciales et utilisez des arguments de vente : Qu'est-ce qui différencie votre produit ou service de celui de vos concurrents ?

Dirigez les internautes vers la page la plus pertinente de votre site web : si vous utilisez une url de destination très spécifique, vous pouvez diriger vos clients potentiels vers la page de votre site qui est en rapport direct avec le produit ou service décrit dans votre annonce



Référencement

1- Les liens sponsorisés

La rédaction des annonces

Roses grimpantes à vendre
Offre spéciale de roses grimpantes.
Achetez maintenant. Livraison le lendemain.
jardinerie.com/rosesgrimpantes



Les points positifs

- Le titre se concentre sur le produit en vente et contient des mots clés pertinents.
- La description présente les avantages spécifiques que procure l'achat du produit auprès de cette entreprise (Livraison le lendemain).
- La description inclut une instruction destinée aux clients potentiels, concernant l'action à effectuer (Achetez maintenant).
- L'URL de destination renvoie vers une page du site Web de l'entreprise, dédiée aux roses grimpantes.

jardinerie
tout ce qu'il faut
pour votre jardin
jardinerie.com



Les points négatifs

- Le titre se concentre sur la description de l'entreprise et ne s'appuie pas sur des arguments de vente solides. Il ne contient pas les mots clés qui déclenchent la diffusion de l'annonce.
- La description est trop générale et ne contient pas d'incitation à l'action. Elle serait plus efficace si elle ciblait des produits ou services spécifiques.
- L'URL de destination renvoie vers la page d'accueil de l'entreprise, et non vers une page présentant le produit ou service concerné.

Référencement

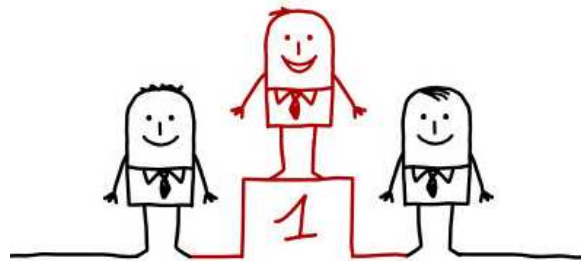
1- Les liens sponsorisés

La position basée sur le Score de Qualité

1- Le taux de clic de l'annonce

2- La pertinence de l'annonce

3- La pertinence de la page de destination



A noter : une campagne bien structurée peut jouer sur le Score de Qualité et faire baisser les coûts par clics

Référencement

1- Les liens sponsorisés

Les résultats et le suivi (ex pour les campagnes)

Campagne	Budget	État ?	Clics	Impr.	CTR ?	CPC moy. ?	Coût	Pos. moy. (1 par clic) ?	Conv. (1 par clic) ?	Coût/Conv. (1 par clic) ?	Taux de conv. (1 par clic) ?	Conv. après affichage ?
Taille des Arbres	5,00 € par jour	Limitée par le budget ?	137	2 167	6,32 %	0,41 €	56,43 €	1,3	0	0,00 €	0,00 %	0
Entretien paysagiste	4,00 € par jour	Limitée par le budget ?	93	2 352	3,95 %	0,53 €	49,16 €	1,5	0	0,00 €	0,00 %	0
Taille des haies	3,00 € par jour	Limitée par le budget ?	54	1 336	4,04 %	0,60 €	32,30 €	1,4	0	0,00 €	0,00 %	0
Gazon	1,00 € par jour	Campagne éligible	25	190	13,16 %	0,46 €	11,51 €	1,4	0	0,00 €	0,00 %	0

Clics = nombre de clics

Impr. = impressions, nombre de fois que l'annonce s'est affichée

CTR = Taux de clics

CPC moyen = coût par clic moyen

Conv. = conversion

Pos. Moy. = position moyenne dans la page de résultats

Coût/Conv = coût par conversion

Taux de conv = taux de conversion

Conv. Après affichage = conversion dans les 30 jours (cela concerne la réseau display)



Référencement


2- Google Maps/Adresses

Des résultats
issus de Google
Maps sont
intégrés dans la
partie
Recherche


cinéma lyon Rechercher

Environ 3 750 000 résultats (0,10 secondes) Recherche avancée

[Horaires des séances - Lyon](#)

 [Potiche](#) - 1h40mn - Comédie
[Date limite](#) - 1h40mn - Comédie
[Les Petits Mouchoirs](#) - 2h34mn - Comédie dramatique
[Autres films »](#)


[Salles de cinéma à Lyon \(69000\) - AlloCiné](#)
Le **Cinéma Opéra**, Le **Cinéma**, **CNP Terreaux**, **La Fourmi**, **Pathé Lyon - Cordeliers ex 8 Nefs**.
[www.allocine.fr](#) > [Cinéma](#) > [Salles de cinéma](#) - [Pages similaires](#) Page Google Adresses

 6 Rue Joseph Serlin, Lyon
04 78 28 80 08

[Cinéma Lyon : Horaires, séances, salles de cinéma à Lyon](#) 🔍
10 nov. 2010 ... Cityvox : le guide du **cinéma**. En seulement 2 clics accédez à tous les horaires et séances des salles de **cinéma** de **Lyon**.
[www.cityvox.fr/cinema_lyon/Cinema](#) - [En cache](#)

[Horaires cinéma Lyon : Les séances de cinéma à Lyon](#) 🔍
Séances de **cinéma** de **Lyon** : les horaires des films dans les salles de **cinéma** de **Lyon**...
Sur Cinefil.com retrouvez toute l'actualité du **cinéma**, tous les ...
[www.cinefil.com/seances-cinema/lyon](#) - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[Cinéma COMOEDIA - LYON](#)
Du 10/11/2010 au 16/11/2010. # **Nowhere Boy** ... Le 08/12/2010. # **Reconstruction** ... Le 08/06/2011. #
[www.cinema-comoedia.com/](#) - [En cache](#) - [Pages similaires](#) ★★★★★ 7 avis
Page Google Adresses

 13 Avenue Berthelot, Lyon
08 92 68 69 22



Référencement

2- Google Maps



S'inscrire dans
Google Adresses

<http://maps.google.com/local/add?hl=fr>

Informations générales

Notez que la modification de votre adresse ou du nom de l'entreprise nécessitera une validation supplémentaire par courrier ou par téléphone.

Pays : *	France
Société/organisme : *	Agence LIBEL : maison d'édition Lyon - Livres électron
Adresse postale : *	9 rue Franklin
Code postal : * [?]	69002
Ville : *	LYON
Téléphone principal : *	04 72 16 93 72 Exemple : 01 23 45 67 89 Ajouter des numéros
Adresse e-mail :	contact@editionslibel.fr Exemple : monnom@example.com
Site Web :	http://www.editions-libel.fr/ Exemple : http://www.example.com <input type="checkbox"/> Je n'ai pas de site Web.
Description :	L'agence Libel est une maison d'édition située à Lyon. Beaux livres, livres électroniques. Nos compétences : édition et édition déléguée, 200 caractères max, 200 caractères restants.
Catégorie : *	Maison édition
Catégorie : *	Editeur Ajouter une catégorie

Quelles sont les catégories (5 au maximum) qui correspondent le mieux à votre entreprise ?
Exemples : dentiste, photographe de mariage, restaurant thaï.



Référencement

2- Google Maps

Se positionner grâce à Google Adresses

-Optimiser le titre de sa société ex : 'mot-clé + nom de l'entreprise'

-Optimiser la description : intégrer des mots-clés

-Choisissez une catégorie appropriée

-Enrichissez votre fiche avec des images et des vidéos

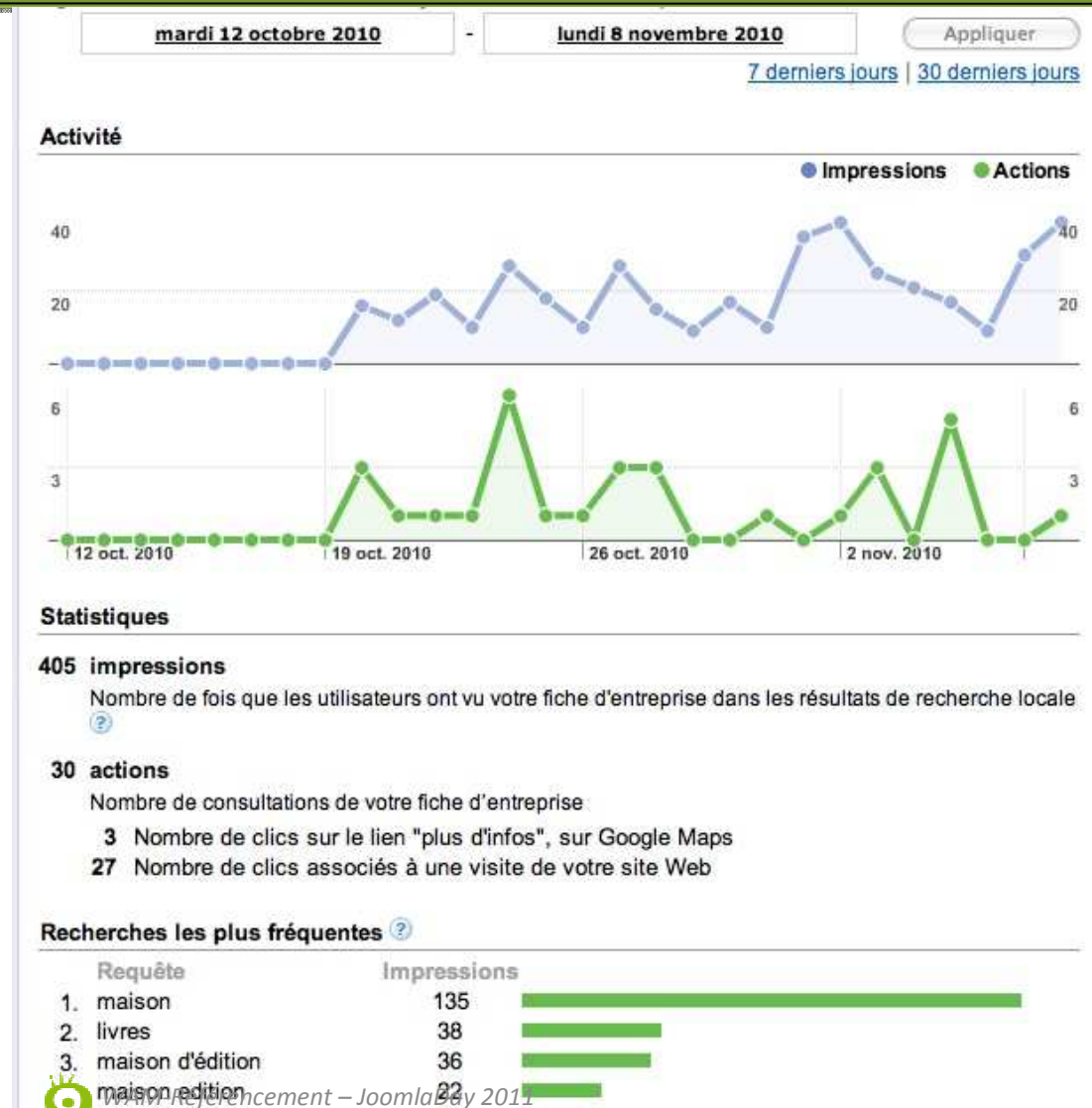
-Indiquer l'url du site web



Référencement

2- Google Maps

Statistiques



Référencement

3- Les vidéos

The screenshot shows a Google search for "ski les menuires". The search bar contains the text "ski les menuires" and a "Rechercher" button. Below the search bar, it indicates "Environ 1 350 résultats (0,05 secondes)" and a link to "Recherche avancée".

On the left side, there are navigation options: "Tout", "Vidéos" (highlighted), and "Plus". Below these are filters for "Le Web" (Pages en français, Pays : France), "Toutes les durées" (Courtes, Moyennes, Longues), "Date indifférente" (Moins d'une heure, Depuis 24 heures, etc.), "Tri par pertinence" (Tri par date), and "Toutes qualités".

The main search results are:

- Séjours Ski aux Menuires** (Annonces) - Belambra.fr/Ski_Le-Menuires - Menuires : Louez votre hébergement au pied des pistes ! Réservez vite
- Séjour Les Ménuires -50%** - Les-Menuires.SkiHorizon.fr - Partez avec le spécialiste de la station Les Ménuires !
- Vacances Ski Les Ménuires** - Odalys-Vacances.com/Ski-Menuires - Profitez de Réductions jusqu'à -20% Vos Vacances Ski aux Ménuires !

Below the text results, there are video thumbnails and titles:

- SKI LES MENUIRES 2007** - 9 min - 6 déc. 2007 - Importé par erosone91 - 4 POTO AU SKI DS LES ALPES - youtube.com - Autres vidéos
- La station de ski - Les Ménuires** - 2 min - 23 mars 2007 - Ski aux pieds Au cœur de la Savoie, la station olympique des Ménuires allie un domaine skiable exceptionnel (les Trois ... - linternaute.com - Autres vidéos

On the right side, there are additional search results and a "SafeSearch" option.

Référencement

3- Les vidéos

Optimiser ses propres vidéos



Bien_referencer_ses_videos.mov

Utilisez des mots clés dans le nom de votre fichier vidéo.



META :

Title	Description
Author	Keywords

Utilisez des métadonnées : titre, auteur, description, mots-clés...



Référencement

3- Les vidéos

Optimiser ses propres vidéos sur son site



Référencement

3- Les vidéos

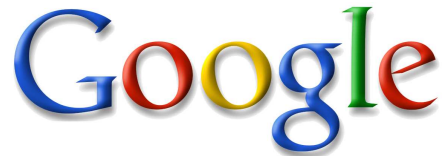
Optimiser ses vidéos sur les sites de partage



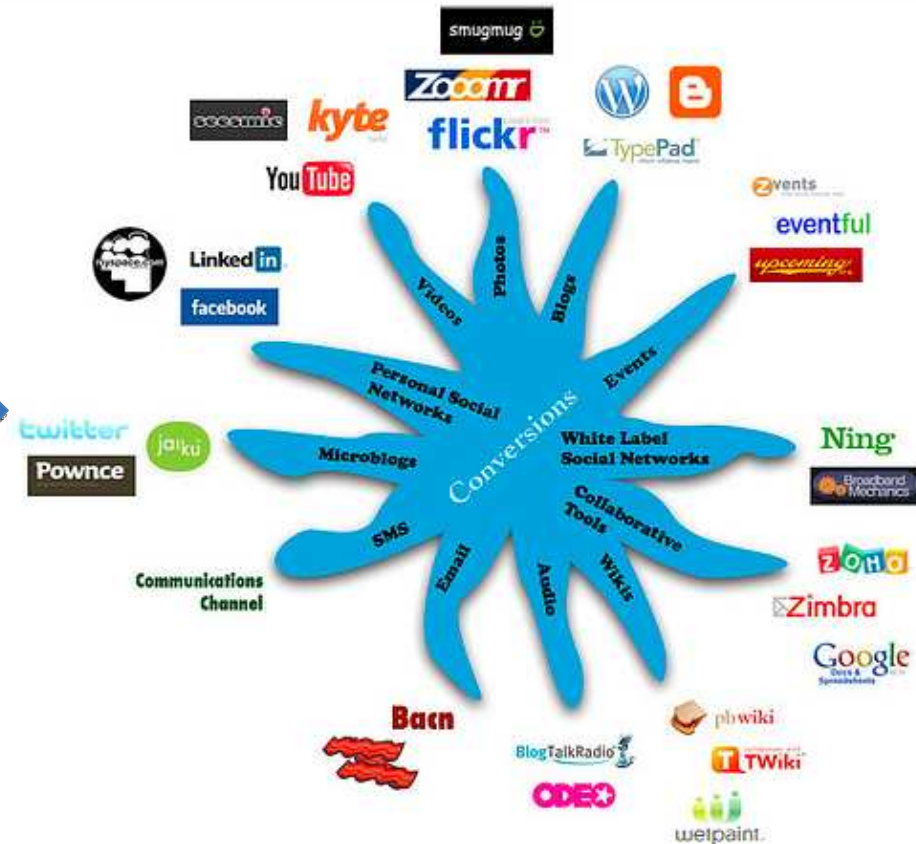
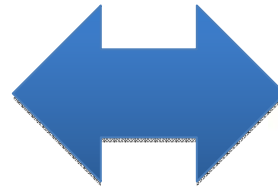
Référencement

4- Les réseaux sociaux

Le Social Media Optimization (SMO)



- 1- Étendre sa visibilité
- 2- Gagner de la visibilité dans les SERP (Search Engine Results Page)
- 3- Avoir plus de liens externes émanant de divers source, favoriser l'écho de la marque



Référencement

4- Les réseaux sociaux

Exemples sur Google :

3 résultats dans la SERP :

VIIDEO, LINKEDIN, Twitter

1- Intégrer des mots-clés dans les titres

2- Intégrer des mots-clés dans les contenus

david eichholtzer

Environ 3 450 résultats (0,24 secondes)

David Eichholtzer | Directeur Agence de référencement (SEO) : www.wam-referencement.fr Lyon - Paris - Strasbourg Rhône-Alpes - Directeur, Agence de référencement (SEO) www.wam-referencement.fr
David Eichholtzer. 242 contacts ... Il s'agit d'un extrait du profil de **David Eichholtzer** ...
David Eichholtzer. est membre de. Recherche par nom ...
www.viideo.com/fr/profile/david-eichholtzer - En cache - Pages similaires

David Eichholtzer - LinkedIn
Région de Lyon, France - Spécialiste référencement, Directeur de WAM-Référencement - <http://www.wam-referencement.fr>
Voir le profil professionnel de **David Eichholtzer** sur LinkedIn LinkedIn est le plus grand réseau professionnel du monde. Il permet aux professionnels comme ...
fr.linkedin.com/in/davideichholtzer - En cache

Twitter / David Eichholtzer: Fermes de contenus, rentab ...
Fermes de contenus, rentabilité ou qualité | Blog rédaction web, editorial <http://kpr.me/1003MU>.
twitter.com/wamre/status/33450368398528512 - En cache



Référencement

4- Les réseaux sociaux

IMAGINER UNE STRATEGIE ET CIBLER



Référencement

4- Les réseaux sociaux

ÊTRE EFFICACE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Stratégie sur les réseaux sociaux



Référencement

4- Les réseaux sociaux

facebook

Être ACTEUR et PARTAGER



Référencement

4- Les réseaux sociaux



Être ACTEUR et PARTAGER

Gap

Lucky you! Get 30% off your Gap purchase when you sign up or use your GapCard, 10/21-10/24. Details: <http://gap.us/a6wjer>

The season's most wanted, handpicked by Lucky magazine <http://gap.us/9Kj1eA>

Only a few days left to enter your little star in our Casting Call! Ends 10/24 so enter today <http://gap.us/cNQ7FT>

Our favorite little extras pack a big punch <http://gap.us/dd26XZ>

We're bringing sophistication back—check out the season's sharpest <http://gap.us/cdaLAM>

We've heard you. We only want what's best for Gap. No crowd sourcing, but the Blue Box is back. <http://bit.ly/9xvtvj>

Continuing our logo convo from yesterday, check out our

Nom Gap
Web <http://facebook.c...>
41 Abonnements 37,053 Abonnés 2,035 Listé

Tweets 320
Favoris

Abonné

Flux RSS des tweets de Gap

submit

Follow us on Twitter

Join us on Facebook

Arcade Fire
The Suburbs
[Merge; 2010]

8.6

best new music

Find it at: [Insound](#) | [eMusic](#)

Tweet 378 J'aime 3000

What's happening?

ZARA - BLOUSON POP ASSORTI EN NYLON-
<http://www.zara.com/webapp/wcs/stores/servlet/product/fr/fr/zara-sales/15004/11524>

22 Tweet

Timeline @Mentions Retweets Searches Lists

nitchforkmedia Pitchfork

Référencement

I- MESURER SON RÉFÉRENCEMENT



Référencement

1- Les logiciels de positionnement

Le positionnement n'est pas la finalité du référencement mais une étape indispensable pour la génération d'un TRAFIC CIBLÉ



Google Analytics



Référencement

2- Analyse dans GWT

- [Tableau de bord](#)
- [Messages](#)
- [Configuration du site](#)
- [Votre site sur le Web](#)
- [Requêtes de recherche](#)**
- [Liens vers votre site](#)
- [Mots clés](#)
- [Liens internes](#)
- [Statistiques sur les abonnés](#)
- [Diagnostic](#)
- [Labos](#)

- Obtenir de l'aide :**
- [Comprendre ces données](#)
 - [Requêtes les plus fréquentes](#)
 - [Augmentation des clics](#)

Google outils pour les webmasters

Requêtes de recherche



Rechercher

Requête	Impressions	Modifier	Clics	Modifier	CTR	Modifier	Position moy.	Modifier
libel	880	< 10	↑ ∞	-	6,3	↓ -0,8		
maison d'édition lyon	210	↑ 24 %	46	↑ 28 %	22 %	↑ 0,7	2,4	↓ -0,6
couverture livre	210	↑ 131 %	< 10	↑ ∞	-	130	↑ 20	
livre couverture	170	< 10	↑ ∞	-	8,0	↑ 1,0		
libel.fr	140	↑ 27 %	< 10	↑ ∞	-	7,0		
maison d'édition	58	< 10	↑ ∞	-	110	↑ 40		
couverture de livre	46	↑ ∞	< 10	↑ ∞	-	190	↑ 100	
maison edition	36	↑ 29 %	< 10	↑ ∞	-	45	↑ 6,0	
maison edition lyon	28	↑ ∞	< 10	↑ ∞	-	1,7		

Référencement

3 - Analyse dans GA



La recherche a généré un Avec les résultats naturels de 351 764 visites via 21 sources.

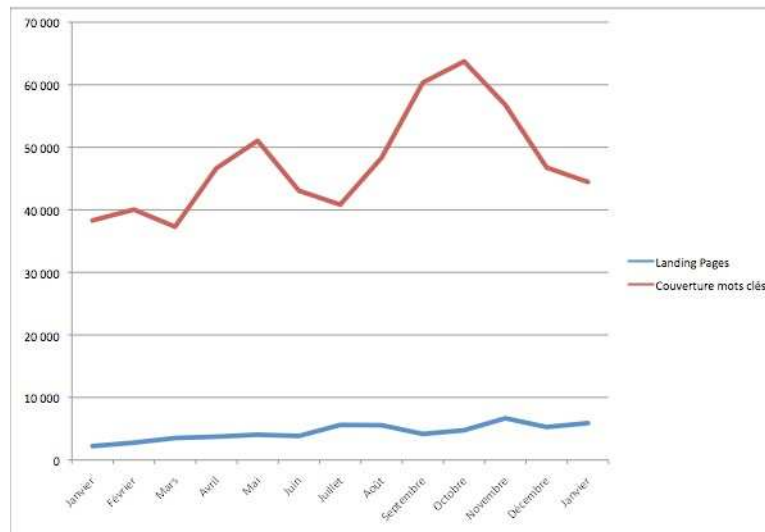
Afficher : Avec les résultats naturels | Au total | Avec les liens commerciaux



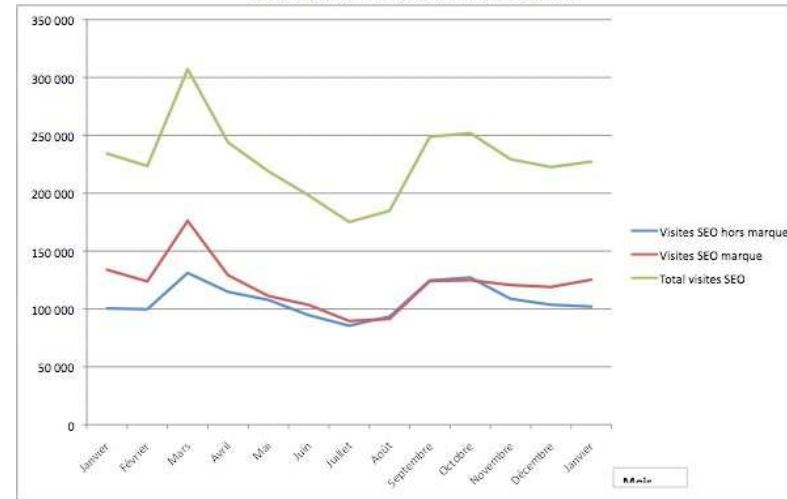
Référencement

4- Créer vos suivis

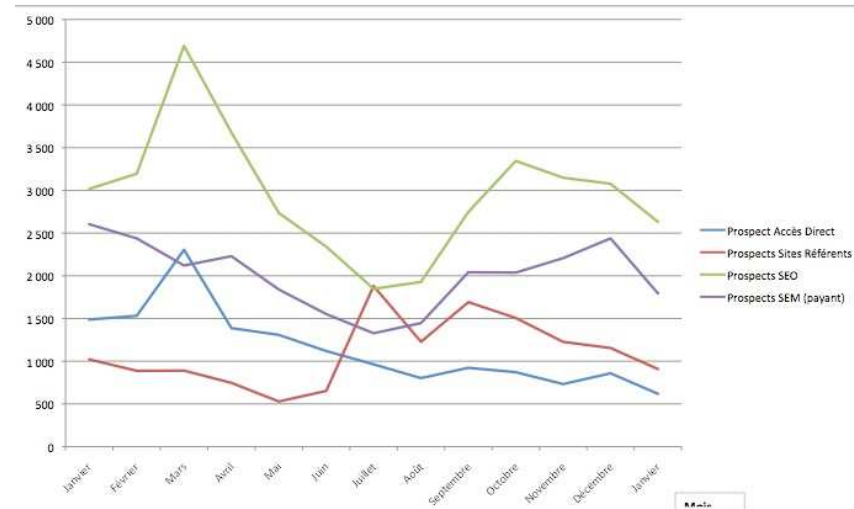
Evolution du nombre de mots clés et de pages de destination



Evolution du nombre de visites issues du canal SEO



Evolution du nombre de Prospects



Référencement

CONCLUSION

Référencement



Référencement

Sources :

Seomoz <http://www.seomoz.org/blog>
Abondance <http://www.abondance.com/>
Oséox : <http://oseox.fr/>
Fred Cavazza <http://www.fredcavazza.net/>
Journal du Net <http://www.journaldunet.com/>
Google <http://www.google.fr/>
Sébastien Billard <http://s.billard.free.fr/>
SearchEngineLand <http://searchengineland.com>
Elliance <http://www.elliance.com/>