

Le référencement naturel , aussi appelé SEO, regroupe un ensemble de techniques qui vous permettent d'arriver premiers parmi les résultats proposés par Google.

Internet est un média de la demande. 90 % des internautes commencent leur visite en ligne par Google ou Bing. D'où l'importance d'apparaître en haut des pages de résultats de recherche.

Un site Internet, une page Web ou une simple présence sur les réseaux sociaux sont autant de manières différentes de vous faire connaître de votre cible.

Votre site Internet doit certes être optimisé pour les moteurs de recherche, mais vous vous adressez avant tout à des internautes, des êtres humains. Il s'agit donc de proposer des contenus de qualité, pertinents et sur mesure.

Ce petit guide vous aide à construire et entretenir vos contenus digitaux pour plaire à Google et à vos lecteurs.

10 principes essentiels en SEO

Le référencement est un travail sur le long terme, qui intervient au lancement de votre site, mais qui évolue continuellement. Il s'adapte aux nouvelles habitudes de vos cibles, à leurs besoins, leurs attentes, mais aussi aux vôtres.

1. Parlez le langage de votre cible
2. Chouchoutez vos expressions clés
3. Séduisez les moteurs de recherche
4. Profitez de la richesse sémantique
5. Structurez votre contenu
6. Optimisez vos URL
7. Renouvelez votre contenu
8. Partagez vos liens
9. Socialisez-vous
10. Misez sur la simplicité

Tous nos articles sur le référencement:

www.ecrirepourleweb.com/referencement-seo

Notre formations sur le référencement:

<http://tiny.cc/wawseo>

Nos prochains Essentiels WAW (à paraître)

Ecrire pour Internet

Réussir ses emailings & Newsletters

Monter un site Internet en 10 étapes

We Are the Words (WAW) sprl

300, avenue Van Volxem - 1190, Bruxelles

Tél. +32 2 340 16 80

info@wearethewords.com



LES ESSENTIELS WAW

Plus de trafic sur votre site Web?

Pensez WAW



WAW
we are the words

Avant, SEO signifiait "Search Engine Optimization": l'optimisation pour les moteurs de recherche. Aujourd'hui, nous parlons de "Search Experience Optimization".

L'optimisation de l'expérience de recherche. En d'autres mots, vos contenus doivent répondre aux attentes de vos lecteurs, avant de répondre à celles des moteurs de recherche.

1 Parlez le langage de votre cible

Qui sont vos clients potentiels et quel vocabulaire utilisent-ils? Demandez-vous quels mots clés ils utiliseraient lors d'une recherche sur Google.

Votre cible est composée d'experts ou de professionnels? Choisissez des termes d'experts, plus techniques. Ce sont ceux que vos lecteurs emploient lors de leurs recherches.

Votre cible fait plutôt partie du grand public? Oubliez les termes spécifiques à votre jargon. Vos lecteurs risquent de ne pas les utiliser pour vous trouver sur le Web.

2 Chouchoutez vos expressions clés

Il est quasi impossible de se positionner sur un seul terme, la concurrence est devenue trop importante. Mieux vaut choisir des expressions clés composées de plusieurs termes.

Tenter d'être premier sur le mot «cuisine» risque d'être laborieux. Par contre, si vous choisissez de vous démarquer sur «cuisine traditionnelle bio», vous arriverez plus facilement en première page de Google.

Votre expression clé doit être:

-opportune: elle est en rapport avec le sujet de votre contenu. Si vous parlez de cuisine, choisissez des expressions pertinentes. Inutile d'aborder les jeux-vidéos dans votre fiche de recette, même si ces termes remportent un franc succès sur le Web.

-populaire: les termes choisis doivent correspondre au langage de votre cible (voir point n°1). Toujours sur le thème de la cuisine, allez-vous opter pour «cuisson à l'étuvée» ou «cuire dans une cocotte minute»?

-concurrentielle: votre expression clé, «cuire dans une cocotte minute» par exemple, est convoitée par d'autres annonceurs. Ils veulent aussi apparaître en tête des résultats. Trouvez des alternatives: cuisson dans une cocotte / recette cocotte minute, ... et comparez le nombre de résultats proposés par Google pour ces variantes. Optez toujours pour celle qui a le moins de résultats. Il est plus facile d'arriver premier quand il y a moins de concurrents à dépasser.

Retenez et hiérarchisez une dizaine d'expressions clés (pour chaque page) parmi celles qui apparaissent comme les plus opportunes, populaires et concurrentielles. Cela forme votre palette de référencement.

3 Séduisez les moteurs de recherche

Maintenant que vous avez sélectionné vos expressions clés, il faut les placer aux bons endroits. Distillez vos expressions clés dans les

«zones chaudes» (les plus regardées): le titre de votre page (H1), l'URL (l'adresse), la description (l'introduction, le chapô, l'accroche), les sous-titres, les mots en gras, les noms des images, les liens...

Google et les autres moteurs de recherche s'attardent surtout sur ces zones lorsqu'ils analysent votre page. Elles leur permettent de «trier» votre contenu. Si vous négligez cette étape, vous risquez d'être mal classé et de ne pas apparaître dans les résultats proposés à votre cible.

4 Profitez de la richesse sémantique

Vous vous adressez avant tout à des êtres humains, des lecteurs. Proposez-leur des contenus de qualité, bien rédigés et utiles.

Plutôt que de répéter 30 fois l'expression «cocotte minute», utilisez des synonymes: autocuiseur, cuit-vapeur, ... Mais aussi des variations lexicales (en genre et en nombre), par exemple: cocottes minute, autocuiseuse, etc.

Vos textes seront plus agréables à lire et cela vous évitera de faire du «spamming»: abuser d'une expression clé dans le seul but d'être bien positionné.

5 Structurez et hiérarchisez votre contenu

Proposez des textes faciles à lire en diagonal, avec une mise en page adaptée. Utilisez les balises stylistiques (ancres, guillemets, etc.), typographiques (mots en gras, citations en italique, etc.) et structurelles (titre de votre page – H1, sous-titres– H2). Ces balises vous permettent de hiérarchiser et mettre en relief vos contenus.

Insérer des mots en gras, des listes à puces, des sous-titres ou des citations, rend votre texte beaucoup plus facile à assimiler et à parcourir à l'écran.

Attention à ne pas abuser de ces balises, au risque de provoquer l'effet inverse: cela compliquera la lecture et aura des conséquences néfastes sur votre référencement.

6 Optimisez vos URL

L'adresse de votre page Web (l'URL) influence son positionnement, son «Page Rank». Donc, vous devez aussi y mettre des expressions clés pertinentes.

Si vos URL ressemblent à ceci: www.votresite.com/page.asp?id=284, elles ne sont pas optimisées. Retravaillez-les pour obtenir quelque chose comme cela: www.votresite.com/rubrique/titre-de-la-page/.

Vos lecteurs retiendront le nom de votre page plus facilement et les moteurs de recherche sauront dans quelle catégorie vous ranger.

7 Renouvelez votre contenu

Vous intéressez les moteurs de recherche lorsque vous leur montrez que votre site «vit». Actualisez régulièrement votre

contenu, publiez des actus, des articles, des petites astuces, ... En plus, cela vous permet de vous positionner sur plus d'expressions clés et donc, d'étendre votre visibilité sur Internet.

Si vous ne renouvelez jamais le contenu de votre site, Google pensera qu'il est inactif, qu'il n'est plus administré. Il ne le proposera plus comme résultat sur les premières pages.

8 Partagez vos liens

Proposez des liens vers d'autres sites (partenaires, clients, fournisseurs, ...) pour augmenter votre «link juice», littéralement: jus de lien. C'est la somme des liens que vous publiez sur vos pages, plus tous ceux qui proviennent de sites externes et qui renvoient sur vos pages.

Attention, proposez seulement des liens vers des sites fiables. Renseignez-vous sur leurs contenus, leur réputation, etc. Les moteurs de recherche sont sensibles à ce genre de détails

9 Socialisez et « réseautez »

Les réseaux sociaux sont devenus indispensables aux stratégies de positionnement. Cela dit, il n'est pas nécessaire d'être présent sur TOUS les réseaux. Choisissez, en amont, ceux qui sont les plus pertinents pour votre activité, vos objectifs, etc.

L'internaute est « l'influenceur » principal de votre campagne de communication. C'est lui qui va partager votre site, votre article, votre fiche produit. S'il est conquis, si vous lui avez offert un contenu de qualité, il sera votre meilleur ambassadeur.

Si vous ne communiquez pas suffisamment ou correctement sur les réseaux sociaux, vous risquez de perdre en notoriété et en visibilité.

10 Mise sur la simplicité

La page Web classique, qui contient juste du texte et des images, est souvent la meilleure en termes de référencement (pour Google) et d'accessibilité (pour vos lecteurs).

Veillez à ce que votre contenu respecte les standards du langage Web (XHTML), des feuilles de style (CSS) et d'accessibilité (WAI).

Les sites en Flash, Javascript ou Frame sont illisibles pour les moteurs de recherche et déconseillés pour un bon référencement.

Visibilité et trouvabilité, on le voit, sont deux notions capitales pour assurer la popularité de votre site Internet. Les moteurs de recherche, comme les lecteurs humains, sont exigeants: ils ont leur propre langage, et ne lisent pas n'importe quoi.