



SeoMix

Référencement, WordPress & Webmarketing

© 2016 SeoMix

GUIDE SUR LES BASES DU REFERENCEMENT NATUREL

SeoMix vous offre son premier guide ;) Profitez-en bien



SEO KEY



1. Introduction

Le premier objectif d'un site internet est de générer du trafic. Pour accomplir cet objectif, les moteurs de recherche comme Google et Bing sont alors des sources non négligeables. Il est donc primordial d'être bien référencé dans les moteurs de recherche : c'est tout l'objectif du référencement naturel.

Cependant, être référencé dans un moteur de recherche ne suffit pas. Faut-il encore être classé dans les premiers résultats ou du moins, sur la première page soit dans les 10 premières places. En effet, 90% des internautes effectuant une recherche n'iront pas au-delà de la première page. Au sein de ce guide, nous allons donc définir ce qu'est réellement le référencement naturel, nous vous présenterons ensuite les bases puis nous finirons par aborder les mises à jour algorithmiques et les pénalités.

En espérant que ce guide sur le référencement naturel vous aide pour vos projets, nous vous souhaitons une très bonne lecture.

2. Définition du référencement naturel

Le référencement naturel c'est l'optimisation d'un site internet pour les moteurs de recherche.

Le principe est très simple : il faut que votre site soit visible dans les résultats de recherche lorsqu'un internaute effectue une requête sur Google par exemple. En trouvant votre site internet, les internautes pourront ainsi le visiter et acheter vos produits ou tout simplement rentrer en contact avec vous.

Le référencement naturel, c'est donc la visibilité d'un site internet dans les moteurs de recherche sur un ensemble de mots clés tapés par les utilisateurs. Mais comment faire pour être visible dans des moteurs de recherche comme Google ou Bing ? Nous allons vous présenter les principales choses à savoir sur le référencement naturel dans la partie suivante.



3. Les bases du référencement naturel

A. Exploration et indexation du site

Le fichier sitemap et le fichier robots sont des éléments indispensables pour être sûr que toutes les pages d'un site sont bien prises en compte par les moteurs de recherche et pour leurs donner des directives sur les contenus à explorer. En parcourant ces fichiers, les moteurs de recherche comme Google vont crawler l'ensemble des pages importantes du site en question, c'est-à-dire qu'ils vont stocker dans une base de données toutes ces informations afin de les faire ressortir dans les résultats de recherche (lorsqu'un internaute tapera un mot clé dans Google).

a) Fichier Sitemap

Pour que les moteurs de recherche puissent explorer et indexer toutes les pages d'un site internet, nous vous conseillons de créer un plan de site HTML, listant toutes les pages ou bien uniquement les plus importantes.

De plus, nous conseillons également de créer un fichier sitemap.xml qui listera l'ensemble des pages du site internet, ce qui permettra d'être sûr que le moteur de recherche ait bien dans son index l'ensemble des contenus web.

URL
http://www.seomix.fr
http://www.seomix.fr/a-propos/
http://www.seomix.fr/contact/
http://www.seomix.fr/gravatar/
http://www.seomix.fr/plan-du-site-sitemap/
http://www.seomix.fr/services/
http://www.seomix.fr/a-propos/clients/
http://www.seomix.fr/plugins/
http://www.seomix.fr/a-propos/amis/
http://www.seomix.fr/mentions-legales/
http://www.seomix.fr/a-propos/recrutement/
http://www.seomix.fr/page-404/

Aperçu d'une partie du fichier sitemap de SeoMix



b) Fichier robots.txt

Le fichier robots.txt, présent à la racine d'un site, va permettre d'indiquer au moteur de recherche ce qu'il doit et ne doit pas indexer. En effet, si certaines pages d'un site sont inutiles pour les utilisateurs et qu'il n'y a aucun intérêt à les retrouver dans les résultats des moteurs de recherche, nous conseillons de bloquer leur exploration dans le fichier robots.txt.

Voici un exemple de fichier robots.txt :

```
User-agent: *  
Disallow: /moto/
```

Ce fichier robots.txt donne ainsi les indications suivantes aux moteurs de recherche :

User-agent: * indique que les règles situées en dessous sont accordées à tous les spiders (Google, Bing...);

Disallow: précise les répertoires à ne pas explorer. Dans notre exemple, nous précisons au moteur de recherche de ne pas explorer toutes les pages situées dans les répertoires « moto » et « voiture ».

Dès lors que vous souhaitez exclure un répertoire de l'exploration, vous devez commencer par « Disallow : ».

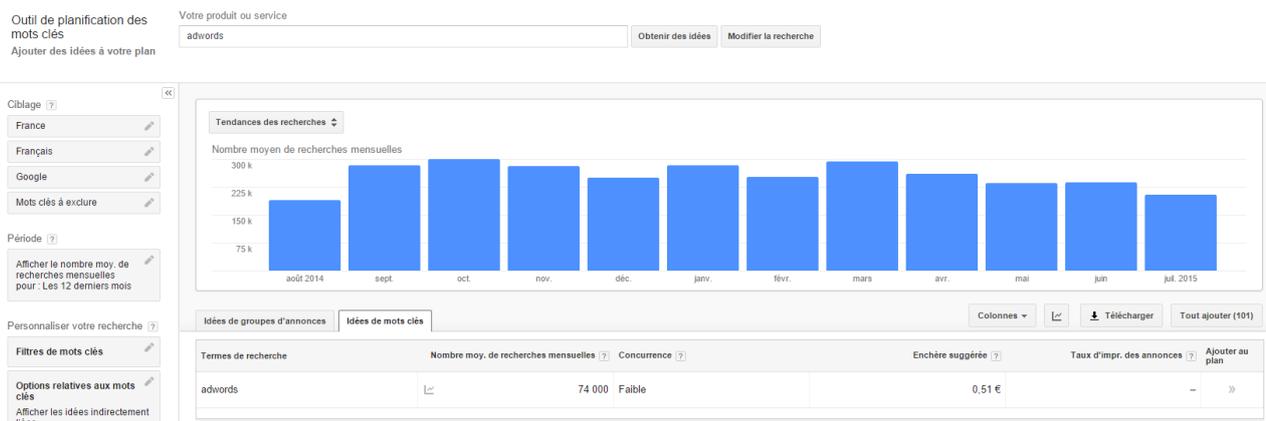


B. Choix des mots clés

La première étape, avant de travailler le référencement naturel de votre site, va être de choisir les mots clés sur lesquels vous souhaitez être visible. Ce choix de mots clés est important car il influencera la stratégie de référencement que vous allez mener au fil des mois.

Pour choisir vos mots clés et se faire une idée de leurs volumes de recherche, vous pouvez utiliser des outils tels que [Google Adwords](#) ou encore [Ubersuggest](#). Ces derniers vous donnent, en moyenne et par mois, le nombre de fois où un mot clé est tapé dans Google.

Pour que ce soit un peu plus concret, voici un exemple avec une copie d'écran des informations de l'outil Google Adwords :



Sur cette capture, vous pouvez constater que le mot clé « Adwords » est tapé environ 74 000 fois sur Google en France.



Pour sélectionner les bons mots clés, nous conseillons de procéder de la façon suivante :

Choisir vos mots clés génériques et définir différentes thématiques ;

Intégrer dans chacune de ces thématiques d'autres mots clés qui composeront vos mots clés secondaires ;

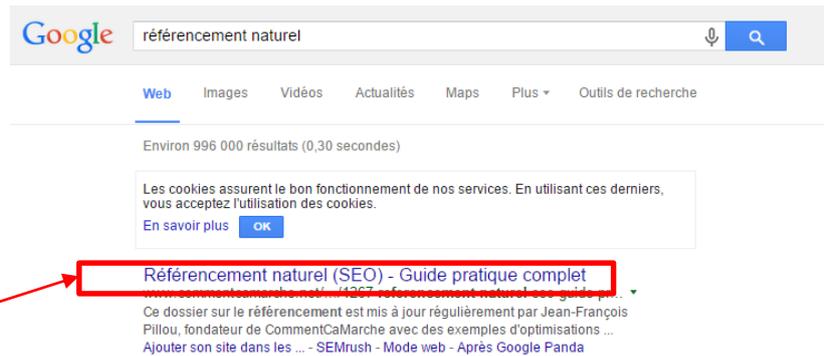
Chaque thématique doit être associée à un seul et unique mot clé principal et les autres mots clés doivent être considérés comme secondaires ;

Après avoir choisi vos mots clés principaux et des mots clés secondaires, vous allez pouvoir commencer à définir votre arborescence et rédiger les premiers contenus. Ne soyez pas surpris si, après la publication des contenus sur un site, la solution de Webanalytics utilisée ne fournit pas les mots clés ayant généré du trafic : ils sont masqués avec ce que l'on appelle le « Not Provided ».



C. Les balises Title

La balise Title correspond au titre qui sera donné à chaque page web. Cette balise va s'afficher dans les résultats de recherche, que ce soit sur Google ou sur un autre moteur de recherche.



Balise

Elle est importante en référencement car elle va permettre aux moteurs de recherche mais aussi aux internautes de comprendre la thématique principale de la page. Chaque titre doit impérativement être unique et ne doit pas dépasser 70 caractères. De plus, il est important de bien renseigner cette balise car si elle contient les mots clés tapés par un internaute, ils s'affichent en gras et incitent alors au clic.

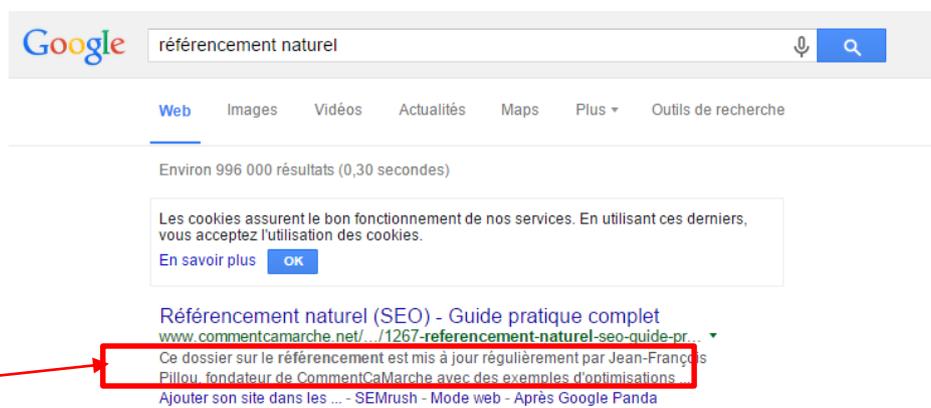
Les bonnes pratiques pour rédiger vos titre sont les suivantes :

- Une description précise et courte ;
- Un titre unique ;
- Evitez de répéter plusieurs fois un même mot clé.



D. Balises Meta description

Les balises meta description sont des balises qui s'affichent en noir dans les résultats de recherche. Cette balise n'a aucun impact en référencement, c'est-à-dire que même en y intégrant des mots clés, vous ne serez pas mieux positionner. Cependant, il est très important de compléter cette balise car en étant impactante, elle peut fortement attirer le clic de l'internaute. Si elle ne donne pas envie, les internautes cliqueront probablement sur un autre lien.



Balise

Les bonnes pratiques pour rédiger vos meta description sont les suivantes :

- Un résumé en une ou deux phrases de votre page ;
- Elle doit être unique et ne pas dépasser 155 caractères ;
- Elle doit donner envie à l'internaute de cliquer, soyez convaincant.



E. Les URL

Dans la structuration de votre site, privilégiez une structure d'URL logique et cohérente. Ainsi n'hésitez pas à catégoriser tous vos contenus pour faciliter la compréhension de votre site par les moteurs de recherche mais également pour les internautes. Et nous vous conseillons d'intégrer au sein de chaque URL les bons mots clés, correspondants à la thématique de la page. Evitez les URL trop longues ou avec des paramètres car les informations fournies sont beaucoup moins pertinentes.

Les bonnes pratiques à respecter pour posséder des URL optimisées sur un site :

- Catégoriser les contenus pour que l'exploration des moteurs de recherche et la navigation des internautes soient cohérentes ;
- Intégrer les bons mots clés dans vos URL ;
- Eviter les URL trop longues et/ou avec des paramètres ;



F. Le maillage interne

Le maillage interne peut être un élément déterminant pour votre référencement. Cependant, pour qu'il soit efficace, il faut y réfléchir avant la mise en ligne d'un site. En effet, pour qu'il soit optimal, nous conseillons dans un premier temps de segmenter vos contenus en thématiques. Chacune des thématiques sera composée de sous thématiques qui elles-mêmes seront composées de sous sous thématiques. Ainsi, vous définirez des silos sémantiques.

Prenons un exemple pour que cela soit plus concret en définissant les thématiques et sous thématiques suivantes :

- Vélo
- Vélo de route
- Vélo tout terrain
- Vélo pour enfant
- Moto
- Sportive
- Trail
- Routière
- Voiture
- Break
- 4x4
- Cabriolet

Pour qu'il soit optimal, le maillage interne devra donc se faire depuis les sous thématiques vers la thématique principale dans le but de renforcer le référencement de cette dernière qui est la plus importante. Ainsi les contenus rattachés à la thématique « Break » devront faire des liens internes vers « Voiture ».

Si une sous sous thématique avait été créée (une sous thématique de Break par exemple), les contenus rattachés à cette thématique de 3^{ème} niveau devraient alors renvoyer vers la catégorie « Break ».



G. Balisez correctement vos pages

Les balises HTML vont vous permettre d'optimiser votre page web selon les mots clés que vous souhaitez viser. Elles vont permettre aux moteurs de recherche de mieux comprendre votre contenu et un internaute s'y retrouvera également plus facilement.

Ainsi, comme quand vous rédigez une dissertation, lorsque que vous rédigez du contenu pour une page web, vous devez nécessairement retrouver une balise H1 sur le titre principal. Vos sous titres sont balisés en H2 puis des H3 et H4 peuvent venir compléter votre contenu si ce dernier est dense. Vous devez respecter une cohérence dans votre balisage. Ainsi, un H3 doit impérativement être précédé d'un H2 qui doit être précédé d'un H1. Voici un exemple de balisage optimisé de votre contenu :

I. <H1> Titre 1 </H1>

4. <H2> Titre 2 </H2>

Blabla..

5. <H2> Titre 2 </H2>

Blabla..

H. <H3> Titre 3 </H3>

Blabla..

I. <H3> Titre 3 </H3>

Blabla..

Dès lors que vous ajoutez une image à votre contenu, n'oubliez pas également de compléter la balise ALT avec une description précise de votre image. En effet, ce texte aidera fortement le moteur de recherche à référencer votre image.



6. La popularité et les backlinks

Pour optimiser le référencement naturel d'un site et être positionné sur la première page Google, posséder un site populaire est indispensable. Mais que veut réellement dire « être populaire » ? Être populaire, signifie qu'un site web a acquis des liens HTML depuis des sites autres que celui que l'on souhaite référencer. Ce lien HTML permettra aux internautes et aux moteurs de recherche d'atterrir sur votre site depuis un autre. La popularité acquise grâce à tous les liens externes pointant va permettre au site web visé d'améliorer sa visibilité dans les moteurs de recherche.

Parmi les liens que vous pouvez chercher à obtenir, voici quelques exemples :

- Les annuaires ;
- Les réseaux sociaux ;
- Les blogs ;
- Les forums.

A noter que nous conseillons fortement de varier l'ancre de texte des liens externes obtenus. L'ancre de texte correspond au texte sur lequel le lien a été fait. Les liens créés doivent impérativement rester naturels, n'hésitez donc pas à varier les ancres de texte comme ceci :

- Des liens sur le nom du site ;
- Des liens sur les mots clés sur lesquels vous souhaitez vous positionner ;
- Des liens sur des mots clés génériques comme « voir le site », « cliquez ici » ;
- Des liens sur votre nom de domaine.

En variant les profils des sites faisant des liens et les ancres de texte, le risque de se faire pénaliser par les moteurs de recherche sera faible. Et bien oui, les moteurs de recherche ont la possibilité de supprimer un site des résultats de recherche si ce dernier emploie des stratégies contraires à leurs consignes.



Une stratégie d'acquisition de liens trop poussée entrainera systématiquement des sanctions. Cela peut être le cas si, par exemple, 1 000 liens sont créés d'un seul coup et sur des ancres de textes identiques. Il faut donc vraiment faire attention... Car un site qui se fait pénaliser est complètement déclassé et disparaît purement et simplement des moteurs de recherche.

Pour aller un peu plus dans le détail sur les pénalités qu'il est possible de recevoir, nous abordons cette thématique dans le point suivant.



7. Moteur de recherche : mise à jour et pénalités manuelles

Le référencement naturel est une composante du web qui évolue tout le temps. En effet, ce n'est pas parce qu'un site est positionné 1^{er} sur un mot clé à un instant T que le lendemain, il le sera encore.

En effet, les moteurs de recherche et particulièrement Google mettent à jour leur algorithme de nombreuses fois dans l'année. Ainsi, un critère qui n'était pas important à un moment donné peut l'être quelques jours plus tard. Ces modifications de l'algorithme entraînent ainsi de variations de positionnement dans les résultats de recherche. Après une mise à jour, certains sites gagnent des positions, d'autres en perdent.

A. Les pénalités algorithmiques

Parmi les mises à jour les plus connues, il existe Google Panda et Google Penguin. Ces deux mises à jour avaient comme objectifs de pénaliser les sites de mauvaise qualité.

La première, Google Panda, a pénalisé tous les sites ayant des contenus dupliqués c'est-à-dire tous les sites qui reprenaient des contenus dont ils n'étaient pas propriétaires. Les contenus présents sur un site doivent être uniques, pertinents et intéressants pour les internautes. Le contenu est roi, prenez donc le temps de rédiger des contenus de qualité.

La seconde pénalité algorithmique se nomme Google Penguin. Cette dernière consiste à déclasser les sites bénéficiant de liens externes de mauvaise qualité ou sur optimisés. Privilégiez donc les liens qui vont vous générer du trafic et depuis des sites avec une forte popularité et de confiance.

Restez en veille constante en ce qui concerne les mises à jours algorithmiques des différents moteurs de recherche, même si avec du travail bien fait et de qualité, vous ne devriez avoir aucun problème.



B. Les pénalités manuelles

L'autre type de pénalité qu'un site peut recevoir n'est pas algorithmique mais manuel. En effet, des employés de chez Google ont pour mission de visiter le web et de pénaliser les sites qui ne respecteraient pas leur consigne. En cas de pénalité manuelle, un message est envoyé au webmaster du site en question via le centre webmaster de Google et le site est déclassé dans les résultats de recherche c'est-à-dire qu'il perd des positions sur l'ensemble des mots clés qui lui génèrent du trafic. Et lorsqu'une sanction comme celle-ci intervient, il n'est pas toujours facile de remonter la pente...

8. Nos conseils

En plus de toutes ces bases de référencement naturel, voici les conseils que nous pouvons vous donner afin d'optimiser votre référencement :

- Chaque page doit être associée à un mot clé, doit contenir un contenu unique et pertinent et répondre aux demandes des internautes ;
- Attention au temps de chargement de votre site : en règle générale, il doit être inférieur à 5 secondes ;
- Avec l'émergence des mobiles, il est indispensable de posséder un site compatible mobile ;
- Tous les contenus doivent rester naturels ! Inutile de remplir les pages avec des mots clés répétés des dizaines de fois ;
- Une solution WebAnalytics doit être installée afin de pouvoir mesurer la performance de chaque page ;
- Il est intéressant d'installer Google Webmaster Tools pour avoir des informations sur
- Si le site possède une adresse physique, nous vous conseillons de créer une page Google My Business.



9. Conclusion

Pour conclure sur ce guide présentant les bases du référencement naturel, voici ce qu'il faut retenir :

- Réaliser une étude de mots clés avant de réfléchir aux contenus et à l'arborescence d'un site web. Cette analyse sémantique permettra de définir différentes thématiques et de construire une arborescence logique et cohérente ;
- Rédiger des contenus uniques et pertinents sur l'ensemble des pages d'un site et compléter les balises Title et Meta description ;
- Structurer les pages comme dans une dissertation avec un titre principal et des sous titres ;
- Simplifier au maximum des URL et intégrez les mots clés pertinents ;
- Intégrer un fichier robots.txt et un sitemap.xml ;
- Optimiser le maillage interne en reliant des pages de la même thématique ;
- Populariser le site internet en créant des liens externes variés depuis des sites qualifiés ;
- Attention à la sur optimisation : des sanctions peuvent effectivement tomber !

Nous espérons que ce petit guide sur le référencement naturel vous aura plu et améliorera vos connaissances dans ce domaine. Si vous avez besoin de conseils ou d'un prestataire de référencement, n'hésitez pas à nous contacter à l'adresse suivant : contact@seomix.fr

A bientôt !

L'équipe [SeoMix](#) & [SEO KEY](#)