



Origines·Nouvelles
COMMUNICATION DIGITALE



Guide SEO

Conseils pour le référencement de vos pages

L'enjeu de ce guide est de vous donner les principales clés pour optimiser sans (trop) d'effort et sans coût supplémentaire votre référencement Google.

Le référencement **naturel** (aussi appelé SEO) est la manière dont est référencé votre site sur les moteurs de recherche web. Contrairement au référencement **payant** (SEA / publicité sur les moteurs), le référencement naturel est GRATUIT car il est le résultat du travail des robots de Google.

Il demande cependant un effort particulier pour respecter les règles de bases exigées par Google.

Pour une bonne visibilité et attirer du trafic ciblé (les internautes qui vous intéressent), il est essentiel d'avoir un SEO optimisé. En tant qu'éditeur de vos pages, vous pouvez faire 80% du travail et obtenir d'excellents résultats.

Dans certains cas, il sera en revanche nécessaire d'utiliser les services payants des moteurs de recherche (SEA) : secteur très concurrentiel, action marketing très précise, etc.

Ce Guide contient les méthodes essentielles pour améliorer votre référencement naturel et remonter dans les recherches Google.

LES MOTS-CLES

Dès la création de votre site (et avant la rédaction de vos textes), il est important de vous demander sur quels mots-clés vous aimeriez être référencés.

Imaginez les mots clés que votre cible de Clients est supposée rechercher : "cours de boxe française" ou "initiation boxe française" ou encore "stage boxe française"....

Ce travail doit être faite pour chaque page de votre site et toujours en vous plaçant dans la tête de votre prospect.

COMMENT DEFINIR VOS MOTS-CLES ?

Pour vous aider à trouver vos mots-clés, il y a quelques astuces :

Saisie semi-automatique dans Google : dans la barre de recherche, tapez par exemple "recette" et Google vous suggère "recette crêpe", "recette pancake", "recette cookie" etc. Si vous avez un blog de cuisine, ça pourrait être une bonne idée d'inclure des recettes de crêpes ou de pancakes pour une bonne visibilité.

Outil de planification de mots-clés Google Adwords : C'est l'outil utilisé pour générer des pubs payantes sur Google (les "annonces"). On peut aussi l'utiliser dans un but de recherche de mots-clés liés à un thème. Vous aurez ainsi une liste de mots-clés avec le nombre de recherches associées, qui vous indiquera leur popularité. Avant d'utiliser cet outil vous devez créer un compte.

Analyse de vos concurrents : Il est très utile de connaître vos concurrents, de vous tenir au courant de ce qu'ils font, et voir les mots-clés qu'ils utilisent régulièrement. Cela peut vous donner des idées et vous orienter dans la création de vos articles.

COMMENT UTILISER LES MOTS CLES ?

Une fois vos mots clés définis, assurez-vous de les utiliser abondamment tout au long de vos pages...

...dans les titres

On utilise différentes balises titres (h1, h2 ...), c'est dans ces balises qu'il est le plus intéressant de placer vos mots-clés. Sur vos pages de sites, dans vos articles ... Respectez bien la hiérarchie dans la composition de vos pages et de vos articles, n'allez pas placer un h1, puis un h4 et revenir à un h3 dans le paragraphe !

...dans les URL

L'adresse url (permalien) de vos pages joue un rôle important dans le référencement. Vous pouvez les modifier à tout moment dans l'onglet "pages" du tableau de bord WordPress pour qu'elles correspondent à la recherche du prospect.

Dans le cadre de stratégie de marketing digital, nous disposons d'outils spécifiques pour déterminer votre position en fonction de mots clés, en faire le suivi, analyser la stratégie de vos concurrents. Consultez-nous pour plus d'informations.

LES IMAGES

ATTRIBUTS

Soignez les attributs de chaque image en plaçant vos mots clés dans le nom du fichier, l'attribut alt (le texte alternatif), la légende...

DIMENSIONNEMENT

Redimensionnez vos photos : Pas besoin de mettre en ligne une image de 6000px de largeur. Vous pouvez utiliser les outils disponibles sur PC ou Mac pour réduire la dimension des photos. Gardez à l'esprit qu'il faut éviter de dépasser 1600 px de largeur pour une photo.

Utilisez le bon format : Quand vous prenez des photos, des captures d'écran, ... vous obtenez un fichier avec une extension de type .JPEG, .PNG, ... Pour avoir des images légères, il vaut mieux sauvegarder les images au format .JPEG. Si vous avez besoin d'utiliser la transparence au sein de vos images, optez pour le .PNG. N'utilisez le GIF que pour les animations.

Compressez vos images : Une solution très pratique pour réduire la taille d'un fichier est d'utiliser un service en ligne qui permet, gratuitement, de compresser les images sans trop perdre en qualité. Cet outil fonctionne pour les extensions .PNG et .JPEG. Exemple de service : <https://tinypng.com/>

LES « BONS » OUTILS

Google a des affinités particulières avec certaines entités techniques. Par exemple, en utilisant la structure WordPress, votre site sera naturellement mieux référencé que des sites sur Wix.

Tout au long de la création de votre site, je veille à respecter les bonnes pratiques pour que votre site soit « référençable » d'un point de vue « technique ». J'ai par exemple installé le plugin Yoast, un excellent outil d'aide au référencement qui vous donne un score pour chacune de vos pages et des préconisations pour optimiser le SEO de vos pages.

REGLAGES DE WORDPRESS

Configuration des permaliens : Les permaliens de votre site ont été configurés pour avoir des liens optimisés pour chaque page et article.

Titre du site : le titre de votre site et son « slogan » doit comporter le mot-clé principal de votre site, la « raison d'être » de ce que vous proposez.

Par exemple, si vous êtes professeur de boxe française, il faut que le mot-clé « cours de boxe française » soit dans votre slogan.

UTILISER YOAST

Le plugin Yoast est présent lors de vos éditions de pages et d'articles à partir du tableau de bord. Vous pouvez :

Modifier le permalien de votre site (juste en-dessous du titre de l'article) afin d'y inclure vos mots-clés

- Définir le titre de votre page ainsi que sa méta-description qui s'affichera dans Google
- Obtenir le score de lisibilité de votre page ou article
- Yoast est très pratique car vous pouvez travailler page par page et suivre les conseils de rédaction.

Progressivement votre « score » va s'améliorer et il suffira d'attendre le passage des robots de Google (ou possibilité de les forcer) pour prendre en compte vos modifications.

BLOGGING & NETLINKING

FAIRE DU BLOGGING

WordPress dispose de 2 types de contenu : les articles et les pages. Les pages sont généralement créées par mes soins et n'ont pas vocation à être régulièrement modifiées. Il s'agit des pages « accueil », « produit », « équipe », « contact », etc...

Au contraire, un article permet d'alimenter régulièrement votre site avec des sujets d'actualités, le résumé de votre dernier événement, les résultats d'une compétition, des sujets de fonds, des fiches conseil, etc...

La rédaction **d'articles** au sein de votre site web est un outil essentiel pour le SEO. Plus votre site propose du contenu et des pages liées à vos mots-clés, mieux vous serez référencés ! Publiez donc des articles longs, au contenu pertinent, en y incluant vos mots-clés cibles.

Mettez-vous à la place de vos prospects : que vont chercher ces internautes cibles sur Google : "sport excellent pour le dos", "activité sportive complète", ... Et incluez ces questions dans votre article (dans l'intro par exemple). Le texte de votre article doit répondre aux questions de vos internautes.

Plus votre internaute restera sur votre page, mieux vous serez placé dans les moteurs de recherches par la suite, d'où l'intérêt d'offrir un contenu de qualité adapté aux besoins.

Les essentiels du blogging :

- Article de qualité
- 2000 mots minimum
- Utiliser la voix active
- Inclure vos mots-clés
- Rangez vos articles en catégories & étiquettes
- Nommez vos images avec les mots clés
- Titre de l'article qui contient au moins un mot-clé
- Méta-description & titre SEO (différent du titre de l'article) avec Yoast
- Si possible, un lien vers un autre contenu de votre site

PENSEZ AU NETLINKING

Google et les moteurs de recherche en général ne tiennent pas uniquement compte du contenu de vos pages pour indexer votre site. L'un des critères à ne pas négliger est le netlinking ou backlink.

Il s'agit des sites web qui mettent un lien url vers votre site, une redirection web en somme.

Google va favoriser un site qui est recommandé par plusieurs autres sites / personnes. Il considérera que celui-ci sera plus susceptible de plaire aux futurs internautes.

Pour cela, n'hésitez pas à mettre en place des liens vers d'autres sites afin qu'ils en fassent de même, à inciter vos visiteurs à vous tagger dans des publications de réseaux sociaux (concours, partage de publications ...).

L'idéal est d'avoir des liens provenant de sites de qualité (bien référencés) ayant la même thématique que la vôtre. Il est donc intéressant d'entrer en relation avec ses concurrents pour établir des partenariats.