

Le référencement internet, la visibilité contre la crise

La présence d'un site sur les moteurs de recherche est devenue une nécessité, surtout en ces temps de crise. Il est donc important de rendre visible son site, mais pas n'importe comment. Tour d'horizon du référencement web ...

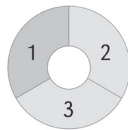
Cet article explique :

- Ce qu'apporte réellement le référencement.
- La différence entre liens commerciaux et référencement naturel.
- Comment améliorer son référencement.

Ce qu'il faut savoir :

- Bases en HTML.

Niveau de difficulté



Il y a actuellement plus de 185 millions de sites web dans le monde (source <http://news.netcraft.com/>) et cette progression ne va pas s'arrêter là. Il devient nécessaire voire urgent d'être visible sur les moteurs de recherche pour se démarquer de ses concurrents...

Évolution de la visibilité dans la durée

Être visible sur les moteurs de recherche, et plus particulièrement Google, cela apporte non seulement de la visibilité mais aussi de la notoriété. Sur un mot clé concurrentiel de votre activité, si votre site est en première page de ce moteur de recherche, voire même en première position, l'internaute considérera votre site comme une référence de son secteur. De plus, vous avez de grandes chances que votre site soit visité. Les Figures 1 et 2 prouvent bien qu'avec 91,20% des parts de visites des moteurs de recherche (source <http://www.xiti.com/>), Google est le moteur de recherche sur lequel vous devez être visible. Être placé sur Google, Yahoo et Live vous assure au minimum 95% de visibilité sur les moteurs de recherche. La domination de Google est loin d'être finie...

Augmentation du chiffre d'affaire

Être placé sur les requêtes décrivant votre activité peut rapporter gros. En effet, si vous ciblez bien vos mots clés, votre trafic sera de qualité avec des internautes qui trouveront une information qui

les intéresse vraiment. Cela apporte bien évidemment un taux de clic et un taux de conversion élevés, pour un investissement très rentable. Nous parlons là bien évidemment de référencement naturel et non pas de liens commerciaux.

Liens commerciaux contre référencement naturel

Les liens commerciaux (ou liens sponsorisés) sont une méthode de référencement très rapide, utile pour se placer presque instantanément sur la première page des moteurs de recherche sur un ou plusieurs termes ciblés, souvent concurrentiels et très recherchés. Il est même possible de personnaliser et de définir une zone géographique d'affichage pour votre annonce. Cela pourrait être la solution miracle, mais un gros inconvénient entre en jeu : vous payez au clic, c'est à dire que chaque internaute provenant d'une annonce payante va vous coûter un certain prix, en fonction du mot clé. Et cela peut revenir très cher. Par exemple, si vous souhaitez acheter le mot clé Référencement Google, cela vous reviendra à 8,83€ le clic (le 12/12/2008). Avec un budget de 100 € mensuels et ce mot clé précis, votre budget sera épuisé lorsque 11 internautes auront cliqué sur votre annonce. C'est donc très cher, et surtout non durable. Votre visibilité devient nulle une fois le budget épuisé et votre site disparaît du moteur jusqu'au prochain paiement. Cela peut tout de même s'avérer utile si vous ne ressortez pas en référencement naturel.

Ce référencement naturel (ou référencement organique) est très différent des liens commerciaux. Ce sont les vrais résultats des moteurs de recherche, et pas les annonces publicitaires. L'objectif est donc d'apparaître dans les premiers

résultats, car au contraire des liens sponsorisés, vous n'apparaissez pas automatiquement en première page du moteur, et encore moins en haut de page. Pour être en première page des résultats des moteurs, il faut donc que votre site soit jugé comme pertinent par rapport aux requêtes formulées par les internautes. C'est bien entendu plus difficile que d'utiliser les liens commerciaux, mais ce référencement est très rentable et durable à long terme. Le référencement naturel ne se limite pas non plus à un seul moteur mais vise bien une visibilité sur tous les moteurs d'un coup avec un ensemble de techniques. Il comprend l'optimisation du code de votre site, le nombre de liens retours dont dispose votre site et sa renommée. Cette renommée s'apparente au *Pagerank*, qui est une note donnée à votre site par Google. De nombreux outils en ligne gratuits vous permettent de connaître votre *Pagerank*.

Améliorer son référencement

Il est possible avec quelques techniques de base d'améliorer considérablement son référencement. Bien entendu, de nombreux autres critères entrent en jeu.

Bien choisir ses mots clés

Comme nous l'avons vu précédemment, les mots clés sont la base du référencement. S'ils décrivent exactement votre activité, vous ciblez un trafic de qualité. Mais il n'est pas toujours évident de se placer sur les mots clés *métier*, et cela ne fait pas tout. Il vous faut donc connaître les habitudes de vos visiteurs et les requêtes sur lesquelles vous êtes susceptible de les intéresser. Si votre activité est ciblée géographiquement, n'hésitez surtout pas à travailler sur des requêtes spécifiques (pays, région, département, ville voire même arrondissement...). Essayez de décliner le plus possible vos mots clés avec des variantes comme des expressions au singulier ou au pluriel et vous pouvez aussi inverser l'ordre des mots. Au final, essayez d'avoir une liste homogène, avec un nombre de mots clés généraux le plus petit possible

et une liste spécifique très renseignée. Vous pourrez toujours essayer de vous placer sur les mots clés généraux au long terme, une fois que les autres requêtes seront bien placées.

Optimiser le site

Il existe de nombreuses techniques pour optimiser rapidement et facilement son site web. Vous devez tout d'abord remplir les trois méta-données de base que vous insérez entre les balises `<head></head>` de votre page. Le Listing 1 présente un exemple de code.

Pour le titre, optez pour un texte entre 60 et 80 caractères en y insérant les mots clés les plus concurrentiels et le nom de votre site/entreprise. Pour la description, ne dépassez pas les 200 caractères et insérez vos mots clés dans des phrases sans faire d'accumulation de mots clés.

Pour la balise `keywords`, entrez vos mots-clés séparés par des virgules, mais ce n'est pas la peine d'en mettre des centaines car cette balise est de moins en moins utilisée par les moteurs de recherche. De plus, ce n'est pas la peine de répéter plusieurs fois le même mot clé, au contraire, ceci n'est pas apprécié du tout par les moteurs.

Vous pouvez aussi construire une architecture basée sur le référencement, avec des balises titres `<h1>`, `<h2>`, `<h3>`, ... Il est aussi important de mettre une légende aux images, via l'attribut `alt` des images, car les moteurs ne peuvent interpréter les images, mais si l'attribut est placé, il sera indexé selon son contenu. Attention tout de même à mettre un texte en relation avec l'image. Un dernier point parmi la multitude d'optimisations possible est l'utilisation de l'*URL rewriting*. Il est important d'avoir des noms de pages (URLs) contenant les mots clés et décrivant le contenu de la page. Cela donnera un poids plus important à la page en question.

Faire du netlinking

Une partie très importante du référencement est le *netlinking*, que l'on pourrait traduire par création de liens. Cela est à double avantage : améliorer la position des mots clés associés à votre site et avoir du trafic direct provenant d'autres sites. Pour améliorer la position d'un mot clé donné, il est important que l'intitulé du lien soit le mot clé et non pas une phrase complète comme on le voit trop souvent. Pour réaliser ce *netlinking*, vous pouvez bien entendu inscrire votre site dans tous les annuaires gratuits que l'on peut trouver sur Internet (évités ceux au lien retour obligatoire, on peut s'en passer), mais aussi faire des partenariats avec des sites de renom. Il est vrai qu'un lien provenant d'un annuaire aura moins d'impact qu'un lien sur

la page d'accueil d'un site de qualité, mais il ne faut pas négliger les petits annuaires. Attention à ne pas souscrire aux offres du genre *Inscription* sur 1500 annuaires en 48h. Vous pouvez être sûr d'avoir un déclassement voire un *blacklisting* (suppression totale des résultats) sur les moteurs de recherche.

Choisir une société de référencement

Lancer son référencement avec un spécialiste du domaine, c'est s'engager au long terme et miser sur l'avenir. Mais cet engagement doit être sérieux et de qualité, car c'est la visibilité et l'image de votre entreprise qui sont en jeu.

Le travail effectué

De nombreuses prestations sont proposées par des sociétés de référencement, la meilleure solution étant lorsqu'elles se chargent de votre campagne du début à la fin. La société choisie doit soit vous proposer une liste de mots clés, soit vous aider à la définir, pour que le référencement soit le plus rentable possible pour vous.

Elle doit aussi optimiser votre site selon les mots clés choisis et les pages ciblées. Le travail sur le site doit être compris dans la prestation, ou bien la société doit vous fournir au minimum des préconisations de référencement. Dernièrement, elle doit s'occuper du *netlinking* et proposer constamment de nouveaux liens pour votre site afin que votre site devienne une référence de son domaine.

Le suivi

Que serait un référencement sans suivi ? Une société de référencement doit vous proposer un rapport de positionnement, du lancement jusqu'à la fin du contrat. Ceci vous permettra d'observer l'évolution de vos positions selon une fréquence définie. Un rapport mensuel est un bon choix pour connaître la progression du référencement sans que les mouvements perpétuels des moteurs de recherche interfèrent sur les résultats.

Les garanties et les résultats

Il est difficile de garantir les futurs résultats d'un référencement sachant que les paramètres qui entrent en jeu sont variables et très nombreux (ancienneté du nom de domaine, contenu du site, ...). De nombreuses sociétés vous assureront qu'il est impossible de promettre des résultats. Ce n'est vrai qu'en partie. Une telle société connaît ses performances et doit vous les communiquer. À partir de celles-ci, elle peut vous proposer des garanties de positionnement, même s'il est possible que dans certains cas elle n'y arri-

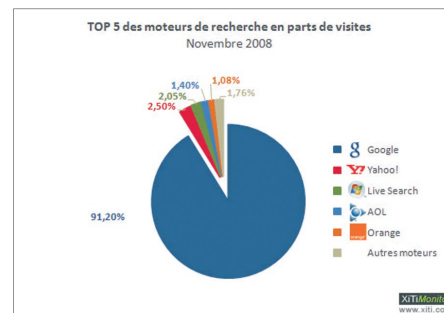


Figure 1. Top 5 des moteurs de recherche en parts de visites

Part de visites des familles de moteurs	Octobre 2008	Novembre 2008	Écart (en points)	Écart (en %)
1. Google	91,02%	91,20%	+0,18	+0,2%
2. Yahoo!	2,59%	2,50%	-0,09	-3,5%
3. Live Search	2,11%	2,05%	-0,06	-3,0%
4. AOL	1,41%	1,40%	0,00	-0,2%
5. Orange	1,19%	1,08%	-0,10	-8,7%
6. Lo.st	0,48%	0,55%	+0,07	+14,3%
7. Free	0,37%	0,00	0,00	+0,1%
8. Alice	0,23%	0,23%	+0,01	+2,6%
9. Ask	0,19%	0,19%	0,00	+1,8%
10. Yandex	0,05%	0,06%	+0,01	+16,6%

Légende :
 Écart en points : écart supérieur à -0,1 point en rouge et écart supérieur à +0,1 point en vert
 Écart en % : écart supérieur à -10 % en rouge et écart supérieur à +10 % en vert

Figure 2. Top 10 des moteurs de recherche

vera pas. N'hésitez pas à consulter les statistiques et les références d'un prestataire : s'il les affiche en ligne, prenez cela comme un gage de sérieux et de qualité (attention à bien vérifier les références citées). De plus, un pourcentage de mots clés en première page des moteurs de recherche peut être défini en début de contrat. Il est évident qu'une société vous promettant 100% des mots clés en première page des moteurs n'est pas sérieuse. De plus, elle ne peut vous assurer une augmentation chiffrée à l'euro près du chiffre d'affaire et du nombre de visiteurs. Il y aura une augmentation qui peut être approximativement évaluée, c'est évident, mais dans quelles proportions, seul l'avenir vous le dira exactement.

Conclusion

Si vous avez un site web et que vous voulez améliorer le trafic et la popularité, le référencement naturel est la solution qu'il vous faut en terme de rentabilité et de visibilité durable. Dans l'attente d'être placé, vous pouvez opter pour de l'achat de liens sponsorisés, mais votre budget devra être assez conséquent. Afin de parvenir aux résultats escomptés, vous pouvez préparer un référencement de base avec quelques techniques simples à mettre en œuvre, mais si vous voulez faire confiance à un professionnel, prenez le temps de faire le bon choix et de comparer prestations et résultats.

CYRIL KUHM

Kuhm Cyril est employé au sein d'une société de référencement proposant référencement par liens commerciaux et référencement naturel. Il connaît très bien les dessous du référencement ainsi que toutes les techniques à utiliser et à éviter pour parvenir à de très bons résultats.

Listing 1. Optimisations de base

```
<head> <title>Exemple de titre</title>
<meta name="description" content="Votre description">
<meta name="keywords" content="Vos mots clés">
</head>
```