

# 10 idées SEO pour plus de visibilité sur internet



Noel NGUESSAN

Noël Nguessan

10 idées SEO  
pour plus de visibilité  
sur Internet

© Noël NGUESSAN, 2012

ISBN : 978-2-9543351-1-1

Auteur-Editeur : Noël NGUESSAN

En application de la loi du 11 Mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage , sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation de l'éditeur.

Le code de la propriété intellectuelle du 1<sup>er</sup> Juillet 1992 interdit expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit.

Tous droits de traduction, d'adaptation et de reproductions, même partielles, réservés pour tous pays.

## Avertissement aux utilisateurs

Les informations contenues dans cet ouvrage sont données à titre indicatif et n'ont aucun caractère exhaustif, voire certain.

En acquérant cet ouvrage, le lecteur décharge l'auteur de toutes responsabilités quant à l'utilisation pouvant être faite des informations divulguées.

L'auteur décline toute responsabilité pouvant découler de l'utilisation des logiciels recommandés ou de la mise en pratique des informations présentées. Les résultats pouvant varier pour chaque individu en fonction de son degré d'implication et de ses capacités propres.

Chaque utilisateur est tenu de respecter les lois en vigueur dans son pays de résidence.

Les noms des entreprises cités en exemple dans cet ouvrage sont ou peuvent être des marques déposées et ne sont en aucun cas partenaires de cet ouvrage.

Cet ebook ne peut être ni vendu, ni loué.

**Vous êtes autorisé à distribuer gratuitement cet ebook** à condition de n'effectuer aucune modification dans le contenu. Notamment pour recruter des abonnés pour votre propre Newsletter.

## Table des matières

Le marketing de contenu .....	6
Les signaux sociaux .....	9
Les vérifications SEO à effectuer .....	12
Recherche de mots clés .....	17
Bases de l'optimisation .....	20
Le blog professionnel .....	23
Organisation du blog professionnel .....	26
Maillage de liens internes au site .....	29
Le contenu dupliqué .....	32
Le référencement en 2013 .....	35
Annexe .....	38

# **Le marketing de contenu**

Tous les référenceurs vous le diront, sur internet, le contenu est Roi. Par conséquent, aucune stratégie de référencement ne peut se faire sans marketing de contenu.

## **Des compétences en rédaction web**

Les récents changements d'algorithme des moteurs de recherche, notamment ceux de Google, exigent des contenus uniques de qualité pour espérer obtenir de bon classement sur les pages de résultats.

Différents types de contenus seront donc pris en compte pour faire de votre marque ou entreprise une Autorité sur internet :

- Articles sur votre blogs.
- Articles en invité (Guest blogging) sur d'autres blogs de votre thématique.
- Commentaires sur différents autres blogs.
- Articles et commentaires sur Google+.
- Liens d'articles présents sur Facebook, Twitter, LinkedIn et d'autres réseaux sociaux.

Par le passé, les blogueurs et marketeurs rédigeaient leurs articles en espérant plutôt convaincre les moteurs de recherche.

D'où certains abus constatés dans l'utilisation de mots clés correspondant aux requêtes des internautes qui effectuent des recherches sur les moteurs.

De telles pratiques ont été pénalisées par Google Panda pour cause de sur-optimisation.

Aujourd'hui, plus un article est réellement et naturellement utile, intéressant et partageable par les lecteurs sur les réseaux sociaux, plus vous avez de chance d'obtenir un bon classement sur les pages de résultats des moteurs de recherche.

Le marketing de contenu implique de rédiger et publier régulièrement des articles originaux qui apportent des solutions aux problèmes des internautes.

En plus de votre site d'entreprise, vous pouvez vous lancer dans ce type d'exercice pour faire étalage de votre expertise dans votre domaine d'activité.

Plus vous en dites sur ce que vous savez faire, plus vous toucherez votre audience-cible qui saura vous remercier en partageant vos liens sur les réseaux sociaux auxquels ils participent.

Ce qui ne fera qu'accroître votre notoriété sur internet. Sans oublier tout le trafic web dont vous allez certainement bénéficier.

Car, les signaux sociaux ont de plus en plus d'impact sur le référencement de votre site web.

## **Les signaux sociaux**

Etre présent sur les principaux réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, LinkedIn, voire Google+, permet d'entrer en contact direct avec votre marché-cible.

Si vous n'y êtes pas encore, nous vous encourageons vivement à créer des profils sociaux sur ces plateformes.

Car, avoir une stratégie de réseaux sociaux est essentielle pour établir une relation interactive et de confiance avec votre marché-cible.

Votre entreprise tirera rapidement un avantage indéniable de votre participation à ces médias sociaux.

Et ce, dans la mesure où les différentes activités que vous y mènerez vont contribuer à développer la notoriété de votre marque ou de votre entreprise.

## **Référencement et réseaux sociaux**

Plus votre site web est apprécié sur les réseaux sociaux, plus Google et Bing l'apprécient aussi.

Autant les moteurs de recherche accordent plus de poids à la notoriété, à l'autorité et à la fraîcheur des contenus d'un site, autant ils scruteront de plus en plus sur vos activités sur les réseaux sociaux pour savoir comment vous y êtes apprécié.

Ainsi, plus il y a de signaux sociaux renvoyés par une page web à travers ses "Likes" de Facebook, ses "+1" de Google+, ses "Pins" de Pinterest, ses retweets de Twitter ou encore les commentaires de blogs, plus probablement les moteurs de recherche placeront assez haut cette page par rapport aux autres pages concurrentes qui n'auront pas eu assez d'activités sociales.

Vous l'aurez compris, les réseaux sociaux doivent faire dorénavant partie de toute votre stratégie de visibilité sur internet.

## **Ne négligez pas Google+**

De nombreuses entreprises et marques n'incluent toujours pas Google+, le réseau social de Google, dans leur stratégie de réseaux sociaux.

Or, un profil Google+ relativement actif et recrutant des suiveurs a l'avantage d'afficher sa photo à côté de ses liens sur les pages de résultats de Google.

Ce qui représente un élément de confiance de la part de Google et aussi pour les utilisateurs du moteur de recherche. Un tel affichage augmente le taux de clics sur les liens.

## **Vérifications SEO à effectuer**

De nombreux webmasters oublient parfois de faire certaines vérifications avant la mise en ligne du site web créé ou relooké. Ce qui peut occasionner quelques soucis à un moment donné.

Il en est de même lorsqu'on réalise une optimisation de site web. Il faut prendre les choses point par point pour vérifier que tout a été correctement fait ou mis en place.

## **Pourquoi tout vérifier ?**

Lorsque vous créez un site ou un blog, c'est sûrement pour qu'il soit visible et attire des internautes intéressés par votre domaine d'activité ou votre thématique.

Il y a donc une part du succès de votre site web qui va dépendre de votre classement sur les pages de résultats.

Par conséquent, pour que votre site soit totalement et correctement indexé par Google et Bing, chaque chose devra être à sa place.

## **Les Titres et les balises Meta Tags**

Les titres de pages et les balises meta tags sont extrêmement importants pour votre site et aussi pour les moteurs de recherche.

Vous devez donc apporter beaucoup de soin dans leur rédaction.

## **Balise Meta Title**

La titre de la page (balise meta title) est le texte qui apparaît tout en haut du navigateur web et que les moteurs de recherche utilisent comme titre de présentation de votre lien sur leurs pages de résultats.

C'est donc la première chose que liront les internautes sur une page de résultats des moteurs de recherche.

Vérifiez qu'il est bien rédigé et qu'il comporte au moins un mot clé relatif au texte de la page et que ce mot clé existe bel et bien sur la page en question.

Tout en limitant la longueur de ce titre à 70 caractères au maximum.

## **Balise Meta Description**

La balise meta description est un texte de 165 caractères maximum qui décrit le sujet de la page.

C'est le texte qui doit finir de convaincre l'internaute d'aller visiter votre page web après qu'il ait lu votre titre.

La balise meta description doit aussi comprendre quelques mots clés correspondant à la thématique de la page et exister sur votre page.

## **Les balises Header (H1 et H2)**

Vous pouvez avoir un bon contenu qui n'est pas pour autant apprécié à sa juste valeur par les moteurs de recherche. Pourquoi ?

Tout simplement parce que l'ensemble de votre texte ne présente aucune hiérarchie dans sa présentation.

Pour les moteurs, le titre principal (le titrage) de votre texte, qui peut être différent du titre utilisé dans la balise meta title, doit être mis en valeur avec la balise H1 et comprendre aussi votre mot clé.

Vous devez aussi avoir des sections avec des titres mis en valeur avec la balise H2, et si possible des sous-sections mises en valeur avec la balise H3.

## **Les balises Alternatives**

Chacune de vos images à l'intérieur de votre site doit avoir une balise ALT (alternative) qui décrit en quelques mots l'image insérée.

Profitez-en pour y glisser encore un mot clé. Les moteurs de recherche ne pouvant pas lire les images,

seuls les textes alternatifs les aident à comprendre les images et à les indexer pour les recherches d'images.

Une fois ces vérifications faites, vous pouvez vous pencher sur la recherche de liens entrants (backlinks). Et ça, ce n'est pas le plus facile.

Mais, au fait, savez-vous quels mots clés utilisés pour l'optimisation de votre site ?

## **Recherche de mots clés**

Toute optimisation de site web en vue de son référencement dans les moteurs de recherche (SEO) a toujours pour point de départ la recherche de mots clés.

La recherche de mots clés est vitale pour la réussite de votre référencement.

Il est loin le temps où il suffisait de renseigner de nombreux termes dans la balise meta Keywords pour espérer être bien classé.

A regarder de plus près, on pourrait dire que l'optimisation de mots clés n'a rien à avoir avec le SEO.

Parce qu'en fait, les mots clés que vous choisissez aident à mieux comprendre votre propre audience afin d'attirer plus facilement leur attention et les persuader d'acheter vos produits ou services.

## **Définition des mots clés**

Dans le contexte des moteurs de recherche, les mots clés sont les termes compris dans la requête des internautes saisies dans le champ de recherche pour trouver une information.

Les moteurs de recherche identifient la pertinence des sites web en fonction de la présence de ces mots clés dans leur textes.

Plus vos mots clés correspondent à la requête des internautes, plus vous avez de chance d'afficher votre site sur les pages de résultats des moteurs. D'où l'importance dans la sélection de ces mots.

Car les mots clés déterminent la thématique du site et leur présence doit être effective dans les pages web, les balises meta tags, les noms des pages, les noms des images, les ancres de liens, les Headers, etc...

L'un des meilleurs outils de recherche de mots clés est le générateur de mots clés de Google. Il permet de découvrir le volume de recherches pour un mot clé ainsi que le nombre de pages concurrentes. Et plus un mot a un gros volume de recherches, plus il est important et plus il ramène du trafic.

Mais, vous pouvez procéder d'une autre manière.

Vous lancez une requête sur le moteur Google en imaginant ce qu'un internaute qui recherche vos produits ou services pourrait taper.

Aux résultats qui s'affichent, sélectionnez, en bas de la page de résultats, les termes des recherches associés affichés par Google. Ce sont de bonnes indications à ne pas négliger.

De telles recherches vous permettent aussi de découvrir qui sont vos concurrents sur ces requêtes.

Une fois que vous avez fait votre sélection de termes pertinents, vous pouvez procéder à l'optimisation internes de vos pages.

## **Bases de l'optimisation**

Pour commencer une optimisation de site, il est important de connaître les principaux points à observer avant d'aller plus loin.

## **Contenu de qualité**

Certes, vous en avez certainement entendu parler. Et c'est vrai, un contenu de bonne qualité est une aide précieuse qui facilite l'optimisation et vous évite toute pénalité de la part de Google Panda (algorithme de Google qui pénalise les sites de mauvaise qualité !).

Ecrire des articles de bonne qualité accroît l'interaction avec les lecteurs et les possibilités de partage sur les réseaux sociaux qui vont booster votre référencement.

Lors de la rédaction de vos contenus, n'oubliez pas d'y intégrer un certain nombre de fois, sans exagérer, vos mots clés précédemment choisis.

Ecrivez de façon naturelle en pensant au plaisir et à la satisfaction de vos lecteurs plutôt qu'aux moteurs de recherche.

## **Liens internes au site**

Les robots des moteurs de recherche apprécient de pouvoir facilement naviguer à l'intérieur d'un site.

Par conséquent, il est recommandé d'intégrer des

liens à l'intérieur de vos pages qui pointeront vers d'autres pages de votre site.

Mais attention, chaque page pointée devra avoir une relation directe avec le sujet traité par la page qui envoie le lien.

D'autre part, pour faciliter l'indexation complète de votre site, vous devez créer un fichier Sitemap (plan du site) au format XML. Lequel fichier doit être mentionné dans le fichier robots.txt installé à la racine de votre site.

## **Temps de chargement des pages**

Sur internet, les gens semblent de plus en plus pressés lorsqu'ils vont visiter une page web. Et lorsqu'ils rencontrent des pages web qui mettent du temps à s'afficher, ils peuvent être tentés de "zapper".

D'ailleurs, Google a récemment déclaré que le temps de chargement d'une page faisait dorénavant partie des critères de classement sur ses pages de résultats.

Evitez donc, tant que peut se faire, des images trop lourdes ou l'utilisation intempestive de fichiers au format Flash ou des plugins trop gourmands qui alourdissent considérablement les pages et ralentissent leur affichage.

## **Le Blog professionnel**

Bloguer, c'est le fait d'établir une discussion directe entre un "écrivain" ou un "auteur" et son audience.

C'est aussi mettre en place un échange de points de vue entre un article et ses commentaires.

Un blog, professionnel ou non, fournit du contenu unique, original et frais de façon régulière afin d'inviter les robots des moteurs de recherche à y passer le plus souvent.

Le blog professionnel expose une entreprise au monde entier. En ce sens qu'il donne un côté dynamique à une entreprise qui prend le risque de s'ouvrir aux jugements directs des uns et des autres sur son propre serveur.

## **Autres avantages du blog**

- Vous communiquez directement avec votre marché-cible.
- Votre blog est le lieu de concentration de toutes vos activités sur les réseaux sociaux.
- Des articles sont produits pour fournir plus de détails sur vos produits ou services ou encore sur votre expertise.
- Vous recevez des visites fréquentes des robots des moteurs de recherche.

- Vous créez une communauté autour de vos produits : des abonnés à votre blog, des fans sur Facebook et des followers sur Twitter, des partages de vos liens sur les médias sociaux...

Vous gagnez de plus en plus de backlinks (liens entrants) qui vont aider à exposer davantage vos produits sur les moteurs de recherche.

- Et, au final, c'est votre trafic web qui explose....

## **Organisation du blog professionnel**

Maintenir un blog professionnel nécessite une certaine organisation somme toute rigoureuse. Tout doit être pensé.

Rien ne doit être laissé au hasard. Car, il est quand même question de votre image de marque.

- Pour commencer, vous devez avoir sur votre blog un menu de navigation assez simple. Servez-vous de vos différents produits ou des différents types de produits dont vous disposez comme catégories de 1er niveau.

- Déterminez de quels sujets vous allez discuter à l'intérieur de chaque catégorie. Faites des recherches sur internet pour voir ce dont ont parlé vos concurrents ayant les mêmes produits ou services que vous.

- Notez les titres de leurs écrits sur une feuille. Ils pourront vous servir de point de départ pour vos propres articles originaux.

- En bas de la page de résultats de vos recherches, notez aussi les termes des recherches associées qui sont affichés.

Car, ils correspondent aux requêtes le plus souvent utilisées par les internautes de votre thématique.

- Mettez en place un calendrier de publication d'articles. Vos publications devant se faire de façon régulière : une fois par jour, 2 fois par semaine, hebdomadaire, etc...

C'est un rendez-vous programmé que vous fixez à votre communauté qui ira en grossissant.

- Placez des boutons de partage (Facebook, Twitter, LinkedIn et Google+) sur toutes vos pages d'articles pour faciliter leur partage à travers les réseaux sociaux. Pensez aux signaux sociaux renvoyés par vos articles !

- Essayez vous-même de promouvoir chaque nouvel article sur les réseaux sociaux cités ci-dessus. Et tous les trimestres, faites le point sur vos statistiques pour savoir les articles qui ont été les plus lus, les plus partagés, les plus commentés...

Vous saurez ainsi quel style adopté pour vos prochains écrits.

## **Maillage de liens internes au site**

L'optimisation web est une phase critique pour le succès de tout site.

Si votre site est mal optimisé ou s'il est optimisé avec des mots clés inappropriés, vous serez certainement déçu par le trafic que vous recevrez des moteurs de recherche.

Une chose qui aide à obtenir du trafic de qualité, c'est l'optimisation du site avec des mots clés pertinents dans les ancres de liens à l'intérieur même dudit site.

C'est à dire mettre en place une stratégie de maillage de liens internes.

## **Avantages des liens internes**

Les liens internes sont des liens hypertextes placés sur une page de votre site et qui pointent vers d'autres pages du même site. Les liens internes facilitent :

- La navigation à l'intérieur du site,
- La hiérarchisation des informations de ce site.
- La transmission du jus (linkjuice) d'une page vers une autre.
- L'indexation facile de vos pages par les robots des moteurs.
- La visite de vos pages importantes par vos lecteurs.

## **Optimiser ses liens internes**

Optimiser son site avec des liens internes permet aux robots des moteurs de recherche de savoir immédiatement quelles sont les pages les plus importantes de votre site.

En général, sur chaque site internet, chaque webmaster dispose de 2 à 3 pages, parfois plus, qu'il veut toujours voir visitées par les internautes de passage sur son site.

Le seul moyen d'attirer ces internautes vers ces pages "incontournables", c'est optimiser le placement des liens vers ces pages de sorte qu'ils soient visibles en permanence.

En principe, de tels liens internes visibles à partir de la page d'accueil sont vite compris par les robots que les pages qui les reçoivent doivent être très importantes pour vous. Et donc, pour elles aussi.

Et si vous utilisez, sans en abuser, donc une fois sur trois, un mot clé dans le texte d'ancrage de lien, les robots considéreront la page qui reçoit le lien comme pertinente pour ce mot clé.

**Le contenu dupliqué**

Un contenu dupliqué est un contenu qui apparaît de façon identique sur plusieurs pages web du site.

Mais, il existe différents types de contenus dupliqués (duplicate content) dans le monde du SEO :

- De nombreuses pages de votre site peuvent avoir le même contenu.

- Ne pas faire de choix de redirection 301 entre votre nom de domaine avec-WWW ou sans-WWW peut créer des contenus dupliqués.

- Avoir de nombreux noms de domaine affichant les mêmes contenus de façon volontaire ou involontaire.

- Publier un même communiqué de presse sur plusieurs plateformes.

- Publier un même article en invité (guest post) sur plusieurs blogs ou plateformes.

Vous en conviendrez, les contenus dupliqués créent de la confusion dans l'esprit des internautes et aussi dans celui des moteurs qui ne savent plus quelle est la page originale à indexer et à prendre en compte.

D'où les pénalités qu'ils infligent pour ce type de pratiques ou d'erreurs.

Car, les moteurs de recherche ne souhaitent pas afficher un même contenu sur une page entière de résultats. Bien entendu, sauf le contenu original.

Pour éviter les contenus dupliqués, la redirection 301 dite aussi redirection permanente permet de résoudre de tels problèmes de duplication.

De même placer un attribut `rel=canonical` dans le header de votre site et mettre à jour son fichier `robots.txt` évite de telles situations.

## **L'essentiel du référencement web en 2013**

Toute entreprise qui souhaite rentabiliser sa présence sur internet doit plus que jamais redoubler d'effort pour obtenir ce trafic gratuit que nous procurent Google et Bing, pour ne citer que les deux principaux moteurs de recherche.

Aucune activité importante en ligne ne peut, a priori, se faire sans ces moteurs.

Et ce sont toutes les nouvelles tendances d'optimisation qui vont bientôt intervenir que vous détaille le livre intitulé "**L'Essentiel du référencement en 2013**".

Cet ouvrage vous fournit les clés précieuses qui vont vous aider à assurer une plus grande visibilité de votre site internet.

En lisant ce livre de 174 pages sur le référencement en 2013, vous allez découvrir les bons leviers à actionner pour améliorer définitivement le trafic web de votre site dans les tout prochains mois.

Voici d'ailleurs quelques points proposés dans ce livre :

- Les techniques d'identification des mots clés justes pour votre optimisation.
- Les éléments les plus importants de votre optimisation interne avec quelques astuces.
- Les nouvelles stratégies de recherche de liens entrants (backlinks) à mettre en place.

- Comment intégrer les réseaux sociaux dans votre stratégie de référencement.
- Ce que prépare Google réellement avec son réseau social Google+.
- Comment utiliser Google+, Twitter, LinkedIn et Facebook dans votre stratégie de référencement.
- Pourquoi et comment intégrer le mobile dans votre stratégie de visibilité internet.

Et bien d'autres choses encore ....

Disponibilité : Cliquez sur le lien ci-après pour [acheter l'ebook sur la boutique Kindle](#).

En version papier (livre) : rendez-vous sur le site d'Amazon.com et recherchez « **L'Essentiel du référencement web en 2013** ».

## **L'essentiel du REFERENCEMENT web en 2013**



# Annexe

Partagez votre lecture avec vos followers sur Twitter :

<http://clicktotweet.com/eSU71>

Suivez-nous sur Twitter :

<http://twitter.com/arobasenet/>

Suivez-nous sur Google+ :

<https://plus.google.com/102963619730173566111/>

Visitez notre site web :

<http://www.arobasenet.com/>

Comme promis, vous êtes autorisé à offrir gratuitement cet ebook sans effectuer aucune modification. Un cadeau gratuit à offrir pour recruter facilement des abonnés pour votre propre newsletter.

