

**Lettre professionnelle
Recherche et Référencement**

Numéro 157

Mars 2014



SARL RESEAU ABONDANCE - Olivier Andrieu - Consultant -

3 rue des Châteaux - 67140 Heiligenstein -

Tél : 03 88 08 83 26 - Fax : 03 88 08 83 27 -

E-mail : olivier@abondance.com - Web : www.abondance.com

Recherche et Référencement

Numéro 157 - Mars 2014

-- Lettre d'actualité mensuelle sur la recherche d'information et le référencement de sites Web --

Au sommaire ce mois-ci :

- > [Raphaël Doucet : "On peut très vite perdre son authorship aux yeux de Google"](#) (4 pages)
- > [2 outils de recherche explorateurs de Twitter](#) (8 pages)
- > [Les plugin WordPress autour des rich snippet et de l'authorship](#) (13 pages)
- > [Les crawlers, des outils indispensables pour le SEO \(1ère partie\)](#) (8 pages)
- > [Eric Leandri \(Qwant\) : "Notre crawler sera prêt d'ici quelques semaines"](#) (2 pages)
- > [Réseaux sociaux professionnels et SEO](#) (6 pages)

- > [Revue d'outils moteurs et SEO](#) (3 pages)
- > [Revue d'URL](#) (7 pages)

Lettre parue le lundi 17 mars 2014 *(prochaine parution : Mardi 15 avril 2014)*

Le contenu de cette lettre est accessible sur la zone "Abonnés" du site Abondance, à l'adresse : <http://abonnes.abondance.com/>

La lettre "Recherche & Référencement" paraît aux alentours du 15 de chaque mois (un seul numéro pour les mois de juillet-août)
Pour tout renseignement : © Olivier Andrieu, olivier@abondance.com

IMPORTANT : Pour continuer de vous délivrer la meilleure information possible, la lettre "Recherche & Référencement" doit être utilisée au mieux par ses abonnés, qui doivent notamment se plier aux règles suivantes :

- * Il est **interdit d'envoyer, par mail** ou autres systèmes de transmission, un exemplaire de la lettre à quelque format que ce soit, à une personne qui ne serait pas abonnée.
- * Il est **interdit de diffuser à l'intérieur d'une entreprise, à plusieurs adresses e-mails ou sur un intranet**, le contenu de la lettre "Recherche & Référencement" si vous n'avez pas souscrit un **abonnement "Entreprise"** (<http://lettres.abondance.com/rechref.html>) qui est fait pour cela.
- * Il est **interdit de transmettre vos login / mot de passe** à des personnes qui ne seraient pas abonnées. Pour information, les adresses IP des machines se connectant sont relevées et tout abus pourrait être sanctionné si ce phénomène ne pouvait être justifié par vos services techniques.
- * Il est **interdit d'utiliser à des fins privées ou publiques tout contenu** de cette lettre sans notre autorisation expresse et écrite : envoi à des clients, des prospects, voire reprise intégrale du contenu en changeant le nom de la lettre et de la source (eh, oui, ça arrive...), etc.

De nombreux abus ont été constatés ces dernières semaines (merci à ceux qui nous les ont signalés) aussi, nous nous permettons de vous rappeler ces quelques règles de "savoir lire" :-)...

Merci pour votre compréhension et bonne lecture.

Toute l'information contenue de cette lettre est © Abondance / Olivier Andrieu. Toute reproduction ou distribution des informations, données et textes de cette lettre est interdite sans l'autorisation expresse du site Abondance. Toute reproduction ou représentation, intégrale ou partielle de ce contenu, faite sans le consentement de l'auteur, serait illicite. La loi n'autorise, que les copies ou reproductions réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à l'utilisation collective, d'une part, et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration.

Sommaire du numéro 157 - Mars 2014

Raphaël Doucet : "On peut très vite perdre son authorship aux yeux de Google"	4
2 outils de recherche explorateurs de Twitter	8
Les plugin WordPress autour des rich snippet et de l'authorship	16
Les crawlers, des outils indispensables pour le SEO (1ère partie)	29
Eric Leandri (Qwant) : "Notre crawler sera prêt d'ici quelques semaines"	37
Réseaux sociaux professionnels et SEO	39
Revue d'Outils Moteurs et SEO	45
Revue d'URL	48

Raphaël Doucet : "On peut très vite perdre son authorship aux yeux de Google"

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Raphaël Doucet, auteur du site « Visibilité Référencement » (<http://www.visibilite-referencement.fr/>) et organisateur du salon en ligne VLC (<http://www.visibilite-camp.fr/>) est un fin observateur du monde SEO dans de nombreux domaines, notamment celui de l'AuthorShip de Google. Nous lui avons posé quelques questions sur sa vision de ce « phénomène » et son avenir...

Bonjour Raphaël. Peux-tu décrire en quelques mots ton cursus et ton activité actuelle ?

Bonjour Olivier. Concernant mon cursus, il est un peu particulier car je n'étais pas du tout destiné aux métiers du Web à la base. En résumé, je suis passé par médecine (à contre-cœur) puis par le STAPS pour enfin lancer ma propre société dans l'événementiel sportif et les voyages scolaires. C'est à cette époque que j'ai commencé à goûter au Net. J'avais déjà conscience de l'intérêt d'une visibilité sur le web mais pas de toutes les compétences. J'ai donc appris sur le tas pour lancer mon premier site en pur HTML et CSS. D'ailleurs, ceux qui me connaissent savent que j'ai gardé encore un goût très prononcé pour ce type de sites statiques pour mes MFT.

En revanche, je me suis très vite rendu compte qu'un site ne suffisait pas pour faire du client. J'ai donc souscrit une prestation de référencement naturel.

J'ai été franchement déçu et surtout, je me suis dit que je n'étais pas plus con qu'un autre et donc que je pourrais le faire moi même.

J'ai passé des heures voire des journées entières à lire, commenter, échanger et tester diverses choses en terme de SEO.

Le gros déclencheur a été le forum WebmasterHub où j'ai fait une rencontre qui a changé mon futur. Très peu le savent, mais c'est Laurent Bourrelly qui m'a pris sous son aile pendant plusieurs mois pour me former et me mettre le pied à l'étrier. C'est grâce à lui qu'aujourd'hui j'en suis là. Deux phrases m'ont profondément marqué pendant notre bout de chemin commun :

- Lance toi, il n'y que comme ça que tu sauras et que tu y arriveras.

- Ce n'est pas nous qui sommes bons, nous sommes justes moins mauvais que les autres !

Aujourd'hui, je suis consultant SEO indépendant. J'ai des clients un peu partout dans le monde, des missions diverses et variées audit, coaching, formation personnalisée, référenceur... et éditeur de sites pour mon propre compte.



On parle beaucoup d'authorship à l'heure actuelle. Peux-tu décrire de quoi il s'agit à nos lecteurs qui connaîtraient encore mal ce concept ?

L'authorship consiste en l'attribution de la paternité d'un contenu à un auteur. En clair, savoir que tel site, tel article, ou encore telle vidéo a été produit et appartient à telle personne.

Utiliser l'authorship, c'est un peu comme clamer que vous êtes le propriétaire de quelque chose.

Chez Google, cela se matérialise par l'apparition de la photo de profil de l'auteur à côté de ses résultats.

[Penguin 2 le retour: faites vos pronostics - Visibilité référencement](#)



www.visibilite-referencement.fr > ... > Info et coup de gueule ▾

De Raphael DOUCET

5 sept. 2012 - Envie de vous amuser? vous êtes un as des pronostics et des paris dans ce cas cet article est là pour vous!!!

La mise en place de l'authorship améliore-t-elle réellement la visibilité d'un lien ? Cela a-t-il été mesuré ?

Dis-moi Olivier, j'ai le droit à une réponse de normand ? Je prends ton silence pour un oui, je dirais donc parfois oui et parfois non.

Au tout début, nous étions très peu à utiliser l'authorship. Sa principale matérialisation est l'apparition de la photo de l'auteur à côté d'un résultat dans les SERP. Donc l'impact visuel était extrêmement fort. Imaginez deux secondes une première page de résultats complètement monotone, et au milieu de celle-ci, un seul résultat avec une photo à côté. Pour peu que la photo soit optimisée (visage humain, orientation du regard, cohérente avec le contenu...) le taux de clics se trouvait boosté.

Au tout début, pour certains clients, j'ai eu des gains de CTR de + de 30% sans changement de positions.

Au niveau des mesures, j'ai effectué mes propres tests et, oui, cela est quantifiable. D'autres l'ont fait aussi. Il y a même eu des études d'eye tracking pour vérifier l'impact sur l'internaute lambda.

Mais, comme pour chaque nouveauté chez Google, il y a eu de l'abus et on a vu fleurir l'authorship sur tout et n'importe quoi. C'est pourquoi Google a décidé de sonner la fin de la récré en décembre dernier avec une annonce de suppression de 30% de l'authorship en place.

L'objectif : ne présenter un authorship dans les SERP que si cela est vraiment utile à l'internaute. Je vous rassure (ou pas), Google est encore loin du compte.

Faut-il insérer les balises d'authorship si un contenu n'est pas réellement rattaché à une personne physique ?

Là encore Olivier, tout dépend si tu t'adresses à mon « Moi » éthique ou à mon « Moi » borderline :)

En règle générale, vous ne devez déclarer votre authorship et donc mettre en place le balisage que si le contenu est de vous et pertinent.

Mais dans la réalité, on est parfois obligé de faire tout autrement, dans des buts de protection par exemple.

Ensuite, se pose la question de rattacher par exemple les fiches produits d'une e-boutique à une personne. Personnellement, j'ai tendance à faire au cas par cas. Si la fiche produit, est propre, correctement rédigée, contenant un véritable contenu apportant de la valeur ajoutée, alors oui. Si, le contenu ne fait que reprendre le descriptif constructeur, je conseille de ne pas l'utiliser.

Quid si l'article a été écrit par plusieurs auteurs ?

Pour le moment, Google n'est pas encore capable d'attribuer une paternité multiple à un même contenu. On a d'ailleurs connu quelques couacs au début. Le simple fait de mentionner le nom prénom d'un profil G+, Google lui attribuait parfois la paternité. Vous l'aurez compris, il faudra faire un choix.

D'après toi, Google permettra-t-il d'afficher un jour les logos d'entreprises plutôt que les auteurs des articles ?

Personnellement, je l'ai toujours dit. Pour moi c'est la suite logique des choses. Prenons l'exemple du site de CDiscount par exemple. Selon vous, est-il plus pertinent d'afficher une photo d'auteur ou le logo de l'entreprise ? Google a tout à gagner en termes de pertinence et d'efficacité à afficher le logo d'une entreprise connue et reconnue à côté de ses résultats.

En revanche, je suis aussi convaincu que Google le donnera au compte-goutte. Pourquoi pas simplement aux pages entreprises dont le nom aura été validé ?

Il y a eu ces derniers mois beaucoup de fraudes tentées autour de cet authorship (faux comptes/avatars, faux auteurs, etc.). Est-ce que cela vaut vraiment la peine ?

Absolument :D Après, tout dépend dans quelle logique on s'inscrit. Il faut savoir que si on peut prétendre à avoir l'authorship, on peut aussi le perdre et très vite. Donc, si vous faites des filouteries, faites-le en connaissance de cause. Il serait dommage de perdre votre photo pour avoir voulu simplement booster votre visibilité sur un pauvre MFT automatisé à l'ancienne. Après il existe plein de petites choses rigolotes à faire :)

Concernant les avatars, ils continuent de passer sous condition que les traits humains soient suffisamment présents. Mais l'algo s'affine de ce côté.

Concernant les faux auteurs, je pratique depuis le début pour de nombreuses bonnes raisons. La principale est que j'ai une idée bien précise de l'authorRank.

Quelles relations entre authorship et authorRank ?

L'authorRank serait une sorte de poids accordé à chaque auteur. Plus votre authorRank serait fort, plus les contenus publiés par ce même auteur seraient considérés comme fiables et pertinents. De là à penser qu'un bonus en terme de positionnement pourrait exister, il n'y a qu'un pas. Eric Schmidt l'a déclaré lui-même, en disant qu'un contenu dont l'auteur serait identifié aurait plus de pertinence aux yeux du moteur. Il n'a jamais cité ouvertement l'authorship, mais quoi de plus facile pour Google que d'utiliser l'authorship pour identifier l'auteur d'un contenu.

Et c'est là que la gestion de son authorship prend toute son importance. Si je le colle sur des sites ou du contenu de faible qualité, mon authorRank va probablement en pâtir. En revanche, si mon authorship est présent sur du contenu à forte valeur, sur des sites d'autorité, nul doute que mon authorRank va grimper.

D'après toi, l'authorship peut-il être pris en compte comme un critère de pertinence par Google pour influencer le classement d'une page ?

L'authorship oui et encore à plus forte raison l'authorRank.

Un exemple indirect avec l'authorship : dans Google News, le CTR d'un billet est pris en compte pour son positionnement. Donc si j'ajoute mon authorship, que cela incite l'internaute à cliquer plus, ma page sera alors boostée.

Pour ce qui est de l'authorRank, j'en suis également convaincu. Si ce n'est pas maintenant; ça le sera dans un futur proche. Google nous crie haut et fort qu'il veut proposer le meilleur pour ses utilisateurs. Il est donc facile de comprendre qu'un auteur de confiance sera mieux vu qu'un illustre inconnu.

J'ai même tendance à penser que cette confiance sera thématique, d'où mon idée de un auteur par thématique.

Google a décidé de diminuer l'apparition de l'authorship dans ses SERP. Pour quelles raisons ? Sais-tu quels sites ont été touchés ?

Oui l'annonce avait été faite fin novembre, début décembre (<http://www.abondance.com/actualites/20131029-13308-google-veut-diminuer-lapparition-de-lauthorship-et-des-rich-snippets-dans-les-serp.html>), et a pris effet vers le 17 décembre (<http://www.abondance.com/actualites/20131223-13511-google-bien-reduit-la-visibilite-de-lauthorship-dans-ses-resultats.html>). Je pense que Google a vu des abus dans certains cas. Il y avait même du spam dû à de l'utilisation abusive. Google l'a dit lui-même, il va diminuer son apparition pour ne garder à terme que ceux apportant un réel intérêt à l'utilisateur.

Au niveau des sites, j'avoue ne pas trop avoir enquêté sur le sujet. C'est l'inconvénient de bosser seul, mon temps doit être optimisé. Je ne me penche sur le sujet uniquement quand j'y suis confronté. Par contre, voilà ce que j'ai déjà pu constater de manière avérée pour la disparition ou « non apparition » de l'authorship:

- balisage non conforme ;
- photo non conforme ;

- authorship mis sur des sites de faible qualité. Résultat: disparition sur l'ensemble des sites ;
 - contenu caché volontairement ou involontairement.
- Cette liste est bien sûr non exhaustive...

Pour terminer, as-tu quelques astuces au sujet de l'authorship, que t'aurait dictée ton expérience du domaine ?

Des astuces pas forcément, mais disons des bonnes pratiques. Par exemple tout ce qui a été cité plus haut. Prenez soin de ne pas le faire ou en tout connaissance de cause. Vous pouvez également faire de l'AB testing avec votre photo de profil. Différentes couleurs, orientation du regard pour le Call To Action... Attention à ne pas non plus perturber vos lecteurs. Ce n'est pas parce que vous possédez un site qu'il faut mettre en place le balisage sur toutes les pages. Exemple si vous avez un forum, c'est inutile de le mettre en place dessus, de même les pages tag ou catégories ne devraient en principe pas posséder d'authorship selon les guidelines de GG. Pour le moment ça passe encore, mais le risque est d'arriver à une trop forte proportion de contenu non pertinent rattaché et le voir disparaître.

Pour aller plus loin, les intéressés pourront directement me contacter sur Twitter (@RaphSEO) ou Google+ (<https://plus.google.com/+RaphaelDOUCET/posts>)..

Interview réalisée par mail par Olivier Andrieu, éditeur du site Abondance.com, en mars 2014.

2 outils de recherche explorateurs de Twitter

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Twitter représente une manne d'information énorme, notamment pour mettre en place des processus de veille. Mais, pour cela, il est nécessaire de se servir d'outils permettant de traiter les données disponibles dans ce réseau social. En voici deux, assez peu connus, mais qui peuvent vous rendre bien des services en étant complémentaires des mastodontes du domaine...

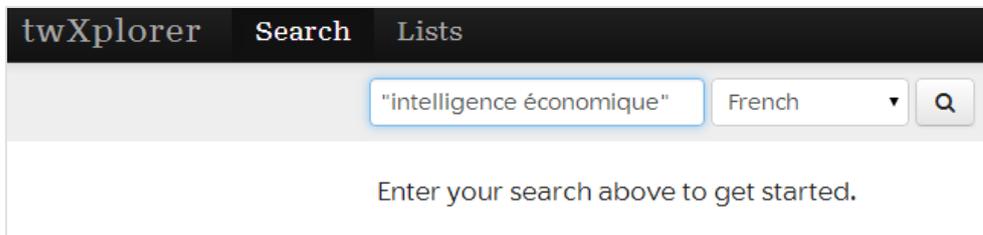
Ce mois-ci nous vous proposons de découvrir deux moteurs permettant d'exploiter Twitter de deux manières : en recherchant dans les contenus qui y sont partagés en mode « text mining » ou en identifiant des utilisateurs intéressants à suivre.

TwXplorer

TwXplorer (<http://twxplorer.knightlab.com/>) a été lancé au printemps 2013 par Knightlab, un laboratoire de recherche de l'Université américaine de Northwestern composée d'ingénieurs et de journalistes dont l'objectif est de proposer des outils susceptibles de donner du sens à l'information ainsi que d'assurer un meilleur « storytelling ». On leur doit par exemple Timeline JS (<http://timeline.knightlab.com/>), un service gratuit permettant de raconter de manière visuelle le déroulement d'un événement (il est possible de découvrir leurs (nombreux) autres projets à cette adresse : <http://projects.knightlab.com/>).

TwXplorer a pour objectif de permettre à chacun de rechercher par mots-clés et d'exploiter les listes thématiques que l'on s'est constitué. Il est nécessaire afin d'accéder au service de disposer soi-même d'un compte Twitter.

La recherche par mots-clés se fait en haut à gauche de la page et il est nécessaire d'indiquer la langue utilisée.



Le service utilise en effet des listes de « stop words » (le, la , les,...) pour n'extraire que les mots-clés importants des résultats qu'il remonte. Ceux-ci sont présentés de quatre manières différentes :

- Tweets récents : il s'agit du corpus qui sera utilisé pour extraire les données ci-dessous et qui ne dépasse pas 500 tweets (limitations liées à l'API Twitter).
- Terms : mots-clés statistiquement les plus fréquents dans les tweets remontés.
- Hashtags : hashtags statistiquement les plus fréquents dans les tweets remontés.
- Links : adresses web vers lesquelles pointent le plus les tweets remontés.



L'intérêt de l'interface de TwXplorer est qu'elle va nous permettre d'effectuer des opérations simples de textmining afin d'isoler des tweets précis ou d'explorer les contenus partagés. Ainsi, si je souhaite comprendre pourquoi l'expression « terres rares » remonte dans les termes, il suffit de cliquer dessus pour filtrer les tweets évoquant à la cette expression et l'expression « intelligence économique ».



Les histogrammes vont alors faire remonter de nouveaux termes et hashtags qui pourront à leur tour servir de filtres. C'est pratique, ça fonctionne bien, mais un tel service trouverait vraiment son utilité en permettant l'exploitation de corpus plus importants, à l'instar de ce que permettent des solutions comme Talkwalker ou Radarly (cf. numéros de mars et d'novembre 2013 de cette lettre), bien évidemment payantes.

L'exploitation des listes thématiques Twitter se fait en changeant d'onglet en haut à gauche de la page. Il faut alors sélectionner une de ses propres listes et TwXplorer va alors en analyser les contenus de la même manière que pour la recherche ci-dessus. Le résultat est très intéressant car il permet d'explorer les sujets d'intérêt partagés par un ensemble de personnes à un moment donné. La liste que nous avons utilisée ici inclut des twittos intéressés par l'analyse du renseignement (*intelligence analysis*) et l'on constate grâce aux hashtags que les sujets qui les préoccupent actuellement, sont avant tout liés au vol MH370, à la CIA et à l'Ukraine. En filtrant les résultats sur ce dernier mot-clé, on verra par exemple dans les liens (*links*) quels sont les articles les plus cités par les membres de la liste.

Links

- 1 [BBC News - Ukraine crisis: Russia begins new military exercises](#)
- 1 <http://resources.infosecinstitute.com/crimea-russian-cyber-strategy-hit-ukraine/>
- 1 [Mitchell A. Orenstein | How Germany and Russia Will Decide Ukraine's Fate -- and the Region's | Foreign Affairs](#)
- 1 [ITAR-TASS: World - Crimea will nationalize natural resources and military facilities on its territory](#)

Une excellente manière donc d'exploiter les contenus partagés par un ensemble d'experts.

Cette fonctionnalité souffre néanmoins d'une faiblesse. En effet, les listes peuvent être constituées de twittos parlant des langues différentes or, dans l'interface il n'est possible de choisir qu'une langue. L'histogramme de termes va donc inévitablement, faire apparaître les « stop-words » des langues non indiquées.

The screenshot shows the TwXplorer interface for a search of @crid/intelligenceanalysis. The search is in English. The interface is divided into three main sections: Recent Tweets, Terms, and Hashtags.

Recent Tweets:

- EU El Universal** (@ElUniversal): "Ministro de Transporte Acuático y Aéreo niega que aerolíneas quieran dejar de operar en #venezuela" (12:15 PM - 14 Mar 2014). Retweeted by clarisse_carnets.
- Khushal Khan** (@Khushal_Khattak): "Beaten to death by Punjab Police - RIP - RT" @SyedIHusain:

Terms:

Count	Term
22	says, ...
19	use, ...
18	new
17	de
17	us
14	nsa
14	senate, ...
14	spying, ...
13	people
12	report, ...
12	see, ...

Hashtags:

Count	Hashtag
21	#mh370
17	#cia
11	#ukraine
7	#nsa
6	#satshow
6	#bornomassacre
5	#cybersecurity
5	#syria
4	#feinstein
4	#sxsxw
4	#russia

Hormis ce désagrément et à condition de faire en sorte de le contourner en constituant ses listes par langues, cette fonctionnalité de TwXplorer nous semble particulièrement intéressante et justifie qu'on l'ajoute à sa boîte à outils Twitter. Avoir en plus la possibilité de recevoir automatiquement une synthèse de ces liens partagés serait la cerise sur le gâteau...

Tactics Cloud

Tactics Cloud (<http://www.tacticscloud.com>) est une société qui s'est lancée à l'automne 2013 après une levée de fond de d'1,5 millions de dollars. Son objectif initial était de permettre à des recruteurs de trouver des candidats (sourcing HR) en utilisant les profils Twitter, le service était d'ailleurs baptisé Tactics HR, mais son positionnement s'est élargi en janvier à la recherche de prospects (et à la recherche « tout court » de profils de twittos).

La connexion à ce service s'effectue également via l'API Twitter. Une fois connecté, l'interface est celle-ci :

	Discover	Lists	Import
New Search			
Twitter Users	Boolean Search View Cheat Sheet		
Twitter Lists	Bio Keywords: <input type="text" value="example: 'Project Manager' and PHP"/>		
Search History	Location: <input type="text" value="example: Peru and Ontario or Boston"/>		
	Follows: <input type="text" value="example: @GitHub, @DesignObserver"/>		
	Followed By: <input type="text" value="example: @bfeld"/>		
	<input type="button" value="Search"/>		

Même si ce n'est pas très clair, on se trouve par défaut en mode de recherche d'utilisateurs (*Twitter users*). A partir du formulaire il est possible de lancer des requêtes booléennes croisant chacun des 4 champs proposés. Ainsi l'on peut chercher les biographies des twittos dans lesquelles les mots-clés « référencement » ou « SEO » sont cités et qui suivent le compte @abondance_com :

Showing 100 of 1461 results
Bio Keywords: <input type="text" value="référencement OR seo"/>
Location: <input type="text" value="example: Peru and Ontario or Bostl"/>
Follows: <input type="text" value="abondance_com"/>
Followed By: <input type="text" value="example: @bfeld"/>
<input type="button" value="Search"/>

Les résultats sont alors classés en fonction du nombre de followers mais il est possible de choisir un classement par :

- nombre de tweets,
- pertinence (dont le mode de calcul n'est pas indiqué),
- nombre de twittos suivis (*following*).

Add all users to a List		Export All		Sort By: Followers
<input type="checkbox"/>		SEO Journalist @SEOJournalist Follow SEO Journalist is an #SEO and SMO based blog that provides its avid visitors with helpful SEO articles, services and reviews. http://www.seojournalist.com		<input type="checkbox"/> Tweets <input type="checkbox"/> Relevance <input checked="" type="checkbox"/> Followers <input type="checkbox"/> Following
<input type="checkbox"/>		Proxy-N-Vpn @ProxyNVpn Follow Proxy-N-Vpn : High Speed Highly Anonymous PRIVATE PROXIES Proxies for Seo Scrapebox, Twitattacks, Senuke, Social Marketing, Google PR High Speed VPN'S http://www.proxy-n-vpn.com	44.46552,26.06... 18764 followers 159 tweets	
<input type="checkbox"/>		Vincent Abry @vincentabry Follow Blog Web 2.0, Webmarketing & SEO, Veille, Tech & Gadgets, Robots. http://www.vincentabry.com	Montreal, Québ... 17021 followers 11284 tweets	

A partir de cette page de résultats, il est possible de choisir certains profils *via* une case à cocher (voir ci-dessus) puis de créer une liste à partir des twittos sélectionnés mais aussi à partir de tous les ceux proposés dans les résultats sans procéder à un tri.

Veille stratégique - IE Showing 14 of 14

<input type="checkbox"/>		Vincent Chaigneau @freetux Follow Stratégie digitale, Social Media Marketing, E-commerce, Veille s (@owlmarket) http://vincent.chaigneau.me/blog/
<input type="checkbox"/>		Portail IE @Portail_IE Follow Portail de l'intelligence économique : le centre de ressources et http://www.portail-ie.fr
<input type="checkbox"/>		Jerome Bondu @jeromebondu Follow Directeur du cabinet de veille & intelligence économique Inter-L http://www.inter-ligere.fr
<input type="checkbox"/>		AEGE @aege Follow Tweets du Bureau de l'AEGE (le réseau d'experts en intelligence http://www.aege.fr

Il est également possible théoriquement d'exporter tous les résultats de la requête pour les récupérer en .csv mais cela ne fonctionnait pas lorsque nous avons testé le service. Les listes créées sur Tactics Cloud sont propres à ce service mais peuvent être exportées vers son compte Twitter, malheureusement là encore la fonctionnalité était hors-service.

Export to @crid

Veille stratégique - IE

Hang on - loading your exportable data now.

Si l'on se positionne maintenant sur « Twitter lists » il va être possible d'identifier des listes créées par d'autres twittos afin de les exploiter ou de s'y abonner.

Search Twitter Lists

Twitter Users

Twitter Lists

Search History

Keywords:
veille

Includes User:
@username

Search

Les listes sont classées par nombre de personnes qui les suivent plutôt que par nombre de membres, ce qui donne une bonne idée de leur popularité.

Showing 100 of 1778 results **Sort By: Subscribers**

Keywords:
veille

Includes User:
@username

Search

blogueurs et veilleurs <i>comptes twitter sur la veille, emarketing, réputation, etc.</i> 268 members 48 subscribers	View on Twitter
Veille collectivite <i>Veille sur les collectivités territoriales</i> 140 members 42 subscribers	View on Twitter
Veille elearning foad tic 107 members 42 subscribers	View on Twitter

En se rendant dans l'onglet « Lists » on retrouvera sans surprise les listes que l'on a déjà créées dans l'outil.

The screenshot shows the TACTICS CLOUD interface. At the top, there are three tabs: 'Discover', 'Lists' (which is selected and highlighted in blue), and 'Import'. Below the tabs, there is a section titled 'My Lists'. Under this section, a list named 'Veille stratégique - IE' is visible, with a sub-label 'IntelligenceAnalysis' below it.

Les listes préexistantes dans son compte Twitter ne sont pas ajoutées par défaut et il faut le faire « manuellement » à partir de l'onglet « Import » (et ça marche !).

En cliquant sur une de ses listes on va bien sûr faire apparaître les membres de celle-ci mais en utilisant le bouton « Overview » on obtiendra plusieurs informations permettant de mieux les qualifier :

The screenshot shows the 'Overview' page for the list 'Veille stratégique - IE', which has 14 people. The page is divided into two main columns: 'Keywords' and 'Twitter Lists'.

Keywords:

- Économique: 10 occurrences
- Intelligence: 10 occurrences
- Veille: 7 occurrences
- Stratégique: 6 occurrences
- Web: 2 occurrences
- Stratégie: 2 occurrences
- Renseignement: 2 occurrences
- Presse: 2 occurrences
- Media: 2 occurrences
- Des: 2 occurrences

Location:

- France: 6 members
- Paris: 4 members
- Montréal: 2 members
- Tours: 1 members
- Montrouge: 1 members
- Bordeaux: 1 members

Twitter Lists:

- IE:** Contains 55 total members, 14.55% of which are included in "Veille stratégique - IE" (8/14)
- Intelligence Économique:** Contains 86 total members, 8.14% of which are included in "Veille stratégique - IE" (7/14)
- Veille Et Vigie:** Les experts et professionnels en veille, la vigie, et intelligence économique (en entreprise). Contains 149 total members, 4.70% of which are included in "Veille stratégique - IE" (7/14)

- Keywords : histogramme de fréquence d'utilisation de mots-clés dans les bios des twittos de la liste.
- Location : en fonction de ce qui est déclaré dans le profil.
- Twitter lists : on va trouver les listes dont les membres sont les plus présents dans la liste que vous avez sélectionnée. Une bonne manière, en explorant les premières d'entre elles, de trouver d'autres twittos au profil proche de ceux qui vous intéressent déjà et de compléter ainsi la vôtre.

Tactics Cloud est un service agréable et facile à utiliser. La simplicité avec laquelle il permet de créer des listes est très appréciable même si l'on aurait souhaité plus de critères de recherche ou de filtrage.

Ainsi un filtre par langue et/ou par pays serait très utile pour repérer des twittos français ou francophones intéressés par exemple par la science-fiction. L'expression étant la même en français et en anglais le nombre de résultats est de près de 13 000 twittos qui ne peuvent être filtrés autrement qu'à la main...

Les moteurs autour de Twitter sont nombreux et si Topsy (<http://www.topsy.com>) est sans conteste le meilleur lorsqu'il s'agit de rechercher des tweets, mêmes anciens, il peut être bon de disposer d'autres services plus ciblés pour explorer certains contenus ou découvrir des twittos intéressants et les suivre via des listes. TwXplorer et Tactics Cloud en font partie et l'on attend impatiemment de voir comment ils vont évoluer.

Christophe Deschamps

Consultant et formateur en gestion de l'information.

Responsable du blog Outils Froids (<http://www.outilsfroids.net/>)

Les plugin WordPress autour des rich snippet et de l'authorship

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

L'avènement des rich snippet et de l'authorship dans les résultats des moteurs de recherche a permis de mettre en avant de nouveaux types de contenus, tout en améliorant la visibilité et le positionnement des sites l'utilisant. Nous allons voir ici comment le CMS WordPress et ses plugins permettent d'ajouter un marquage intelligent pour facilement mettre en place l'authorship et les différents types de rich snippet sur votre site Internet...

L'authorship et les rich snippet, c'est quoi ?

Ces deux appellations indiquent la mise en place de « données structurées » qui aident les moteurs de recherche et les réseaux sociaux à mieux comprendre vos contenus.

Ce qu'il faut savoir, c'est que les sociétés comme Google, Facebook, Yahoo, Bing ou encore Twitter ne comprennent pas correctement les contenus qu'ils indexent. Il leur est difficile de comprendre le type de publication qu'ils analysent (s'il s'agit d'un produit, d'une image, d'une vidéo, d'une recette de cuisine, ...), tout comme ils peuvent avoir du mal à comprendre la paternité d'un contenu ou sa place dans le reste du site Internet (son arborescence).

C'est pour cette raison que depuis plusieurs années, ces différents moteurs cherchent à centraliser la manière de « coder » un contenu. Pour cela, il font appel à des données structurées, c'est-à-dire des informations contenues dans le code source des pages, mais qui ne sont pas visibles par l'internaute.

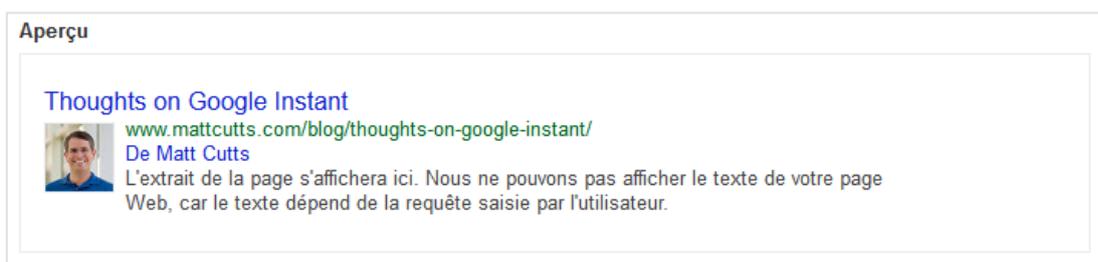
Les moteurs de recherche et les réseaux sociaux vont ainsi lire ces informations et vont pouvoir ensuite les afficher différemment et/ou leur donner plus ou moins d'importance.

Les différents formats de données structurées

Avant de détailler les plugins de WordPress que nous conseillons d'utiliser, voici la liste des données structurées réellement utilisées soit par les moteurs de recherche, soit par les réseaux sociaux, soit par les deux à la fois, avec à chaque fois des exemples concrets de ce que cela change pour la visibilité et le partage d'un contenu.

Les données sociales

- **l'authorship** : pouvoir attribuer sur Google et Google+ la paternité d'un contenu (personne physique) ;



- le **Publisher** : pouvoir attribuer auprès de Google et Google+ la paternité d'un contenu (personne morale), comme ici à droite sur cette capture d'écran ;

seomix

Web Maps Vidéos Actualités Shopping Plus Outils de recherche

Environ 54 100 résultats (0,31 secondes)

SeoMix
www.seomix.fr/ ▾
De Daniel Roch - Dans 1 963 cercles Google+
Ressources, actualités, guides et tests du CMS WordPress, sur le référencement, le SEO, le emarketing et Google Analytics.
Vous avez consulté cette page le 16/02/14.

[WordPress](#)
Actualités, conseils, hacks et tutoriels pour le CMS ...

[Référencement naturel](#)
Tests SEO, conseils et avis sur le référencement naturel et les ...

SeoMix Suivre

Posts récents
Avec +Willy Bahuaud, on veut organiser le WP Tech. Merci d'avance de vos réponses et partages pour ce questionnaire. ... 11 févr. 2014

- les **Twitter Cards** : pouvoir expliquer à Twitter le type de contenu réel qu'il affiche, avec ici deux exemples avec un article et une image ;

Brendan Donohoe @bdonohoe 1h
This is interesting... t.co/uETCnMDdo8
[Hide Summary](#) [Reply](#) [Retweet](#) [Favorite](#) [More](#)

The New York Times

Parade of Stars and Fans for Houston's Funeral
By Sarah Maslin Nir @SarahMaslinNir

The guest list and the parade of limousines with celebrities emerging from them seemed more suited to a red carpet event in Hollywood or New York than to a gritty stretch of Sussex...



[View on NYTimes.com](#)

125 RETWEETS 22 FAVORITES

5:07 PM - 15 Nov 12 · Details Flag media

Brendan Donohoe @bdonohoe 1h
This is interesting... flick.kr/p/dRHJHF
[Hide photo](#) [Reply](#) [Retweet](#) [Favorite](#) [More](#)

Flickr



View from The SkyDeck
By Brendan Donohoe @bdonohoe
Explore Brendan Donohoe's 199 photos on Flickr!

[View on flickr.com](#)

125 RETWEETS 22 FAVORITES

5:07 PM - 15 Nov 12 · Details Flag media

- **L'Open Graph** : pouvoir indiquer à Facebook le type de contenu réel qu'il affiche.



Matthew Johnston shared a link.
Yesterday

"Embarrass, Minnesota, experienced the lowest temperature in the nation on Tuesday: -37C (-35F), colder than readings recently recorded on Mars by the Mars Rover."

Amazing photos, but also, I think we've found some volunteers for that manned mission to Mars.

BBC NEWS
North America's big freeze seen from space
www.bbc.co.uk

Satellite images have captured the progress of the big freeze that has gripped the United States and Canada, plunging many states into unfamiliar freezing temperatures.

Les rich snippet

- Le chemin de navigation ou fil d'Ariane, « breadcrumb » en anglais (c'est-à-dire l'emplacement d'un contenu dans l'arborescence du site) ;



Htaccess : cache control et expire headers - SeoMix
www.seomix.fr > Web > Développement & ergonomie ▾
De Daniel Roch - Dans 1 963 cercles Google+
17 juin 2010 - Configurez le fichier htaccess du serveur apache pour optimiser les performances, pour des sites plus rapide moins de bande passante ...

- les recettes de cuisine ;



Aperçu

Banana Banana Bread Recipe - Allrecipes.com
allrecipes.com/recipe/banana-banana-bread/
★★★★★ Note : 4,6 - 7 835 avis - 1 h 20 min - Calories : 229
L'extrait de la page s'affichera ici. Nous ne pouvons pas afficher le texte de votre page Web, car le texte dépend de la requête saisie par l'utilisateur.

- les notations et « review » (le fait de noter et évaluer un contenu) ;



Aperçu

Alma Pan-Latin Kitchen - CLOSED - Regent Square - Pittsburgh, PA ...
www.yelp.com > Restaurants > Latin American
★★★★★ Note : 4 - 58 avis - Prix : \$\$
L'extrait de la page s'affichera ici. Nous ne pouvons pas afficher le texte de votre page Web, car le texte dépend de la requête saisie par l'utilisateur.

- la géo-localisation et/ou l'affichage d'informations de contact ou personnelles ;

Aperçu

[Pravir Gupta | LinkedIn](#)

www.linkedin.com/pub/pravir-gupta/2/180/a70

San Francisco Bay Area - Software Engineer

L'extrait de la page s'affichera ici. Nous ne pouvons pas afficher le texte de votre page Web, car le texte dépend de la requête saisie par l'utilisateur.

- les évènements ;

Aperçu

[Muse Tour Dates 2014 — Muse Concert Dates and Tickets | Songkick](#)

www.songkick.com/artists/219230-muse

L'extrait de la page s'affichera ici. Nous ne pouvons pas afficher le texte de votre page Web, car le texte dépend de la requête saisie par l'utilisateur.

sam. 5 avr. [Lollapalooza 2014](#)

ven. 11 avr. [Coachella 2014](#) Empire Polo Club,

ven. 18 avr. [Coachella 2014](#) Empire Polo Club,

- les musiques ;

Aperçu

[Bat Out Of Hell II: Back Into Hell by Meat Loaf : Rhapsody](#)

www.rhapsody.com/artist/meat-loaf/album/bat-out-of-hell-ii-back-into-hell

L'extrait de la page s'affichera ici. Nous ne pouvons pas afficher le texte de votre page Web, car le texte dépend de la requête saisie par l'utilisateur.

- ▶ 11:58 [I ...](#) Bat+Out+Of+Hell+II ...
- ▶ 8:00 [Life+Is+A+Lemon+And+I+Want ...](#) Bat+Out+Of+Hell+II ...
- ▶ 5:49 [Rock+And+Roll+Dreams+Come+ ...](#) Bat+Out+Of+Hell+II ...
- ▶ 7:19 [It+Just+Won%27t+Quit](#) Bat+Out+Of+Hell+II ...

- les produits.

Aperçu

[Office Star Professional Air Grid Deluxe Task Chair | Overstock ...](#)

www.overstock.com > ... > [Office Chairs & Accessories](#) > [Ergonomic Chairs](#)

★★★★★ Note : 4,6 - 191 avis - 191,99 \$US

L'extrait de la page s'affichera ici. Nous ne pouvons pas afficher le texte de votre page Web, car le texte dépend de la requête saisie par l'utilisateur.

N.B. : il existe en réalité de nombreuses autres données structurées (comme par exemple le marquage ARIA lié à l'HTML5 ou encore les données médicales ou autres du type schema.org). Celles-ci ne seront pas traitées dans cet article car elles sont pas utilisées ni par les moteurs de recherche ni par les réseaux sociaux.

Pour retrouver la liste complète des données structurées disponibles, consultez le site suivant : <http://schema.org/>.

WordPress et les données structurées

Les plugins tout en un

WordPress SEO

Avant d'entrer dans le détail des plugins permettant d'implanter de manière ciblée certaines données structurées, nous allons aborder les plugins indispensables à votre référencement naturel, et qui vont justement ajouter pour vous les données dont vous allez avoir besoin.

Le meilleur plugin pour cela reste **WordPress SEO** qui va gérer pour vous de nombreuses fonctionnalités liées au référencement naturel comme une meilleure gestion des URL, le fichier Sitemap, la gestion du Title ou des méta descriptions de vos contenus et ainsi de suite. Le plugin permet également d'ajouter de manière native certaines données structurées :

- les Twitter Cards ;
- l'OpenGraph ;
- l'authorship et le Publisher de Google ;
- le chemin de navigation.

Il est réellement indispensable d'avoir un tel plugin. Une fois installé, rendez-vous directement dans les différents menus pour paramétrer ces données structurées.

Pour le chemin de navigation, la mise en place sera un peu plus complexe car il faudra ajouter manuellement une ligne de code dans votre thème WordPress.

Le plugin est disponible ici : <http://wordpress.org/plugins/wordpress-seo/>

Les autres « gros » plugins

Vous pouvez utiliser un autre plugin du même type, mais qui est généralement un peu moins abouti que WordPress SEO. Il s'agit de **All In One SEO Pack** : <http://wordpress.org/plugins/all-in-one-seo-pack/>

Il existe aussi **Add Meta Tag**, qui est en résumé un gros couteau suisse pour ajouter toutes les méta données de base pour le SEO, les Rich Snippets et les données sociales. Mais honnêtement, il vous proposera beaucoup moins d'options et de fonctionnalités que les deux précédents plugins. Il est disponible ici : <http://wordpress.org/plugins/add-meta-tags/>

L'authorship et les données sociales

Si vous n'utilisez pas les grands plugins qui mettent en place les données structurées de base, il est possible de le faire manuellement.

Google et l'authorship

Le plus simple pour mettre en place l'authorship d'un blog WordPress, c'est alors d'utiliser le plugin **Google Plus Authorship** disponible ici : <http://wordpress.org/plugins/google-plus-authorship/>

Une fois installé, il vous suffira de modifier le profil de chaque utilisateur pour renseigner l'URL de leurs profils Google+, sans oublier d'ajouter dans le même temps l'URL de votre site dans leurs « bio » de profil sur Google+.

Google Plus profile information

Google Plus Profile URL

Please enter your Google Plus Profile URL. (with "https://plus.google.com/1234567890987654321")

Petite remarque au passage : si vous utilisez la plateforme WordPress.com pour gérer et héberger votre blog WordPress, sachez qu'il vous suffit de vous y connecter via Google

pour que le moteur de recherche puisse directement associer votre profil auteur à votre blog.

Source : <http://googleplusplatform.blogspot.fr/2013/09/google-attribution-and-embedded-posts.html>

Google Publisher

Malheureusement, aucun plugin n'est dédié uniquement à la mise en place du lien Google Publisher. Vous pouvez cependant faire appel aussi au plugin **Facebook OpenGraph meta and Google+ link rel/publisher meta** qui ajoute pour vous ce lien, mais qui va également ajouter les informations suivantes :

- les données OpenGraph de Facebook ;
- la balise meta de vérification pour le centre webmaster de Google.

Le plugin est disponible ici : <http://wordpress.org/plugins/cd34-header/>

Nous vous conseillons cependant de passer plutôt par les gros plugins cités précédemment pour cela, notamment WordPress SEO, car ils feront la même chose de manière plus complète et aboutie.

Twitter Card

Pour profiter des rich snippet de Twitter, il existe deux solutions différentes. Là encore, le plus simple est de faire appel à WordPress SEO ou All In One SEO qui intègrent la mise en place de ces données enrichies.

Cependant, sur ce point là, ces deux plugins vont intégrer les données de manière relativement basique, vous empêchant de personnaliser les informations ajoutées. On peut alors faire appel au très bon plugin **JM Twitter Cards** : <http://wordpress.org/plugins/jm-twitter-cards/>

Ce plugin va beaucoup plus loin car il vous permet :

- de définir le type de Cards à utiliser (résumé, résumé avec image large, photo, ...) ;
- de définir le champs de profil à utiliser pour le compte Twitter (il peut ainsi récupérer l'information d'un autre plugin dont WordPress SEO) ;
- de pouvoir ajouter une meta box supplémentaire quand vous éditez un de vos articles, pour réellement personnaliser manuellement la Twitter Card pour chaque post ;
- d'ajouter la fonctionnalité de Deeplinking, c'est-à-dire permettre d'ajouter un lien dans les Twitter Cards pour télécharger l'application associée à votre site Internet.

JM Twitter Cards

Obtenez plus
de 140 caractères
avec les Cards Twitter

Les Cards Twitter vous aident à enrichir vos contenus partagés dans les Tweets sur le web et les appareils mobiles. Elles permettent aux utilisateurs d'obtenir plus d'information à propos des contenus présents sur les URLs partagées via Twitter, ce qui a pour effet de permettre à Twitter d'envoyer plus de trafic vers votre site ou application.

Avec ce plugin vous pourrez obtenir des cards résumé, résumé large image, produit, photo et galerie.

↑ Général

[Documentation](#) [Validator](#)

Choisissez votre type de card :

résumé large image ▾

Entrez votre compte Twitter personnel :

rochdaniel

Entrez le compte Twitter associé au site web :

rochdaniel

Fixer le nombre de mots à prendre en compte par le plugin pour établir une description par défaut :

30

Ajouter un champ Twitter aux profils :

non ▾

Modifier la clé associée au champ Twitter dans les profils :

jm_tc_twitter

SAUVEGARDER LES CHANGEMENTS

Quelle que soit la solution choisie, n'oubliez pas de toujours renseigner ensuite le nom d'utilisateur Twitter dans vos différents profils utilisateurs sur WordPress pour que cela fonctionne correctement.

Les rich Snippets

Tous les rich snippets

Pour ce qui concerne les rich Snippets, il existe des plugins « tout en un » qui vous permettent d'ajouter en fonction de vos besoins certaines données structurées. Parmi les plus connus et utilisés, on retrouve **Raven Schema Creator** : <http://wordpress.org/plugins/schema-creator/>

De base, le plugin ajoute une bouton supplémentaire lors de l'édition de vos articles pour ajouter un « schema ».



Vous avez alors le choix pour ajouter le rich snippet dont vous avez besoin :

- Person ;
- Product ;
- Event ;
- Organization ;
- Movie ;
- Book ;
- Review ;
- Recipe.

Il ne vous reste ensuite qu'à remplir les champs qui s'affichent puis de cliquer sur « Insérer ».

Add Schema

Schema Type	Person
Name	Daniel Roch
Organization	SeoMix
Job Title	Gérant
Website	http://www.seomix.fr
Description	Consultant en référencement naturel
Birthday	09/06/1985
Address	20 rue des référenceurs
P.O. Box	
City	Nantes
State / Region	
Postal Code	44000
Country	France
Email Address	contact@seomix.fr
Telephone	0672190014

ANNULER INSÉRER

Cela se transforme ensuite en shortcode lors de l'édition de votre article :

```
[schema type="person" name="Daniel Roch" orgname="SeoMix"
jobtitle="Gérant" url="http://www.seomix.fr"
description="Consultant en référencement naturel"
bday="1985-09-06" street="20 rue des référenceurs"
city="Nantes" postalcode="44000" country="FR"
email="contact@seomix.fr" phone="0672190014" ]
```

Puis le rich snippet est affiché proprement dans votre publication :

Vous pourrez aussi personnaliser les étoiles, les textes ou encore les effets de transitions de vos notations. Et bien entendu, Google parvient parfaitement à lire ces données structurées :



Le gros avantage est donc de pouvoir ajouter une notation, quel que soit le type de contenu que vous souhaitez enrichir. Le plugin est disponible ici : <http://wordpress.org/plugins/kk-star-ratings/>

Il existe deux autres plugins de qualité pour faire cela :

- **WP Customer Reviews** : pour laisser les utilisateurs donner à la fois une note et un avis à un contenu : <http://wordpress.org/plugins/wp-customer-reviews/> ;
- **Author hReview** : pour afficher une note selon l'auteur du contenu : <http://wordpress.org/plugins/author-hreview/>.

Contact

Pour ajouter des informations de contact pour une personne ou une organisation, le plus simple est de faire appel aux gros plugins de rich snippet, notamment Raven Schema Creator.

Cependant, si votre besoin se limite à l'ajout de ses données sous forme d'un widget, il existe le très bon **Rich Contact Widget** qui remplira parfaitement ce rôle (mais qui ne pourra donc être ajouté dans le cœur de votre contenu). Le plugin est disponible ici : <http://wordpress.org/plugins/rich-contact-widget/>

Les recettes de cuisine

Les recettes de cuisine sont des contenus qui tirent réellement profit des rich snippet. Là encore, on peut faire appel au même plugin tout en un Raven Schema Creator pour ajouter ces données. Cependant, cela pose deux problèmes :

- le plugin ne prévoit pas d'ajouter une note à la recette ;
- le plugin demande à ce que l'on recopie manuellement l'URL de l'image pour la recette, ce qui est loin d'être pratique.

Il existe donc deux autres plugins que nous vous conseillons pour ajouter vos recettes :

- **EasyRecipe** (attention, le plugin ne donne pas le choix de l'image à utiliser) : <http://wordpress.org/plugins/easyrecipe/>
- **Recipe Card** : <http://wordpress.org/plugins/recipe-card/>

Au niveau du rendu dans Google, les données sont à peu près équivalentes, avec un peu moins d'informations sur les calories avec Recipe Card. Pour le reste, ces extensions sont similaires, à savoir :

- elles sont complètes et fonctionnent très bien ;
- elles sont en anglais ;
- elles n'ajoutent malheureusement pas de notation de la recette ;
- elles sont un peu lourdes à mettre en place au démarrage.

Pour le reste, c'est une question de goût au niveau de l'affichage. Pour vous donner un ordre d'idée, voici le rendu de chaque plugin dans Google et dans votre site (les images ne s'affichent pas dans la prévisualisation Google car il s'agit d'images situées sur un serveur de développement) :

Schema Creator :

Ma recette

By Daniel
Roch on
03/01/2014

SeoMix

Superbe description de recette

Prep Time: 2 hours, 20 minutes
Cook Time: 3 hours, 50 minutes
Yield: 5

Nutrition Information:

- 300 calories
- 500 grams of fat
- 200 grams of sugar
- 20 milligrams of sodium

Ingredients:

- 5 carottes
- 2 Matt cutts

Instructions:

Il faut faire comme ça : Boum !

Dès que vous ajouterez un titre à votre page, il s'affichera ici.



www.example.com/

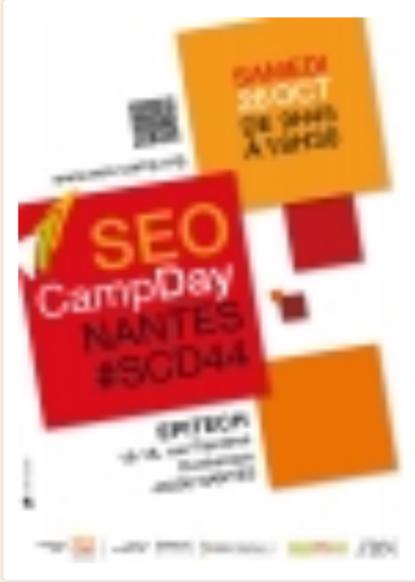
6 h 10 min - 300 calories

L'extrait de la page s'affichera ici. Nous ne pouvons pas afficher le texte de votre page Web, car le texte dépend de la requête saisie par l'utilisateur.

EasyRecipe :

mon nom de recette Print

ma superbe description



Author: Daniel Roch
Cuisine: mon type de cuisine
Recipe type: mon type de recette **Serves:** 5
Prep time: 1 hour 30 mins **Cook time:** 1 hour 30 mins
Total time: 3 hours

Ingredients

- Super ingrédients

Instructions

1. Superbes instructions

Nutrition Information

Serving size: 5 Calories: 300 Fat: 300 Saturated fat: 300 Unsaturated fat: 30 Trans fat: 300 Carbohydrates: 300 Sugar: 200 Sodium: 30 Fiber: 30 Protein: 30 Cholesterol: 30

Aperçu

Dès que vous ajouterez un titre à votre page, il s'affichera ici.



www.example.com/
3 h - Calories : 300
L'extrait de la page s'affichera ici. Nous ne pouvons pas afficher le texte de votre page Web, car le texte dépend de la requête saisie par l'utilisateur.

Recipe Card :

Ma recette

SeoMix

Serves 5
Ma super description de recette

[Save Recipe](#) [Print](#) [Write a review](#)

Prep Time	Cook Time	Total Time
1 hr 20 min	1 hr	2 hr 20 min

Ingredients

un super ingrédient
un autre super ingrédient

Instructions

- ici on met les instructions

By Mon auteur

Aperçu

Dès que vous ajouterez un titre à votre page, il s'affichera ici.



www.example.com/
2 h 20 min
L'extrait de la page s'affichera ici. Nous ne pouvons pas afficher le texte de votre page Web, car le texte dépend de la requête saisie par l'utilisateur.

Conclusion

L'authorship et les rich Snippets sont un bon moyen pour améliorer sa visibilité et son positionnement dans les moteurs de recherche et les réseaux sociaux, à condition bien sûr de ne pas en abuser.

Le gros avantage de WordPress sur ce sujet est de fournir à la communauté des dizaines de plugins pour implanter ce type de données. Nous en avons vu certains dans cet article, mais il en existe en réalité des centaines pour faire cela.

A vous de trouver le ou les plugins qui sont le plus adaptés à vos besoins, à vos internautes et à vos contenus. Et il y a le choix !

Daniel Roch, Consultant WordPress, Référencement et Webmarketing chez SeoMix (<http://www.seomix.fr/>)

Les crawlers, des outils indispensables pour le SEO (1ère partie)

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

On connaît tous les robots Googlebot et Bingbot, utilisés leur moteur de recherche respectif pour explorer des milliards de sites web chaque jour. Mais il existe également des outils qui simulent ces robots et vous donnent de nombreuses indications sur l'indexabilité de votre site web. Des systèmes qui sont devenus indispensables au fil du temps dans le cadre d'un audit SEO. Cet article en deux parties vous fera découvrir ces différents outils ce mois-ci ainsi que leur utilisation "classique", avant de s'attarder à des usages plus avancés le mois prochain...

Les crawlers font partie de ces "briques" logicielles indispensables pour créer un moteur de recherche. La raison d'être de ces programmes est de permettre la découverte des pages et des documents publiés sur le web, et de les télécharger à fins d'indexation ou d'analyse. Au fil du temps, on les a affublés d'autres jolis noms anglais tout aussi imagés : harvesters (moissonneuses), spiders (araignées), bots (robots)...

Dans cette série de deux articles, nous allons passer en revue les raisons pour lesquelles les outils de type "crawler" sont indispensables dans la boîte à outils du référenceur. Le premier article sera consacré aux utilisations classiques des outils de crawl, et le second à des utilisations plus avancées...

Les moteurs de recherche explorent le web à l'aide de crawlers

Même si on peut trouver des exemples de moteurs de recherche qui, dans les premiers temps du web, ont référencé ou indexé des pages découvertes par "soumission" des webmasters, la règle pour les moteurs grand public consiste plutôt à utiliser un crawler pour découvrir les pages publiées sur le World Wide Web.

Le principe d'un crawler ou d'un spider qui fonctionne en mode exploration est le suivant :

1. On fournit une première URL au crawler.
2. Le crawler lance une requête http:// et télécharge le contenu de la page.
3. Le crawler analyse le contenu de la page, en extrait les informations utiles, et les stocke dans un entrepôt de données (*data repository*). Ces données sont ensuite retraitées pour créer le fameux "index" du moteur.
4. Parmi les données trouvées dans la page, figurent la mention d'autres URL dans le code HTML de la page (ou sous forme de liens hypertextes dans des PDF, des .doc Word...).
5. Ces liens sont placés dans une file d'attente.
6. Chaque lien fait à son tour l'objet d'une requête http://, le contenu de la page est téléchargé, analysé, de nouveaux liens sont découverts et ainsi (presque) à l'infini.

A chaque étape du processus, une URL est dans l'un de ces trois états :

- l'URL peut ne pas avoir été découverte encore ;
- l'URL peut avoir été découverte, mais n'a pas encore été téléchargée et son contenu analysé ;
- l'URL peut avoir été découverte, et téléchargée.

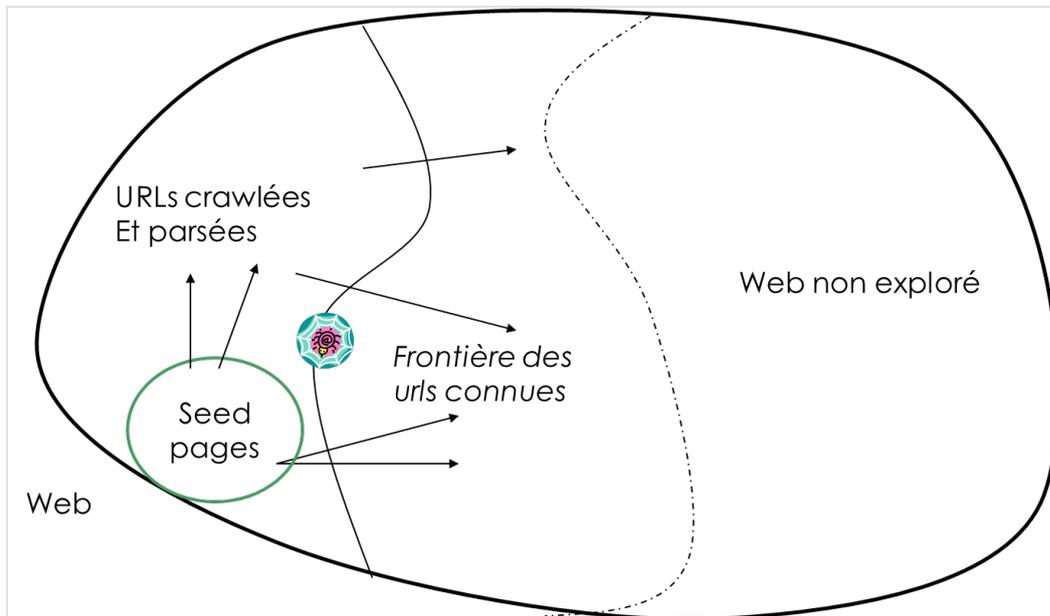


Illustration du processus de crawl d'un moteur de recherche

Si on choisit mal le lien de départ, le processus peut s'arrêter très vite, et des pans entiers du web peuvent ne jamais être découverts.

Pour éviter cela, un moteur qui se lance sélectionne au départ une série d'URL (baptisées "seed URL", URL semence) qui sont choisies parce qu'elles :

- contiennent beaucoup d'autres URL (par exemple des pages d'annuaire) ;
- couvrent des zones différentes du web ;
- sont proches de "noyaux du web" qui vont donner accès à un grand nombre d'URL.

Mais quoi qu'il en soit, cette méthode à ses limites, et de nombreuses URL ne peuvent pas être découvertes en utilisant cette méthode (ces URL sont placées dans une zone du web qu'on appelle communément le "web invisible").

Les problèmes qui peuvent empêcher un crawler de moteur de recherche de découvrir une URL sont assez divers :

- les URL accessibles uniquement *via* un formulaire en mode post ;
- les URL bloquées par un mot de passe, un .htaccess ;
- les URL utilisant des protocoles ou des ports exotiques ;
- les URL bloquées par un fichier robots.txt ;
- etc.

Pourquoi utiliser un crawler pour auditer son site ?

Comme les moteurs de recherche utilisent leur propre crawler pour découvrir les pages d'un site, tout ce qui va gêner ou bloquer le travail du crawler, soit pour découvrir toutes les URL du site, soit pour en télécharger le contenu, peut avoir un impact sur le SEO.

En effet, une page qui n'a pas pu être découverte n'a aucune chance de figurer dans l'index de Google, donc de se positionner sur la moindre requête, et *a fortiori*, de générer le moindre trafic issu du moteur de recherche.

Remarque : la plupart des moteurs supportent le format XML sitemap, qui permet de fournir les URL des pages à indexer par un moteur. Force est de constater que les moteurs font toujours plus confiance aux informations sur les URL "découvertes" par le processus de crawl que *via* le sitemap XML. Ce dernier sert surtout à faire découvrir des URL que le processus de crawl échoue à découvrir, et à indiquer au moteur les préférences des webmasters, notamment en matière de syntaxe d'URL à indexer. Mais la

possibilité d'uploader un sitemap ne permet pas de solutionner tous les problèmes de découvertes d'URL et d'indexation. La présence d'un sitemap ne garantit absolument pas que les URL contenues dans le fichier seront toutes indexées.

Si quelque chose gêne le téléchargement du contenu de la page (partiellement, ou totalement), cela aura aussi forcément un impact sur son référencement. L'idée est donc d'essayer de simuler le comportement d'un crawler de moteur de recherche sur son site, pour détecter tout ce qui peut gêner et/ou bloquer le travail du "spider".

Il existe donc toute une famille d'outils, orientés SEO ou non, qui permettent d'explorer le contenu d'un site et d'en analyser les données.

De quoi faut-il disposer pour réellement simuler ce que Googlebot ou Bingbot peut découvrir et télécharger sur le site ?

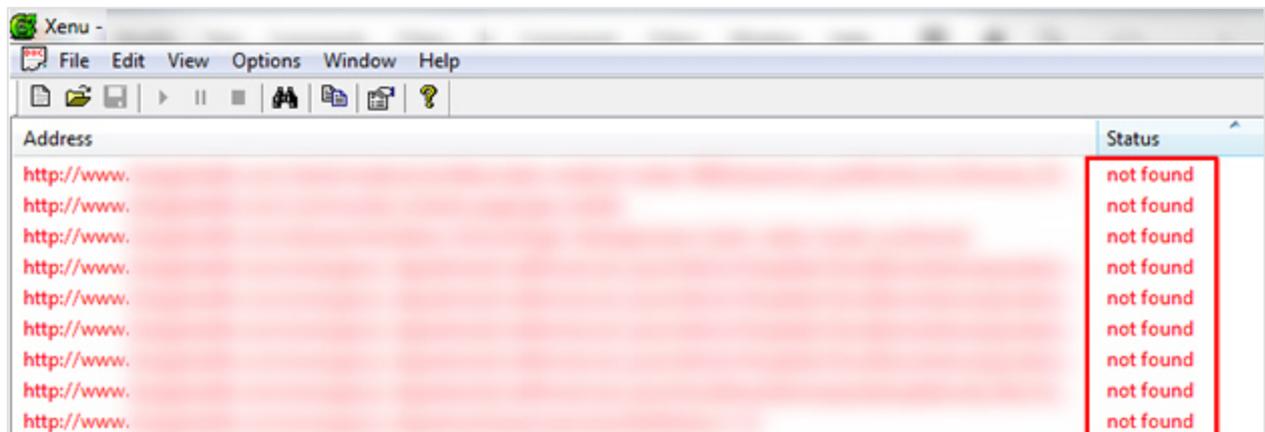
Un crawler, pour donner des informations intéressantes pour le SEO, doit explorer les pages en suivant les mêmes règles que Google. Il est donc intéressant de vérifier que l'outil de crawl :

- respecte les directives du robots.txt (ou le fait à la demande) ;
- permet de changer le *user-agent* (pour tester l'arborescence vue depuis un mobile vs celle vue sur un desktop par exemple) ;
- respecte les directives de la balise meta robots et des directives x-robots-tag dans les balises http ;
- respecte l'attribut nofollow dans les liens ;
- est capable de détecter les balises link rel canonical, voire de les interpréter comme des redirections ;
- et idéalement, sait découvrir des liens dans des PDF, des fichiers Word, des animations Flashs, du Javascript, etc.

Les utilisations classiques des crawlers

Découvrir les liens brisés

Aucune URL (interne) présentées sur un site n'a de bonne raison de pointer vers une ressource absente. La détection des urls qui renvoient un code 404 (ou 410) permet donc de résoudre un problème qui impacte les moteurs de recherche et les utilisateurs, et donc de faire la chasse aux liens brisés.



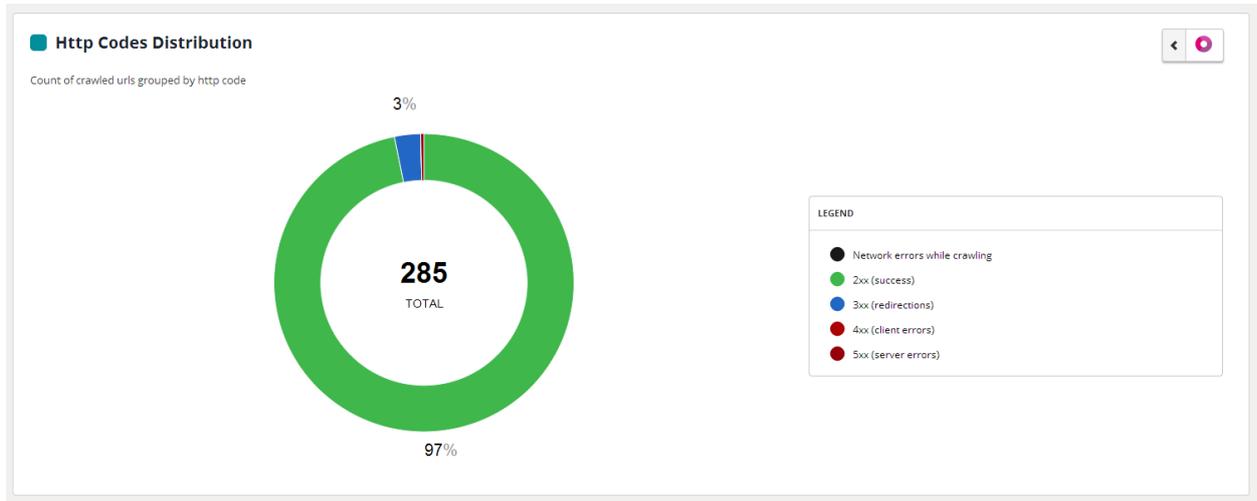
La détection des liens brisés à l'aide de l'outil gratuit Xenu Link Sleuth

Découvrir les pages de redirection et tester les codes de redirection

Détecter les redirections entre une URL présentée sur un site et une autre URL est également un test qui s'avère utile. En règle générale, le code renvoyé par le serveur doit être "301" et non "302". Repérer les redirections effectuées en 302 permet d'améliorer le comportement des crawlers sur votre plateforme web. Par ailleurs, un grand nombre de redirections peut révéler un problème d'appli web (un site bien fait effectue peu de redirections, sauf au cours de période de migrations techniques).

Tester les codes d'erreurs renvoyés par le serveur web

Outre les codes d'erreur 40x et 30x, il peut être utilisé de repérer la présence de "time out" (pages que l'on ne parvient pas à télécharger dans un délai donné) et d'erreurs 500 (erreur renvoyé par un serveur web saturé ou un script planté).



Analyse des codes erreurs renvoyés lors d'un crawl par l'outil Botify.

Vérifier l'inventaire des URL explorables, et la connexité du maillage interne

Les outils de crawl du marché ont tous une fonction qui permet de récupérer dans un fichier plat, CSV ou Excel la liste des URL trouvées sur un site donné.

L'analyse de ces fichiers peut révéler très facilement des dysfonctionnements de votre applicatif web, ou des anomalies dans votre maillage interne. Parmi les anomalies classiques, on peut citer :

- la présence de syntaxes anormales, publiées sur le site ;
- l'absence de certaines pages, non explorables ;
- la présence d'autres pages, que l'on ne veut pas voir découvertes par un crawler (pages de back office par exemple).

Détecter les balises meta manquantes ou dupliquées

La plupart des crawlers orientés SEO permettent de récupérer les infos sur les principales balises meta de la page. Il est ainsi facile de repérer les pages sur lesquelles un <title> ou un <h1> est absent, la présence de descriptions dupliquées d'une page à l'autre, ou le contenu de la balise <meta robots>.

On peut également détecter la présence de liens internes ou externes avec l'attribut "nofollow".

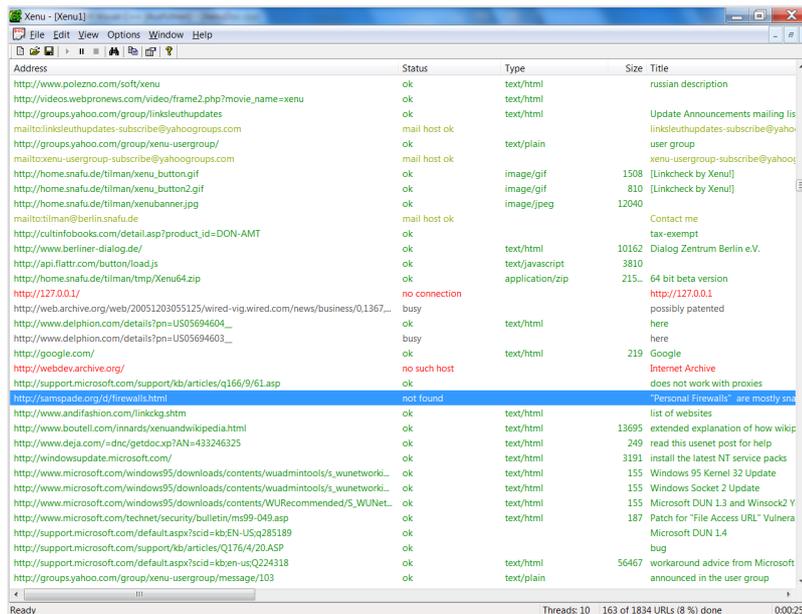
ps	Title 1	Title 1 Length
1	Délégués SEO Camp	19
1	Commissions SEO Camp	22
1	Commissions SEO Camp	22
1	Commissions SEO Camp	22
1	Commissions SEO Camp	22
1	Annuaire des Formations Référencement 2010 SEO Camp	53
1	Annuaire des Formations Référencement 2010 SEO Camp	53
1	Annuaire des Formations Référencement 2010 SEO Camp	53
1	Annuaire des Formations Référencement 2010 SEO Camp	53
1	Annuaire des Formations Référencement 2010 SEO Camp	53
1	Annuaire des Formations Référencement 2010 SEO Camp	53
1	Annuaire des Formations Référencement 2010 SEO Camp	53
1	Annuaire des Formations Référencement 2010 SEO Camp	53
1	Inscription d'une formation SEO SEO Camp	42
1	Inscription d'une formation SEO SEO Camp	42
1	Inscription d'une formation SEO SEO Camp	42
1	Inscription d'une formation SEO SEO Camp	42
1	Inscription d'une formation SEO SEO Camp	42
1	Formation SEO Camp	20
1	Formation SEO Camp	20
1	Formation SEO Camp	20
1	Formation SEO Camp	20
1	Formation SEO Camp	20
1	Formation SEO Camp	20
1	Formation SEO Camp	20

Détection des balises dupliquées à l'aide de Screaming Frog

Quelques exemples de crawlers communément utilisés pour auditer des sites

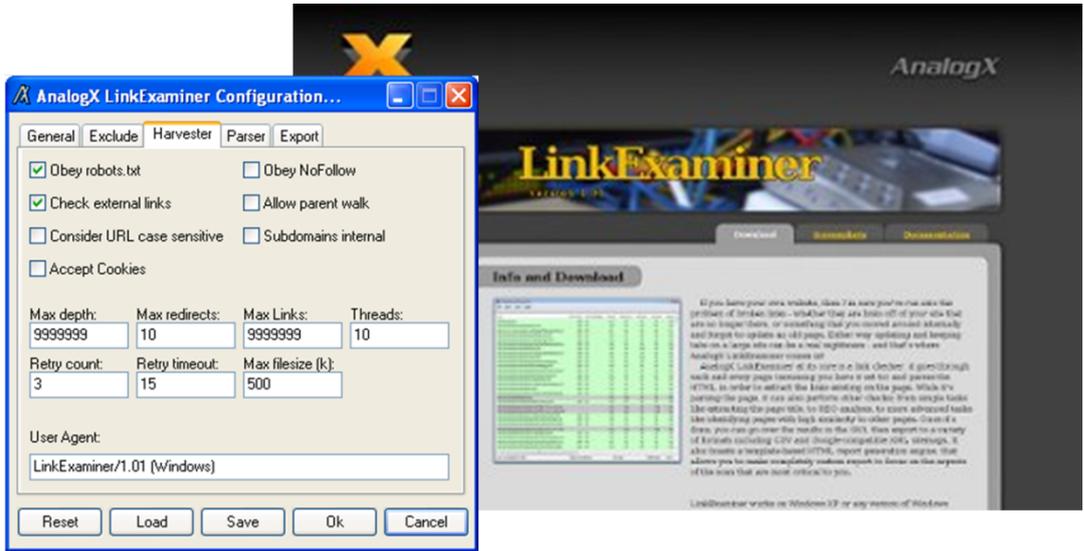
Les crawlers gratuits

Xenu Link Sleuth (<http://home.snafu.de/tilman/xenulink.html>) est un outil gratuit (et incontournable) développé il y a une quinzaine d'années. Ce petit exécutable permet de crawler facilement des sites de taille moyenne. Il sert essentiellement pour découvrir des liens brisés et les codes d'erreur envoyés par les urls, par contre il est dépourvu de fonctions SEO avancées.



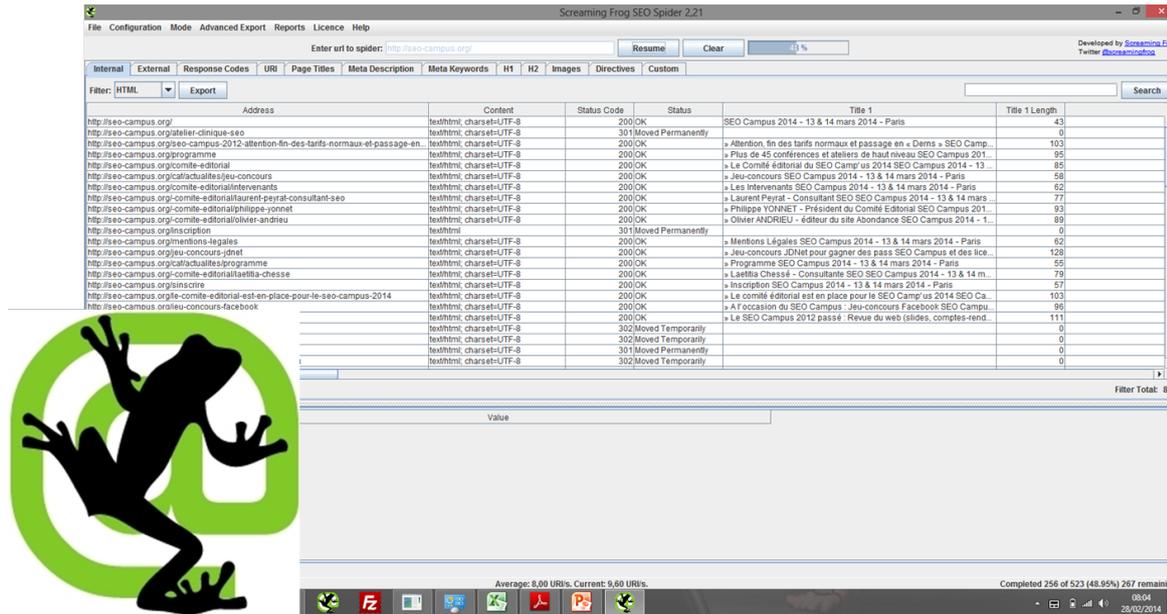
Link Examiner d'Analogx

(<http://www.analogx.com/contents/download/Network/lnkexam/Freeware.htm>) est un autre outil gratuit, mieux doté en fonctionnalités SEO, mais qui se révèle bogué à l'usage et difficile à utiliser sur des sites de plus de 50 000 URL.



Siteliner (<http://www.siteliner.com>) est un outil en ligne, de type SaaS, gratuit pour une utilisation limitée, payant sinon. Il ne permet pas de crawler de gros sites. Son principal intérêt est de disposer d'un outil de détection des pages doublons et des quasi doublons.

Screaming Frog (<http://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/>) est certainement l'un des outils de prédilection des experts SEO. Pour une licence vendue à un prix accessible, on dispose d'un outil doté de nombreuses fonctionnalités avancées pour les audits SEO. Par contre, il trouve ses limites sur les gros sites, car il est tributaire de la mémoire disponible sur la machine : il peut donc se bloquer au-delà de 50 000 URL sur certaines machines, et parvenir à crawler jusqu'à 1 million d'URL avec une machine dotée d'une grande capacité en mémoire vive.



- Pour crawler des sites plus gros (au-delà du million d'urls), il reste deux solutions :
- Personnaliser des outils open source.
 - Ou passer par des outils du marché dédiés aux professionnels.

Les outils open source personnalisables

Ces outils demandent des connaissances en programmation.

Lucène (<https://lucene.apache.org/>) : un outil de crawl et d'indexation écrit en Java.

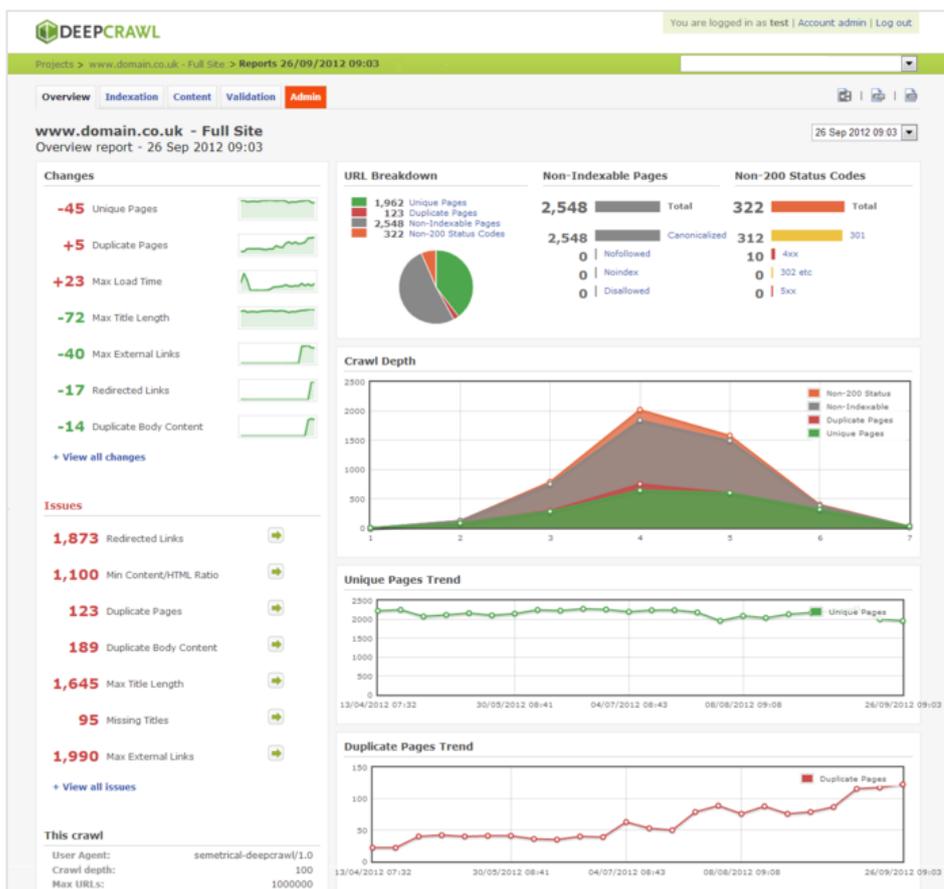
Nutch (<https://nutch.apache.org/>), un « fork » de Lucène, toujours écrit en Java, et dotés de fonctionnalités de crawl avancées.

Scrapy (<http://scrapy.org/>), une bibliothèque en Python permettant de créer des crawlers personnalisés.

Les outils du marché conçus pour de gros sites

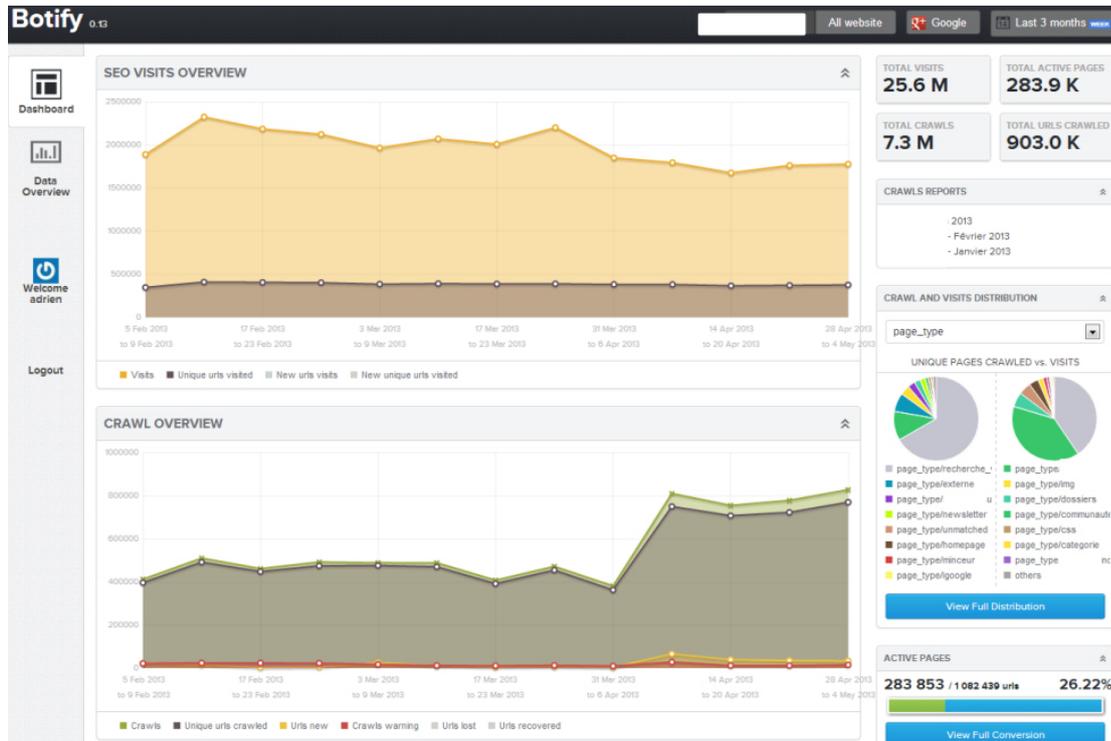
80legs (<http://80legs.com/>) est un crawler universel en mode SaaS que l'on peut personnaliser à l'aide de « plugins » et de codes personnalisés pour le transformer en crawler avancé doté de fonctionnalités SEO .

Deepcrawl (<http://deepcrawl.co.uk/>) est un peu plus qu'un crawler : c'est un outil d'audit et d'analyse complet pour le SEO, fonctionnant en mode SaaS, qui fournit toute une série de rapports sur la santé de votre site à partir des données recueillies par le crawler. Il a cependant un défaut : la licence de cet outil d'origine britannique est très élevé.



Un aperçu des rapports de Deepcrawl

Botify (<http://www.botify.com/>) : un outil créé par des référenceurs français, doté lui aussi de fonctions de reporting SEO avancés. La nouvelle version en mode SaaS est proposée depuis le début de l'année avec une licence beaucoup plus accessible que Deepcrawl.



Beaucoup de ces informations sont déjà présentes dans les webmaster tools, qu'est-ce que le crawler m'apportera de plus ?

Les Comptes Webmaster Tools de Bing ou de Google contiennent certes beaucoup d'infos et d'indicateurs sur le crawl de Googlebot ou de Bingbot. Déjà, ces outils ne fournissent pas toutes les informations que l'on peut récupérer grâce aux crawlers les plus sophistiqués.

Mais surtout, c'est la comparaison des données renvoyées par votre crawler et celles contenues dans Webmaster Tools qui permet de mettre le doigt sur des anomalies qui nuisent à votre bon référencement.

Et c'est ce que nous étudierons dans le cadre du prochain article, qui décrira les utilisations avancées des crawlers pour le SEO. Rendez-vous dans un mois !

Philippe YONNET, Directeur de l'agence Search-Foresight / Groupe MyMedia.
Président de l'association SEO Camp (<http://www.seo-camp.org/>)

Eric Leandri (Qwant) : "Notre crawler sera prêt d'ici quelques semaines"

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

A l'occasion du SEO Campus, nous avons rencontré Eric Leandri, Directeur général de Qwant. Un an et quelques semaines après son lancement, il était intéressant de faire un point sur ce moteur de recherche et ses nombreux projets. Nous lui avons donc posé 5 questions à ce sujet...

Eric Leandri, merci de répondre à nos questions sur Qwant (<http://www.qwant.com/>). L'année dernière, au SEO Campus, de nombreuses annonces avaient été faites au sujet de votre moteur et notamment de son futur robot. Qu'en est-il aujourd'hui ?



Les développements ont pris du retard. Notre robot, Qwantify, est sorti en version 1.0 mais a plutôt fait l'objet de tests. Il est en revanche complet sur l'actualité. La version 1.5 de l'outil est quasiment prête et sera à même d'ici une à deux semaines, de crawler le web de façon beaucoup plus intense et profonde. Vous devriez donc le voir passer sur vos sites incessamment.

Des Qwant Webmaster Tools avaient également été évoqués. Qu'en est-il ?

Des outils sont prêts, mais ils ne sont pas satisfaisants selon moi en termes d'expérience utilisateur. Notre approche serait plutôt de proposer des APIs afin que des développeurs s'approprient nos outils pour créer des logiciels beaucoup plus performants. Là encore, tout cela est en cours de finalisation et devrait bientôt voir le jour...

Cette ouverture de vos systèmes aux développeurs est-elle dans la philosophie globale de Qwant ?

Oui, tout à fait ! Nous voulons non seulement proposer des APIs aux développeurs, mais également des données à analyser, que ce soit sur le Web ou sur les réseaux sociaux. Il y a vraiment des choses très amusantes à faire avec les datas que nous récoltons sur la Toile... Que ce soit au niveau du search comme du SEO et de l'analyse du spam.

Où en est Qwant aujourd'hui ?

Le moteur tourne bien, nous avons traité de spointes à 12 millions de requêtes par jour depuis le lancement en Allemagne, mais ce chiffre semble se stabiliser aux alentours de 6,5 millions à l'heure actuelle. 160 pays se connectent sur nos sites, avec une prépondérance pour la France, l'Allemagne (où nous venons de lancer l'outil avec un grand succès car les internautes outre-Rhin ont apprécié notre vision de la sauvegarde des données personnelles), l'Australie, les Etats-Unis, la Suisse, la Colombie (étonnement), la Russie qui a toujours répondu présent, etc. La durée moyenne d'une visite est de 6 minutes. Une version UK est prévue pour fin avril, début mai. Nous travaillons également sur de nombreux projets avec des universités. Bref, ce ne sont pas les projets qui manquent...

Quels sont vos objectifs pour 2014 ?

Réussir l'indexation complète de la France, de l'Allemagne, du Brésil, de l'Italie, de l'Espagne, de l'Angleterre, apporter des API et statistiques à tous ceux qui en ont besoin, permettant de profiter de cet enrichissement des index.
Et sinon, de plus en plus de liberté pour l'internaute sur le moteur. En un mot, un moteur pour vous servir et qui ne se sert pas de vous !

*Interview réalisée par **Olivier Andrieu**, éditeur du site **Abondance.com**, en mars 2014 lors du **SEO Campus**.*

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Chacun sait que les réseaux sociaux prennent une place de plus importante dans notre vie, qu'il s'agisse de Facebook, Twitter... et Google+. Parallèlement à ces réseaux communautaires « grand public », il existe aussi des réseaux sociaux destinés au monde professionnel : LinkedIn, Viadeo, bien sûr, mais aussi Digikaa, Muxii, Worketer et tant d'autres. Sont-ils « compatibles » avec les critères de pertinence de Google ? Sont-ils utilisés en France ? Comment s'en servir pour augmenter sa notoriété et son référencement ?...

Panorama des réseaux sociaux professionnels

L'univers des réseaux sociaux pro en France a longtemps été dominé par Viadeo, une création 100% française, lancée en 2006 à partir d'un club d'entrepreneurs en ligne. En 2011, le marché a été chamboulé avec l'arrivée de l'américain LinkedIn, un concurrent sérieux et bien établi. Aujourd'hui, le marché est partagé entre ces deux leaders et plusieurs « petits » concurrents, tels que l'allemand Xing et des réseaux spécialisés comme Digikaa, Muxii, Worketer....

Difficile de connaître les parts de marché exactes de tous ces réseaux. Il y aurait en France environ 8 millions de membres dans Viadeo et 7 millions dans LinkedIn : autant dire que c'est du cinquante-cinquante ! Au passage, beaucoup d'utilisateurs se servent de plusieurs réseaux en même temps, de façon à ne rater aucune opportunité.

Fin 2013, l'agence Harris Interactive a publié une étude sur l'utilisation de Viadeo (<http://www.harrisinteractive.fr/news/2013/17122013b.asp>) : il en découlait que 28% de la population active et 26% des recruteurs étaient inscrits sur ce portail. Les premiers s'en servent pour trouver des contacts et des offres d'emploi, les seconds pour découvrir des candidats intéressants...

La page entreprise, source de notoriété ?

Entrons maintenant dans le cœur du sujet, à savoir le développement de la visibilité au travers des réseaux communautaires professionnels. On sait que les pages d'entreprises créées sur Twitter, Facebook, Pinterest, Google+... sont bien prises en compte par Google et remontent bien dans les résultats de recherche.

On le voit très bien quand on fait une recherche sur un nom de marque : la page Facebook n'est généralement pas très loin du site de la marque dans la page de résultats. Un réseau social professionnel peut-il apporter les mêmes avantages ? *A priori*, les réseaux professionnels sont moins souvent affichés que leurs homologues « grand public » mais il existe des exceptions !

En fait, cela dépend de la stratégie d'entreprise et sa politique de visibilité dans les réseaux sociaux. Si l'on recherche des noms d'entreprises B2B, on s'aperçoit que ce sont parfois les réseaux sociaux professionnels qui remontent le mieux dans Google.

Dans Viadeo et LinkedIn, la fiche entreprise contient beaucoup d'informations destinées à faciliter les contacts. Il est possible (et souhaitable) de renseigner le numéro de téléphone et l'adresse de son entreprise et de fournir une description de son activité. La fiche entreprise peut également renfermer un lien vers le site web et vers ses réseaux sociaux, et ce qui est intéressant dans Viadeo est qu'il s'agit de liens Dofollow.

En savoir plus sur DTWeb.

DTWeb est une agence de développement spécialisée dans la création de site internet, et le développement d'application mobile Android et iPhone.

6-10 employés

Internet/Services en ligne

Liens Dofollow





Lempdes sur Allagnon, 43410
France
Tél : 0487226050

Données cartographiques ©2014 Google Conditions d'utilisation Signaler une erreur cartographique

Dans LinkedIn, la fiche Entreprise renferme également ce type d'information, mais il n'y a pas de lien Dofollow. Le lien pointe vers une page LinkedIn intermédiaire, qui redirige en 302 vers la page finale. Autant dire qu'au niveau du linking, ça ne va pas apporter grand-chose pour Google.



Application • Site • Formation • Référencement

Agence de développement web située à Lempdes sur Allagnon (43) et spécialisée dans la création de site web et le développement d'application mobile pour Android et iPhone. Nous utilisons tous les leviers de la communication pour développer la notoriété et la visibilité des entreprises sur le web mobile et et sur le web traditionnel [voir moins](#)

Spécialisations
référencement naturel, formation professionnelle, création d'application mobile, développement web, rédaction de contenu, médias sociaux, création graphique, community management, référencement payant

Site web http://www.dtweb.fr	Secteur Internet	Type Société à responsabilité limitée (SRL)
Siège social 9 route de Frugères les Mines Lempdes sur Allagnon, Auvergne 43100 France	Taille de l'entreprise 1-10 employés	Fondée en 2010

La page LinkedIn propose aussi une fonctionnalité très intéressante : la possibilité d'ajouter des pages Services ou Produits (ces dernières étant payantes). Ces pages internes permettent de présenter ses prestations, et d'ajouter un lien pointant vers le site web ainsi qu'une information de contact. Très intéressant donc pour les visiteurs et clients potentiels mais moins pour le linking : le lien « consultez notre site Web » ne transfère pas de popularité car il est redirigé en 302.

Création d'applications mobiles

[Solliciter des recommandations](#)

Descriptif du service

Nous réalisons la création d'application mobile pour iPhone ou Android en langage natif et nous assurons la publication sur Google Play et Apple Store. Faites confiance à des experts du développement pour smartphone !
Cette prestation est complétée par la mise à disposition d'un serveur de push pour vous permettre d'envoyer facilement des notifications aux personnes ayant installé l'application.

- application Android
- Application iPhone
- soumission à Google Play
- soumission à Apple Store

Obtenir plus d'infos :

Lien non SEO

[Consultez notre site Web »](#)

Nous contacter



Damien Ruiz
Président

[Envoyer un message à Damien](#)

En termes de pur linking, la fiche Viadeo est donc plus performante. Par contre, en termes de trafic, c'est la fiche LinkedIn qui l'emporte, grâce à la possibilité de multiplier les liens sur sa page.

Une communication ciblée

Comme dans Facebook ou Google+, la page Entreprise peut publier des actualités et des messages sur son activité, qui seront ensuite visibles par tous les abonnés à la page. Cette communication d'entreprise permet naturellement de partager des liens, et de générer du trafic vers des pages de son site web ou de son blog d'entreprise.

Pour une entreprise, il est évidemment vital d'affirmer sa présence en publiant régulièrement des actualités, c'est le même principe que sur un réseau grand public. La différence est que l'audience est beaucoup plus limitée, et qu'on attend d'une entreprise qu'elle publie des messages très pros (dans les autres réseaux, la communication est un peu plus libre et un plus fun).

Exemple de partage de lien par Orange France dans Viadeo :

Orange France Live



Orange France [Statut précédent](#) | [Statut suivant](#)

Le cloud, vous l'utilisez ? On vous explique ses avantages notamment dans le cadre professionnel.



Le cloud : méconnu des petites entreprises malgré ses qualités
Il s'agit d'un système proposant des services ou des applications informatiques en ligne, accessibles à tout moment et de partout.

[Intéressant](#) jeudi à 10h58

Les PME et grandes marques ont bien noté l'intérêt de faire de la communication Corporate dans les réseaux sociaux professionnels : c'est assez souple d'utilisation, rapide à mettre en œuvre et cela permet d'avoir une bonne visibilité à moindre frais.

En termes de référencement, la mauvaise surprise est de constater que dans Viadeo les liens partagés sont désactivés par un attribut nofollow, tandis que dans LinkedIn on a le système de redirection 302 cité précédemment. Pas de transfert de notoriété depuis ces réseaux sociaux, donc.

Est-ce que ces liens n'ont vraiment aucun intérêt pour le référencement ? En tout cas, ils sont bien répertoriés par Google, il suffit de consulter la section Réseaux sociaux de Google Analytics. Dans l'exemple ci-dessous, on voit que beaucoup de réseaux sont pris en compte :

Réseau social	Visites
1. Facebook	58(42,03 %)
2. Google+	33(23,91 %)
3. Twitter	20(14,49 %)
4. LinkedIn	16(11,59 %)
5. Pinterest	7 (5,07 %)
6. Viadeo	2 (1,45 %)
7. Netvibes	1 (0,72 %)
8. Yelp	1 (0,72 %)

Actuellement il y a débat pour savoir si les signaux envoyés par les réseaux sociaux (nombre de visites par exemple) peuvent compter ou non pour le référencement. Ce qui est certain, c'est que Google les comptabilise et qu'ils peuvent avoir un impact indirect (plus une page est visitée, plus elle sera considérée comme pertinente pour Google).

Les groupes et communautés pro

Dans les réseaux tels que LinkedIn et Viadeo, les groupes de discussion et communautés thématiques sont des espaces très intéressants pour échanger entre professionnels, demander des conseils, faire connaître ses services, proposer une offre d'emploi, etc.

L'adhésion est souvent libre et les professionnels peuvent agir en tant qu'ambassadeur de leur entreprise (ou à titre personnel, pour enrichir leur carnet d'adresse). Les Groupes se présentent comme des mini-forums de discussion, où chacun peut commenter et réagir aux posts de la communauté (un modérateur de groupe se chargera d'éviter les dérapages).

On trouve ainsi facilement des groupes de discussion sur le référencement naturel dans LinkedIn et Viadeo, avec plusieurs centaines de membres. Une opportunité pour se faire connaître et partager des liens !

Le Groupe « Référencement naturel et web 2.0 » dans LinkedIn :

Comme dans les messages de profil, les liens sont bloqués pour le référencement (nofollow/redirection) mais ils peuvent avoir un impact significatif sur le trafic et la

notoriété au sens large... C'est une stratégie à ne pas négliger (à condition d'avoir du temps à consacrer à l'animation sur les réseaux sociaux).

Les boutons de partage professionnels

Comme tous les réseaux sociaux, Viadeo et LinkedIn proposent des boutons de partage à insérer sur une page web, qui permettent aux internautes de diffuser une URL dans leur propre réseau, et donc d'augmenter la visibilité d'une entreprise...

Lorsqu'on anime un site web, on pense souvent aux boutons de partage classiques, type (Facebook, Twitter, Google+...) mais rarement à ces boutons « pro » qui peuvent avoir une réelle utilité dans une stratégie de communication. En effet, mettre un bouton « J'aime » sur un site Corporate, ce n'est pas forcément très adapté à l'audience ni à la tonalité du site. Par contre, insérer un bouton LinkedIn ou Viadeo, c'est s'adresser aux professionnels !

Les boutons de partage sont faciles à paramétrer sur <http://socialtoolbox.viadeo.com/> et <https://developer.linkedin.com/plugins/share-plugin-generator> : un simple copier-coller de code source suffit à ajouter la fonctionnalité sur son site web.

Viadeo Share

Profitez de la viralité de Viadeo pour attirer de nouveaux visiteurs sur votre site. En permettant à vos visiteurs de promouvoir votre contenu auprès des professionnels présents sur Viadeo, vous ramènerez du trafic sur votre site.

Configurer

URL (laisser vide pour l'url actuelle)

Mode d'affichage

Bouton, foncé

Prévisualiser

Share 168

Avec ce type de boutons, il est possible d'augmenter les interactions et votes sur un site web. Par contre, si cela a un intérêt pour la notoriété, cela n'aura en principe pas d'impact direct sur le référencement. Plusieurs études publiées en début d'années ont montré que les votes et partages dans les réseaux n'avaient pas d'influence sur le classement dans Google (cf <http://www.abondance.com/actualites/20131226-13520-facebook-pas-dimpact-sur-le-positionnement-google.html>).

Conclusion

En termes de linking et de référencement, les réseaux sociaux professionnels n'ont clairement aucun intérêt (comme tous les réseaux sociaux en général, à l'exception de Google+). Par contre, il est évident qu'augmenter le nombre de visites et développer sa présence sur le web ne peut qu'avoir un impact favorable sur la santé de son site web.

Les réseaux professionnels s'adressent aussi en priorité aux salariés et experts dans leur domaine, il est donc possible de mener une stratégie de communication ciblée et orientée B2B, stratégie qu'il est plus difficile de mener à bien sur les réseaux grand public.

Une étude publiée fin 2003 par ACCE (<http://business.lesechos.fr/directions-ressources-humaines/management/recrutements-les-entreprises-en-retard-sur-les-reseaux-sociaux->

professionnels-58476.php) montrait que seulement 26% des recruteurs inscrits s'occupaient de leur page entreprise. La France est en retard ! Comme d'habitude ?

Guillaume THAVAUD, *Cellule de veille de la société DTWeb*
(<http://www.dtweb.fr/>). *Référencement naturel, applications mobiles, création de site web...*

Revue d'Outils Moteurs et SEO

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Cette rubrique signale chaque mois 5 outils (site web, logiciel, plug-ins Firefox...) qui nous ont parus intéressants (ou parfois étonnants...) pour le référencement naturel ou la recherche d'information. Des outils pas obligatoirement très récents, mais parfois méconnus ou qui gagnent à être utilisés selon nous. Chaque outil est décrit en quelques phrases, sous la forme d'une fiche signalétique vous permettant de le tester au plus vite...

Nom : Google Trends ScreenSaver

URL : <http://www.google.com/trends/hottrends/visualize?nrow=5&ncol=5>

Domaine : Economiseur d'écran

Type : Logiciel (Mac)

Descriptif : Economiseur d'écran pour Mac qui reprend les requêtes les plus souvent saisies sur Google. Configurable pour de nombreux pays dont la Belgique et la Suisse... Mais pas la France ??? Pour le télécharger, cliquer sur le bouton en haut à droite.



Nom : SEObserver

URL : <http://competition.seobserver.com/>

Domaine : SEO

Type : Site Web

Descriptif : Tapez un mot clé, choisissez le moteur, la localisation géographique et cet outil gratuit vous donnera de nombreuses informations sur son champ concurrentiel : liens ressortant dans la SERP, réseaux sociaux, etc.).



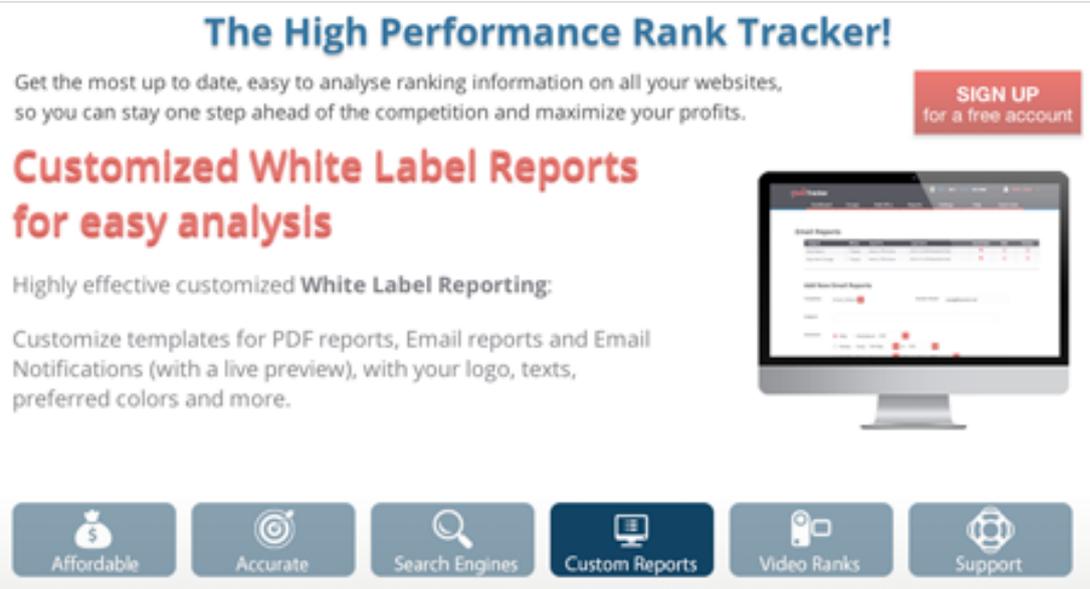
Nom : ProRankTracker

URL : <http://proranktracker.com/>

Domaine : SEO

Type : Site Web

Descriptif : Encore un outil de suivi du positionnement. Mais combien en existe-t-il sur la Toile ??? Payant (de 15 à 159 \$ par mois).



Nom : Siteliner

URL : <http://www.siteliner.com/>

Domaine : SEO

Type : Site Web

Descriptif : Outil d'audit SEO d'un site web. Propose notamment une fonctionnalité intéressante de détection du duplicate content.

Siteliner

Products Help About Sign up Log in

www.abondance.com

Completed Feb 18, 2014
249 pages checked of 1,647 found

Many of your pages weren't checked because the free service is limited to 250 pages. Scan up to 25,000 pages with the Siteliner Premium service - Sign up for free...

Siteliner scanned this site and found 13% duplicate content. Explore your site results using the menu on the left, or click below for detailed page results. Guide to results...

SITE RESULTS
Site Summary (225)
Duplicate Content (13%)
Broken Links
Skipped Pages (27)
Related Domains (20)

Download Site Report
Download Current Table
Download XML Sitemap

Site Duplicate Content

Search title or URL: Go

URL	Title	Match Words	Match Percentage	Match Pages	Page Power
(home page)	Abondance : référencement, SEO et ...	1,385	84%	12	53
actualites/20140218-13657-recherche-et...	Recherche et Référencement : le ...	874	67%	4	13
actualites/	Abondance - Actualité des moteurs de ...	672	66%	11	100
actualites/20140115-13556-recherche-et...	Recherche et Référencement : le ...	430	40%	3	11
actualites/20110809-11020-9-plaintes...	9 plaintes contre Google pour abus de ...	327	29%	9	12
actualites/20100820-10456-google-double...	Google double le délai de demande de ...	269	38%	18	12
actualites/20101025-10536-3-des...	3% des allemands ne veulent pas voir ...	267	37%	23	12
actualites/20090825-10015-la-suisse...	La Suisse demande l'arrêt de Google ...	258	34%	20	12
actualites/20100920-10488-allema...	Allemagne : l'opposition à Street View ...	252	34%	16	12
actualites/20110621-8973-duplicate...	Duplicate Content Duet et balise ...	245	14%	7	12

Nom : Ranks, outil anti (not provided)

URL : <http://www.ranks.fr/fr/notprovided/>

Domaine : SEO

Type : Site Web

Descriptif : Tapez l'adresse de votre site et cet outil vous donnera les requête pour lesquelles votre site se positionne sur Google.

RanksExplorer, l'outil anti-Not Provided

Saisissez votre site

Explorer

Classement France	Nombre de mots-clés	Présence Top1	Présence Top3	Trafic SEO
7 797 / 7 527 335	4 066	1,08 %	5,58 %	37 583 visiteurs/mois

Rubrique proposée par Olivier Andrieu, éditeur du site Abondance.com.

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé



Le dossier du mois :

A priori, aucun sujet précis n'a monopolisé les foules ce mois-ci, justifiant la mise en place d'un dossier spécifique. Rendez-vous au mois prochain, donc !!

Revue d'URL en français... ■ ■

-> Rédaction et panne d'inspiration

Que serait le SEO sans la rédaction de contenu ? Ce serait un peu comme un colibri sans ailes, il ne pourrait pas voler. Et comment ça se passe quand on est en panne d'inspiration ? Parfois on a beau essayer de se concentrer et se forcer, on en vient à se mettre une pression pesante qui nous empêche de donner vie à notre page blanche. Au mieux, on parvient à pondre un article léger, au pire, on sort un truc moisi...

<http://www.miss-seo-girl.com/redaction-et-panne-dinspiration/>

-> Qu'est-ce qu'un template SEO friendly ?

Un template SEO friendly bien conçu favorise naturellement mieux l'indexation du site...

<http://www.unpeudeseo.com/2014/02/12/template-seo-friendly/>

-> Testez le plugin Wordiz

Vous êtes blogueuse, blogueur et publiez ou avez publié des billets sur plusieurs blogs en tant que rédactrice, rédacteur invité(e). Ce tout nouveau plugin Wordpress est pour Vous...

<http://www.tendances-webmarketing.com/2014/02/plugin-wordiz-wordpress-top-blog-posts-partages-reseaux-sociaux.html>

-> Matt Cutts, son site, son blog, l'audit qui tue

C'est un billet assez original que je vous propose aujourd'hui... Puisque la communauté SEO se plaît à parler de Matt Cutts et ses shows vidéos, je vais jouer le jeu et parler du monsieur ou, plutôt, de son site...

<http://www.referencement-naturel-white-hat.fr/matt-cutts-son-site-son-blog-laudit-qui-tue/>

-> 5 avantages de Google+ pour les entreprises?

A l'heure actuelle, travailler sa visibilité sur le web revient principalement à optimiser sa visibilité sur les moteurs de recherche. Et dans la plupart des pays du monde, le moteur de recherche le plus utilisé n'est autre que Google (pour rappel, Google représente 90% des parts de marché dans de nombreux pays d'Europe)...

<http://www.referenceur.be/5-avantages-google-plus-pour-entreprises-11384.html>

-> SEO Baidu : Techniques de référencement dans le moteur de recherche chinois

Les techniques de référencement SEO jouent un rôle vital dans le succès d'un site web que cela soit en Chine ou ailleurs. Le moteur de recherche chinois Baidu domine le marché de l'internet chinois en détenant plus de 75% des parts. Les chiffres parlent d'eux-mêmes puisqu'on décompte plus de 570 millions d'utilisateurs. S'y faire une place est donc primordial notamment pour les entreprises étrangères...

http://www.chine-informations.com/actualite/seo-baidu-techniques-de-referencement-dans-le-moteur-de-chinois_63059.html

-> Comment Google influence la presse en ligne par la tyrannie du référencement (SEO)

Les médias sur Internet sont de plus en plus dépendants du moteur de recherche Google et la tyrannie du référencement influence même le contenu des articles...

<http://www.franceinfo.fr/high-tech/nouveau-monde/comment-google-influence-la-presse-en-ligne-1320007-2014-02-17>

-> Algorithmes, presse et Google

Un journaliste se plaint des règles Seo à suivre pour positionner un article dans Google. Je cite, « En fait, pour plaire à Google, il faut des textes à base de mots clés. Par exemple, un article avec les termes Hollande démission Gayet bashing a plus de chances d'être lu qu'un article avec Hollande Europe traité TVA »...

<http://www.moteurzine.com/2014/02/17/journaliste-google-article/>

-> La série des Avant / Après sur Google

C'est rarement dans mes habitudes, mais aujourd'hui j'avais un peu envie de changer. Ces derniers temps, j'ai pondu de sacrés pavés du coup fallait que je me change un peu les idées...

<http://www.visibilite-referencement.fr/blog/avant-apres-google>

-> La liste ultime des liens en dofollow de Google+ [l'antisèche]

La blogosphère cite souvent les effets positifs de Google+ pour le référencement naturel (SEO), mais aucun document ne vous permet d'appuyer les affirmations. Un site a publié une antisèche « éphémère » – cheat sheet en anglais – qui vous permet de consulter les points chauds de Google+ en termes de SEO...

<http://www.ya-graphic.com/2014/02/liste-des-liens-en-dofollow-de-google-lantiseche/>

-> Les pièges de la redirection 301

En cas de refonte de site, on a toujours peur de perdre une partie de son trafic...

Comment utiliser la redirection 301 pour éviter cela ? Peut-on avoir une confiance totale dans cet outil ? Cette question complexe mérite un loong article, plein d'informations et de retours d'expériences !

<http://www.webmaster-referencement.fr/les-pieges-de-la-redirection-301.html>

-> Un bon lien en 2014, qu'est-ce que c'est ?

Contrairement à ce que disent parfois certaines personnes qui se disent spécialistes en référencement, le link-building n'est pas encore mort et est encore loin de l'être...

<http://www.referenceur.be/bon-lien-2014-11420.html>

-> Rich Snippets, comment vous assurer que vous êtes dans le droit chemin ?

Le géant américain sévit ! Ce sont maintenant les abus dans l'utilisation des Rich Snippets qui vont subir la sanction de Google. Comment vous assurez que vous êtes bien en règle ? Retour sur les bonnes pratiques...

<http://www.journaldunet.com/solutions/expert/56550/rich-snippets--comment-vous-assurer-que-vous-etes-dans-le-droit-chemin.shtml>

-> Virol à son tour pénalisé par Google

Google continue son grand nettoyage des plateformes qui ne respectent pas ses consignes puisque après iAcquire, Rap Genius (qui a retrouvé sa visibilité après quelques jours) ou Buzzza (où ce sont collaborateurs qui ont été pénalisés – merci pour la précision Marine ;)), c'est Virol qui n'est actuellement plus visible dans les résultats de recherche du moteur le plus puissant de la planète...

<http://www.referenceur.be/virol-penalise-par-google-11450.html>

-> Une balise qui vous a sans doute échappée

Ce soir, j'avais décidé de ne passer sur l'ordi que pour 2 choses : scanner un document, finir un devis. Mais voilà j'ai reçu une newsletter de lutins malicieux et j'ai cliqué pour lire l'article ... grave erreur ca m'a conduit à la mise en place d'un test et de bidouiller une fonction pour WordPress...

<http://gain-de-temps.com/blog/une-balise-qui-vous-a-sans-doute-echappee/>

-> Au-delà du référencement, la conversion, le marketing

Aujourd'hui, et depuis presque 10 ans, le référencement est de plus en plus connu et prisé par les entreprises. Ces dernières investissent une certaine part de leur budget dans le référencement dans l'espoir d'avoir des résultats concrets : plus de visibilité et donc un meilleur taux de conversion devis->clients...

<http://www.pg1.fr/referencement-conversion-marketing/>

-> Comment vendre sur Google Shopping (livre blanc)

Les moteurs shopping comme les marketplaces et comparateurs de prix sont devenus des outils indispensables pour les e-commerçants afin de gagner en visibilité et surtout afin que ce dernier puisse se différencier de la concurrence...

<http://www.ecommerce-webmarketing.com/wp-content/uploads/2014/02/Google-shopping.pdf>

-> Google Actualités : quoi de neuf en 2014 ?

Il y a quelques semaines j'ai eu l'occasion d'assister à une présentation des bonnes pratiques et nouveautés Google Actualités dans les locaux de Google France. Cette rencontre était destinée aux éditeurs des groupes media avec qui décidément Google communique de plus en plus ces derniers mois...

<http://www.cafe-referencement.com/recherche-universelle/google-actualites-recherche-universelle/google-actualites-quoi-de-neuf-en-2014-982>

-> Les outils SEO gratuits pour suivre le positionnement de votre site

Vous recherchez à suivre le positionnement naturel de votre site internet ? Nous vous invitons à découvrir une sélection de trois logiciels gratuits pour vous faciliter la tâche. Zoom sur les avantages et les limites de Free Monitor For Google, Seoscope & Seo Soft...

<http://www.journaldunet.com/solutions/expert/56671/les-outils-seo-gratuits-pour-suivre-le-positionnement-de-votre-site.shtml>

-> Contrefaçon : des millions d'Euros s'évadent sur Google

Quel meilleur emplacement que les pages de Google pour écouler des contrefaçons ? Les vendeurs de produits contrefaits s'offrent aujourd'hui la plus belle des vitrines : Google. Ils utilisent souvent une méthode totalement illégale, le hacking de sites web. Celle-ci est complétée par la mise en œuvre de techniques dites de black hat SEO...

<http://blog.axe-net.fr/dossier-contrefacon-premiere-page-google/>

-> 3 Outils pour identifier un update Google

Vos positions ont brutalement varié dans Google ? Comment savoir si cela concerne uniquement votre site, ou si c'est le signe d'une mise à jour de l'algorithme du moteur ?

...

<http://www.sebastien-billard.fr/seo/post/3-Outils-pour-identifier-un-update-Google-03-03-2014>

-> Différences et similitudes entre Google et Baidu

Aujourd'hui, j'ai (enfin !) le temps de préparer cet article qui a été très demandé par la SEOsphère : les différences et les ressemblances entre Google et Baidu. J'avais besoin d'étudier les deux moteurs en profondeur pour pouvoir rédiger cette publication...

<http://autoveille.wordpress.com/2014/03/03/differences-et-similitudes-entre-google-et-baidu-seo/>

-> Pourquoi votre site est blacklisté par Google?

La blacklist de Google est redoutée. Selon Forbes.com, 10 000 sites suspects par jour sont mis en quarantaine. Cette mise en quarantaine serait principalement due à des infections produites par des logiciels malveillants, mais il existe d'autres façons d'obtenir le retrait de votre site internet des résultats du célèbre moteur de recherche...

<http://www.xn--rfrencements-bebb.net/pourquoi-votre-site-est-blackliste-par-google-356-2014>

-> Trouvez le point G des SERP

Vous les avez réclamés pendant des semaines... Certains ont cru que je les avais perdus quelque part... D'autres que je les avais volontairement noyés dans l'étang... D'autres que je n'avais plus rien à dire... Certains sont même allés jusqu'à affirmer que je ne voulais plus rien dire, car la mafia de l'international-SEO-contest-fraternity m'avait sommé de la fermer si je voulais conserver mes écureuils en vie...

<http://www.referencement-naturel-white-hat.fr/trouvez-le-point-g-des-serp/>

-> L'AuthorRank détaillé de Google... et de Bing !

La notion d'AuthorRank est utilisée à tout-va depuis des mois pour parler de la note reçue par les "auteurs" actifs sur les réseaux sociaux mis en relation avec Google. Selon les grandes idées, il semblerait qu'être actif sur les réseaux sociaux auraient un impact direct pour le référencement et notamment pour les détenteurs des comptes...

<http://blog.internet-formation.fr/2014/02/lauthorrank-detaillée-de-google-et-de-bing/>

-> Googlebot et les redirections

Dans une vidéo récente (14 Février 2014), John Mueller évoque le fait que Googlebot ne pourrait suivre que 5 redirections ... La vidéo en question (le sujet qui nous intéresse est à 46 minutes)...

<http://blog.pole-conseils.com/googlebot-et-les-redirections/>

-> Faut-il du contenu de qualité pour le référencement ?

Au moment où j'écris ce texte à l'avance (5 mars, soit 4 jours avant la publication), je croise les doigts ! Je n'en mène pas large, car si mon expérience et mon intuition me laissent supposer que cet article vide (juste un titre et une image) devrait se positionner en première page sous quelques jours après sa publication, je vais avoir l'air nouille si ce n'est pas le cas...

<http://blog.axe-net.fr/faut-il-du-contenu-de-qualite-pour-le-referencement/>

-> Exemples de liens artificiels menant à une pénalité SEO Google, fournis par Matt Cutts
Que vous ayez une pénalité manuelle pour cause de liens artificiels ou un problème algorithmique avec Pingouin, ou même rien de tout ça (pour l'instant), il est important de comprendre ce que Google considère artificiel. Voici des exemples...

<http://www.webrankinfo.com/dossiers/strategies-de-liens/exemples-liens-artificiels-matt-cutts>

-> Le futur du journalisme selon le patron de Google News

En septembre dernier, par l'intermédiaire du GESTE, j'ai eu l'occasion d'assister au siège de Google France à une conférence de Richard Gingras, qui n'est autre que le patron monde de Google News. La salle était remplie d'acteurs des médias et pour cause : le sujet du jour était : « Le Futur du Journalisme ». Compte-rendu de 2 heures particulièrement inspirantes...

<http://www.cafe-referencement.com/recherche-universelle/google-actualites-recherche-universelle/le-futur-du-journalisme-selon-le-patron-de-google-news-954>

-> Netlinking : quel dosage ?

Ceux qui suivent Matt Cutts sur Twitter et l'actu SEO le savent : ce dernier donne tout un tas de recommandations quant aux différentes techniques de SEO : ne pas forcer sur les communiqués de presse, éviter trop de soumissions dans les annuaires, ne pas faire de linking abusif, ne pas trop commenter les blogs, ne pas spammer les sites d'autorités, bref, si on écoutait tout, on ne ferait plus rien !...

<http://www.pg1blog.com/netlinking-quel-dosage/>

Revue d'URL en anglais...

-> The Incomplete Google Ranking Signals, Part 1

I've been seeing a few long posts lately that list ranking signals from Google, and they inspired me to start writing a series about ranking signals over on Google+. Chances are good that I will continue to work on the series there, especially since I've been getting some great feedback on them...

<http://www.seobythesea.com/2014/03/incomplete-google-ranking-signals-1/>

-> Local SEO Checklist

WebmasterWorld moderator, travelin cat, posted an awesome and free local SEO cheat sheet on WebmasterWorld...

<http://www.seroundtable.com/local-seo-checklist-18221.html>

-> French search engine Qwant launches German version

Qwant, a search engine promising users more privacy and "something different," has been launched in Germany. But whether the service will experience a high uptake among users remains to be seen...

<http://www.dw.de/french-search-engine-qwant-launches-german-version/a-17478621>

-> An Introduction to PR Strategy for SEOs

In case you missed it, Google's head of web spam, Matt Cutts, wrote this on January 20: "Okay, I'm calling it: if you're using guest blogging as a way to gain links in 2014, you should probably stop."...

<http://moz.com/blog/an-introduction-to-pr-strategy-for-seos>

-> Spotted: Google Knowledge Graph Ad Tests New Google Shopping PLA Display
Google keeps testing new ways to inject ads into its Knowledge Graph. SEOBook's Aaron Wall spotted an ad appearing in a stand-alone panel that replicates the look of (and is shown above) the organic Knowledge Graph...

<http://searchengineland.com/spotted-google-knowledge-graph-ad-tests-new-google-shopping-pla-display-185876>

-> 10 Huge Online PR Mistakes You Must Avoid

We're all pretty familiar with Murphy's Law "anything that can go wrong, will go wrong". It's an amusing and important point of view that teaches us not to take things for granted...

<http://searchenginewatch.com/article/2332230/10-Huge-Online-PR-Mistakes-You-Must-Avoid>

-> Got A Google Penalty? Should You Start A New Site?

As more and more Google penalties become more transparent, recovering from them seems to get harder. Even when you do recover, the rankings don't always return...

<http://www.seroundtable.com/google-penalty-new-site-18200.html>

-> 5 Examples of 'Spam Link Building Tactics' Done Right

Link builders have a horrible reputation for chasing fad tactic after fad tactic, looking to build quick and easy links designed to manipulate search engines, scaling their processes as much as possible to build link after link...

<http://searchenginewatch.com/article/2331742/5-Examples-of-Spam-Link-Building-Tactics-Done-Right>

-> How Fast Is SEO Really Changing? A Look Back At Search Ranking Factors

Ready for a walk down memory lane? The Search Ranking Factors studies by well-known SEO Rand Fishkin started in 2005, and he and his group have been churning out perceptive insights every two years ever since...

<http://searchengineland.com/justifying-investment-mozs-historical-ranking-factors-tell-us-long-term-impact-185534>

-> When To Consider A Backlink Cleanup

If you've been paying attention to the SEO world over the past year and a half, you know that link removal is all the rage. There are countless tutorials that detail how to go about identifying and getting rid of harmful backlinks. If you have the tools, time, patience and ability to follow step-by-step articles, backlink cleanup is arduous, but doable...

<http://searchengineland.com/consider-backlink-cleanup-184246>

-> 6 Essentials Of E-Commerce SEO You're Probably Still Missing

Shopping cart SEO can range from the simple to seemingly impossible. In a competitive landscape, how do you separate your store from the competition? How do you balance SEO and usability?...

<http://searchengineland.com/6-ideas-ecommerce-seo-184995>

-> 3 tips to find hacking on your site, and ways to prevent and fix it

Google shows this message in search results for sites that we believe may have been compromised. You might not think your site is a target for hackers, but it's surprisingly common. Hackers target large numbers of sites all over the web in order to exploit the sites' users or reputation...

<http://googlewebmastercentral.blogspot.fr/2014/02/3tipstofindhacking.html>

-> Ex-Googlers Explain Why They Won't Give Up The Secrets To Ranking In Google

I spotted a thread at Black Hat World asking why have we not seen a case where a former Google employee who worked in search quality sell their knowledge or publish the secret sauce on what it would take to rank well quickly and get rich fast...

<http://www.seroundtable.com/ex-google-quick-rich-18178.html>

-> You Can Fake Your Google +1 Counts With Redirects

Enrico Altavilla discovered a bug with how Google+ shows +1s for a page, which has already been patched by Google. It is pretty amazing and reminds me of how webmasters faked their PageRank back in 2005...

<http://www.seroundtable.com/google-1-cloaking-18171.html>

-> When The Best SEO Move Is To Kill The Site

The contents of the following column are based on real circumstances. Certain elements have been changed to respect the privacy of each site...

<http://searchengineland.com/best-move-kill-site-184568>

-> The Secret To Staying Relevant With Authorship

At PubCon last year, Google's Matt Cutts discussed big changes to the search results, many of which we've seen played out over the past several months...

<http://searchengineland.com/secret-staying-relevant-authorship-184815>

-> Google Penalties Might Follow You To A New Domain Name

So we know that if you have a penalty on your site and you move your site to a new domain and redirect the URLs to that new domain, the penalty will flow because of the redirects. That is known...

<http://www.seroundtable.com/google-penalty-site-move-18163.html>

-> 3 Ways SEMrush Can Make SEO More Effective

In search, we love our tools. Ask anyone in the industry and they'll tell you about their favorite (or a handful of favorites) they use on a daily, weekly, or monthly basis. Tools make our lives a whole lot easier and our search campaigns easier to assess and strategize...

<http://searchenginewatch.com/article/2330392/3-Ways-SEMrush-Can-Make-SEO-More-Effective>

-> SEO Quickie: #Magento Configuration Guide

Magento is the most used e-commerce platform in the world and powers over 200,000 e-commerce stores. Magento can be SEO-friendly, however the "out of the box" installation does have a number of SEO issues. With this in mind, this guide is designed to help Magento users configure their installation in the most effective way from an SEO perspective...

<http://www.searchenginejournal.com/seo-quickie-magento-configuration-guide/89701/>

-> How to Find Keyword Conversions by URL Using Google Webmaster Tools

In January Google announced that numbers will no longer be rounded in Google Webmaster Tool Search Query reports. With that announcement these reports became 20 to 30 percent more accurate...

<http://searchenginewatch.com/article/2330149/How-to-Find-Keyword-Conversions-by-URL-Using-Google-Webmaster-Tools>

-> Why Yahoo Wants to Move Into Contextual Search and How it Might Work For Them

Marissa Mayer, CEO of Yahoo, has been commenting a lot recently about how she wants to get Yahoo back into the search game. At the Goldman Sachs technology conference in San Francisco last week, Mayer reiterated the company's desire to move back into search, and commented specifically on contextual search being one of the focuses...

<http://searchenginewatch.com/article/2329882/Why-Yahoo-Wants-to-Move-Into-Contextual-Search-and-How-it-Might-Work-For-Them>

-> Can Bing Be More Competitive In Search?

Recently, Nathan Safran wrote a piece titled, "The Bing Dilemma: What To Do With The Little Search Engine That Can't."...

<http://searchengineland.com/can-bing-competitive-search-180579>

-> Google: GoogleBot Follows Up To Five Redirects At The Same Time

Google's John Muller said in a webmaster hangout on Friday that GoogleBot will follow up to five redirects at the same time, past that, you are probably out of luck...

<http://www.seroundtable.com/google-redirects-5-hops-18123.html>

-> Google Says Switching To HTTPS Won't Change Your Page Rankings

A Google Webmaster Help thread has someone complaining that his site's rankings dropped and the one thing he noticed was that his home page and 56 other pages are indexed in Google with the https version...

<http://www.seroundtable.com/google-https-rankings-18122.html>

-> Lessons From Google On Optimizing Your SEO

Dan Cobby, Google UK's Managing Director, recently revealed that Google's infamous 2007 "50 Shades of Blue" experiment involving ad links in Gmail increased revenue by \$200 million a year. These results switched the balance of power from design-driven to engineering data-driven decisions, and famously led Google's top designer, Doug Bowman, to ultimately to resign in frustration...

<http://searchengineland.com/optimizing-seo-strategy-2014-beyond-183806>

-> The Donkey Cutts SEO Game: Avoid Panda & Penguins

Google's head of search spam, Matt Cutts, is such a celebrity in the SEO community that one agency built a game for him named Donkey Cutts...

<http://searchengineland.com/donkey-cutts-seo-game-avoid-panda-penguins-184428>

-> Prioritizing SEO Strategies In 2014: Where To Focus

Although there may not be a one-size-fits-all SEO strategy — due to the fact that ideal strategies will vary greatly between industries, company capabilities and business models — one thing remains true for everyone regardless of the size of the search team: ruthless prioritization of SEO efforts remains a critical component of SEO planning tasks...

<http://searchengineland.com/prioritizing-seo-strategies-2014-181998>

-> Google's Patent on Site Speed as a Ranking Signal

On April 9th, 2009, many people developed an interest in speeding up their websites, after reading a post on the Google Webmaster Central Blog – Using site speed in web search ranking...

<http://www.seobythesea.com/2014/02/googles-patent-site-speed-ranking-signal/>

-> Google's Matt Cutts On Being A Spam Fighter: Looking For Patterns & Always New Spam Efforts

Google's head of search spam Matt Cutts posted a longer video today answering what it is like to fight webspam at Google...

<http://searchengineland.com/googles-matt-cutts-spam-fighter-looking-patterns-always-new-spam-efforts-184193>

-> 5 Examples of How Recrawling Site Changes Can Nip SEO Problems in the Bud

When I start helping companies that have experienced a serious drop in organic search traffic, I almost always begin the engagement by conducting a thorough SEO audit. Whether it's Panda, a botched redesign or CMS migration, or a slow decline in rankings over time, audits are critically important to understanding the root causes of the drop...

<http://searchenginewatch.com/article/2328306/5-Examples-of-How-Recrawling-Site-Changes-Can-Nip-SEO-Problems-in-the-Bud>

-> Top 8 Google Analytics Reports for Managing Organic SEO Campaigns

Now that we've entered the age of Hummingbird, there's no room for marketing hunches and gut feelings. Successful digital marketing campaigns are now data-driven...

<http://searchenginewatch.com/article/2333093/Top-8-Google-Analytics-Reports-for-Managing-Organic-SEO-Campaigns>

Rubrique proposée par Olivier Andrieu, éditeur du site Abondance.com.

Merci pour votre lecture... Pour toute suggestion : olivier@abondance.com