

Quel que soit le choix de son outil de publication (site internet de l'établissement, blog, audio blog, Tumblr, plateforme de vidéos en ligne type YouTube, etc.), des pratiques permettent de favoriser le référencement naturel de son site ou de son contenu par les moteurs de recherche.

C'est ce que l'on appelle le référencement « SEO » (Search Engine Optimization) : un ensemble de techniques qui permet de renforcer la visibilité d'un site dans les pages de résultats naturels d'un moteur de recherche. Le positionnement sur la page de résultats de Google par exemple est obtenu en analysant des centaines de critères sans qu'aucun accord pécuniaire ne soit conclu entre Google et l'administrateur du site. C'est du référencement dit organique.

A. Le B.A-BA du référencement naturel

Différents leviers peuvent favoriser le référencement naturel de votre page.

Le contenu (pertinence et organisation) : les moteurs de recherche tiennent compte du contenu d'un site pour le positionner. Ils privilégient le contenu textuel plus facile à comprendre par un algorithme.

Critères pris en compte : pertinence des mots ou expressions-clés, logique de l'arborescence du site qui doit faciliter l'exploration, page optimisée avec un texte sémantiquement riche, liens internes entre les pages, publication fréquente de nouveaux contenus.

Le netlinking (qualité et autorité) : les liens qui pointent vers votre site sont un vecteur important pour accroître la notoriété du site auprès des utilisateurs et des moteurs.

Critères pris en compte : quantité des liens, sites d'où proviennent les liens, emplacement des liens, texte des liens.

L'accessibilité (et la rapidité) : elle revêt plusieurs notions qui se rejoignent. Généralement, un site accessible multiplateformes le sera aussi pour les personnes handicapées utilisant des logiciels spécifiques.

Critères pris en compte : compatibilité mobile, pages bien structurées avec balises html, rapidité d'affichage des pages.

La confiance : une notion un peu complexe, qui repose sur l'image que vous donnez de votre site aux moteurs de recherche.

Critères pris en compte : l'autorité du site (sorte de label de confiance accordée par un moteur), l'historique du site.

Les réseaux sociaux : ils influencent indirectement la perception que peuvent avoir les moteurs de votre site.

L'utilisateur : il est probable que les actions de l'utilisateur de votre site influence l'affichage de celui-ci dans les résultats.

[En savoir plus](#)



► **À consulter** : [Guide du référencement naturel \(SEO\) de Google](#)

► **Aller plus loin ?**

Le référencement payant ou SEA (Search Engine Acquisition)

Il consiste à enchérir sur des mots-clés afin d'assurer la visibilité d'un site au sein des pages de résultats d'un moteur de recherche. Ex. Publicité Adwords ou BingAds.

	<i>SEO – Référencement naturel</i>	<i>SEA – Référencement payant</i>
<i>Temps passé</i>	<i>Long. Vous devez mettre en place plusieurs optimisations sur des domaines variés (netlinking, technique, contenu...)</i>	<i>Relativement court. Le paramétrage et le suivi de campagnes varient en fonction de la concurrence.</i>
<i>Rapidité du positionnement</i>	<i>Long. Google valorise les optimisations sur le moyen terme (plusieurs mois parfois)</i>	<i>Très court. Le système d'enchères est quasi-immédiat.</i>
<i>Retour sur Investissement</i>	<i>Gain de visibilité et logiquement de trafic sur le long terme</i>	<i>Ephémère. Dès la fin de la campagne, vous disparaîsez.</i>
<i>Impact</i>	<i>Permet de générer un trafic gratuit et qualifié sur le long terme</i>	<i>Génère un trafic payant (coût par clic) et qualifié si convenablement paramétré</i>
<i>Budget</i>	<i>Il s'agit ici de passer du temps, qui a un coût forcément !</i>	<i>Coûteux. Plus la concurrence est forte, plus vous devrez dépenser de l'argent.</i>

B. Éditorialiser son contenu en ligne

Première étape : avant d'intégrer un média audiovisuel sur votre site ou plateforme de publication, veiller à renseigner le maximum de métadonnées au moment de l'enregistrement de votre fichier : titre, nom de l'auteur, date et lieu de l'enregistrement, appareil utilisé, format de fichier, temps d'écoute, etc. Remplissez le maximum de champs à votre disposition.

Ensuite, l'éditionnalisation de son contenu en ligne est primordiale : il est important de prendre le temps de réfléchir à l'organisation de son contenu et au message que l'on veut faire passer. Comme nous avons pu le voir dans les critères du référencement naturel SEO, plus un contenu est de qualité, mieux il sera référencé par les moteurs de recherche.

Voici quelques conseils et bonnes pratiques à adapter en fonction de votre support de publication. (source : orson.io)

INFOGRAPHIE

ANATOMIE D'UNE PAGE PARFAITEMENT OPTIMISÉE POUR LE SEO



Pour optimiser votre page, vous devez travailler votre chapô: vos **100 premiers mots** doivent contenir les mots-clés sur lesquels vous souhaitez positionner votre page.

Choisissez bien vos mots-clés; ils sont au centre de votre stratégie d'optimisation SEO.

Structurez vos contenus avec des titres

N'oubliez pas de placer **des liens externes de qualité**. En citant des sites influents dans votre secteur vous gardez la pertinence de votre contenu.

Assurez-vous aussi que chacune de vos pages contient au minimum **2 liens internes**.

Liez vos pages entre elles permet la construction d'un maillage interne efficace.



Dans votre contenu, vous devez utiliser un **champ lexical** relatif au mot-clé principal de votre contenu. En anglais on parlera de LSI keywords.

Il est important de bien définir le champ lexical à utiliser, car les moteurs de recherche comme Google reconnaissent les champs lexicaux et les examinent afin d'évaluer la pertinence d'un contenu.

Pas de champs lexical, pas de mots clés: pas de mots clés, pas de trafic.



[Infographie] On-page SEO: Anatomie d'une page optimisée
<https://blog.fr.erson.io/optimisation-seo-page>

26 mars 2018 - L'optimisation SEO d'une page pour améliorer son positionnement et sa visibilité sur les pages de résultats de recherche. Une infographie en queue de guide des critères à respecter

[Infographie] On-page SEO: Anatomie d'une page optimisée
<https://blog.fr.erson.io/optimisation-seo-page>

26 mars 2018 - L'optimisation SEO d'une page pour améliorer son positionnement et sa visibilité sur les pages de résultats de recherche. Une infographie en queue de guide des critères à respecter

1 TITRE H1 OBLIGATOIRE

Le titre de votre contenu doit être encadré d'une balise H1

2 IMAGES & MEDIAS AUX PETITS OIGNONS

Les visuels (images, vidéos) attirent l'œil et améliorent l'expérience utilisateur

Pensez à renseigner les attributs <alt> de vos images avec vos mots clés

Compressez vos images pour optimiser le temps de chargement de votre page

3 TRAVAILLEZ VOS CHAPÔS

L'introduction de votre page est très importante pour faire rester vos lecteurs

4 STRUCTUREZ VOTRE CONTENU

Décomposez-le avec des sous-titres. (h2, h3, h4, etc...). Ajoutez des listes et de la mise en forme pour faire rester les internautes

5 CREEZ DES LIENS INTERNES & EXTERNES

Montrez à Google que votre contenu est pertinent et a une réelle valeur ajoutée

6 RESPONSIVE DESIGN POUR TOUS

Votre Design doit s'adapter à tous les supports au niveau graphique et en termes d'expérience utilisateur (temps de chargement de la page, des textes lisibles et boutons adaptés)

7 CIBLEZ VOS MOTS CLES

Définissez le champ lexical à utiliser dans votre contenu. Ne répétez pas toujours le même mot clé mais utilisez un vocabulaire varié autour de votre mot clé principal

8 UTILISEZ DES BOUTONS RESEAUX SOCIAUX

Poussez les visiteurs à partager sur leurs réseaux sociaux préférés pour attirer de nouveaux lecteurs

Pensez bien aux hashtags et mots clés utilisés sur les réseaux sociaux

9 TITRE ET DESCRIPTION : N°1 EN SEO

Votre balise <title> doit commencer par votre mot-clé et ne pas dépasser 70 caractères

Votre méta description doit contenir vos mots-clés. Elle doit être attractive et informer l'internaute quant au contenu partagé

Zoom sur les critères pris en compte par les moteurs de recherche concernant les médias intégrés dans une page web (source : Le journal du net)

Images et vidéos (5 = importance maximale)

