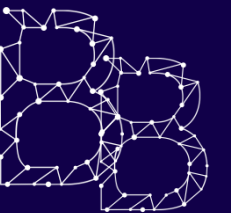


SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

Les bases du référencement
naturel





@Alex_Tchuiheu

www.atchuileu.mondoblog.org

Alexandra TCHUILEU N.

JOURNALISTE

Inconditionnelle de la presse écrite. Ne recule devant aucun challenge. Aventureuse assumée et chantre du « sortir de sa zone de confort ».

Journaliste depuis dix ans (Kalak FM, Kalara, In&Out, Cameroon Tribune).

Blogueuse sur la plateforme Mondoblog
RFI

.Dictatrice assumée pour faire bouger les lignes

PLAN DE PRESENTATION

- **Qu'est-ce que le SEO**
- **Enjeux du SEO**
- **Ecrire pour un bon SEO**
- **Approches recommandées pour un bon référencement**
- **Critères qui pénalisent le référencement**
- **Quelques outils de facilité**

Le SEO en français facile

- **SEO** = Search Engine Optimization. La traduction qui se rapproche le plus du français renverrait au « référencement naturel » du contenu. Il s'agit donc de **l'art de positionner** un blog, un site ou une page web parmi les **premiers résultats** naturels des **moteurs de recherche**.
- Qui dit référencement, dit moteur de recherche (SERP = Search Engine Results Page)

ECRIRE POUR UN BON SEO


1. L'importance du titre

-**Format optimal** présenté comme suit:

Mot clé primaire – Mot clé secondaire | Marque ([Trouver un exemple](#))

-**Bonne longueur**: Google affiche en moyenne le 50-60 premiers caractères d'une balise titre. Au-delà, le moteur de recherche propose des « ... ». Il est donc important de ne pas écrire trop long afin que l'internaute sache de quoi l'on veut parler. Les titres longs peuvent passer pour le partage social. Toujours utiliser son jugement et penser comme un visiteur lorsqu'on conçoit son titre.

ENJEUX DU SEO

- Deux types de référencement: **naturel** ou **payant** (publicité avec l'inscription « annonce »).
- Recommandé  Référencement naturel = Premiers résultats = Top 3 des résultats du moteur de recherche
- **Objectif Google:** Offrir une meilleure expérience utilisateur aux internautes (pour qu'ils n'aillent pas ailleurs. Internaute=Retombées financières)

- Eviter des titres en lettres CAPITALES parce qu'ils donnent l'impression de crier et qu'en plus, ils se lisent péniblement.
- Ne pas abuser des mots-clés SEO: les internautes s'en aperçoivent et ne suivent pas toujours
- Placer les mots-clés importants en premier et se souvenir que c'est la valeur unique d'un article ou d'une page qui crée de l'intérêt pour les utilisateurs
- Avoir un titre accrocheur

- **2. L'importance de la méta-description**

- Petit résumé de texte qui permet de dire **de quoi parle l'article**. Autant il est indispensable pour le moteur de recherche qu'il l'est pour l'internaute. Ils permettent de cerner ce dont la page/l'article va parler.
- Longueur optimale: **300 caractères** en général (Wordpress signale d'ailleurs la longueur optimale lorsque vous y travaillez)

- Si la méta-description n'est pas forcément un facteur de classement pour les algorithmes de Google, elles ont une incidence importante sur le taux clic de la page. Et par conséquent, du classement de ladite page

3. Les textes alternatifs pour les images

D'abord, toute image doit être nommée. Ces textes servent à décrire l'apparence et la fonction d'une image sur une page.

Comment?

- Décrire précisément ce qui figure sur l'image.
- Faire un texte court
- Y inclure les mots clés autant que possible
- Eviter le bourrage de mots clés

- **4. Les contenus en double sont proscrits**

Il s'agit d'un contenu qui apparaît à plusieurs endroits (adresses web) sur Internet.

Pour éviter cela, il y a une technique nommée la canonisation:

Canonisation = processus de sélection des URL pour un ensemble de contenus spécifiques

- Pour canoniser une URL, on peut procéder de trois manières:
 - Utiliser une redirection 301 (ou redirection permanente) vers l'URL correcte: Cela se fait à partir du compte administrateur du blog/site
 - Utiliser l'attribut rel = canonique
 - Utiliser l'outil de gestion des paramètres dans la console de recherche Google

5. La vitesse de la page

Il s'agit du temps de chargement de la page pour afficher du contenu. Utiliser l'outil **PageSpeed Insights** pour évaluer la vitesse de sa page avec Google.

RECOMMANDÉ POUR UN BON SEO

- **1. Backlinks:** les liens provenant de sites qui font autorité et qui pointent vers votre blog ou page
- **2. Mots-clés pertinents** dans la balise: plus le mot-clé est précis et pertinent, plus il répond à la requête de l'internaute
- **3. Contenu pertinent:** il s'agit du contenu de la page du blog à laquelle la recherche de l'internaute doit correspondre. La pertinence est déterminée par la qualité

- 4. Liens provenant de sites du **même domaine/thématique**
- 5. **Fraîcheur des informations** de la page sur un sujet qui le requiert
- 6. **Site adapté au mobile**: certains disent que des sites ne sont pas toujours responsives. Pour Google, il est important que le site ou le blog soit responsive et puisse être adapté au mobile

- **7. Rapidité d'affichage du blog sur mobile:** il arrive que certaines pages ou soient conçues de manière à exiger un bon moment de connexion pour s'ouvrir en toute rapidité. Alléger au maximum le temps d'ouverture du site
- **8. Vocabulaire varié et soutenu:** au nom du référencement, il ne faut pas se comporter comme un robot et reproduire juste les phrases telles que la machine va la valider. Il y a souvent un onglet de vérification de la lisibilité du texte ou de la page qui indique avec précision si le texte peut être publié et être optimisé ou non

- **9. Contenu enrichi:** il s'agit d'intégrer dans la page des images ou de la vidéo ou une illustration pour faciliter la lecture
- **10. Mots clés pertinents dans l'URL,** le nom de domaine et la méta-description (ce petit texte d'accroche qui s'affiche en dessous du titre de l'article dans un moteur de recherche): ce qui facilite le classement de l'article
- **11. Sur le blog, avoir des liens internes pointant vers des sites qui font autorité**

PROSCRIT POUR LE SEO

- 1. **Site piraté** ou hébergeant du contenu piraté
- 2. **Contenu** présenté au moteur de recherche complètement **différent** de celui présenté aux internautes
- 3. **Contenu** du site **dupliqué**, c'est-à-dire pris ailleurs, en interne, sur une autre page du site
- 4. **Contenu insuffisant** ou manquant de substance

- **5. Mot clé utilisé en excès** dans le texte: ne pas devenir un robot ou produire u texte illisible et incohérent juste pour utiliser au maximum le mot-clé principal. Les robots des moteurs de recherche deviennent de plus en plus intelligents et se rendent compte qu'il y a un problème
- **6. Présence de publicité** cachant le menu principal

- 7. **Page pesant lourd** plus que la moyenne ou par rapport à celle des concurrents
- 8. Proportion élevée de **liens** issus de sites **sans rapport thématique** avec la page pointant vers la page
- 9. **Liens non naturels** ou achetés pointant vers le site
- 10. Utilisation **excessive de mots clés** visés dans le texte

- 11. De nombreux **liens avec ancre trop optimisée** pour être naturelle pointent vers la page
- 12. **Taux de rebond** élevé sur la page: l'internaute à peine connecté quitte la page (moyenne de 5 secondes)

OPTIMISER SON URL

- **URL** = Uniform Resource Locator. Traduction: adresse web spécifiant l'emplacement d'une ressource

Quelques conseils :

- ☐ Avoir des URL simples, pertinentes, convaincantes et précises (ce qui facilite la compréhension pour le lecteur et les moteurs de recherche)

- ❑ Avoir une URL définitive et concise.
- ❑ Si nécessaire, utiliser des traits d'union pour séparer les mots clés
- ❑ Utiliser les lettres minuscules

Quelques outils pour bons mots-clés

- **Keywords everywhere:**

<https://keywordeverywhere.com>

=Outil de mot clé gratuit qui permet de voir le volume de recherche utile par mot-clé Google, coût par clic et données de concurrence des mots-clés de plusieurs sites web

- **Keyword Tool:** <https://keywordtool.io/it>

=Générateur de mot-clé gratuit en ligne utilisant GoogleAutocomplete pour générer des centaines de mots-clés pertinents à longue traîne (composés de plusieurs mots)

Autres outils (liste non exhaustive)

- ✓ seo-hero.tech
- ✓ Ubberr suggest
- ✓ Answer the public
- ✓ SERP robot
- ✓ Dead link checker
- ✓ Pingdom

- **Merci à tous!**
- **#LaDictatrice** 😊

SOURCES BIBLIOGRAPHIQUES ET WEBOGRAPHIQUES

- www.journaldunet.com (Etude sur le classement des critères de référencement pour le moteur de recherche Google)
- Formation réalisée par le cabinet eConsulting International à la SOPECAM du 22 au 23 avril 2019
- <https://www.recherche-webmaster.fr/blog/273-referencement-pour-debutant-8-astuces-pour-se-lancer-efficacement>
- <https://neururer.net/quelques-astuces-seo-pour-les-debutants/>