

Vendeur Internet

Trafic & SEO

Référencement naturel

Algorithmes Google

Référencement payant

Retargeting

Statistiques

Les plugins de SEO



1

Faire un liste des mots-clefs

Vos mots-clefs doivent correspondre à des termes que vos clients potentiels pourraient utiliser pour trouver vos produits ou services. Il faut se mettre à la place de l'utilisateur pour créer votre liste de mots-clefs.

Répertoriez les principales catégories de votre activité, puis saisissez les termes ou expressions susceptibles d'appartenir à chacune d'elles.

Les 5 premières locutions sont les mots clef primaires.

2

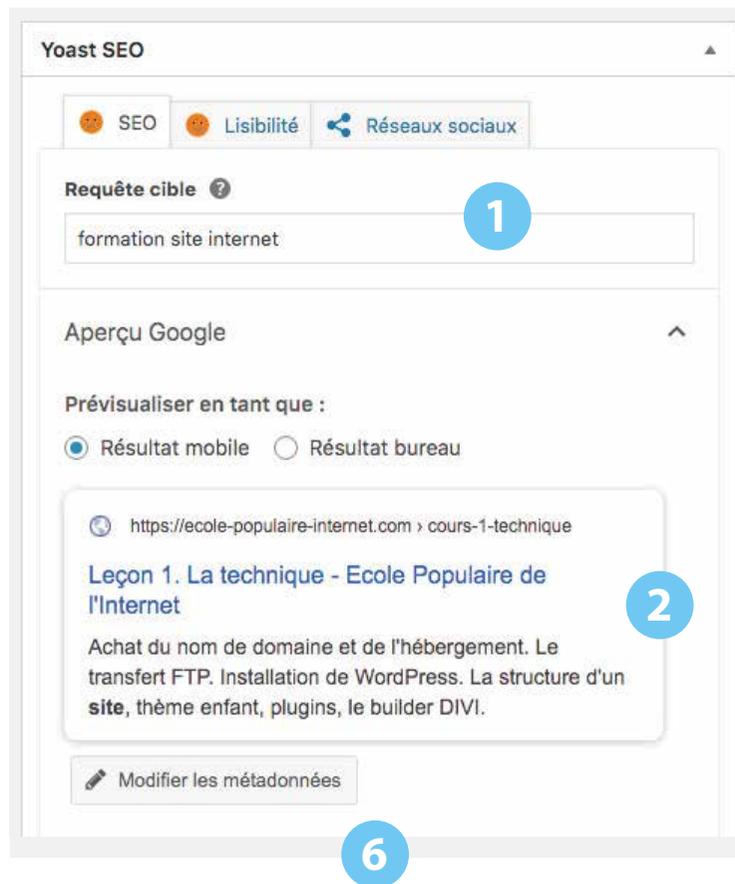
Écrire les tags de référencement

- Le titre utilise le nom du site + le titre de l'article, ou l'inverse.
- La description ajoute un commentaire et des détails de l'offre.

3

Vérifier le contenu

Vérifier que les mots-clefs primaires sont bien présents dans le contenu, en particulier dans les titres et le premier paragraphe de la home page.



Dans l'admin de WordPress, le plugin Yoast affiche dans chaque page un module qui permet de visualiser l'affichage de recherche de la page. On peut y corriger les mots-clefs et les tags de référencement.

Un bon référencement est une synthèse entre le contenu, la structure de votre site, l'analyse de ses performances et l'étude des résultats des concurrents. Le référencement naturel est une compétition.

4

Faire du Linking

Ajouter partout où c'est possible des commentaires et liens vers votre site: Facebook, forums, avis, annuaires, etc. C'est pour les moteurs le signe mesurable de l'intérêt de votre site.

5

Lancer un test de référencement

Lancer des recherches avec les 10 premiers mots-clefs et noter les résultats dans un tableau: votre position et quel site arrive en premier. A faire une fois par mois pendant trois mois.

6

Optimiser votre site

On règle les données générales de référencement du site, puis on optimise page par page. Des plugins vous assistent: All In One SEO, Yoast, etc.

7

La stratégie du bon élève

Suivre les recommandations de Google, et utiliser ses outils: gmail, search console. Acheter une fois quelques mots-clefs chez Google Ads.

Trafic & SEO / algorithmes google / leçon 6.2

Les secrets des robots de recherche

1

Compatible mobile

Le site doit être en responsive design, les liens ne doivent pas être trop petits ni trop proches.

Algo: Mobile First



2

Rapidité

Le site Google Speed permet de mesurer la vitesse de téléchargement d'une page, en notant ses performances sur 100.

Algo: Panda (qualité du site).



3

Contenu pertinent

Vérifier que les mots clef primaires sont bien présents dans le contenu, dans les titres et le premier paragraphe de la home page.

Les mises en jour régulières sont privilégiées en ajoutant un blog, et en publiant un article par semaine.

Algo: Fraîcheur



4

Sécurisation

Pour améliorer la sécurisation générale de l'internet, Google impose depuis janvier 2018 un hébergement sécurisé doté d'un certificat SSL. Les sites non sécurisés sont déclassés dans les résultats de recherche. La plupart des hébergeurs proposent un certificat SSL gratuit.

Le préfixe https remplace http et un cadenas s'affiche dans la barre du navigateur.



5

Contenu fluide

Pour un site à contenu important:

- sémantique utilisable des articles
- recherche vocale
- accessibilité (handicap)

Algo: Colibri

6

Popularité

Google mesure quantitativement la popularité d'une page web, en comptant le nombre de liens qui pointent sur vers votre site. Système créé par Larry Page, cofondateur de Google.

Algo: Page Rank



Algo de bonus

Phantom. Un bonus si l'internaute a trouvé ce qu'il cherche.

Rankbrain. Mémorise vos anciennes recherches et booste les nouvelles. Intelligence artificielle.

Pigeon. Algorithme de classement des résultats.

Algo de malus

Pingouin. Mise à jour de l'algo Panda. Pénalise le référencement abusif, une trop grande qualité de liens entrants, et la duplication de contenu.

Fred. Pénalise les sites qui font trop de monétisation (pub).

Pub. Pénalise les publicités interstitielles. une page Web affichée avant ou après une page demandée par un internaute, souvent pour présenter des publicités, permettre de personnaliser la page demandée ou confirmer l'âge de l'utilisateur

Page Satellite. Pénalise les pages créées uniquement pour le contenu, en le dupliquant.

Pirate. Filtre les téléchargements illégaux.

Trafic & SEO / référencement payant / leçon 6.3

Mot-clefs et ciblage

Réseau de recherche. Google Ads

Lorsqu'un internaute utilise Google, deux listes de résultats sont affichées : au centre de la page, les résultats du moteur de recherche, nommés résultats naturels; et en haut de page, les résultats provenant de la régie Google Ads, nommés liens commandités.

Cet espace publicitaire est vendu sous la forme de clic aux annonceurs souhaitant apparaître à la suite d'une « recherche » effectuée par un internaute.

Réseau display. Google Ads

Le Réseau Display de Google vous permet de diffuser des annonces auprès des internautes lorsqu'ils naviguent sur leurs sites Web préférés, montrent une vidéo YouTube à un ami, consultent leur compte Gmail, ou utilisent un appareil mobile ou une application.

Le prix des annonces

Les annonces sont facturées au clic, soit un prix entre 1€ et 2€ (CPC). Un budget par jour est fixé, lorsque le crédit est épuisé, l'annonce ne s'affiche plus.

Comment passer une petite annonce Google

Allez sur Google Ads, ouvrez un compte ou connectez vous, puis créez votre première annonce.

1

On commence par créer une campagne qui comporte des réglages de prix, de ciblage et une ou plusieurs annonces.

Créer un campagne

- réseau de recherche
- réseau display
- shopping
- video
- application universelle

Choisir un objectif

- ventes
- prospects
- trafic vers le site Web

Réglages

- recherche ou display ?
- zone géographique
- choix de la langue
- budget par jour
- date de début et de fin



2

Créer un groupe d'annonce

Saisissez les 10 mots clef. Google Ads propose des outils de simulation pour compléter votre liste en indiquant le nombre de recherches mensuelles par mot clef, c'est une information très importante.

3

Création de l'annonce

Choix du titre, de la description, et de l'url cible, chaque détail est important. On peut en créer plusieurs pour comparer leurs résultats, et améliorer la campagne.

4

Ciblage

- ajouter l'adresse de votre site pour proposer l'annonce à vos visiteurs
- vérifier les tranches d'âges.
Votre annonce est prête.