



BRANCHEZ-VOUS!

LE RÉFÉRENCEMENT



Vous avez un site Web, mais personne ne le visite? Est-ce que le référencement de votre site est optimal? Apprenez comment faire pour que votre entreprise apparaisse en tête de liste dans les moteurs de recherche.

LE RÉFÉRENCEMENT

1

DE QUOI PARLE-T-ON ?

Lorsque les internautes cherchent une entreprise, un service, un produit ou une information sur Internet, ils font des recherches dans des moteurs de recherches. Le plus utilisé est Google.

Référencer votre site consiste à faire en sorte qu'il apparaisse parmi les premiers résultats, donc en haut de page. Évidemment, le référencement n'a de sens qu'en ce qui concerne les mots-clés (*keywords*), c'est-à-dire les mots utilisés par les internautes qui effectuent des recherches. Nous allons tenter ici de couvrir les premières étapes à faire pour référencer un site Web. Pensez qu'il pourrait être préférable pour votre entreprise de faire appel à des spécialistes afin d'obtenir de meilleurs résultats.

2

« J'EXIIIIISTE ! »

La première étape consiste à indiquer aux moteurs de recherche, en particulier Google, que votre site existe.

Pour cela, il vous faut remplir des formulaires en ligne permettant de soumettre votre site Web :

Google : <https://www.google.com/webmasters/tools/submit-url>

Bing/Yahoo : <http://www.bing.com/toolbox/submit-site-url>

3

TROUVER LES BONS MOTS-CLÉS

Vous connaissez votre sujet, mais savez-vous quels sont les mots que les internautes tapent (ou taperont) pour trouver votre contenu ? Il vous faut trouver les mots-clés ou expressions que les internautes cherchent le plus souvent.

EXEMPLE : Imaginons que vous êtes un commerce de vêtements pour homme. Il convient alors de déterminer quels sont les mots-clés que les internautes utiliseront lorsqu'ils chercheront une boutique de vêtements pour homme. Le nom de votre entreprise ? Vêtements pour homme ? Cravate ? Les bons mots-clés vous permettront d'être détectés et privilégiés par les moteurs de recherche. Plusieurs outils vous permettent de connaître les termes ou expressions qui sont tapés par les internautes qui cherchent vos services ou vos produits.

Voici les principaux :

- *Google Adwords* et son outil de planification des mots-clés (<https://adwords.google.com>)¹ ;
- *SemRush*, qui vous permet de savoir ce qui arrive premier sur les termes recherchés ;
- L'outil *Keywords* de *wordstream.com*, qui peut vous donner des idées de mots-clés (<http://www.wordstream.com/keywords#>).

¹Pour de l'aide sur cet outil, consultez : <https://support.google.com/adwords/#topic=3119071>

LE RÉFÉRENCEMENT

Ces outils vous aideront à trouver des termes étroitement liés à vos mots-clés, de les sélectionner selon des critères de recherche et de connaître leur compétitivité (ne concerne qu'AdWords). Assurez-vous d'examiner attentivement tous les facteurs lors du ciblage des mots-clés pertinents pour votre produit ou service spécifique.

4

ANALYSEZ VOS COMPÉTITEURS

Allez faire un tour sur les sites Web de vos principaux concurrents et portez attention aux mots-clés qu'ils utilisent. Pour cela, utilisez les deux outils suivants :

- *SemRush*, qui vous permet de savoir qui arrive premier selon les termes recherchés et, donc, d'analyser leurs mots-clés ;
- Le module *SEO Quake*, qui s'installe sur *Firefox* ou *Chrome* et dont la fonction « *Keyword density* » vous renseigne sur les mots-clés utilisés par le site que vous visitez.

5

MOT-CLÉ COMPARATIVEMENT À LONGUE TRAÎNE

Vos mots-clés ou expressions-clés principaux ont deux caractéristiques :

- beaucoup de gens les cherchent ;
- beaucoup de concurrents utilisent déjà ces mots-clés.

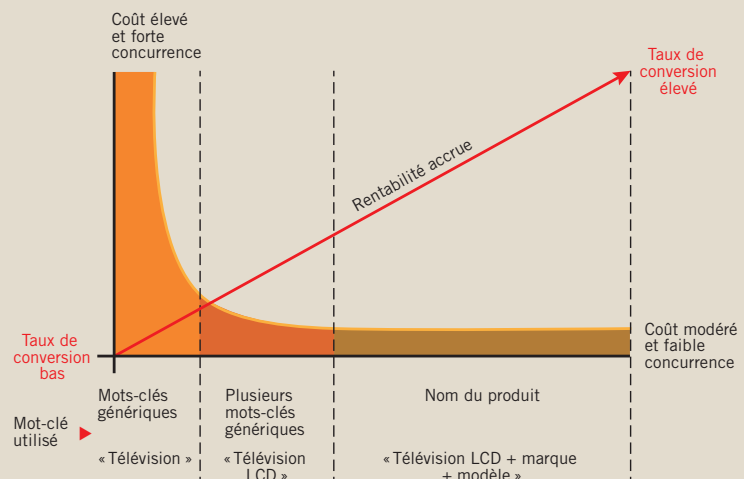
Il est donc difficile et coûteux d'aller chercher des visites avec ces expressions.

Il vous faut cependant les utiliser, notamment dans vos balises titre.

Mais vous pouvez ensuite faire la liste des mots-clés secondaires que les gens recherchent et qu'on appelle la « longue traîne ». Ces mots-clés sont plus précis et plus spécifiques, donc sont moins recherchés.

En revanche, ils reflètent une volonté d'achat plus affirmée.

Le graphique ci-contre, illustre clairement ce concept :



LE RÉFÉRENCIEMENT

Les personnes recherchant « télévision » sont nombreuses et beaucoup de sites utilisent ce mot-clé. En revanche, les personnes recherchant « télévision + la marque + le numéro de modèle » recherchent des informations très précises, comme le prix ou la disponibilité du produit.

Se positionner avec un ensemble de mots-clés précis comporte deux avantages :

- Cela est moins cher et rend le positionnement plus efficace ;
- Cela rejoint des internautes beaucoup plus proches d'un geste d'achat.

Une fois cette analyse faite, placez vos mots-clés dans vos titres de pages et de paragraphes, puis parsemez vos textes avec les mots et expressions présents dans votre longue traîne. Pour bien faire, lisez notre fiche intitulée « **Comment rédiger pour le Web ?** ».

6

OPTIMISEZ LE RÉFÉRENCIEMENT

Il est important d'indexer correctement la page d'accueil. Mais n'oubliez pas les autres pages, car ce sont généralement ces dernières qui contiennent le contenu le plus spécifique. Il est donc impératif de choisir un titre, une URL et des métas adaptés pour chacune des pages du site.

Si votre site est déjà existant, vous pouvez vérifier si les pages sont correctement indexées en utilisant l'outil gratuit : sitemapdoc.com

7

RÉFÉRENCIEMENT PAYANT

Il est possible de faire de la publicité sur les moteurs de recherche en y achetant des mots-clés selon une durée, un budget et une zone géographique spécifiques. Google fera apparaître des liens commandités, sorte d'emplacements publicitaires, situés autour des résultats de recherche « naturels ». C'est ce que l'on appelle le SEM (Search Engine Marketing) par opposition au SEO (Search Engine Optimization) ou référencement naturel.

Pour plus d'information à ce sujet, parcourez les pages d'aide de *Google Adwords* :

<https://support.google.com/adwords/#topic=3119071>



CONTACTEZ-NOUS !

Vous vous sentez perdu ?
Vous avez besoin d'aide avec votre stratégie sur Internet ?

1 800 835•7165

branchersherbrooke.com/contactez-nous

Retrouvez d'autres informations pratiques et faites le plein d'astuces Web en suivant notre blogue :

branchersherbrooke.com/blogue