



1 > Le principe

Le terme « référencement » (SEO pour « Search Engine Optimization », ce qui signifie « Optimisation pour les moteurs de recherche ») recouvre l'ensemble des techniques visant à optimiser la visibilité d'un site web, à savoir le positionnement (ranking) des pages d'un site, en haut des classements des pages de résultats pour certains mots-clés.

Force est de constater que la plupart des internautes utilisent les moteurs de recherche afin d'obtenir de l'information et, à cet effet, formule des requêtes auprès d'un moteur de recherche à partir de mots-clés (en anglais keywords). Il est donc essentiel avant toute chose de se préoccuper du contenu que l'on souhaite proposer afin de répondre au mieux aux attentes des internautes et d'identifier les mots-clés susceptibles d'être saisis par ces derniers !

2 > L'importance des mots-clés

En 2016, la requête moyenne d'un internaute est d'environ 3,5 mots :

- | | |
|---|--|
| ⇒ 1 mot-clé : 2,4 % des recherches ; | ⇒ 5 mots-clés : 10,8 % des recherches ; |
| ⇒ 2 mots-clés : 22,9 % des recherches ; | ⇒ 6 mots-clés : 4,6 % des recherches ; |
| ⇒ 3 mots-clés : 34,1 % des recherches ; | ⇒ 7 mots-clés : 1,9 % des recherches ; |
| ⇒ 4 mots-clés : 22 % des recherches ; | ⇒ + de 7 mots-clés : 1,2 % des recherches. |

3 > L'approche simplifiée

1. Valider l'indexation de son site

La première démarche à réaliser est de s'assurer que les moteurs de recherche indexent le site de l'entreprise. Pour ce faire, il convient soit de :

- soumettre l'adresse du site aux moteurs de recherche. Pour cela, il suffit d'utiliser un formulaire de soumissions disponible en ligne (exemple Google : voir QR code ci-contre) ;
- s'assurer la présence de liens dirigeant vers le site de l'entreprise depuis des sites eux-mêmes régulièrement indexés par les moteurs de recherche.



2. Valider la bonne utilisation des mots-clés

Le référencement est étroitement lié à l'utilisation des mots-clés. Il convient, en priorité, de déterminer les mots-clés sur lesquels l'entreprise souhaite positionner les pages de son site. Il est impératif de prendre en compte les mots utilisés par la cible. En effet, les internautes ont tendance à utiliser des termes les plus courts possible ou encore à faire des fautes d'orthographe. Ces mots-clés doivent apparaître dans les titres, sous-titres, et contenu des supports publiés. Il faut construire un « cocon sémantique ».

On utilise parfois l'expression de « longue traîne » lorsqu'il apparaît qu'une partie importante du trafic global découlant des moteurs de recherche puisse provenir d'un grand nombre de mots-clés distincts amenant chacun peu de visites.