



# attracteurs-étranges

Accompagnement et formation à la visibilité internet

## "Que puis-je faire pour que mon site apparaisse en première page de google ?"

Voilà une question qui taraude beaucoup de monde. Apparaître en première page est un but, mais formulé ainsi, cela revient à demander « quelle est la profondeur de l'Atlantique ? »

En fait, il s'agit de commencer par définir sur quel(s) mot(s) ou expression(s) clés vous pensez avoir intérêt à être vu(e) en première page. L'objectif est bien d'obtenir un trafic qualifié, et un bon taux de transformation, non ?

Les objectifs sur un site peuvent être multiples

- vendre des produits ou services en ligne
- augmenter les inscriptions à la newsletter
- favoriser la prise de contact
- déclencher des demandes de devis, prises de rendez-vous...
- augmenter son audience qualifiée, et, de plus en plus, interagir avec la communauté d'utilisateurs, clients, « amis »...

Tout est question de contexte. Savez-vous qu'en décembre 2011, Google, Yahoo ! et Bing ont traité près de 15 milliards de requêtes ? ... dont 12 milliards pour Google ?

Il reste que vous avez de très bonnes raisons de vouloir être en première page. J'ajouterai que si vous pouviez être dans les 3 premiers, ce serait encore mieux. Seulement ceci ne se fait pas « au petit bonheur la chance ». Une stratégie de visibilité doit être définie.

Si vous exigez d'être premier, il faut savoir sur quoi, et connaître au mieux à la fois votre cible, les habitudes des internautes et faire en sorte que les moteurs définissent votre page comme parmi les plus pertinentes. Il s'agit d'une démarche marketing de base.

Cette notion de pertinence couvre des indicateurs nombreux, dont la popularité, la fraîcheur et l'originalité des contenus.

Une phrase que j'aime beaucoup, empruntée à Lao Tseu, définit bien l'objectif du référencement naturel : « être au bon endroit, au bon moment »

Ce qu'il faut bien prendre en compte est que chacun d'entre nous ne voit pas la même première page sur les mêmes requêtes, que les internautes, y compris vous, varient à l'infini les phrases, expressions et synonymes pour rechercher sur un seul sujet (notion de longue traîne).

Et les résultats, leur mise en pages peuvent changer à tout moment. La personnalisation des résultats, de plus en plus fine, tend à vous donner des résultats toujours plus proches de vos habitudes, goûts, localisation...

Le seul indicateur de réussite concret semble donc d'obtenir des visites, et qui, tant qu'à faire, entraîne aussi réservation, contacts, inscriptions, échanges ... etc Seulement, nous pouvons nous donner les moyens de travailler efficacement, mais ne pouvons en aucun cas être garantis du résultat. Et si des résultats sont obtenus, ils ne sont pas gravés dans le marbre, surtout si les confrères, concurrents, cousins sont plus actifs et prolifiques que vous.

## Alors, concrètement. Que puis-je faire ?

Voici quelques pistes pour favoriser votre visibilité, vous fixer une stratégie, et les actions fondamentales à mettre en place

### Définissez vos priorités :

- sur quels mots-clés et via quels moteurs et autres canaux êtes-vous déjà visité (si votre site est déjà en ligne, bien-sûr)
- ces informations collent-elles avec les contextes dans lesquels vous voulez vous placer ?

• quels sont les mots et expressions manquants ?  
Ils représentent des canaux supplémentaires de visites qualifiées s'ils assurent la jointure entre la question de l'internaute et votre réponse

- faites des listes
- à priori, sur quoi devrais-je être visible ?
- questionnez vos équipes, vos clients privilégiés, votre entourage, et complétez vos listes
- affinez tout cela en consultant les suggestions de mots-clés.

Le générateur de Google est très certainement le plus abouti. Il évolue chaque jour, pour favoriser la création de campagnes de publicités sur mots clés, et est donc tout aussi utile pour l'optimisation du référencement naturel.

Logiquement, ce travail permet de très vite cerner des pistes de progrès, des voies de développement, et de commencer à passer à l'action. La quantité de pistes

possibles risque de vous donner le vertige. C'est en se fixant des priorités que vous avancerez.

## Sur votre site

Les contenus

- assurez-vous que le site ne présente pas de facteur bloquant la prise en compte des contenus par les moteurs

C'est une condition nécessaire, mais pas suffisante : une fois que le contenant présente la fluidité nécessaire à l'indexation par les moteurs, le contenu et sa structure vont pouvoir être utiles.

Un peu plus bas, vous trouverez une liste de quelques points fondamentaux à ne pas omettre.

- Définissez sur quelle(s) section(s) ou page(s) du site vous pouvez améliorer, enrichir vos contenus

- La page d'accueil

Elle doit présenter du contenu, et, c'est possible pour presque tout type de site, présenter des contenus frais (actus, conseils, faq, billets, nouveaux produits ...)

- Les rubriques ou sections sont-elles pleinement exploitées ?

- Contenus, résumés, listes ...

- Maillage des liens avec d'autres pages (internes et externes au site)

- Les fiches produits, conseils, textes divers sont-ils suffisamment riches en mots et expressions signifiants ?

La structure, le code

Voici une liste de quelques points fondamentaux à vérifier et éventuellement corriger. Je ne rentre pas dans les détails pour cette réponse qui est déjà longue

- Le titre et la description de chaque page doivent être personnalisés
- présenter le contenu de la page en quelques mots
- faire des phrases contenant des mots-clés stratégiques

pour vous (s'ils sont représentatifs du contenu, encore une fois)

- utilisez les règles de structuration et de rédaction sur le web

- Les adresses des pages doivent être uniques, ou alors, il faudra signaler les adresses 'canoniques' aux moteurs de recherche

- Les contenus ne doivent pas être redondants

- Pas de copie entre pages ou de pages externes (ou alors, de nouveau, on signale le contenu canonique)

- Préparez une liste de textes, articles ... etc, et diffusez-les progressivement et régulièrement

- Utilisez tous les supports à disposition pour la recherche universelle (textes, images, vidéos, news ...)

- Le plan de page, et notamment la disposition (et le contenu) des balises Hn influent sur la prise en compte par les moteurs

- Les temps de chargement doivent être les plus rapides possible

## Hors site

- Etudiez et exploitez les réseaux sociaux (Facebook, Google+, Twitter ... etc)

Les moteurs sont à l'écoute des signaux venant du réseau. Nous sommes dans l'ère de la recommandation, et la popularité est de plus en plus déterminée par les échos que vous aurez sur le net

- Exploitez les services de géolocalisation, si cela s'y prête : google Maps, Google Adresses, bing maps ...

- Tissez des liens vers des sites externes, et soignez le texte de ces liens (ancres) dans la mesure du possible :

- o amis, connexes, partenaires

- o blogs, portails, annuaires, communiqués de presse ...

Si vous créez un contenu attractif, et que votre cible est active sur le réseau, vous devriez obtenir des liens spontanés. La popularité réelle commence là.

## Procédures

Mettez en place les procédures qui vous permettront de suivre vos résultats (ou leur absence), traquer les erreurs, pour savoir vers quoi évoluer.

Si ces mots ne vous disent rien, alors c'est qu'il est temps de prendre tout cela en main :

- robots.txt, Sitemaps
- marquage statistiques, suivi des objectifs et taux de transformation ...
- gestion des erreurs 404
- gestion des redirections en cas de changements d'adresses

Voilà. C'est très long et trop court, car le référencement nécessite d'acquérir expérience et compétences, en plus des connaissances en évolution permanente.

Si vous pouvez vous charger vous-même de tout cela, tant mieux, c'est passionnant, et gratifiant quand vous constatez que vos actions ont entraîné des résultats.

Si vous n'avez pas ce temps ni ne voulez ou pouvez vous en occuper, prenez conscience du temps et de l'énergie qu'il faut déployer pour travailler cette matière, car ce n'est clairement pas l'un de vos employés qui le fera pendant la pause-café ou entre deux coups de fils à la réception.

Le référencement naturel reste, et ce depuis plus de 10 ans, la démarche qui présente le meilleur rapport investissement / impact, alors il n'est jamais trop tard pour bien comprendre que si on ne peut maîtriser les moteurs de recherche, nous pouvons mettre en place des actions qui favorisent la visibilité utile d'un site.

Nous sommes loin de LA première page, non ?



attracteurs-etrange

Contact : Franck Larchey - 09 81 76 78 73 - franck.larchey@gmail.com



Cet article vous est proposé par :  
[www.direction-marketing.fr](http://www.direction-marketing.fr)