

Référencement Web

1. Définition du SEO

Le SEO (Search Engine Optimization), ou référencement naturel, désigne l'ensemble des pratiques visant à améliorer la position d'un site dans les résultats organiques c'est-à-dire non payants des moteurs de recherche comme Google ou Bing. L'objectif est double : gagner en visibilité et attirer un trafic qualifié, composé de visiteurs réellement intéressés par le contenu ou les produits proposés.

2. L'intérêt d'un sitemap pour le référencement

Un sitemap XML est un fichier listant toutes les URL importantes d'un site. Il sert de feuille de route pour les robots d'exploration (crawlers) des moteurs de recherche. Son utilité est double :

- Il garantit une exploration complète du site, y compris les pages difficiles d'accès via la navigation classique.
- Il accélère l'indexation des nouvelles pages lorsqu'il est soumis via des outils comme la Google Search Console.

3. Comment les sites sont-ils indexés par les moteurs de recherche ?

L'indexation se déroule en trois phases successives :

- Exploration (Crawl) : les robots parcourent le web en suivant les liens hypertextes et les sitemaps. Chaque moteur dispose d'un "budget de crawl" qui détermine la fréquence de visite.
- Indexation : le contenu des pages explorées est analysé, compris et stocké dans un index gigantesque, associant chaque URL à des mots-clés pertinents.
- Classement (Ranking) : lorsqu'un internaute effectue une recherche, des algorithmes complexes sélectionnent et hiérarchisent les pages les plus pertinentes pour afficher les résultats (SERP).

4. Points de vigilance pour faciliter le référencement

Bonnes pratiques

- Optimisation On-Page : utiliser des balises <title> et des méta-descriptions uniques et pertinentes pour chaque page.
- Vitesse de chargement : optimiser les images et le code pour assurer un affichage rapide, notamment sur mobile c'est un critère de classement essentiel.
- Mobile-First : adopter un design responsive, car Google indexe en priorité la version mobile des sites.
- Qualité du contenu : produire des textes originaux, approfondis, qui répondent clairement à l'intention de recherche de l'utilisateur.

Mauvaises pratiques (à éviter)

- Contenu dupliqué : copier-coller du contenu d'autres sources ou réutiliser le même texte sur plusieurs pages du site.

- Bourrage de mots-clés (Keyword Stuffing) : répéter de façon excessive et artificielle les mots-clés ciblés.
- Masquage (Cloaking) : présenter un contenu différent aux robots et aux utilisateurs dans le but de tromper le moteur de recherche.
- Liens artificiels (Link Schemes) : acheter ou échanger des liens en masse pour manipuler artificiellement le classement.

Exclusions de référencement

1. Le fichier robots.txt

Définition et localisation

Le fichier robots.txt est un fichier texte placé à la racine d'un site web. Il fait partie du protocole d'exclusion des robots et indique aux crawlers quelles sections du site ils sont autorisés ou non à explorer. Il ne contrôle pas l'indexation directement, uniquement l'exploration.

Il est toujours accessible à l'adresse suivante :

<http://www.fortinet.com/robots.txt>

Exemple de fichier robots.txt

User-agent: *

Disallow: /wp-admin/

Disallow: /includes/

Allow: /

Sitemap: <https://www.site.com/sitemap.xml>

Signification des balises et User-Agents

- Allow : autorise les robots à accéder aux fichiers ou répertoires spécifiés, même s'ils se trouvent dans un dossier interdit.
- Disallow : interdit l'exploration des chemins indiqués. La valeur "/" bloque l'intégralité du site pour l'agent ciblé.
- User-Agent : désigne le robot ciblé par les règles qui suivent.
- User-agent: * s'applique à tous les robots d'exploration.
- User-agent: Googlebot cible le robot principal de Google.
- User-agent: Bingbot cible le robot de Microsoft Bing.

Cibler différents User-Agents permet d'appliquer des stratégies d'exploration spécifiques selon le moteur de recherche concerné.

2. Guide SEO pour un client Site de vente d'ouvrages sur la permaculture

Prompt utilisé:

Rédige un guide de conseils SEO pour un client qui lance un site de vente d'ouvrages sur la permaculture. Le guide doit être simple, clair, et se concentrer sur les actions à mettre en place dès la conception du site pour un référencement naturel optimal. Il doit aborder les mots-clés, la structure, la qualité du contenu et les aspects techniques de base.

Guide : Bâtir le référencement de votre site dès la conception

Ce guide vous donne les clés pour que votre site de vente d'ouvrages sur la permaculture soit reconnu et bien classé par les moteurs de recherche.

Stratégie de mots-clés

- Ciblez la longue traîne plutôt que des termes trop génériques. Des expressions comme "livre permaculture débutant", "guide plantation en butte" ou "achat ouvrage micro-ferme" ont moins de concurrence et attirent des visiteurs avec une intention d'achat claire.
- Intégrez ces mots-clés de façon naturelle dans les titres de pages, les descriptions produits, les titres de chapitres (H1, H2) et les articles de blog.

Architecture et expérience utilisateur

- Organisez les produits de manière logique : Accueil > Livres sur le Sol > Compostage, par exemple.
- Chaque page doit être accessible en trois clics maximum depuis la page d'accueil.
- Adoptez des URLs courtes et descriptives : préférez site.com/livre/jardin-foret-debutant à site.com/produit?id=123.

Qualité du contenu

- Rédigez des descriptions produits uniques et détaillées évitez de réutiliser celles fournies par les éditeurs.
- Créez un blog pour répondre aux questions de vos clients. Cela génère du trafic qualifié et renforce votre autorité thématique.
- Les pages avec 1 000 mots et plus, centrées sur un sujet précis, sont généralement mieux positionnées par Google.

Fondations techniques

- Le site doit se charger en moins de 3 secondes. Les outils Google PageSpeed Insights permettent de mesurer ce critère.
- La version mobile doit être irréprochable c'est la version que Google indexe en priorité.
- Un certificat SSL (HTTPS) est obligatoire : c'est un signal de classement et un gage de confiance pour les visiteurs.
- Générez un sitemap XML automatiquement et soumettez-le à la Google Search Console dès la mise en ligne.

Proposition de solution : WordPress

1. Proposition de solution : WordPress

Analyse du conseil

Recommander WordPress est un bon conseil. C'est la plateforme CMS la plus utilisée au monde, avec plusieurs atouts majeurs pour le SEO :

- Une architecture bien structurée dès l'installation, avec gestion native des permaliens et des balises importantes.
- Un écosystème de plugins puissants (Yoast SEO, Rank Math) qui simplifient les tâches d'optimisation techniques.
- La possibilité d'intégrer facilement un blog ou du contenu éditorial, deux éléments indispensables pour une stratégie SEO solide.

Comment accélérer le référencement ?

- Optimiser la vitesse dès le départ en installant un plugin de cache et en compressant les images.
- Soumettre le sitemap XML dans la Google Search Console et Bing Webmaster Tools dès la mise en ligne du site.
- Publier rapidement les pages les plus stratégiques et quelques articles de blog ciblant des mots-clés de longue traîne.

Étapes de mise en œuvre

1. Installation et fondations : installer WordPress, le thème, et l'extension WooCommerce.
2. Plugins essentiels : installer Yoast SEO ou Rank Math, et un plugin de cache.
3. Configuration SEO initiale : paramétrer les permaliens et définir la version préférée du domaine.
4. Outils Webmaster : créer des comptes et vérifier la propriété du site sur Google Search Console et Bing Webmaster Tools.
5. Génération et soumission du sitemap XML via le plugin SEO.
6. Optimisation des médias : configurer la compression automatique des images.
7. Publication : rédiger les fiches produits et premiers articles de blog en appliquant les bonnes pratiques.

2. Application Mots-clés et plugins

Mots-clés pour Google Ads

Pour cibler des intentions d'achat claires, voici les expressions à privilégier :

- livre permaculture débutant longue traîne, faible concurrence
- guide plantation jardin forêt requête spécifique
- meilleur livre sur le sol permaculture intention d'achat comparative
- acheter ouvrage permaculture générique intentionnel
- manuel techniques permaculturelles spécifique

Plugins WordPress recommandés

- SEO On-Page / Technique : Yoast SEO ou Rank Math gestion des balises <title>, méta-descriptions et optimisation des mots-clés par page.
- Performance / Vitesse : WP Rocket (payant) ou LiteSpeed Cache mise en cache, minification, optimisation de la vitesse.
- Images : Smush ou Imagify compression des images sans perte de qualité visible.

3. Note client Optimisation de la page « Qu'est-ce que la permaculture ? »

Objet : propositions d'optimisation SEO pour la page « Qu'est-ce que la permaculture ? »

Cher client,

Afin de maximiser le potentiel de cette page, qui constitue une porte d'entrée importante pour les nouveaux visiteurs, voici les modifications recommandées :

Balise <title>

- Modification proposée : remplacer le titre actuel par « Qu'est-ce que la Permaculture ? Guide Complet et Principes [Nom de Votre Site] ».

- Justification : le titre devient plus précis et intègre des mots-clés secondaires comme « Guide Complet » et « Principes », améliorant ainsi la pertinence pour les recherches informatives.

Contenu textuel

- Modification proposée : enrichir la page pour atteindre 1 500 à 2 000 mots, avec une structure en titres H2 et H3 couvrant par exemple « Les 3 Éthiques » et « Les 12 Principes ».

- Justification : Google favorise les contenus exhaustifs et bien structurés. Cette profondeur positionnera la page comme une référence et attirera du trafic qualifié en amont de l'achat.

Maillage interne

- Modification proposée : insérer des liens hypertextes dans le texte vers les ouvrages les plus pertinents (ex. : lier « Les 12 Principes » vers le livre correspondant).

- Justification : facilite la navigation vers vos produits (conversion) et aide les robots à explorer vos fiches produits (référencement).

Méta-description

- Modification proposée : rédiger une méta-description incitative, par exemple « Découvrez la définition, les principes et les applications concrètes de la permaculture. Guide idéal pour bien commencer votre projet. »

- Justification : bien qu'elle ne soit pas un critère de classement direct, une méta-description bien rédigée augmente le taux de clic (CTR) depuis la SERP, ce qui envoie un signal positif à Google.