

Le référencement : LA clé de réussite d'un site internet

Par Kamel Boudjema – Responsable Webmarketing chez EBP

Les entreprises ont tendance à croire qu'à partir du moment où elles créent un site, elles seront visibles. Mais c'est faux. Si personne ne trouve le site en question, autant dire que la publicité passe de l'imprimeur à la poubelle directement. Malheureusement, il n'y a pas de place pour tout le monde sur la 1^{ère} page de Google. Alors, pourquoi cela serait vous plutôt que les 10 autres ? Voici les choses à ne pas rater pour un référencement optimal.

Le référencement consiste à indexer les pages de son site dans les premières pages des moteurs de recherche. Il est donc indispensable d'introduire le référencement pendant toute la phase de réflexion de conception du site, sinon, on court à la faillite. Les entreprises font souvent l'erreur de créer leur site et de penser au référencement après coup. Mais en fait, le référencement est une partie intégrante de tout ce cheminement.

Etude du besoin et rédaction du cahier des charges

La première étape à respecter pour construire son site est l'étude du besoin. Elle est indispensable pour bien mettre en balance les attentes de l'entreprise et celles de l'internaute. L'entreprise veut être visible, mais pour faire quoi : présenter, démontrer, vendre, discuter, contacter, etc. Autant d'éléments à définir dès le départ.

Une fois cette étape réalisée, il va falloir rédiger un cahier des charges fonctionnelles. Ce document est la base de la construction de tous les sites. Il définit la structure du site et ses spécificités techniques et fonctionnelles.

La réflexion autour du plan du site vient en amont de sa construction, car il est primordial. Il faut trouver une logique qui permette à l'internaute de se retrouver dans le site. Ensuite, il faut régler toutes les problématiques d'ergonomie du site et la construction de templates (vos modèles de page).

Construire un site, mais comment ? Trois possibilités existent : s'équiper d'un CMS (Content Management System – système de gestion de contenu) existant, passer par un développeur qui va lui-même construire ce CMS ou faire du full html (coder à la main toutes les pages du site).

Dans notre entreprise, nous avons pris le parti du CMS existant. Ce choix inhérent à chaque situation a pourtant certains désavantages. Il est notamment un peu rigide par moment. Si le cahier des charges n'est pas assez clair et que l'on manque d'anticipation dans les besoins futurs, certaines fonctions sont par la suite difficiles à mettre en place. La qualité du site peut ainsi en pâtir. Par ailleurs, s'équiper d'un CMS ne veut pas dire non plus que l'on ne fera pas de développement. A partir du moment où le site est assez touffu, il aura certaines spécificités auxquelles un CMS ne pourra pas forcément répondre. Dans ce cas, une programmation sera nécessaire.

Néanmoins, le CMS présente de nombreux avantages :

- Gain de temps : quand on écrit un site en html, il faut refaire la structure sur chaque nouvelle page. Avec un CMS, on paramètre une structure de page qui est reprise automatiquement dans chaque nouvelle page.
- Pas besoin d'avoir des notions de programmation ou de code, l'outil peut être utilisé par un novice.
- L'outil évolue rapidement grâce à toute la communauté d'utilisateurs.
- Optimisation du référencement : l'outil est pensé pour le référencement.

A noter que pour les TPE qui veulent se lancer sur la toile, il existe un projet intitulé « **Mon entreprise en ligne** », lancé par Google et qui a vocation à offrir un outil simple et pratique, s'appuyant sur un CMS, pour que les TPE puissent créer leur site.

La structure du site et le choix du CMS auront donc un impact sur le référencement.

Comment procéder au référencement ?

Deux manières permettent d'indexer son site : le référencement payant ou naturel.

Pourquoi faut-il choisir d'abord de faire du référencement naturel ? Tout d'abord parce qu'il est gratuit ! Il fait partie intégrante de la construction du site. Il est la conséquence de la structure, des balises méta et du contenu rédactionnel de votre site. C'est donc du coût homme uniquement. Et parce que 70% des clics d'un site proviennent du référencement naturel !

Mais en dehors de l'aspect pécuniaire, le référencement naturel est pérenne. C'est un travail de longue haleine, mais qui entretient des bases solides pour le site. Nous avons par exemple migré le site de notre entreprise sur une nouvelle plateforme en janvier 2011. Il nous a fallu un an pour retrouver le référencement que nous avions avant la migration. En moyenne, il faut compter 6 mois pour trouver son site indexé sur les premières pages de Google.

Une idée reçue est que le référencement se résume aux mots clés du contenu rédactionnel. Même si le contenu est bien un levier majeur du référencement, la partie technique du site reste incontournable pour l'améliorer. Le contenu est la partie visible de l'iceberg. Derrière le site, il y a des balises méta. Ces balises servent à donner aux moteurs de recherche des informations sur la page.

Dans chaque page d'un site, il y a ces éléments cachés. Elles sont généralement au nombre de trois :

- La balise title : nomme la page
- La balise description : synthétise les éléments de la page
- La balise mots clés : répertorie les mots clés de la page. Cette dernière est aujourd'hui moins importante, mais mieux vaut la remplir.

Viennent ensuite les contenus rédactionnels du site et la répartition des mots clés dans la page. Il faut soigner le contenu ; dans un premier lieu pour l'internaute et la qualité éditoriale du site, mais aussi parce que les moteurs de recherche scannent les pages de haut en bas. Un bon équilibre de la répartition des mots clés en haut, au milieu, et en bas de la page est pris en compte par le moteur. Et bien sûr, plus on a de pages, plus on a de contenu et mieux on est référencé.

Ensuite vient l'occurrence du mot clé. Plus il est répété, mieux c'est. Mais sur 100 mots clés définis pour votre site, on dit que seuls 3 ou 4 doivent être présents sur chaque page.

Lorsque vous aurez défini vos mots clés, pas la peine de travailler sur tous en même temps. Il faut y aller par pallier. D'abord les plus importants, 10 par 10 par exemple. Et dès qu'avec ces mots clés, votre site est indexé dans les 1ères pages, vous pouvez passer aux suivants.

Et comment définir ses mots clés ? En fonction de son activité bien sûr, mais on peut aussi s'aider de Google Insight (outil gratuit) qui permet d'identifier la popularité de tel ou tel mot clé.

Le maillage est aussi un maître mot du référencement. L'essence même du web est la notion de réseau. Le moteur de recherche analyse les liens qui existent sur votre site. Il faut donc faire le plus possible de lien entre vos pages, mais aussi avec l'extérieur. Dans un premier temps, pour travailler sur les liens extérieurs, on peut s'inscrire sur des annuaires d'entreprise ou faire des échanges de lien avec d'autres sites. Mais aujourd'hui, les réseaux sociaux sont aussi une véritable mine d'or pour améliorer ce maillage.

Et le référencement payant ?

Le référencement payant vient finalement en complément du référencement naturel. Pour soutenir des événements à court terme, se positionner sur des mots clés pour lesquels il y a beaucoup de concurrence ou sur des mots génériques (je suis coiffeur et je veux que l'on me trouve sur ce mot clé). Et pour ne passer à côté des 30% de clics qui proviennent du référencement payant !

Pour info :

85 % des internautes ne vont pas au delà de la première page de recherche Google.

Les 3 premiers résultats de cette première page monopolisent plus de 60% des clics.

La première position reçoit environ 4 fois plus de clics que la seconde*.

Alors même si l'algorithme de Google reste un mystère pour tout le monde, il existe bien des moyens d'améliorer son référencement, il ne faut pas les laisser de côté par manque de temps. Accorder de l'importance au référencement, c'est assurer la survie de son site !

*sources communes :

<http://www.wiktik.com/blog/2012/02/16/decouverte-du-seo/>

<http://blog.paradiseo.fr/google-repartition-des-clics-sur-les-resultats-de-recherche,39.html>

http://www.securebiz.com/sites/default/files/secor-ebook-fichier/SEO_histoire_de_chapeaux.pdf

<http://www.jonathan-rousseau.be/web/seo/pourquoi-1ere-position-google-statistiques>