

# Table des matières

---

## CHAPITRE 1

### **Le référencement aujourd'hui : généralités, définitions** .....

1

**Référencement *versus* positionnement** ..... 2

**Liens organiques *versus* liens sponsorisés** ..... 3

**Les trois étapes à respecter lors d'un référencement  
sur un moteur de recherche** ..... 6

**Positionnement, oui, mais où ?** ..... 8

**Deux écoles : optimisation du site *versus* pages satellites** ..... 13

**Pourquoi faut-il éviter les pages satellites ?** ..... 15

## CHAPITRE 2

### **Fonctionnement des moteurs de recherche et des annuaires** 21

**Comment fonctionne un moteur de recherche ?** ..... 21

Technologies utilisées par les principaux portails de recherche..... 22

Principe de fonctionnement d'un moteur de recherche ..... 23

**Comment fonctionne un annuaire ?** ..... 40

## CHAPITRE 3

### **Préparation du référencement** ..... 45

**Méthodologie à adopter** ..... 45

**Choix des mots-clés** ..... 46

Le concept de « longue traîne » ..... 46

Comment trouver vos mots-clés ? ..... 48

|   |           |
|---|-----------|
| Intérêt d'un mot-clé .....  | 52        |
| La faisabilité technique du positionnement .....                    | 55        |
| Méthodologie de choix des mots-clés .....                           | 56        |
| Un arbitrage entre intérêt et faisabilité .....                     | 60        |
| <b>Sur quels moteurs et annuaires faut-il se référencer ? .....</b> | <b>60</b> |
| Sur quels moteurs de recherche généralistes se positionner ? .....  | 60        |
| Sur quels annuaires généralistes se référencer ? .....              | 63        |
| Et les autres outils de recherche ? .....                           | 69        |

#### CHAPITRE 4

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Optimisation des pages du site .....</b>   | <b>71</b> |
| <b>Le contenu est capital, le contenu optimisé est visiblement capital ! ..</b>                                     | <b>71</b> |
| <b>Zone chaude 1 : balise &lt;title&gt; .....</b>   | <b>72</b> |
| Libellé du titre .....  | 73        |
| Titres multilingues .....   | 78        |
| Un titre pour chaque page ! .....   | 79        |
| <b>Zone chaude 2 : texte visible .....</b>  | <b>80</b> |
| Localisation du texte .....   | 81        |
| La mise en exergue du texte .....   | 82        |
| Les moteurs prennent-ils en compte les feuilles de styles ? .....   | 85        |
| Nombre d'occurrences des mots et indice de densité .....  | 86        |
| Les différentes formes, l'éloignement et l'ordre des mots .....   | 86        |
| Une thématique unique par page .....  | 87        |
| Langue du texte .....   | 87        |
| <b>Zone chaude 3 : adresse (URL) des pages .....</b>  | <b>88</b> |
| Quel domaine choisir ? .....  | 89        |
| L'hébergement est-il important ? .....  | 90        |
| L'ancienneté du domaine est-elle importante ? .....   | 91        |
| Noms composés : avec ou sans tirets ? .....   | 92        |
| Faut-il utiliser le nom de la société ou un nom contenant des mots-clés plus précis<br>comme nom de domaine ? ..... | 93        |
| Faut-il baser une stratégie de référencement sur plusieurs noms de domaine pointant<br>vers un même site ? .....    | 93        |
| Des mini-sites valent mieux qu'un grand portail .....   | 94        |
| Les sous-domaines .....   | 95        |
| Les intitulés d'URL .....   | 96        |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Zone chaude 4 : liens et réputation</b> .....                            | 97  |
| Réputation d'une page distante .....  | 98  |
| Soignez les libellés de vos liens .....                                     | 99  |
| À éviter le plus possible : images, JavaScript et Flash .....               | 100 |
| Les liens sortants présents dans vos pages .....                            | 101 |
| <b>Zone chaude 5 : liens, PageRank et popularité</b> .....                  | 101 |
| Comment l'indice de popularité est-il calculé ? .....                       | 101 |
| Mode de calcul du PageRank .....  | 103 |
| Le PageRank en images .....   | 104 |
| Spamdexing ou non ? .....   | 106 |
| Le PageRank seul ne suffit pas .....  | 107 |
| Mise à jour du PageRank .....   | 107 |
| Le netlinking ou comment améliorer son indice de popularité ? .....         | 108 |
| Conseils d'ordre général .....  | 108 |
| Évitez le simple « échange de lien » .....                                  | 109 |
| Visez la qualité plutôt que la quantité .....                               | 110 |
| Prenez en compte le PageRank des sites contactés .....                      | 110 |
| Utilisez la fonction « sites similaires » .....                             | 112 |
| Prenez en compte la valeur du PageRank (PR) du site distant .....           | 112 |
| Attention aux pages des sites distants et de votre site .....               | 114 |
| Créez « une charte de liens » .....   | 114 |
| Suivez vos liens .....  | 115 |
| Privilégiez le lien naturel en soignant la qualité de votre site .....      | 115 |
| Le « linkbaiting » ou comment attirer les liens grâce à votre contenu ..... | 115 |
| <b>Zone chaude 6 : balises meta</b> .....                                   | 121 |
| Moins d'importance aujourd'hui .....  | 121 |
| description : à ne pas négliger pour mieux présenter vos pages ! .....      | 122 |
| Meta description : environ 200 caractères .....                             | 123 |
| Keywords : n'y passez pas trop de temps ! .....                             | 124 |
| Indiquez la langue .....  | 126 |
| Seules comptent les balises meta description, keywords et robots .....      | 126 |
| <b>Zone chaude 7 : attributs alt et title</b> .....                         | 127 |
| <b>Les autres critères...</b> .....   | 128 |

## CHAPITRE 5

|  |     |
|--|-----|
| <b>Les contraintes : obstacles ou freins au référencement ?</b>                        | 129 |
| <b>Les frames</b>  | 130 |
| Optimisation de la page mère   | 132 |
| Optimisation des pages filles  | 134 |
| Utiliser les frames pour être mieux référencé.   | 135 |
| <b>Site 100 % Flash</b>  | 136 |
| <b>Langage JavaScript</b>  | 138 |
| Comment faire du JavaScript « spider compatible » ?                                    | 139 |
| <b>Menus déroulants et formulaires</b>   | 140 |
| <b>Sites dynamiques et URL « exotiques »</b>   | 141 |
| Format d'une URL de site dynamique   | 143 |
| Pourquoi les moteurs de recherche n'indexent-ils pas - ou mal - les sites dynamiques ? | 144 |
| Quels formats sont rédhibitoires ?   | 144 |
| Solution 1 : la page satellite   | 145 |
| Le cloaking  | 146 |
| La recopie de site web   | 147 |
| Création de pages de contenu   | 148 |
| Optimisation des pages non dynamiques  | 149 |
| Offres de référencement payant et publicitaire   | 149 |
| L'URL Rewriting  | 150 |
| <b>Identifiants de session</b>   | 158 |
| <b>Cookies</b>   | 159 |
| <b>Accès par mot de passe</b>  | 159 |
| <b>Tests en entrée de site</b>   | 160 |
| <b>Redirections</b>  | 160 |
| <b>Hébergement sécurisé</b>  | 162 |
| <b>Le plan du site et les pages de contenu :<br/>deux armes pour le référencement</b>  | 163 |
| <b>Ne pas oublier la réputation et le format SiteMaps !</b>                            | 164 |
| <b>Cas spécifique des sites multilingues</b>   | 164 |
| Solution 1 : un nom de domaine par langue  | 165 |
| Solution 2 : un sous-domaine par langue  | 165 |
| Solution 3 : un répertoire par langue  | 165 |

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| Solution 4 : pages multilingues ..... | 167 |
| Conclusion .....                      | 167 |

## CHAPITRE 6

### **Le référencement ou comment intégrer**

|   |     |
|---|-----|
| <b>les index des outils de recherche</b> .....                            | 169 |
| <b>Comment soumettre son site aux annuaires</b> .....                     | 169 |
| Processus de référencement sur les annuaires .....                        | 171 |
| Soumission sur Yahoo! France .....  | 171 |
| Inscription sur l'Open Directory .....                                    | 180 |
| Soumission payante .....  | 182 |
| Inscription sur les autres annuaires .....                                | 182 |
| <b>Comment soumettre son site aux moteurs de recherche</b> .....          | 182 |
| Le formulaire de soumission proposé par le moteur .....                   | 183 |
| Le lien depuis une page populaire .....                                   | 185 |
| Le protocole Sitemaps .....   | 186 |
| La prise en compte par d'autres robots que ceux crawlant le Web .....     | 195 |
| Le référencement payant .....   | 196 |
| L'effet Sandbox sur Google .....  | 196 |
| <b>Optimisez votre temps d'indexation</b> .....                           | 197 |
| Mettez en ligne une version provisoire du site .....                      | 197 |
| Profitez de cette version provisoire .....                                | 198 |
| Proposez du contenu dès le départ .....                                   | 199 |
| Faites des mises à jour fréquentes de la version provisoire .....         | 200 |
| Générez les premiers liens .....  | 200 |
| Inscrivez votre site sur les annuaires dès sa sortie .....                | 201 |
| Créez des liens le plus vite possible .....                               | 201 |
| Présentez votre site sur les forums et blogs .....                        | 201 |
| <b>Votre site n'est toujours pas référencé ?</b> .....                    | 202 |
| Comment lister les pages indexées par les moteurs de recherche ? .....    | 202 |
| Différentes raisons de non-indexation de votre site par les moteurs ..... | 204 |

## CHAPITRE 7

|  |     |
|--|-----|
| <b>Comment ne pas être référencé ?</b> .....             | 217 |
| <b>Fichier robots.txt</b> .....                          | 217 |
| <b>Balise meta robots</b> .....                          | 219 |
| <b>Fonctions spécifiques de Google</b> .....             | 221 |
| Balise meta robots spécifique .....                      | 221 |
| Suppression des extraits textuels (snippet) .....        | 221 |
| Suppression des extraits issus de l'Open Directory ..... | 222 |
| Suppression de contenu inutile .....                     | 222 |
| Suppression des pages en cache .....                     | 223 |
| Suppression d'images .....                               | 223 |

## CHAPITRE 8

|   |     |
|---|-----|
| <b>Liens sponsorisés et positionnement publicitaire</b> .....   | 225 |
| <b>Trois notions différentes pour le Search Marketing</b> ..... | 225 |
| <b>Un paiement aux enchères</b> .....                           | 227 |
| <b>Historique et évolutions majeures</b> .....                  | 228 |
| <b>Le marché des liens sponsorisés</b> .....                    | 229 |
| <b>Les liens sponsorisés, comment ça marche ?</b> .....         | 229 |
| <b>Description des offres disponibles</b> .....                 | 232 |
| Google AdWords .....  | 233 |
| Yahoo Search Marketing .....                                    | 235 |
| Microsoft adCenter .....  | 236 |
| Miva .....  | 237 |
| Orange Publicité .....  | 238 |
| Autres acteurs .....  | 240 |
| <b>Mise en œuvre d'une campagne de liens sponsorisés</b> .....  | 240 |
| Lancement d'une campagne .....                                  | 240 |
| Le contexte concurrentiel .....                                 | 242 |
| <b>Optimisation d'une campagne</b> .....                        | 253 |
| <b>Évolution de l'offre des régies</b> .....                    | 254 |
| Le mobile .....   | 254 |
| L'offre contextuelle .....                                      | 254 |
| La recherche locale .....                                       | 255 |

## CHAPITRE 9

|  |     |
|--|-----|
| <b>Le suivi du référencement</b> .....                               | 257 |
| <b>Le retour sur investissement : une notion essentielle</b> .....   | 257 |
| <b>Différents types de calcul ou retour sur investissement</b> ..... | 259 |
| <b>La mise en place de liens de tracking</b> .....                   | 260 |
| <b>Optimisation d'une campagne de liens sponsorisés</b> .....        | 262 |
| Le tracking .....  | 262 |
| Le phénomène des clics frauduleux .....                              | 264 |
| Analyse et optimisation .....  | 265 |
| <b>Publicité, bannières publicitaires</b> .....                      | 273 |
| <b>Référencement : configurez bien votre logiciel</b> .....          | 273 |
| <b>Logiciels de suivi du ROI</b> .....                               | 273 |
| <b>Conclusion</b> .....  | 274 |

## CHAPITRE 10

|  |     |
|--|-----|
| <b>Internalisation ou sous-traitance ?</b> .....                     | 275 |
| <b>Faut-il internaliser ou sous-traiter un référencement ?</b> ..... | 276 |
| Audit et formation préalable .....                                   | 278 |
| Élaboration du cahier des charges .....                              | 279 |
| Définition des mots-clés .....                                       | 279 |
| Mise en œuvre technique du référencement .....                       | 280 |
| Suivi du référencement .....   | 281 |
| Coûts .....  | 282 |
| Préconisations .....   | 283 |
| Conclusion .....   | 283 |
| <b>Combien coûte un référencement ?</b> .....                        | 284 |
| <b>Un référencement gratuit est-il intéressant ?</b> .....           | 285 |
| <b>Comment choisir un prestataire de référencement ?</b> .....       | 285 |
| <b>Où trouver une liste de prestataires de référencement ?</b> ..... | 287 |
| <b>Quelles garanties un référenceur peut-il proposer ?</b> .....     | 287 |
| <b>Chartes de déontologie</b> .....                                  | 288 |
| Charte de déontologie du métier de référenceur .....                 | 289 |
| Définition du spamdexing .....                                       | 290 |

## ANNEXE

|  |     |
|--|-----|
| <b>Webographie</b> .....   | 293 |
| <b>Les <i>musts</i> de la recherche d'informations et du référencement</b> ..... | 293 |
| En français .....  | 293 |
| En anglais .....   | 294 |
| <b>Les blogs de la recherche d'informations et du référencement</b> .....        | 294 |
| Blogs officiels des moteurs de recherche .....                                   | 294 |
| Blogs en français sur les outils de recherche et le référencement .....          | 295 |
| Blogs en anglais sur les outils de recherche et le référencement .....           | 295 |
| <b>Les forums de la recherche d'informations et du référencement</b> .....       | 295 |
| Forums en français sur les outils de recherche et le référencement .....         | 295 |
| Forums en anglais sur les outils de recherche et le référencement .....          | 296 |
| <b>Les associations de référenceurs</b> .....                                    | 296 |
| <b>Les baromètres du référencement</b> .....                                     | 296 |
| Les baromètres français .....  | 296 |
| Baromètres anglophones .....   | 297 |
| <b>Lexiques sur les moteurs de recherche et le référencement</b> .....           | 297 |
| Conclusion   |     |
| <b>Les 12 phrases clés du référencement</b> .....                                | 299 |
| Index .....  | 301 |