

Comment plaire à Google ?

Ou que faire pour que vos pages web ressortent en bonne position dans le moteur de recherche

1 Placer vos mots clés aux bons endroits

La balise <TITLE>

C'est la balise clé. Entre 70 et 100 caractères de préférence. Les premiers mots auront le plus de poids. Prévoyez un TITLE différent pour chaque page de votre site.

L'adresse de la page web (URL)

Les mots clés contenus dans l'adresse de la page influencent son référencement. Préférez les adresses significatives (du genre : <http://www.faune-et-flore.com/faune/mediterranee/faune-de-mediterranee.htm>) plutôt qu'une adresse technique (du genre : <http://www.naturama.com/rep03/med/0823xb?45.htm>). Utilisez le trait d'union comme séparateur.

Les métadonnées « Keywords » et « Description »

```
<meta name="description" content="Votre description ici">
<meta name="keywords" content="Vos mots clés ici">
```

Ces balises n'influencent plus vraiment le référencement aujourd'hui. Vous ne perdez rien, toutefois, à les remplir.

Les hyperliens

Les mots clés contenus dans un lien texte favorisent le référencement de la page cible. Evitez les liens inconsistants du genre « [cliquez ici](#) ». Préférez leur des liens riches en mots clés, du genre « [photos de fleurs méditerranéennes](#) ».

La balise <H1>

C'est le titre principal à l'intérieur de la page (à ne pas confondre avec la balise <TITLE> évoquée plus haut). Rédigez des titres précis et explicites. Du genre : « Comment obtenir un VISA pour l'Inde », plutôt que « Procédure administrative ».

Le texte alternatif

Lorsque vous intégrez une image dans la page, prévoyez un texte alternatif descriptif de l'image (attribut ALT de la balise en langage HTML). Près de 10% du trafic généré par Google provient des recherches faites sur des images. Les textes alternatifs sont pris en compte par Google comme des éléments identifiant le contenu de votre site.

Le contenu texte

Le corps de texte dans son ensemble est pris en compte par Google. Sachez que les mots clés contenus dans le début du texte auront plus de poids que ceux qui suivent. Par ailleurs, le texte qui bénéficie d'une structuration particulière (balises <H2>, <H3>, , ...) fera l'objet d'une attention particulière de la part du moteur. Actualisez régulièrement votre contenu... Google apprécie.

La répétition d'un mot ou d'une expression à différents endroits de la page (densité d'un mot clé) favorise son référencement. Attention toutefois aux abus : Google pénalise les sites web qui exagèrent.

2 Choisir les bons mots clés

Utilisez un langage naturel (les mots que vos utilisateurs cibles chercheront sur Google). Exemple observé: les autorités publiques locales parlent volontiers de « changement de domicile »... alors que les citoyens chercheront de l'information sur les « déménagements »... ce décalage de langage est un obstacle au référencement.

Pouvez-vous me dire comment signaler un **changement d'adresse** ?

Désolé, nous ne traitons que les **formalités de domiciliation**.



Quels sont les mots clés les plus recherchés ?

Le « générateur de mots clés » de Google vous donne la réponse : <https://adwords.google.fr/select/KeywordToolExternal>

Grâce à cet outil, évaluez objectivement le trafic potentiel associé à différents mots clés liés à votre activité.

Par exemple :

« Déménagement » : **300.000** recherches mensuelles
« Domiciliation » : **60.000** recherches mensuelles

3 Encourager les liens entrants

Google propulse aux premiers rangs les sites web qui bénéficient d'une bonne **popularité**. La popularité se définit comme la quantité et la qualité des liens entrants. Autrement dit, plus un grand nombre de sites web référencent le vôtre, et plus ces sites s'avèrent eux-mêmes populaires, mieux vous serez positionnés. Google attribue un Page Rank (note de 1 à 10) à vos pages web, en grande partie basé sur votre popularité.

Créez donc du lien. Invitez vos **partenaires** à faire des liens vers vous. Construisez des passerelles entre vos différents domaines internet. Mentionnez l'adresse de votre site dans les forums et dans les annuaires. Si votre projet est non commercial, n'hésitez pas à vous donner une présence sur des sites très porteurs comme Wikipedia.

Comment mesurer votre popularité ?

Tapez l'expression "**link:**", suivie de l'adresse dans Google ou Yahoo! pour identifier les sites web qui parlent de vous.

Calculez votre **Google Page Rank** en installant la barre d'outils Google ou directement en ligne, sur www.pagerank-direct.fr par exemple. Comparez ce page rank avec celui de vos concurrents. Un page rank de 3 ou 4 (sur 10) est déjà appréciable.

4 Respecter les standards techniques

En respectant les standards **XHTML** (langage web), **CSS** (langage des feuilles de style) et **WAI** (standards d'accessibilité), tels que disponibles sur le site officiel www.w3.org, vous facilitez la tâche aux robots de Google.

Rien ne vaut les pages statiques de **simple contenu texte**. Les applications Flash, les vidéos, les scripts et les bases de données peuvent compliquer le référencement. Evitez également les frames, technique en voie de disparition.

redaction.be

LE SITE DES SPÉCIALISTES DE L'INFORMATION EN LIGNE

Apprenez à plaire à Google

Formation "écrire pour le web" - Bruxelles
www.redaction.be/formations/ecritureweb.htm