

Éditions Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05
www.editions-eyrolles.com

Table des matières

Avant-propos	9
Comment ce livre est-il structuré ?	11
À qui s'adresse ce livre ?	12
Introduction	
Les bases du référencement	15
Bref historique	15
Google et la concurrence	22
Référencement ou SEO ?	24
Les différentes zones des SERP de Google	26
Comment fonctionne un moteur de recherche ?	32
Faut-il soumettre son site à Google ?	39
Objectif première page !	41
Le référencement, c'est un supermarché et un gâteau !	42
Étape 1	
La technique	47
Avant de commencer	51
Les balises <h1> à <h6>	61

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation de l'Éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2014, 2017, 2018
© Éditions Eyrolles, 2019, pour la présente édition ISBN : 978-2-212-67799-7

La balise «title»	67
La balise meta description	71
La balise meta keywords	75
Les mots en gras (balise)	78
Les images	81
Les adresses (URL)	87
Les adresses sécurisées (https)	93
Compatibilité mobile	95
Temps d'affichage des pages	97
Petit bilan	101
Étape 2	
Le contenu textuel	103
Méthodologie à adopter	103
Choix des mots-clés	104
Rédaction et structuration du contenu	115
Le contenu est capital, le contenu optimisé est visiblement capital !	116
Faut-il souvent répéter un mot ?	120
Les différentes formes d'un mot	120
La notion de requête principale (RP)	121
La casse des lettres	121
L'ordre et l'éloignement des mots	122
Une thématique unique par page	122
Langue du texte	122
Localisation du texte	124
L'optimisation SEO d'un texte	124

Le plan du site : une arme souvent essentielle pour le référencement	152
Petit bilan	153
Étape 3	
Les liens	155
Liens internes et réputation	155
Les liens sortants présents dans les pages	158
Backlinks, PageRank et indice de popularité	159
Attention à la sous-traitance !	184
Petit bilan	185
Étape 4	
Le suivi du référencement	187
Positionnement, trafic généré et ROI	187
La mise en place de liens de tracking	192
Le (not provided), fléau du webmarketeur	193
L'analyse du trafic, le futur du positionnement	195
Petit bilan	195
Bonus	
Quelques outils du référencement naturel	197
Les outils fournis par les moteurs de recherche	197
Les outils d'analyse et d'audit	199
Les outils de crawl et d'exploration de site	200
Les outils d'analyse sémantique	202
Les outils d'analyse du maillage interne	204

Les outils de détection du contenu dupliqué.....	206
Les outils de test d'affichage.....	207
Bonus	
La (nouvelle) Google Search Console.....	209
Inscrire son site (propriété) sur la Search Console.....	210
La nouvelle Search Console.....	216
À vous de jouer !.....	222
Conclusion.....	
La règle des « 4C » : Contenu, Code, Conception et Célébrité.....	223
Internalisation ou sous-traitance ?.....	234
Les 12 points clés du référencement.....	235
Annexe	
Webographie.....	239
La boîte à outils du référenceur.....	239
Les indispensables de la recherche d'information et du référencement.....	242
Les blogs officiels des moteurs de recherche.....	244
Les forums dédiés à la recherche d'information et au référencement.....	245
Les associations de référenceurs.....	245
Les baromètres du référencement.....	246
Les lexiques sur les moteurs de recherche et le référencement.....	247
Index.....	249

Avant-propos

Que vous ayez un site web déjà en ligne ou que celui-ci soit en projet, vous ne pourrez faire l'impasse sur les notions de référencement naturel et de visibilité sur les moteurs de recherche, et en particulier sur le roi des moteurs qu'est Google.

Le livre que vous avez entre les mains est donc fait pour vous !

Avant de vous lancer dans le vif du sujet, j'aimerais me présenter à vous qui allez lire (jusqu'au bout, je l'espère...) cet ouvrage.

Cela fait maintenant plus de vingt ans que j'ai découvert Internet, le Web et les moteurs de recherche. Mon premier livre (en 1994, déjà chez Eyrolles) s'intitulait *Internet – Guide de connexion* et expliquait comment relier son ordinateur à la Toile mondiale qui naissait à peine. Difficile d'imaginer un ouvrage qui parle spécifiquement de ce sujet aujourd'hui, non ? Depuis j'en ai écrit bien d'autres, principalement dans le domaine de la recherche d'information et du référencement, et donc des moteurs de recherche qui me passionnent depuis tant d'années.

Suite à ce premier livre en 1994, je me suis mis à mon compte, le 1^{er} avril 1996 précisément (non, ce n'était pas un poisson d'avril !), avec une offre de référencement « pré-googlienne » (le célèbre moteur n'allait voir le jour que quelques années plus tard) sur les outils de l'époque : annuaires (Yahoo!, Nomade, Guide de Voilà, Open Directory) et moteurs (AltaVista, Lycos, Infoseek, Excite, WebCrawler, etc.). Je choisis de