



FICHE OUTIL :

LES BASES DU REFERENCEMENT



1. Référencement et configuration

A. OPTIMISATION INTERNE DU SITE

- **La balise <titre> de la page**

Le titre, défini dans la balise <title> de votre page, est l'un des facteurs les plus importants pour le référencement de votre site web. Non seulement c'est le titre de votre page (bleu) dans l'onglet de votre navigateur, mais c'est aussi la première ligne que les gens verront dans les résultats de recherche, suivi par l'URL (vert) et le résumé, dans la balise <meta description> (noir) :

Conseil en création et développement d'entreprise - BGE ...

www.bge-hautsdefrance.fr/ ▼

Suivez les pas d'Émeraude et découvrez BGE Hauts de France. Close. Nos engagements ... Où trouver la BGE ? Créer une entreprise dans le Nord.

Explications :

- Les moteurs de recherche accordent plus de poids aux premiers mots, donc si vos mots-clés sont proches du début du titre de la page, vous aurez plus de chances d'être bien positionné.
- Les gens qui parcourent les pages de résultats voient les mots du début en premier. Si vos mots-clés sont au début de la liste, votre page aura bien plus de chances d'être cliquée.

Conseils de rédaction :

- La balise Title : insérez 8 mots maximum et si possible répétez deux fois le mot clé principal, 50 à 90 caractères.
- La balise Description : décrivez brièvement le contenu de la page, 150 à 200 caractères. Incitez le visiteur à cliquer sur le titre de votre page en insérant des arguments tels que gratuit, frais de port offerts à partir de 90€, livraison 48 H, 1800 références, spécialiste depuis 1990, etc.

Conseils pour le référencement géolocalisé :

Indiquez dans le titre de la page, l'expression principale sur laquelle vous souhaitez vous positionner, suivi du nom de votre zone de chalandise (ville + code postal, département (59), région), par exemple :

« Boutique **vêtements femme Lille** – prêt à porter femme Lille (59000) + votre nom de marque »

A noter qu'on utilise toujours le même champ lexical, vêtements, prêt à porter. Il faut varier les synonymes en y ajoutant des suffixes et préfixes comme magasin, boutique, marques, ville, 59000, etc. Si on se situe dans un village à côté d'une grande ville, il ne faut pas hésiter à cibler la grande ville car le volume de recherches est potentiellement supérieur à celui du village.

- **La balise <h1> de la page**

Elle met en valeur les titres importants des pages pour les moteurs de recherche. Elle est composée de mots clés. La balise h1 peut- être identique à la balise Title mais doit être différente sur chaque page. Reportez-vous à la partie « Ajouter une page ».

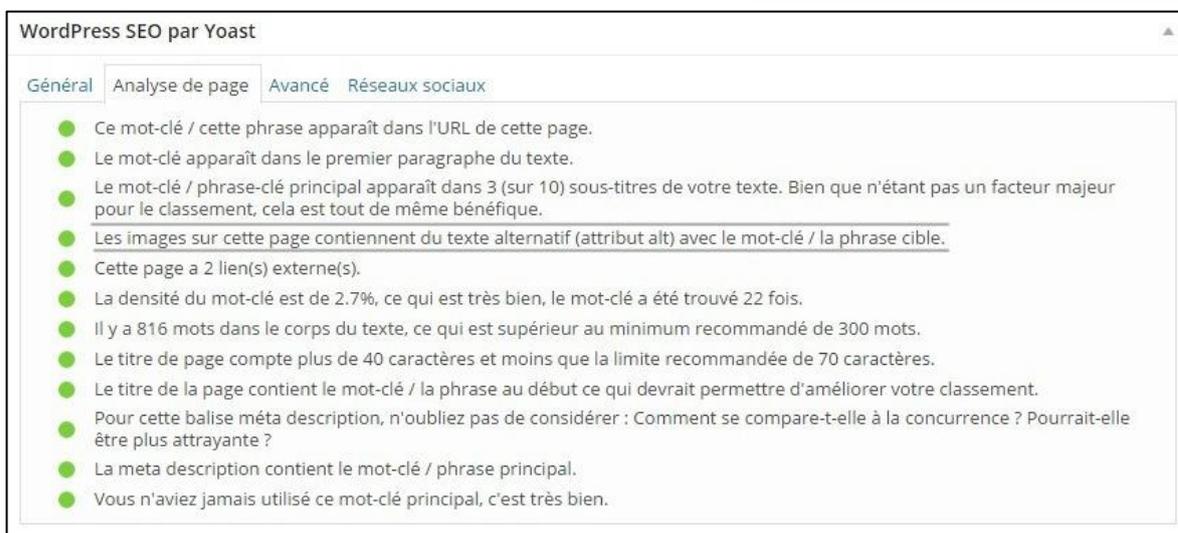
Dans votre navigateur Firefox ou Chrome, installez le module Webdevelloper pour voir la structure des pages avec les balises Hn (h1, h2 ...). Entourer > cochez les Titres hn + Indiquer les balises en entourant les éléments.



- **Optimisation des images**

Le traitement des images est une partie souvent négligée dans le référencement de WordPress. En remplissant correctement la balise « Alt » des images et en réfléchissant à la façon dont vous nommez les fichiers, vous pourrez récupérer un peu de trafic supplémentaire en provenance des différents moteurs de recherche d'images.

La balise ALT peut- être identique à la balise Title ou H1. Renommez le nom du fichier des images avec des mots clés au lieu de D_4402.jpeg...



2. OPTIMISATION DES URLS

Les URLS permettent de fournir à Google des liens contenant des mots clés pour l'analyse de votre page, <http://www.universbroderie.com/kits-broderie-point-de-croix.html> au lieu de <http://www.universbroderie.com/PBCPPlayer.asp?ID=790645>

Par défaut, les URLS dans WordPress ne sont pas optimisées. Google apprécie particulièrement les URLS courtes qui se terminent par une extension de type .HTML. Google peut ainsi faire la distinction entre une page et un répertoire.

Conseils de rédaction :

- Insérez 2 à 3 mots clés maximum dans l'URL.
- Séparez les mots clés par un tiret (-) et non pas par un underscore (_).
- Changez les lettres accentuées (é devient e, ç devient c), pas de majuscule.

- **Supprimer le préfixe Category des URLS des catégories :**

Pour supprimer facilement le « préfixe », *category* affiché automatiquement dans les URLS des pages des catégories. Il vous suffit simplement de renseigner un point (.) ou *category* dans le champ intitulé Préfixe des catégories dans les réglages des *permalinks* :

Facultatif

Si vous le souhaitez, vous pouvez spécifier ici une structure personnalisée pour les adresses web de vos étiquettes et de vos catégories. Par exemple, en utilisant `sujets` comme préfixe pour vos catégories, vous obtiendrez des adresses web comme : `http://www.rachat-de-credit.re/sujets/non-classe/` . Si vous laissez ce champ vide, la valeur par défaut sera appliquée.

Préfixe des catégories

Base des étiquettes

[Enregistrer les modifications](#)

- **Pour les utilisateurs de Google Webmaster Tools :**

Pour récupérer les liens des sitemaps automatiquement générés par WordPress SEO, cliquez sur le bouton XML Sitemaps. Une page affiche ensuite les différents sitemaps générés par l'extension. Il vous suffit maintenant d'ajouter les liens dans votre compte Webmaster Tools. Google Webmaster Tools est un outil gratuit d'aide au référencement.

Connectez-vous à Google Webmaster Tools. <http://www.google.fr/webmasters/>

Une fois connecté, créez un compte Google Webmaster Tools.

Accueil

- Tous les messages
- Autres ressources

Bienvenue dans la Search Console

Obtenez les données, les outils et les diagnostics nécessaires pour créer et gérer des sites Web et des applications mobiles facilement explorables par Google.
 Pour commencer, ajoutez simplement votre site ou votre application.

AJOUTER LA PROPRIÉTÉ

- Ajoutez le nom de votre site : www.monsite.fr. Attention, il faudra rentrer son adresse avec ou sans [www](http://www.monsite.fr). Par exemple, si <http://monsie.fr> redirige vers <http://www.monsie.fr>, veuillez inscrire votre site avec la dernière adresse.
- Cliquez sur le bouton rouge, ajouter la propriété.
- Copiez-collez ensuite, la balise proposée dans WordPress SEO en sélectionnant **Autres méthodes** puis **Balise HTML**.

Il suffit de cliquer sur l'image de votre site pour accéder au tableau de bord :



Dans le tableau de bord, *Exploration > Sitemaps* :

Cliquez sur le bouton rouge *Ajoutez et tester sitemap* et dans la fenêtre du navigateur, copiez uniquement **page-sitemap.xml** dans le champ prévu à cet effet.

Search Console

www.t... s.fr Aide

AJOUTER/TESTER UN SITEMAP

Tableau de bord

Messages

- Apparence dans les résultats de recherche
- Trafic de recherche
- Index Google
- Exploration
 - Erreurs d'exploration
 - Statistiques sur l'exploration
 - Explorer comme Google
 - Outil de test du fichier robots.txt
 - Sitemaps**
 - Paramètres d'URL
 - Problèmes de sécurité
- Autres ressources

Sitemaps

Mes sitemaps (1) Tous (1)

Contenu des sitemaps

Tous les types de contenu	Pages Web	Images
■ URL envoyées	13 URL envoyées	11 URL envoyées
■ Dans l'index	13 Dans l'index	11 Dans l'index

Sitemaps (Tous les types de contenu)

Tout télécharger Renvoyer Supprimer

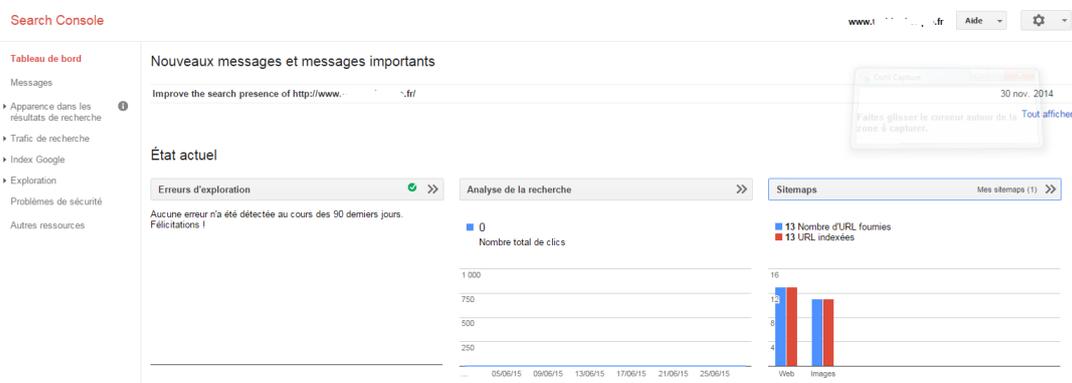
Afficher 25 lignes 1 à 1 sur 1

#	Sitemap	Type	Date de traitement	Problèmes	Éléments	URL envoyées	Dans l'index
1	/page-sitemap.xml	Sitemap	25 juin 2015	-	Web Images	13 11	13 11

1 à 1 sur 1

Pour connaître les pages réellement indexées dans Google, tapez l'expression `site:monsite.fr` (sans les `http://` ni `www`).

Sur l'écran principal (tableau de bord), vous pourrez, après une semaine, voir ce qui ne va éventuellement pas sur votre site.



Analyse de la recherche

La fenêtre du milieu vous donne par défaut le nombre d'impressions et le nombre de clics effectués sur votre site. Le nombre d'impressions correspond au nombre d'affichages dans Google (en première page ou non) du contenu de votre site.

Le nombre de clics correspond théoriquement à ceux effectués par les visiteurs sur votre site (en passant par Google).

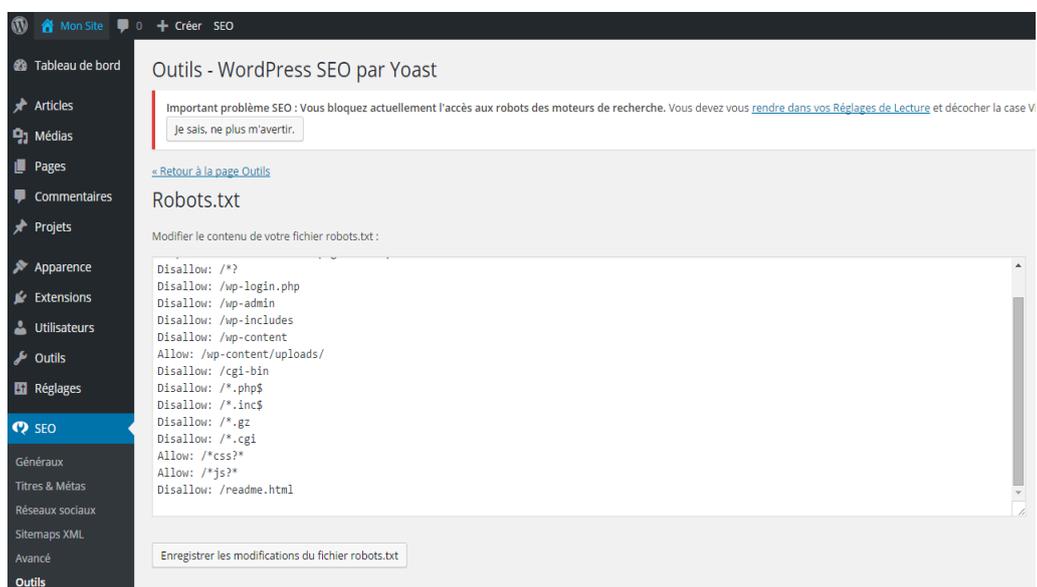
Sitemaps

Grâce à la fenêtre de droite, vous pourrez voir, chaque jour (et non en temps réel) où en est l'indexation de votre site. Pour cela, il faut soumettre à Google Webmaster Tools, un sitemap (plan de site pour les moteurs de recherches). Vous obtiendrez au bout de quelques jours, un résultat comme ci-dessus.

- **Créer un fichier robots.txt**

Le fichier robots.txt est un fichier que l'on place à la racine de son serveur et permet aux moteurs de recherches d'*indexer votre site internet c'est-à-dire* d'analyser, de parcourir et de garder en mémoire votre contenu.

Il peut être automatiquement généré depuis le plugin WordPress SEO, cliquez sur le bouton *Outils > Editeurs de fichiers*.



Puis copiez le code ci-dessous :

User-agent: *

Sitemap: <http://monsie.fr/page-sitemap.xml>

Disallow: /readme.html

La signification du code :

Allow signifie autorisé, et Disallow interdit.

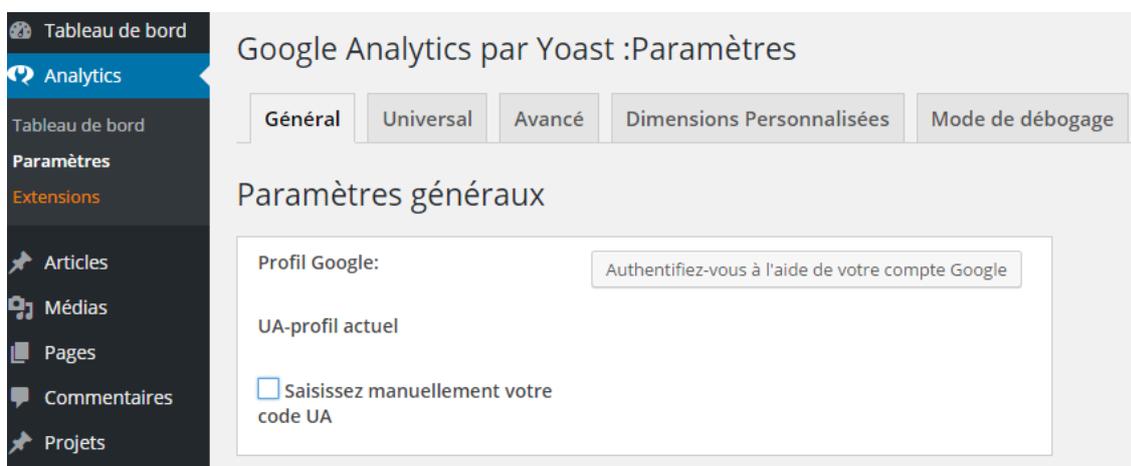
- User-agent: * : Concerne tous les robots
- Sitemap : <http://monsie.fr/page-sitemap.xml> : indexation du sitemap
- Disallow: /readme.html : il affiche la version de WordPress. Il faut l'interdire car il apparaît à chaque mise à jour de WordPress même si on le supprime.

3. CONFIGURER GOOGLE ANALYTICS

Lors du lancement d'un site web, il est important de le relier au plugin Google Analytics by Yoast. Il vous transmettra de nombreuses informations concernant le nombre de vues, de visiteurs, la localisation des lecteurs, etc.

<https://wordpress.org/plugins/google-analytics-for-wordpress/>

Dans *Analytics > Paramètres*, cliquez sur *Authentifiez-vous à l'aide de votre compte Google*.



Vous pouvez aussi créer un compte manuellement : <http://www.google.fr/analytics/>

