

WAZO

VISUAL & INTERACTIVE
COMMUNICATION

CRITERES de REFERENCEMENT



WEB: www.wazo.lu - MAIL: hello@wazo.lu

WAZO S.A. - 3, Op d'Schmett - 9964 HULDANGE - LUXEMBOURG
TEL LUXEMBOURG: +352(0)2020 2180 - TEL BELGIUM: +32(0)2888 1620

CRITÈRES DE POSITIONNEMENT

Introduction

Voici une liste non exhaustive des critères utilisés pour le positionnement de votre site.

Conception du site

Age du site

Plus un site a de l'ancienneté, plus ce dernier prend de la valeur pour les moteurs de recherche.

Hébergement

Le site doit être hébergé dans le pays. Il faut également faire attention que l'hébergement ne se fait pas sur le même serveur que des sites de spammeurs.

Nombre de pages du site

Il est conseillé que le site Internet comporte un minimum de 10 pages contenant chacune entre 250 et 600 mots. Les mots ou expressions clés doivent être entourés de balises . Les pages doivent être mono-thématiques, c'est-à-dire une page = un contenu.

Liens externes

o Il s'agit de liens mis en place par un site Internet vers un autre site Internet-, c'est un procédé gratuit et qui est favorable aux deux parties concernées. En effet, les moteurs de recherche considèrent chaque lien comme un vote pour votre site.

o Quelques règles sont à respecter pour le choix des « backlinks » -

La qualité du site, son page rank

La quantité de liens externes que possède le site (il ne doit pas en avoir beaucoup)

Plus le thème entre les sites est identique plus le lien prend de la valeur

o Astuces :

favoriser les échanges de liens croisés contre des liens réciproques, cela aura encore plus de valeur.

Vérifier si les échanges de liens acquis soient toujours en place après une certaine durée

Privilégier les liens au format HREF (texte)

o Remarque : la méthode « linkbaiting », qui consiste à obtenir des liens en créant des articles intéressants est très propice également

Balise title et meta description

o La balise title et meta description doivent être différentes sur chaque page et doivent contenir un nombre maximum de caractères (pour les title entre 50 et 70 caractères et pour les meta descriptions entre 250 à 300 caractères)

o La balise description est importante au niveau du clic des internautes, il faut donc soigner sa rédaction, le lien pointant vers une page avec le contenu qui en fait référence.

o Donner un titre à vos pages qui soit clair et concis et qui regroupe vos expressions clés

o Exemple, si je vends du Chou Fleur :

o <title>Chou Fleur : Achetez les Fleurs aux choux au meilleur prix.</title>

Les images

Une image se traduit chez un moteur de recherche par une absence de texte visible. En conséquence, il faut absolument éviter :

- Les sites composés exclusivement d'images
- L'intégration de contenu dans une image
- Il est pertinent de renseigner les balises ALT.

La balise meta langue

Indiquer la langue est rapide est un point important pour les moteurs de recherche.

Lien Href

Reliez chacune des pages de votre site par un lien `Expression Clé Majeure`

Le code

Le pourcentage du contenu par rapport au code html ne devrait pas être inférieur à 15%. Utiliser au maximum des css, si possible être compatible W3C, utiliser de préférence les `<DIV>`

Le fil d'ariane

- o Il s'agit d'une fonctionnalité représentant le chemin de navigation qui est inscrit sur chaque page du site et qui permet à l'internaute de se situer sur le site mais aussi de remonter plus facilement aux rubriques principales avec un nombre de clics minimum.
- o Prenons un exemple : `www.actualité/france/économie`
- o Doit également être clair et contenir des mots-clés.

Lien Href

Reliez chacune des pages de votre site par un lien `Expression Clé Majeure`

URL

- o En anglais, nice urling, signifie qu'il faut que l'adresse url soit claire et doit contenir les mots-clés. Astuce : L'URL Rewriting (réécriture d'URL en bon français) est une technique utilisée pour optimiser le référencement des sites dynamiques qui sont caractérisés par des URL complexes, comportant en général un point d'interrogation, éventuellement le caractère et ainsi que des noms de variables et des valeurs.

Exemple : `article.php?id=12&page=2&rubrique=5`

Dans cet exemple, le fichier `article.php` est utilisé pour afficher un article dont le texte vient d'une base de données. C'est un fichier générique, qui peut afficher n'importe quel article, de n'importe quelle rubrique, page par page. Ici on cherche à afficher la page 2 de l'article numéro 12 qui fait partie de la rubrique 5. Google par exemple n'indexe en général que les pages ayant au maximum 2 paramètres dans l'URL : il n'indexe donc pas une page comme celle de notre exemple.

Grâce à l'URL Rewriting, Google ainsi que n'importe quel robot va pouvoir indexer les pages dynamiques. L'intérêt est par exemple d'avoir plusieurs milliers de pages de votre site indexées dans Google (le catalogue de tous vos produits, votre forum, etc.).

Mise à jour

- o Date de dernière update de la page une page jamais mise à jour est un point négatif. Dès lors, la fréquence de création de nouvelle page sur le site est donc un point crucial.
- o En effet, l'intérêt du réseau Internet est aussi d'y trouver des informations actuelles et tenues à jour.

Sitemap HTML

- o Le sitemap - plan du site- fournit aux moteurs de recherche la liste des url du site. C'est en quelque sorte une vue d'ensemble du contenu du site. Le principe est de créer un fichier contenant la liste des pages ainsi que certaines informations complémentaires les concernant et de le fournir à Google de manière automatisée. Ce système peut permettre à Google d'indexer plus rapidement les pages du site.
- o Le sitemap permet également à l'internaute d'avoir une vue d'ensemble sur les pages proposées et l'aide donc à se repérer plus facilement.
- o Si le plan du site comprend plus de 100 liens, nous conseillons de diviser ce plan en plusieurs pages.

Appartenance à Yahoo et Dmoz

Vitesse de navigation

L'internaute est le reflet de la société actuelle : la rapidité est un point essentiel. en effet, c'est un fait, au-delà des 5 secondes d'attente lors de l'affichage d'une page, un internaute perd patience et quitte souvent le site. Afin d'éviter cela, il faut tenir compte du poids des pages du site. Il est fortement conseillé que les pages principales du site ne dépassent pas les 150 ko

Utilisation des services Google

(adwords, sitemap, adsense, analytics, gmail, etc..)

Variable de cession

Faire en sorte que les variables de cession ne soient pas nécessaires pour afficher le contenu.

Les sites en flash

Une animation Flash se traduit chez un moteur de recherche par :

- o Une absence de texte visible
- o Une absence de liens

En conséquence, il faut absolument éviter :

- o Les sites 100% flash
- o Les menus en flash

La configuration du serveur

Gestion des erreurs 404

Pour les pages remplacées : mettre en place une redirection permanente (301) de l'ancienne page vers la nouvelle

Pour les pages supprimées : mettre une page d'erreur 404 personnalisée

Fichier Robots.txt

- o Sert à bloquer l'indexation de certaines parties du site
- o Utilisation de la balise : meta name=»robots»

Ce qu'il faut éviter

Site entièrement en flash, ajax, frameset, Iframe, contenu dupliqué, Il ne s'agit pas de truffer de mots-clés le texte mais de contruire un contenu intelligent et clairement indexable par google, les redirections, robots.txt, sitemap, Certains sites conditionnent l'accès au site par l'acceptation d'un cookie. Ne pas rendre l'acceptation des cookies obligatoire, Pas de texte caché. et surtout éviter d'inclure du texte dans les images/flash car cela n'est pas pris en compte.

Espace sécurisé HTTPS : Les pages en https sont mal indexées et sont prises en compte par peu d'outils (Google et Yahoo principalement).

Réserver l'utilisation du SSL aux seules pages qui en ont fondamentalement besoin.