

REFERENCEMENT GOOGLE

1. Définition et fonctionnement de Google

- **Référencement** : le fait d'apparaître dans la base de données de Google. (site:mondomaine.com pour obtenir les pages référencées par Google)
- **Positionnement** : classement des résultats dans la base de données de Google. Il se fait en regardant le nombre de liens externes pointant sur son site. Mais il faut que ce soit des liens de qualité, le texte du lien doit contenir les mots clés de la page pointés et le lien doit être sur une page ayant un fort Page Rank. L'ancienneté du site joue lui aussi.
- **Data center** : les différents serveurs de google avec la réplication de la base de données.
- **Page Rank** : indice de popularité d'une page d'un site internet, compris entre 0 et 10. C'est un des facteurs du positionnement. Plus le Page Rank est élevé plus le robot Google visitera la page. Il est recalculé lors de la mise à jour des Data Center, c'est la Google Dance.
- **Google Dance** : période pendant laquelle google met à jour sa base de données. (Alerte Google Dance : <http://webrankinfo.com/wri/abonnements.php>)
- **Full Crawl** : les robots de Google ont une forte activité.
- **Fresh Crawl** : activité des robots Google sur les nouveaux contenus.
- **Back Link** : lien interne ou externe pointant vers une page de son site.
- **Sand Box** : boîte noire, le site est banni de la base de données de google.

2. Les mots Clés

Pour définir le potentiel d'un mot, il faut regarder le nombre de résultats obtenus lors d'une recherche sur ce mot clé.

<http://inventory.fr.overture.com/d/searchinventory/suggestion/>

Il est possible d'utiliser Google AdWords pour créer des liens commerciaux pour un mot clé sur les résultats de Google. Pour cela il faut définir un budget par jour et définir le montant du « Click » et tant que le budget n'est pas atteint le lien reste présent sur Google.

Terme recherché	Announces AdWords
	
Résultats de la recherche	

3. Les critères de référencement

Critères « On Page » : optimisation que l'on peut faire dans la page

Critères « Off Page » : Back Link, Page Rank ...

a. Critères "On Page"

Il faut tout d'abord définir les mots clés et le contenu de la page.

Le titre de la page : expression pour caractériser la page.

- Les pages doivent avoir des titres différents sinon elles sont considérées comme similaires.
- Le nombre de mots doit être de 10 maximum.
- Les mots clés doivent se retrouver dans le titre
- Eviter de mettre 2 fois un même mot sinon il faut les éloigner l'un de l'autre.
- Mettre les mots en début du titre
- Pour un site en plusieurs langues, il est préférable de faire une page par langue.
- Il vaut mieux plusieurs petites pages avec un titre qui colle bien qu'une grande page avec plusieurs thèmes abordés
- La balise <Title></Title> doit être la plus haute possible

Optimisation du texte lisible : tout texte qui peut être sélectionné

- La localisation du texte dans la page est très importante, les mots clés doivent être le plus près de la balise <BODY>.
- Utiliser la mise en avant du texte pour les mots clés, comme **le gras** avec la balise ou la balise ou **les titres** avec la balise du type <h1></h1>.

Astuces : Il est possible de masquer l'effet de gras ou de titre avec du CSS. Il est aussi possible de mettre un titre « H1 » en haut de page et de la masquer avec un CSS en utilisant la fonction « display:none ».

Les liens textuels : pour une meilleure optimisation, ils doivent contenir les mots clés de la page visée. Il apporte des « points » pour le référencement dans la page ou il est intégré mais aussi pour la page liée.

L'indice de densité de mots (I.D.M) : nombre d'occurrence d'un mot, divisé par le nombre de mots total dans la page.

IDM pour un mot du titre doit être environ de 20%

IDM pour un mot du contenu doit être environ de 5% et pas plus de 10%

Pour le calculer : <http://www.outiref.com>

La forme des mots : essayer d'intégrer les mots clés au singulier et au pluriel dans le contenu de la page.

L'URL : essayer d'intégrer les mots clés dans le nom de domaine, les répertoires et le nom de la page html.

- Utiliser le tiret pour séparer les mots
- Utiliser les sous domaine, par exemple pour un album photo <http://photos.mondomaine.com>
- Pour un site avec base de données avec une URL du type mapage.html?id=1234 utiliser la technique d'URL-rewriting ou réécriture de l'URL à l'aide des paramètres de la base de données.

Méta balise

- **Meta keyword** : ignoré par les principaux moteurs de recherche. C'est ici que l'ont peut mettre les mots clés au singulier / pluriel ou avec des fautes.
- **Meta description** : apparaît en dessous du titre dans les résultats Google. Si les mots clés ne sont pas dans la description mais dans le contenu, Google affiche le contenu au lieu de la description.

Insertion d'image avec lien hypertext : utiliser l'attribut « ALT » de l'image pour en faire une description. L'information sera prise en compte par Google seulement si il y a un lien hypertext sur l'image.

```
<img src= « chemin » alt = « text de remplacement » title = « bulle daide »>
```

b. Critère "Off Page"

Back Link : utiliser les mots clés dans le texte du lien. Il intervient dans le calcul du Page Rank.

- On peut donc s'inscrire dans des annuaires de recherche tels que Dmoz, Webrankinfo ou Yagoort, mais il ne faut pas mettre la même description ou titre dans tous les annuaires.
- Il faut s'inscrire dans un annuaire avec un fort Page Rank
- Pour connaître le nombre de site faisant un lien vers le sien :
link:mondomaine.com

<http://annuaire.yagoort.org/>

<http://www.webrankinfo.com/annuaire/>

<http://dmoz.org/>

Sand Box : si un *site:nomdomaine.com* donne un résultat de 0 alors que le site était référencé au paravant votre site est dans la Sand Box de Google. Il faut donc éviter la tricherie de référencement ou une inscription trop importante dans des annuaires.

c. Les facteurs bloquants

- Les frames
- Le Flash
- Liens avec javascript

Il est possible d'utiliser une page avec le plan de site pour faciliter le référencement

d. Le fichier « Robots.txt »

Il doit être à la racine du site et contenir « user-agent : * » pour autoriser le passage de tous les robots de référencement.

Il est possible de mettre aussi la balise méta suivante :
<meta name= « robots » content= « index, follow » >

4. Les outils de suivi de référencement

Rapport d'indexation Google : <http://annuaire.yagoort.org/login.html>

Outils de gestion des Url : <http://www.webrankinfo.com/>

Calcul du checksum : <http://alexandre.delan.free.fr/checksum.php>

Obtenir une clé Google : http://www.webrankinfo.com/wri/faq_28_156.html

Obtenir une clé Yahoo : http://www.webrankinfo.com/wri/faq_47_218.html

Google SiteMap : <http://www.google.fr/webmasters/sitemaps/login?hl=fr>

Créer un fichier sitemap : <http://johannesmueller.com/gs/>

Toute l'info et l'actu sur les annuaires et moteurs de recherche :

<http://www.abondance.com/>