

GUIDE OPTIMISATION « ON PAGE SEO »

The image features a 3D Google logo in its characteristic colors (red, yellow, blue, red) positioned above the letters 'SEO' in a bold, blue, 3D font. A green arrow points upwards from the top right of the Google logo. The background is a white surface with a blue diagonal stripe on the left side.

SEO

INTRODUCTION

Le référencement « ON PAGE » (sur la page) consiste à optimiser les pages Web afin de les classer plus haut dans les résultats de recherche et pour générer un trafic plus important.

On-page désigne à la fois le contenu présent sur le site comme le texte, les images, mais aussi le code source HTML d'une page pouvant être optimisée.

Il est l'inverse du référencement hors page qui fait référence à des liens et à d'autres éléments externes.

Nous allons parcourir les différents leviers en 3 grandes thématiques :

1 – EXPÉRIENCE UTILISATEUR

2 – OPTIMISATION DU CONTENU

3 – LES ASPECTS TECHNIQUES INCONTOURNABLES

EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Votre site internet doit attacher une attention toute particulière à l'expérience qu'il offre aux internautes.

Nous commencerons ce guide des optimisations on site par vous proposer quelques éléments à mettre en place pour permettre la meilleure expérience utilisateur à vos visiteurs.

UNE PAGE D'ACCUEIL OU LANDING PAGE AU TOP NIVEAU

La page d'atterrissage et la première image que vos visiteurs verront de votre entreprise. Elle doit donc inspirer confiance et favoriser les interactions.

L'optimisation de cette page commence par la charte graphique que vous allez lui accorder. Il est important de jouer sur les codes couleur marketing, d'avoir une constante dans l'utilisation des polices de caractères et d'optimiser la taille des éléments. L'utilisation d'image de grande qualité est également recommandée.

Lorsque vous aurez fait le tour de la question graphique, vous devrez vous pencher sur l'orientation de vos visiteurs là où vous souhaitez qu'ils se dirigent. Vos visiteurs doivent-ils remplir un formulaire, appeler votre entreprise, saisir un mail, télécharger un contenu ou acheter un produit ?

Répondre à ces éléments vous permettra de mettre en place une stratégie cohérente et en phase avec vos besoins et ceux de vos prospects. La construction de votre page doit donc respecter une certaine cohérence vis-vis de vos objectifs



PLACER DES BOUTONS OU DES TEXTES D'APPEL À L'ACTION

Avec l'objectif d'orienter vos visiteurs dans la bonne direction, la mise en place de boutons d'appel à l'action ou de textes appelant à l'action sera recommandée.

Les appels à l'action doivent être irrésistibles et donner envie d'être utilisé. Vos utilisateurs devront s'en servir sans jamais avoir à se demander ce qu'il y a derrière. Vous devez expliciter clairement vos intentions pour que les internautes sachent ce qui les attend derrière chaque bouton d'action.

Le texte que vous allez utiliser sur votre bouton CTA doit être soigneusement choisi. Utilisez le type de texte qui fera comprendre aux utilisateurs ce qui se passera s'ils cliquent et la valeur ajoutée que l'entreprise va leur apporter.

METTRE EN PLACE DES PAGES SUFFISAMMENT AÉRÉES

Afin de vous offrir l'opportunité de mettre en avant des éléments, vous devrez espacer suffisamment votre contenu.

Il est imbuvable pour un utilisateur de se retrouver sur un site web trop chargé avec des informations partout.

Soyez le plus précis et le plus pertinent possible en laissant des espaces pour faire apparaître votre contenu de manière claire.

PROPOSER UN CHAMP DE RECHERCHE

Mettre en avant une zone de recherche peut favoriser l'expérience de vos utilisateurs si votre site est bien fourni.



Il est naturel pour les utilisateurs de rechercher via un champ comme sur les moteurs de recherche.

Placez votre champ de recherche dans le coin supérieur droit et concevez-le suffisamment grand pour répondre aux requêtes de taille moyenne.

Imaginez un site comme C-Discount n'ayant pas de champ de recherche ?

AFFICHER CLAIREMENT LES COORDONNÉES

Une chose typique que vous pouvez mettre en place dans le cadre de votre amélioration on site et plus particulièrement dans l'expérience utilisateur c'est la configuration d'un espace dédié a vos coordonnées.

Que cela soit avec un pied de page incluant l'ensemble de vos éléments ou bien sur une page dédiée les coordonnées favorisent la cote de confiance de votre site et donc l'expérience de vos utilisateurs.

Les coordonnées suivantes doivent donc apparaître sur votre page dédiée :

- Un numéro de téléphone
- Une adresse e-mail
- Une adresse physique
- Un formulaire de contact

En bonus mettez des commentaires d'anciens utilisateurs.

ATTENTION AUX LIENS BRISÉS

Il n'y a rien de plus frustrant pour un internaute de se trouver sur un site qui comporte un nombre de liens brisés important.

Un lien brisé est un lien qui dirige vos utilisateurs vers une page d'erreur ou nul part !

Il est inconcevable de laisser ce genre de lien perdurer sur votre site.

Google Webmaster Tool ainsi que d'autres outils payants comme linktiger.com permettent de trouver des liens rompus sur vos pages et localisent les problèmes.

SUPPRIMEZ LES ÉLÉMENTS INUTILES

Pourquoi conserver du contenu alors qu'il est obsolète ? Supprimez dès que possible le contenu qui n'apporte pas de valeur ajoutée à votre clientèle.

En faisant le ménage, vous trouverez sûrement l'inspiration pour rédiger du nouveau contenu enrichissant pour vos lecteurs.

En parlant de contenu justement voici la suite de notre guide...



OPTIMISATION DU CONTENU

Le contenu joue un rôle essentiel dans le référencement, dans cette section, nous comprendrons pourquoi et comment.

Google a changé la façon dont fonctionne son moteur de recherche pour comprendre plus précisément les intentions des utilisateurs. Il ne s'agit plus de faire correspondre bêtement les mots, mais de traduire les véritables volontés et besoins des internautes.

Il y a deux aspects principaux du contenu que vous devez prendre en compte pour favoriser le référencement SEO : la quantité et la qualité.

En ce qui concerne la qualité, tout le contenu doit être correctement écrit, bien documenté, structuré de manière claire et adapté pour les lecteurs et les robots des moteurs de recherche.

Avec la quantité de contenu sur internet, les internautes n'ont plus de temps à perdre avec des choses de moindres qualités.

En matière de quantité, on parle ici du nombre de contenus présent sur le site, mais également la fréquence avec laquelle vous publiez.

Publier régulièrement du contenu favorise le référencement de votre site. En effet, ce critère est pris en compte par les moteurs de recherche qui sont très attachés à offrir du contenu en grande quantité aux internautes toujours plus nombreux.

Google a déposé un certain nombre de brevets qui ont confirmé qu'un facteur de fraîcheur était présent dans leur algorithme.

Aussi l'interactivité du web demande maintenant d'apporter des réponses vis-à-vis de variable temporelle nécessitant un contenu frais et en masse.

LE PANDA DE GOOGLE

Afin de déclasser les sites internet qui ne possèdent pas suffisamment de contenu sur le moteur de recherche, Google a mis en place il y a quelques années maintenant un robot qui porte le nom de PANDA.

Ce robot chasse les sites internet qui :

- Ne dispose pas assez de contenu
- Possède du contenu de mauvaise qualité

Le robot applique ensuite une pénalité au site internet et décline sa position sur le classement des requêtes des internautes... ça fait mal pour les sites concernés.

Afin de plaire à notre ami le Panda, voici quelques recommandations :

- Offre une qualité toujours supérieure à la quantité
- Supprimez le contenu non pertinent ou le contenu en double
- Étudiez vos statistiques en jetant un œil sur les taux de clics faibles, les taux de rebond élevés et le faible temps passé sur votre site
- Ne rédigez pas votre site pour Google, mais pour les humains



LE CONTENU C'EST QUOI ?

Un article est la forme la plus courante du contenu, l'article comporte des mots qui sont référencés par les moteurs de recherche.

Mais le contenu ne s'arrête pas seulement à du texte placé sur un site internet, il peut être aussi sous forme de média comme des images, des vidéos, des livres numériques à télécharger, des guides quelconques ou encore des podcasts.

Google attache une importance toute particulière à la multitude de contenus que vous proposez sur votre site.

En ce qui concerne la vidéo : oubliez tout de suite l'idée de filmer rapidement avec votre smartphone pour publier.

Les spectateurs n'acceptent plus les vidéos de moindre qualité et ne poursuivront pas le visionnage si l'éclairage, le son et l'environnement de votre vidéo ne sont pas agréables.

Pas de pitié pour les amateurs donc !

LE NOMBRE DE MOTS : UN FACTEUR IMPORTANT

Bien que rien ne soit officiel à ce propos, le nombre de mots dans vos articles ne devrait jamais descendre en dessous de 500-600 mots afin d'être considéré comme pertinent par Google.

C'est beaucoup, oui, mais c'est la rançon du succès de votre contenu textuel.

Rédiger demande beaucoup de temps et de compétence, de plus un rédacteur ne sera pas forcément capable d'intégrer votre contenu sur le site internet et ne sera pas forcément compétent non plus pour fabriquer des infographies.

Ainsi les articles que vous pouvez voir aujourd'hui dans les différents sites sont souvent le fruit d'un travail d'équipe : un rédacteur, un correcteur, une personne pour la mise en page, un illustrateur et/ou des créateurs graphiques.

Bien évidemment les petits sites internet essayent de réduire le nombre de personnes travaillant sur le contenu, mais la qualité demandée par les internautes étant de plus en plus importante, il est maintenant courant de voir des équipes de rédaction solides en activité pour qu'un site internet sorte la tête de l'eau.

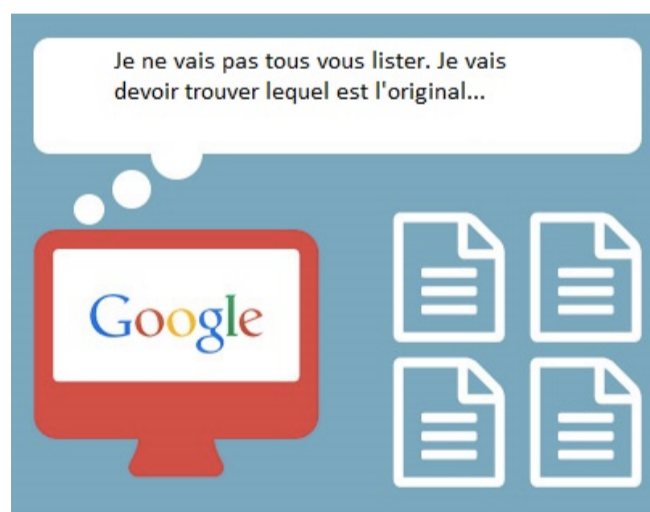
Copier et coller ?

Google pénalise le contenu dupliqué, il ne suffit pas de reprendre les textes et le contenu du voisin cela va sans dire...

La création d'un contenu original est plus que jamais nécessaire.

L'un des principaux problèmes liés au contenu dupliqué hormis l'éthique c'est que le robot de Google ne peut pas déterminer quelle version est la « vraie » c'est-à-dire la version originale.

Cela à une incidence positive ou négative et souvent ce sont les petits qui trinquent... si un « gros » site internet à forte notoriété venait à vous voler votre contenu il est fort probable que vous soyez pénalisé.



Veillez donc à vous assurer que votre site Web n'affiche pas de contenu en double.

UN MOT SUR LES IMAGES

Beaucoup de webmasters ne réalisent pas combien les images jouent un rôle important dans le SEO en général.

Les moteurs de recherche comme Google préfèrent les pages avec des médias riches. Il privilégie donc un site Web avec beaucoup d'images, de vidéos, plutôt qu'un site avec du texte uniquement.

Mais mettre une image dans un article n'est pas suffisant, il y a en effet plusieurs choses à savoir pour optimiser ce type de contenu :

- Rapport taille/qualité optimisé : une vitesse de chargement rapide pour une qualité d'image valorisante
- Utiliser les balises ALT : pour référencer et décrire vos images, n'oubliez pas de placer la balise ALT avec la description appropriée
- Organiser vos médias dans un dossier : afin de bien classer vos images sur le serveur, n'oubliez pas de créer des dossiers dans des répertoires spécialisés séparés par date



Une chose de plus sur le format d'image :

La règle de base est simple à retenir pour les images de type photo : le format à utiliser est le JPEG.

En ce qui concerne les infographies et les logos, le format PNG sera recommandée. À noter tout de même que les PNG sont d'une qualité et d'une taille plus importante.

La présence de titre <H1> <H2> <h3>

Les robots détectent les balises pour hiérarchiser votre contenu, l'utilisation d'une balise <h1> permet de définir un titre principal, alors que les balises suivantes <H2> <h3> <hx> doivent correspondre à des sous-titres clairement identifiés.

LES ASPECTS TECHNIQUES INCONTOURNABLES

La technique est importante dans votre démarche d'améliorer votre SEO on page. Nous allons vous donner quelques pistes d'optimisation :

VÉRIFIER L'INDEXATION

La première chose à vérifier c'est si votre site est bien référencé par Google. Dans la barre de recherche faite, une recherche comme cela : Site:http://www.votresite.fr Si votre site est présent dans les résultats de recherches alors il est indexé.

VITESSE DE CHARGEMENT

La rapidité de chargement de vos pages est un critère très important. Une vitesse de chargement rapide offre à vos visiteurs une meilleure expérience de navigation, mais surtout cela favorise la découverte de vos pages par les robots d'indexation.

Le temps de chargement de vos pages ne devrait jamais dépasser 2 secondes !

Google propose un outil pour vérifier la vitesse de chargement de pages : page speed insights.

Le chargement de votre page dépend souvent de l'optimisation de votre contenu et du poids des médias, veillez donc à proposer à vos visiteurs des médias de bonne qualité mais légers pour favoriser un chargement rapide.

TITRE ET META DESCRIPTIONS

On parle ici du niveau 0 des techniques pour afficher votre site internet sur les moteurs de recherches. Les titres de page et Meta description sont la base pour voir apparaître vos pages sur les résultats de recherches.

Junto - Conseil en Acquisition Online pour les Startups Ambitieuses
<https://junto.fr/>

Conseil en acquisition pour les startups ambitieuses. Junto est une société de conseil en acquisition sur les divers leviers online pour des startups BtoC & BtoB ...

TITRE SEO DE LA PAGE

META DESCRIPTION

Blog - Junto - Junto.fr
<https://junto.fr/blog/>
Vous avez des questions concernant l'acquisition client? Vous êtes une startup ou un simple curieux? Vous tombez bien, nous sommes les experts en gestion ...

Références Clients - Junto.fr
<https://junto.fr/references/>
Junto, c'est plus de 50 entreprises clientes, plus de 5 millions d'euros d'investissements publicitaires sous gestion par an en ligne en France et dans près de 18 ...

Le titre SEO est la première ligne sur l'affichage, c'est aussi l'ancre du lien pour accéder à votre site, il doit être à la fois pertinent et donner envie aux internautes de cliquer. Si possible votre titre doit comporter des mots-clés pertinents vis-à-vis de votre activité.

La meta description correspond à l'argumentaire que vous allez utiliser pour inciter les visiteurs à vouloir en savoir plus sur votre entreprise. 160 caractères pour vous permettre de convaincre les internautes de cliquer sur votre site internet plutôt que sur un autre. Faites marcher votre créativité !

Astuce Junto : Si votre domaine, votre titre, et votre description inclut un mot identique il sera affiché en gras et considéré comme important et pertinent, si en plus il correspond à la requête de l'internaute, vos taux de clic seront positivement impactés !

Balise NoIndex : Cette balise est utilisée pour interdire l'indexation de la page à Google. Vérifiez que votre site ne comporte pas ce type de balise, l'accès à votre fichier robot.txt peut aussi vous permettre de vérifier qu'aucune page n'est refusée à l'indexation.

URL : Les URL de vos pages ne doivent pas être trop longue et doivent parfaitement correspondre à la hiérarchie de votre contenu exemple :

www.adressedusite.fr/pageaccueil/menuprincipal/sousm/contenu1

Le site se décompose logiquement de la page d'accueil, avec une page principale et un accès descendant par des liens dans du contenu plus profond. Évitez également le contenu dupliqué en vérifiant si votre site est accessible depuis

<http://monsite.fr> et également <http://www.monsite.fr>

Si c'est le cas vous pouvez utiliser une balise <canonical> pour informer Google de la bonne version à utiliser pour votre site.

De manière générale évitez d'avoir les deux versions accessibles, cela est préférable pour ne pas auto-conurrencer votre contenu. En effet Google considère les deux versions comme étant deux sites séparés ce qui ici, n'est pas le cas.

Hébergement et CDN : Le choix de votre hébergeur est très important, car peut importe les optimisations que vous allez mettre en place, si le serveur ne répond pas présent techniquement vous obtiendrez des temps de chargement interminable et la fuite de vos visiteurs.

Si votre site doit garantir un accès à l'international, choisissez un serveur avec une redondance sur plusieurs continents afin d'offrir un accès rapide partout sur la planète. Les offres d'hébergement CDN permettent souvent la mise en place de serveur miroir afin de pallier à cette problématique géographique.

CONCLUSION

Ce livre sur les actions à mettre en place sur votre site pour favoriser le référencement naturel s'achève ici.

Si vous avez la moindre question, notre équipe est à votre disposition pour vous aider à mettre en applications ces quelques conseils.

À PROPOS DE JUNTO

Junto est une société de conseil en acquisition en ligne pour les entreprises.

Nous gérons des millions d'euros d'investissements publicitaires online et nous conseillons les entreprises les plus ambitieuses aux modèles disruptifs afin de leur permettre de croître rapidement.

Avec une équipe de consultants en acquisition, Junto est à votre disposition dès maintenant !