

LES LIENS INTERNES

ET



LES LIENS EXTERNES

INTRODUCTION

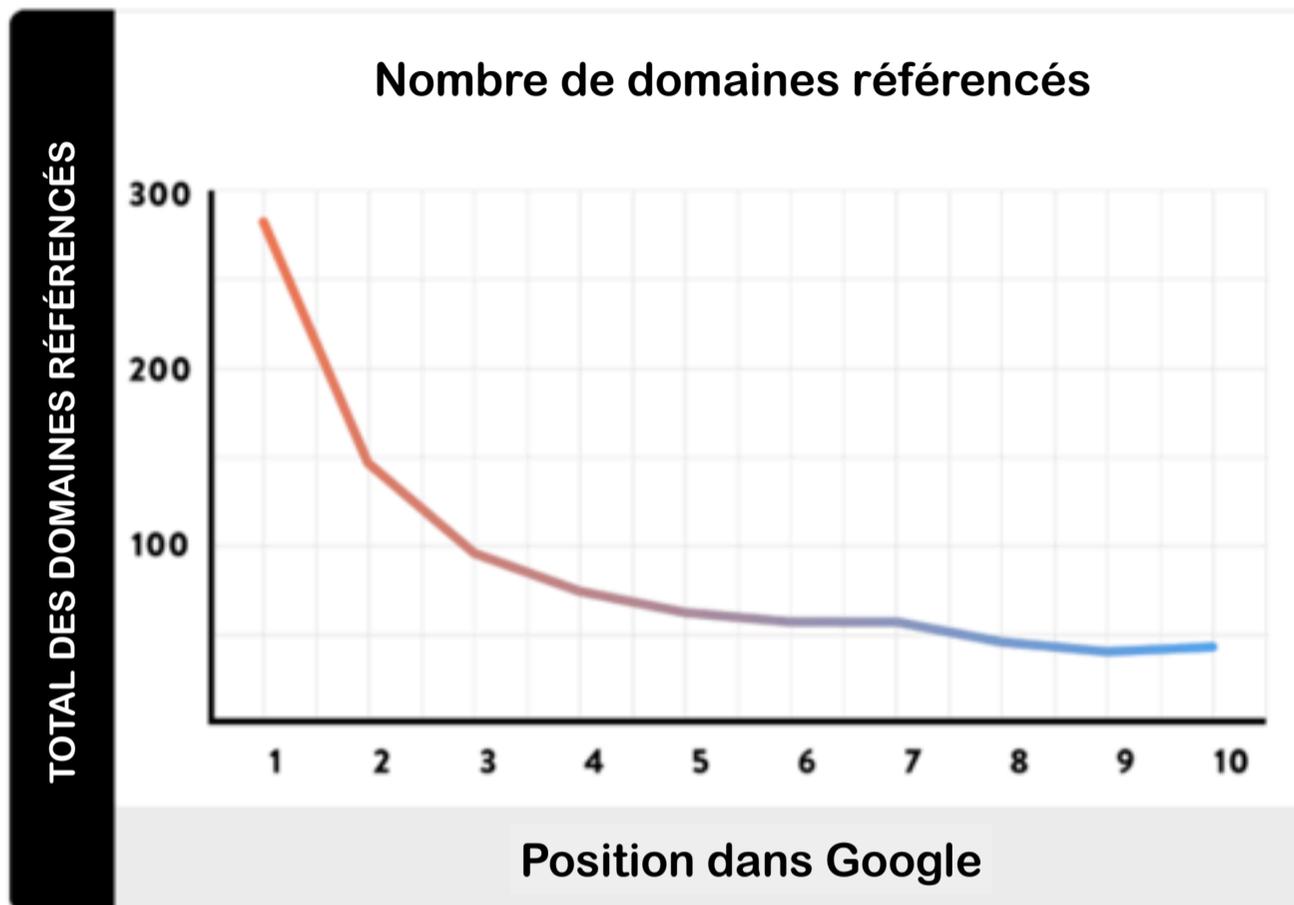
Il est de notoriété publique que les liens et le link building est une chose primordiale en SEO.

Les liens connectent votre site internet à la toile du web ; peu importe votre domaine d'activité et votre secteur, les liens sont l'une des composantes d'internet.

Dans ce guide des liens, JUNTO va vous fournir l'ensemble des connaissances essentielles pour maîtriser le link building.

LA BASE DU LINK BUILDING

Les moteurs de recherches placent les liens sur le podium des actions à mettre en place pour augmenter son potentiel SEO.



Les liens constituent la base de l'algorithme de Google, mais pourquoi sont-ils si importants ?

Dans le passé, les moteurs de recherche tels que Yahoo ou Lycos en France étaient les acteurs dominants. Ces dinosaures de l'internet classaient leurs résultats de recherche à 100 % en fonction du contenu des pages Web.

Avec l'arrivée de Google et son célèbre algorithme « PageRank », la donne a changé. Au lieu d'analyser simplement le contenu d'une page, Google analyse aussi les liens de référence. Vingt ans plus tard, les liens sont TOUJOURS l'un des leviers les plus importants pour le classement dans les résultats de recherches Google.

La quantité de liens peut rentrer en ligne de compte, mais Google attache surtout de l'importance à la qualité de vos liens.

Qu'est-ce qu'un lien de haute qualité ? Comment obtenir des liens de qualité ?

COMMENT TROUVER DES LIENS DE HAUTE QUALITÉ (BACKLINKS)

Les liens externes, entrants, ou encore backlinks sont des liens qui pointent vers votre site.

Avant de sauter de joie lorsque vous en obtenez un, il est important de comprendre les mécanismes de bienfaisances et de malfaisances des liens entrants.

Les backlinks de grande qualité propulsent votre site dans les résultats de recherches de Google alors que des liens de piètre qualité seront néfastes pour votre référencement.

QU'ELLES SONT LES ÉLÉMENTS QUI RENTRENT EN CONSIDÉRATIONS DANS LA QUALITÉ DE VOS BACKLINKS ?

1. Autorité de page/site
2. Pertinence du site
3. Position du lien sur la page
4. le lien est-il bien entouré ?
5. Lien Texte d'ancre
6. Le lien provient-il d'une publication de type Guest blogging ?
7. Le lien est-il : Nofollow vs Dofollow

1 - AUTORITÉ DE PAGE/SITE

L'autorité de la page de connexion avec votre site est la chose la plus importante pour Google.

L'autorité désigne la force du domaine et son classement dans les résultats de recherches.

Les sites internet à forte réputation et qui sont vissés dans les classements des SERP sur des mots clés générant beaucoup de trafic, vous transmettent une forte valeur ajoutée et favorise votre site internet.

Un lien depuis un site d'un média célèbre avec une forte notoriété aura un impact BEAUCOUP plus grand qu'un autre lien en provenance d'un petit blogueur inconnu du grand public.

Les liens de presses sont réputés très solides, ainsi que les liens des influenceurs qui possèdent une communauté active et massive.

2 - PERTINENCE DU SITE

Un autre élément important qui rentre en jeu pour la qualité de vos backlinks c'est bien évidemment la pertinence. Si votre site est en rapport avec la moto et que vous obtenez un lien depuis un site faisant autorité sur les vélos, ce lien est-il bénéfique pour vous ?

Si l'on pouvait autrefois penser qu'obtenir un lien à partir d'une page très bien classée sur le PageRank était toujours utile et cela peut importe la pertinence vis-à-vis de votre site, il est aujourd'hui bien connu que la pertinence de ce site par rapport au vôtre impact la qualité du lien et donc votre bénéfice en définitive.

Dans un monde parfait, vous devrez toujours obtenir des liens à partir de sites possédant une forte autorité et étroitement liés à la thématique de votre site.

3 - POSITION DU LIEN SUR LA PAGE

Comme vous le savez (ou pas), les liens et le contenu sur une page n'ont pas la même valeur en fonction de leurs positions sur celle-ci.

Un lien peut devenir médiocre s'il se trouve caché dans un pied de page ou une barre latérale. Ce type de liens est moins mis en avant et Google le sait !

Les liens de haute qualité se trouvent dans des endroits clés sur la page comme au milieu du contenu et dans le corps d'une page. Ce qui peut paraître un détail ne l'est pas pour les algorithmes de Google car eux ne font pas de sentiment !

4 - LE LIEN EST-IL BIEN ENTOURÉ ?

Qu'importe l'endroit où votre lien apparaît sur une page, Google fait une grosse différence entre les liens entourés de contenu et donc placé de manière pertinente sur une page.

Pourquoi ?

Parce que si le lien vers votre contenu est en relation directe avec celui de la page de destination, il aura plus de pertinence que si le lien est juste déposé de manière aléatoire et sans relation avec le contenu.

Si un site internet fait un article sur l'un de vos produits et place un lien sur la page à l'intérieur du contenu, alors il sera considéré comme pertinent. Si par contre ce lien est en bonne place, mais ne s'entoure pas de contenu en relation directe alors il n'apportera que très peu de valeur ajoutée même s'il est bien placé et que la page possède une forte autorité.

5 - LIEN TEXTE D'ANCRE

La suite logique de ce listing c'est évidemment les ancres de liens, pour rappel les ancres de liens sont les éléments cliquables des liens.

En fait, Google utilise le texte d'ancrage pour comprendre le lien. Si votre lien fait référence à votre site en incluant du texte dans votre thématique tout va bien. Exemple pour votre site de moto :

« Les chaînes des motos sont particulièrement solides, mais comme pour tout produit il existe des produits haut de gamme et bas de gamme. Les chaînes de moto exemple sont réputés très solides »

Si l'ancre de lien est intégrée de cette façon dans le contenu et que la page de destination fait référence à des chaînes de vélo solides et haut de gamme alors le lien sera bénéfique et pertinent.

6 - LE LIEN PROVIENT-IL D'UNE PUBLICATION DE TYPE GUEST BLOGGING ?

Pour rappel le Guest blogging est une pratique qui consiste à écrire sur la thématique de son propre site afin de proposer l'article redirigé à un site pertinent dans la même thématique. Ainsi le site reçoit du contenu gratuitement et vous, en échange, du trafic qualifié.

Le « Guest blogging » est dans l'ensemble positif pour votre site internet à condition de bien choisir le site sur lequel vous voulez écrire. En effet Google commence à pénaliser les sites internet conçus uniquement dans le but de faire du « Guest blogging ».

Ainsi vous devrez vérifier la pertinence du site vis-à-vis du vôtre et faire les bons choix pour ne pas apparaître opportuniste.



7 - LE LIEN EST-IL : NOFOLLOW VS DOFOLLOW

Nous entrons ici dans quelque chose de plus technique, le type de liens Nofollow ou Dofollow.

Pour faire simple et traduire de manière littérale : Nofollow est un lien qui n'est pas bénéfique pour votre site c'est-à-dire que celui qui a mis en place le lien ne souhaite pas vous faire profiter de sa notoriété.

Ces liens sont donc inutiles en backlink, car il ne vous apporte pas grande chose. À l'inverse les liens Dofollow sont des liens qui portent « le jus SEO » sur votre site et qui sont donc des liens de confiance et bénéfiques

LES TECHNIQUES LES PLUS PUISSANTES POUR CONSTRUIRE DES LIENS

Voici 3 techniques pour construire des backlinks.

1 - Utiliser votre contenu comme pour générer des liens entrants

Le contenu est difficile à produire et par logique ce qui est difficile à produire et qui demande beaucoup de travail et donc est très apprécié des internautes.

Produire du contenu de grande qualité vous permet de mettre toutes les chances de votre côté pour recevoir des liens entrants.

Voici une liste de 10 choses à faire afin de produire du contenu de qualité :

1. Un nombre de mots suffisant dans vos articles : + de 1000 mots
2. Des images et médias de haute qualité
3. Du contenu original et non recopié
4. Des articles sous forme de listes
5. Travailler la qualité de votre contenu comme un journaliste
6. Citer vos sources
7. Essayez d'obtenir des statistiques exclusives
8. Surfer sur l'actualité pour générer un effet boule de neige
9. Inspirez-vous des meilleurs sans jamais les recopier
10. Rediriger pour vos lecteurs et non pas pour les robots

2 - Le courrier électronique

Afin d'éviter de vous retrouver dans les spams, vous devrez créer une vraie relation avec les rédacteurs qui publient sur les sites où vous souhaitez apparaître.

Ne spamez pas les boîtes mail avec un message froid et impersonnel, mais utilisez vos qualités humaines pour créer une relation de confiance avec les acteurs situés dans la même thématique.

3 - Trouver des opportunités dans les liens brisés

Plutôt que de quémander des liens à droite et à gauche, l'idée est de trouver des liens brisés qui pourrait matcher avec votre contenu en les remplaçant par une page de votre site internet.

Deux outils comme « Check My Links » ou « LinkMiner », permettent de trouver rapidement des liens rompus sur n'importe quelle page (à partir du navigateur Chrome).

Vous devrez dans un premier temps rechercher des pages avec beaucoup de liens sortants. Plus une page comporte de liens, plus il est probable que l'un d'entre eux soit cassé.

En utilisant l'extension Google chrome Check My Links ou LinkMiner, que vous devrez installer au préalable, vous trouverez des liens brisés sur les pages en question. Il ne vous reste plus ensuite qu'à faire un mail au site en proposant de vous positionner sur ce lien brisé qui correspond parfaitement à votre thématique.

chrome web store Sign in



Check My Links

Offered by: Paul Livingstone

★★★★★ 4.21 | [Developer Tools](#) | 173,236 users

[Add to Chrome](#)

[Overview](#) | [Reviews](#) | [Support](#) | [Related](#)





LES LIENS INTERNES

Un lien interne est un lien sur les pages de votre site qui pointent sur une autre page de votre site internet.

L'idée générale est d'améliorer le maillage interne des liens de votre site pour favoriser la navigation logique et pour aider Google à comprendre sa structure et donc favoriser son indexation et son classement sur les résultats des moteurs de recherches.

Améliorer l'expérience de vos visiteurs contribue à favoriser une meilleure navigation ce qui envoie un signal positif à Google qui interprète cela comme un effort de visibilité et de fluidité. La récompense sera de gagner des points pour le classement dans les résultats de recherche.

Un bon maillage interne permet aussi d'indexer l'ensemble de vos pages pour qu'elles apparaissent de manière segmentée et logique dans les SERPS. Les liens internes sont directement liés à la structure de votre site et à votre manière de classer votre contenu à l'intérieur de votre site. Mais alors qu'elles sont les bonnes pratiques ?

Voici comment mettre concrètement en place une stratégie de Netlinking :

UNE STRUCTURE SEO

Si vous partez de zéro et que vous avez l'opportunité de créer de bonnes bases dès le début, votre structure devrait alors s'articuler de la manière suivante :

UNE PAGE D'ACCUEIL : PORTAIL

Comme son nom l'indique, elle vient accueillir les visiteurs et leur permettre de descendre à l'intérieur de votre site. Prenons l'image d'un aéroport :

Lorsque l'avion touche le sol, il arrive sur une piste d'atterrissage qui pourrait être votre page d'accueil. Les passages descendent ensuite logiquement et de manière guidée pour se retrouver dans l'aéroport où ils ont plusieurs choix. Cela pourrait s'apparenter à un menu ici :

- Menu principal des catégories

Pour conserver l'image d'un aéroport, vos passagers sont arrivés et cherchent maintenant à s'orienter. Certains voyageurs choisissent de se diriger vers les taxis alors que d'autres ont une correspondance et doivent rejoindre un terminal différent.

Votre aéroport comporte aussi des toilettes, des restaurants, un accès pour les transports en commun type métro ou bus. Il s'agit ici de permettre à vos visiteurs de faire un choix très généraliste pour se diriger vers une autre catégorie.

À L'INTÉRIEUR DES GRANDES CATÉGORIES

Lorsque vos voyageurs ont fait le choix de se diriger vers un accès comme les taxis par exemple ou les transports en commun, ils doivent faire ensuite un autre choix : celui de la sous-catégorie.

Quel type de voiture souhaitent-ils prendre ?
Un taxi de ville ou plutôt une limousine ?
Un transport en commun de type Metro ou bus ?

En faisant des choix, il s'enfonce un peu plus loin sur le parcours. Sur votre site internet, ils choisiront ensuite une sous-catégorie afin d'accéder à l'information demandée.

NE PAS GRILLER LES ÉTAPES

Imaginez que les voyageurs sortant d'un avion puissent accéder directement à des sous-catégories ou pire directement au contenu qui pourrait être représenté par un accès direct à un mode de transport imposé qui les dirigerait tous à un endroit spécifique.

Êtes-vous sûr que chacun des voyageurs (des visiteurs pour votre site) souhaite aller au même endroit ? Certains ont peut-être faim ou recherchent des informations auprès des bureaux de tourisme dans l'aéroport ou encore doivent prendre une correspondance.

Avec votre contenu c'est exactement la même chose, les visiteurs doivent non seulement suivre un chemin logique, mais ne peuvent griller les étapes, au risque de se retrouver au mauvais endroit.

APPLICATION EN SEO ET RAPPORT AVEC LES LIENS

Diriger vos internautes au bon endroit en leur permettant de faire des choix pertinents se relève particulièrement utile en SEO.

Comme vos utilisateurs, Google pourra ainsi facilement lire votre site de manière logique et comprendre son contenu.

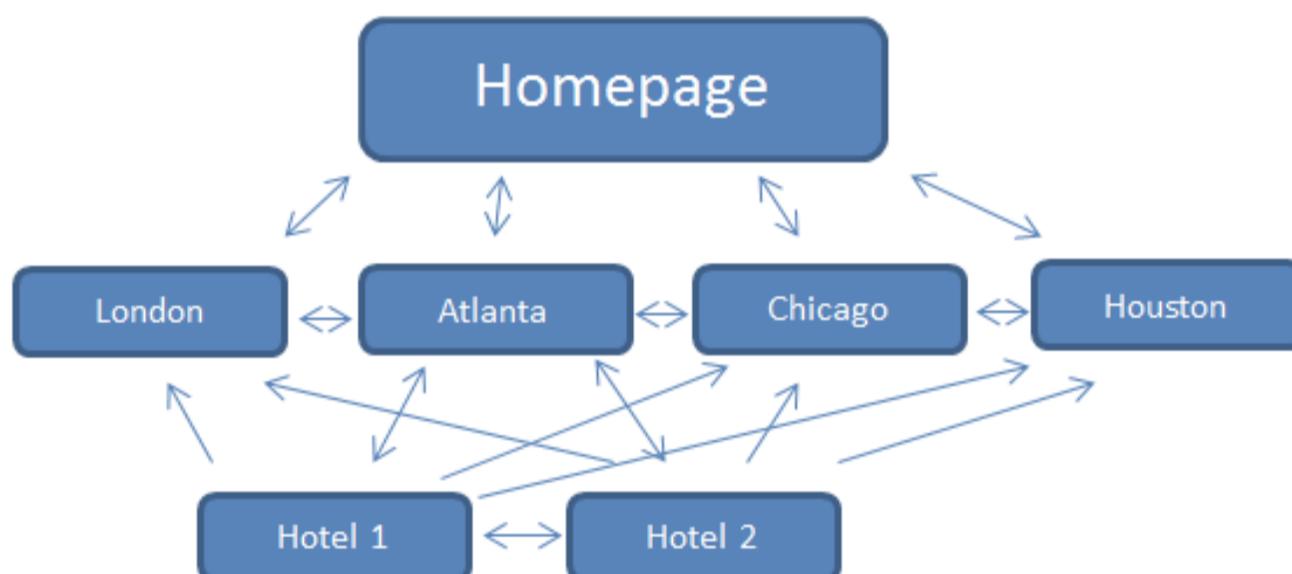
En ayant une parfaite connaissance du contenu, votre site sera bien référencé.

ET LES LIENS DANS TOUT CELA ?

Les liens internes sont un moyen de transport à l'intérieur de votre contenu ils doivent diriger vos visiteurs vers les pages et les sous-catégories de votre site en respectant une certaine hiérarchie.

En bref, or de question de voir un lien interne sur page d'accueil qui dirige directement vers du contenu dit secondaire ou profond.

Vous devez non seulement apprendre à segmenter votre contenu en créant des pages autour du même sujet sans vous en écarter et en utilisant un champ lexical approprié, mais également en apprenant à créer des catégories logiques dès la construction de vos pages.



LIEN DESCENDANT, ET LIENS ASCENDANTS, LIENS DE MÊMES NIVEAUX

Pour faire simple, votre page principale doit contenir des liens descendants progressifs vers votre contenu de moindre importance hiérarchique. Ainsi vos pages de contenu les plus basses doivent contenir des liens montants ou des liens transversaux de même valeur hiérarchique et de même thématique.

Est-ce clair pour vous ? Non ? Ok, imaginons que site internet est un site de vente de pièces auto. Il devrait s'articuler ainsi :

Votre page principale avec un menu principal :

FREINAGE – SUSPENSION – PIÈCES MOTEURS – TRANSMISSION -
FILTRES - ÉCHAPPEMENTS

Prenons l'exemple de la grande thématique « suspension » qui pourrait contenir les sous-catégories suivantes :

Amortisseur / Barre stabilisatrice / Triangle / Bras de suspension / Roulement de roue / Rotule de direction

Ces sous-catégories permettront ensuite d'accéder à vos produits par des liens descendants toujours plus précis et segmentés.

Il est par exemple inacceptable de trouver un lien sur la fiche d'un produit présent dans votre sous-catégorie « ROTULE DE DIRECTION » vers une autre catégorie complètement différente comme la thématique « FILTRE » par exemple.

Ce type de lien est interdit et défavorise le maillage interne et la structure de votre site.

LE COCON SÉMANTIQUE

Chacune de vos pages de destinations des liens internes doit être construite autour du même cocon sémantique.

Si par exemple votre ancre de lien est « Amortisseur » alors le contenu de votre page doit contenir des informations sur les amortisseurs en utilisant les champs lexicaux adéquats et en étant le plus pertinent possible face à ce lien.

LES ANCRES

Les ancres sont des textes cliquables qui portent vos liens internes.

Ne placez pas un lien à la légère, mais essayez de placer vos liens sur des mots clés de longue traîne représentant votre thématique de manière très ciblée. Ainsi vos visiteurs ne se sentiront pas trompés mais accompagnés dans leur navigation, ce que Google apprécie.

RAPPORT LOGIQUE ENTRE LES LIENS ET LA STRUCTURE

La structure de votre site et les liens ne sont pas dissociables, en effet c'est grâce aux liens que vous pourrez construire le squelette de votre site internet.

En étant propre dès le départ sur votre structure vous serez en mesure de proposer des liens utiles pour vos visiteurs et pour la compréhension de votre site par les robots des moteurs de recherches.

Une fois que vous aurez bien réfléchi et étudié un parcours visiteur logique, il vous sera plus facile de créer votre contenu autour de cette structure et donc de placer vos liens de manière la plus logique possible en fonction de cette structure.

CONCLUSION : LES LIENS

Les liens représentent un pilier en SEO, ils connectent votre site internet et créent des ponts pour vos visiteurs.

L'importance des liens internes et externes n'est plus à démontrer.

Assurez-vous donc de mettre en place une stratégie de net-linking solide pour optimiser votre référencement naturel.

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 !