

Kit Madrileno

Auteur : Olivier ODORIZZI

Version 1.1

Kit Madrileno



Vous êtes à la recherche d'une large palette de recommandations pour votre site Internet ? Savoir qu'est-ce que le référencement ? Quoi faire face à vos concurrents ? Cet ouvrage a été créé pour vous permettre de comprendre les bases du référencement, savoir comment améliorer votre site Internet, comprendre le langage utilisé et pourquoi il est important d'être bien encadré face à la concurrence. Le Kit Madrileno présente ainsi une large palette de recommandations pour dépanner votre site Internet comme : que faire s'il n'apparaît pas dans les résultats naturels, le référencement à l'international, les moteurs de recherche les plus utilisés et bien d'autres choses.

Livre Offert par : **Olivier ODORIZZI** .

Site Internet : <http://odorizzi.fr/> .

Pourquoi faire du référencement ?

Avoir un site Internet c'est bien, cela montre que votre entreprise sait qu'il est important d'avoir un site de nos jours, que ce soit pour la vitrine de votre entreprise ou pour faire du business en ligne. Maintenant, on va poser la question du pourquoi faire du référencement ? Simplement parce qu'avoir un site Internet sans visiteurs, ce n'est pas très utile. Il est donc primordial pour votre entreprise d'avoir des visiteurs et trouver des clients avec celui-ci.

Est-ce que le référencement est facile ?

Le référencement qui va consister à l'indexation du site, oui. Le référencement naturel qui va consister à se placer devant les concurrents, non. Il va falloir travailler pour être devant vos concurrents, prévoir de longues heures de travail et beaucoup de patience avec les moteurs de recherche. Sachant aussi que si vous êtes un débutant ou avez quelques notions, il faudra du temps déjà pour les bases. Vous allez comprendre aussi avec le point suivant, ce que le Kit Madrileno va vous apporter, que ce soit pour votre site Internet ou pour votre entreprise.

Que va vous apporter le Kit Madrileno ?

Ce livre est là pour vous apporter des bases concernant le référencement naturel de votre site Internet, que ce soit pour un site vitrine, une boutique en ligne, un blog ou tout autre type de site. Vous pourrez ainsi commencer avec les conseils présentés, à améliorer le SEO de votre site Internet pour faire face à vos concurrents. Ainsi avec ce Kit Madrileno, vous allez pouvoir comprendre l'importance du référencement pour votre entreprise.

Gratuit pour tous ?

Si vous pensez que le SEO est gratuit, c'est une erreur. Il existe un proverbe qui dit : Le temps c'est de l'argent. En partant de ce principe, le temps que vous passez à améliorer votre site avec des connaissances limitées, ne vous sera pas aussi lucratif que si vous aviez passé votre temps à travailler votre domaine de compétence.

Il faut aussi savoir, que le SEO (référencement naturel) low cost (à faible coût) de qualité est un rêve. Si vous voulez un travail correct, il faut payer le prix, en anglais on dit : I'm too poor to buy cheap stuff, ce qui est clair et compréhensible par tous.

Kit Madrileno réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

Table des matières



Vous allez découvrir avec cette page les différents thèmes qui sont disponibles avec le Kit Madrileño. Que ce soit des définitions à l'optimisation d'un site, que ce soit un site vitrine, E-Commerce, Blog, Annuaire ou même Multilingue, vous aurez des éléments pour débiter votre référencement efficacement.

Contenu

- Définitions
- Les moteurs de recherche
- Indexation du site
- Moteur de recherche
- Balises Meta
- Site absent des résultats
- Site en www ou pas
- 10 Conseils pour Site Internet
- 10 Conseils pour E-Commerce
- 10 Conseils pour Annuaire
- 10 Conseils pour Blogs
- 10 Conseils International
- Site Multilingue
- Navigateurs
- Sujets de Mémoire
- Important
- Auteur

Il faut savoir que le Kit Madrileño va évoluer avec le temps, n'hésitez pas à le télécharger à nouveau chaque mois puisqu'il y aura des améliorations progressivement pour aider les débutants et leur référencement naturel.

Kit Madrileño réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

Définitions



Vous allez découvrir ici les différentes définitions dans le domaine du référencement naturel, mais aussi des domaines proches des sites Internet qui sont dédiés à la promotion de ceux-ci. Par exemple on pensera notamment aux liens sponsorisés, la publicité plus généralement en ligne ou encore certains problèmes SEO.

Définitions

Le Référencement

Le référencement consiste à soumettre un site Internet, pour qu'il soit indexé, sur un moteur de recherche ou un annuaire.

Le Positionnement

Le positionnement consiste à l'utilisation de techniques pour améliorer la visibilité d'un site internet dans les premières positions d'un moteur de recherche.

Audit de référencement

Un audit de référencement est un bilan contenant diverses informations comme les erreurs et améliorations à apporter à un site Internet.

Les liens sponsorisés

Les liens sponsorisés sont des liens qui sont généralement présentés en haut ou sur le côté des pages dans les résultats d'un moteur de recherche.

Le référencement automatique

Le référencement automatique consiste à soumettre avec un logiciel de manière mécanique un site Internet à une série d'annuaires.

Le référencement naturel

Le référencement naturel consiste à améliorer la visibilité d'un site Internet dans un moteur de recherche sans utiliser de liens sponsorisés.

Le référencement payant

Le référencement payant consiste à améliorer la visibilité d'un site Internet sur les moteurs de recherche en passant par une offre payante (entreprise ou liens sponsorisés).

Kit Madrileno réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

SEO

Le Search Engine Optimization (ou Search Engine Optimizer) est un ensemble de techniques qui aident un site internet à être référencé et améliorent son positionnement pour les différents moteurs de recherche.

SEA

Le Search Engine Advertising consiste à l'achat de liens sponsorisés sur les moteurs de recherche. Cette technique permet d'apparaître moyennant finances sur le côté des résultats naturels ou au dessus de ceux-ci. Cette technique comme d'autres a besoin d'optimisations pour une campagne de liens sponsorisés de qualité.

SEM

Le Search Engine Marketing est l'optimisation de la visibilité d'un site Internet utilisant le SEO et le SEA, ce qui est un ensemble de travaux marketing.

SMO

Le Social Media Optimization concerne l'optimisation pour les médias sociaux ou le référencement social. Le SMO regroupe les méthodes qui consistent à faire en sorte que les Internauteurs diffusent les informations souhaitées par les entreprises pour la promotion d'un site Internet, d'une page ou d'un produit afin d'en augmenter le potentiel commercial. Les principaux réseaux sociaux grand public sont : Facebook, Twitter et LinkedIn.

PPC

Le Pay Per Click est un modèle publicitaire pour Internet qui est basé sur le nombre de clics réalisés par les utilisateurs sur un support publicitaire (comme un texte ou une image).

Roi

Le Return On Investment est le fait de mesurer la rentabilité d'une action réalisée à des fins lucratives.

Buzz

C'est une technique marketing qui consiste à faire parler les gens d'une actualité, un produit ou un service.

White Hat

Référenceur qui met en pratique les conseils officiels proposés aux webmasters par les moteurs de recherche.

Black Hat

Référenceur qui ne tient pas compte des conseils officiels des moteurs et essaye diverses techniques non appréciées par les moteurs.

Google Bombing

Technique de référencement non appréciée par Google qui consiste à influencer le classement d'une page dans les résultats afin qu'elle apparaisse sur un mot-clé généralement peu amical qui ne devrait pas l'être.

Cloaking

Technique souvent utilisée par les Black Hat qui consiste à présenter un contenu différent suivant que la page est demandée par un utilisateur ou le robot d'un moteur de recherche.

Duplicate content

Plus connu en français comme contenu dupliqué, il s'agit d'un contenu identique sur deux pages différentes.

Concours de référencement

Il s'agit de certains jeux qui consistent à se positionner premier sur les moteurs de recherche pour certains mots-clés.

Moteurs de recherches



Moteurs les plus utilisés :

Il est toujours bien de savoir quels sont les moteurs de recherche les plus utilisés sur Internet et surtout pour la France, le Canada, la Belgique ou encore la Suisse pour les francophones. Pour répondre à cette question, vous allez découvrir à la suite quels sont les moteurs les plus utilisés, mais aussi quelles sont les technologies utilisées par les moteurs de recherche les plus populaires actuellement. Nous allons donc présenter en deux étapes les moteurs, une première liste avec les moteurs les plus utilisés en milieu francophone et une deuxième liste avec la liste des technologies utilisées par les moteurs de recherche populaires.

Moteurs de recherche populaires

- Google Search
- Bing Search
- Yahoo Search
- Moteur Orange

Technologies des moteurs

- Google : AOL, Free, SFR, Bouygues Telecom...
- Bing : Bing, Yahoo, Altavista, Facebook...
- Exalead : Exalead...
- Voila : Orange, Voila...
- Ask : Ask.com...

Kit Madrileno réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

Indexation des pages et sites



On entend souvent les webmasters ou débutants dans le domaine du référencement, parler de soumissions aux moteurs, nous allons en parler ici principalement pour Google Search. Il faut savoir que de nos jours, les moteurs de recherche les plus populaires ont des algorithmes avancés et n'ont pas besoin d'avoir un site soumis pour l'indexer. En effet, les moteurs visitent les sites Internet à partir des liens et vont de site en site, il suffit donc d'avoir un lien depuis un site Internet déjà indexé via le moteur que vous souhaitez, pour que votre site Internet et pages plus précisément s'indexent à leur tour.

Soumission à Google Search :

Vous souhaitez soumettre un site Internet à Google Search, vous avez différents choix, que ce soit par le formulaire de soumission du moteur ou les outils pour webmasters de celui-ci. Mais il faut savoir qu'un lien depuis un site déjà indexé est suffisant pour que votre nouveau site Internet soit indexé. Il faut savoir que l'indexation d'un site sur Google Search est gratuite, il est inutile de payer une prestation pour soumettre votre site à ce moteur (et plus généralement aux moteurs de recherche populaires). On trouve encore de temps en temps des offres payantes qui datent des années 90 et qui sont de nos jours obsolètes.

Affichage sur Google Search :

Après l'indexation d'un site, le webmaster ou gérant du site va vérifier si le site est bien indexé, il va par exemple vérifier si les titres et descriptions correspondent aux balises meta qui ont été remplies lors de la création du site Internet. A ce moment, il arrive que certaines personnes remarquent que les titres et descriptions des pages ne sont pas les mêmes que celles des metas des pages, par exemple avec le moteur de recherche Google Search. Ceci est tout à fait normal, si les titres et descriptions ne sont pas remplis ou ne correspondent pas assez au mot-clé recherché, le moteur de Google va automatiquement créer un titre ou une description en adéquation avec la recherche effectuée par l'Internaute. Il arrive souvent d'ailleurs ceci et c'est un bon point d'un côté puisque cela veut dire que votre page présente un contenu intéressant pour l'Internaute.

Ne pas être indexé :

Certains webmasters souhaitent ne pas indexer leur site Internet, ceci arrive de temps en temps (par exemple lors de la création d'un site qui est testé avec une URL différente du site final). Il est donc bien de savoir quelles sont les possibilités pour ne pas indexer un site Internet ou restreindre l'accès à celui-ci pour que les moteurs ne le connaissent pas. Il existe différentes manières, la première et qui fonctionne le mieux, est d'utiliser par exemple un .htaccess avec un mot de passe, c'est assez radical. Une autre solution est d'utiliser le fichier robots.txt et la balise meta robots noindex, nofollow, cependant il arrive certaines fois que des pages soient indexées, le mieux est la première solution. Une autre solution encore est l'accès restreint par mot de passe lors de la création du site via une page de connexion, mais la page peut quand même s'indexer.



Indexation d'un moteur de recherche :

Certaines entreprises souhaitent référencer les pages générées par leur moteur de recherche ou les résultats générés automatiquement par un moteur de recherche interne à un site Internet. Il est fortement déconseillé d'indexer les résultats de ce type d'outils pour plusieurs raisons, que nous allons expliquer ici.

Première raison :

C'est celle qui revient le plus souvent concernant l'indexation d'un site Internet et son référencement, est le duplicate content, entendez en français, le contenu dupliqué. Un moteur de recherche qu'il soit indépendant ou dédié à un site Internet, va générer des centaines, des milliers ou même des millions de pages similaires. Ce qui ne va pas aider votre référencement et les utilisateurs.

Deuxième raison :

Celle-ci concerne plus spécifiquement les moteurs de recherche indépendants. Pourquoi un utilisateur serait dirigé d'un moteur de recherche à un autre moteur de recherche ? Puis sans arrêt ainsi sans jamais trouver la réponse à sa question, uniquement jongler à travers des résultats de moteurs ? Ceci n'est pas logique et ne répond en rien aux besoins de l'utilisateur qui souhaite que le moteur de recherche lui présente une réponse, même si elle n'est pas parfaite, à sa demande lors de la requête du ou des mots-clés présentés. C'est quand même mieux d'avoir des résultats intéressants, que de retrouver la vieille blague du disque rayée version Internet avec les moteurs de recherche.

Compléments :

Si votre moteur de recherche interne présente par exemple des résultats de type : /search , vous pouvez bloquer l'accès aux robots avec le fichier robots.txt et utiliser la balise meta robots depuis les pages de résultats de votre moteur de recherche, avec un noindex pour ne pas indexer celles-ci.

Pour le code exemple concernant le fichier robots.txt avec une URL de type : /search , voici ce qu'il faudrait indiquer :

```
User-agent: *  
Disallow: /search
```

En utilisant ce code, vous aurez indiqué aux moteurs de ne pas visiter les pages générées par votre moteur de recherche interne. Cependant il sera important d'utiliser aussi les balises meta robots en noindex pour être certains que cela sera bien compris par les robots pour ne pas indexer les pages (le contenu du fichier robots.txt n'indique pas une non indexation de contenu, mais simplement le fait de ne pas visiter une page). Vous montrez ainsi votre professionnalisme à ne pas vouloir indexer des pages inutiles pour les utilisateurs générées automatiquement par un moteur et pourrez continuer à bien travailler le référencement de vos autres pages.

Balises Meta



Voici un récapitulatif concernant les différentes balises meta (les plus populaires actuellement). C'est à vous de choisir ensuite si vous souhaitez les utiliser ou pas.

Balises meta et title

Liste des balises présentées :

- Balise title
- Balise meta description
- Balise meta keywords
- Balise meta revisit-after
- Balise meta robots
- Balise meta notranslate
- Balise meta verify-v1
- Balise meta http-equiv charset
- Balise meta http-equiv refresh

Description des balises et title

Balise title :

Elle présente le titre de la page. Elle est utilisée par tous les moteurs de recherche. Il est important de choisir un titre intéressant puisque cela va influencer votre référencement et les potentiels clics des utilisateurs (si vous écrivez « Accueil – Bienvenue » ce sera moins bien que « Bienvenue – Hotel 5 étoiles »).

Balise meta description :

Elle est important d'y présenter le contenu de votre page. Par exemple pour présenter un extrait de celle-ci avec un snippet (un extrait). Beaucoup de sites précisent que cette balise n'a aucun effet pour le positionnement d'un site, mais ce n'est pas vraiment exact, nous y reviendrons plus tard avec un article. Pensez à soit remplir cette balise meta-description, soit ne pas l'insérer et laisser les moteurs présenter une description qu'ils trouvent pertinente de votre page aux utilisateurs.

Balise meta keywords :

Même si elle n'est plus utilisée par beaucoup de moteurs, il peut être intéressant de la laisser avec quelques mots-clés. Ne restez pas longtemps à écrire cette balise si vous souhaitez vraiment gagner du temps et continuez à travailler votre site.

Balise meta revisit-after :

Cette balise était utilisée dans les années 90 par certains moteurs, elle est devenue obsolète de nos jours, inutile de la laisser sur votre site Internet et préférez les nouveaux outils comme le fichier Sitemaps pour aider les moteurs à visiter vos pages.

Balise meta robots :

Cette balise est importante pour le référencement puisque vous pouvez décider de l'indexation ou pas d'une page et des pages suivantes. Pour mieux comprendre, voici les différentes applications :

- Noindex : Ne pas indexer la page
- Nofollow : Ne pas suivre les pages
- Index : Indexer la page
- Follow : Indexer les pages suivantes
- All : Indexer la page et les pages suivantes
- None : Ne pas indexer la page et les pages suivantes
- Nosnippet : Ne pas afficher de descriptif et ne pas afficher de cache
- Noarchive : Ne pas afficher de cache de la page
- Noodp : Ne pas pouvoir afficher la description de l'annuaire DMOZ
- Noydir : Ne pas pouvoir afficher la description de l'annuaire Yahoo

Quelques autres balises :

Balise meta notranslate : Ne pas pouvoir traduire la page (outil Google)

Balise meta verify-v1 : Balise pour la vérification du site auprès de GWT

Balise meta http-equiv charset : Précise le jeu de caractères utilisé l'encodage de la page

Balise meta http-equiv refresh : Rechargement d'une page (Le W3C la déconseille)

Il y a bien d'autres balises, mais ne sont pas autant utilisées.

Site absent des résultats



Il arrive qu'à certains moments, un site Internet ne soit pas là où un gérant de site le souhaiterait. Une indexation d'un nouveau site qui prend un peu de temps, ou encore une possible pénalité d'un site Internet qui rend absent celui-ci avec les résultats du moteur de recherche où vous souhaitez apparaître. Nous allons donc découvrir ici des causes de l'absence de votre site avec les résultats d'un moteur de recherche.

Votre site n'est pas encore indexé ?

Si vous venez de lancer un nouveau site Internet, il est normal qu'il ne soit pas indexé très rapidement, il faut le temps que les robots découvrent le site Internet, l'indexent puis le placent dans les résultats du moteur de recherche en comparaison avec les sites Internet de vos concurrents ou sites Internet qui parlent déjà de votre entreprise ou marque. La rapidité d'indexation varie suivant le travail SEO effectué, les pages d'un site peuvent s'indexer de quelques secondes à plusieurs heures. Généralement pour un nouveau site Internet, il faut pour une première indexation attendre quelques heures à plusieurs jours (même si généralement c'est assez rapide, il faut toujours être patient dans le domaine du référencement naturel). Si par exemple vous avez un lien depuis un site déjà indexé, qui est souvent visité par le robot du moteur de recherche, vous aurez plus de chance que votre nouveau site soit indexé rapidement. Il faut aussi vérifier qu'il n'y a pas de contre-indication de la part du webmaster à indexer votre site, par exemple le fichier robots.txt ou encore de mauvaises balises meta robots disponibles avec les pages.

Votre site n'est plus affiché dans les résultats ?

Keep cool, la première chose à faire est de vérifier s'il est toujours indexé, vous pouvez par exemple tester l'indexation de votre site avec la commande "site:www.example.com", il vous suffit de changer example.com par le nom de votre site Internet ou de changer le www.example.com par votre sous-domaine si c'est le cas. Une fois tapé ceci avec le moteur de recherche (généralement cette commande fonctionne avec les moteurs les plus populaires), vous saurez si le site est toujours indexé. Si c'est le cas il peut y avoir différentes raisons. C'est très rare quand un site est désindexé totalement, ou banni par un moteur de recherche

Si votre site Internet est récent, il est possible que vous ayez été aidé par le moteur de recherche à être bien placé au début, ceci arrive de temps en temps avec les nouveaux sites où il y a une faible concurrence, après un certain temps, le moteur de recherche replace le site à l'endroit qu'il semble le plus adapté. Certaines fois les webmasters ou gérants de site Internet, ne se rendent pas compte de cette aide, puisqu'elle est invisible pour ceux qui ne changent pas de place par la suite.

Si votre site Internet est ancien, il faut vérifier qu'il n'est pas pénalisé, la première chose qui est souvent citée est la sur-optimisation, à vouloir trop bien optimiser votre référencement naturel, vous allez trop optimiser le site pour les robots des moteurs et ne pas assez l'optimiser pour les utilisateurs. Ainsi le moteur de recherche va pénaliser le site avec certains mots-clés ou de manière générale. Il y a aussi l'utilisation de techniques non recommandées par les moteurs ou encore des mises à jour des algorithmes des moteurs. Il serait trop long de tout expliquer mais vous avez déjà ici quelques éléments de réponse dans le cas d'un changement d'affichage de votre positionnement avec les moteurs de recherche.

La sur-optimisation :

Il arrive souvent qu'un site Internet se fasse pénaliser par sur-optimisation, il faut comprendre par ce terme, que le site Internet est optimisé bien trop souvent pour les moteurs et non pas pour les utilisateurs du site Internet qui sont vos potentiels clients et donc qu'il faut soigner pour vendre vos produits et travaux. Il faut savoir que pendant les années 90, c'était le début des moteurs de recherche. Il était facile de faire un bon référencement à l'époque, il suffisait d'optimiser les sites pour les robots, de nos jours cela a bien changé, les moteurs de recherche se sont améliorés pour répondre aux besoins des consommateurs qui sont vos potentiels clients, que ce soit des entreprises ou des particuliers. Les algorithmes sont devenus très complexes et il faut donc faire attention lors de vos travaux.



Site accessible avec ou sans www :

Il arrive assez souvent que des webmasters ou gérants de sites Internet se posent la question de pourquoi leur site n'a pas beaucoup de pages indexées. En fait il s'agit assez souvent d'une mauvaise vérification de leur part, ils vont par exemple taper la commande "site:www.example.com" et pas "site:example.com", à ce moment ils vont découvrir que leur site est peut être indexé une fois avec les www et une fois sans les www. C'est une erreur assez commune de la part des webmasters lors de la création d'un site Internet et que les gérants ne savent pas forcément, c'est surtout une question d'habitude pour les professionnels.

A ce moment il sera donc important de corriger le site Internet pour qu'il soit correctement indexé. Il faut que le gérant du site choisisse l'indexation du site avec ou sans www. Le choix est souvent commercial et marketing, que ce soit pour l'habitude de taper le www ou l'afficher sur les cartes de visite, cela n'a que peu d'influence pour votre référencement puisque ce qui vous bloque actuellement c'est bien le fait que le site est accessible avec 2 URLs pour 1 même site. Il faut donc qu'il ne soit indexé qu'avec www ou sans www, tout simplement.

Même si aujourd'hui les moteurs de recherche sont assez avancés pour faire de temps en temps le choix d'indexer un site avec ou sans www, cela n'empêche pas d'avoir encore beaucoup de cas de ce type. Pour mieux comprendre : Votre site Internet peut être indexé deux fois ; une fois avec le www et une fois sans. Ceci va faire que le site présente du duplicate content, ce qui donne en français du contenu dupliqué : 2 URLs = 1 même page, ce qui n'est pas le mieux pour votre référencement naturel. Ici donc c'est peut être deux fois votre site indexé par les moteurs. Sachant aussi qu'il y aura toujours une page qui sera mise de côté par rapport à une autre et ce ne sera pas forcément celle que vous aurez travaillée avec vos liens.

10 Conseils pour Site Internet



Pour vous aider à savoir quoi faire de manière simple et rapide pour le référencement naturel de votre site Internet, vous allez découvrir avec cette page 10 conseils de base pour comment améliorer le SEO de votre site Internet et donc avoir du travail à faire. Il sera tout de même utile de lire les autres conseils du Kit Madrilenos si vous souhaitez vraiment améliorer le référencement naturel de votre site Internet pour avoir des internautes qui visiteront celui-ci et de potentiels clients pour votre entreprise.

10 conseils pour votre référencement naturel :

- Un site optimisé pour le utilisateurs
- Des balises meta correctement remplies
- Un contenu qui répond aux internautes
- Eviter les sur-optimisations pour les robots
- Avoir des liens depuis d'autres sites Internet
- Avoir un site Internet disponible 99% du temps
- Avoir un nom de domaine professionnel
- Eviter les sites Internet full flash
- Eviter d'avoir un site en iframes
- Avoir un site Internet valide W3C

Ce ne sont que quelques conseils de base, il y a énormément de travail pour améliorer un site Internet, quel qu'il soit. Il est donc bien déjà d'avoir ce type de base OK pour avancer. Vous allez par la suite avoir la possibilité d'avoir différents conseils concernant des sites spécifiques, tels que des boutiques en ligne (E-Commerce), les sites multilingues, ou même si vous avez un blog ou encore un annuaire pour savoir quoi améliorer. Pour continuer ensuite à toujours mieux optimiser votre site, vous pouvez découvrir les conseils suivants du Kit Madrilenos et n'hésitez pas à me contacter si vous avez des questions.

Kit Madrilenos réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

10 Conseils pour E-Commerce



Pour un site de type e-commerce, il est très important qu'il soit bien optimisé, que ce soit pour les moteurs ou pour les utilisateurs. En effet c'est un site clairement à but lucratif et il faut faire en sorte d'avoir tout ce qu'il faut et parfaitement réalisé pour que ce soit le plus rentable pour l'entreprise qui gère le site Internet.

10 Conseils pour un site e-commerce

- Un joli design pour attirer les clients
- Site Internet optimisé pour les clients
- L'affichage des prix (avec HT ou TTC)
- Zone et rapidité de livraison (France ou autre)
- Afficher les CGV (Conditions Générales de Ventes)
- Afficher les coordonnées de l'entreprise
- Le SAV fournit au client
- Afficher des produits qui sont en stock
- Avoir des tarifs compétitifs
- Afficher les frais de port

Nous pouvons citer encore bon nombre de conseils, mais ce sont certains qui reviennent assez souvent dans le cadre de l'optimisation et de comment avoir un e-commerce qui soit bien pour les clients. Voici quelques autres conseils pour votre site : Si vous avez des frais de port gratuits, il est important de mettre ceci en avant, c'est un argument commercial très intéressant. Tout comme afficher les moyens de paiement, cela facilite pour certains l'achat. Le SAV pour un site e-commerce est important, si vous avez un suivi de livraison, des moyens de contacts faciles avec les clients, tout ceci est bien face aux concurrents.

Kit Madrilenno réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

10 Conseils pour Annuaires



Il est toujours bien pour un annuaire qu'il soit optimisé pour les utilisateurs et aussi les webmasters qui souhaitent présenter leurs sites Internet de la meilleure manière. En effet si un annuaire est bien optimisé pour les utilisateurs et pour le gérant, il pourra avoir beaucoup de sites Internet inscrits et des visiteurs.

10 Conseils pour un annuaire

- Avoir de nombreux sites Intéressants
- Avoir une validation rapide des sites
- Proposer aux webmasters des liens en dur
- Pouvoir ajouter des liens autres que la page d'accueil
- Avoir du trafic pour envoyer des visiteurs aux sites inscrits
- Avoir un espace de gestion des sites pour les webmasters
- Ne pas demander un paiement pour une indexation
- Que l'annuaire soit modéré des sites inutiles
- Ne pas demander de lien retour obligatoire
- Pouvoir présenter des flux RSS

Il y a encore plein de choses possibles, mais c'est déjà un début pour un annuaire qui pourra être intéressant pour les webmasters et les utilisateurs. On peut par exemple aussi citer le fait qu'un beau design sera un atout face à certains concurrents et il faut éviter un annuaire brut qui vient simplement d'être installé, ce type d'annuaire simple et brut n'attire pas les gens, même si vous y placez des sites intéressants, cela rebutera la majorité des utilisateurs. Un point important aussi est que le bouton d'inscription d'un site ou espace pour webmaster de l'annuaire soit facile à découvrir, ceci permettra d'avoir davantage d'inscrits à l'annuaire et ne pas faire perdre de temps aux webmasters.

Kit Madrileno réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

10 Conseils pour les Blogs



Si vous avez un blog, voici une étape qui pourra être intéressante pour vous afin d'avoir quelques conseils pour savoir ce que vous devez optimiser. Tout comme les autres conseils qui auront été fournis lors de la lecture de cet ouvrage du Kit Madrileno, il sera utile de suivre les conseils pour faire mieux que vos concurrents dans le domaine du référencement naturel pour votre blog.

10 conseils pour le référencement d'un blog :

- Ecrire régulièrement
- Utiliser les balises meta
- Utiliser le système de tags
- Bien choisir vos permaliens
- Générer un fichier sitemaps
- Utiliser la fonction de ping
- Ne pas installer trop de plugins
- Eviter l'indexation des résultats du moteur interne
- Faire en sorte que les gens laissent des commentaires
- Vérifier si le fichier robots.txt est bien configuré

Pour faire connaître votre blog, il sera nécessaire d'y présenter des articles régulièrement, comme cité avant, mais surtout qui intéressent vos lecteurs, du moins la cible que vous souhaitez. En effet, si vous n'écrivez que des sujets divers et variés, votre lectorat ne comprendra pas, tout comme écrire des articles qui ne sont pas compréhensibles pour votre lectorat.

Kit Madrileno réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

10 Conseils pour sites Internationaux ou site International



Si vous souhaitez améliorer votre référencement International, avec un site Internet par exemple en plusieurs langues, voici quelques conseils qui vont vous être utiles pour développer votre business et faire connaître votre site Internet et entreprise dans le monde entier.

10 conseils pour le référencement d'un site Multilingue :

- Ne pas utiliser deux langues avec une page
- Navigation intuitive (savoir ou trouver la langue)
- Désactiver les liens vers une version si pas encore traduite
- Avoir des URLs bien différentes pour chaque langue
- Ne pas avoir une page d'accueil en drapeaux
- Ne pas avoir de traduction automatique
- Avoir une extension internationale
- Utiliser la balise meta language
- Bien choisir les langues du site
- Lire la page Site Multilingue

Dans le cadre d'un développement International, il est très important de bien mettre en oeuvre les bases, surtout pour des sites avec beaucoup de langues à gérer. Le choix d'un développement international sur Internet est important pour une entreprise, mais surtout difficile de bien faire sans être bien encadré et avec de bons conseils. Si vous êtes en phase de réflexion, il faut dès maintenant faire en sorte de bien connaître vos possibilités à l'international et de savoir comment faire au mieux votre site multilingue. Dans le cas de devoir améliorer un site déjà existant et international, cela peut prendre pour certains sites beaucoup de temps et de moyens pour l'entreprise. Si vous avez des questions à ce sujet, n'hésitez pas à me contacter.

Kit Madrileno réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

Sites Multilingues



Il est important pour une entreprise de savoir comment optimiser un site Internet, surtout si celui-ci est pour l'international, ce qui devient plus compliqué puisque cela demande beaucoup plus d'informations, de connaissances et de vérifications qu'un site national. Il sera donc utile de vérifier les premières recommandations de base pour ce type de site Internet.

Optimiser un site Multilingue :

L'optimisation d'un site Internet pour l'international, n'est jamais chose facile, cependant il y a quelques indices qui permettent de savoir comment optimiser au minimum un site Internet au niveau mondial. Un ingénieur de Google a donné quelques informations à ce sujet, il s'agit de Matt Cutts, celui-ci répondait à une question posée par un Internaute en anglais :

Q: "On sites directed to international audiences with the same (high quality) content in several languages is it better to do several TLDs like mydomain.com, mydomain.de, mydomain.fr, mydomain.eu and so on or do subdomains like en.mydomain.eu, de.mydomain.eu, fr.mydomain.eu or something else like mydomain.com/en, mydomain.com/de, mydomain.com/fr?"

A: Good question. If you've only got a small number of pages, I might start out with subdomains, e.g. de.mydomain.eu or de.mydomain.com. Once you develop a substantial presence or number of pages in each language, that's where it often makes sense to start developing separate domains.

Source de l'information : mattcutts.com/blog/ .

Il faut savoir aussi que Google a déjà indiqué que les sites Internet possédant un nom de domaine de premier niveau spécifique à un pays (par exemple .fr), sont associés par défaut à une zone géographique (pour l'exemple entre parenthèses, ce sera la France). Si votre site Internet se dirige donc à l'international, il sera bien d'avoir un nom de domaine générique afin de ne pas être fixé à une zone géographique favorite par le moteur de recherche.

Un autre élément important pour les sites internationaux, c'est le fait qu'il faut éviter d'avoir des textes de différentes langues sur une même page, ceci peut perturber votre référencement, par exemple si votre page principale présente le même contenu en plusieurs langues, le moteur de recherche ne saura pas quelle est la cible précise de votre entreprise et où positionner au mieux votre page dans les résultats face aux concurrents.

Il y a aussi le fait d'avoir par exemple un site internet dédié à la France avec un .fr et un site dédié au Canada avec un .ca , il est recommandé d'avoir des textes différents pour éviter le duplicate content et qu'un des deux sites ne soit pas mis de côté par les moteurs de recherche.

Tous les conseils fournis avec cette page, sont autant de choses à savoir, qu'il est important de vérifier lors de l'optimisation de votre site Internet international et multilingue.

Kit Madrileno réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

Navigateurs



Il existe beaucoup de navigateurs, on peut en compter par centaines, qu'ils soient open-source, propriétaires ou même payants, il y a de tout pour faire un monde. Cependant une chose est certaine, c'est qu'il faut qu'un site Internet soit au moins compatible avec les navigateurs principaux. Pour cette raison, nous allons ici présenter les navigateurs les plus connus et pour lesquels il sera bien de vérifier la compatibilité de votre site.

Navigateurs les plus connus :

- Google Chrome
- Internet Explorer
- FireFox (Mozilla)
- Safari (Apple)

Plus récemment il y a Yandex ou encore Baidu qui ont lancé leurs propres navigateurs, on notera qu'ils ressemblent beaucoup au navigateur Google Chrome, cela est normal. En fait ils utilisent la même base de travail qui est le navigateur Internet open source Chromium. Ainsi ils peuvent avoir un navigateur à jour, aidés par une communauté grandissante et que les géants aident à développer. Ce qui va faire la différence, ce sont les extensions, les améliorations du navigateur ou encore les services proposés avec celui-ci. On pensera par exemple à la synchronisation par Google, la simplicité d'utilisation proposée par Yandex ou un navigateur proche des utilisateurs avec Baidu. Tout n'est en fait que marketing et améliorations pour se démarquer des concurrents par la suite.

Kit Madrileno réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

Sujets de Mémoire pour étudiants Universitaires



Pour les étudiants qui ont besoin d'idées pour leur sujet de mémoire, voici une liste de sujets qui pourra les dépanner. Ils concernent le référencement, le e-commerce ou encore l'Internet de manière générale.

Liste de sujets de mémoire e-commerce :

Les motivations à la réalisation d'un site e-commerce pour une grande entreprise
Pourquoi les entreprises qui ont des boutiques physiques utilisent le e-commerce
Quels sont les avantages des boutiques Internet face aux boutiques physiques
Pourquoi certaines entreprises ne souhaitent pas avoir de boutique en ligne
Quels sont les moyens de fidélisation pour les boutiques en ligne
Les avantages du e-commerce face aux boutiques physiques
Pourquoi certaines entreprises n'ont pas de sites Internet
Quels sont les freins à l'achat pour une boutique en ligne
Internet est-il un tremplin pour certaines entreprises
Une entreprise peut-elle être uniquement en ligne

Idées de sujets concernant Internet :

Internet est-il un lieu de liberté
Internet est-il dépendant des utilisateurs
Comment les moteurs luttent contre le spam
Quelles sont les différences entre les moteurs
Internet est-il un espace de soldes permanent
L'avenir des moteurs face aux réseaux sociaux
Comment Facebook est devenu le n°1 des réseaux sociaux
Comment Google est devenu le n°1 des moteurs de recherche

Si vous réalisez un de ceux-ci vous pouvez m'envoyer une copie de votre mémoire par e-mail : olivier@odorizzi.fr pour ainsi avoir des avis sur le sujet de mémoire réalisé dans le cadre de vos études.

Kit Madrileno réalisé par Olivier ODORIZZI
Site Internet : <http://odorizzi.fr/> (Consultant SEO)

Important



A savoir à propos d'Internet :

Vous allez découvrir ici quelques informations qui vous seront utiles lors de votre référencement naturel, communication avec vos clients et utilisation générale d'Internet. Ceci sont des informations donc utiles à savoir pour toute entreprise et individu utilisant Internet au quotidien ou occasionnellement.

Concernant les majuscules :

Si vous écrivez en MAJUSCULES sur Internet cela signifie CRIER, il faut donc faire attention par exemple avec les titres de vos pages ou textes à ne pas trop crier auprès de vos utilisateurs qui peuvent aussi être vos clients. Il est donc utile de bien rédiger vos textes avec votre site Internet et ses différentes pages, ou même lors de l'inscription de votre site sur d'autres sites Internet, on pensera par exemple aux annuaires.

Pour présenter des exemples :

Pour les exemples, il existe des domaines réservés à cet effet, il s'agit par exemple de : "example.com" ou encore "example.org" qui utilisent la lettre A. En fait les domaines d'exemples sont uniquement en anglais. Ainsi si vous communiquez avec votre webmaster, il sera bien si vous souhaitez décrire un exemple généraliste d'utiliser un des deux noms de domaines réservés à cet effet pour une meilleure compréhension entre vous.

A propos de la Google Dance :

Certains référenceurs ou webmasters parlent souvent de la Google Dance, il y a encore quelques années cela existait, ceci se déroulait lors des premières années du moteur de recherche de Google. C'était la mise à jour de l'index des serveurs de Google que beaucoup de webmasters attendaient et c'était une fois par mois en moyenne. Le crawl (visite des robots sur les pages de votre site Internet) demandait beaucoup de calculs et de temps avec les anciennes machines utilisées, c'est ce que les habitués appelaient la Google Dance. C'est lors de cette mise à jour du moteur de recherche que les liens ou backlinks pour les habitués, étaient mis à jour, mais ce n'était pas la seule chose mise à jour, de nouvelles pages et sites étaient indexés et même le fameux PageRank qui était affiché avec la Google Toolbar était mis à jour. Et bien tout ceci a changé avec le temps, il faut savoir que maintenant, les robots du moteur de recherche de Google visitent en permanence (crawl) les pages de votre site et les autres sites Internet. L'indexation se fait en quasiment temps réel et les algorithmes ont bien évolué. Le fameux PageRank a été peu à peu laissé de côté, tout comme la Google Toolbar, pour laisser place à d'autres outils plus intéressants et des algorithmes bien plus évolués et pertinents pour afficher de meilleurs résultats avec Google Search.

A propos du PageRank :

C'est un des algorithmes utilisés par le moteur de recherche de Google, cependant avec le temps, il a laissé peu à peu sa place prédominante à d'autres algorithmes qui sont venus améliorer celui-ci. Au début de Google Search, il était facile de découvrir le PageRank des sites, c'était le fer de lance de l'entreprise, il était un peu partout. Que ce soit avec les Google Toolbars avec FireFox ou Internet Explorer qui monopolisaient le marché, ou encore le Google Directory avec lequel on pouvait découvrir le PageRank des sites inscrits à l'annuaire. C'était un algorithme qui permettait de classer des sites par popularité, certes c'était une pierre à l'édifice, mais cette pierre était la plus médiatique et compréhensible par tous. De nos jours cette note est moins populaire, moins mise à jour, laissée de côté par les webmasters puisqu'elle n'apporte plus comme avant un élément très important pour un site. Les sites se sont améliorés et la course au lien est devenu un PageRank problème, ce qui peut expliquer cette perte de vitesse de popularité de cet algorithme au fil des années et surtout l'arrivée de nouveaux qui sont moins populaires, mais qui permettent un classement plus pertinent des résultats du moteur de recherche de Google.

Auteur - Madrileño

Pour mieux me connaître :

Olivier Odorizzi

Consultant SEO

Tél. : 33 246565015 - email : olivier@odorizzi.fr



Pour le référencement de votre site internet faites confiance à un expert en SEO
Un professionnel du SEO à vos côtés, pour faire grandir votre entreprise sur internet.
Que ce soit pour un audit de site, des suggestions d'optimisations ou soumissions pros

Olivier ODORIZZI, connu sous le pseudo Madrileño sur Internet, présente souvent des conseils aux entreprises dans le cadre professionnel, je me suis spécialisé depuis plusieurs années dans le domaine du référencement naturel. Ceci pour mieux répondre aux questions des entreprises qui ont besoin d'un expert dans le domaine et qui ont énormément de questions à ce sujet. Cela fait près de 10 ans que je réalise du référencement sur Internet, pour des sites en français et même à l'international, le temps passe très vite et les moteurs évoluent énormément, il faut une veille permanente pour être à jour et savoir comment aider les entreprises dans ce domaine. Espérant que ce document vous aura déjà permis d'avoir une idée d'où vous en êtes avec votre site Internet et votre référencement naturel, n'hésitez pas à me contacter si vous avez des questions dans le cadre du référencement professionnel.



Amicalement,
Olivier ODORIZZI
Consultant Internet
Site : <http://odorizzi.fr/>
Tel : 02.46.56.50.15

Kit Madrilenno réalisé par Olivier ODORIZZI