

OPTIMISER LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Suivre le référencement

Les moteurs de recherche positionnent dans des pages de résultats nommées « Search Engine Result Page » (SERP) les sites et les pages web selon leur degré de correspondance avec les requêtes des internautes.

Afin de suivre leur référencement, les entreprises doivent se focaliser sur 4 axes principaux :

- **La visibilité du site :** le but final du référencement est de faire ressortir le site dans les premiers résultats ;
- **Le positionnement sur les bons termes :** Le choix des mots clés est indispensable pour faire correspondre la page d'atterrissage aux requêtes des internautes ;
- **Le taux d'engagement des pages :** Il est important de remettre en valeur les pages qui ne suscitent pas beaucoup d'intérêt, surtout si ces dernières correspondent fortement aux recherches des utilisateurs ;
- **Les performances techniques :** Il est primordial de revoir les pages et les liens défectueux, mesurer le temps de chargement et l'améliorer si c'est nécessaire.

Optimiser le référencement

L'analyse des données :

L'analyse des données se fait via plusieurs outils tel que google Analytics ou Google Search, ces derniers permettent :

- L'obtention de statistiques précises permettant l'analyse du comportement du consommateur ;
- L'analyse des capacités techniques (nombre de vues, taux de rebond, taux de clic...) du site via des statistiques fiables ;
- La mise en place d'actions correctives pour booster le référencement ;

Les critères du classement :

Plusieurs moteurs de recherche utilisent des algorithmes leur permettant de classer les pages web selon des critères bien définis. Ces derniers diffèrent selon le moteur.

On peut distinguer deux types de critères :

- **Les critères on-site** : Ce sont des critères d'optimisation liés au site lui-même ;
- **Les critères off-site** : Des critères liés à l'amélioration de l'optimisation via la création de lien vers d'autres sites.

Critères on-site	Critères off-site
<p>Critères améliorant l'expérience utilisateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adaptation à tout type d'écran - Bonne vitesse de chargement - Existence de liens internes <p>Critères améliorant l'indexation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Choix des mots clés - Qualité des balises - Liens URL actualisés 	<p>Les différents liens qui mènent vers un site permettent au moteur de recherche de mieux assimiler la thématique abordée et aide à déterminer sa popularité.</p> <p>Cette création de liens avec différents sites s'appelle le « netlinking ».</p> <p>Chaque site vise à obtenir des liens entrants nommés « backlinks » d'un ou plusieurs sites de renommée afin d'améliorer sa visibilité.</p>

L'attractivité du site : prise en compte par Google pour son classement, elle s'illustre par plusieurs indicateurs tels que :

- Le nombre de pages vues
- Le taux de rebond
- Le nombre de clics
- Le temps passé