



AMÉLIORER & SUIVRE SON RÉFÉRENCIEMENT

Pour améliorer votre référencement vous pouvez actionner plusieurs leviers : optimiser le chargement de vos pages web, utiliser les bons mots clés, explorer votre site comme Google, corriger les erreurs techniques...

POINTS CLÉS A TRAVAILLER

- Adopter le **responsive design** (développer un site web qui va s'adapter à l'appareil avec lequel l'internaute se connecte).
- Réduire le **temps de chargement** du site
- Définir une **stratégie de mots clés**
- Créer du **contenu de qualité** et les **optimiser** pour le référencement
- Eviter les **contenus dupliqués**
- Créer une **stratégie de liens entrant** pour augmenter la popularité de votre site
- Etre present sur les **réseaux sociaux**
- Utiliser **Google Analytics & Google Search Console**











Le **référencement naturel** (SEO) d'un site web permet de gagner en visibilité sur les pages de résultats de moteurs de recherche. C'est une excellente opportunité de faire connaître un site web ou une entreprise.

1 – Bien choisir ces mots clés

Choisir ses mots clés est un travail parfois plus compliqué qu'il n'y paraît. Déterminer quels sont les mots sur lesquels vous souhaitez axer votre message demande souvent du temps et la prise en compte de nombreux critères. Les implications de ce choix sont grandes pour le référencement naturel de votre site web, car c'est grâce à ces expressions que les internautes vont pouvoir vous trouver.

Lancer votre stratégie de référencement naturel demande une méthodologie rigoureuse et détaillée.

Bien choisir ses mots clés en 10 étapes

 Penser à la concurrence autour d'un mot-clé	 Penser à l'équivocité des mots
 Déterminer si vous utilisez le singulier ou le pluriel	 Examiner les mots utilisés par vos clients
 Éviter les termes techniques ou corporatistes	 Penser à générer du contact
 Vérifier si les mots clés choisis sont populaires	 Vérifier quels sont les mots utilisés par vos concurrents
 Utiliser également des synonymes	 Jouer la carte de la cohérence sémantique

Aurélien Debord
l'efficacité digitale

[EN SAVOIR PLUS](#)

2 – Bien utiliser Google Analytics

Google Analytics est un outil gratuit qui peut être relié à n'importe quel site web ou application. Une fois connecté à votre site, Google Analytics commencera à mesurer et stocker des statistiques sur les visiteurs de votre site et vous pourrez ensuite retrouver toutes ces données dans l'outil.

Comment utiliser Google Analytics ?

Au départ, il est nécessaire de placer un code dit de « tracking » dans le code source des pages de votre site. Ainsi, **lorsqu'un internaute visitera votre site le code de tracking s'activera** au chargement des pages et commencera dès lors à enregistrer les **interactions entre ce même visiteur et votre site**.

Les fameux “cookies” permettent de stocker et de quantifier ces différentes interactions pour vous fournir d'innombrables informations sur vos visiteurs (de manière anonyme) : **pages visitées, sources de trafic, conversions, nouveaux visiteurs vs visiteurs réguliers, géo-localisation de vos visiteurs**, etc.

[EN SAVOIR PLUS](#)

3 - Accélérer la vitesse de chargement pour gagner des positions sur Google

La vitesse de chargement est un critère important pour Google : réaliser un audit pour trouver des axes d'amélioration peut vous permettre de gagner des positions. Il existe des services gratuits comme [PageSpeed Insights](#) ou [Lighthouse](#) par exemple.

Il vous suffira d'entrer l'URL de votre page web pour connaître ses performances web et obtenir un rapport détaillé. La page se voit alors attribuer une note globale de 1 à 100 avec un code couleur facilement compréhensible : rouge, orange et vert dans le cas d'un score allant de 90 à 100.

Page Speed Insights propose à la fois un rapport sur l'expérience utilisateur et sur les multiples points techniques à améliorer afin de diminuer le temps de chargement d'une page : encodage des images, réduction du nombre de requêtes, délai d'exécution du JavaScript... Le code couleur permet de visualiser rapidement les critères qui nécessitent d'être optimisés en priorité et ceux qui sont conformes aux attentes des robots d'indexation et des internautes.

4 - Optimiser son contenu et ses performances web

[Yooda Insight](#) dispose d'une base de données de mots clés dans laquelle l'utilisateur peut puiser pour optimiser sa stratégie de référencement naturel. Véritable boîte à outils, Yooda Insight comporte plusieurs fonctionnalités bien connues des référenceurs.

L'outil permet d'évaluer la performance de son propre site web, mais aussi celle de ses concurrents grâce à un listing des mots clés positionnés. Pour chacun des mots clés qui ressortent d'un site, on trouve des informations telles que la page positionnée, le trafic engendré par ces mots clés, le volume de recherche par mois, le degré de concurrence, le nombre de résultats Google, ainsi que le CPC (coût par clic) estimé.

Comme tout générateur de mots clés, Yooda Insight offre la possibilité de ressortir un grand nombre de keywords à partir d'un simple mot clé suggéré. L'aspect concurrentiel est mis en avant afin de pouvoir adopter une stratégie permettant de se différencier de la concurrence.

Yooda Insight permet également d'identifier rapidement les leaders du marché par thématique à partir d'un simple mot clé ou expression. Cette fonctionnalité offre l'avantage de permettre à la fois de connaître ses principaux concurrents, mais aussi d'envisager des partenariats en vue de recevoir des backlinks de qualité par exemple.

Enfin, l'outil SEO propose de tenir un tableau de bord pour surveiller le positionnement d'un site concurrent sur un mot clé convoité ou encore d'organiser une liste de mots clés pour améliorer sa stratégie de contenu.

5 – Suivre son positionnement

[SEMrush](#) permet de suivre son positionnement sur les moteurs de recherche et surveiller celui de la concurrence. De nombreuses informations sont fournies pour optimiser sa stratégie de référencement naturel. Analyse les sources de trafic d'une page web, observer le positionnement des sites classés sur un même mot-clé et l'apparition de nouveaux concurrents.

Un outil permet également d'analyser la pertinence des liens externes, leur nombre et leur évolution dans le temps.

SEMrush permet également d'effectuer l'audit d'un site pour détecter les facteurs pouvant impacter le positionnement d'une page web ou d'un site internet : performance, sécurité, contenu dupliqué, balises manquantes...

Il permet également de se comparer à la concurrence dans des domaines du webmarketing ainsi que les réseaux sociaux, en mesurant les interactions sociales.

