

Développement Web

Conception graphique : Hélène Levrard - Réalisation de la fiche : André Gentit



Fiche pratique

Réussir son référencement





A. Sommaire

A. Sommaire.....	1
B. Introduction	2
C. Fonctionnement de la recherche sur le Web	2
Les moteurs de recherche	2
Les annuaires « humains »	2
Ce qu'un moteur cherchera dans votre site	3
D. Se référencer	4
Sur les moteurs de recherche	4
Sur les annuaires.....	5
E. Gagner des places	5
BALISE « title »	6
Les balises META indispensables	7
D'autres balise META	9
F. Le code HTML c'est du Chinois !	11
FrontPage	11
Dreamweaver	12
NVU	12
G. Le fichier robot.txt.....	13
H. Le cas google.....	13
I. Comment encore gagner quelques places ?.....	14
Les liens dans vos pages	14
Les images	15
J. Combien coûte le référencement sur Internet.....	16
K. Pour résumer	17



B. Introduction

Vous avez travaillé à la réalisation de votre site, vous espérez vous faire connaître, faire découvrir votre activité et ainsi récupérer des clients. Mais le fait d'avoir déposé votre site ne suffit pas. Il vous faudra absolument passer par l'enregistrement dans les annuaires et optimiser vos pages pour être reconnu par les moteurs de recherche.

Quand on sait que près de huit visiteurs sur dix trouvent un site Internet grâce à un moteur de recherche ou à un annuaire, on mesure l'importance de bien référencer son site.

Cette vous donnera les bases pour réussir une telle tâche.



Référencer son site Web doit être une priorité pour tout webmaster qui se respecte.

C. Fonctionnement de la recherche sur le Web

Les moteurs de recherche

Les moteurs de recherche analysent toutes les pages d'un site, les indexent et les référencent dans leur base. C'est un logiciel-robot (crawler ou spider, en anglais) qui avale les sites et en retire un descriptif pour chaque page qui le lui permet, il renseigne ensuite une base de données.

Ensuite l'internaute interroge un moteur de recherche en saisissant des mots-clés. Le moteur consulte sa base de données et affiche les résultats. Dans ce cas, il ne sera pas possible de parcourir des catégories, comme dans un annuaire.

Les annuaires « humains »

Ce sont des personnes généralement qualifiées qui parcourent les sites et les classent par catégories.

Lorsqu'on consulte un annuaire, on va entrer des mots-clés, comme sur un moteur, ou bien parcourir des catégories, jusqu'à cerner le site intéressant.



Ce qu'un moteur cherchera dans votre site

Chaque moteur de recherche a sa façon bien à lui d'analyser les sites. Mais tous travaillent à partir de trois éléments de base :

- **Les mots-clés.** Ceux que vous avez mentionnés dans la balise META « Keywords » d'une page Web : ils n'apparaîtront pas à l'écran de l'utilisateur qui consulte votre page.
- **Le descriptif.** Il est défini dans la balise META « Description ». A l'instar des mots-clés, le descriptif n'est pas affiché sur l'écran des visiteurs de votre site.
- **Le contenu.** Les moteurs de recherche ne se limite pas obligatoirement aux mots-clés que vous définissez explicitement. Ils parcourent toutes les pages de votre site pour en extraire les mots significatifs et les indexer.

Le texte du descriptif s'affiche dans les listes de sites affichés par les moteurs de recherche. Il faut donc que le descriptif de chacune des pages se montre assez explicite pour que l'on ait une bonne idée de ce que vous proposez comme service.

Exemple de résultat sur google : (avec berry informatique)

- BERRY INFORMATIQUE FACILE -

Berry Informatique Facile, une association de formation à domicile.

www.berryinformatique.com/ - 18k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

Pascale et Jean-Marc vous attendent à la Gitonnerie

Au cœur du **Berry**, dans une ferme céréalière de champagne berrichonne, ce bâtiment typique d'exploitation ... Réalisation - **Berry Informatique Facile** avril 2006.

lagitonnerie.com/ - 18k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)



D. Se référencer

Sur les moteurs de recherche

Référencer un site auprès d'un moteur de recherche est très facile. Il suffit de :

- Ouvrir la page d'accueil d'un moteur de recherche (allez à la page <http://www.altavista.com/> par exemple).
- Cliquer sur un lien du type « Ajoutez votre site » (« Add a Page », sur le site d'Alta Vista en version anglaise).
- Saisir les informations demandées telles que l'adresse de la page principale du site Web et, éventuellement, une adresse e-mail.

Chacun utilise des méthodes d'analyse et des critères très personnels, mais quasiment tous exploitent cinq informations :

- le nom des fichiers et des dossiers,
- le titre des pages,
- le contenu des pages,
- les mots-clés associés aux pages
- la description des pages.

Beaucoup de moteurs de recherche tiennent compte de l'adresse des pages. Vous avez donc tout intérêt à utiliser des termes compréhensibles pour nommer les dossiers et les fichiers.

Comparez ces deux adresses :

- www.bourges.com/01/pi012.htm
- www.bourges.com/loisirs/piscine.htm

A votre avis laquelle sera mieux référencée ?



Pour vous référencer sur plusieurs moteurs :

```
http://www.referencem  
ent-fr.com/?  
file=publicite
```



Mais cette méthode a ses limites. Vous serez souvent limité dans le nombre de mots clés ou encore dans le nombre de caractères pour le descriptif.

Sur les annuaires

Même méthode que précédemment, il suffira de trouver le lien « Ajoutez votre site ».

L'énorme différence, dans ce cas ce sont des personnes qui vous juger de la pertinence d'ajouter votre site dans l'annuaire.

Vous avez peu de chance d'y apparaître pour l'album photo du petit dernier, ou du récit de vos amours de vacances.

Par contre un site du style carnet de route peut les intéresser.

De même vous ferez systématiquement « refouler » avec un site qui ne respecte pas les conditions requises :

- Site en langue française par exemple
- Sujet obligatoirement lié à la thématique de l'annuaire (la musique, la corse etc...)
- Pas de page en travaux, le site doit être fini !
- Attention aux fautes !
- De même si votre site est « hors la loi ». C'est-à-dire proposant un contenu non compatible avec l'éthique du Web. (fichier piraté, pornographie non autorisée, racisme, incitation à la violence, etc...)

E. Gagner des places

Reste à améliorer significativement le nombre de visites. Car ce « simple » référencement ne vous procurera pas un « rang » enviable : au mieux, vous serez le 800ème sur une liste de 3 000 lorsqu'un internaute interrogera un moteur de recherche.

Or, vous savez bien vous-même que vous vous contentez, le plus souvent, au mieux, comme la plus part des internautes, des trois premières pages de résultats.

Vous voilà invisible !



RÉUSSIR SON RÉFÉRENCIEMENT

Pour optimiser votre référencement vous allez devoir mettre les mains dans le « cambouis » comme on dit chez nous, c'est-à-dire vous plonger dans le code HTML de vos pages.

Il est possible dans une page HTML, à l'aide de l'utilisation de balises HTML spéciales, les **<META>**, de communiquer aux divers robots d'indexation, des données utiles pour préciser la nature du contenu, et donc faciliter le classement idéal du site et des diverses pages. Certaines balises aident également le logiciel de navigation à utiliser le contenu de la page.

Ces balises sont présentes dans l'entête de vos fichiers HTML, entre les balises `<head>` et `</head>`, mais avant toute chose la première balise à mettre absolument en œuvre est la balise de titre.

BALISE « title »

Le titre de votre page doit être enfermé entre les balises `<title>` et `</title>`.

Cette ligne est très importante car le titre est non seulement repris dans la barre du navigateur (ainsi que dans les signets) mais il est aussi et surtout de plus en plus utilisé par les moteurs de recherche pour déterminer le contenu de votre site. Il est donc essentiel de ne pas le négliger, comme c'est malheureusement encore trop souvent le cas.

Une récente étude a montré que plus de 25% des sites ne disposaient pas d'un titre significatif, voire pas de titre du tout (les fameux documents « Untitled » qu'on retrouve un peu partout au fil de nos recherches sur le Web).

Les moteurs de recherche tiennent fortement compte des titres des documents. Il faut impérativement en mettre sur toutes les pages d'un site. Même pour les pages qui n'apparaissent pas directement comme les sous-pages d'une page de frames (ou cadre)!

Certains prétendent également que le fait de reprendre un ou des mot(s)-clé(s) dans le titre de toutes les pages d'un site est très favorable pour un meilleur classement.

```
<title>Titre de la page</title>
```



Les balises META indispensables

Les meta-tags suivants doivent être impérativement être présents sur toutes vos pages.

a) META http-equiv « Content-Type »

Indication des caractères utilisés dans la page. Utile pour éviter les problèmes des caractères accentués avec d'autres codes sur divers systèmes (Mac / Windows). :

```
<meta http-equiv="Content-Type"
content="text/html;charset=iso-8859-1">
```

b) META http-equiv « Content-Language »

Indique la langue utilisée sur le site :

```
<meta http-equiv="Content-Language" content="fr">
```

c) META « Description »

Pensez à rédiger un descriptif spécifique pour chaque page : les moteurs de recherche proposant n'importe quelle page de votre site.

Cette description devra être pertinente, attirante et brève.

- 5 mots minimum
- 1024 caractères maximum
- ne doit pas dépasser cinquante mots,

Sinon vous risquez de retrouver une description tronquée. Il vous faudra les saisir après « Content » :

```
<META NAME="Description" CONTENT="Le descriptif de votre
site">
```



d) META « Keywords »

Il est préférable de les séparer par des virgules, et de limiter leur nombre à 250 au maximum (ou 1024 caractères).

Il est déconseillé d'utiliser des caractères accentués (parfois mal pris en compte par les moteurs de recherches anglophones). Évitez les mots génériques (ordinateur, Internet ...), les mots vides (pronoms, conjonction), les mots protégés par un copyright ou des les marques et ceux qui sont étrangers à votre sites (par exemple : « pamelanda anderson » pour un site sur les papillons de votre région).

Écrivez les mots en minuscules. Les mots-clés demeurent importants, même si un nombre croissant de moteurs de recherche se fondent sur le contenu complet des pages et non sur ces seuls mots-clés. Il vous faut les placer dans cette balise, après le mot Keywords :

```
<META NAME="Keywords" CONTENT="chat, chien, oiseau, éléphant, php, javascript">
```

e) META « Robots »

Indique si le robot doit indexer la page et/ou suivre les autres pages du site . Hé ! Oui, vous pouvez commander le robot qui passe sur vos pages.

- « All » (défaut) permet aux robots d'indexer vos pages et de suivre les liens hypertextes d'une page à l'autre.
- « None » dira aux robots de ne pas indexer vos pages et de ne pas suivre les liens.
- « Index » indique que vos pages peuvent être indexées par les robots.
- « NoIndex » pour que les robots ne procèdent à aucune indexation.
- « Follow » donne la permission aux robots de suivre les liens hypertextes des pages.
- « NoFollow » pour le contraire.

```
<meta name="robots" content="index, follow">
```



Vous pouvez encore améliorer vos chances avec des groupes de mots. Ainsi : la présence de « recyclage des déchets dans le cher » au lieu de « recyclage, déchets, cher », vous fera gagner encore quelques rangs dans les réponses



A éviter à tout prix si vous ne voulez pas être « **blacklisté** » :

Répéter les mots clés

Pas de marques

Pas de mots qui n'ont aucun rapport avec votre site, du style MP3 pour tenter de capter quelques internautes !

Ne jouez pas sur la couleur de la police !

Ne construisez pas de page satellite remplie de mots clés

Évitez les frames

Blacklisté : rejeter des moteurs de recherche, mis sur liste noire, pour procédure non conforme




RÉUSSIR SON RÉFÉRENCEMENT

Attention:  **Ne sautez pas de ligne.** L'exemple ci-dessous, qui ne saute pas de ligne, peut perturber la détection des meta-tags.

```
<META NAME="Nom de Meta" CONTENT="Ceci est le contenu du meta-tags"
qui doit être écrit sans retour à la ligne">
```

Voici un exemple de base :

```
<HEAD>
<META HTTP-EQUIV="Content-Type" CONTENT="text/html; CHARSET=ISO-
8859-1">
<title>French language courses for foreigners in Paris</title>
<META NAME="Description" CONTENT="Cours de langue française pour
étrangers à Paris">
<META NAME="Keywords" CONTENT="france, cours, francais, paris, etrangers,
ecole, langue, apprendre">
</HEAD>
```

 Les annuaires se contentent généralement des mots-clés et du descriptif que vous leur fournissez lorsque vous référencez.

D'autres balise META

a) META http-equiv « Expires »

Indique la date finale de validité du contenu. Précise au logiciel de navigation de ne plus utiliser le cache quand la date est dépassée, mais de lire à nouveau le fichier sur le serveur. :

```
<meta http-equiv="expires" content="Wed, 23 Feb 2000 09:15:45
GMT">
```

b) META « Revisit-After »

Indique le délai d'attente du robot avant une prochaine indexation. Ne peut être inférieur à 14 jours (14 days).

```
<meta name="revisit-after" content="7 days">
```



RÉUSSIR SON RÉFÉRENCIEMENT

c) META « Author »

Indique le nom de l'auteur du site, pratique on peut retrouver votre site avec votre nom.

```
<meta name="author" content="Prénom Nom">
```

d) META « Owner »

Indique le nom du propriétaire du site :

```
<meta name="owner" content="Prénom Nom">
```

e) META « Reply-to »

Indique l'adresse e-mail de l'auteur du site :

```
<meta name="reply-to" content="webmaster@site.com">
```

D'autres balises sont possibles, pour cela utiliser le Web.



Si vous avez peur du SPAM, ne rajouter pas ces lignes...

Mais sachez que votre adresse mail devra bien être présente pour que l'on puisse vous joindre.

Il existe bien des méthodes pour tromper les sniffers, mais pas à la portée du débutant.

Pour ma part je suis plus spammé par l'adresse mail de mon entreprise que par toutes celles qui « traînent » sur mes sites !s

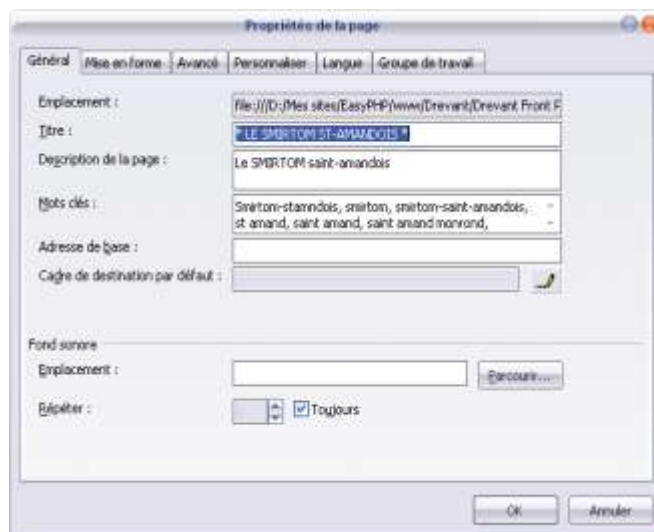


F. Le code HTML c'est du Chinois !

Si pour vous le HTML est un code abscond, les principaux éditeurs Web vous permettront de remédier à cette lacune.

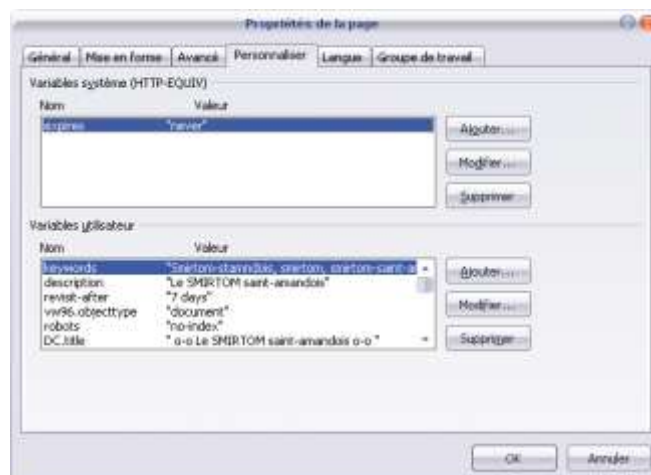
FrontPage

Vous pourrez renseigner les principaux META grâce aux propriétés des pages. (clic droit sur la page)



Pour le reste des codes META, cliquez sur l'onglet « personnaliser »

Vous pourrez alors ajouter les *meta* qui vous semble indispensables au bon référencement de votre page



Il vous faudra faire de même sur les autres pages



Vous pourrez gagner du temps en utilisant la fonction « remplacer » de votre éditeur qui permet de modifier le code source de toutes les pages.

A vous de vous organiser pour faire le minimum d'opérations.



RÉUSSIR SON RÉFÉRENCIEMENT

Dreamweaver

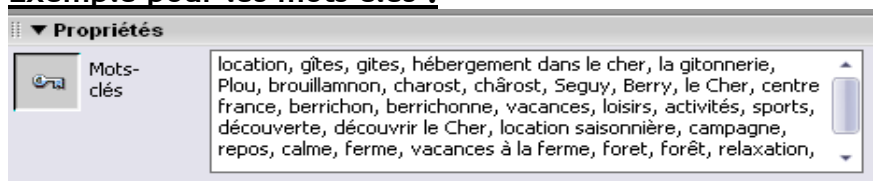
Dans Dreamweaver cela se présente différemment. Il faut tout à bord afficher le contenu de l'entête (menu « Affichage »).

Le bandeau suivant apparaît :

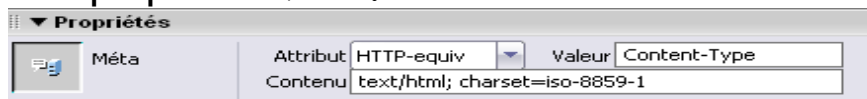


En cliquant sur les différents éléments vous pourrez les modifier dans la partie basse de votre éditeur.

Exemple pour les mots clés :

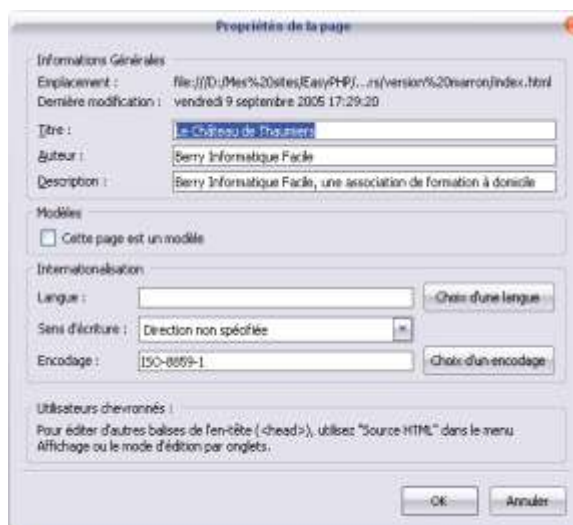


Exemple pour les META :



NVU

Si vous ne le connaissiez pas ? Nvu est un logiciel multi-plateforme destiné à la création et à l'administration de pages web, en mode visuel (WYSIWYG). Il est en quelque sorte le pendant libre de logiciels comme Dreamweaver, GoLive ou Frontpage. Vous ne pourrez modifier que les principales balises, pour le reste Nvu vous prévient qu'il vous faudra vous plonger dans le code.





G. Le fichier robot.txt

Encore une astuce pour piloter les robots d'indexation, le fichier robot.txt.

C'est un fichier texte (d'où l'extension txt), pesant moins de 1 Ko.

Il se positionne à la racine du site, sur le serveur. Exemple : www.berryinformatique.com/robots.txt.

Il n'en faut qu'un, inutile d'en mettre dans chaque répertoire. Il faut indiquer ici les pages qui ne doivent pas être visitées par les robots des moteurs. La syntaxe est :

```
# robots.txt pour le site http://www.site.com
User-agent: *
Disallow: /prive/
```

- La ligne "User-agent : *" indique que tous les moteurs sont concernés.
- La ligne "Disallow : /prive/" interdit l'accès des moteurs à tout le dossier *prive*, toutes les pages sous celui-ci ne seront pas indexées.

Quelques règles de base

- Vous pouvez interdire l'accès à certaines pages.
- Vous pouvez interdire l'accès à tout le site.
- Cette commande permet donc de bloquer certains accès.
- Un retour chariot est nécessaire en fin de ligne de commande.

H. Le cas google

Avec plus de 80% de requêtes en Europe, Google est devenu la référence en matière de référencement sur le web. Aujourd'hui, un site non indexé chez google n'existe pas. Ce qui a fait sa force, c'est sa capacité à présenter les résultats triés par pertinence et de façon très rapide ; à tel point que certains internautes n'utilisent plus les favoris des navigateurs et passent directement par leur moteur de recherche préféré.



Si le robot en lui-même ne pose pas de problème de sécurité, il n'en n'est pas de même pour un utilisateur mal intentionné qui pourrait utiliser ce fichier pour justement découvrir les dossiers sensibles de votre site et tenter d'y accéder...



Pour en savoir plus :

<http://www.robotstxt.org/>

Pour savoir si les robots passent sur votre site, il vous suffira d'analyser vos fichiers de logs. Vous devriez y trouver des requêtes de « Googlebot » prouvant le passage du robot de Google.



RÉUSSIR SON RÉFÉRENCIEMENT

Google utilise le « Page rank » : c'est un critère mathématique qui permet de mesurer la popularité d'une page. noté de 0 à 10 (10 est le mieux, mais très rare), pour mesurer l'ordre d'affichage des pages.

En fait le « Page rank » mesure le nombre de liens entrant dans votre site. La logique est simple, plus de sites font référence au vôtre, plus votre site est populaire, et donc de fait il sera placé en bonne place dans le classement Google.

Il ne suffit donc pas de peaufiner ses codes Meta, il vous faudra donc bien vous enregistrer sur les moteurs et les annuaires, mais en plus faire des échanges de liens avec d'autres sites.

Un véritable travail de fourmi que bien des webmasters négligent, si votre site est de nature commerciale vous devrez vous y astreindre.

I. Comment encore gagner quelques places ?

Les liens dans vos pages

Renseigner la balise title

A éviter :

```
<a href="page.html">cliquez ici</a>pour voir nos œuvres d'art
```

C'est mieux ainsi :

```
<a href="page.htm" title=" Nos œuvres d'art ">cliquez ici  
</a>pour voir nos œuvres d'art
```

Mais on peut faire mieux

```
<a href="page.htm" title="Nos œuvres d'art"> Cliquez pour voir  
nos œuvres d'art</a>
```

Ce type de lien sera bien plus performant.

a) Exemple de lien bien titré.

Au passage de la souris un texte explicatif s'affiche.





Les images

Dans toutes vos balises img, vous avez la possibilité de placer un commentaire avec "alt". Ce commentaire **EST LU** par les moteurs de recherche, et prend de l'importance au fur et à mesure que les méthodes de référencement progressent. Il est plus obligatoire pour la validation W3C, et indispensables pour les sites accessibles aux déficients visuels.

```

```

a) Exemple d'image bien titrée.

Au passage de la souris un texte explicatif s'affiche.





J. Combien coûte le référencement sur Internet

Un meilleur ciblage : Le trafic généré par une campagne de référencement est en général bien meilleur que celui d'une campagne à base de bandeaux dont les messages ne permettent pas de cibler de façon aussi efficace que dans le cas du référencement : lorsqu'un internaute tape l'expression « achat automobile », un constructeur automobile est à peu près certain qu'il s'agit d'un prospect qualifié qu'il a intérêt à attirer. Au contraire, dans le cas d'une campagne publicitaire en ligne standard, les internautes qui cliquent sur les bandeaux sont en général autant motivés par la curiosité que par une quelconque intention d'acheter. Ceci est un peu moins valable pour les outils de recherche qui proposent des offres où les bandeaux ne s'affichent que lorsque l'internaute effectue une recherche sur un mot clé précis ("automobile" ou "occasions" par exemple).

Coût global : Somme des coûts afférents au référencement : coût interne et coût externe.
Compris entre 762, 25 € HT et 22 867, 35 € HT par an.

Coût externe : Coût des prestations achetées à des prestataires extérieurs à la société et des logiciels dédiés au référencement.
Compris entre 304, 90 € HT et 18 293, 88 € HT par an.

Coût interne : Coût correspondant au temps consacré à la gestion du référencement : sélection de prestataires, travail de réflexion, formation, contrôle de leur travail. Compris entre 457, 35 € HT et 18 293, 88 € HT par an.

Vous comprenez mieux l'intérêt de vous y mettre ?



K. Pour résumer

- Enregistrez votre site sur les moteurs de recherche
- Enregistrez votre site sur les annuaires
- Faites des échanges de liens avec des sites en rapport avec votre activité. Eviter ceux qui imposent le placement de bannière, pas toujours en adéquation avec votre charte graphique.
- Renseignez obligatoirement :
 - le titre de vos pages
 - les mots clés de vos pages
 - L'encodage des caractères
- Renseignez les autres codes META.
- Renseignez la balise « title » de vos liens
- Renseignez la balise « alt » de vos images
- Placez le fichier *robot.txt* à la racine de votre site.
- Faites des tests régulièrement sur les principaux moteurs, en cas de doute, vérifiez vos « logs ».
- Si tout ça ne suffit pas vous pouvez acheter des mots clés, afin d'augmenter vos chances d'être en tête des réponses.
- NE TRICHEZ PAS au risque de vous faire « Blacklisté » c'est-à-dire banni des moteurs de recherche



Réalisation
André Gentit
agentit@cg18.fr