

Principes généraux du référencement web

The logo of the University of Strasbourg, consisting of two blue curved segments that form a stylized 'S' shape, positioned behind the text.

UNIVERSITÉ DE STRASBOURG



Laurent Hentz

Fondateur de Numipage

Gestion de projet web, SEO et formation

laurent@numipage.com Twitter :@numipage

Sommaire

- Introduction
- Acronymes
- Historique
- Fonctionnement des moteurs de recherche
- Les critères de positionnement
- Application des critères

Les moteurs de recherche

- 130 000 milliards de pages sont indexées par Google (2016), principal moteur de recherche (93 % de part de marché dans le monde)
- 3,3 milliards de requêtes sont effectuées chaque jour et 100 milliards par mois
- 30 % des visites des sites ont comme source Google

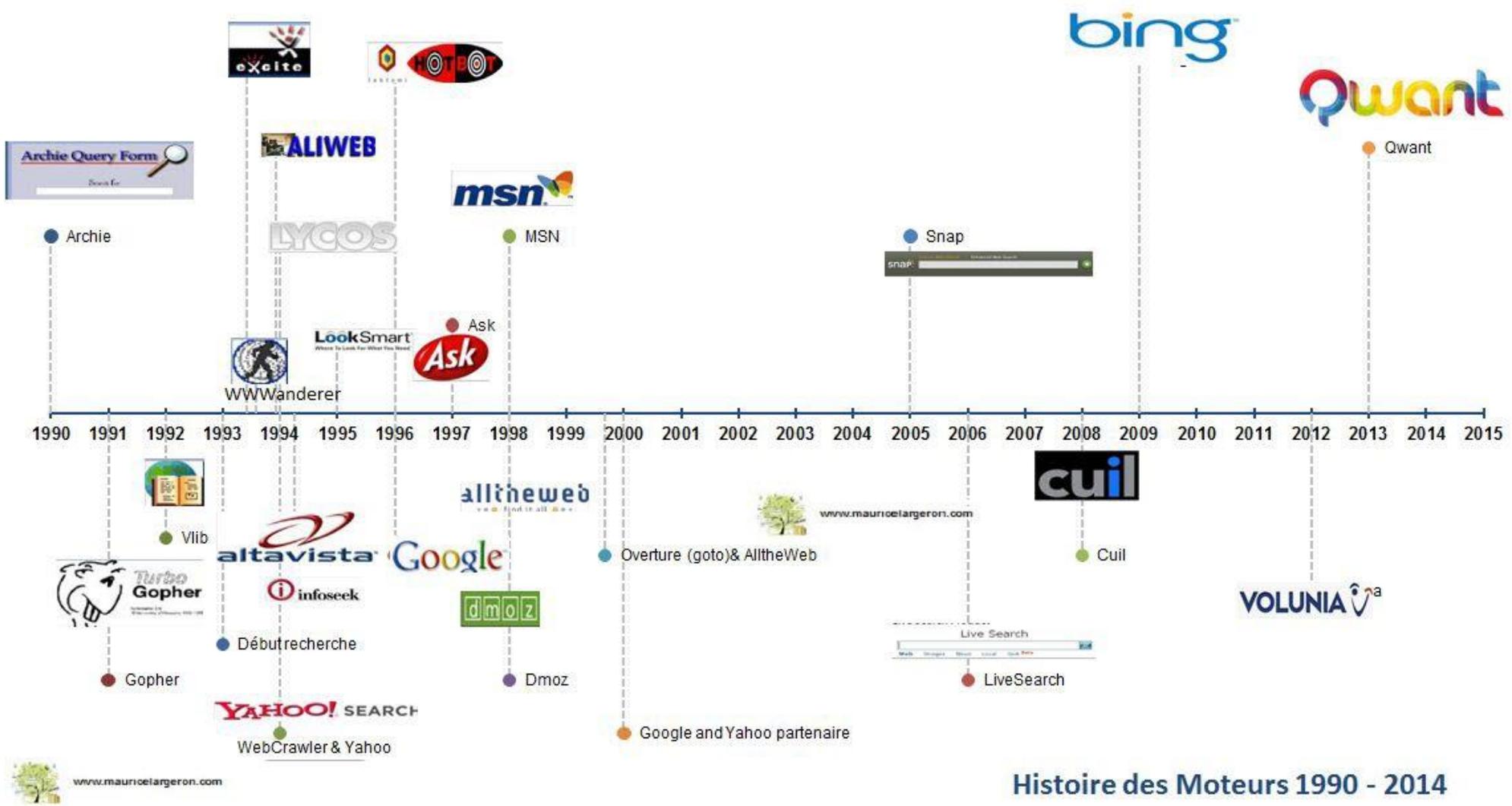
Acronymes

- SEO : Search Engine Optimisation ou référencement naturel
- SEA : Search Engine Advertising ou référencement payant
- SEM : Search Engine Marketing
- SERP : Search Engine Results Pages ou pages de résultats

Historique

- 1990 - Archie premier moteur de recherche
- 1993 - Wanderer puis 1994 Webcrawler pour parcourir et indexer les pages
- 1994 - 98 Lycos, Yahoo et Dmoz, Excite, Altavista, Ask...
- 1998 Google et le Page Rank
- 2013 Qwant
- 2021 : Apple Search ?

Historique



Histoire des Moteurs 1990 - 2014

Source image : <https://www.mauricelargeron.com/historique-de-la-toile-depuis-les-annees-90/>

Yahoo

Yahoo

[Y Top](#) [Up](#) [Search](#) [mail](#) [Add](#) [Help](#)

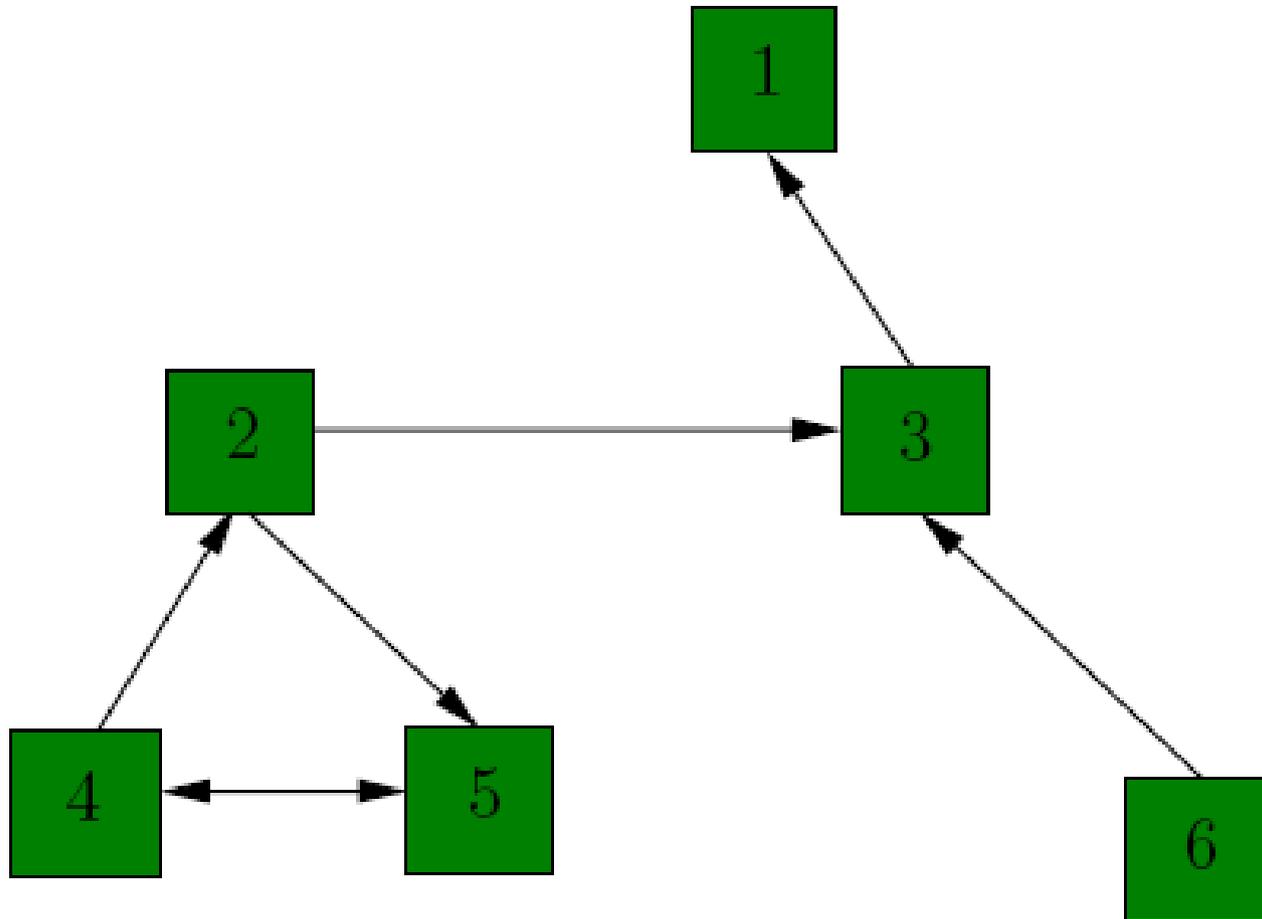
- [Art \(619\)](#) new
- [Business \(8546\)](#) new
- [Computers \(3266\)](#) new
- [Economy \(898\)](#) new
- [Education \(1839\)](#) new
- [Entertainment \(8814\)](#) new
- [Environment and Nature \(268\)](#) new
- [Events \(64\)](#) new
- [Government \(1226\)](#) new
- [Health \(548\)](#) new
- [Humanities \(226\)](#) new
- [Law \(221\)](#) new
- [News \(301\)](#) new
- [Politics \(184\)](#) new
- [Reference \(495\)](#) new
- [Regional Information \(4597\)](#) new
- [Science \(3289\)](#) new
- [Social Science \(115\)](#) new
- [Society and Culture \(933\)](#) new

There are currently 31897 entries in the Yahoo database

Some Other General Internet Directories:

[[WWW Virtual Library](#) • [EINet Galaxy](#) • [University of Michigan Clearinghouse](#)]
[[GNN - Whole Internet Catalog](#) • [Dmoz Earth](#) • [Vindex Connections](#)]

Page Rank



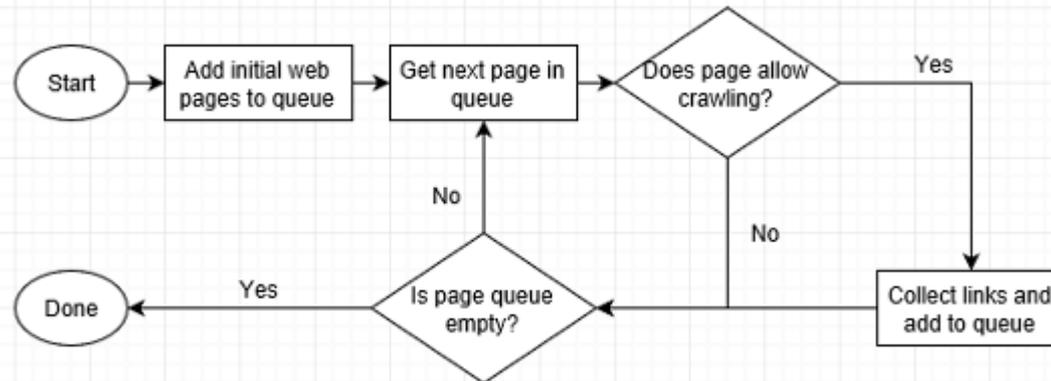
Evolutions

- Recherche textuelle
- Recherche universelle (2007)
- Recherche mobile (iPhone : 2007), index Mobile First (2017), Core Web Vitals (2021)
- Knowledge Graph (2012)
- Assistants vocaux et recherche vocale
- Banalisation des moteurs de recherche dans les réseaux sociaux, dans les magasins d'applications, dans les sites e-commerce etc

Fonctionnement des moteurs

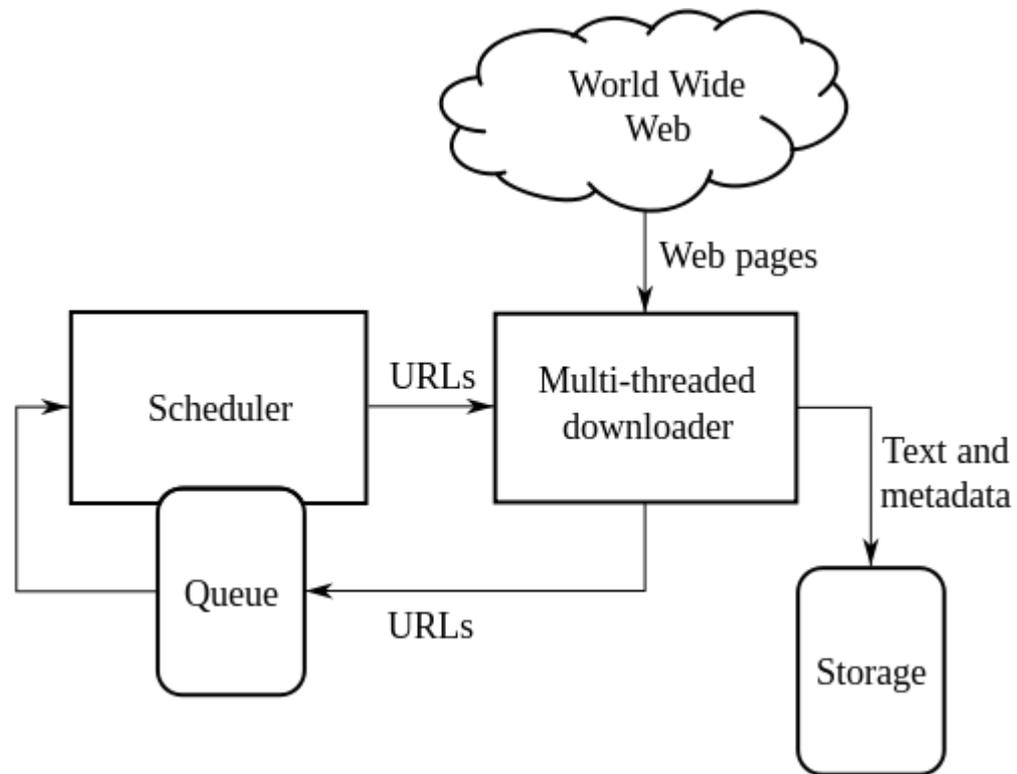
- Trois grandes étapes :
 - Exploration (« Crawling »)
 - Indexation
 - Diffusion

Le « crawling »



Source image : <http://www.makeuseof.com/tag/how-do-search-engines-work-makeuseof-explains/>

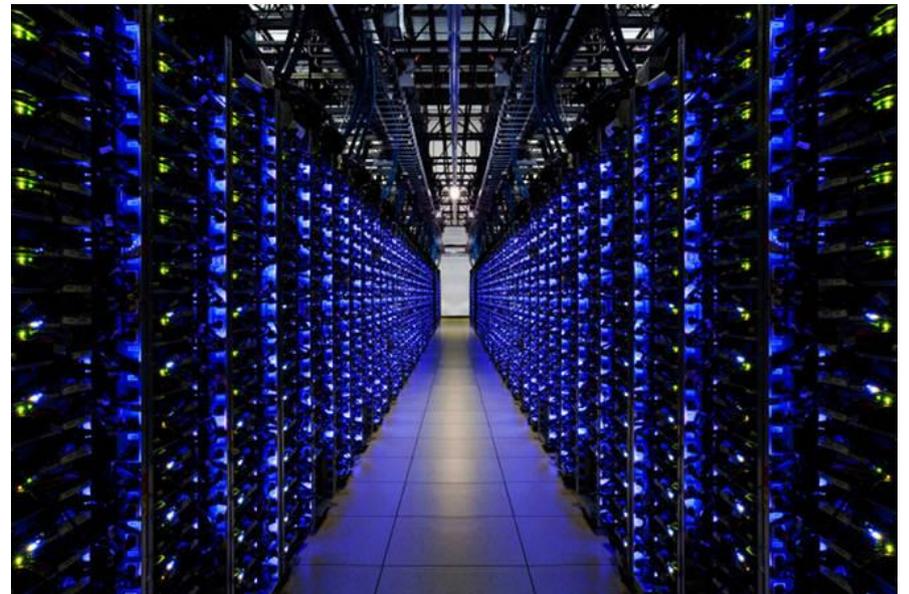
Le « crawling »



Source image : Wikipedia

L'indexation

- Retraitement des données
- Classement des données
- Compression des données



Un centre de données de Google

Diffusion

- La requête de l'utilisateur est analysée
- Des algorithmes y sont appliqués pour vérifier l'orthographe, les synonymes, les différents sens possibles et en fonction de données de géolocalisation
- Puis les résultats sont envoyés à l'utilisateur

Critères de positionnement

- + de 200 critères
- Critères liés aux liens externes et internes
- Critères de contenus
- Critères techniques

Les critères de liens

- Qualité et contexte des liens externes
- Textes sur les liens
- Liens internes, maillage et profondeur

Les critères de contenus

- Titre
- Description (critère indirect)
- Densité des mots clé
- Balises sémantiques
- Contenus enrichis
- Longueur des textes, position des mots clé
- Url : mots clé, longueur, fil d'ariane
- Reconnaissance naturelle du langage, IA (BERT)

Critères images et vidéos

- Image : nom de l'image, balise alt, contexte de l'image
- Vidéo sur youtube : Critères de popularité et d'interaction, nom du fichier vidéo, titre, description et tags.

Critères techniques

- « Core Web Vitals » : temps de chargement (images, CSS, Javascripts), adaptation du site au format mobile
- Structure du site
- Erreurs html, erreurs 404, spams...
- Sites responsifs
- Url sécurisée : https
- « Duplicate content »
- Technologies à éviter : exemple du flash
- Age du nom de domaine

Les non critères

- Critères qui ne sont pas pris en compte officiellement par Google pour positionner des contenus :
- Meta tag et description
- Nombres de visites
- Partages sur les réseaux sociaux
- Nombre de liens
- Ces critères peuvent être pris en compte par d'autres moteurs de recherche, notamment Bing et Qwant.

Comment procéder

- Définir les mots clé selon ses objectifs : trafic, vente, inscriptions, etc.
- Pour un site existant : audit technique, des liens et des positions. Analyse de la concurrence.
- Placement des mots clé dans les zones stratégiques et lors de la campagne de création de liens. Adaptation du site aux contraintes techniques.
- Suivi du trafic et des positions