

Intégrer Internet dans une stratégie
marketing

Visibilité & création de Trafic

Référencement

Concevoir une réponse digitale

Objectif partie 3 :

- Connaître les leviers de création de trafic et de visibilité sur Internet :
 - Mécanismes
 - Mise en œuvre
 - Avantages inconvénients
 - Objectifs et mécanismes

Préliminaire

- Les mécanismes de création de trafic s'articulent autour d'un site dont les objectifs et la cible sont clairement définis, parfaitement et instantanément perceptibles.
- Le « dispositif digital » doit s'intégrer dans un dispositif plus global

Adéquation

- Cible
- Préoccupation, « mood for » au moment du contact
- Mode de recrutement / Message
- Landing page (offre au moment du contact)
- Site
- Conversion

Emailing
Newsletter
RSS
Widgets

Moteurs de recherche
Référencement naturel
SEO

Moteurs de recherche
Liens sponsorisés
SEA

Places de marché
Affiliation
Cashback/Comparateurs

www.site.com

Net linking
Annuaire
Partenaires

Affiliation
Pub bannière

Display
pub
bannières

Réseaux sociaux
Social Media Marketing
& PR

Référencement Naturel

Trafic issu des moteurs de recherches

Première source de trafic pour la majorité des sites

S'inscrit dans la durée

Des taux de transformation élevés

S.E.O. = Search Engine Optimisation



nm ddb

Rechercher

[Recherche avancée](#)

Rechercher dans : Web Pages francophones Pages : France

Web [+ Afficher les options...](#)

Résultats **1 à 10** sur un total d'environ **2 680** pages

[ACCUEIL - Nouveau Monde DDB PR - Agence de relations publiques ...](#)

Nouveau Monde **DDB** PR, filiale du groupe de communication Nouveau Monde **DDB**, intervient auprès des entreprises, des collectivités, des groupements d'intérêts ...

www.nm-ddb-pr.com/ - [En cache](#) - [🗨](#) [📄](#) [✕](#)

[LE GROUPE DDB - Nouveau Monde DDB PR - Agence de relations ...](#)

DDB World Wilde fut fondé en 1949 à New York par Ned Doyle, Mac Dane et Bill Bernbach. C'est une enseigne présente dans 96 pays avec plus de 220 agences et ...

www.nm-ddb-pr.com/groupe.html - [Pages similaires](#) - [🗨](#) [📄](#) [✕](#)

[Nouveau Monde DDB PR \(NMDDBPR\) on Twitter](#)

Name Nouveau Monde **DDB** PR; Location France : Lyon + Paris; Web <http://www.nm-ddb-pr.com>...
Bio Agence relations publiques, relations presse, événementiel, ...

twitter.com/NMDDBPR - [En cache](#) - [🗨](#) [📄](#) [✕](#)

[POSITIVE INFLUENCE - le blog de Nouveau Monde DDB PR](#)

Publié par Positive influence par **NM DDB** PR à l'adresse 17:37 0 commentaires. Libellés : conférence de presse, dermatologue, musée, tricosteril ...

leblogdenouveaumondeddbpr.blogspot.com/ - [En cache](#) - [🗨](#) [📄](#) [✕](#)

[POSITIVE INFLUENCE - le blog de Nouveau Monde DDB PR: Le blog de ...](#)

Notre site officiel : www.nm-ddb-pr.com / Ce blog est édité et hébergé par Nouveau Monde **DDB** PR SAS au capital de 40 000 euros 388 519 399 RCS Lyon 45 quai ...

leblogdenouveaumondeddbpr.blogspot.com/.../le-blog-de-nouveau-monde-ddb-pr.html - [En cache](#) - [🗨](#) [📄](#) [✕](#)

Liens sponsorisés

- Affichage payant dans les moteurs de recherche
 - Instantané
 - Ciblage géographique, contextuel, temporel
 - Mesurable
 - Technique, savoir faire spécifique
 - En progression

[Lenovo S10 160 Go Blanc](#)

Liens commerciaux

www.BouyguesTelecom.fr/Lenovo_S10 Le Lenovo S10 à 49€ au lieu de 149€ avec 100€ de remise immédiat !

[Notebook Toshiba](#)

www.toshiba-europe.com/fr 17 modèles de **notebooks** avec la technologie Intel. Découvrez-les !

[Cadeau Noël : NoteBooks](#)

www.Cdiscount.com/informatique On Vous Rembourse la Différence Si Vous Trouvez Moins Cher Ailleurs

[7 notebook et netbook à moins de 500 € : Quoi pour qui](#)

2008 fut l'année de la crise financière. Plus rien ne devait plus être comme avant, commentaient certains journaux. Le domaine de l'informatique a su ...

www.bestofmicro.com > ... > [Ordinateurs](#) - [En cache](#) - [Pages similaires](#) -   

NOTEBOOK

NOTEBOOK, définition du mot **NOTEBOOK**, C'est l'appellation d'un petit portable d'une taille proche d'une feuille A4. C'est en train de devenir la taille ...

dictionnaire.phpmysites.net/definition-Notebook-8944.htm - [En cache](#) -   

[PC Portables / Notebooks - PC portable, ordinateurs portables ...](#)

Découvrez notre sélection de PC portables et de **Notebooks** et commandez dès maintenant en ligne. Retrouvez toutes les grandes marques aux meilleurs prix: ...

www.misco.fr/.../PC%20Portables%20%2F%20Notebooks.htm -

[En cache](#) - [Pages similaires](#) -   

Notebook

Liens commerciaux

[Goûtez à la Qualité Dell](#)

Puissant, Mobile & Abordable? Le **Notebook** Dell à Technologie Intel®. www.Dell.com/fr

[Netbook](#)

Découvrez nos derniers Mini PC 3G dès 1€. Jusqu'à 200€ remboursés ! www.sfr.fr/Mini-PC-3G

[Promo sur les netbooks HP](#)

Profitez vite des promos HP : 100€ Remboursés sur les **Notebook** HP. www.hp.com/fr/notebook

[VAIO: Boutique Officielle](#)

Blu-Ray gratuit cette semaine sur Sony VAIO avec Intel® Centrino® 2. www.sonymstyle.fr/VAIO

[Noël Darty - Notebook](#)

Achetez votre Ordinateur Portable sur Darty.com : livraison gratuite! www.darty.com

Affiliation (Pub)

- Affichage de bannières et supports dans des sites tiers via des plateformes d'affiliation (Nettaffiliation, Tradedoubler, Effiliation,..)
- Rémunération à la performance
- Ciblage « naturel »
- Faible maîtrise de la couverture (seuil de visibilité)

Plate-forme / régie	Programmes
<u>1st affiliation</u>	64
<u>Advert Stream</u>	49
<u>Ad` feel good</u>	26
<u>Affiliatis</u>	30
<u>Cibleclick</u>	250
<u>Comission Junction</u>	22
<u>Directive pub</u>	47
<u>Effiliation</u>	130
<u>Euro-clic</u>	20
<u>First-Coffee Network</u>	86
<u>Horyzon-clics</u>	20
<u>Netaffiliation</u>	261
<u>Public-Idées</u>	70
<u>Selfaffiliation</u>	75
<u>Tradedoubler</u>	117
<u>Wipub</u>	208
<u>Zanox</u>	21

Source : <http://www.comparatif-affiliation.com/>

Display

- Publicité via affichage sur des sites tiers
- Régies, centrales d'achat d'espace
- Formats types
- Efficacité / Intrusivité / Couverture
- Premier budget sur internet
- En perte de vitesse
- CPM, CPC, Capping,

Disponible en version bêta depuis hier pour les internautes titulaires d'un compte américain, le service devrait être déployé sur les comptes européens dans quelques semaines. C'est une petite révolution dans le monde de la publicité ciblée, sur laquelle pèse un véritable tabou. Mais pour de nombreux internautes, car jugée intrusive, les marques hésitent encore à sortir du bois en déclarant publiquement avoir recours à la publicité ciblée. La Cnil (Commission nationale informatique et libertés) n'est elle-même très réservée sur le domaine du marketing profilé, et déclare encourager « le développement d'outils techniques qui permettent aux personnes de s'affranchir de ce profilage commercial », tout en invitant les marques à adopter des codes de bonnes pratiques en matière de publicité ciblée.

Après avoir vraiment décidé à prendre ses utilisateurs en traitres, Yahoo a décidé d'informer assez largement les internautes et leur propose même des publicités... à la carte ! Comme la plupart des algorithmes de marketing ciblé, le Yahoo ad Interest Manager va analyser les clics des internautes sur les news et les différentes rubriques du portail afin de définir des segments et de maximiser la pertinence des publicités proposées à ses utilisateurs.

Yahoo compte sur l'aide des internautes

Pour faire accepter ces « segments » étaient jusqu'alors cachés aux internautes, Yahoo a pris le parti de communiquer aux internautes les données retenues pour définir ces segments. Ainsi, le site-portal a décidé de jouer la transparence en laissant ses utilisateurs avoir accès à ces données, comprenant



voir la présentation de Yahoo Ad Interest Manager (en anglais)
voir l'article de la Cnil sur la publicité ciblée

l'adresse de connexion mais aussi les différents clics effectués dans le navigateur. Ce service permet à l'internaute pourra, à travers ce service, préciser ses préférences pour recevoir de la publicité ciblée, directement dans la page. En quelques sortes à ses utilisateurs de mieux cibler la publicité la plus pertinente possible. Une petite révolution dans le monde de la publicité ciblée, sur laquelle pèse un véritable tabou. Mais pour de nombreux internautes qui, de façon active, contribueront à rendre ce service plus transparent, Yahoo espère bien faire passer la barre à son service. Une solution de secours : ils pourront très simplement modifier leur tableau de bord.

Une solution de secours : ils pourront très simplement modifier leur tableau de bord.

Yahoo va réussir à convaincre ses utilisateurs !

me connecter Ma communauté Mon compte Faire d'aufeminin ma page d'accueil RECHERCHE

aufeminin.com

L'avenir est féminin

L'amour est un *Treasure*



ACCUEIL MODE BEAUTÉ MAMAN PSYCHO DÉCO SOCIÉTÉ CUISINE CULTURE MARIAGE SEXO FORME ASTRO NOS HÉROS LUDE Japca.fr PEOPLE Teemiacom SANTÉ Santé AZ

Forum | Albums photos | Blogs | Vos vidéos | Espace perso | Chat | Groupes High-Tech | Astuces conso | e-Cartes | Jeux | Boutique Noël | Rencontre

Aujourd'hui à la une

Offrez-vous le sac d'un people avec Instant Luxe et aufeminin.com !

- Offrez-vous le sac d'un people avec Instant Luxe et aufeminin.com ! 10/12/09
- 50 bons plans pour réveiller en Europe 10/12/09
- Stars : A nous leurs secrets beauté !
- aufeminin Boutique 10/12/09



Capping

- *Un **capping** de 4 sur 24 h pour une bannière signifie que celle-ci ne s'affichera que quatre fois pour chaque visiteur durant une journée complète (source IAB France)*

Net linking - Annuaire

- Fastidieux, ne nécessite pas de compétence
- Recherche empirique
- Propositions de partenariats
- Inscription dans les annuaires
- Peuvent amener du trafic (pages jaunes)
- Pratique, mais sans séduction
- Intérêt pour le référencement

Annuaire

The screenshot shows the bepub website interface. At the top left is the bepub logo with the tagline 'les annuaires professionnels de la création et de la communication'. To the right is a banner for 'Association Petits Princes' with the text 'ET SI VOUS ÊTES gravement malade'. Below the banner is a navigation menu with items: Accueil, Présentation, Actualité, Pratique, Boutique & Livres, Site emploi, Contact, and a star icon. The language is set to FR - ES.

ANNUAIRES [Inscription](#)

- Architecture
- Arts graphiques
- Photographie
- Imprimerie
- Communication**
 - Agence & conseil
 - Relations presse & relations publiques
 - Communication multilingue
 - Concepteur rédacteur
 - Publicité sur lieu de vente
 - Enseigne & signalétique
 - Publicité par l'objet
 - Organismes
- Evenementiel
- Audiovisuel

Annuaire Communication

Pour vous aider dans vos recherches, l'annuaire [Communication](#) est organisé en rubriques figurant ci-dessous :

Agence & Conseil
Consultez la section « [Agence & Conseil](#) » de notre annuaire [Communication](#).

Relations presse & Relations publiques
Consultez la section « [Relations presse & Relations publiques](#) » de notre annuaire [Communication](#).

Communication multilingue
Consultez la section « [Communication multilingue](#) » de notre annuaire [Communication](#).

Concepteur Rédacteur
Consultez la section « [Concepteur Rédacteur](#) » de notre annuaire [Communication](#).

Publicité sur lieu de vente
Consultez la section « [Publicité sur lieu de vente](#) » de notre annuaire [Communication](#).

Enseigne & Signalétique
Consultez la section « [Enseigne & Signalétique](#) » de notre annuaire [Communication](#).

Publicité par l'objet
Consultez la section « [Publicité par l'objet](#) » de notre annuaire [Communication](#).

Organismes

NEWSLETTER
Votre email
[voir la newsletter](#)

PRESTATAIRES À LA UNE

- [fotolia](#) Banque d'images et d'illustrations Fotolia
- [42media](#) Relations presse & Relations publiques 42media
- [leonardo](#) Agence & Conseil Leonardo
- [GALAXY](#) Relations presse & Relations publiques Galaxy
- [Audioglobe](#) Publicité par l'objet Audioglobe

Net linking – Réseaux sociaux

- Mécanisme de propagation au travers des réseaux liés à la qualité d'un contenu.
- Intérêt ou ludique => reprise dans les blogs / forums/digglike / microblog, Propagée via les outils de partage, suiveurs sur twitter, amis sur facebook.
- Votes dans les site « digglike » scoopéo, wikio,
- Social Media Marketing et Public Relation



Envoyer un message à Castorama

Castorama Nanterre

 Ajouter comme ami(e)

Photos

Pages

Afficher tout (1)



 Castorama ne partage que certaines informations avec tout le monde.

Si vous connaissez Castorama, envoyez-lui un message ou ajoutez cette personne comme ami(e).

Amis

32 amis

Afficher tout



Jc JuGar



Djihad
Benabid



Sylvie
Popote



Laurence
Barthes



Franck
Hayoun



Bruno
Traque

Places de marchés, comparateurs, cashbackers

- Export de catalogues produits
- Biaisé?
- Outil de recrutement a condition de
- Vente déportée ou lien vers son site
- Pas de créativité, activité « mécanique »

Places de marché

PRICEMINISTER
l'Achat - Vente Garanti
10 425 000 membres - 134 160 787 articles
Inscription Parrainage

[Accueil](#)
[Visite guidée](#)
[Tous les produits](#)
[Annonces AUTO 100% GRATUIT](#)
[NOËL](#)
[Vendre](#)
[PriceTV](#)
[AVIENRE A LOUER Maisons Appartements](#)
[Billets d'avion](#)

[Livres](#) | [Musique](#) | [DVD & VHS](#) | [Jeux Vidéo](#) | [Tél & PDA](#) | [Informatique](#) | [Image & Son](#) | [Maison & Electroménager](#) | [Sports & Loisirs](#) | [Mode](#) | [Enfant](#) | [Art & Collection](#)

Rechercher sur tout le site : mot clé, code barre, pseudo vendeur... [Go](#) [Mon compte](#) [Mon panier \(0 article\)](#) [? Aide](#)

PRICEMINISTER AUTO
les annonces **100% GRATUITES**
VENDEURS AUTO

0€ de frais de mise en vente
0% de commission

[Déposez une annonce GRATUIT](#)

ACHETEURS AUTO

Plus de 60 000 véhicules !
Appelez le vendeur pour essayer le véhicule !

[Annonces auto](#)
[Voiture d'occasion](#)
[Cote Auto](#)

<p>Acheter</p> <p>200 000 nouveaux articles mis en vente par jour</p> <p>Neuf et occasion</p> <p>Prix bas toute l'année</p> <p>Achat instantané</p> <p>Voir les produits</p>	<p>Garanties</p> <p>Produit garanti pour l'acheteur</p> <p>Paiement garanti pour le vendeur</p> <p>Service client gratuit personnalisé et rapide</p> <p>Transaction sécurisée CB, chèque, Porte-Monnaie</p>	<p>Vendre</p> <p>Mise en vente gratuite</p> <p>Vente rapide par code barre</p> <p>Prix fixe, durée illimitée</p> <p>15 millions de visites / mois</p> <p>Vendre maintenant</p>
--	--	---

Espace PriceMembers

[Accéder à Mon Compte](#)

PriceTV les vidéos des PriceMembers

Coup Double Vendez et gagnez un voyage !

Les PriceMembers répondent à vos questions !

Témoignez en participant au livre d'or

Parrainez des amis et gagnez des Euros

Listez vos souhaits pour acheter au meilleur prix

Porte-Monnaie achetez avec le fruit de vos ventes

[Nous contacter](#), [FAQ](#), [Aide](#)

Recevez nos promos

mon e-mail [Go](#)

Catégories

Livres (79 986 067)

Livres en vrac - Littérature étrangère - Littérature française - Guide touristique - BD - Livres jeunesse -

EN CE MOMENT SUR PRICEMINISTER

LIVRES
Dan Brown : Le

MUSIQUE
Muse : The Resistance

Emailing – rss - newsletter

- Emailing : outil de prospection ou de fidélisation efficace (roi relativement élevé)
- Mise en œuvre rapide
- Mesurable
- Ciblage
- Création

Fils RSS

Nos meilleures offres vol

- RSS** Au départ de Paris : <http://www.expedia.fr/daily/feeds/rss/flightDeals.aspx?dep=PAR>
- RSS** Au départ de Nice : <http://www.expedia.fr/daily/feeds/rss/flightDeals.aspx?dep=NCE>
- RSS** Au départ de Marseille : <http://www.expedia.fr/daily/feeds/rss/flightDeals.aspx?dep=MRS>
- RSS** Au départ de Bordeaux : <http://www.expedia.fr/daily/feeds/rss/flightDeals.aspx?dep=BOD>
- RSS** Au départ de Lyon : <http://www.expedia.fr/daily/feeds/rss/flightDeals.aspx?dep=LYS>
- RSS** Au départ de Toulouse : <http://www.expedia.fr/daily/feeds/rss/flightDeals.aspx?dep=TLS>
- RSS** Au départ de Nantes : <http://www.expedia.fr/daily/feeds/rss/flightDeals.aspx?dep=NTE>
- RSS** Au départ de Mulhouse : <http://www.expedia.fr/daily/feeds/rss/flightDeals.aspx?dep=BSL>

Nos offres de dernière minute

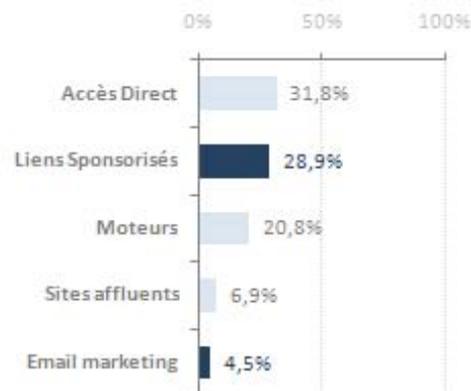
- RSS** Partez dès maintenant : <http://www.expedia.fr/daily/feeds/rss/LMDeals.aspx>

Toutes nos promos

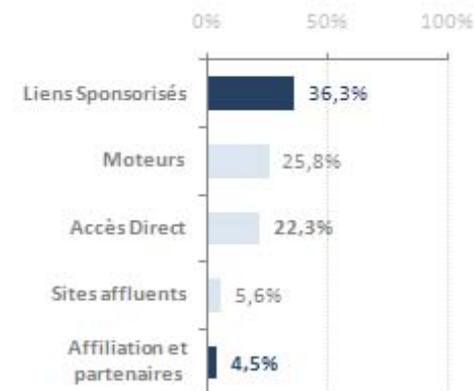
- RSS** Voyagez moins cher : <http://www.expedia.fr/daily/feeds/rss/promoDeals.aspx>

répartition moyenne des visites pour les sites Web*
enregistrant quotidiennement du trafic issu de **campagnes online****
(Septembre 2009)

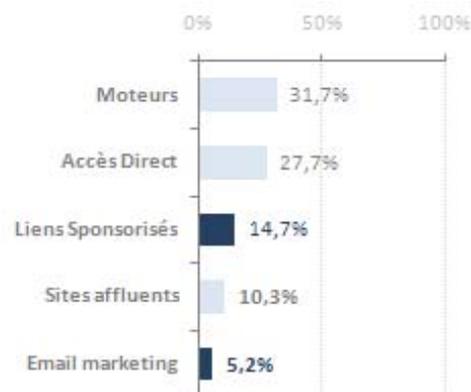
Allemagne



Espagne



France



Royaume Uni



* Visites effectuées dans le pays, sur les sites audités par une solution AT Internet, dont le trafic est généré principalement depuis le même pays.

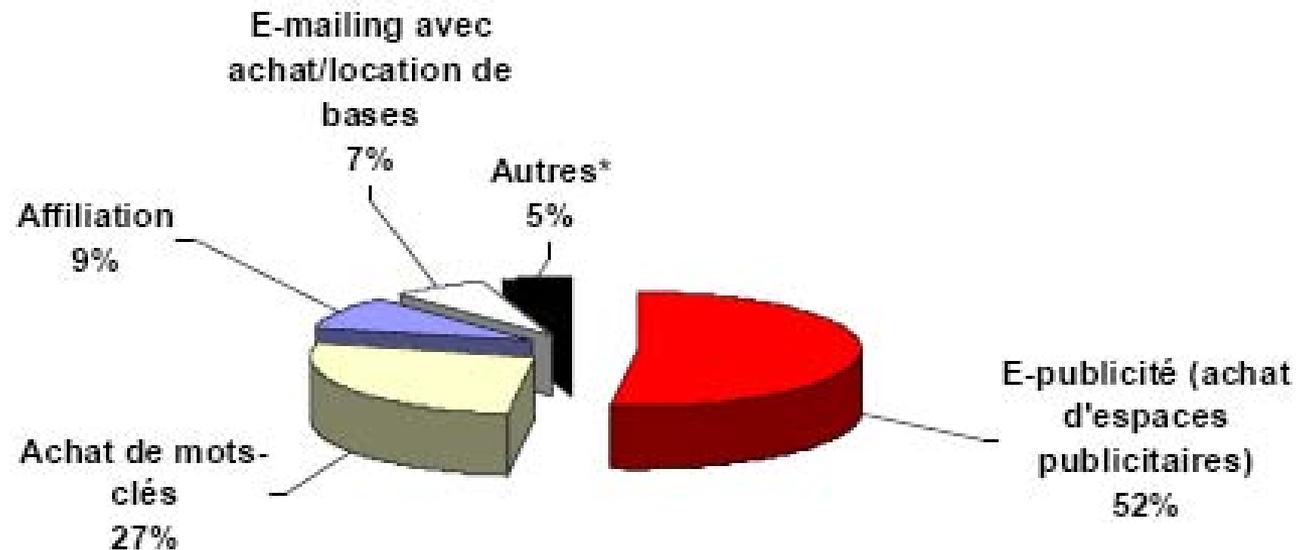
** Accès par Campagne : publicité, liens sponsorisés, emails marketing, affiliations et partenaires, flux RSS.

Communication online

- Comparatif des sources de trafic
- [..\JOUR3\materiaux\Campagnes - Septembre 2009.pdf](#)

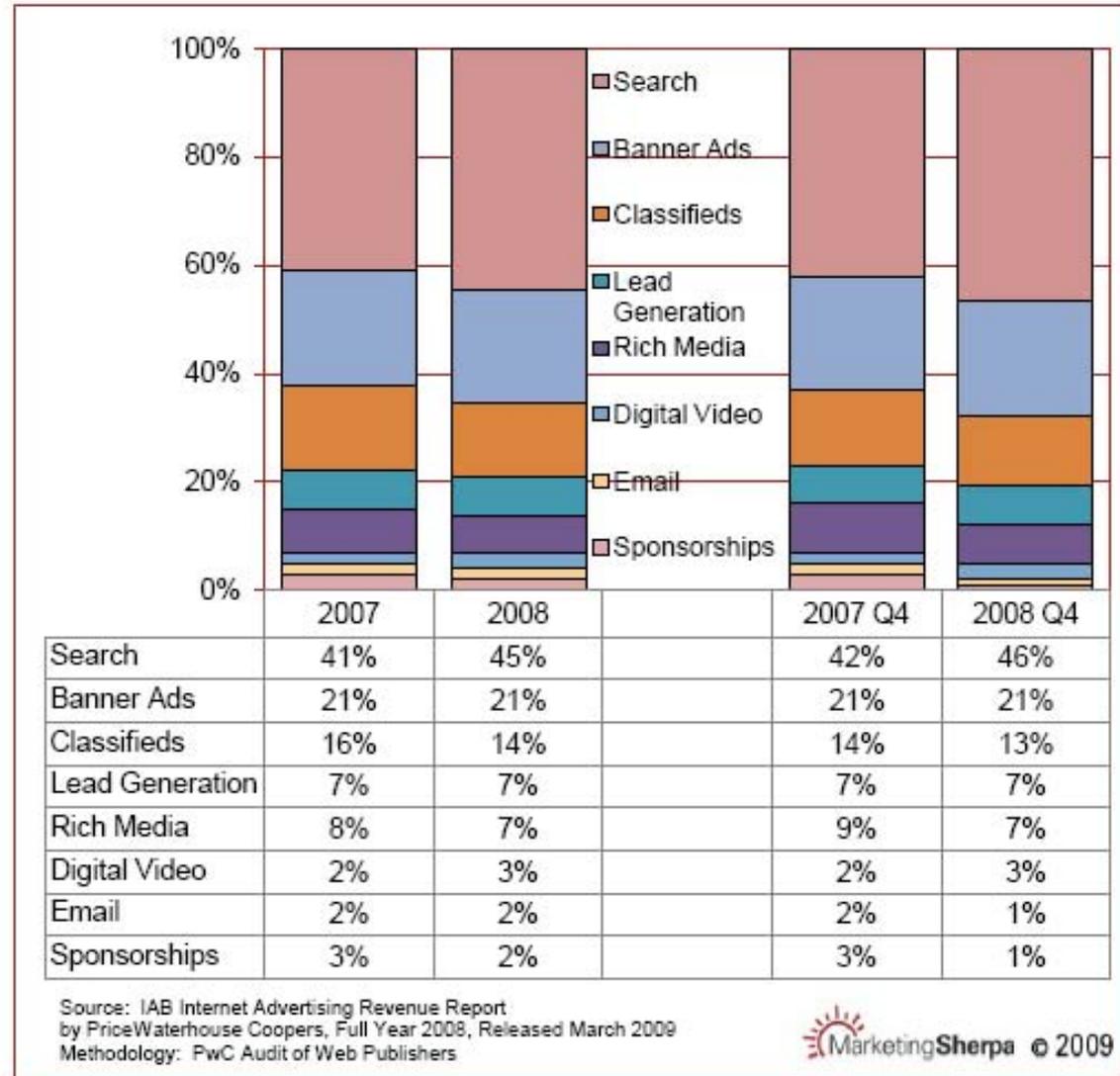
Budgets France 2009

Graphique 25 Répartition du budget publicitaire sur Internet suivant les leviers e-marketing en 2009



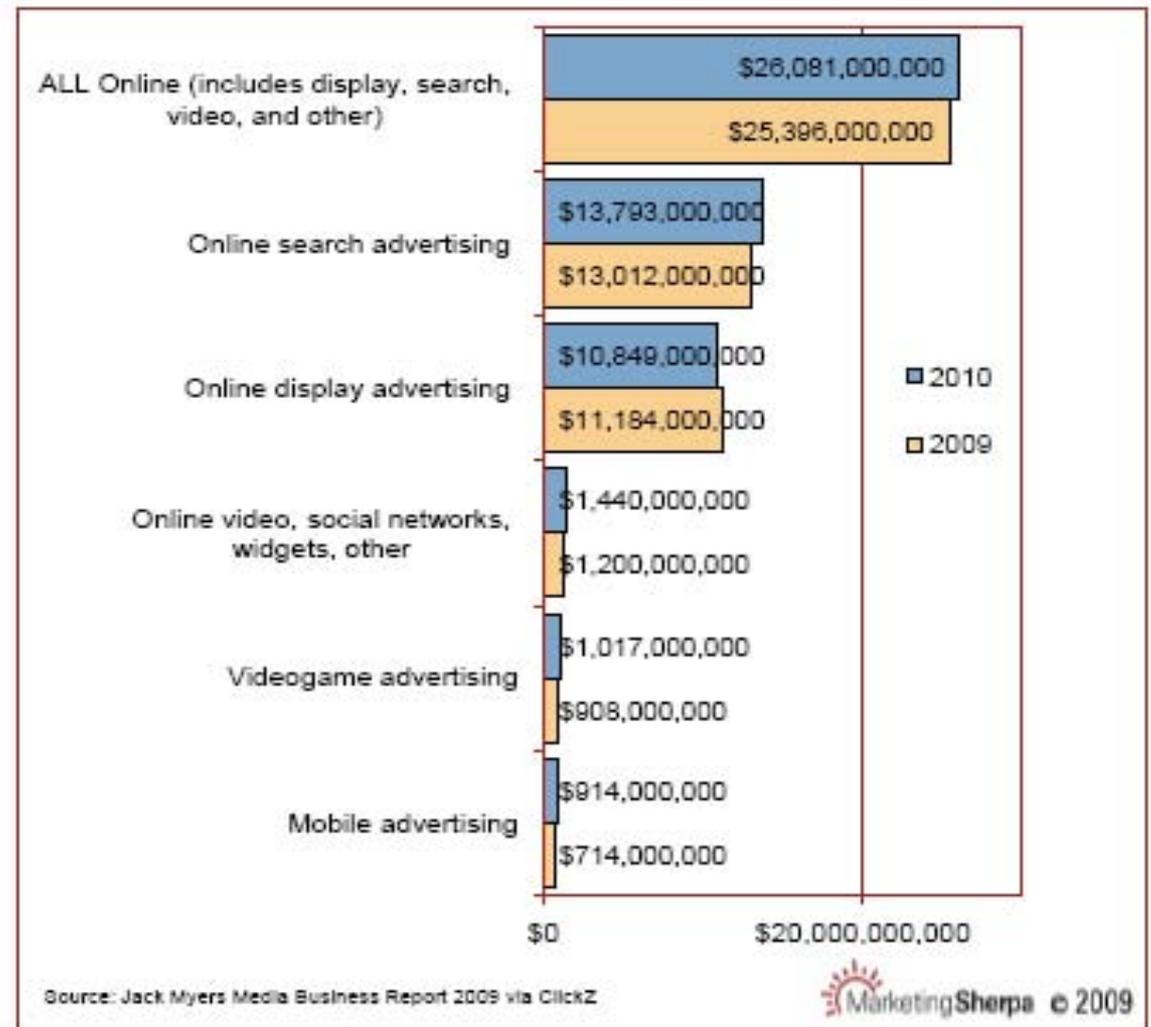
US MARKET
See marketing
sherpas

1.17 Internet Ad Revenues by Advertising Format 2007 vs. 2008



It's no secret that search generates about \$1 of every \$2 of online ad revenue. The fact that the chunk of the online pie going to search is still growing bodes well for the industry. Only digital video advertising is growing at a faster pace, but at 3% of the pie, it offers little in the way of competition with search revenue's 45%.

1.18 Forecast Spend by Medium, 2009-2010



At present, search advertising makes up nearly half of all media dollars spent online. Comparing the 2009-2010 forecast, a slight decrease in money is expected to go toward online display advertising. That money, however, is not going away; it's simply being shifted to more efficient and productive options, such as PPC text and display networks, online video ads and social networks. Online advertising isn't declining, the CPM buying model is. Despite a massive decrease in forecast offline media spend during this same time period, online and digital is doing quite well.

référencement

Principe

- Être bien référencé ne veut rien dire en soi.
- Il s'agit encore d'une adéquation entre une requête, un positionnement dans les SERP, et l'offre d'un site ou de la page vers laquelle pointe le lien.

Historique

Historique rapide :

- **1993-1995** : Artisanat, apprentissage sur les premiers moteurs (Excite, Webcrawler, Infoseek, Lycos, etc.).
- **1995-2000** : Apparition d'AltaVista : travail sur les balises meta "keywords".
- **1998-2000** : Arrivée de Google qui balaie le paysage des moteurs avec le PageRank.
- **2000-2004** : Les budgets de développement...
Les sites web ne sont alors pas conçus en tenant compte des critères de pertinence des moteurs, ce qui oblige à créer des "rustines" (pages satellites, pages alias, *doorway pages*, etc.) !
- **2004-2009** : Optimisation des pages du site : la stratégie reine !
Deux écoles de référencement co-existaient jusqu'à maintenant : l'optimisation des pages du site et la création de pages satellites. La seconde est à bannir !!!

Référencement naturel ●

Liens sponsorisés ●

Google Web Images Groupes Actualités plus »

hotel paris Rechercher Recherche avancée Préférences

Rechercher dans : Web Pages francophones Pages : France

Web Résultats 1 - 10 sur un total d'environ 94 100 000 pour hotel paris (0,14 secondes)

700 Hôtels à Paris Liens commerciaux
www.booking.com/Paris Réservez votre hôtel en ligne. Consultez un plan de ville détaillé

Hotel Paris Discount
www.0800paris-hotels.com Votre Hotel a Paris : Jusqu'à -70% Promotions et Nuits Gratuites !

Paris Hotel
www.Hotels-Paris.fr Réservez parmi 400 hôtels de charme Sans Frais. Promotions jusqu'à -60%

Hotel a Paris
 Hotel a Paris : recherche et reservation d'un hotel a Paris. Choix de dizaines d'hôtels du 1 au 4 étoiles, hotel de chaîne, hotel de charme ou Palace ...
www.hotelaparis.com/ - 52k - [En cache](#) - [Pages similaires](#) - [À noter](#)
[Paris arrondissement](http://www.hotelaparis.com/hotel-paris-arrondissement.html) - www.hotelaparis.com/hotel-paris-arrondissement.html
[Paris par prix](http://www.hotelaparis.com/hotel-paris-par-prix.html) - www.hotelaparis.com/hotel-paris-par-prix.html
[2 étoiles Paris](http://www.hotelaparis.com/hotel-paris-2-etoiles.html) - www.hotelaparis.com/hotel-paris-2-etoiles.html
[Montparnasse](http://www.hotelaparis.com/.../montparnasse-luxembourg/) - www.hotelaparis.com/.../montparnasse-luxembourg/
[Autres résultats](#), [domaine www.hotelaparis.com »](#)

hotel Paris
 Choisissez votre hotel à Paris, promotions et offres spéciales. La meilleure sélection d'hôtels de charme au coeur de Paris. Réservez en temps réel, ...
www.hotels-paris.fr/ - 47k - [En cache](#) - [Pages similaires](#) - [À noter](#)

PARIS HOTELS FRANCE - Guide Hôtels - Plus de 450 Hôtels à Paris ...
 Paris Hotels France more than 450 hotels in paris, 2 stars Paris hotels, 3 stars Paris hotels, 4 stars hotels in Paris, hotels in France, book online in ...
www.parishotelsfrance.com/ - 22k - [En cache](#) - [Pages similaires](#) - [À noter](#)

Liens commerciaux
880 hôtels à Paris
 De 1 à 4 étoiles à partir de 25 €
Hôtels à Paris avec parking et wifi
Paris.FranceHotelReservation.com

Tous les Hôtels de Paris
 Photos, Opinions et Emplacements !
 Comparez et Réservez en Ligne
HotelsParis.Venere.com

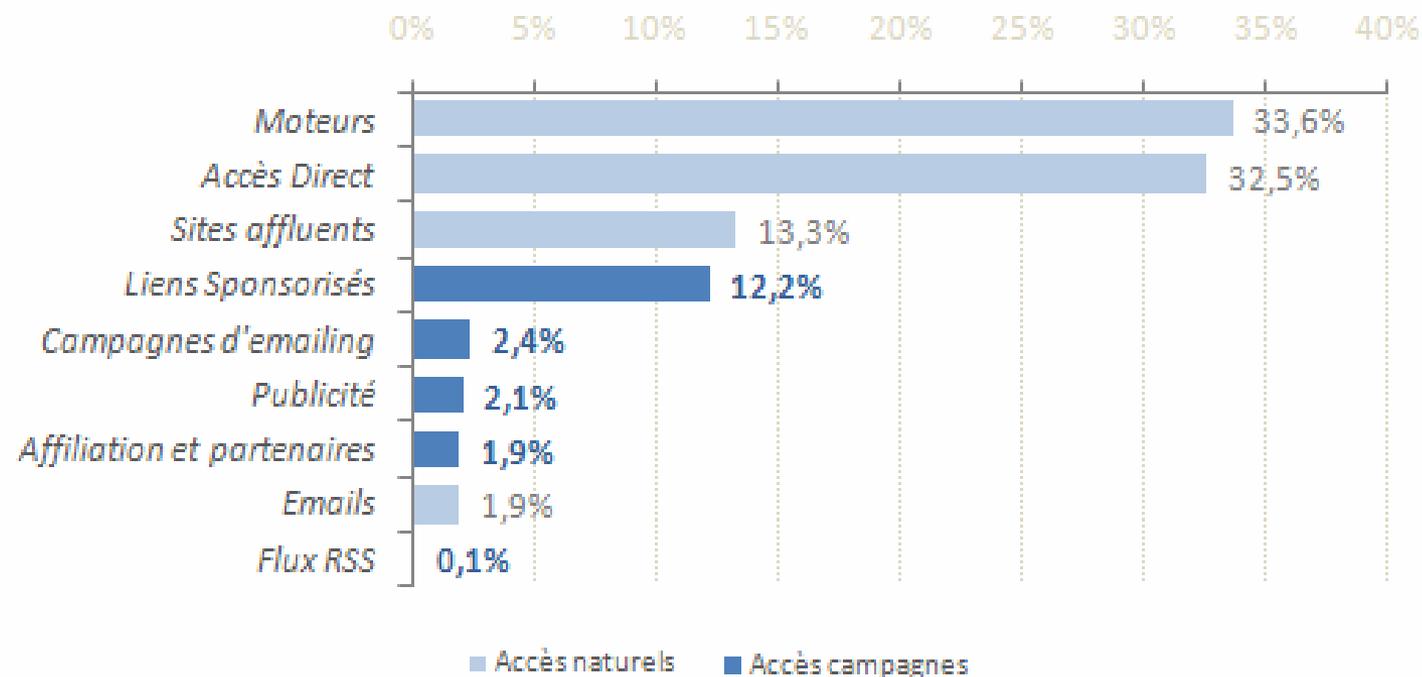
Hotel Paris
 Plus de 430 hôtels à Paris
 Prix bas garantis !
www.hotels.com

Hotel Paris à -40%
 Promotions - Tarifs ultra-négociés
 Toutes catégories avec localisation
www.anyway.com

Hôtel à Paris dès 70 €
 Près de 160 hôtels à Paris
 Pour vos loisirs ou pour affaires
www.accorhotels.com

Hôtels de charme à Paris
 My Paris Hotel, réservez en ligne

Répartition des visites par type d'accès Moyenne des sites déclarant des campagnes* (Février 2008)



* Accès par Campagne : publicité, liens sponsorisés, campagnes d'emailing, affiliations et partenaires, flux RSS.

Google?

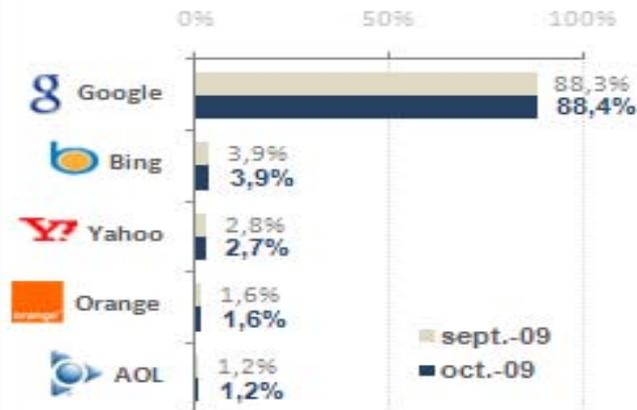
(Allemagne)



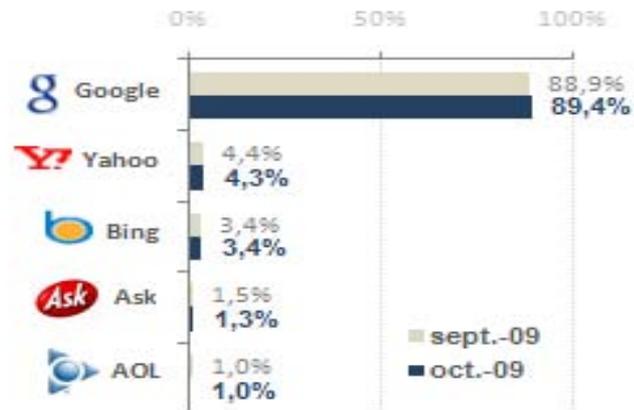
(Espagne)



(France)

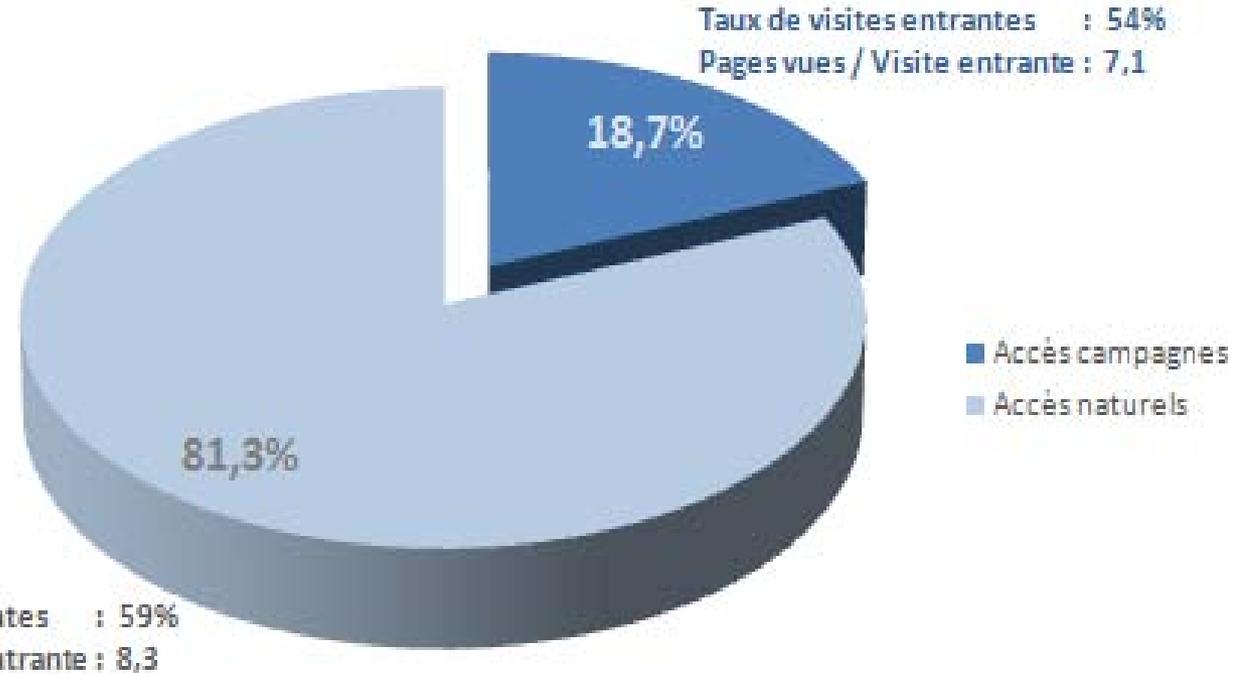


(Royaume-Uni)



Pour quoi faire?

Part des visites issues de campagnes* Moyenne des sites déclarant des campagnes (Février 2008)



* Accès par Campagne : publicité, liens sponsorisés, campagnes d'emailing, affiliations et partenaires, flux RSS.

Press Release: Search engines have more than twice the conversion rate of other acquisition sources according to WebSideStory

Search engines have more than twice the conversion rate of other acquisition sources according to WebSideStory

Release Date: 30 January 2006

Direct Navigation Still Ranks No. 1, However, Highlighting the Importance of Branding and Customer Loyalty in Converting Visitors

SAN DIEGO, CA (Jan. 30, 2006) – Search engines have more than twice the e-commerce conversion rate of other traffic acquisition sources, showing why marketers have paid so much attention to the online channel over the past few years, according to a first-of-its kind study from WebSideStory, Inc. (Nasdaq: WSSI), a leading provider of on-demand digital marketing applications. During the last three months of 2005, the search engine conversion rate at business-to-consumer e-commerce web sites was 2.30 percent, more than twice the conversion rate of other acquisition sources (0.96 percent), which include banner ads, affiliate marketing links, shopping search engines and other referring links, according to the WebSideStory Index, a new statistical barometer that features techno-graphic and e-commerce trends culled from the millions of users that visit web sites using the company's award-winning web analytics technology, HBX. However, search engines, including both paid and organic listings, still trailed direct navigation* conversion rates (4.23 percent), including bookmarks, by nearly double, according to the index.

Positionnement

- Faire figurer son site en bonne place dans les SERP générées par google suite à une requête.

Google

- La recherche de la meilleure « satisfaction » de l'internaute : avoir des critères de classements pertinents
 - Ne pas monétiser sauf si indiqué.
 - Lutter en permanence contre toute pratique visant à positionner artificiellement un résultat.

Généralités Définitions

- **Référencement**

- présent dans les bases de données =référencé.

- **Positionnement**

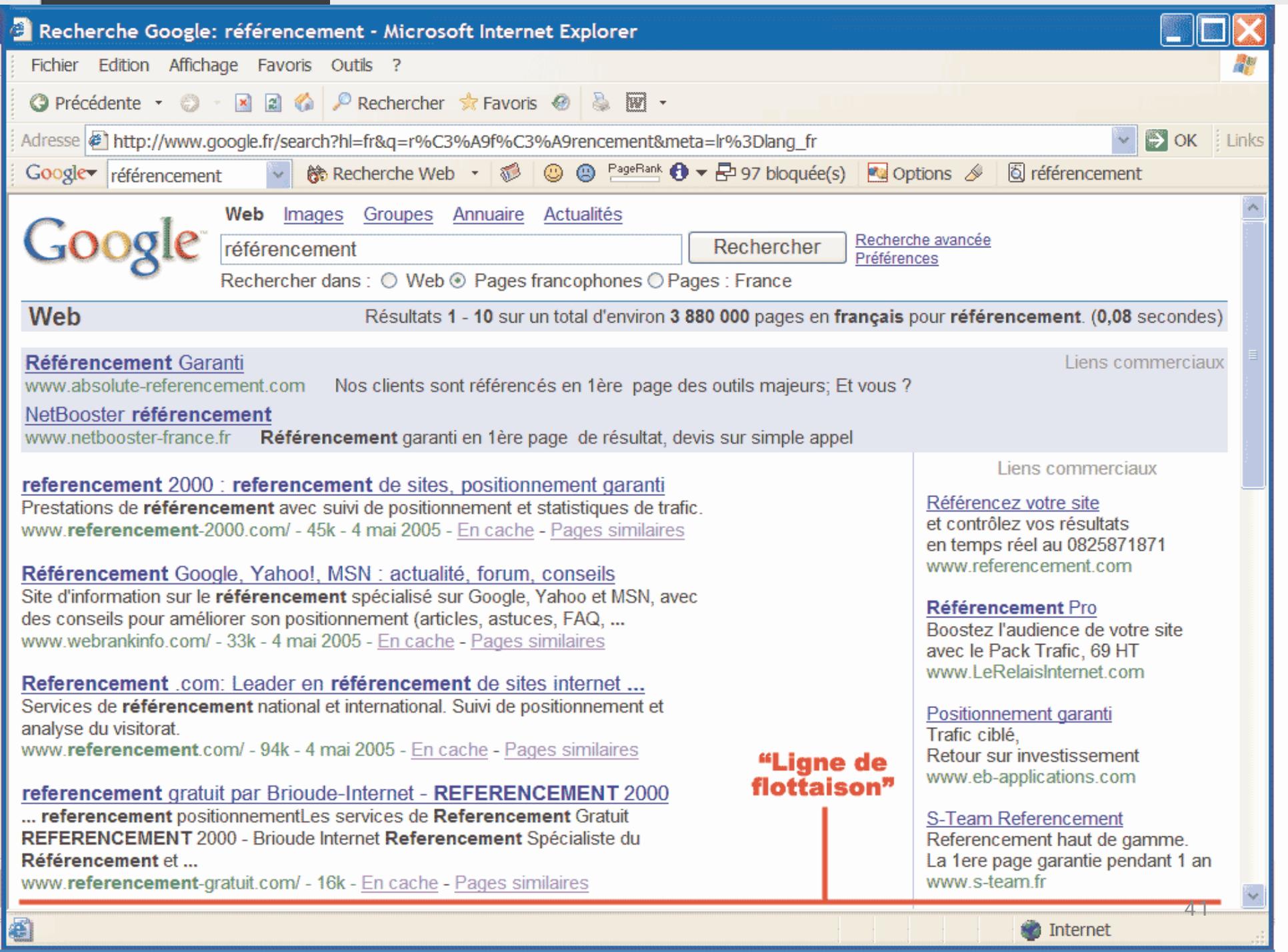
- positionné au mieux dans les résultats de recherche (serp) pour les mots clés importants pour l' activité.

- *Serp : search engine result page.*

Positionné?

- **54% des internautes ne visualisent que la première page de résultats (19% vont jusqu'à la deuxième et moins de 10% la troisième).**
 - Un internaute ne regarde en moyenne que les 3 premiers liens d'une page de résultats.
 - Un internaute sur cinq ne passe que 60 secondes au maximum sur les site web proposés dans la liste de résultats.
 - 40% quittent une page au bout de 3 minutes.
 - 54% des internautes ne visualisent que la première page de résultats (19% vont jusqu'à la deuxième et moins de 10% la troisième).
 - 55% ne cliquent que sur un lien.
 - Plus de 80% s'arrêtent après avoir regardé 3 liens au maximum.

Source : Université de Pennsylvanie, 2008.



Web Images Groupes Annuaire Actualités

référencement

Rechercher

Recherche avancée Préférences

Rechercher dans : Web Pages francophones Pages : France

Web Résultats 1 - 10 sur un total d'environ 3 880 000 pages en français pour référencement. (0,08 secondes)

Référencement Garanti

Liens commerciaux

www.absolute-referencement.com Nos clients sont référencés en 1ère page des outils majeurs; Et vous ?

NetBooster référencement

www.netbooster-france.fr Référencement garanti en 1ère page de résultat, devis sur simple appel

referencement 2000 : referencement de sites, positionnement garanti

Prestations de référencement avec suivi de positionnement et statistiques de trafic.

www.referencement-2000.com/ - 45k - 4 mai 2005 - En cache - Pages similaires

Référencement Google, Yahoo!, MSN : actualité, forum, conseils

Site d'information sur le référencement spécialisé sur Google, Yahoo et MSN, avec des conseils pour améliorer son positionnement (articles, astuces, FAQ, ...

www.webrankinfo.com/ - 33k - 4 mai 2005 - En cache - Pages similaires

Referencement .com: Leader en référencement de sites internet ...

Services de référencement national et international. Suivi de positionnement et analyse du visitorat.

www.referencement.com/ - 94k - 4 mai 2005 - En cache - Pages similaires

referencement gratuit par Brioude-Internet - REFERENCEMENT 2000

... référencement positionnement Les services de Referencement Gratuit

REFERENCEMENT 2000 - Brioude Internet Referencement Spécialiste du

Référencement et ...

www.referencement-gratuit.com/ - 16k - En cache - Pages similaires

"Ligne de flottaison"

Liens commerciaux

Référez votre site

et contrôlez vos résultats

en temps réel au 0825871871

www.referencement.com

Référencement Pro

Boostez l'audience de votre site

avec le Pack Trafic, 69 HT

www.LeRelaisInternet.com

Positionnement garanti

Trafic ciblé,

Retour sur investissement

www.eb-applications.com

S-Team Referencement

Referencement haut de gamme.

La 1ere page garantie pendant 1 an

www.s-team.fr

- plus de 40% des internautes cliqueraient tout d'abord sur le lien proposé en première position,
- 16% sur le deuxième,
- 10% sur le troisième,
- 5 à 6% sur les liens situés de la quatrième à la sixième place.

Miratech - eyetracking



Google search results for "digital camera" (cheapest). The heatmap shows high search density (red) in the top-left area, indicating that users are most interested in the first few search results. The search results include links to various retailers and product listings for digital cameras.

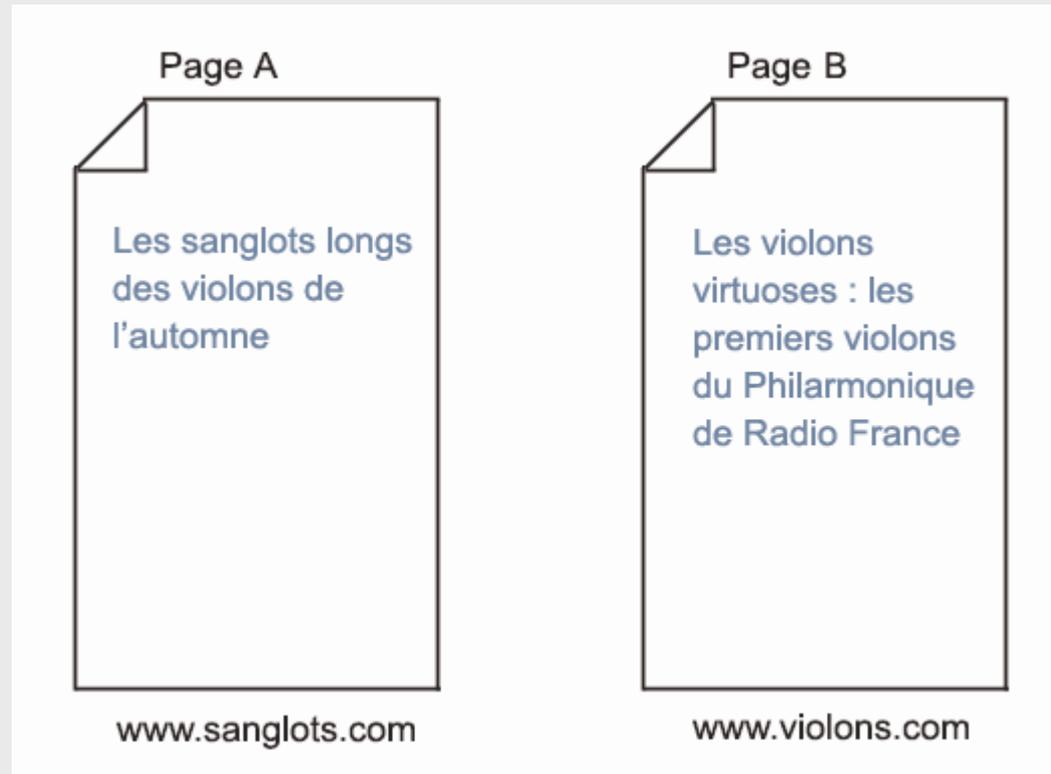
Google search results for "spanish water dog". The heatmap shows high search density (red) in the top-left area, indicating that users are most interested in the first few search results. The search results include links to various websites related to the breed, including breed clubs and informational sites.

Sources : google & enquirop

Comment ça marche

- Un robot (spider, crawler).
- Le robot suit les liens et indexe les contenus.
- L'internaute passe une requête.
- Google génère une page de résultat en classant les résultats de l'index avec un algorithme (secret + de 200 variables).

Exemple (abondance, o. Andrieu)



	Document	Fréquence	Emplacement			
			Titre	Adresse	Meta	Texte
Automne	A	1	-	-	-	1
France	B	1	-	-	-	1
Longs	A	1	-	-	-	1
Philharmonique	B	1	-	-	-	1
Premiers	B	1	-	-	-	1
Radio	B	1	-	-	-	1
Sanglots	A	2	-	1	-	1
Violons	A	1	-	-	-	1
	B	3	-	1	-	2
Virtuoses	B	1	-	-	-	1

Exemple

- Page 1 :
- SITE 1
 - Les atouts de la communication digitale :
 - Grace à la communication digitale, il est maintenant possible de communiquer en mesurant l'impact de chaque action
- SITE 2 : la communication digitale permet de cibler chaque internaute
- Le site 1 « sort » en 1^{er} sur la requête « communication »

En bref

- Requête : communication digitale.
- Extraction de l'index des n pages contenant 1 ou autre ou les 2 mots.
- (Résultats **1** à **10** sur un total d'environ 1 800 000 pour **communication digitale**).
- Classement en fonction des critères de pertinence.

Nombre de pages

- **Cuil : 120 milliards**
 - **Google : 20 à 25 officiels, estimé à 40**
 - **Yahoo! : 15 à 20**
 - **Live Search : 20**

Référencement

- Méthodologie
- Stratégie

Méthodologie

1. Choix des mots clés.
2. Choix des moteurs et / ou annuaires à prendre en compte.
3. Création ou modification des pages du site en fonction de ces mots clés et des critères de pertinence des moteurs.
4. Soumission ou vérification de la présence des pages dans les index des moteurs et du site dans les bases de données des annuaires.
5. Vérification du positionnement et / ou du trafic généré par les outils de recherche.
6. Suivi de ces phases de positionnement / trafic et corrections éventuelles pour obtenir de meilleurs résultats.

Positionnement

- Recherche du champs lexical : faisabilité
 - Mots clés en adéquation
 - Mots clés « requêtés »
 - Concurrence

Champs lexical

- Par quel vocabulaire l'internaute qualifiera ce qui correspond à l'activité du site.

- Quels sont les requêtes usuellement faites

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

Communication : 1 830 000 requêtes / mois

Publicité : 823 000 requêtes

Faisabilité

- On tape le mot clé : nb de pages indexées
- Communication : 23 000 000
- Publicité : 61 500 000

- Puis on élargit – expressions, synonymes. Une « niche » sémantique sera source de recrutement de qualité.
- Remarque : prendre en compte le phénomène de « long tail ».

Long tail

- Phénomène mis en avant par Chris Anderson

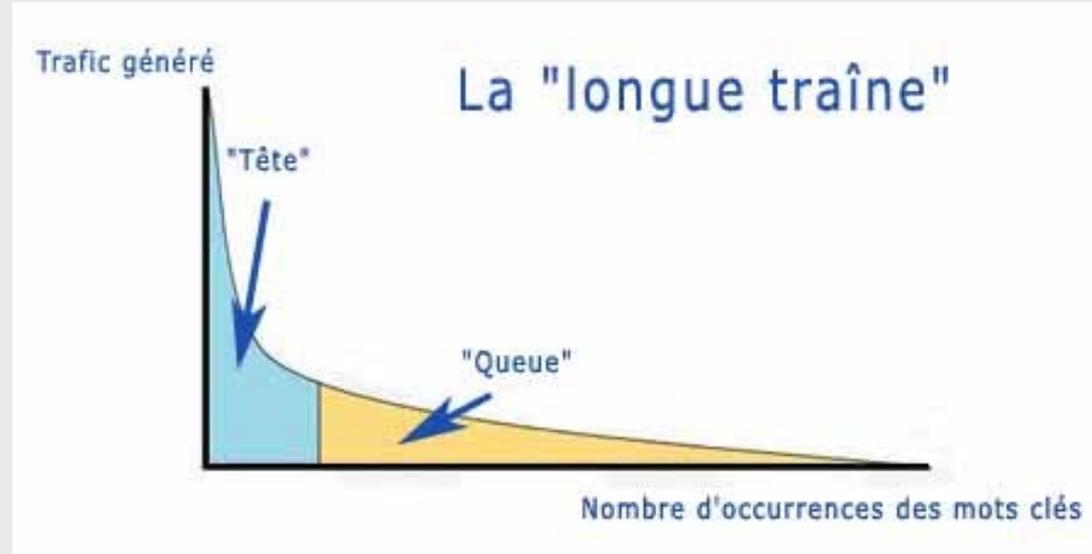
- 20% des ventes sur un site de Commerce électronique sont générées par 20% des produits "Tête" de la LT.

- 80% des ventes sont générées par des produits vendus occasionnellement : Queue de la LT.



Sur un site métier

- 20% des visites moteurs sont générées par des requêtes « métier » : nom du site, activité, etc.
- 80% des visites moteurs sont générées par des requêtes issues du contenu rédactionnel, mis en valeur par une optimisation du code HTML et de la structure des pages et du site web.



- **Taille des requêtes saisies par les internautes sur les moteurs de recherche :**
 - **1 seul mot : 13,48 %**
 - **2 mots : 28,38 %**
 - **3 mots : 27,15 %**

 - **de 3 à 5 mots : 51,60 %**
 - **de 4 à 10 mots : 30,98 %**
 - **requête contenant plus d'un mot : 86,52 %**

Percentage of U.S. clicks by number of keywords

Subject	Jan-08	Dec-08	Jan-09	Year-over-year percent change
1 word	20.96%	20.70%	20.29%	-3%
2 words	24.91%	24.13%	23.65%	-5%
3 words	22.03%	21.94%	21.92%	0%
4 words	14.54%	14.67%	14.89%	2%
5 words	8.20%	8.37%	8.68%	6%
6 words	4.32%	4.47%	4.65%	8%
7 words	2.23%	2.40%	2.49%	12%
8+ words	2.81%	3.31%	3.43%	22%

Note: Data is based on four-week rolling periods (ending Jan. 31, 2009; Dec. 27, 2008; and Jan. 26, 2008) from the Hitwise sample of 10 million U.S. Internet users.

Source: Hitwise, an Experian company

Comment optimiser son site pour le référencement

Critères de pertinence des moteurs

Critères de pertinence des moteurs :

Critères « à l'intérieurs » : Balises TITLE, Texte visible, balises META Description et Keywords, options ALT.

Critères « extérieurs » : Indice de popularité, nom de domaine, URL, réputation, TrustRank.

5 critères les plus importants (sans ordre précis) :

1. Titre,
2. Texte visible,
3. Indice de popularité (PageRank),
4. Réputation,
5. URL

Optimiser un site

- Structure
- Contenu
- Maillage
- Autres outils
- A éviter

url/répertoires/fichiers

- Placer des mots clés dans chaque partie.
- Utiliser les sous domaines, mais avec prudence.
- Lus : -, _, .,
- Avoir une convention de nommage des fichiers incluant des mots clés.

1. LE CONTENU

CONTENU : utiliser les balises h1/h6

**ces balises sont des balises hierarchisant
le texte**

H1 titres des rubriques

H2 chapo..

Texte :

- Pas de taille maximale pour un contenu mais une taille minimale : au moins 130 mots descriptifs. (au-delà de 1370, il semble que le moteur ne lit pas)
- Éviter les pages parlant de plusieurs thématiques différentes : - 1 article = 1 page.
- Penser aux différentes formes d'un mot : singulier / pluriel, masculin / féminin, etc.
- les 30 à 50 premiers termes, les deux à trois premières phrases, seront primordiaux.

Bonnes pratiques

- De nombreuses pages mono-thème que de longs documents, parlant de nombreux domaines différents.
- A éviter : également les pages bilingues ou trilingues.

CONTENU :

Maillage interne **Texte des ancrés**

à éviter : « lire la suite », toujours mettre un mot clé dans le texte des ancrés

`Emploi`

Résumé :

- Une analyse préalable de l'univers de mots clés de la thématique.
- Un titre H1 explicite, descriptif, factuel, assez court (jusqu'à 7 mots).
- Un chapo (H2) reprenant les mots clés importants de l'univers défini au préalable.
- Des sous-titres explicites en Hn.
- Les mots clés importants en gras (STRONG).
- Des liens contextuels à l'intérieur du texte donnant "bonne réputation" aux pages distantes.
- Des contenus d'au moins 130 mots explicites.
- Un univers sémantique à base de liens explicites (« à éviter : pour en savoir plus »).
- Pas d'"articles fragmentés".

2. CODE

Fondamental : la balise titre

Balise TITLE reprenant le titre éditorial de la page et la source.

Taille optimale = 7 à 10 mots descriptifs.

"Sexy" sur les 70 premiers caractères.

A éviter : suite de mots génériques non descriptifs | incitatifs : apparaissent en haut du navigateur et :

[Stratégies - Marketing, **Communication**, Médias, Marques, Conseils ...](#) -

Stratégies, l'actualité du marketing, des marques, des médias, de la **communication**.
Agence conseil, annonceur, régie, média, construire votre stratégie de ...

www.strategies.fr/ - [En cache](#) - [Pages similaires](#) -   

<TITLE>

- Un titre bien optimisé propose au plus 10 mots descriptifs dans son libellé.
- Si un mot précis caractérise de façon quasi-parfaite votre activité (il peut s'agir de votre nom ou d'un terme professionnel ou autre), essayez de le "caser" deux fois dans le titre de vos pages.
- le titre est la première information que voit l'utilisateur du réseau lorsqu'un moteur lui présente l'une de vos pages dans ses résultats.
- <TITLE>[Votre nom] : [Résumé du contenu de la page]</TITLE>
- un titre = une langue.
- un site web qui affiche des pages ayant chacune un titre optimisé résumant le contenu proposé dans chaque document a déjà fait quasiment 40% du travail de référencement...

Balise meta description : non prise en compte depuis peu pour le classement, mais incitation au clic

[Stratégies - Marketing, **Communication, Médias**, Marques, Conseils ...](#) -
Stratégies, l'actualité du marketing, des marques, des médias, de la **communication**.
Agence conseil, annonceur, régie, média, construire votre strategie de ...
www.strategies.fr/ - [En cache](#) - [Pages similaires](#) -   

contenu éditorial

(importance nullé avec le temps pour le ranking).

Renseigner les attributs ALT des images, title des liens,

Nommer les fichiers de noms explicites séparés de -

Alt title

- Se servir des liens et des images
 - Alt/title img
 - Title des liens
 - Noms des fichiers images

Fichier Robot

Vérification du fichier robots.txt

User-agent: *
Disallow: /cgi-bin/
Disallow: /tempo/
Disallow: /abonnes/prix.html

User-agent: Googlebot
Disallow: /cgi-bin/
Disallow: /perso/
Disallow: /entravaux/
Sitemap:<http://www.votresite.com/maps/sitemap.xml>

Plan du site au format HTML optimisé pour les moteurs de recherche.

URLs explicites avec mots séparés par un "-" (et non un underscore : "_") et contenant .

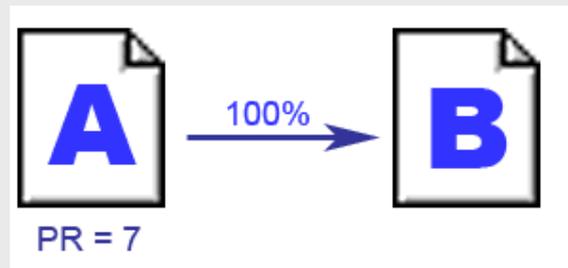
Net Linking et maillage :

- Notion de popularité, de PageRank (PR), de trust rank.
- Privilégier la qualité par rapport à la quantité.
- Attention : le PR est calculé pour chaque page !

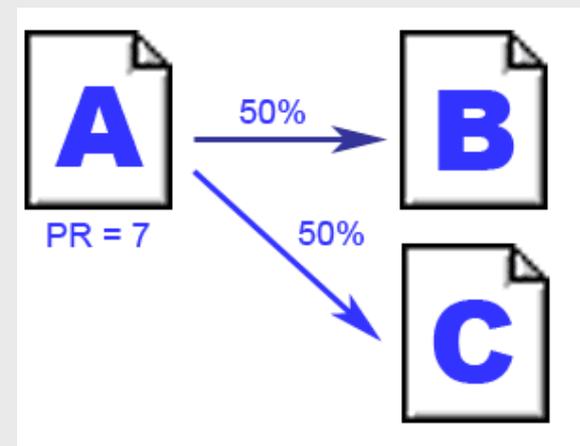
le PR des pages pointant vers vous est important.

Il faut proposer aux robots des liens « spider compatibles ».

Des liens sortants le moins nombreux possible (dilution de la popularité) sur une page.



B hérite de 100% de la "capacité de vote" (link juice = "jus de lien") de A



B et C se partagent pour moitié la "capacité de vote" de A

Popularité PR

- “*link popularity*”, “*link analysis*” IP
 - Un lien depuis une page à forte popularité vaudra plus “cher”, sera plus “important” qu’un lien émanant d’une page perso lambda.
 - Le nombre de liens présents dans les pages pointant vers vous est également de plus en plus important . Plus la page qui pointe vers vous proposera de liens divers et variés, plus son importance diminuera, plus elle sera “diluée” parmi tous les liens proposés

Synthèse : Critères d'obtention des liens :

- Depuis des pages populaires.
- Dans la même thématique que la vôtre.
- Si possible depuis un site "de référence".
- Proposant le moins de liens sortants possible.
- Avec des intitulés de lien donnant bonne "réputation".

- La valeur de l'IP (indice de popularité) sur Google est proportionnel au nombre de liens pointant vers une page et à leur qualité (l'IP de chaque "page source" pointant vers le "document cible").
- L'IP d'une "page cible" est inversement proportionnel au nombre de liens présents.
- à l'intérieur des "pages sources". Plus la page qui pointe vers vous contient de liens, plus son influence sur votre IP faiblit.
- Les pages internes d'un site sont prises en compte dans le calcul du "PageRank" d'un document donné. TOUS les liens, de sources interne et externe, comptent donc.

Page Rank

- $PR(A) = (1-d) + d(PR(T1)/C(T1) + PR(T2)/C(T2) + \dots + PR(Tn)/C(Tn))$ Où :
 - PR(A) est égal au “PageRank” de la page A.
 - Tn (“pages sources”) représentent les pages pointant (ayant mis en place un lien)
 - vers la page A (“page cible”).
 - C(Tn) représente le nombre de liens présents dans la page Tn.
 - d est un facteur multiplicatif, égal au lancement de Google à 0,85.

Syntaxe

- `<a href : » http:\\www.transports-maritimes\transports-maritimes.html title »transports maritimes»>transports-maritimes`

Google bombing

- Plan du site
- sitemap

Plan du site

- Le plan du site est un prétexte pour un maillage interne supplémentaire, Il est important d'en optimiser la syntaxe.

Sitemap

- « Nous envoyer un sitemap vous permet de nous signaler des pages de votre site que nous pourrions ne pas détecter autrement. En résumé, un sitemap XML (appelé couramment sitemap) est une liste des pages de votre site Web. La création et l'envoi d'un sitemap vous permet de vous assurer que Google connaît toutes les pages de votre site, y compris celles qui pourraient ne pas être détectées par le processus d'exploration standard de Google.
- Outre les sitemaps standard, vous pouvez créer des sitemaps conçus pour signaler à Google des types de contenu Web spécifiques. Vous pouvez ainsi envoyer des sitemaps [pour vidéos](#), [pour mobile](#), [pour Google Actualités](#), [pour Google Recherche de code](#) ou encore [des sitemaps géographiques \(KML\)](#). »

sitemap_xxxx.fr.xml

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.google.com/schemas/sitemap/0.84"
  xmlns:xsi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-instance"
  xsi:schemaLocation="http://www.google.com/schemas/sitemap/
0.84 http://www.google.com/schemas/sitemap/0.84/sitemap.xsd">
<url><loc>http://www.matsuri.fr</loc>
<priority>0.9</priority>
<changefreq>Monthly</changefreq>
</url>
<url><loc>http://www.matsuri.fr/restaurant.html</loc>
<priority>0.7</priority>
<changefreq>Monthly</changefreq>
</url>
```

Sites dynamiques

- <http://www.sitedynamique.com/prog.cgi?kw=motcle&langue=fr&zone=france&encodage=ISO-8859-1>
- Non lu au bout de 3 variables

URL Rewriting

- <http://www.sitedynamique.com/prog.cgi?kw=motcle&langue=fr&zone=france&encodage=ISO-8859-1>
- Pourront être réécrites en :
- <http://www.sitedynamique.com/prog.cgi/motcle/fr/france/ISO-8859-1>

Site multilingue?

- www.votresite.com : langue anglaise (cible: Etats-Unis)
- www.votresite.co.uk : langue anglaise (cible : Grande-Bretagne)
- www.votresite.fr : français (cible : France)
- www.votresite.de : allemand (cible : Allemagne)

Autre outils

- <http://google.com/insights/search/#>
- <http://www.google.com/trends?q=sushi&ctab=0&geo=fr&date=all&sort=0>

Spamdexing

- Les FFA (“*Free For All links*”),
- Échanges de liens factices
- Les doorway pages
- Le cloaking
- ..

Techniques frauduleuses

- Cloaking : contenu différent selon qu'il s'agit de bots ou d'internautes (=> ip ou js)
- Duplicate content : pages de contenus similaires sous diff noms de domaines avec liens
- Doorway pages : pages/sites faits pour améliorer artificiellement le référencement

Quelques obstacles au référencement

- Javascript
- Flash
- Frame
- url à variables

Soumettre son site a google

- Pas nécessaire sauf
 - blogs



Votre blog dans Recherche de blogs

Si votre blog n'est pas inclus dans nos résultats, n'hésitez pas à nous le faire savoir.

Saisissez l'adresse URL ou de flux de votre blog ci-dessous. Nous l'ajouterons à notre index dans les meilleurs délais.

Adresse URL de votre blog :

par exemple, googleblog.blogspot.com ou
googleblog.blogspot.com/atom.xml

Envoyer

Soumettre son site aux annuaires

- Recherche de l'annuaire.
- Généralement, aller dans la catégorie pour avoir la mention « soumettre un site ».

Annuaire francophones

- Open Directory
<http://www.dmoz.org/World/Fran%c3%a7ais/>
- Yahoo! Guide (<http://fr.dir.yahoo.com/>)
- Guide de Voila (<http://guide.voila.fr/>)

d m o z open directory project In partnership with
AOL search

[about dmoz](#) | [suggest URL](#) | [help](#) | [link](#) | [editor login](#)

[advanced](#)

<u>Arts</u> Movies , Television , Music ...	<u>Business</u> Jobs , Real Estate , Investing ...	<u>Computers</u> Internet , Software , Hardware ...
<u>Games</u> Video Games , RPGs , Gambling ...	<u>Health</u> Fitness , Medicine , Alternative ...	<u>Home</u> Family , Consumers , Cooking ...
<u>Kids and Teens</u> Arts , School Time , Teen Life ...	<u>News</u> Media , Newspapers , Weather ...	<u>Recreation</u> Travel , Food , Outdoors , Humor ...
<u>Reference</u> Maps , Education , Libraries ...	<u>Regional</u> US , Canada , UK , Europe ...	<u>Science</u> Biology , Psychology , Physics ...
<u>Shopping</u> Autos , Clothing , Gifts ...	<u>Society</u> People , Religion , Issues ...	<u>Sports</u> Baseball , Soccer , Basketball ...
<u>World</u> Deutsch , Español , Français , Italiano , Japanese , Nederlands , Polska , Dansk , Svenska ...		

Help build the largest human-edited directory of the web



Copyright © 1998-2006 Netscape

over 4 million sites - 73,840 editors - over 590,000 categories

Annuaire ?

- <http://www.indicateur.com>
- <http://www.searchenginecolossus.com/>
- <http://www.enfin.com/>
- <http://annuaire.abondance.com/>
- <http://www.lesannuaires.com/>
- <http://www.liste-annuaires.com/liste-annuaires.php>
- <http://www.netissime.com/referencement/moteur-de-recherche.html>
- http://perso.orange.fr/f.bourdet/french_search1.html

Soumissions : quelques url à titre indicatif

1. Google: <http://www.google.com/addurl?continue=/addurl>
2. MSN: <http://search.msn.fr/docs/submit.aspx>
3. Exalead : <http://www.exalead.fr/search/?definition=submitYourSitePage>
4. Bonweb <http://www.bonweb.com/ajouter.php>
5. Weborama : www.weborama.fr (attention ajoute une pop up à votre site)
6. Nomade (Alice.fr) : <http://nomade.aliceadsl.fr/> (attention payant !)
7. Big Annuaire : <http://www.big-annuaire.com/big-ajout-site-categorie.php>
8. Antidot : https://admin.antidot.net/URL_SUBMISSION/SubmitUrl?C=101
9. Yatooweb: <http://annuaire.yatooweb.com/ajouter-site.php>
10. Gralon : <http://www.gralon.net>
11. Yagoort : <http://annuaire.yagoort.org>.

- www.webrankinfo.com/actualites/200510-recherche-de-blogs.htm.
- <http://conseilsenmarketing.blogspot.com/2007/01/comment-bien-referencer-son-blog.html>.

Méthodologie de Net linking

Ciblez des sites à forte “popularité” plutôt que des sites peu connus :

⇒ Déjà bien positionnés

⇒ Voir alexa

<https://siteexplorer.search.yahoo.com/>

- <http://www.google.com/intl/fr/dirhelp.html>
- <http://www.dmoz.org/add.html>
- <http://add.europe.yahoo.com/bin/add>
- http://www.google.com/Top/World/Français/Références/Bibliothèques/Associations_et_organisations/

Facteurs clés

- Pourquoi Google référence : a la recherche de la meilleure information.
- Qu'est ce qu'une bonne information : émise par quelqu'un de crédible (âge du site).
- Récente.

Maintenir un site positionné

- « Content is king » :
 - Quantité
 - Qualité
 - Renouvellement

Quantité

- Le maillage interne et l'indexation : moyens de créer un réel contenu sans polluer la fonctionnalité du site.
- Glossaires, reprise d'articles de presse (ne pas faire de scan), vie de...

Renouvellement

- Comment prévoir un renouvellement :
 - Webmaster
 - Site dynamique
 - *(promos – articles a tirages aléatoires - ..)*

Maintenir la qualité des liens rentrants

- Classiques :
 - A la main
 - Linkbaiting
 - Sites communautaires
- A inclure : partage de favoris
 - Delicious
 - Digglike



Net linking

- Forums (quand ils n'excluent pas les liens)
- Site de news :
 - [Wikio, Blogasty ou Scoopeo](#),
- Communiqués de presse :
 - <http://www.arkantos-presse.com/>

Idées fausses

- Il faut 6 mois pour référencer un site : un site avec beaucoup de liens entrants et une structure bien faite pourra apparaître rapidement.

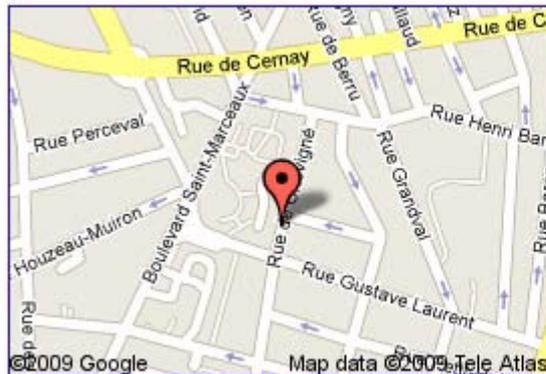
Voir un site avec l'œil du robot

- Firefox, barre d'outil webmaster, désactivation des js, styles et images.

Autres outils google

- Google maps

Google Local Business Center



Ecole Nouvelle de Musique
www.ecole-de-musique-reims.com

16 Bis Rue de Chevigné
51100 Reims
03 26 47 47 02
[Itinéraire](#) - [Est-ce correct ?](#)

[1 avis](#) - [Donner votre avis](#)
[Plus d'infos »](#)

- Accueille déjà aux us des systèmes de couponing et autres. A suivre...

Stratégie de référencement

- Conception :
 - Univers sémantique
 - Brief développeur
 - Stratégie de netlinking
 - Système de gestion des liens entrants (culture box)
 - Réseau de sites et blogs
 - Google maps, google images, google vidéo, google news, google blog
 - Système de renouvellement automatique des contenus (random)

Evènement

- L'optimisation doit être faite – (si flash, on « double de html»)
- Soumettre dans tous les annuaires possible et chez google là où c'est encore possible
- Utiliser les supports presse
- Lancer un site avant le site, optimisé pour les moteurs (texte uniquement)

Vie du site

- Chaque page (événement, produit, article) doit être optimisée sur 1 / 2 mots clés
- Tous les liens pointants vers ont une syntaxe étudiée et homogène
- Utiliser les outils de netlinkings
- Consolider avec le maillage interne du site
- Utiliser le google webmaster tools
- <https://www.google.com/webmasters/tools/dashboard?pli=1>

Questions/Réponses