

50 questions essentielles à vous poser avant la mise en ligne de votre site pour ne plus vous demander **pourquoi mon site n'apparaît pas sur Google ou pourquoi mon site n'est pas référencé** par les moteurs de recherche ?



Téléchargez le Guide des 20
Techniques d'Optimisation de
Référencement Naturel

Lien de téléchargement :

<http://blog.axiz-ebusiness.com/guide-20-techniques-et-bonnes-pratiques-de-referencement-naturel>

Ce qui fait défaut, ce n'est pas le logiciel mais les méthodes d'optimisation

Les moteurs de recherche associent des milliers, parfois des millions de sites à chaque requête spécifique. Connaissez-vous les critères utilisés par les moteurs de recherche pour classer les sites ? Savez-vous si votre site répond aux critères pour arriver en tête de classement ? Savez-vous qu'avant de vous servir d'un logiciel de création de site ou de confier la création de votre site à un webmaster, **il est primordial d'apprendre les méthodes d'optimisation de référencement naturel ?**

Nombreuses sont des entreprises qui pensent toujours que la création de site est juste une question de savoir utiliser un logiciel, qui d'ailleurs peuvent le procurer gratuitement tant l'offre disponible est riche et variée : logiciels de création de site responsive, CMS open source, utilisable en ligne ou pas...

Nombreuses sont aussi celles qui se demandent, une fois le site mis en ligne, **pourquoi mon site n'apparaît pas sur Google ou pourquoi mon site n'est pas référencé** par les moteurs de recherche ?

Comment faire pour que Google trouve et indexe correctement votre site ?

Pour que Google trouve et indexe votre site, vous devez, avant de le mettre en ligne, vous assurer si il est optimisé selon les critères d'indexation et de pertinence de Google. L'optimisation de référencement est l'étape cruciale **de toute stratégie de développement commercial**. Voici une série de 50 questions essentielles (**check-list de contrôle technique et de qualité**) pour vous assurer de la conformité de votre site avec les critères de référencement de Google et des moteurs de recherche en général.

Votre stratégie de positionnement gratuit dans les moteurs de recherche est-elle définie et spécifiée correctement ?

1. Ai-je listé des premiers mots clés pour lesquels je souhaite **toucher les internautes ciblés** sur la **première page de Google** ?
2. Ai-je utilisé des **outils de recherche de mots clés** pour identifier les requêtes des internautes et retenir les mots clés pertinents et compétitifs à cibler ? Source : <http://positionnement.axiz.fr/etude-marche-internet.html>
3. Ai-je organisé les mots clés dans des **listes homogènes autour d'un thème central**, constituant les intitulés de la barre de navigation de

mon site ? Source : <http://www.slideshare.net/axizebusiness/7-composants-essentiels-du-cahier-des-charges-dun-site-visible>

4. Ai-je enrichi chaque liste de mots clés au maximum des **variantes**, des **synonymes**, des **expressions**, des phrases utilisables par les internautes ?
5. Ai-je fait le choix d'un **nom de domaine optimisé** contenant les mots clés les plus représentatifs de ce que mon site propose ?
6. Ai-je tracé **l'architecture de mon site** en tenant compte de la hiérarchie des listes de mots clés que j'ai constitués ?
7. Ai-je **nommé chaque catégorie et sous-catégorie** de l'architecture du site avec les principaux mots clés issus de la liste de mots clés appropriée ?
8. Ai-je traduit l'architecture du site en une **structure d'URL** contenant les mots clés des répertoires et de la page de destination ?
9. Me suis-je assuré(e) auprès du webmaster que les **URL** des pages de mon site ecommerce ou de contenu conçu à l'aide d'un CMS **ne contiendront pas** de **signes et des chiffres** insignifiants pour les internautes et les moteurs de recherche ?
10. Me suis-je assuré(e) que les mots clés utilisés dans les **URL** sont **séparé d'un (-)** et non d'un (**_**) ?

Le contenu texte des pages du site est-il optimisé pour une indexation pertinente?

11. Ai-je associé un **thème central unique** (issu de la liste de mots clés correspondant) à chaque page du site ?
12. Ai-je défini **un Titre (Title) et une Description unique** à chaque page du site?
13. Ai-je introduit les **trois mots clés** essentiels de chaque page dans son Titre, repris dans la « **Balise Title** » ?
14. Ai-je écrit la description de chaque page, reprise dans la « **Blise Description** » avec les mots clés essentiels dans un langage orienté Internaute avec un **verbe d'action**, le conduisant à cliquer et entrer dans la page ?

15. Est-ce que la **page** contient le verbe d'action introduit dans la balise description ? Autrement dit, est-elle **fidèle** à la promesse faite à l'internaute ?
16. Est-ce que le **contenu texte** de la page est **écrit** avant tout en fonction des attentes de l'internaute ciblé ? Ai-je employé **tous les mots clés de la liste** associée à la page ? Ai-je utilisé les requêtes sous forme de phrases susceptibles d'être saisies par les internautes dans les moteurs de recherche ? Ai-je évité les fautes d'orthographe ?
17. Ai-je **commencé le texte** de ma page **par les mots clés essentiels** qu'on les retrouve dans le Titre de la page ?
18. Ai-je **structuré le texte de la page** en chapitre et sous chapitres, se traduisant par les « **Balises h1-h6** » ?
19. Est-ce que le **titre du chapitre et sous chapitre** contient les **principaux mots clés** du texte qui le suit ?
20. Ai-je **introduit les mots clés dans les liens hypertextes** pointant aux autres pages ?

Les images intégrées au contenu des pages du site sont-elles optimisées pour une indexation pertinente ?

21. Ai-je créé des **images « Call to Action »** pour faciliter au maximum le taux de conversion. Outils de création graphique utilisable en ligne : <http://www.action-commerciale.com/outils-supports-communication.php>
22. Ai-je **allégé le poids des images** au maximum pour améliorer le temps de leur affichage ?
23. Ai-je **nommé chaque** image à l'aide des **principaux mots clés** du texte qui l'entoure ?
24. Ai-je séparé les mots clés employés dans le nommage de l'image par des tirets - ?
25. Ai-je défini une description courte « **Balise alt** » pour chaque image contenant les mots clés de la page dans laquelle elle est intégrée ?

La technologie utilisée pour la création du site favorise-t-elle l'indexation du site ?

La technologie utilisée pour le développement du site joue un rôle extrêmement important dans l'indexation et le référencement naturel. En tant que propriétaire de site vous devez vous assurer qu'il ne contient pas d'éléments bloquant le travail des robots d'indexation. Voici quelques bonnes questions à vous poser ou à poser à la personne chargée de la création du site :

26. Est-ce que mon site est **codé selon les standards recommandés** par les moteurs de recherche, favorisant une indexation complète et sans obstacle ?
27. Est-ce que le contenu de mon site est visible et compréhensible par des navigateurs qui **n'affichent que le contenu texte** ?
28. Est-ce que la **barre de navigation** est **visible** et utilisable de **toutes les pages** du site ?
29. Est-ce que la **barre de navigation est développée en html** de façon à ce que les moteurs de recherche puissent trouver et indexer toutes les pages du site ?
30. Est-ce que mon site est doté d'une page « **plan de site** » répertoriant les l'URL de chaque page à l'aide des **liens hypertextes** ?
31. Est-ce que les **pages les plus importantes** du site sont **accessibles directement** à partir de la page d'accueil ?
32. Est-ce que chaque page de mon site a un seul et unique URL afin **d'éviter « Duplicate content »** ?
33. Est-ce que les **liens cassés** ont été identifiés et corrigés le cas échéant, avec les bonnes techniques de redirections ?
34. Suis-je sûre de **l'absence de toute sorte de techniques** de redirection contraire aux règles de bonne conduite définies par les moteurs de recherche ?
35. Suis-je sûr à 100% que mon site **ne contient aucun liens cachés**, liens spam ou liens achetés ?
36. Est-ce que tout a été fait pour réduire au maximum le **temps de téléchargement de mon site** ?

37. Est-ce que le fichier **robot.txt** et les **protocoles sitemap** ont été créés et installés correctement ? Voir la fiche pratique des 6 protocoles de sitemap pour faire indexer au mieux les éléments constitutifs de votre site : Source : <http://blog.axiz-ebusiness.com/5-sitemaps-pour-ameliorer-le-referencement-naturel-d-un-site-web>
38. Est-ce qu'un **outil de partage sur les réseaux sociaux** est intégré aux pages de mon site pour favoriser le référencement des pages par les internautes ?
39. Est-ce que mon site est doté d'un outil de mesure et d'analyse d'audience ?
40. Est-ce que j'ai accès à l'interface d'outils pour webmaster de Google pour voir ce que Google pense de la qualité et de positionnement de mon site ?

Selon quel plan d'actions va-t-on booster le référencement et le positionnement gratuit, qualifié et durable du site ?

L'optimisation d'un site est une opération incontournable pour bénéficier de la meilleure indexation par les moteurs de recherche. Mais elle **n'est pas suffisante** pour **figurer parmi les premiers résultats** de recherche naturels.

Un site optimisé, une fois en ligne, doit se battre contre des centaines, parfois des milliers d'autres sites optimisés pour les mots clés identiques.

Alors dans la bataille que se livrent les sites optimisés concurrents lors de la requête de l'internaute, la **différence se fait au niveau de la popularité**, mesurée par le nombre et la qualité des liens entrants (optimisation externe au site).

Vous devez alors vous munir d'un plan d'actions de référencement et de positionnement pour booster régulièrement la pertinence et la popularité de votre site.

Voici quelques questions à vous poser :

41. Ai-je formulé une **stratégie de positionnement** à même de réaliser mes objectifs ?
42. Ai-je identifié les **annuaires web** à fort potentiel du trafic qualifié de mon **secteur d'activité** ?

43. Ai-je identifié **les annuaires et les moteurs** de recherche locaux à fort potentiel de trafic dans ma **zone de chalandise** ?
44. Est-ce que je connais les **sites qui pointent vers** les sites de mes **concurrents** ?
45. Ai-je un plan d'identification de blogs acceptant d'article invité ?
46. Ai-je développé une **stratégie de** promotion et référencement via les **réseaux sociaux** ?
47. Ai-je développé une **Page Facebook Entreprise – Linked In – Google+** ?
48. Ai-je un plan de rédaction de contenu pour le web ? <http://blog.axiz-ebusiness.com/7-choses-a-faire-pour-devenir-un-bon-redacteur-web>
49. Ai-je intégré des Balises META structurées Facebook à mon site ?
50. Ai-je un compte Youtube pour générer du trafic qualifié par vidéos ?

Puis-je calculer, vérifier et chiffrer le Retour sur l'Investissement (promesse des clics gratuits) d'un site optimisé selon les critères de référencement naturel ?

Le **retour sur l'Investissement** d'un site optimisé se calcule par le **nombre d'impressions gratuites**, bien évidemment mais surtout par le résultat produit en terme du **nombre de clics gratuits et qualifiés**.

Un **outil de mesure de Retour sur l'Investissement** est mis gratuitement à votre disposition par Google (Google Webmaster Tools).

Grâce à cet outil, **Google** vous **présente** en temps réel la performance (**Retour sur l'Investissement de votre site**) dans ses résultats de recherche naturelle : **Nombre d'impression** (affichage de pages dans les résultats de recherche) et de **clics gratuits** associés à un mot ou expression clé.

Graphique 1. Exemple de performance produite gratuitement tous les mois par un site



Chiffrage du Retour sur l'Investissement à partir de la performance du site

Le chiffrage suivant est réalisé à partir des résultats fournis par Google webmaster Tool illustrés dans le **graphique 1, ci-dessus**.

La performance porte sur 1 mois (14 février 2011 à 21 mars 2011)

Nombre de requêtes : 1385

Nombre d'impressions (affichage dans les résultats) : 50.000 fois

Nombre de clics : 3000 clics GRATUITS sans aucun effort financier.

Imaginez juste **le gain que ce site optimisé** produit en moyenne chaque mois, grâce à ces **3000 clics gratuits**.

Voici ci-dessous une estimation du coût au clic proposée par Google adwords pour les 5 premières requêtes du graphique 1.

Graphique 2. Coût au clic moyen estimé pour les 5 premières requêtes

Faites le calcul par vous-même
Coût total quotidien moyen : 30 €

Outil de prévision du trafic

Obtenir des prévisions du trafic

Mot ou expression (un par ligne)

CPC max. € (obligatoire) 4 Budget quotidien €

actions commerciales
cahier des charges site internet
action commerciale
carte de visite professionnelle gratuite
infogreffes

Options et filtres avancés Zones géographiques : France x Langues : Français x

Estimer

Récapitulatif (par jour)

CPC moyen estimé
0,48 € - 0,59 €

Nombre total de clics estimé
54,08 - 66,1

Coût total estimé
29,01 € - 35,46 €

Aide

Quelles sont les nouvelles fonctionnalités offertes par la nouvelle version du Générateur de mots clés ?

Comment utiliser le Générateur de mots clés pour obtenir des idées de mots clés et des prévisions de trafic ?

Comment puis-je obtenir des idées de mots clés supplémentaires en utilisant les

Mot clé	CPC moyen estimé	Nombre de clics quotidiens estimé
actions commerciales	0,81 €	1,94
cahier des charges site internet	0,90 €	0,54
action commerciale	0,96 €	6,93
carte de visite professionnelle gratuite	2,67 €	1,41
infogreffes	0,40 €	49,27

Vous venez sans doute de calculer la valeur des 3000 clics gratuits (généré grâce au référencement naturel optimisé) en tenant compte de ce qu'ils auraient pu coûter si le propriétaire du site essayait de les générer via le système de clics payants.

En faisant l'hypothèse d'un coût au clic moyen égal à 0,50 euro (volontairement sous estimé pour rester très réaliste), le gain mensuel correspondant à 3000 clics obtenus gratuitement par le biais de référencement naturel est de 1500 euros :

Gain mensuel : $3000 \times 0,50 = 1500$ euros/mois

Retour sur l'investissement pour un site de 15000 euros = 10 mois

Retour sur l'investissement pour un site de 7000 euros = 6 mois

Un **investissement de 15000 euros** dans un site optimisé sera facilement **recupéré en moins d'un an**, 10 mois exactement sans prendre en compte le chiffre d'affaires réalisées.

Un **investissement de 7000 euros** dans un site optimisé sera facilement **recupéré en moins de 6 mois** sans prendre en compte toujours le chiffre d'affaires réalisées.

Vous avez sans doute compris. Une entreprise a tout intérêt d'**investir dans un site optimisé** selon les règles de l'art (**devenant rapidement gratuit**) que dans un **site pas cher ou même gratuit**.

Un site qui ne remplit pas les conditions de référencement naturel, vérifiables grâce aux 50 questions essentielles, est **un vrai piège** pour l'entreprise.

Certes il **coûte très cher** en terme de manque à gagner mais aussi en terme du budget sans cesse croissant que l'entreprise sera obligée de consacrer aux campagnes de Google adwords pour compenser l'absence du trafic naturel gratuit.



Téléchargez le Guide des 20 Techniques d'Optimisation de Référencement Naturel

Lien de téléchargement :

<http://blog.axiz-ebusiness.com/guide-20-techniques-et-bonnes-pratiques-de-referencement-naturel>

Servez-vous des Ressources en ligne partagées par AXIZ eBusiness

	<p>Télécharger gratuitement la dernière version du Guide des 20 techniques et bonnes pratiques d'optimisation de référencement de site : http://www.facebook.com/exemple.cahier.charges.internet</p>
	<p>Découvrez chaque semaine des conseils pratiques utiles à votre stratégie WebMarketing. Soyez le premier à être informé(e) des ateliers et formations à venir. Bénéficiez des tarifs préférentiels réservés aux ami(e)s. http://www.facebook.com/formation.webmarketing</p>
	<p>Documentez-vous. Des dizaines de supports de formations et des guides pratiques pour développer la stratégie webmarketing de votre entreprise. http://fr.slideshare.net/axizebusiness</p>

Check-list de référencement naturel réalisé le 18 sep. 2011 et Mis à jour le 10 dec. 2015 par **Rouhina RAHBARIAN**. Consultante Spécialiste d'optimisation de référencement naturel, elle

accompagne depuis 1997, les entreprises dans la mise en place de sites performants et rentables à même de générer du trafic qualifié, gratuit et durable.