



Guide d'utilisation 

Référencement



SEO

Version 2.0

Mise à jour le 20/10/2010

www.webgazelle.net

Webgazelle.net, une marque de



COGNIX
systems

SOMMAIRE

1	INTRODUCTION	3
2	GUIDE D'UTILISATION ET TUTORIAUX VIDEOS EN LIGNE	3
3	CONTACTER VOTRE SUPPORT	3
4	LES METAS DONNEES	4
4.1	Titre	5
4.2	Description	5
4.3	Mots-clés	6
4.4	Nom de la page et URL	7
4.5	Balise h1	8
4.6	Indicateurs de référencement (WebGazelle CMS 2.0)	8
4.7	Définir le référencement par défaut (WebGazelle CMS 2.0)	9
5	CONTENU / IMAGE / LIEN	10
5.1	Contenu	10
5.2	Les images	11
5.3	Fréquence de mise à jour	11
5.4	Lien	12
5.4.1	Externe (lien d'autres sites pointant vers vos pages)	12
5.4.2	Interne (lien entre vos pages)	12
6	ACCESSIBILITE DU SITE	13
6.1	Noms de domaine	13
6.2	Plan du site	13
6.3	Fil d'ariane	14
7	EN CONCLUSION	14

1 Introduction

Conscient de l'importance de bien référencer vos sites Internet, vous vous demandez sans doute si un site sous WebGazelle® CMS 2.0 se référence aussi bien que vos sites statiques classiques.

En effet, beaucoup de solutions dynamiques n'offrent pas les fonctionnalités nécessaires à un bon référencement et les moteurs de recherche n'arrivent pas toujours à référencer toute la richesse des pages dynamiques.

La problématique de référencement est restée un souci permanent tout au long de la conception et du développement de WebGazelle® CMS 2.0. La réponse de l'équipe technique repose sur les différents éléments présentés ci-dessous.

2 Guide d'utilisation et tutoriaux vidéos en ligne

Nous vous mettons à disposition, en ligne, l'ensemble des guides d'utilisation (régulièrement mis à jour) et tutoriaux vidéos à l'adresse suivante :

<http://www.webgazelle.net/guide-en-ligne.php>

3 Contacter votre support

Pour toutes demandes concernant **WebGazelle® CMS 2.0**, n'hésitez pas à contacter votre support :

SUPPORT ET ASSISTANCE COGNIX SYSTEMS

0810 810 815 (Prix d'un appel local) ou 02 99 27 75 92

Par mail à l'adresse support@cognix-systems.com

4 Les métas données

Il faut d'abord que vous déterminiez quelles sont les différentes séquences de mots-clés à associer à chaque page de votre site, séquences que l'on devra retrouver dans :

- Le titre de la page
- L'url
- La description
- La balise h1
- Les mots-clés

Pour cela, il faut analyser trois éléments :

- **Pertinence**

Votre mot clé doit être pertinent, c'est-à-dire en lien direct avec votre cœur de métier, votre activité générale afin de vous apporter un trafic ciblé sur le site Internet. Si cette première condition n'est pas valide, il n'est pas utile d'effectuer une optimisation

Outil : Votre propre acceptation du mot clé en coordination avec votre activité

- **Fréquentation**

La fréquentation correspond à l'intérêt porté par les utilisateurs à un mot clé. Des outils comme Google Insights nous permettent de savoir exactement si un mot clé est saisi et à quelle fréquence. Cela permet donc de savoir s'il y a un intérêt à optimiser une séquence. Sans cela, il n'est pas utile d'effectuer une optimisation

Outil : Le site Google Insights <http://www.google.com/insights/search/?hl=fr> qui permet de connaître, selon un mot clé saisi, la tendance des recherches des internautes sur une date et un secteur géographique choisi

- **Concurrence**

Une fois les deux premiers éléments confirmés, il faut vérifier la concurrence établie sur un mot clé. Pour cela, en utilisant Google, il faut vérifier le page rank des sites qui sortent après une recherche sur le mot clé en question afin de vérifier qu'il est possible de se positionner correctement sur la séquence. Un page rank de 3,4 est atteignable. Au delà, il va devenir plus complexe et long de se positionner.

Outil : Les résultats dans Google sur la séquence choisie permettent de connaître le positionnement des concurrents ainsi que leur page Rank.

4.1 Titre

Le titre apparait dans les résultats de recherche et l'entête de votre navigateur.



Le titre doit :

- Inviter au clic
- Etre un rapide résumé du contenu de la page en question. Evitez les titres du style "Bienvenue sur notre site web"...
- Inclure tous les mots-clés caractéristiques de votre page.
- Votre séquence de mots-clés doit être placée en tête du titre
- Ne pas dépasser les 10 mots
- Pas de titre bilingue ou trilingue
- Chaque page de votre site doit avoir un titre qui lui est propre (et qui doit être optimisé).



Pour gérer le titre d'une page : sélectionner la page concernée, cliquer sur "Paramètres avancés" en dessous de la zone de contenu puis sur l'onglet "Référencement". Remplir le champ "Titre".

Exemple : Cognix Systems - agence web, SSII spécialiste de la création de site Internet

Pour finir, cliquer sur le bouton "Enregistrer".

4.2 Description

La description apparait dans le résultat de recherche, vos mots-clés pourront y être affichés en gras.



La description doit :

- Etre accrocheuse
- Etre un rapide descriptif du contenu de la page en question
- Commence par la séquence de mots-clés associée à la page
- Ne pas dépasser 160 caractères espaces compris
- Chaque page doit proposer une description qui lui est propre



Pour gérer la description d'une page : sélectionner la page concernée, cliquer sur "Paramètres avancés" en dessous de la zone de contenu puis sur l'onglet "Référencement". Remplir le champ "Description".

Exemple : Cognix Systems, spécialiste de la création de site Internet, apporte tout son savoir faire au service WebGazelle

Titre : spécialiste de la création de site Internet
URL : cognix-systems.php
Description : Cognix Systems, spécialiste de la création de site Internet, apporte tout son savoir faire au service WebGazelle
Balise H1 :
Mots-clés :

Pour finir, cliquer sur le bouton "Enregistrer".

4.3 Mots-clés

Les mots-clés doivent :

- Etre plutôt des séquences de mots clés que des mots-clés. Pour cause : pour chercher une agence web, l'internaute recherchera la séquence « agence web », il fait donc mettre cette séquence dans les mots-clés plutôt que « agence » et « web » en séparé.
- Les séquences les plus importantes doivent être placées en tête de liste
- Rien ne sert d'avoir une longue liste, il faut privilégier les séquences les plus pertinentes, nous vous conseillons un maximum de 10 séquences.
- N'oubliez pas les éventuelles fautes d'orthographe qu'il est intéressant d'insérer



Pour gérer la mots-clés d'une page : sélectionner la page concernée, cliquer sur "Paramètres avancés" en dessous de la zone de contenu puis sur l'onglet "Référencement". Dans le champ "Mots-clés", saisissez votre première séquence de mots-clés et ajoutez là en cliquant sur l'icône  (ou tapez sur Entrée) : à faire pour chacune de vos séquences.

Exemple : cognix systems, agence web, agence internet, SSII, création site internet

Titre : spécialiste de la création de site Internet
 URL : cognix-systems.php
 Description : Cognix Systems, spécialiste de la création de site Internet, apporte tout son savoir faire au service WebGazelle
 Balise H1 : gnix Systems : création de site Internet
 → Mots-clés : création site internet
 cognix systems
 agence web
 agence internet
 SSII

Pour finir, cliquer sur le bouton "Enregistrer".

4.4 Nom de la page et URL

Le nom de la page ainsi que son URL (adresse de votre page) sont deux éléments importants à personnaliser pour chacune des pages de votre site Internet.

- Le nom de la page doit si possible être votre séquence de mots-clés. Exemple : pour une page présentant votre entreprise, préférez comme nom de rubrique le nom de votre société plutôt que « Qui sommes-nous ».
- L'URL de vos pages doit elle aussi être constituée de votre séquence de mots-clés séparée par des tirets



Pour modifier le nom de votre page, il faut sélectionner la page, modifier le contenu du champ « Nom » puis cliquer sur « Enregistrer » en bas de la page.

Ajouter un bloc
 Nom : Ma séquence de mots clés
 Url : ma-sequence-de-mots-cles.php



Par défaut, l'URL comprend le nom de votre page. Pour modifier l'URL d'une page sans modifier le nom de la page : sélectionner la page concernée, cliquer sur "Paramètres avancés" en dessous de la zone de contenu puis sur l'onglet "Référencement". Décochez la case du champ URL et saisissez les mots clé sans accent, séparés par des tirets suivis de .php.

Exemple : cognix-systems.php

Titre : spécialiste de la création de site Internet
 → URL : cognix-systems.php
 Description :
 Balise H1 :
 Mots-clés :

Pour finir, cliquer sur le bouton "Enregistrer".

4.5 Balise h1

La balise h1 est placée généralement en haut de votre site.



La balise h1 doit :

- Etre un rapide résumé du contenu de la page en question. Evitez les titres du style "Bienvenue sur notre site web"...
- Inclure tous les mots-clés caractéristiques de votre page.
- Votre séquence de mots-clés doit être placée en tête de la balise h1
- Ne pas dépasser les 10 mots
- Chaque page de votre site doit avoir une balise h1 qui lui est propre (et qui doit être optimisé)
- Etre différente du titre



Pour gérer la balise h1 d'une page : sélectionner la page concernée, cliquer sur "Paramètres avancés" en dessous de la zone de contenu puis sur l'onglet "Référencement". Remplir le champ "Balise H1".

Exemple : Agence web Cognix Systems : création de site Internet

Titre :	<input type="text" value="spécialiste de la création de site Internet"/>
URL :	<input type="text" value="cognix-systems.php"/>
Description :	<input type="text" value="Cognix Systems, spécialiste de la création de site Internet, apporte tout son savoir faire au service WebGazelle"/>
→ Balise H1 :	<input type="text" value="Cognix Systems : création de site Internet"/>
Mots-clés :	<input type="text"/>

Pour finir, cliquer sur le bouton "Enregistrer".

4.6 Indicateurs de référencement (WebGazelle CMS 2.0)



Une fois les différents éléments de référencement saisis (titre, url...) dans les paramètres avancés, cliquez sur "Enregistrer".

Vous verrez apparaître des indicateurs à droite vous indiquant la pertinence de vos séquences. Pour cela, sélectionnez la séquence dont vous voulez en étudier la pertinence dans la liste déroulante.

De plus, en cliquant sur l'icône , vous accédez à des informations complémentaires que nous mettons régulièrement à jour en fonction de l'évolution des critères de référencement.

Pour finir, cliquez sur "Enregistrer" puis "Fermer".

4.7 Définir le référencement par défaut (WebGazelle CMS 2.0)



Vous pouvez définir le référencement des pages n'ayant pas de référencement propre en cliquant sur le nom de votre site puis en complétant ces mêmes champs.

Ainsi les pages n'ayant pas de référencement spécifique défini dans les paramètres avancés, aura le titre, description, balise h1 et mots-clés saisis ici.

N'oubliez pas de cliquer sur "Enregistrer".

5 Contenu / image / lien

5.1 Contenu

L'une des règles les plus importantes pour optimiser le référencement est sans conteste d'avoir un site avec un contenu soigné et spécialisé. Cela paraît tout simple mais il est primordial d'avoir un contenu utile et original.

Cette règle ne s'applique d'ailleurs pas seulement à Google mais à toute création de site pour lequel on cherche à créer du trafic : il faut intéresser le visiteur ! Il est également indéniable qu'un gros site (plus de 100 pages) aura bien plus de chances d'être bien classé qu'un petit site de 10 pages car vous avez plus de mots-clés susceptibles de correspondre avec une recherche sur Google.

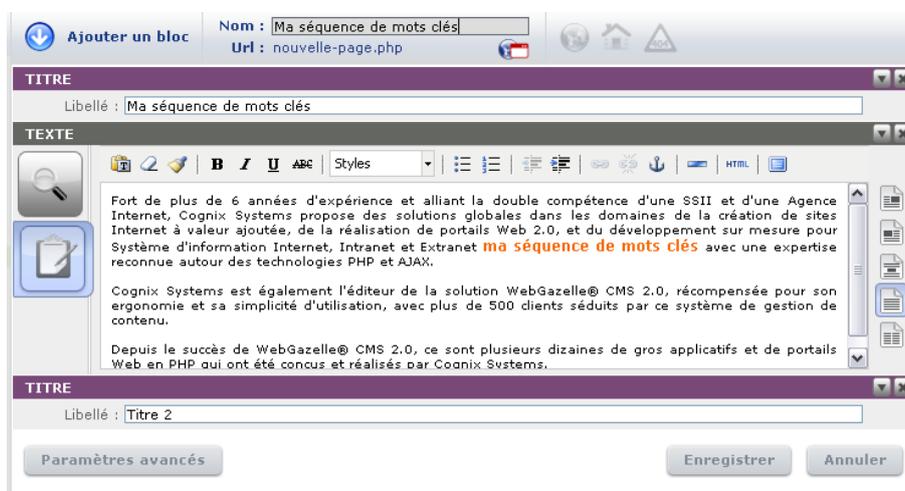
On doit retrouver dans votre contenu votre séquence de mots-clé associée à la page : doit représenter entre 3% et 4% du contenu de votre page. On doit le retrouver dans votre contenu mais aussi dans vos titres basés sur les balises h2, h3... pris plus en compte par Google que votre contenu.



Sur votre interface d'administration, vos pages doivent avoir la structure suivante :

- Un bloc titre
- Un bloc texte
- Un bloc titre
- Un bloc texte
- ...

Sur au moins l'un de vos blocs titre, il faut retrouver la séquence de mots clés pour laquelle vous optimisez votre page. Dans tous les paragraphes (bloc texte), il faut retrouver la séquence au moins une fois.



5.2 Les images

Si les images ne sont naturellement pas référencées, il ne faut pas en négliger leurs nominations pour autant.

Le nom de l'image / vidéo doit :

- Etre composé de la séquence de mots-clés associée à la page dans laquelle vous insérez votre média séparée par des tirets
- Nommer l'image sans majuscule et caractères accentués

La légende (alt et title) :

Pour favoriser le référencement d'une image, il faut mettre dans la légende de l'image votre séquence de mots-clés.



Pour gérer la légende d'une image, remplir le champ "Légende" lors de l'insertion d'une image dans un bloc texte ou bloc média :



Texte proche de l'image :

Selon Google, « Pour déterminer le contenu graphique d'une image, Google analyse le texte de la page qui entoure l'image, le titre de l'image et de nombreux autres critères. »

Il est donc fortement conseillé d'optimiser les 7 à 10 mots précédant et suivant l'image afin de mieux référencer l'image. Il peut être judicieux de saisir sous l'image une légende représentant l'image.

5.3 Fréquence de mise à jour

Pour un référencement de qualité de votre site, **il est extrêmement important d'effectuer fréquemment des modifications sur les pages de votre site**. Ce n'est pas la quantité qui compte mais surtout la régularité.

La mise à jour d'un site est une pratique très appréciée par les moteurs de recherche, qui y voient une preuve de l'évolution du site pour répondre aux exigences des internautes. Il s'agit donc d'une méthode efficace d'attirer l'attention des robots (qui visiteront plus souvent votre site) et d'obtenir un avantage face à d'autres sites plus statiques.

Nous vous conseillons notamment d'insérer un module « Actualités » sur votre page d'accueil qui vous permet de mettre à jour régulièrement et facilement votre site. Il est recommandé d'y intégrer des textes comprenant vos mots-clés stratégiques.

5.4 Lien

Il est important d'avoir des liens de sites externes qui pointent vers vos pages et des liens internes entre vos pages car Google se base sur cela pour définir le PageRank de vos pages.

Le PageRank est un indicateur de popularité des pages des sites internet. C'est une note sur 10 sur lequel Google se base, entre autre, pour l'ordre d'affichage des résultats sur son moteur de recherche.

Pour connaître le PageRank des pages d'un site :

Site PageRank.fr

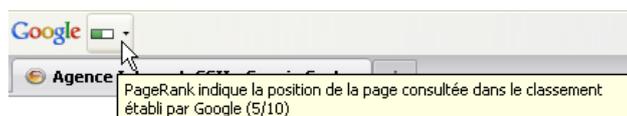
<http://www.pagerank.fr/>

En saisissant l'adresse de votre page et en cliquant sur « lancer l'analyse ».

Barre d'outils Google

Téléchargeable sur <http://www.google.com/intl/fr/toolbar/ff/index.html>

Permet de voir le PageRank des pages au fur et à mesure de votre navigation.



5.4.1 Externe (lien d'autres sites pointant vers vos pages)

- Obtenir le maximum de liens vers vos pages. Vous pouvez notamment procéder à des échanges de liens avec d'autres sites similaires et inscriptions dans les annuaires (si possible annuaires spécialisés à votre activité et zone de chalandise)
- Les pages sur lesquelles se trouvent ces liens doivent avoir un bon PageRank car une partie de ces points seront transmis à votre page (si son PageRank vaut zéro cela ne vous apportera rien).
- Ces pages doivent avoir le moins de liens sortants possible sinon le lien vers votre site perdra en pertinence
- Le lien doit être significatif, si possible doit être constitué de mots clés représentatifs de votre page
- Il est plus pertinent que le lien pointe vers une page spécifique de votre site que vers votre page d'accueil : le lien sera sans doute plus adapté au contenu de la page faisant le lien donc vous améliorerez directement le Page Rank de votre page

5.4.2 Interne (lien entre vos pages)

- Placer un lien sur votre page d'accueil vers le plan du site, qui permettra au robot d'indexation de passer sur toutes vos pages
- Faire des liens des pages ayant un bon PageRank vers les autres pages pour leur donner des points. Si votre page d'accueil est la page qui a le meilleur PageRank de votre site, il faut créer des liens vers les autres rubriques de 1^{er} niveau. Vous pouvez faire la même chose des pages de 1^{er} niveau vers vos pages de 2nd niveau (sous-rubriques).

- Eviter de faire des liens sortants sur vos pages qui ont un bon PageRank, car ce sera autant de points en moins transmis à vos autres pages
- Le lien doit être significatif, si possible doit être constitué de mots clés représentatifs de votre page de destination

6 Accessibilité du site

6.1 Noms de domaine

EXTENSIONS

Les moteurs de recherche sont sensibles à la localisation de votre site – pour un meilleur référencement celle-ci doit donc correspondre au pays où votre activité se déploie. Ainsi, un site international aura un nom de domaine en .com, tandis que pour un site français qui s'adresse aux internautes français, il est préférable de choisir un domaine en .fr ou bien un domaine en .com (ou une autre extension), mais hébergé en France.

Bien entendu, le cybersquatting (récupérer un nom de domaine ayant un terme n'appartenant pas à la société) est une pratique très fréquente. De ce fait, il est recommandé de déposer votre nom de domaine avec toutes les extensions importantes qui existent : .fr, .com, .net, .org

NOM DE DOMAINE COMMERCIAL

Les noms de domaine commerciaux ont pour vocation d'être diffusé sur les plaquettes, publicité, book... Ils doivent reposer sur l'image de la société ou du projet associé et reprendre donc, la plupart du temps, le nom de la société.

NOM DE DOMAINE DIT « DE REFERENCEMENT »

Les noms de domaine de référencement, pointant sur le site principal, ont pour vocation d'optimiser ce référencement. Ils sont bien souvent constitués d'un ensemble de mots clés représentatifs du site internet.

Ainsi lorsque l'on tape ces mots clés dans un moteur de recherche, il y aura plus de chance pour que l'on trouve le site dans les premiers résultats.



Vos noms de domaine sont déposés avec votre chef de projet qui aura travaillé à leur optimisation pour le référencement de votre site Internet.

6.2 Plan du site

Le plan du site est une méthode simple et efficace pour assurer l'indexation du site par les moteurs de recherche car, à partir de cette page, les robots peuvent accéder facilement à toutes les autres pages du site.



Le plan du site est automatiquement créé par l'application WebGazelle® CMS 2.0. L'ajout, la suppression ou la modification d'une rubrique par vos soins vient automatiquement modifier le plan du site.

6.3 Fil d'ariane

Le fil d'ariane permet à l'internaute de savoir où il se trouve exactement sur le site Internet. Concrètement, il s'agit d'une succession de liens qui pointent vers les divers niveaux de l'arborescence depuis la page d'accueil jusqu'à la page en cours de consultation. Le fil d'Ariane est représentatif de l'architecture du site internet et de l'organisation du contenu web.

Sachant que le fil d'Ariane se situe en général en haut de page, ces liens ont plus l'importance pour le référencement que les autres liens présents sur une page. Il permet d'une part d'augmenter le nombre de liens vers les pages importantes et d'autre part de constituer une répétition des mots clés présents dans chaque page.



Le fil d'ariane est automatiquement créé par l'application WebGazelle® CMS 2.0.



7 En conclusion

Le meilleur moyen de vérifier si votre référencement est bien fait est de lancer, de temps en temps, des recherches sur Google avec vos séquences de mots-clés et de regarder à quelle position arrive votre site et ainsi voir l'évolution.

Si vous possédez des statistiques de visites sur votre site comme Google Analytics, vous pouvez également voir quels mots clés sont saisis pour arriver sur votre site, de quels sources viennent-ils (moteurs de recherche, sites externes, trafic direct) et l'évolution du nombre de visites par jour.

Vous pourrez ainsi ajuster votre référencement en fonction de ces résultats.



Des statistiques Google Analytics sont systématiquement mises en place sur votre site et les accès vous sont communiqués par votre chef de projet.

Pour finir, il faut aussi être patient car un site ne se référence pas tout de suite après sa mise en ligne, il faut généralement attendre plus d'un mois pour voir le fruit de son travail. Plus un site a de l'ancienneté, a de visites, mieux il est référencé.