



RÉFÉRENCEMENT NATUREL | Introduction au référencement naturel / SEO

Boris - 2021-11-18 - Optimisation pour Moteurs de Recherche

L'optimisation pour les moteurs de recherche est incontournable lors de la mise en route d'un site marchand. La recherche de produits et de services sur Internet est devenue aussi courante que la consultation d'un annuaire papier. Votre site marchand doit figurer en bonne place dans les moteurs de recherche.

Le référencement naturel n'est pas une tâche insurmontable. Les meilleures solutions logicielles telles que ShopFactory prennent en charge et automatisent un grand nombre de fonctions d'optimisation.

Voici comment définir une stratégie pour l'optimisation de votre site.

N'oubliez pas que l'optimisation pour les moteurs de recherche n'est qu'un élément de votre stratégie marketing. Personne ne peut vous garantir que vous serez toujours dans les premiers résultats des recherches effectuées sur les moteurs de recherche. Il y a bien trop de commerçants qui essaient d'y parvenir, et seuls les plus persévérants y arrivent. L'optimisation pour les moteurs de recherche est importante pour le succès de votre boutique en ligne. Mais la recherche de clients en dehors des moteurs de recherche l'est également.

Comment les moteurs de recherche trouvent-ils votre site ?

Pour pouvoir référencer votre site, un moteur de recherche doit bien entendu le trouver dans un premier temps. Deux méthodes existent : soit vous référencez votre site directement dans le moteur de recherche, soit le moteur de recherche détecte votre site lors de l'indexation d'un autre site qui mentionne votre site avec un lien pointant sur votre.

Pour le référencement, le contenu est primordial

Le processus de référencement auprès des moteurs de recherche s'appelle le spidering. Des petits logiciels, appelés robots, vérifient tous les liens qu'ils trouvent pour indexer le

maximum de pages. Ils ont une seule et unique tâche : récolter des informations. Si votre logiciel d'e-Commerce possède des fonctionnalités d'optimisation avancées, les robots des moteurs de recherche trouveront davantage d'informations à analyser. Il est dans votre intérêt que les robots puissent extraire un maximum d'informations de votre site.

C'est l'analyse de ces informations qui déterminera le positionnement et le classement de vos pages Web auprès des moteurs de recherche. Plus votre site Web correspond à un terme de recherche sur un moteur de recherche, meilleur sera le positionnement de votre site dans les pages de résultats créées. La procédure visant à positionner votre site Web le mieux possible pour un terme de recherche spécifique s'appelle l'optimisation pour les moteurs de recherche.

Choix d'une bonne solution

Vous devez tout d'abord opter pour un logiciel e-commerce qui répond aux exigences de moteurs, telle que ShopFactory. Tous les bons logiciels pour l'e-Commerce intègrent des fonctionnalités pour le référencement naturel afin de veiller à ce que votre site soit optimisé pour être indexé facilement par les moteurs de recherche. La solution pour laquelle vous aurez opté doit veiller à ce que toutes les pages puissent être facilement trouvées en suivant les liens de votre site. Elle doit également fournir certaines informations qui facilitent l'analyse du contenu de votre site par les moteurs de recherche.

Une solution comme ShopFactory par exemple crée automatiquement des cartes de site (site maps) destinées aux moteurs de recherche, et s'occupe de mettre à jour automatiquement les fichiers robot.txt — ce sont des petits fichiers utilisés par les robots des moteurs de recherche pour scanner votre site. Le but est d'assurer que le maximum de vos pages soit indexé quand les moteurs de recherche scanneront votre site web. Il s'agit là d'un point essentiel pour obtenir un bon classement dans les résultats des recherches.

Trouver les termes de recherche utilisés par vos clients

Pour bien référencer votre site, vous devez découvrir les termes pour lesquels optimiser votre site. Quel est le terme le plus probable qu'un client potentiel va saisir dans un moteur de recherche lorsqu'il cherche les produits et les services que vous voulez lui vendre ?

A l'aube d'Internet, les gens saisissaient un seul mot dans un moteur de recherche pour trouver un site. De nos jours, la plupart des gens saisissent une combinaison de mots c'est-à-dire une expression pour obtenir de meilleurs résultats. Le plus simple bien sur est encore de poser la question aux clients, si vous le pouvez. Il existe également des outils spécifiques à l'optimisation pour les moteurs de recherche.

L'importance accordée au contenu est variable

Lorsque vous développez un site, de nombreuses pages différentes sont créées. Pour un moteur de recherche, la page la plus importante est la page d'accueil, la première page que les visiteurs voient lorsqu'ils se rendent sur votre site. Les informations contenues dans cette page ont une grande importance. Mais les pages ne sont pas les seuls éléments de votre site à ne pas être traités de manière égale. Les moteurs de recherche considèrent également comme plus important le contenu du titre HTML, le titre qui apparaît dans la barre bleue au sommet d'un navigateur lorsque vous visitez un site.

Les grandes balises se voient aussi accorder davantage d'importance. Cette information est plus importante pour un moteur de recherche lorsqu'il référence votre site. Les balises doivent donc contenir les termes de recherche. Un bon logiciel d'e-Commerce permet de saisir facilement et d'ajuster les informations pertinentes pour les moteurs de recherche, et il crée automatiquement les titres et headlines avec la valeur appropriée dans le cadre de l'optimisation pour les moteurs de recherche.

Comment intégrer les termes de recherche à votre site

Lors de la création de votre site, cherchez à intégrer dès le début les meilleurs mots clés et ceci au fur-et-à-mesure de la construction de votre site pour obtenir un meilleur positionnement au niveau des moteurs de recherche. Limitez l'optimisation à un ou deux termes de recherche, sinon les résultats n'en vaudront pas la peine. Ils doivent être inclus dans le titre HTML de la page, ainsi que dans le titre principal de la page. Assurez-vous également que vos termes de recherche sont utilisés dans les titres des produits ou des paragraphes.

Pensez aux métabalises, des champs de texte invisibles qui sont ajoutés à chaque page afin que les moteurs de recherche puissent trouver facilement un résumé du contenu de la page. Un bon logiciel d'e-Commerce crée automatiquement une balise de description Meta qui repose sur l'introduction de chaque page et de chaque produits. Cependant, les Méta-Balises ont perdu de leur intérêt en matière de référencement sur les moteurs de recherche. Google lui affiche souvent la description de la métabalise dans les résultats de ses recherches. Certaines solutions logicielles vous permettent également de modifier les noms de fichier des pages générées ou de renommer les url. L'utilisation du terme de recherche dans le nom de l'url peut également améliorer le positionnement.

Fluidité, simplicité

Veillez à ce que votre texte optimisé soit limpide. Inutile d'avoir un site qui est tellement optimisé qu'il n'intéresse plus les personnes qui veulent le lire. Après tout, ce n'est pas aux moteurs de recherche que vous cherchez à vendre. Il n'y a pas d'intérêt à créer un site que

les moteurs de recherche indexent parfaitement, mais qui ne transforme pas les visiteurs en clients. Votre texte doit être fluide, et les termes de recherche intégrés ne doivent pas interrompre la lecture.

L'importance du contexte

De nos jours, les moteurs de recherche n'indexent pas stupidement votre site en accumulant une série de mots-clés. En fonction de vos mots-clés, ils savent quels mots doivent apparaître sur votre site. Cela n'a aucune importance pour vous, puisque ces mots seront intégrés naturellement lorsque vous créerez le contenu. Mais un site généré sans une connaissance adéquate du sujet aura plus de mal à obtenir un bon positionnement.

N'essayez pas de tromper les moteurs de recherche

Google est le plus grand moteur de recherche — cette société dépense des centaines de millions de dollars pour veiller à ce que les résultats des recherches soient pertinents. Après tout, c'est la qualité de ses résultats qui fait de Google le moteur de recherche numéro 1.

N'utilisez pas de texte caché sur votre site, ne reproduisez pas systématiquement les mêmes termes de recherche au bas de votre page Web ou dans les métabalisés. Les moteurs de recherche connaissent ces astuces, et la plupart sont automatiquement découvertes, sans aucune intervention humaine. Si vous vous faites prendre la main dans le sac, vous courrez le risque d'être banni par les moteurs de recherche. Le succès de votre boutique dépendant en grande partie des moteurs de recherche, le jeu en vaut-il la chandelle ?

Consultez les conseils aux webmasters de Google. Ses règles s'appliquent à l'ensemble des moteurs de recherche.

Les liens dopent votre classement

Pour compliquer encore les choses, les sites Web qui sont mentionnés sur d'autres sites sont jugés plus fiables par Google. Google leur accorde un meilleur classement dans les résultats. Si d'autres sites vous listent, votre classement sera meilleur.

Mais pas n'importe quels sites. Google vérifie si les sites qui comportent un lien vers votre site ont une activité similaire à la vôtre. Si de nombreux sites n'ayant pas une activité similaire à la vôtre comportent un lien vers votre site, Google peut considérer qu'il s'agit d'une tentative illégale pour améliorer votre positionnement. Vous serez alors pénalisé, ce qui se traduira par une baisse de votre positionnement. Il n'y a par conséquent pas lieu de payer pour des solutions sur Internet qui promettent de vous lister sur des milliers de sites

moyennant une somme modique. Vous finiriez par en payer le prix fort.

Le référencement ce n'est pas une formule magique

Personne ne peut raisonnablement vous promettre que vous serez en tête du positionnement pour des termes de recherche populaires. La compétition est féroce, et de nombreux commerçants modifient leurs sites Web pour conserver une position dominante.

Les moteurs de recherche s'efforcent de fournir des résultats aussi pertinents que possible. Votre site leur importe peu. Ils veulent uniquement fournir les meilleurs résultats de recherche possibles. Ils appliquent donc des processus de sélection. Les sites les plus anciens par exemple sont jugés comme plus dignes de confiance, et les sites Web mentionnés sur d'autres sites comme plus pertinents. Certaines techniques peuvent vous aider à améliorer votre classement, mais les moteurs de recherche ne constituent pas l'unique façon de faire la promotion et le marketing de votre site.

Rappelez-vous : le marketing ne se fait pas uniquement sur Internet. Même s'ils achètent chez vous en ligne, les acheteurs ne sont pas en ligne en permanence.