

## Chapitre 1 : Introduction

A. Introduction .....	15
-----------------------	----

## Chapitre 2 : Les langages

A. L'objectif .....	19
B. L'HTML .....	19
1. L'état des lieux .....	19
2. Les éléments HTML .....	19
3. Les attributs .....	20
4. Les caractères .....	21
5. Les espaces .....	21
6. Les couleurs .....	22
C. Les CSS .....	23
1. L'état des lieux .....	23
2. Les sélecteurs .....	24
3. La mise en forme .....	24
4. La mise en page .....	24

## Chapitre 3 : Les navigateurs web

A. L'objectif .....	29
B. L'affichage .....	29
C. Les plug-ins .....	29
D. Les principaux navigateurs .....	30
1. Microsoft Internet Explorer et Edge .....	30
2. Apple Safari .....	30
3. Mozilla Firefox .....	30
4. Opera .....	30
5. Google Chrome .....	30
6. Les parts de marché .....	30
E. Le respect des standards .....	32
F. Les supports de diffusion .....	32
1. Les sites pour écran d'ordinateur .....	32
2. Les sites pour les petits écrans .....	33

## Chapitre 4 : Le contenu des pages web

A. L'objectif .....	39
B. Le texte .....	39
1. Les en-têtes .....	39
2. Les paragraphes .....	40
3. Les citations .....	40

4. Les listes numérotées .....	40
5. Les listes à puces .....	41
6. Les listes de définitions .....	41
7. Les autres types de texte .....	41
C. La mise en forme du texte .....	42
1. Mettre en gras .....	42
2. Mettre en italique .....	42
3. Mettre en souligné et en barré .....	42
4. Les indices et exposants .....	42
5. Les autres mises en forme .....	43
D. Les polices de caractères .....	43
1. La problématique .....	43
2. Les polices génériques .....	44
3. Les polices web .....	45
E. La taille des caractères .....	46
1. La problématique .....	46
2. Les unités relatives .....	46
F. Les liens hypertextes .....	46
1. Utiliser des liens .....	46
2. Les différents types de liens .....	47
3. Les destinations des liens .....	49
G. Les images .....	51
1. Des images optimisées pour le Web .....	51
2. La taille des images .....	52
3. Les formats pour le Web .....	52
4. Les dessins .....	53
H. Les formulaires .....	54
1. L'utilité des formulaires .....	54
2. Les éléments des formulaires .....	54
I. Le multimédia .....	56
J. L'interaction utilisateur .....	57
1. La programmation .....	57
2. Des exemples .....	57
K. Les sites web .....	59
1. Les sites statiques .....	59
2. Les sites dynamiques .....	60

**Chapitre 5 : Les techniques de création**

A. L'objectif .....	65
B. Créer des sites web .....	65
1. Le développement pur .....	65
2. Les éditeurs de code .....	65
3. Les logiciels graphiques .....	66
4. Les limites des solutions de création .....	68
C. Les gestionnaires de contenu .....	68
1. Des solutions efficaces .....	68
2. Les contraintes techniques .....	69
3. Les CMS en exemple .....	69
4. Les constructeurs en ligne .....	70
D. Le type de projet .....	74
1. Type d'information .....	74
2. L'autonomie .....	74
3. L'organisation du contenu .....	74
E. Les types de contenu .....	77
1. Les objectifs .....	77
2. L'organisation de l'information .....	77
3. Les différents contenus .....	78
4. Les types de contenu et les CMS .....	81
F. La structure du contenu .....	81
1. Les objectifs .....	81
2. Les champs de saisie .....	81
3. La structure de l'information .....	82
4. La saisie de l'information .....	82
5. Les types de champs .....	83
6. Les options des champs .....	83
7. Des exemples de champs de saisie .....	84
8. Les champs de saisie et les CMS .....	88
G. La taxinomie .....	89
1. Les objectifs .....	89
2. L'utilisation de la taxinomie .....	89
3. La taxinomie et les CMS .....	92
H. La gestion du contenu .....	92
1. Les objectifs .....	92
2. Les statuts .....	92
3. La publication .....	94
4. La corbeille et l'archivage .....	95
5. Les versions .....	95
6. Les relations .....	97

7. La gestion du contenu et les CMS .....	99
I. Le workflow .....	99
1. Les objectifs .....	99
2. Le flux rédactionnel .....	100
3. Les droits des utilisateurs .....	100
4. La précision des droits .....	103
5. Des fonctionnalités importantes .....	104
6. Le workflow et les CMS .....	104
J. L'interface d'administration .....	105
1. Les objectifs .....	105
2. Une interface efficiente .....	105
3. L'interface de gestion .....	109
4. La personnalisation .....	111
5. L'éditeur de texte .....	111
6. La mise en forme en markdown .....	114
7. L'interface et les CMS .....	115
K. La gestion des médias .....	115
1. Les objectifs .....	115
2. Les types de médias .....	115
3. L'importation .....	116
4. La médiathèque .....	116
5. Le traitement des images .....	118
6. La gestion des médias et les CMS .....	120
L. L'apparence du site .....	121
1. Les objectifs .....	121
2. Les différents types de thème .....	121
3. La personnalisation des thèmes .....	121
4. Les thèmes et les CMS .....	123
M. Les fonctionnalités spécifiques .....	124
1. Les objectifs .....	124
2. Le choix des extensions .....	124
3. Les dépendances .....	127
4. La compatibilité .....	128
5. Les extensions et les CMS .....	129
N. Les sites multilingues .....	130
1. Les objectifs .....	130
2. L'interface d'administration .....	130
3. L'accès au multilinguisme .....	130
4. Le processus du multilinguisme .....	130
5. La taxinomie .....	131
6. La structure du contenu .....	131

7. Les extensions.....	131
8. Les visiteurs .....	131
9. Le multilinguisme et les CMS.....	133
O. Le multisites .....	133
P. Le socle technique .....	134
Q. Le référencement .....	134
R. D'autres critères de choix.....	135
1. La licence .....	135
2. Les coûts .....	135
3. Les communautés.....	135
4. La pérennité.....	136
S. Choisir un CMS.....	136
1. Les CMS et leur cible principale .....	136
2. Les besoins.....	137
3. Les fonctionnalités indispensables .....	138
4. Un artisan .....	138
5. Une librairie .....	139
T. Concevoir le contenu graphique.....	140
1. Qui doit le produire ? .....	140
2. Les photos .....	140
3. La vidéo.....	140
4. L'audio .....	141
5. Les animations .....	141
6. Le dessin .....	141

## Chapitre 6 : Les différents types de contenu web

A. L'objectif .....	145
B. Les sites de présentation .....	145
C. Les sites d'information .....	146
D. Les sites marchands.....	147
E. Les blogs .....	148
F. Les forums.....	150
G. Les Wikis.....	153
H. D'autres services de contenu .....	155
1. Les flux RSS.....	155
2. Twitter .....	155
3. Les réseaux sociaux.....	156
4. Les newsletters .....	156
I. L'évolution des contenus.....	156
1. Dans les sites .....	156
2. Les solutions techniques.....	161

## Chapitre 7 : L'ergonomie des sites web

A. L'objectif .....	165
B. Quelques définitions .....	165
1. L'ergonomie.....	165
2. L'ergonomie des sites web.....	165
C. Quelques principes de l'ergonomie.....	166
1. La loi de proximité.....	166
2. La loi de similarité .....	166
3. Les éléments cliquables.....	168
D. Quelques conseils en ergonomie .....	168
1. L'architecture du site .....	168
2. L'organisation visuelle .....	171
3. L'homogénéité de l'interface.....	173
4. Les habitudes .....	173
5. Les boutons et les liens .....	173
6. La police de caractères et les liens.....	174
7. Aider les visiteurs.....	174
8. Une interface rapide .....	176
9. Laissez l'utilisateur décider.....	177
E. Quelques idées préconçues .....	177
1. La règle des trois clics.....	177
2. Les internautes ne « scrollent » pas.....	177
3. Les internautes lisent en F, E, Z.....	179
4. Un site multimédia et technique .....	182

## Chapitre 8 : Des conseils sur le design

A. L'objectif .....	185
B. La qualité professionnelle .....	185
C. Les chartes graphiques.....	185
D. Un design adapté à vos visiteurs.....	186
E. Bien utiliser le multimédia.....	186
F. L'impression des pages.....	186

## Chapitre 9 : La navigation dans les sites web

A. L'objectif .....	189
B. La page d'accueil.....	189
1. Une navigation compréhensible .....	189
2. La page d'accueil graphique .....	189
3. La page d'accueil horizontale .....	193
4. La page d'accueil portail.....	197

5. Les pages d'accueil intermédiaires .....	200
6. Le retour à la page d'accueil.....	203
C. La navigation dans le site.....	204
1. Les navigations classiques .....	204
2. La barre de navigation principale.....	204
3. La barre de navigation secondaire.....	207
4. La barre de navigation d'accès rapide .....	209
5. La barre de navigation d'information générale et légale.....	210
6. Les plans des sites .....	210
7. Le fil d'Ariane.....	212
D. Le schéma de navigation classique .....	213
E. Les navigations originales .....	214

## Chapitre 10 : L'accessibilité des sites web

A. L'objectif .....	221
B. Le handicap et le Web.....	221
1. Des chiffres.....	221
2. Les formes de handicap sensoriel et moteur.....	221
3. Les solutions logicielles et matérielles .....	221
4. Créer un site accessible .....	222
C. Le cadre légal en France.....	222
D. Créer des sites accessibles .....	223
1. Pour les sites publics.....	223
2. Les normes du W3C.....	223
3. Le référentiel Accessiweb .....	223
4. Les techniques à mettre en place.....	223

## Chapitre 11 : La gestion et la rédaction du contenu

A. L'objectif .....	227
B. La gestion du contenu .....	227
1. Actualiser le contenu .....	227
2. Gérer le flux rédactionnel .....	227
3. Proposer un contenu utile .....	227
4. La crédibilité du site .....	227
5. Les contacts .....	228
C. Des conseils pour écrire pour le Web .....	228
1. La cible du site.....	228
2. Faites simple .....	228
3. Écrire court.....	228
4. Quelques erreurs à éviter .....	229

5. La pyramide inversée .....	229
6. La règle des cinq W .....	229
7. L'importance des titres .....	230

## Chapitre 12 : Le référencement de votre site web

A. L'objectif .....	235
B. Les moteurs de recherche .....	235
1. Utilisation des moteurs .....	235
2. Les recherches des internautes .....	236
3. Le référencement naturel .....	236
4. Les mots-clés .....	236
C. Les critères in page .....	237
1. Les principes .....	237
2. Le titre des pages .....	237
3. L'élément meta description .....	238
4. Des URL de page optimisées .....	238
5. Des liens explicites .....	239
6. Des images optimisées .....	240
7. Les éléments d'en-tête .....	240
8. Les mots en gras .....	241
9. La qualité du contenu .....	241
D. Les critères off page .....	241
1. Les principes .....	241
2. Les backlinks .....	241
3. La réputation .....	242
E. Analyse de la fréquentation .....	242
1. Google Analytics .....	242
2. Les rapports en temps réel .....	243
3. Les rapports d'audience .....	247
4. Les rapports d'acquisition .....	248
5. Les rapports de comportement .....	249
6. Les rapports de conversion .....	249

## Chapitre 13 : L'hébergement

A. L'objectif .....	253
B. Le nom de domaine .....	253
1. Les adresses IP .....	253
2. Les noms de domaine .....	253
3. Choisir un nom de domaine .....	254
4. La syntaxe du nom de domaine .....	255



5. Déposer son nom de domaine .....	255
6. Disponibilité du nom de domaine .....	256
C. L'hébergement .....	257
1. Accéder à Internet .....	257
2. L'hébergement des FAI .....	257
3. L'hébergement gratuit .....	257
4. L'hébergement professionnel mutualisé .....	258
5. L'hébergement professionnel dédié .....	258
D. Les besoins techniques .....	258
1. Estimation du projet .....	258
2. L'espace disque .....	259
3. La fréquentation du site .....	259
4. La messagerie .....	259
5. La sécurité des réseaux .....	260
6. Les sauvegardes .....	260
7. Le support technique .....	260

## Chapitre 14 : La gestion du projet

A. L'objectif .....	263
B. Les acteurs du projet .....	263
1. La gestion de projet .....	263
2. Les maîtrises .....	263
3. Les métiers .....	263
C. Les aspects juridiques .....	265
1. Les lois en vigueur .....	265
2. La déclaration à la CNIL .....	265
3. Les mentions légales .....	266
D. Protéger son site .....	268
1. Le nom de domaine .....	268
2. Le contenu .....	268
3. Le design et la structure .....	268
4. L'information sur la protection .....	268
E. La gestion du projet .....	269
1. Le cahier des charges .....	269
2. Le plan projet .....	269
3. La conception .....	270
4. La réalisation .....	270
5. La recette .....	270
6. La mise en ligne .....	270

## Chapitre 15 : Création d'un site avec WordPress.com

A. Les objectifs .....	273
B. Le choix technologique .....	274
C. Les offres de WordPress.com .....	275
D. Les concepts de WordPress.....	276
E. Créer le site sur WordPress.com .....	276
1. Choisir le type de projet voulu .....	276
2. Choisir le nom de domaine.....	277
3. Sélectionner l'offre voulue .....	279
4. Créer le compte .....	280
5. La connexion au site .....	281
F. Les connexions à l'administration du site .....	282
1. Se connecter à la fin de l'installation.....	282
2. Se déconnecter .....	284
3. Se connecter à l'administration.....	285
4. La confirmation de la création.....	290
5. Se connecter à partir du site publié.....	292
G. Les réglages du site .....	296
1. Accéder aux réglages .....	296
2. Le profil du site .....	298
3. La visibilité du site .....	301
4. Le pied de page .....	302
5. Les outils du site .....	302
H. Les types de contenu.....	303
I. Classer les articles.....	303
1. Les catégories .....	303
2. Créer une catégorie.....	304
3. Modifier une catégorie.....	306
4. Supprimer une catégorie .....	308
5. Les étiquettes .....	308
6. Créer une étiquette .....	308
7. Gérer les étiquettes .....	311
J. Les paramètres de rédaction .....	311
1. Confirmer la publication .....	311
2. Le format des articles .....	312
3. Le format des dates et des heures .....	312
4. Le début de la semaine .....	315
5. Le récapitulatif .....	315
K. Rédiger des articles .....	315
1. Créer un nouvel article.....	315
2. Le contenu rédactionnel.....	317

3. Mettre en forme les titres .....	318
4. Mettre en forme les paragraphes .....	319
5. Créer des listes .....	322
6. Insérer des liens .....	323
7. Mettre en forme le texte .....	325
8. Insérer une image .....	326
9. L'enregistrement de l'article.....	330
10. L'aperçu de l'article .....	331
L. Les paramètres des articles .....	333
1. Les classifications de l'article .....	333
2. L'image à la une .....	335
3. Afficher les boutons de partage .....	338
4. Les options supplémentaires.....	339
5. La publication de l'article .....	340
M. La gestion des articles.....	344
1. Lister les articles .....	344
2. Les articles dans la liste .....	346
3. Modifier un article .....	348
4. Modifier l'état d'un article.....	349
5. Supprimer un article.....	353
6. Les boutons d'action.....	356
N. Les pages du site.....	357
1. Les pages existantes .....	357
2. Créer une page .....	359
3. L'ordre des pages dans le menu.....	362
4. Gérer les pages .....	364
O. La gestion des médias.....	365
1. Utiliser les médias .....	365
2. Afficher les médias.....	365
3. Insérer une image dans la bibliothèque .....	366
4. Modifier une image .....	367
P. Les témoignages.....	369
1. Utiliser les témoignages .....	369
2. Créer un nouveau témoignage.....	370
3. Gérer les témoignages .....	374
4. L'affichage en page d'accueil.....	376
5. L'affichage de tous les témoignages.....	378
Q. Les commentaires.....	381
1. Utiliser les commentaires .....	381
2. Paramétrer les commentaires .....	381
3. Déposer un commentaire.....	385

4. Modérer les commentaires.....	387
R. Exploiter les thèmes.....	389
1. Utiliser les thèmes.....	389
2. Le thème par défaut.....	390
3. La personnalisation du thème.....	390
4. L'identité du site.....	391
5. Les couleurs et l'arrière-plan.....	395
6. Les polices.....	398
7. L'image d'en-tête.....	400
8. Les menus.....	402
9. Les options de contenu.....	410
10. Les widgets.....	415
11. La page d'accueil du site.....	425
12. Le contenu mis en valeur.....	426
13. Les options du thème.....	428
14. Les témoignages.....	429
15. Changer de thème.....	431
S. Les utilisateurs.....	436
1. Comprendre la gestion utilisateurs.....	436
2. Modifier son profil.....	436
3. Les rôles des utilisateurs.....	441
4. Ajouter un contributeur.....	441
T. Les statistiques.....	449
U. Le partage du contenu.....	451
1. Les réseaux sociaux.....	451
2. Les boutons de partage.....	453
V. Conclusion.....	456
Index.....	457

## Chapitre 1 : Introduction

A. Préambule.....	15
B. Google reste prédominant .....	16
1. Les chiffres .....	16
2. Les tendances .....	17
a. Mobile First .....	17
b. Intelligence artificielle .....	18
c. Recherche vocale .....	18
d. Le futur de Google .....	18
C. L'algorithme et ses mises à jour.....	19
1. L'algorithme.....	19
2. Les modifications majeures .....	19
3. Le SEO .....	20
D. Propos du livre.....	20
E. Avant de commencer .....	22
1. La démarche .....	22
2. Les termes de base .....	22
F. Notre exemple d'illustration .....	24

## Chapitre 2 : Recherche d'informations et moteur de réponse

A. Introduction .....	29
B. La stratégie SEM (Search Engine Marketing).....	29
C. La recherche d'informations.....	30
1. Recherche simple et recherche spécifique.....	31
a. Recherche simple .....	31
b. Google Suggest (suggestions de recherche).....	32
c. Recherche spécifique.....	32
d. Filtrer les recherches .....	33
2. Recherche avancée .....	34
3. Recherche universelle .....	35
4. Recherche vocale.....	36
D. Les informations affichées dans les SERP (Search Engine Result Pages).....	37
1. Introduction.....	37
2. La position 0.....	38
3. Les liens de référencement naturel.....	38
E. Les SERP mobiles (Search Engine Result Pages) .....	39
1. Affichage résultat SERP mobile.....	40
2. Accelerated Mobile Pages (AMP) .....	41
F. Google devient un moteur de réponse.....	42
1. Nouvelle philosophie .....	42
2. Impact : AEO plutôt que SEO?.....	43

G. Conclusion .....	43
---------------------	----

### Chapitre 3 : Première position

A. Fonctionnement des outils de recherche .....	47
1. Les robots .....	47
2. Les algorithmes : l'essentiel .....	48
3. White hat SEO versus Black hat SEO .....	49
B. Position 0 .....	50
1. Le Knowledge Graph .....	51
a. Qu'est-ce que c'est? .....	51
b. Fonctionnement .....	52
2. La Onebox .....	53
a. Qu'est-ce que c'est? .....	53
b. Quel type de contenu est affiché? .....	53
3. Les Featured snippet .....	54
a. Qu'est-ce que c'est? .....	54
b. Quels critères pour les Featured snippet? .....	54
4. Données structurées .....	54
C. Référencement naturel - Classement des pages .....	55
1. Mission .....	55
2. Les critères pris en compte .....	56
a. Critères "in page" .....	56
b. Critères "off page" .....	59

### Chapitre 4 : Les autres outils de recherche

A. Les autres outils de recherche .....	63
1. Moteurs et annuaires .....	63
a. Les moteurs .....	63
b. Les annuaires .....	63
c. Les différences essentielles .....	65
2. Le marché des outils de recherche .....	65
a. Le marché .....	65
b. Évolution des uns et des autres .....	66
B. Les moteurs alternatifs .....	66
1. Bing .....	66
2. Qwant, le moteur français .....	67
3. DuckDuckGo .....	69
4. Lilo, le moteur solidaire .....	69
5. Récapitulatif .....	70
C. Les annuaires .....	71
D. Le comportement de l'internaute .....	71

E. Synthèse de la première partie .....	72
---	----

## Chapitre 5 : Environnement du site web

A. Introduction .....	75
B. La cible .....	76
1. Pourquoi définir la cible ? .....	76
2. Comment définir la cible ? .....	76
C. Objectifs du site web .....	77
1. Pourquoi des objectifs ? .....	77
2. Comment fixer des objectifs ? .....	77
D. Étude de concurrence/Benchmark .....	79
1. Pourquoi étudier la concurrence ? .....	79
2. Comment faire ? .....	79
3. Concurrence SEO .....	80
a. Le contenu .....	81
b. Les liens .....	82
c. L'enveloppe technique du site .....	83
E. Typologie des sites web .....	85
F. Synthèse .....	86

## Chapitre 6 : La base : les mots-clés

A. Introduction .....	89
B. Évolution .....	89
1. Des internautes avertis .....	89
2. Nouveaux comportements .....	89
3. IA et intention de recherche .....	90
C. Méthodologie .....	90
D. Trouver des mots-clés .....	91
1. Comment faire ? .....	91
a. Posez-vous les bonnes questions .....	91
b. Une première liste .....	91
c. Un univers sémantique .....	92
d. Travailler sur le champ lexical du mot .....	95
2. Le concept de longue traîne .....	97
E. Enrichir votre liste de mots .....	98
1. Utiliser les bases de données de mots-clés .....	98
2. Utiliser les générateurs de mots-clés .....	99
3. Google Trends .....	100
4. Google Suggest .....	101

F. Tester vos mots-clés.....	102
1. Étudiez les mots-clés de vos concurrents .....	102
2. Testez vos mots-clés dans Google .....	103
3. Testez vos mots-clés dans les annuaires .....	103
G. Arbitrer entre intérêt et faisabilité .....	104
1. Arbitrage nécessaire .....	104
2. Outils d'aide à la décision .....	105
H. Synthèse sur les mots-clés.....	107

## Chapitre 7 : Préparer l'AEO

A. Introduction .....	111
B. L'AEO (Answer Engine Optimization) .....	111
C. Les questions posées.....	113
1. Répondre à l'intention de recherche.....	113
2. Format des réponses proposées.....	113
3. Des informations factuelles et fiables.....	113
D. Les outils/méthodes .....	114
1. People also ask .....	114
2. Données structurées.....	114
E. Les critères.....	115
1. L'information doit être exacte : e-reputation.....	115
2. Comment optimiser le contenu ?.....	116
F. Synthèse AEO.....	116

## Chapitre 8 : Critères in page : le contenu

A. Introduction .....	119
1. Campagne SEO .....	119
2. Composition d'une page web .....	119
B. La balise title et les balises meta .....	120
1. La balise <title>, le titre de la page .....	120
2. Les balises meta .....	121
a. La balise description.....	122
b. La balise keywords .....	123
c. La balise robots .....	124
d. Autres balises meta (ou non).....	125
3. Insérer des mots-clés dans l'en-tête .....	126
a. Dans le code .....	126
b. Dans un blog.....	126
4. Évolution.....	126
a. Les balises meta aujourd'hui et demain .....	126
b. Vers le Web sémantique : données structurées .....	127



c. Synthèse .....	128
C. Placer les mots-clés dans le contenu visible de vos pages .....	128
1. Introduction .....	128
2. Indice de densité .....	129
3. Placer les mots-clés dans le contenu textuel de la page .....	130
a. Dans la partie visible de la page .....	130
b. Mots-clés dans les textes d’ancrage des liens .....	130
c. Maillage interne .....	130
d. Fil d’Ariane .....	130
e. Champ lexical .....	131
4. Mise en valeur des mots-clés .....	131
a. Mots-clés dans les balises H : titres et sous-titres .....	131
b. Mise en forme de caractères : gras et italique .....	132
5. Maillage du contenu .....	132
a. Structuration des infos .....	132
b. Maillage du contenu .....	133
D. Conclusion .....	133

## Chapitre 9 : Critères in page : optimiser les médias

A. Introduction .....	137
B. Optimiser les images .....	138
1. Mots-clés et images .....	138
a. Soignez le nom de vos images .....	138
b. Soignez le texte alternatif .....	138
c. Soignez l’attribut title de votre image .....	139
d. Soignez le texte du lien .....	139
e. Soignez la légende de l’image .....	139
f. Soignez le texte environnant l’image .....	139
2. Qualité des images .....	139
C. Optimiser les vidéos .....	140
1. Vidéos .....	140
a. État des lieux .....	140
b. Recherche de vidéos .....	140
2. Optimisation de vidéos .....	140
a. Mots-clés et vidéos .....	140
b. Les tags .....	141
c. Le texte des liens .....	141
d. Soignez le texte environnant .....	141
e. Conseils .....	141
f. Faire connaître vos vidéos .....	141
D. Optimiser les sons .....	142

E. Optimiser les actus .....	142
1. Création .....	142
2. Référencement dans Google Actus .....	143
F. Optimiser les documents .....	143
G. Les contenus générés par les internautes .....	144
H. Futur proche .....	144

## Chapitre 10 : Critères off page : Netlinking

A. Indice de popularité .....	147
1. Le critère .....	147
2. Le calcul du PageRank .....	148
B. Évaluer le Netlinking .....	148
1. Outils .....	148
2. Conseils .....	149
C. Optimiser vos liens .....	149
1. Où placer les liens ? .....	150
2. Qualité des liens .....	150
3. Où diffuser vos liens ? .....	150
a. Privilégiez... .....	150
b. Évitez..... .....	151
4. Horodatage .....	153
D. Linkbaiting .....	153
E. Indice de confiance .....	154
F. Synthèse sur la notoriété et la popularité .....	155

## Chapitre 11 : Enveloppe technique

A. Introduction .....	159
B. Domaine, URL et plus .....	159
1. Mots-clés dans les noms de domaine .....	159
2. Mots-clés dans les noms de fichiers, de dossiers .....	161
3. Conseils par rapport à la structure du site .....	161
C. Site map .....	162
1. Site map ? .....	162
a. Principe .....	162
b. Formats du fichier .....	162
c. Quelques règles .....	163
2. Créer et envoyer le Site map .....	163
a. Créer le fichier .....	163
b. Envoyer votre fichier à Google .....	163

D. Technologies, gadgets et moteurs .....	164
1. Le code .....	164
a. Les scripts .....	164
b. La navigation .....	165
c. Le codage .....	165
2. Le temps de chargement .....	166
3. Les URL compliquées .....	167
4. Le fichier robots.txt .....	167
a. Syntaxe .....	167
b. Contraintes .....	168
c. Spécificité Google .....	168
E. Les standards du web .....	169
1. W3C et accessibilité .....	169
a. Définition et ressources .....	169
2. SEO et standard .....	170
F. L'œil du robot .....	171
G. Synthèse .....	172
1. À éviter .....	173
2. À vérifier .....	173

## Chapitre 12 : Mobile First

A. Mobile First .....	177
1. Compatibilité mobile .....	177
2. Rendre son site compatible .....	178
a. Responsive Design .....	179
b. Dynamic serving .....	180
c. URL spécifique .....	180
d. appli native .....	180
3. Responsive Design .....	181
4. Testez votre site mobile .....	183
5. Vitesse de chargement de la page .....	184
a. Speed update .....	184
b. Tester la vitesse de chargement .....	185
B. Accelerated Mobile Pages (AMP) .....	187
1. AMP .....	187
2. AMP ou pas ? .....	188
C. Conclusion .....	188



## Chapitre 13 : SEO et Wordpress

A. Les blogs .....	191
1. Comment faire ? .....	191
2. La préparation au référencement .....	192
a. Principes .....	192
b. Mise en page .....	193
c. Partage .....	193
3. Spécificités des blogs par rapport au SEO .....	193
a. Spécificités des blogs .....	193
b. Blogs et SEO .....	193
4. CMS et référencement .....	194
B. Les outils SEO pour Wordpress .....	195
1. Les classiques .....	196
a. Yoast SEO .....	196
b. All-in-one SEO .....	197
2. Mobile First .....	197
a. Google Pagespeed insights .....	198
b. AMP for WP .....	198
C. Conclusion .....	198

## Chapitre 14 : SEO et e-commerce

A. Comportement de l'internaute .....	201
1. Les sites e-commerce .....	201
a. Le design du site .....	201
b. Les vidéos .....	201
c. Ergonomie du site .....	201
d. Le temps de chargement .....	201
e. Paiement - Transaction .....	201
f. Après-vente - logistique .....	202
g. Divers .....	202
2. Impact sur votre site e-commerce .....	202
B. Les fiches produits .....	202
1. SEO classique .....	202
2. Rédiger ses fiches produits .....	203
a. Parcours de visite .....	203
b. Contenu des fiches .....	203
c. Les visuels .....	203
C. Réussir son site e-commerce .....	203
D. Recherche vocale et e-commerce .....	204

## Chapitre 15 : SEO local

A. Google My Business.....	207
1. Le SEO local .....	207
2. Le service .....	207
3. Référencement local dans les SERP .....	208
4. Géolocalisation .....	208
B. SEO local .....	209
1. Google My Business .....	209
2. Intégrez Google Maps sur votre site .....	210
C. Référencement sur Google My Business .....	210
1. Inscription sur Google My Business.....	210
2. Gérer ses informations .....	213
3. Fournir des informations.....	214
a. Les informations sur vos produits et services .....	214
b. Les avis des internautes .....	215
D. Critères SEO local .....	216

## Chapitre 16 : Optimisation pour les médias sociaux (SMO)

A. Le phénomène.....	219
1. Chiffres.....	219
2. Stratégie .....	221
B. Web social et SEO.....	221
1. Viralité .....	221
2. Stratégie .....	222
a. Gagner en visibilité.....	222
b. Profiter des signaux sociaux .....	222
c. Lancer votre site grâce aux réseaux sociaux .....	222
3. Comment faire ? .....	223
a. En fonction de votre cible .....	223
b. En fonction de vos objectifs .....	223
c. En fonction de votre expérience .....	223
4. Blog, réseaux sociaux, SEO .....	224
C. Facebook.....	224
1. Facebook et le SEO .....	224
a. Utilité de Facebook.....	224
b. Stratégie .....	226
c. Comment faire ? .....	227
2. Finalement Facebook.....	227
a. Avantages .....	227
b. Inconvénients.....	227
c. Facebook, un canal marketing comme les autres .....	227

d. Effet pervers .....	228
D. Twitter.....	228
1. Intérêt d'une activité Twitter pour le référencement .....	228
a. Créer un compte .....	228
b. Les liens Twitter .....	229
2. Optimisation du référencement Twitter .....	229
3. Finalement Twitter.....	229
a. Avantages .....	229
b. Inconvénients.....	229
E. Les autres réseaux .....	229
1. Réseaux pros .....	229
a. Utilité.....	229
b. Créer une présence.....	230
2. Réseaux de partage de photos ou vidéos .....	230
a. Photos.....	230
b. Vidéos .....	231
F. Conclusion sur le SMO .....	232

## Chapitre 17 : Indexer votre site ou blog

A. Introduction .....	235
B. Principes et définitions .....	235
C. Où référencer votre site ? .....	237
1. Sur quels outils inscrire vos pages web ? .....	237
2. Moteurs et annuaires .....	238
D. Soumission de votre site aux annuaires .....	238
1. Principes .....	238
2. Fiche descriptive .....	239
3. Choisir la bonne catégorie .....	241
E. Inscrire votre site sur les moteurs de recherche.....	242
1. Vérifiez vos pages .....	243
2. Indexer vos pages dans Google via la Search Console .....	245
a. Indexation via une page déjà indexée.....	245
b. Indexation par Google.....	245
3. Indexer vos pages dans Bing .....	245
F. Autres référencements .....	246
1. Autres méthodes .....	246
2. Autres outils de recherche .....	246
a. Outils de recherche spécialisés.....	246
b. Référencement international .....	247
G. Accélérer le référencement.....	248
H. Synthèse sur l'indexation.....	248

I. Spamdexing et pénalités .....	249
1. Définition .....	249
2. Contenu dupliqué & Panda .....	249
a. Panda .....	249
b. Si votre site a été touché par Panda .....	250
3. Pénalités .....	251
a. Déclassement .....	251
b. Blacklistage .....	251
4. Quelques conseils .....	251
5. Conseils du maître .....	252

## Chapitre 18 : Suivi du SEO

A. Introduction .....	255
1. Les indicateurs SEO .....	255
2. Problématique .....	256
B. Évaluer le SEO .....	256
1. Évaluer votre présence .....	256
a. La présence de vos pages sur les moteurs de recherche .....	256
b. Passage des robots .....	257
2. Évaluer la pertinence .....	262
3. Évaluer le rang de vos pages .....	262
a. Ranking .....	262
b. Par mots-clés .....	262
C. Évaluer la popularité .....	263
D. Évaluer la e-visibilité .....	265
E. Évaluer l'audience de votre site .....	265
1. Analyse quantitative d'audience .....	266
a. Les informations transmises .....	266
b. L'analyse des informations .....	266
2. Analyse qualitative d'audience .....	267
a. Analyse des informations qualitatives .....	267
b. D'où viennent vos visiteurs ? .....	268

## Chapitre 19 : Outils pour webmasters

A. Introduction .....	271
B. Google Search Console (GSC) .....	271
1. Paramétrage .....	271
a. L'interface .....	271
b. Le support Google .....	273
2. Utilisation .....	273
a. Tableau de bord .....	273

- b. Fonctionnalités .....274
- 3. GSC : plus et moins .....275
- C. Google Analytics .....276
  - 1. L'interface .....276
  - 2. Les fonctionnalités .....276
- D. Outils des navigateurs .....277
- E. Optimiseurs .....278
  - 1. Outils SEO .....278
  - 2. Outils netlinking .....279
    - a. Majestic SEO .....279
    - b. Open Site Explorer .....280
- F. Outils pour les réseaux sociaux .....281
  - 1. HootSuite .....281
  - 2. Buffer .....281

**Chapitre 20 : En tirer les bonnes leçons**

- A. Causes et conséquences .....285
- B. Synthèse des causes possibles et des actions à mener .....286
- C. Référencement régulier : une nécessité .....287

  

- Conclusion .....289
- Glossaire .....291
- Index .....297