

Référencement Web

L'entreprise reçoit un nouveau client dont le domaine d'activité est la vente d'ouvrages liés à la permaculture. Il souhaite que son site Internet soit le mieux référencé possible sur les moteurs de recherches tels que Google, ou Bing. En tant que développeur, vous vous documentez sur les bonnes pratiques de référencement Web, payantes ou non, tout en informant le client de manière pertinente.

1. Généralités sur le référencement

1.1. Référencement

Dans l'univers du référencement, le terme SEO regroupe les différentes techniques utilisées pour améliorer le positionnement d'un site internet dans les pages de résultats affichées par les moteurs.

Il s'agit de faire en sorte d'apparaître, si possible, sur la première page affichée par Google (c'est le moteur de recherche principal qui est visé) lorsqu'un internaute effectue une recherche en lien avec le site web concerné par le référencement.

1. Définissez le terme SEO.

Le SEO (Search Engine Optimization) est l'acronyme qui signifie « Optimisation pour les moteurs de recherche » en français. C'est un ensemble de techniques permettant d'améliorer le positionnement d'un site web dans les moteurs de recherche (Google, Bing, Yahoo, etc.) afin de le rendre visible auprès des internautes.

On parle aussi de référencement naturel, car il s'agit d'actions qui agissent de manière organique sur l'indexation et la visibilité du site. Ces actions requièrent des efforts techniques, mais elles ne sont pas facturées par les moteurs de recherche, contrairement au SEA (Search Engine Advertizing) dont les résultats sont payants.

2. Quel peut être l'intérêt d'un sitemap pour le référencement ?

Un sitemap est un fichier dans lequel vous donnez des informations sur les pages, les vidéos et les autres fichiers présents sur votre site, et dans lequel vous indiquez les relations entre ces fichiers. Les moteurs de recherche tels que Google lisent ce fichier pour explorer plus efficacement votre site.

3. Comment les sites sont-ils indexés par les moteurs de recherche ?

Les moteurs de recherche comme Google utilisent des «crawlers» pour explorer le contenu en ligne et le catégoriser. Ce sont des robots logiciels qui suivent les liens, analysent les pages Web et obtiennent autant de données que possible sur un site. Ensuite, ils livrent les informations aux serveurs du moteur de recherche pour être indexées.

Chaque fois qu'un contenu est publié ou mis à jour, les moteurs de recherche l'explorent et l'indexent pour ajouter ses informations à leurs bases de données.

4. Quels sont les points de vigilance pour faciliter le référencement d'un site ? Identifiez à la fois des bonnes et mauvaises pratiques.

Bonnes pratiques :

- Recherche de mots-clés : Identifiez les mots-clés pertinents pour votre secteur d'activité, en prenant en compte le volume de recherche et la concurrence.
- Utilisation naturelle : Intégrez les mots-clés de manière naturelle dans le contenu (titres, textes, balises alt des images, etc.).
- Architecture claire : Un site bien structuré avec une hiérarchie logique permet aux moteurs de recherche d'indexer plus facilement les pages.
- URLs lisibles : Des URL simples et compréhensibles pour les utilisateurs et les moteurs de recherche sont recommandées.

Mauvaises pratiques:

- l'aspect technique : la difficulté de trouver des pages isolées ou une mauvaise optimisation du maillage interne.
- Achat de liens: Éviter d'acheter des liens pour manipuler le classement. Les moteurs de recherche pénalisent cette pratique.

5. Quels sont les choix techniques sur lesquels vous pouvez vous appuyer pour créer un site puis le référencer de manière efficace ?

- Structure des URL: utilisez des URL descriptives, conviviales et riches en mots-clés. Il faut à tout pris éviter les URL trop complexes et peu claires.
- Responsive design : Il faut s'assurer que le site est compatible avec les dispositifs mobiles.

1.2. Exclusions de référencement

Dans certains cas, comme lorsque l'on crée un intranet, on peut souhaiter que certaines pages ne soient jamais indexées par les moteurs de recherche.

1. Qu'est-ce que le fichier robots.txt ? Où trouver ce fichier ? Donnez un exemple provenant d'un site de votre choix.

Un fichier robots.txt permet de gérer les activités des robots d'exploration du web afin qu'ils ne surchargent pas votre site web ou n'indexent pas des pages qui ne sont pas destinées à être vues par le public.

Les fichiers robots.txt indiquent aux bots des moteurs de recherche les URL qu'ils peuvent explorer et, surtout, celles qu'ils ne peuvent pas explorer. Un fichier robots.txt doit toujours se trouver à la racine de votre domaine.

2. Accédez à l'URL suivante : <https://www.google.fr/robots.txt>. Que signifient les balises Allow et Disallow présentes dans ce fichier ? Que signifient et à quoi servent les différents User-Agents présents dans ce fichier ?

Disallow : chemin d'URL à ne pas explorer.

allow : chemin d'URL à explorer

user-agent : identifie le robot d'exploration auquel les règles s'appliquent dans ce fichiers, il s'agit d'une étoile soit tous les robot d'exploration

2. Proposition de solution: WordPress

Un de vos collègues vous conseille Wordpress pour développer son site.

1. Que pensez-vous de ce conseil? Décidez-vous le suivre ? Si non, quel choix technique faites-vous?

Selon moi, il s'agit d'un conseil intéressant, car WordPress permet de créer et gérer plusieurs sites gratuitement avec une très bonne prise en main coté utilisateurs.

2. Comment faudrait-il procéder pour accélérer le référencement du site ?

Pour accélérer le référencement du site WordPress, vous pouvez prendre les mesures suivantes :
Choix de mots-clés pertinents : Effectuez une recherche approfondie pour identifier les mots-clés pertinents pour le contenu du site.

Création d'un sitemap XML : Utilisez un plugin pour générer un sitemap XML et soumettez-le aux moteurs de recherche, facilitant ainsi l'indexation du site.

3. Quel budget faudrait-il prévoir selon vous ? (la réponse à cette question pourra être traitée après la question suivante)

Le budget pour la création d'un site WordPress :

Analyse des besoins : Cette étape ne nécessite généralement pas de coût direct, mais elle est cruciale pour déterminer les éléments suivants.

Choix du domaine et de l'hébergement : Domaine : 10 € - 20 € par an (peut varier en fonction de l'extension choisie).

Hébergement : 50 € - 200 € par an (peut varier en fonction du fournisseur et des ressources nécessaires).

Installation de WordPress : Gratuit, car WordPress est open source.

Sélection d'un thème : Gratuit : Thèmes gratuits disponibles dans le répertoire WordPress.
Premium : 50 € -

Création de contenu : Le coût dépend du besoin en contenu personnalisé, tels que les images, les vidéos, etc. Cela peut varier de 0 € (utilisation de contenu gratuit) à plusieurs centaines d'euros.

Optimisation SEO : Gratuit : L'utilisation de plugins gratuits comme Yoast SEO. Formation : Si nécessaire, le coût d'une formation SEO peut varier de 100 € à 500 € ou plus.

Test du site : Gratuit, mais peut nécessiter du temps et des compétences techniques.

Lancement du site : Cette étape ne génère pas de coût direct.

Promotion et marketing :

Gratuit : Utilisation des médias sociaux, du référencement naturel.

Payant : Campagnes publicitaires, marketing en ligne. Le coût peut varier considérablement en fonction de la portée et des plateformes choisies.

4. Préparez la liste d'étapes pour mettre en œuvre votre démarche.

Analyse des besoins : Identifiez les objectifs, les fonctionnalités requises et les caractéristiques spécifiques du site.

Choix du domaine et de l'hébergement : Enregistrez un nom de domaine et choisissez un service d'hébergement adapté aux besoins du site WordPress.

Installation de WordPress : Installez la dernière version de WordPress sur le serveur.

Configuration des plugins : Installez et configurez des plugins essentiels, tels que ceux dédiés au référencement (Yoast SEO, par exemple).

Création de contenu : Ajoutez des pages, articles, images et autres contenus nécessaires.

Test du site : Effectuez des tests pour vous assurer que le site fonctionne correctement sur différents navigateurs et appareils.

Lancement du site : Une fois que tout est prêt, lancez le site et suivez les performances.

Promotion et marketing : Utilisez les canaux appropriés pour promouvoir le site et attirer du trafic.

Vous allez désormais mettre en application toutes ces bonnes pratiques sur la maquette actuelle du site du client, qui a été réalisée par une entreprise concurrente et dont le client n'est pas satisfait.

3. Application de la solution

Après avoir installé une première version du site, vous allez maintenant vous concentrer sur son référencement. Vous pouvez procéder en plusieurs étapes :

- Proposer des mots clés pertinents pour Google Ads
- Identifiez et installez des plugins qui vous permettront d'améliorer le référencement naturel
- Configurez-les et faites de propositions d'amélioration de la page À propos. Pour cela, vous la dupliquerez et vous travaillerez sur la copie de la page originale.
- Vous rédigerez une note à l'attention de votre client lui expliquant les modifications que vous proposez et leur justification, accompagnée de la comparaison des scores de référencement avant et après mise à jour de la page.

Notes concernant l'installation de l'environnement de travail WordPress :

Dans les exemples, remplacez XXX.XXX.XXX.XXX par l'adresse IP de votre machine virtuelle

Le nom d'utilisateur SSH de la machine virtuelle : **permabook**

Son mot de passe : **permabook**

Utilisez sudo pour exécuter d'éventuelles commandes en tant que root.

Lors du déploiement de la machine virtuelle fournie, afin de rendre opérationnel le WordPress inclus, vous allez devoir réaliser une manipulation.

Connectez-vous tout d'abord à un invité de commande MySQL :

```
mysql -u permauser -p permabook
```

Lorsque vous êtes invités à saisir un mot de passe : permapass

Exécutez la commande SQL suivante :

```
update wpst1_options set option_value = 'http://XXX.XXX.XXX.XXX' where  
option_name in ('siteurl', 'home');
```

Sortez ensuite de l'invité de commande MySQL avec la commande : exit

Accédez au panneau d'administration de WordPress en ajoutant /wp-admin à la fin de l'URL de base du serveur, par exemple : <http://XXX.XXX.XXX.XXX/wp-admin>.

L'administrateur WordPress : **admin**

Son mot de passe : **bts.sio@a**