

## **Mini-cours : « Techniques sur le référencement et positionnement »**

Ce mini-cours sur le référencement et le positionnement vous est offert par une spécialiste du référencement :

Mme Thérèse M. Olivier du site : [www.referencement-et-positionnement.com](http://www.referencement-et-positionnement.com)

### **Choisir les mots-clés corrects pour un site**

Le premier pas dans n'importe quelle campagne de positionnement, c'est de choisir les meilleurs mots-clés pour votre site. Si vous commencez par choisir des mots-clés qui ne vous amènent pas de trafic ciblé, ou si vous choisissez des mots-clés que personne ne recherche, vous allez passer beaucoup de temps dans l'optimisation de votre site... pour rien !

Après tout, quel est l'intérêt d'être en tête des moteurs pour un mot-clé si personne ne le cherche?

Aujourd'hui, nous allons nous concentrer sur la manière de trouver les mots-clés pour lesquels vous devriez optimiser votre site.

#### Etape N° 1

Ouvrez votre éditeur de texte et notez tous les mots et phrases que vous taperiez si vous recherchiez un site qui offrait les mêmes produits ou services que le vôtre.

Je prends un exemple, supposons que vous ayez un site qui propose des vacances à la ferme dans le Périgord.

Voici une liste de phrases que je pourrais taper si j'avais l'intention de chercher ce type de vacances:

*Tourisme rural Périgord*  
*Vacances à la ferme*  
*Vacances dans le Périgord*  
*Vacances à la ferme dans le Périgord*

Vous vous demandez pourquoi je n'ai pas utilisé de mots-clés en un seul mot comme par exemple : vacances.

Tout d'abord, les mots-clés d'un seul mot ont souvent une rude concurrence. Si vous tapez "vacances" dans le moteur [www.google.fr](http://www.google.fr), vous allez avoir des millions de sites. Il est possible de positionner son site en tête des résultats pour un tel mot mais cela demande énormément de travail.

Ensuite, de part le nombre de pages de résultats retournées pour un tel mot, la plupart des internautes ont compris qu'ils devaient affiner leur recherche pour ne pas passer des heures (sinon des jours) pour avoir enfin des résultats correspondant à leur attente.

Le mot "vacances" est trop vaste. Une personne qui veut aller à la Martinique va plutôt taper "vacances Martinique" que seulement "vacances".

Troisièmement, les mots-clés en un seul mot ne vous amèneront pas du trafic ciblé. Si les internautes recherchent des vacances à la ferme ce n'est pas des vacances à la mer.

Il faut donc répondre à leur demande par rapport à votre produit. Maintenant si je positionne ce site sur "vacances à la ferme", "vacances à la ferme dans le Périgord", ou encore "vacances en Périgord", tous les visiteurs qui cliquent sur le lien retourné pour le choix de ces mots clés, sont de potentiels clients.

Lorsque vous faites la liste de vos mots-clés, soyez le plus précis possible, non seulement vous visez votre clientèle mais vous aurez beaucoup moins de concurrence.

## Etape N°2

Ouvrez un tableau Excel et créez 3 colonnes : une pour les mots-clés, une autre pour la popularité du mot-clé, une pour le nombre de sites qui sont retournés par le moteur. Ecrivez les en-têtes suivantes :

Mot-clé  
Popularité  
Nb compétiteurs

## Etape N°3

Une excellente façon d'obtenir une liste de mots-clés en relation avec ceux que vous avez choisi à l'étape N°1, c'est d'utiliser l'outil de suggestion de mots-clés d'Overture :

[http://clicks.aweber.com/z/ct/?bxtuYqkChdv\\_VzEX5GQDJQ](http://clicks.aweber.com/z/ct/?bxtuYqkChdv_VzEX5GQDJQ)

Saisissez vos mots-clés dans la case, et cliquez sur le bouton "Rechercher".

## Etape N°4

Sur la page suivante, vous allez voir apparaître une liste de mots-clés en relation avec ceux que vous avez saisis. Copiez ces mots-clés et collez-les dans la première colonne du tableur. Copiez aussi le nombre de fois que ces mots-clés ont été utilisés

et collez cette information dans la 2ème colonne. Bien sûr, ne choisissez que les mots-clés qui sont vraiment en adéquation avec votre site.

### Etape N°5

Une fois que vous avez fini avec tous les mots-clés retournés pour le premier mot-clé que vous aviez choisi, faites de même avec votre 2ème mot-clé, etc. jusqu'à terminer la liste de mots-clés créée à l'étape N°1.

### Etape N°6

Allez sur [www.google.fr](http://www.google.fr) et faites une recherche du premier mot-clé de votre feuille excel. Google vous retournera le nombre de sites qu'il estime en relation avec ce mot-clé. Ecrivez ce chiffre dans la 3ème colonne de votre feuille excel, sur la même ligne que le mot-clé en question.

Répétez cette étape pour tous les mots-clés de votre tableau. Une fois que vous avez terminé, votre 1ère colonne contiendra vos mots-clés, votre 2ème colonne présentera la popularité de ce mot-clé et la 3ème colonne contiendra le nombre de sites contre lesquels vous serez en compétition dans l'obtention d'un bon classement.

### Etape N°7

Maintenant que vous avez rempli ce tableau vous êtes en mesure de choisir réellement vos mots-clés.

Et voilà, c'est tout ! Vous savez à présent quels sont les mots-clés pour lesquels vous devez optimiser votre site. Vous pouvez commencer par optimiser votre site pour chaque mot-clé, un par un, en commençant par le mot-clé ayant le plus de recherche. Le nombre de mots-clés que vous allez choisir dépend du temps que vous avez. Mais quoi qu'il en soit, il est logique de commencer par les mots-clés les meilleurs.

Une fois que vous avez choisi les mots-clés pour lesquels vous allez optimiser votre site, il est temps de comprendre comment obtenir un bon classement dans les moteurs de recherche pour ces mots-clés.

La solution, c'est de créer des pages riches en mots-clés, c'est à dire des pages ayant un contenu intéressant, et pour lesquelles un mot-clés particulier est répété un certain nombre de fois.

Je suppose que vous avez déjà des connaissances sur les différentes balises HTML telles la balise TITLE, la balise META description, etc. Si ce n'est pas le cas, cliquez sur le lien ci-dessous :

<http://clicks.aweber.com/z/ct/?AbfmCfQpcN9Rq2AVX.R9mg>

Imaginons, comme dans le premier cours, que votre site vend des vacances à la ferme dans le Périgord, et que vous avez choisi le mot-clé "vacances à la ferme". Voici comment vous allez créer des pages riches en mots-clés :

### ***La balise TITLE :***

C'est la première et la plus importante des balises à prendre en compte. Le texte de cette balise doit toujours commencer par les mots-clés que vous avez choisis.

Souvenez-vous aussi que les moteurs de recherche afficheront le contenu de cette balise lors de l'affichage des résultats. C'est pourquoi vous devez aussi rendre le texte attirant pour les visiteurs.

Voici un exemple de balise TITLE possible :

"Vacances à la ferme dans le Périgord, tourisme rural"  
Les mots-clés sont présents en tout début de la balise (pour les moteurs).

### ***La balise META description :***

La balise META description est utilisée par beaucoup de moteurs pour fournir une courte description de la page listée dans les résultats de recherche.

Par conséquent, tout comme la balise TITLE, il est important que la balise META description soit également riche en mots-clés, et attirante pour les humains.

Les règles pour la balise META description sont plus ou moins les mêmes que celles pour la balise TITLE. Cependant, le contenu de cette balise sera en général plus long que celui de la balise TITLE. Voici ce que l'on peut imaginer :

"Vacances à la ferme - Nous prenons en charge tous les détails de vos vacances dans notre ferme, très bonne cuisine du Périgord"

Notez la façon dont le mot-clé est ici répété.

### ***La balise META keywords***

Cette balise est devenue beaucoup moins importante du point de vue de l'optimisation. En fait, vous pouvez tout à fait obtenir un excellent classement sans rien indiquer du tout dans cette balise.

Néanmoins, il est toujours préférable - on n'est jamais trop prudent - de placer quelques mots-clés dans cette balise. Vous pouvez aussi utiliser quelques variations

du mot-clé, en faisant par exemple des fautes d'orthographe volontaires, et en utilisant des majuscules.

Ne répétez jamais un mot-clé plus de 3 fois, et ne placez jamais de mots-clés l'un après l'autre. En appliquant ces règles, voici ce que l'on peut imaginer :

"vacances à la ferme, vacances dans le Périgord, tourisme rural,  
Vacances à la Ferme, tourisme à la ferme"

### ***Corps de la page :***

A présent, nous arrivons au contenu principal de la page. Commencez par vous procurer une jolie image (mais pas trop large) en relation avec le contenu de votre site.

Dans le cas présent, je pourrais choisir une jolie photo de la ferme. Placez la photo en haut de la page et dans la balise ALT de l'image, indiquez votre mot-clé, en l'occurrence "vacances à la ferme".

Vous pouvez insérer d'autres mots dans la balise ALT, mais commencez toujours par votre mot-clé principal.

Une fois l'image en place, il faut placer un titre en utilisant les balises <H1></H1>. Une fois de plus, placez votre mot-clé dans la balise H1. Vous pouvez utiliser d'autres mots dans cette balise, mais toujours en commençant par votre mot-clé principal.

- 1) La première chose qu'il faut se souvenir c'est que certains moteurs ne reconnaissent pas la balise META description. En général, ces moteurs prendront les premières lignes du corps de votre page, et les utiliseront comme une description dans leur page de résultats. Par conséquent, vous devez toujours vous assurer que les premières lignes de texte de votre page soient attirantes pour les humains.
- 2) Ne faites pas de paragraphes trop longs - chaque paragraphe ne doit pas faire plus de 3-4 phrases. Ceci tout simplement parce que les internautes n'aiment pas lire de longs paragraphes.
- 3) Essayez d'inclure dans votre page des liens vers d'autres pages, en utilisant votre mot-clé dans le texte du lien.
- 4) Il n'y a pas de règle stricte sur le nombre de mots que devrait contenir une page riche en mots-clés. Essayez de faire des pages contenant entre 500 et 600 mots. Mais ne vous en faites pas si vos pages sont légèrement plus courtes ou plus longues.
- 5) Faites un plan de site

Après avoir fait cela, reliez simplement la page principale au plan du site en utilisant un lien texte. Puis soumettez votre page principale, votre plan du site et toutes vos pages riches en mots-clés aux moteurs de recherche. Ne soumettez qu'une seule page par jour et par moteur, sinon vous courez le risque que certains moteurs ignorent vos pages.

## **Nous allons voir comment réussir à avoir votre site listé dans Dmoz, ce qui vous aidera à obtenir un meilleur classement dans Google.**

Voici l'adresse de Dmoz :

<http://clicks.aweber.com/z/ct/?0bb4DLfdAWrUowxSPKBkOA>

Avoir son site listé dans Dmoz est une chose vitale, car Google accorde énormément d'importance aux sites qui y sont listés. Aujourd'hui, nous allons voir comment faire pour être listé dans Dmoz. Même si votre site y est déjà listé, je vous conseille de lire quand même la leçon d'aujourd'hui, afin de découvrir comment faire pour y être listé plusieurs fois.

Avant de soumettre votre site, passez sur toutes vos pages et vérifiez tout : il ne doit pas y avoir d'images manquantes, de liens morts, de pages en construction, etc. Vérifiez aussi vos polices de caractères, ainsi que l'orthographe et la grammaire. Tout doit être impeccable. Et surtout, vous devez avoir un contenu intéressant. Si votre site ne contient qu'une liste de liens d'affiliation vers d'autres sites, cela sera compliqué pour vous. Dmoz ne s'importe pas que vous ayez des liens d'affiliation, du moment que vous fournissez du contenu adapté.

Choisissez les 2 mots-clés les plus importants pour votre site, par rapport à leur popularité. Vous avez appris comment trouver la liste des meilleurs mots-clés pour votre site pendant le premier jour du cours. Je vous expliquais qu'il fallait tenir compte de la popularité ET de la concurrence. Néanmoins, pour la leçon d'aujourd'hui, seule la popularité est prise en compte, sélectionnez donc les mots-clés par rapport à leur popularité uniquement.

Parlons maintenant de la façon dont vous devez écrire le titre et la description de votre site pour Dmoz. Il n'y a pas vraiment de choix pour le titre, étant donné qu'Open Directory insiste pour que ce titre soit le nom officiel de votre site.

Lorsque vous écrirez la description, votre but devra être de faciliter au maximum la tâche à l'éditeur de Dmoz. Vous ne devez pas lui donner l'impression qu'il/elle devra modifier votre description. Car à partir du moment où un éditeur commence à modifier votre description, vous courez le risque que vos mots-clés disparaissent de la description.

Votre description doit être une seule phrase qui explique de quoi parle votre site, et qui doit contenir les 2 mots-clés choisis, le plus possible en début de phrase. Mais votre description ne doit pas être une suite de mots-clés - elle doit vraiment être une

phrase, grammaticalement correcte.

D'une manière générale, voici les règles que vous devrez avoir en tête au moment de rédiger votre description :

1) Assurez-vous que la description de votre site décrive vraiment le sujet de votre site. Des choses comme « Venez voir mon site » ou « Bienvenue sur mon site » ne disent rien sur ce qu'est votre site, et un visiteur ne pourra pas savoir de quoi parle votre site avec de telles descriptions.

2) Evitez les accroches publicitaires. Evitez d'écrire en TOUT EN CAPITALE ou d'utiliser des points d'exclamation. Des phrases comme « Le meilleur site de gadgets » ou « Offre la MEILLEURE QUALITE, LES GADGETS LES MOINS CHERS que vous puissiez trouver » sont inappropriées.

3) Ne mettez pas une capitale à chaque mot de vos phrases – ne mettez que le premier mot en capitales. Bien sûr, si un des mots de votre description est un nom propre, vous devez utiliser une capitale.

4) Ecrivez votre description à la 3ème personne. C'est à dire ne dites pas « Nous offrons des plans d'épargne... » mais « Offre de plans d'épargne... ».

5) Ne faites pas une description trop longue - limitez vous à 15 mots au maximum. Si vous avez de la chance, votre site peut être accepté avec une description de plus de 15 mots. Néanmoins, plus vous faites une longue description, plus vous avez de chance que l'éditeur modifie votre texte.

6) Vérifiez bien que votre description ne contienne pas de fautes d'orthographe ni de grammaire.

7) Terminez votre description par un point. Si l'éditeur doit ajouter un point final à votre description, il peut être tenté de modifier votre texte, ce qui n'est pas ce que vous voulez. Votre but est que l'éditeur accepte votre texte tel quel, afin d'être sûr que vos mots-clés ne soient pas retirés de la description.

Maintenant, nous arrivons à la manière de choisir la bonne catégorie pour votre site. Allez sur Open Directory et faites une recherche pour les deux mots-clés que vous avez choisis. Y a-t-il une catégorie en particulier qui ressort en tête pour les deux mots-clés ? Si oui, allez dans cette catégorie et regardez si les sites présents dans cette catégorie sont similaires au vôtre. Regardez aussi si cette catégorie possède une Description et/ou une FAQ. Si oui, lisez-les et vérifiez que cette catégorie soit bien appropriée pour votre site. Si oui, alors c'est la catégorie pour laquelle vous devrez soumettre votre site.

Si plusieurs catégories sont retournées en tête pour les deux mots-clés, parcourez toutes les catégories et trouvez la catégorie la plus appropriée.

Pour certains mots-clés, vous verrez que Dmoz n'affiche aucune catégorie. Dans ce cas, trouvez quelle est la catégorie correspondante aux sites se trouvant en tête de liste, en supposant que cette catégorie s'applique à votre site.

Une fois que vous aurez sélectionné la bonne catégorie, cliquez sur le lien « Add URL ». Saisissez l'URL de votre site dans la 1<sup>ère</sup> zone de texte, le nom officiel de votre site dans la 2<sup>ème</sup>, la description que vous aurez rédigé dans la 3<sup>ème</sup>, et votre adresse e-mail dans la 4<sup>ème</sup> zone de texte. Bien que l'adresse e-mail soit optionnelle, je vous recommande de la saisir. En effet, si pour une raison quelconque votre site n'était pas accepté, l'éditeur pourrait vouloir vous contacter pour vous donner les raisons.

### **Que faire si votre site n'est pas accepté ?**

Après avoir soumis votre site, allez chaque jour dans la catégorie dans laquelle vous avez soumis votre site et regardez s'il s'y trouve. Si votre site n'est pas dans cette catégorie, il est possible qu'il ait été placé ailleurs. Tapez votre nom de domaine dans la zone de recherche d'Open Directory et regardez s'il apparaît dans les résultats de recherche. J'ai déjà vu des sites être acceptés au bout d'1 jour, et d'autres pour lesquels cela a mis 2-3 semaines.

Si votre site n'a pas été listé au bout de 3 semaines, alors soumettez-le de nouveau dans la même catégorie et attendez à nouveau 3 semaines. Si votre site n'est toujours pas accepté, alors vérifiez votre site. Y a-t-il des images ou des liens qui manquent, des liens vides ou qui pointent vers des pages vides, ou bien des pages en construction ? Donnez-vous du contenu de qualité ? Y a-t-il des fautes grammaticales ou d'orthographe ?

Si vous êtes absolument convaincu que votre site mérite d'être accepté par Dmoz, alors le fait qu'il ne soit pas accepté peut vouloir dire deux choses :

- 1) L'éditeur de la catégorie que vous avez choisie est inactif, c'est à dire qu'il/elle ne vérifie plus les sites depuis longtemps.
- 2) Il/elle est votre concurrent, et ne veut pas lister votre site.

Dans ce cas, la première chose à faire est d'écrire à l'éditeur de la catégorie. Allez tout en bas de la page de la catégorie pour laquelle vous avez soumis votre site et cliquez sur le nom de l'éditeur. Si cette catégorie n'a pas d'éditeur, allez sur la catégorie du dessus dans la hiérarchie. Par exemple, supposons que vous soumettiez votre site pour la catégorie « Informatique: Programmation: Langages ». A l'heure où j'écris cette leçon, cette catégorie n'a pas d'éditeur. Dans ce cas, vous devriez aller dans la catégorie « Informatique: Programmation » et cliquez sur le nom de l'éditeur de cette catégorie. Cliquez ensuite sur le lien « Send to nom\_de\_l\_éditeur » à côté de « e-mail », et écrivez un message à l'éditeur dans la zone de commentaire. Dites-lui que vous avez essayé de soumettre votre site sans succès. Donnez-lui tous les détails de votre soumission, c'est à dire la catégorie, l'URL, le titre et la description utilisés, ainsi que les dates auxquelles vous avez fait

les soumissions. Demandez-lui si vous avez commis des erreurs et s'il aurait l'amabilité de vous dire lesquelles afin que vous puissiez les corriger.

Si, après deux semaines, vous n'obtenez aucun message de l'éditeur et que votre site n'est toujours pas accepté, alors cherchez une autre catégorie qui convient à votre site en utilisant la méthode décrite précédemment.

### **Etre listé plusieurs fois dans Dmoz**

Si vous avez déjà votre site listé dans Dmoz, vous pouvez essayer de le lister à nouveau. Commencez par sélectionner 2 mots-clés différents de ceux précédemment choisis. Ensuite trouvez une autre catégorie qui conviendrait à votre site et soumettez-le en utilisant une autre description qui contienne les deux nouveaux mots-clés que vous aurez choisis.

Si vous avez de la chance, vous pouvez réussir à lister votre site dans cette nouvelle catégorie, principalement si l'éditeur de la catégorie est différent de l'éditeur de la catégorie où votre site est déjà listé.

Cependant, vous avez plus de chances d'être listé une seconde fois si vous soumettez une des pages internes de votre site à une catégorie différente, plutôt que soumettre de nouveau votre page index. Soumettre une page internet a l'avantage que le titre n'est plus obligatoirement le nom officiel du site. Cela vous permet d'inclure vos mots-clés dans le titre. Avant de soumettre une page interne, vous devrez changer la balise TITLE de cette page, afin qu'elle corresponde exactement au titre que vous aurez choisi pour Dmoz. Vous augmenterez ainsi vos chances que l'éditeur accepte votre page.

Cependant, n'abusez pas en soumettant trop de pages internes - vous pourriez être pénalisé. Ne soumettez aucune page doorway, elle serait rejetée.

### **Nous allons voir comment faire pour être listé dans Yahoo!**

Avant de commencer la soumission de votre site dans Yahoo! , il serait utile de comprendre comment Yahoo! Affiche ses résultats de recherche. Lorsque vous cherchez quelque chose dans Yahoo!, les résultats de recherche sont pris directement de Google. Si un site affiché dans le résultat de la recherche n'est pas listé dans l'annuaire de Yahoo!, le titre et la description pour ce site seront pris dans le listing de Yahoo!. De plus, un site listé dans l'annuaire de Yahoo! est également accompagné d'un lien vers la catégorie dans laquelle se site est présent. Il y a aussi une flèche rouge en dessous de ces sites, qui indique que ces sites sont listés dans l'annuaire de Yahoo!.

Maintenant, avant de commencer, notez bien que Yahoo! n'est pas un moteur de recherche, mais un annuaire. Au contraire de ce qui se passe pour un moteur de recherche, c'est un éditeur qui évalue votre site (un être humain).

La première chose à faire, est de lire attentivement les instructions de Yahoo!. Lisez leur page d'Aide :

<http://clicks.aweber.com/z/ct/?U6M7ZS1A0SnsV3bN58vjIw>.

Familiarisez-vous bien avec ces instructions.

Avant de soumettre votre site, parcourez entièrement votre site et assurez-vous qu'il n'y a aucune image manquante, pas de liens menant vers des pages vides ou inexistantes, pas de pages en construction, et pas d'erreurs grammaticales ni de fautes de grammaire. La navigation de votre site doit être simple, il doit se charger rapidement et doit avoir l'air professionnel. De plus, vous devez avoir du contenu intéressant. Si votre site consiste en une simple page de vente, ou bien en une liste de différents liens d'affiliation, vous aurez dû mal à avoir votre site listé dans Yahoo!. Pour être listé, votre site doit contenir au moins quelques pages, avec du contenu intéressant.

De plus, votre site doit avoir son propre nom de domaine, surtout s'il a une nature commerciale. Le fait d'avoir votre propre nom de domaine ajoute de la crédibilité à votre site et indique à Yahoo! que votre site est sérieux et ne risque pas d'être hors ligne de sitôt. Rentrer dans Yahoo! est déjà suffisamment difficile comme cela, le fait de ne pas avoir votre propre nom de domaine vous rendrait la tâche encore plus difficile.

De plus, si votre site a une nature commerciale, c'est à dire si vous vendez quelque chose, vous devez mentionner l'adresse physique de votre société, soit dans la page principale, soit dans une page Contactez-nous, qui serait reliée à votre page principale. Il doit s'agir d'une vraie adresse physique, et non pas une boîte postale.

De toute façon, il est bon que vous ayez votre adresse postale sur votre site, car cela augmente la crédibilité de votre entreprise, ce qui augmente les ventes. Avec l'adresse e-mail, indiquez également votre numéro de téléphone, votre fax (si vous en avez un) et bien sûr, votre adresse e-mail.

Avant de soumettre votre site, sélectionnez les deux mots-clés les plus importants pour votre site, en terme de popularité. Durant le premier jour du cours, vous avez appris à faire une liste des mots-clés qui étaient le plus adaptés, en vous basant sur la popularité des mots-clés et sur la concurrence correspondante. Néanmoins, pour la leçon d'aujourd'hui, ne vous occupez pas de la concurrence, et choisissez les mots-clés uniquement par rapport à leur popularité.

Il y a 3 points capitaux pour la soumission d'un site dans Yahoo!:

- 1) Déterminer le titre qui apparaîtra dans Yahoo!.
- 2) Ecrire une description qui soit optimale par rapport aux critères de Yahoo!.
- 3) Déterminer la catégorie (ou les catégories) dans laquelle votre site doit être listé.

Le titre est important, parce que dans Yahoo!, les sites sont affichés par catégorie, dans l'ordre alphabétique du titre. Cependant, Yahoo! insiste pour que le titre soit le nom officiel de votre site. Par conséquent, à moins de changer le nom de votre site, il n'y a pas grand chose à faire avec le titre.

A présent, passons à la façon dont vous devez écrire la description de votre site. Lorsque vous écrirez la description, votre but devra être de faciliter au maximum la tâche à l'éditeur de Yahoo!. Vous ne devez pas lui donner l'impression qu'il/elle devra modifier votre description. Car à partir du moment où un éditeur commence à modifier votre description, vous courez le risque que vos mots-clés disparaissent de la description ou pire, que la description finale ne reflète pas vraiment le contenu de votre site.

Votre description doit être une seule phrase qui explique de quoi parle votre site, et qui doit contenir les 2 mots-clés choisis, le plus possible en début de phrase. Mais votre description ne doit pas être une suite de mots-clés - elle doit vraiment être une phrase, grammaticalement correcte. Elle doit aussi être attirante, afin que les visiteurs aient envie de cliquer dessus.

D'une manière générale, voici les règles que vous devrez avoir en tête au moment de rédiger votre description :

- 1) Assurez-vous que la description de votre site décrive vraiment le sujet de votre site. Des choses comme « Venez voir mon site » ou « Bienvenue sur mon site » ne disent rien sur ce qu'est votre site, et un visiteur ne pourra pas savoir de quoi parle votre site avec de telles descriptions.
- 2) Evitez les accroches publicitaires. Evitez d'écrire en TOUT EN CAPITALE ou d'utiliser des points d'exclamation. Des phrases comme « Le meilleur site de gadgets » ou « Offre la MEILLEURE QUALITE, LES GADGETS LES MOINS CHERS que vous puissiez trouver » sont inappropriées.
- 3) Ne mettez pas une capitale à chaque mot de vos phrases – pas même le premier mot de la phrase. Yahoo! préfère que le premier mot de votre description ne soit pas en capitale. Si vous regardez les sites listés dans Yahoo!, dans n'importe quelle catégorie, vous verrez qu'il n'y a pratiquement aucun site qui ait la première lettre de sa description en capitale. Bien sûr, si un des mots de votre description est un nom propre, vous devez utiliser une capitale.
- 4) Ecrivez votre description à la 3ème personne. C'est à dire ne dites pas « Nous offrons des plans d'épargne... » mais « Offre de plans d'épargne... ».
- 5) Ne faites pas une description trop longue - limitez vous à 10 mots au maximum. Si vous avez de la chance, votre site peut être accepté avec une description de plus de 10 mots. Néanmoins, plus vous faites une longue description, plus vous avez de chance que l'éditeur modifie votre texte.
- 6) Vérifiez bien que votre description ne contienne pas de fautes d'orthographe ni de grammaire.

7) Terminez votre description par un point. Si l'éditeur doit ajouter un point final à votre description, il peut être tenté de modifier votre texte, ce qui n'est pas ce que vous voulez. Votre but est que l'éditeur accepte votre texte tel quel, afin d'être sûr que vos mots-clés ne soient pas retirés de la description.

Maintenant que vous avez écrit la description que vous allez utiliser, il est temps de choisir la catégorie dans laquelle vous allez soumettre votre site. En premier lieu, vous devez déterminer si votre site est spécifique à une région. Si c'est le cas, vous devez soumettre votre site à la catégorie régionale appropriée. Si ce n'est pas le cas, votre site doit être listé dans une des catégories principales de Yahoo!.

Si votre site est de nature commerciale (si vous vendez des produits ou services) et qu'il n'est pas spécifique à une région, il appartient à l'une des catégories situées sous la catégorie «Commerce ».

Si votre site est de nature commerciale et spécifique à une région, alors il doit être sous la catégorie « Commerce » de la région en question (catégorie « Zones régionales »).

A partir de là, voyons comment faire pour déterminer la catégorie la plus adaptée à votre site. Faites une recherche pour les mots-clés que vous avez précédemment choisis. Notez les catégories auxquelles appartiennent les sites qui apparaissent en tête des résultats, puis parcourez chacune de ces catégories. Relevez les catégories qui contiennent des sites similaires au vôtre. Dans la plupart des cas, il n'y aura qu'une seule catégorie qui contient des sites comme le vôtre, et c'est donc dans cette catégorie que vous devrez soumettre votre site. Si vous trouvez plus d'une catégorie, et si vous pensez que toutes ces catégories conviennent pour votre site, sélectionnez les deux catégories contenant le moins de sites. Catégorie principale sera celle qui contient le moins de sites, et votre catégorie secondaire sera l'autre.

Maintenant, créez un fichier texte dans lequel vous allez noter tous les détails de votre soumission. Notez la date à laquelle vous faites la soumission, l'URL de votre site, le titre et la description de votre site, ainsi que l'URL de la catégorie (ou des catégories). Allez sur la catégorie principale choisie, cliquez sur le lien « proposer un site » en bas de page et suivez les instructions (Si la catégorie ne possède pas de lien « proposer un site », c'est parce qu'il s'agit d'une catégorie très générale dans laquelle on ne peut pas ajouter de nouveaux sites). Avant de commencer à soumettre votre site, je vous conseille de soumettre un faux site qui n'existe pas, afin de voir quelles sont les questions posées par Yahoo!. Notez les réponses à ces questions dans votre fichier texte, et vous n'aurez plus qu'à faire un copier/coller au moment de vraiment soumettre votre site. Bien sûr, ne soumettez pas réellement le faux site en cliquant sur le bouton « Soumettre » - il s'agit juste de l'utiliser pour avoir une idée des questions posées.

Il y a une case particulièrement importante, c'est la case où Yahoo! vous demande des informations supplémentaires sur votre site. Si vous avez identifié une catégorie additionnelle qui convient à votre site, écrivez quelque chose comme « Mon site appartient aussi à ... » et donnez l'URL de la catégorie supplémentaire.

Une fois que vous avez noté les réponses aux questions posées par Yahoo!, vérifiez toutes les informations de votre fichier texte, afin de vous assurer qu'il n'y a aucune erreur et que toutes les URL fonctionnent correctement. Il est très difficile de modifier ces informations une fois que votre site sera listé dans Yahoo!, c'est pourquoi vous devez vous assurer de tout bien faire correctement du premier coup. Ensuite allez dans la catégorie principale de votre site et cliquez sur le lien « proposer un site » en bas de page. Faites bien attention de suivre toutes les instructions à la lettre.

A présent, souvenez-vous que si votre site est un site commercial, il doit se situer sous la catégorie « Commerce ». Il vous faudra payer pour pouvoir soumettre votre site et vous n'avez aucune garantie que votre site sera listé dans Yahoo!. La seule chose qui est sûre, c'est que votre site sera visité dans les 7 jours ouvrés suivant votre demande et que s'il n'est pas accepté, on vous dira pourquoi, et vous aurez une autre chance de recommencer dans les 30 jours.

Si votre site n'est pas de nature commerciale, vous pouvez le soumettre gratuitement ou bien choisir de payer. Je vous conseille de commencer par essayer de soumettre votre site gratuitement. Ne payez pour soumettre votre site qu'en dernier recours.

Une fois terminée la soumission de votre site, ne supprimez pas le fichier texte, car vous pourriez en avoir besoin ultérieurement.

### **Que faire si votre site n'est pas accepté ?**

Cette section est destinée à ceux qui ont soumis leur site gratuitement et qui n'ont pas été acceptés. Si vous avez utilisé la soumission payante et que vous avez été rejeté, allez à la section suivante.

A moins d'être vraiment très chanceux, si vous avez utilisé la soumission gratuite, votre site risque de ne pas être accepté lors de la première soumission. Si au bout d'un mois après la soumission, votre site n'est pas accepté, soumettez-le à nouveau en utilisant les informations conservées dans votre fichier texte. Si votre site n'est toujours pas accepté un mois après la deuxième soumission, voici ce que vous devez faire :

Envoyez un e-mail à l'adresse suivante : [webmaster@fr.yahoo-inc.com](mailto:webmaster@fr.yahoo-inc.com).

Présentez-vous poliment et expliquez que vous avez déjà soumis deux fois votre site sans succès. Donnez les détails de votre dernière soumission : la date, l'URL de votre site, le titre et la description que vous avez utilisés ainsi que la ou les catégories à laquelle vous avez soumis votre site. Si vous avez quelque chose de différent sur votre site, que les autres n'ont pas, mentionnez-le. Ou si vous fournissez beaucoup d'articles, mentionnez-le aussi.

Attendez encore un mois et, si votre site n'est toujours pas listé, n'envoyez pas d'autre e-mail. Appelez Yahoo! au +33 (0)17091 2000.

Si après votre coup de téléphone, votre site n'est toujours pas listé, alors écrivez à :

Yahoo! France  
11 bis, rue Torricelli  
F--75017 Paris, France

N'oubliez pas de mentionner votre URL, la date de votre dernière soumission, etc. bref, toutes les informations précédemment citées.

Si vous n'arrivez toujours pas à avoir votre site listé dans Yahoo!, que vous êtes convaincu que votre site mérite d'être dans Yahoo! et que vous avez bien suivi toutes les règles, alors vous devriez utiliser la soumission payante.

### **Que faire si votre soumission payante est rejetée ?**

Si vous avez utilisé la soumission est payante et que votre site n'a pas été accepté, c'est dû la plupart du temps à un manque de contenu. Si c'est la raison que vous donne Yahoo!, c'est soit parce que votre site ne contient rien d'autre que des liens d'affilié, soit il s'agit d'une unique page de vente sans autre contenu. Dans le premier cas, votre site n'a en effet aucune chance d'être listé dans Yahoo!. Dans le deuxième cas, essayez de diviser votre page en plusieurs pages et ajoutez quelques articles intéressants. Ensuite, envoyez un message à Yahoo! en les remerciant de leur feedback, et dites-leur que suite à cela, vous avez modifié votre site en leur indiquant les URL des pages modifiées et des articles. Demandez-leur de revisiter votre site et de l'ajouter s'ils le trouvent en règle.

Une autre raison possible qui peut pousser Yahoo! à trouver que votre site manque de contenu, c'est que vous ayez déjà un site listé dans Yahoo et que vous essayiez d'en lister un deuxième. Si les deux sites ont à peu près le même contenu, vous serez sans nul doute rejeté. Et même si les deux sites ont un contenu différent, vous pouvez aussi être rejeté. Dans ce cas, ce n'est pas la peine de faire appel car Yahoo! continuera à rejeter votre site.

Dans ce cas, plutôt que de faire appel, ce que vous pouvez faire est de retirer tous les liens du nouveau site qui pointent vers l'ancien, et réciproquement, vous assurer que les 2 designs sont complètement différents et vérifier que le contenu des deux sites soit complètement différent. Ensuite, attendez 2 à 3 mois et soumettez votre nouveau site en utilisant la soumission payante.

Une autre cause de rejection assez fréquente, c'est que pour Yahoo!, votre site est toujours en construction. Si ce n'est pas le cas, c'est à dire si votre site ne contient aucune image manquante, s'il n'y a aucun lien vers des pages vides ou manquantes, s'il n'y a aucune page en construction, alors c'est que votre site ne peut pas être vu correctement sous Netscape. Les éditeurs de Yahoo! utilisent bien souvent Netscape et donc, il est très important que votre site puisse être vu correctement sous Netscape. Afin de savoir comment sera vu votre site pour différents navigateurs, allez à l'adresse suivante :

<http://clicks.aweber.com/z/ct/?ydKdY11zHu4oq5ivr8EHVw>

Une fois que vous êtes sûr que votre site apparaît correctement sous Netscape, envoyez un e-mail aux éditeurs de Yahoo!, en les remerciant de leur feedback et en leur indiquant que votre site n'est plus en construction. Demandez-leur de revisiter votre site et de l'ajouter s'ils le trouvent en règle.

### **Comment changer la description de votre site dans Yahoo! ?**

S'il est difficile d'avoir son site listé dans Yahoo!, il est encore plus difficile de changer la description qui y apparaît. Tout d'abord, sachez bien que Yahoo! se moque bien de savoir si votre description est attrayante ou non. Par conséquent, si vous voulez apporter de petites modifications à votre description dans le but d'être mieux classé, c'est peine perdue. Vous devriez essayer de modifier votre description seulement si :

- 1) L'URL de votre site a changé ou
- 2) Le nom officiel de votre site a changé (et que donc le titre que vous avez fourni doit être modifié)
- 3) Yahoo! a accidentellement enregistré et listé votre site sans description ou
- 4) la description contient une erreur
- 5) Yahoo! vous a placé dans une catégorie complètement inappropriée ou
- 6) la nature de votre site a changé et la description ne reflète plus la nouvelle nature de votre site.

Si un mois après votre demande de modification, la description de votre site n'a toujours pas été modifiée, essayez de soumettre une nouvelle demande de modification.

Une fois que votre site est accepté dans Yahoo!, vous recevez une notification par e-mail. Votre site sera marqué comme étant nouveau, en haut de la catégorie pendant une semaine. Cela peut vous amener pas mal de visiteurs. Après la première semaine, votre site sera positionné dans la catégorie par rapport au classement alphabétique du titre de votre site.

### **Comment augmenter la popularité de liens de votre site, ce qui vous permettra d'améliorer vos classements dans la plupart des moteurs de recherche.**

Lorsque je parle de popularité de liens, ce que je veux dire, c'est le nombre (et la qualité) de sites qui ont un lien vers le vôtre. C'est la-dessus qu'est fondé l'algorithme du PageRank utilisé par Google. La popularité de liens est de loin un des facteurs les plus importants dans l'amélioration de votre classement dans les moteurs de recherche.

Avant de voir comment faire pour améliorer la popularité de liens de votre site, parlons d'abord de la façon dont fonctionne l'algorithme du PageRank de Google.

Google attribue une valeur de PageRank pour chaque site se trouvant dans sa base. Ce nombre est compris entre 0 et 10.

Pour voir quel est le PageRank qui a été attribué à un site, vous devez installer la barre d'outils de Google qui est téléchargeable gratuitement à cette adresse :

[http://clicks.aweber.com/z/ct/?.O1DE\\_VHfEXmNeDqvLVt9A](http://clicks.aweber.com/z/ct/?.O1DE_VHfEXmNeDqvLVt9A)

Si vous ne souhaitez pas installer cette barre d'outil sur votre ordinateur, vous pouvez aussi :

- Utiliser notre outil en ligne, qui permet d'obtenir le PageRank de n'importe quel site :

[http://clicks.aweber.com/z/ct/?fHeV2QNrGqq\\_5o3moliBwA](http://clicks.aweber.com/z/ct/?fHeV2QNrGqq_5o3moliBwA)

- Insérer un petit code sur votre site qui affichera le PageRank de votre propre site :

<http://clicks.aweber.com/z/ct/?ef5sSW0cxtlimjVLhuGqjw>

Comment Google calcule le PageRank d'une page ?

Le PageRank dépend de deux facteurs :

- 1) Le PageRank des pages qui pointent vers la page en question
- 2) Le nombre de liens sortants qui se trouvent sur les pages pointant vers la page en question

On peut dire deux chose :

Plus les pages qui pointent vers une page donnée ont un PageRank élevé, PLUS cette page aura un PageRank élevé.

Et d'un autre côté : plus les pages qui pointent vers une page donnée ont des liens vers d'autres sites, MOINS cette page aura un PageRank élevé.

Qu'est-ce qu'on entend par « les liens vers d'autres sites » ?

Il s'agit du nombre de page web vers lesquelles une page va pointer. Donc, si une page A pointe vers des pages B, C, D, E et F, alors le nombre de liens présents sur la page A est 5.

Ne vous inquiétez pas si cela vous semble un peu technique. La seule chose que vous ayez à comprendre est la suivante :

Lorsque vous essayez d'augmenter la popularité de liens de votre site, vous devez obtenir des liens de pages qui ont un PageRank élevé, et peu de liens sortants.

C'est TOUT ce qu'il vous faut savoir.

A présent, voyons comment vous pouvez améliorer la popularité de liens et le PageRank de votre propre site.

La meilleure façon d'augmenter la popularité de liens de votre site est de commencer à faire une campagne d'échange de liens.

Par échange de liens, j'entends le procédé par lequel votre site pointe vers d'autres sites, et ces autres sites pointent vers votre site en retour.

En faisant cela, chacun des sites concerné augmente sa popularité de liens.

Voici les étapes à suivre pour mener à bien sa campagne d'échange de liens :

1) Il vous faut utiliser les moteurs de recherche pour trouver des sites en rapport avec le vôtre, mais qui ne sont pas des concurrents directs.

2) Il vous faut aussi trouver des sites qui font des échanges de liens avec vos concurrents

3) Ensuite, vous devez visiter ces sites pour voir s'ils font des échanges de liens et s'ils ont un bon PageRank - étant donné que s'ils n'ont pas eux même un bon PageRank, le fait d'échanger un lien avec eux n'améliorera pas votre popularité de liens.

4) Si vous décidez d'échanger des liens avec un site donné, vous devez savoir exactement de quelle manière il souhaite que vous ayez un lien vers lui.

6) Ensuite trouvez l'adresse e-mail du webmaster, et envoyez-lui un e-mail en proposant un échange de lien.

7) Si le webmaster souhaite échanger un lien avec vous, il vous faudra ajouter le lien sur votre site.

Ce mini-cours prend fin ici, n'hésitez pas à visiter le site de l'auteur :  
[www.referencement-et-positionnement.com](http://www.referencement-et-positionnement.com)

Thérèse M. Olivier

Des questions ? commentaires ?  
contactez-nous à [nary@business-opportunite.org](mailto:nary@business-opportunite.org)