

# Référencement naturel

Plus que jamais, il est important de maîtriser quelques aspects importants pour que le référencement naturel d'un site s'initialise correctement et se déroule itérativement ensuite en suivant la vie du site et les évolutions des moteurs et des outils de recherche.

## Cet article explique :

- Quelques points axés sur les interfaces des moteurs de recherche afin d'initialiser et de maintenir un référencement naturel fluide.

## Ce qu'il faut savoir :

- Le ou les langage(s) utilisé(s) pour développer son site.

Afin de lancer et suivre l'évolution du référencement naturel de son site, il est important de s'attacher, entre autre, à 2 aspects :

- les technologies des outils de développement du site en matière d'aide au référencement,
- les outils que les moteurs mettent à disposition pour dialoguer.

## Technologie des outils de développement du site

Il est important de garder continuellement à l'esprit les objectifs de visibilité du site en terme de nom de pages, de titres de pages, ainsi que de description. Et ce, quelque soit la technologie utilisée pour développer et alimenter le site.

Il faut donc, lorsque le développement n'est pas réalisé à l'aide d'un outil de développement classique laissant la maîtrise de la gestion de l'arborescence, tel Dreamweaver, mais à l'aide d'un outil de gestion de contenu, tel que Joomla ou Wordpress, bien comprendre comment l'outil va gérer la navigation et le nom des pages.

En effet, ces systèmes de gestion de contenu, intègrent nativement ou non le référencement naturel. Dans le cas où ils l'intègrent nativement, il est important de le paramétrer correctement dès le début du développement. Et ce, afin de risquer de faire des liens sur des pages du type `index.php?option=com_content&view=category&id=39&Itemid=29`.

## Exemple basé sur Joomla

Par exemple, le système Joomla autorise non seulement l'url-rewriting, c'est-à-dire la réécriture des urls en se basant sur des règles stockées dans le fichier `htaccess`. Mais il autorise également la réécriture des urls en se basant sur les alias des articles, et les noms des catégories.

Il faut donc commencer par déclarer cette option en allant dans le panneau de configuration (accessible par le menu *Site*), se positionner sur l'onglet *Site* et choisir l'option *Yes* pour le paramètre *search Engine Friendly URL* en dessous de *SEO Setting*.

Ensuite, il faut affecter des noms parlants aux sections et aux catégories en utilisant les sous-menus correspondants *Category Manager* et *Section Manager* du menu *Content*. En effet, les alias des catégories aussi sont utilisées pour générer l'url. Ainsi, l'url, de type `index.php?option=com_content&view=category` sera transformée en `index.php/nom-categorie`.

Enfin, il faut paramétrer l'article de la manière suivante :

- **Titre** : il apparaîtra en haut du navigateur ainsi que dans les résultats de recherche,
- **Alias** : séparer les mots par des tirets en évitant les accents et les caractères spéciaux,
- **Description** : apparaîtra dans les résultats de recherche des moteurs.

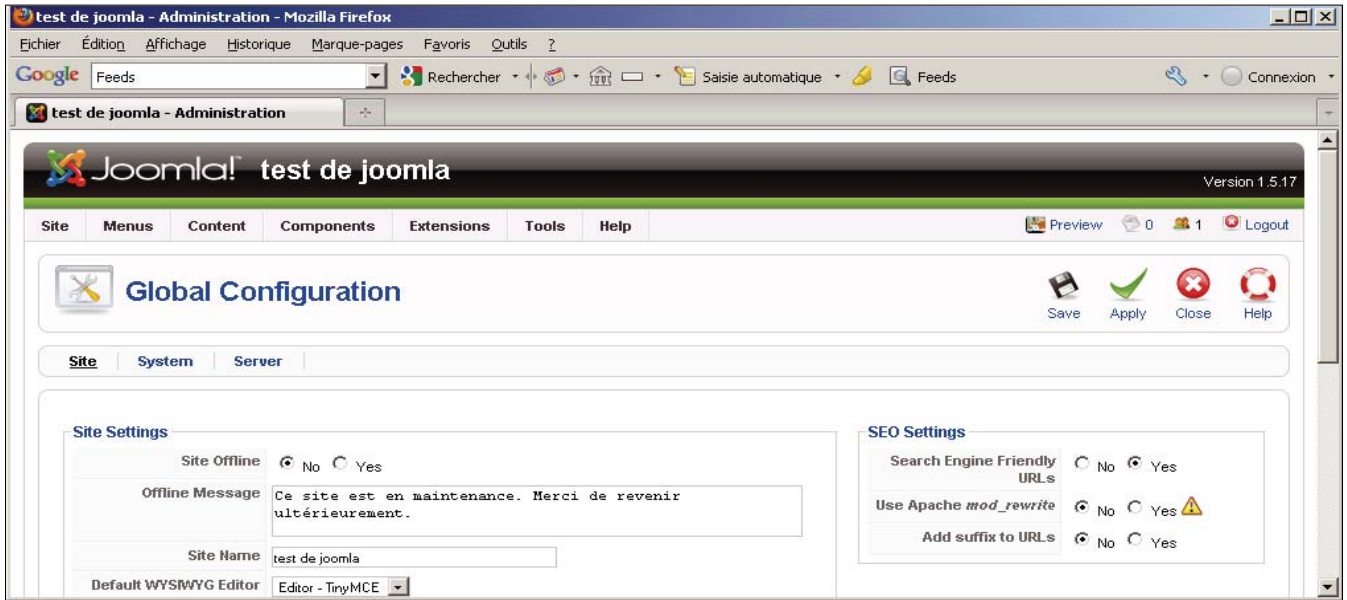


Figure 1. Panneau d'administration de Joomla

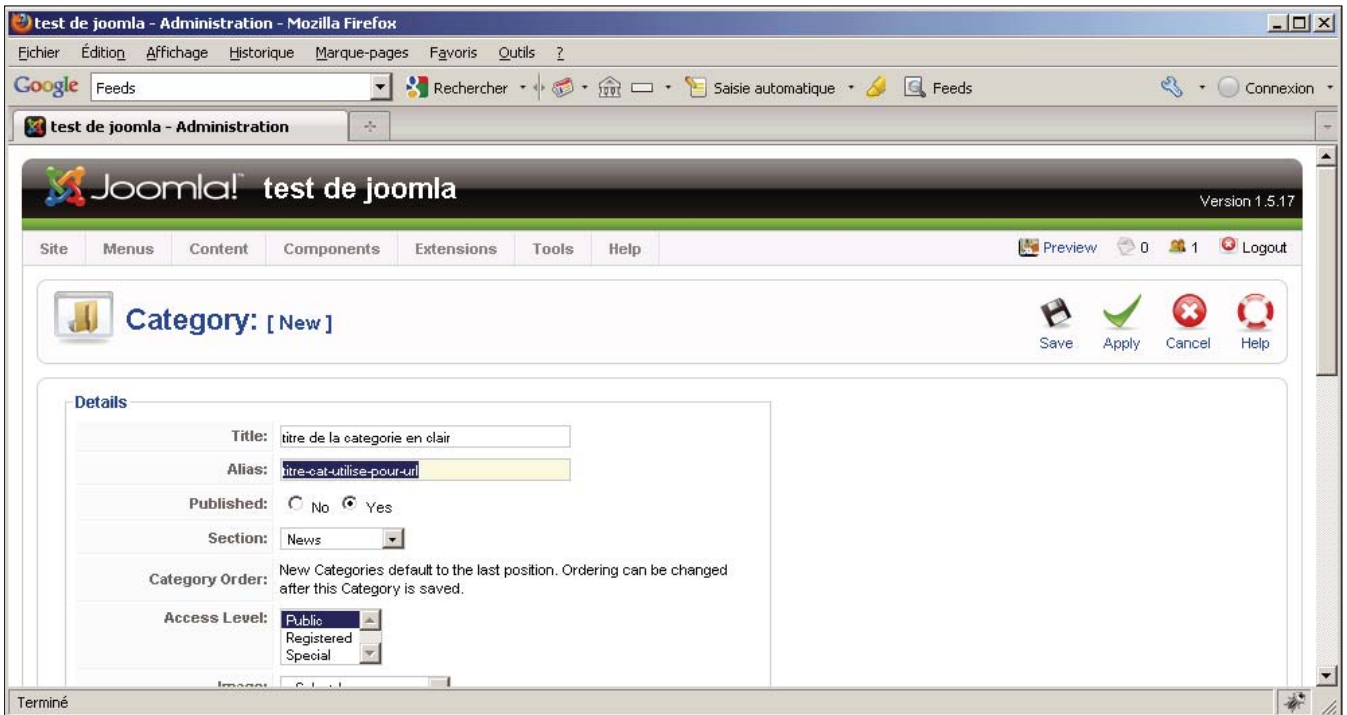


Figure 2. Création d'une catégorie dans Joomla

Ainsi, une url qui est générée sous la forme `index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=39&Itemid=29` se transforme en `index.php/nom-catégorie/nom-article`.

## Extensions

Il existe, pour chacun de ces systèmes des extensions, gratuites ou non, qui permettent d'enrichir ou de gérer un ou plusieurs des aspects du référencement naturel, que ce soit :

- la gestion des méta-tags décrivant le document (le titre et la description apparaissent sur les résultats

des moteurs de recherche si ils sont pertinents) : par exemple, le *plug in all in seo pack* pour Wordpress,

- les extensions d'*url-rewriting* pour les cas compliqués : par exemple, *JoomSef* pour Joomla,
- la génération automatique du *sitemap* utilisé pour décrire les urls dans un fichier au format xml, déposé à la racine de son site : Par exemple, le *plug in Google XML Sitemap* pour Wordpress,
- le suivi des statistiques : l'opensource Piwik pour Joomla et le *plug-in Wordpress.comStat* pour Wordpress permettent de suivre les accès sur son site.

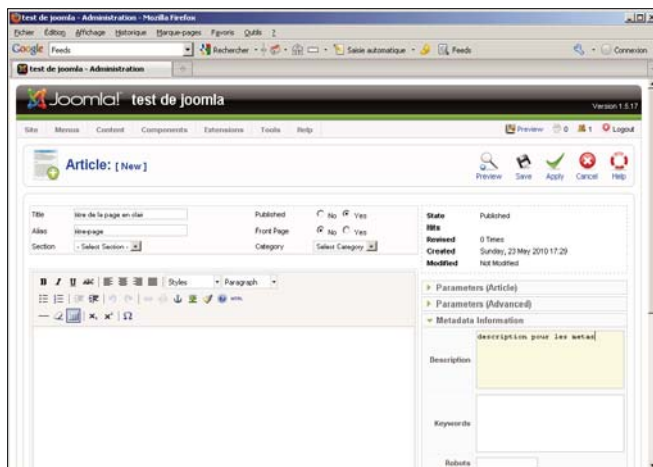


Figure 3. Création d'un article dans Joomla

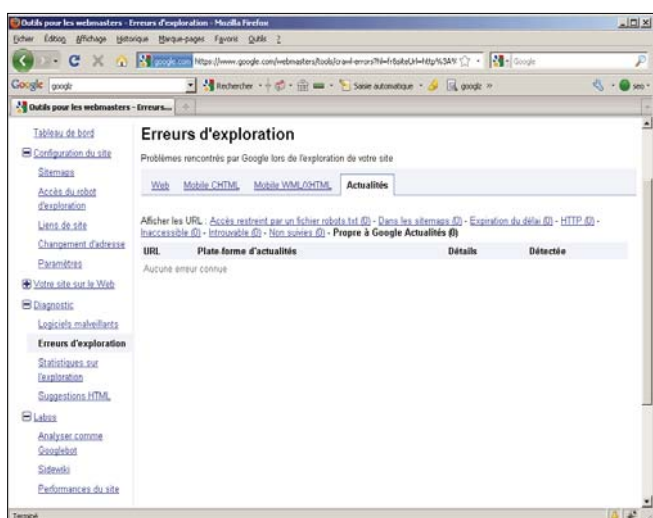


Figure 4. Interface «Outils pour webmasters» de Google

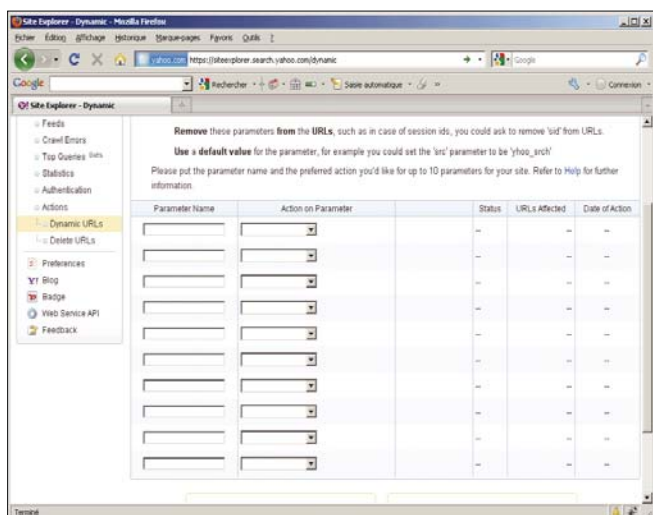


Figure 5. Interface Outils pour webmasters de Yahoo

## Outils mis à disposition par les moteurs de recherche

Le fichier *sitemap.xml* est maintenant non plus seulement utilisé par Google, mais également par Yahoo et Bing entre autres. Ces deux derniers offrent des interfaces telles que celle initiée par Google. De plus, le

nombre de recherches émanant de ces deux outils grignotent régulièrement depuis le début de l'année 2010 sur le nombre de recherches effectuées via Google. D'autre part, les informations transmises par ces outils sont parfois complémentaires de celles de Google. L'utilisation des trois interfaces est donc très fructueuse pour améliorer son référencement naturel.

## Google

On ne présente plus l'interface des *Outils pour les webmasters* (accessible par l'url <https://www.google.com/webmasters/tools/>). Cependant, les onglets des menus sur la gauche offrent des informations intéressantes sur la manière dont Google et les internautes voient votre site, et permettent donc d'optimiser votre référencement naturel, notamment ceux-ci.

## Onglet Configuration du site

- **Sitemap** : une vérification régulière de cette option permet de suivre l'indexation des urls, extrêmement pratique par exemple, en cas d'url-rewriting. En cas de *sitemap* variés, c'est-à-dire soit parce que vous avez choisi de particulariser les *sitemaps* par domaines, soit parce que vous gérez également des *sitemaps* pour vos vidéos et vos actualités, cette option vous permet de checker d'un coups d'oeil le suivi global.
- **Accès du robot d'indexation** : utile pour supprimer des urls inaccessibles, mais à utiliser en adéquation avec le contenu du fichier *robots.txt*.
- **Liens de site** : suppression des liens de sites générés automatiquement par Google et qui ne vous conviennent pas
- **Paramètres** : désignation des paramètres dans les urls qui ne sont pas pertinentes pour le référencement (par exemple : *iduser=<num>*).

## Onglet Diagnostic

- **Erreurs d'exploration** : recense tous les urls qui ont généré une erreur. Il faut relancer le dépôt du *sitemap* après avoir réglé les erreurs.
- **Suggestions HTML** : Met en avant des problèmes rencontrés par Google lors de l'exploration du site. Idéalement, le contenu de *erreurs d'exploration* et *suggestions HTML* doit être vide.

## Onglet Labos

- **Analyser comme Googlebot** : permet de comprendre comment Googlebot voit une page particulière du site, et donc, éventuellement, de mieux codifier la page.
- **Performances du site** : permet de mesurer le temps de chargement des pages.

## Outils complémentaires de Google

En fonction du contexte, il est également utile d'intégrer des outils gratuits d'envoi de contenu (<http://www.google.fr/intl/fr/submityourcontent/tools.html>) proposés par Google tels que :

- **Google Analytics** : L'installer aide au référencement naturel et cela fournit en plus des informations statistiques précieuses sur les accès à votre site.
- **Local Business Center** : intègre votre site dans google maps (les pages jaunes s'appuient sur cet outil pour fournir des informations de localisation)
- **Books.google.com** : lien vers les fiches des livres intégrées dans *books.google* auxquels votre site peut éventuellement faire référence (par exemple lien sur la table des matières ou une page particulière.

## Yahoo

L'interface pour soumettre une url sur Yahoo est accessible via l'interface <http://siteexplorer.search.yahoo.com>. Après la soumission du *sitemap* de votre ou vos sites, son nom apparaît dans la liste centrale. Un *click* sur le nom de sites déploie les actions dans le menu de gauche qu'il est possible de réaliser sur l'exploration du site.

Ces actions sont les suivantes :

- **www.<nom du site>** : présente une synthèse de l'indexation du site. Le bouton en bas *explore site* permet d'explorer les urls indexés ainsi que les urls d'autres sites faisant référence à votre site,
- **feeds** : permet de rajouter des informations sur votre site, formatée au format *sitemap* ou rss. Utile pour les agrégateurs et donc la diffusion naturelle de votre site,
- **craw error** : liste des erreurs d'indexation,
- **Top queries** : recherches effectuées sur le site,
- **Statistic** : résumé des liens sur le site et des liens effectués par le site,
- **Actions/Dynamic url** : désignation des paramètres dans les urls qui ne sont pas pertinentes pour le référencement.
- **Actions/Delete url** : supprimer des urls inaccessibles.

## Webographie

Centre pour les webmasters de Google : <http://www.google.fr/intl/fr/webmasters/>

Web Master Central Blog (langue US) : <http://googlewebmastercentral.blogspot.com>

Site Explorer de Yahoo : <http://siteexplorer.search.yahoo.com/fr/>

Centre pour les webmasters de Bing (langue US) : <http://www.bing.com/webmaster>

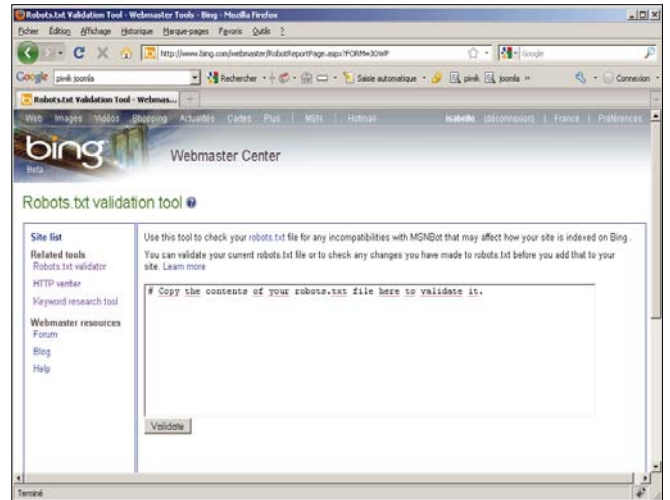


Figure 6. Interface Outils pour webmasters de Bing

## Bing

L'interface pour soumettre une url au moteur Bing de Microsoft est accessible via l'interface <http://www.bing.com/webmaster>. En plus de la soumission du *sitemap*, les onglets :

- **Robots.txt validator** autorise la vérification de la cohérence du contenu fichier *robots.txt*.
- **HTTP verifier** permet de tester la cohérence des informations GET et POSTS contenues dans l'entête de la page testée.

C'est la plus jeune des trois interfaces, donc la moins fournie pour le moment.

## Conclusion

L'exploitation de ces trois interfaces vous donne une première idée des paramètres importants comptant pour l'indexation de votre site par les moteurs. Par exemple, le paramètre de temps de chargement des pages dans l'interface *outils pour webmaster* de Google est apparu en même temps que Google qui semblait attacher de l'importance à ce paramètre.

En rafraichissant régulièrement votre *sitemap*, en corrigeant les erreurs transmises et en suivant les conseils données par ces trois interfaces, vous améliorerez de manière significative le référencement naturel de votre site.

## ISABELLE LUPI

Spécialisée dans les domaines de la gestion documentaire, du traitement du langage naturel et du référencement. Travaille depuis plus de 10 ans dans ce dernier domaine et a créé, début 2007, b-find, sa propre société spécialisée dans le domaine du référencement.