

Référencer votre site Internet

Que faut-il savoir ?

Petit guide pratique pour réussir le référencement de votre site Internet professionnel. Décryptage.

Qu'est ce que le référencement ?	1
Le référencement naturel.....	1
Le référencement payant	3

Qu'est ce que le référencement ?

Le référencement n'est rien d'autre que de la communication. Vous effectuez des actions de communication pour faire connaître votre entreprise ? Le référencement est simplement leur équivalence sur le Net.

Si vous ne communiquez pas, si vous avez peu de notoriété et si vous vous trouvez sur un marché fortement concurrentiel, le référencement de votre site nécessitera du temps et des moyens. Pour optimiser votre investissement, il est donc judicieux d'inscrire le référencement de votre site Internet dans une stratégie de communication globale, profitant ainsi de la synergie de l'ensemble des médias que vous sollicitez.

Il est bien sûr envisageable de développer le référencement de votre site indépendamment de toute communication traditionnelle. Pour cela, vous devez disposer d'un contenu extrêmement riche et ciblé sur l'objet que vous souhaitez promouvoir.

En complément, vous pouvez acheter des mots clés sur les principaux annuaires tels que Google ou Yahoo! par exemple, pour effectuer des campagnes de promotion rapides et ponctuelles.

Le référencement naturel

Les annuaires et les moteurs de recherche du Net classent les sites qu'ils référencent en fonction d'un nombre important de critères, parmi lesquels la popularité de votre site (nombre de sites pointant vers lui) et le contenu de vos pages.

Le référencement naturel consiste donc à développer la renommée de votre site et à enrichir son contenu afin qu'il soit considéré comme pertinent pour une recherche effectuée par un internaute sur un ou plusieurs mots directement liés à votre activité, à votre entreprise ou à votre offre.

Ainsi, un site ayant le mot « décoration » plusieurs fois cité dans son texte et étant cité par de nombreux autres sites sur cette thématique se verra considéré comme « éligible » par les annuaires et les moteurs de recherche pour la requête « décoration ».

La vie de votre entreprise et votre environnement concurrentiel étant en perpétuelle évolution, votre référencement doit être effectué de manière itérative et continue pour obtenir des résultats durables et une amélioration constante.

On identifie 4 phases de travail pour le référencement d'un site :

Optimisation technique / « SEO Friendly »

Préalable à tout travail de référencement, la technologie de votre site ainsi que sa structure technique doivent faciliter son indexation par les moteurs de recherche. Un site réalisé par Metropole Media est totalement garanti sur ce point, et ce, quelles que soient les évolutions à venir, notre offre assurant à nos clients toutes les améliorations technologiques futures.

Définition sémantique & Enrichissement éditorial

Cette phase consiste d'une part, à définir le territoire sémantique de votre site, c'est-à-dire à identifier les mots pertinents pour votre référencement (liés à votre marché, à votre activité, vos produits, vos services, votre savoir-faire...) et d'autre part, à élaborer un contenu éditorial très ciblé sur ce territoire. Contenu devant être fréquemment mis à jour afin de fidéliser l'audience que vous aurez ainsi acquise.

Netlinking & Linkbaiting

La renommée de votre site se traduit par le nombre et la qualité des liens externes qui pointent naturellement vers lui, un lien pouvant être considéré comme un « vote » d'appréciation d'un tiers.

Il est donc important de développer des liens avec les acteurs privés et institutionnels de votre secteur (netliking) et d'avoir un contenu de grande qualité pour obtenir des liens effectués par des sites de référence (linkbaiting).

Attention : Afin d'éviter tout abus, les moteurs de recherche savent aujourd'hui parfaitement « qualifier » le lien effectué d'un site vers le vôtre, allant même jusqu'à attribuer une note. Cette notation peut être négative et donc extrêmement pénalisante, si le lien émane d'un annuaire de liens sans intérêt, comme le proposent si souvent les référenceurs peu scrupuleux.

Reporting & Recadrage

L'étude mensuelle de la performance de votre référencement permet de contrôler les résultats obtenus en fonction des axes sémantiques et éditoriaux retenus. Et le cas échéant de les modifier.

Cette phrase vous autorise également à adapter votre référencement à votre stratégie de communication courante afin de relayer le lancement de votre dernier produit ou le prochain événement de votre entreprise par exemple.

Référencement Naturel: **à partir de 950 € HT/mois** (au trimestre)

Comprend :

Définition sémantique

- ✓ Interview
- ✓ Analyse sémantique
- ✓ Définition des mots clés

Enrichissement éditorial de votre site Internet

- ✓ Recherche des sujets thématiques
- ✓ Rédaction des articles
- ✓ Intégration à votre site
- ✓ Illustration multimédia

Netlinking & Linkbaiting

- ✓ Identification des acteurs éligibles à un échange de liens
- ✓ Développement des liens avec des sites thématiques
- ✓ Prises de contact et accords
- ✓ Fourniture du lien (syntaxe) et contrôle de son intégration

Reporting & Recadrage

- ✓ Analyse des résultats obtenus
- ✓ Prise en compte des nouveaux axes de communication
- ✓ Recommandations

Le référencement payant

Le référencement payant est une campagne publicitaire menée sur un ou plusieurs moteurs de recherche et annuaires du Net (Google, Yahoo !...). Vous optimisez l'indexation de votre site et vous augmentez votre visibilité auprès de vos clients potentiels en achetant aux enchères des mots clés et/ou des expressions pertinents pour votre activité.

Lorsque ces mots clés sont saisis par un internaute, votre site apparaît alors en position favorable dans les pages de résultats avec une courte annonce textuelle située dans une zone appelée « liens commerciaux » ou « liens sponsorisés ». Lorsque l'internaute clique sur votre annonce il est alors automatiquement dirigé vers votre site. Ce n'est qu'à ce moment-là que le coût correspondant au montant pour un clic (CPC) est déduit de votre budget publicitaire.

Durée de la campagne : à écoulement du budget. Peut être renouvelée et mensualisée.

Budget global: **750 € HT**

- ✓ Accroches publicitaires (un titre de 25 caractères et deux lignes de 35 caractères) à fournir
- ✓ Listing de 50 mots clés (max.) à fournir, conseil à la sélection
- ✓ Suivi du renseignement de votre formulaire de prise de contact
- ✓ Rapport de campagne : Evolution du trafic, performance des mots clés, contacts générés.

Budget global: **2500 € HT**

- ✓ Rédaction de vos accroches publicitaires (un titre de 25 caractères et deux lignes de 35 caractères)
- ✓ Listing de mots clés illimité, conseil à la rédaction
- ✓ Suivi de l'impact sur vos ventes en ligne
- ✓ Rapport de campagne: Evolution du trafic, évolution de vos ventes, retour sur investissement, coût d'acquisition d'un nouveau client.

Budget global: **5000 € HT**

- ✓ Rédaction de vos accroches publicitaires (un titre de 25 caractères et deux lignes de 35 caractères)
- ✓ Listing de mots clés illimités, conseil à la rédaction
- ✓ Suivi de l'impact sur vos ventes en ligne
- ✓ Bid management (optimisation automatique du coût d'acquisition client)
- ✓ Rapport de campagne: Evolution du trafic, évolution de vos ventes, retour sur investissement, coût d'acquisition d'un nouveau client.

Autres actions de promotion

Véhiculez l'adresse de votre site

L'essentiel de la promotion de votre service se fait à partir de votre premier cercle de relations : vos amis, vos partenaires et bien sur vos clients existants qui transmettront l'adresse de votre site, s'il est utile et de qualité, à leurs propres connaissances. Pensez donc à imprimer votre adresse Web sur l'ensemble des supports de votre entreprise, cartes de visite, signature de vos mails, plaquettes, mais aussi sacs d'emballage et vitrine.

Une autre technique est très efficace : envoyez des communiqués de presse aux organes spécialisés dans votre activité, en précisant l'adresse de votre site. Si elle est citée dans les articles résultants, vous obtiendrez de nouveaux visiteurs, et donc de nouveaux clients.

Ne cédez pas au chant des sirènes !

Vous vous êtes probablement déjà fait démarcher par des entreprises qui vous promettent d'améliorer votre référencement, en vous obligeant souvent à refaire votre site ou à l'héberger chez eux.

L'arnaque est transparente : ils vous facturent un nouveau site, et pour le référencement, ils se contentent de cibler sur un mot ou une expression rare et absolument pas significative ; mais ça leur permet de dire « vous êtes passé en première position sur les mots choisis », et donc de clamer victoire. Ils oublient aussi de vous dire que votre classement augmente naturellement avec le temps...

A propos de Metropole Media

Fondé en 2005, METROPOLE MEDIA est un des premiers constructeurs de sites Internet professionnels français. Spécialisé dans les entreprises indépendantes (PME, professions libérales, commerçants et artisans), l'entreprise propose une offre de sites Internet « clés en main » qui inclut tous les services la création à l'exploitation. Grâce à son CMS (Content Management System) MetroSystem®, METROPOLE MEDIA offre à ses clients la possibilité d'actualiser leur site en toute autonomie, simplement et sans coût, de souscrire à de nouveaux services et de bénéficier de toutes les améliorations technologiques futures. METROPOLE MEDIA compte environ 450 clients et produit une vingtaine de sites Internet par mois hébergés dans son centre serveur en France. METROPOLE MEDIA 11, rue Surcouf, 75007 Paris France. Tél. : 01 71 18 20 00.