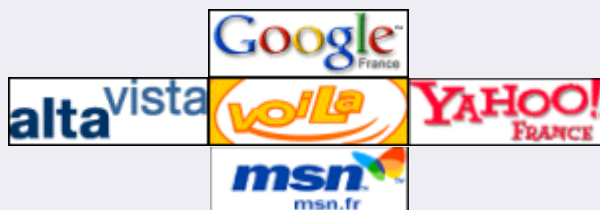


Le référencement des sites dynamiques (FLASH, PHP) et des sites en Frames

« Avoir un site web et ne pas le référencer, c'est comme produire un dépliant publicitaire... et ne pas le distribuer »



Sommaire

1 INTRODUCTION	3
2 RAPPEL SUR LES MOTEURS DE RECHERCHE	4
2.1 FONCTIONNEMENT DES ROBOTS	4
2.1.1 Le spider.....	4
2.1.2 L'index	5
3 QU'EST CE QU'UN ROBOT D'UN MOTEUR DE RECHERCHE VOIT EN INDEXANT LES SITES DYNAMIQUES ?	6
3.1 POUR UN SITE EN FLASH :	6
3.1.1 Exemple de code source avec contenus FLASH	6
3.1.2 Explications par rapport au référencement	6
3.2 POUR UN SITE EN PHP OU ASP :	6
3.2.1 Exemple de code source avec contenu PHP lié à une base de données.....	6
3.2.2 Explications par rapport au référencement	8
3.3 POUR UN SITE AVEC DES FRAMES :	8
3.3.1 Exemple de code source avec des Frames.	8
3.3.2 Explication par rapport au référencement.....	8
4 CE QU'ON RETIENT DE L'OBSERVATION DE CODE SOURCE DE PAGES DYNAMIQUES	9
5 LES METHODES POUR PALIER LE PROBLEME DU REFERENCEMENT DES SITES DYNAMIQUES.	10
5.1 VERSION DU SITE EN HTML PUR.	10
5.2 PAGE ALIAS (MEME CONTENU AVEC REFERENCEMENT DIFFERENT)	10
5.3 PAGE SATELLITE (CONTENU DIFFERENT)	10
5.4 TECHNIQUE DE REDIRECTION : FACE CACHEE DU SITE	11
5.5 LES BALISES <NOSCRIPT>, <NOFRAME> ET <NOEMBED>	11
6 LES PLUS POUR AMELIORER SON REFERENCEMENT	13
6.1 FAIRE MONTER LA POPULARITE DU SITE	13
6.1.1 Inscription à des annuaires.....	13
6.1.2 Echange de liens.	14
6.2 BONNE UTILISATION DES BALISES (H1, NOSCRIPT, B...)	14
6.3 DES NOMS DE REPERTOIRES EN ADEQUATION AVEC LE REFERENCEMENT.	14
6.4 LE CHOIX DES MOTS-CLES.	15
6.5 BIEN GUIDER LE ROBOT	15
7 CONCLUSION	16
8 ANNEXES	17

1 INTRODUCTION

Lorsque vous voulez effectuer une recherche sur Internet, vous vous rendez sur deux types de site : des **annuaires** (Yahoo, Nomade...) ou des **moteurs de recherche** (Google, Altavista...), bien que ces deux activités aient tendance à se rejoindre.

Comme vous, la plupart des internautes utilisent ces outils pour trouver les sites web qui se rapportent aux sujets qui les intéressent sur Internet. Il est donc important pour faire connaître votre site qu'il soit présent dans les moteurs de recherche et les annuaires.

Aujourd'hui, il existe de plus en plus de sites dynamiques, cependant, ce genre de site pose une problématique concernant le référencement. Lorsqu'on parle de sites dynamiques, on parle de sites en PHP / ASP reposant sur une base de données MySQL / autres, et de sites en Flash. Pour notre dossier nous nous intéresserons également aux sites contenant des Frames et posant la même problématique de référencement.

2 Rappel sur les moteurs de recherche

De nombreux **paramètres** sont pris en compte :

- La présence du mot demandé dans le titre du document
- La présence et la position du mot dans la page : une page contenant le mot demandé en haut du document sera mieux "notée" qu'une autre le présentant en bas de page. De nombreux critères sur la façon dont le texte est affiché sont ainsi pris en compte, comme la proximité, la mise en exergue (gras, taille des caractères, etc.)
- La présence du mot dans l'adresse de la page
- L'indice de popularité du document (le nombre de liens "pointant" vers cette page sur le Web).

Les critères de pertinence sont très nombreux pour les moteurs de recherche. Historiquement, ils sont basés, pour classer leurs documents sur des critères dits "in the page", c'est à dire contenus dans le document à classer : titre, texte visible, balises meta etc.

2.1 Fonctionnement des robots

On parle de robot pour un dispositif technique qui fait des recherches sur un ensemble de données.

Dans le cas du Web, c'est un automate qui va utiliser le contenu des pages HTML comme données sur lesquelles faire ses recherches. A partir de ces éléments, le robot va stocker des données qui pourront être réutilisées au moment de l'interrogation. Celle-ci n'est plus dès lors qu'un accès à une base de données préalablement remplie, organisée, interfacé par une page Web. Le robot, lui, est lancé de façon invisible aux utilisateurs à des dates périodiques pour maintenir ses tables à jour.

Un **robot indexeur** est composé de **trois modules distincts** :

- un robot logiciel explorateur (spider)
- un système d'indexation
- un logiciel de recherche (searcher)

L'objectif de ce robot est de répertorier les sites, les parcourir et mémoriser leur contenu (généralement sous forme d'index) afin de faciliter l'accès à une page.

2.1.1 **Le spider**

Appelé aussi crawler ou bot, est un robot logiciel, une sorte de "fouineur" qui explore l'Internet et passe de site en site. Il possède des **algorithmes** pour examiner périodiquement des millions de pages sans tourner en boucle et constitue une base de données des sites et documents déjà visités. Il sert aussi bien à visiter les pages non soumises que les pages soumises par le Webmaster afin de pouvoir enrichir les index des pages pertinentes.

Certains explorent les sites les plus visités, d'autres passent de document en document en exploitant tous les liens hypertexte trouvés sur leur passage.

Une partie des crawlers respecte scrupuleusement les consignes du **fichier descriptif robot.txt** s'il existe

Les spiders peuvent "avaler" jusqu'à 10 millions de pages par jour, mais le web développe de plus en plus vite et seul l'index des sites les plus visités est régulièrement mis à jour.

Chaque moteur de recherche utilise sa propre technologie. Certains spiders investissent la page complète, alors que d'autres se préoccupent du titre, du résumé établi par l'auteur de la page et des parties annexes appelées meta-tags.

2.1.2 L'index

Le spider renvoie les informations collectées au moteur d'indexation pour qu'elles soient analysées. Ce dernier construit alors un index des mots rencontrés et stocke l'ensemble dans une base de données. On parle généralement d'**indexation automatique**.

Cette liste de termes répertoriés est reliée aux adresses des pages correspondantes sur le Web. Grâce à un pointeur, ces pages peuvent être retrouvées facilement. Une liste de "mots vides" est exclue de l'index : le, la, est, et etc.

Lors d'une soumission le robot va visiter l'URL donnée et fonctionne ensuite de la même manière au niveau de l'indexation.

Enfin le troisième module à rentrer en jeu est le searcher. Celui-ci intervient lors de l'interrogation de l'index au moment d'une requête réalisée sur un moteur de recherche.

3 Qu'est ce qu'un robot d'un moteur de recherche voit en indexant les sites dynamiques ?

3.1 Pour un site en FLASH :

3.1.1 Exemple de code source avec contenus FLASH

```
<HTML>
<HEAD>
<TITLE>Texte en Flash</TITLE>
<META name="keyword" content="mots_clés" >
</HEAD>

<BODY>
  <OBJECT classid="clsid:D27CDB6E-AE6D-11cf-96B8-444553540000"
codebase="http://download.macromedia.com/pub/shockwave/cabs/flash/swflas
h.cab#version=6,0,0,0"
  WIDTH="740" HEIGHT="440" ALIGN="middle">

  <PARAM NAME=movie VALUE="nom_fichier_flash.swf">

  <PARAM NAME=quality VALUE=high>

  <PARAM NAME=bgcolor VALUE=#453401>

  <EMBED src="nom_fichier_flash.swf" quality=high bgcolor=#453401
WIDTH="740" HEIGHT="440" ALIGN="middle" TYPE="application/x-shockwave-
flash"
PLUGINSOURCE="http://www.macromedia.com/go/getflashplayer"> </EMBED>

</OBJECT>
</BODY>
</HTML>
```

3.1.2 Explications par rapport au référencement

Le robot du moteur de recherche, lorsqu'il va venir indexer ce genre de page ne verra que les balises META pour référencer le site étant donné que le contenu situé dans les balises <BODY> ne contient aucun mots clés. Lorsqu'on sait que certains moteurs de recherche (celui de google par exemple) ne s'intéressent pas au META mais seulement au contenu de la page et à l'environnement du site, on comprend bien la problématique du référencement des sites en FLASH.

3.2 Pour un site en PHP ou ASP :

3.2.1 Exemple de code source avec contenu PHP lié à une base de données.

```
<HTML>
<HEAD>
<TITLE>Catalogue produit</TITLE>
```

```
<META NAME= « keywords » CONTENT= « mots_clés »>
</HEAD>

<BODY>
<H1 Align="center">Bienvenue sur notre catalogue en ligne</H1>
<?
include ("../fonctions/connexion.php");
$requete="SELECT num_livre, titre FROM livres ORDER BY titre";
$resultat=mysql_query($requete);
?>
<SELECT NAME="listelivre" onChange="MM_jumpMenu('parent',this,0)">
<OPTION VALUE="rien">Choisissez un produit</OPTION>
<?
while ($donnees=mysql_fetch_array($resultat))
{
?>
<OPTION VALUE="catalogue.php?num_livre=<? echo $donnees[num_livre]
?>">
<? echo $donnees[titre] ?></OPTION>
<?
}
echo "</SELECT>";
$requete2="SELECT * FROM livres WHERE num_livre='$num_livre' ";
$resultat2=mysql_query($requete2);
while ($donnees2=mysql_fetch_array($resultat2))
{
$num_livre=$donnees2[num_livre];
$ref=$donnees2[ref];
$titre=$donnees2[titre];
$accroche=$donnees2[accroche];
$descriptif=$donnees2[descriptif];
$image=$donnees2[image];
$prix_ht=$donnees2[prix_ht];
?>
<FORM METHOD="post"
ACTION="../panier/ajouterpanier.php?num_livre=<? echo $num_livre ?>">
<TABLE cellpadding="10" cellspacing="0" style="font-family:arial"
ALIGN="center" width="50%"
BGCOLOR="FFFF99">
<TR bgcolor="#CCFFFF"><TD ALIGN="left"
width="100"><B>Réf</B><BR><? echo $ref ?></TD>
<TD ALIGN="right"><B><? echo $titre ?></B></TD></TR>
<TR ALIGN="center" bgcolor="#99CCFF" ><TD
COLSPAN="2"><B><? echo $accroche ?></B></TD></TR>
<TR ALIGN="left"><TD width="100"><IMG SRC="<? echo $image
?>"></TD> <TD><? echo $descriptif ?></TD></TR>
<TR ALIGN="right"><TD COLSPAN="2"><B>Prix HT: </B><? echo
$prix_ht ?>
<B> Quantité: </B><SELECT NAME="quantite">
<OPTION VALUE="1" SELECTED>1</OPTION>
<OPTION VALUE="2">2</OPTION>
<OPTION VALUE="3">3</OPTION>
<OPTION VALUE="4">4</OPTION>
<OPTION VALUE="5">5</OPTION>
<OPTION VALUE="6">6</OPTION>
<OPTION VALUE="7">7</OPTION>
<OPTION VALUE="8">8</OPTION>
<OPTION VALUE="9">9</OPTION>
```

```
        <OPTION VALUE="10">10</OPTION>
</SELECT>
        <INPUT TYPE="hidden" NAME="ref" VALUE="<? echo $ref ?>">
        <INPUT TYPE="hidden" NAME="titre" VALUE="<? echo $titre ?>">
        <INPUT TYPE="hidden" NAME="prix_ht" VALUE="<? echo
$prix_ht?>">
        <INPUT TYPE="submit" VALUE="Ajouter au panier">

</TD></TR>

</FORM>
<?
}
?>
</TABLE>
</BODY>
</HTML>
```

3.2.2 Explications par rapport au référencement

Lorsque le robot va visiter un site avec des pages en PHP, il verra des **variables** (exemple < ? \$titre ?> et non le contenu de cette variable (titre du livre), le référencement ne pourra donc pas se faire sur le contenu, étant donné que celui-ci renverra à des données contenues dans une base de données.

3.3 Pour un site avec des Frames :

3.3.1 Exemple de code source avec des Frames.

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>Titre de la page</TITLE>

</HEAD>

<frameset rows="55,*" border=5 frameBorder=1 frameSpacing=0>
  <frame name="top" src="url_site_frame.html" marginWidth=0
marginHeight=0 scrolling="no" noresize>
  <frame name="bottom" src="url2_site_frame.html " scrolling="auto"
frameborder="no">
</frameset>
</HTML>
```

3.3.2 Explication par rapport au référencement

Pour un site en Frames, le robot, lorsqu'il viendra indexer le site, ne verra que les liens vers les pages contenues dans les différentes Frames composant le site et non le contenu réel des pages. Le référencement ne pourra donc pas se faire correctement.

4 Ce qu'on retient de l'observation de code source de pages dynamiques

Les moteurs de recherches, s'appuient de plus en plus sur le **contenu** de la page et de moins en moins sur les balises META. Avec des sites dynamiques, le contenu n'est pas fixe et contient des balises renvoyant à des valeurs situées dans une base de données. Lorsque le robot du moteur de recherche vient sur la page d'un site dynamique, il enregistre donc un **contenu dépourvu de mots-clés**. Les moteurs de recherches sont donc pour l'instant incapable de référencer correctement les sites avec des bases de données et les sites en FLASH. Les sites entièrement en FLASH ou basés sur une base de données se voient donc pénalisés par les moteurs de recherches puisque ces derniers s'appuient sur les textes contenus dans le code source pour les indexer dans leurs bases de données.

Après observation des sites à contenus dynamiques, on observe que le contenu de ce site n'est pas directement visible dans le code source et que de ce fait, le robot du moteur de recherche n'a pas accès aux mots clés et ne peut donc pas référencer correctement le site en question. Nous allons donc voir dans notre prochaine partie les méthodes pour palier le problème du référencement des sites dynamiques.

5 Les méthodes pour palier le problème du référencement des sites dynamiques.

Voici quelques méthodes pour référencer un site dynamique, il existe sûrement d'autres techniques pour améliorer son référencement. De plus celles-ci évoluent en parallèle des algorithmes des robots des moteurs de recherche eux-mêmes changeant au fil du temps. La politique de référencement d'un site, se fait, donc, tout au long de la vie du site et évolue en fonction des derniers algorithmes des moteurs de recherche.

5.1 Version du site en HTML Pur.

Une des façons les plus simples pour palier au problème du référencement des sites dynamiques est de faire une **version statique** du site à côté de la version dynamique. Cette solution s'applique assez bien au site en Flash on donnera la possibilité à l'internaute dans la page d'accueil de choisir la version du site qu'il souhaite visiter soit la version HTML, soit la version FLASH.

Cependant pour les sites en PHP avec des bases de données derrière, on ne pourra pas avoir les mêmes fonctions que le site dynamique, on pourra par contre avoir une version HTML donnant des informations complémentaires au site et faisant ainsi le **relais entre les moteurs de recherches et le site dynamique**.

Par exemple pour un site marchand avec une base de données des produits vendus, on pourra réaliser un site livresque en HTML statique décrivant l'univers des produits vendus, leur histoire, leurs caractéristiques...

Cette solution est assez simple à mettre en œuvre, par contre elle est assez longue à réaliser, étant donné, qu'on doit faire entièrement une nouvelle version du site.

5.2 Page Alias (même contenu avec référencement différent)

Une page **Alias**, est une page ayant le même contenu qu'une page d'un site dynamique mais étant **optimisée pour le référencement**. L'une des façons de faire ce genre de page, est de voir avec son hébergeur pour enregistrer des **sous nom de domaine** du type : www.sousnom.site.com. Ensuite en multipliant les Alias, on **multiplie les portes d'entrée** au site, et on peut tester différentes techniques de référencement pour voir laquelle est la mieux adaptée à notre site. Cette technique alliée aux balises <NOFRAME>, <NOSCRIPT>, et <NOEMBED> peut s'avérer particulièrement efficace. En effet grâce à ces balises (que nous détaillerons plus tard dans le dossier), seul le robot verra les pages alias. En effet ces balises permettront d'indiquer les liens vers les pages alias au robot sans que le visiteur ne s'en aperçoive à l'écran. Le référencement se fera donc en toute transparence.

5.3 Page satellite (contenu différent)

Exemple : communiqué de presse.

Une page satellite est un page en HTML pur pointant vers le site dynamique et lui assurant ainsi une porte d'entrée visible par les moteurs de recherche. Les pages satellites seront optimisées pour le référencement. On pourra les présenter sous forme de communiqué de presse renvoyant vers le site principal, ou encore avec une présentation de type livresque en énonçant l'histoire de la société, des produits... Il faudra soigner l'aspect et le contenu de ces pages pour que le visiteur arrivant par ce satellite n'ait pas l'impression de tomber sur un site inintéressant et s'en aille avant même d'être entré réellement dans le site.

5.4 Technique de redirection : face cachée du site

En faisant diverses recherches dans les moteurs, on s'est aperçu que parmi les premiers résultats certains sites utilisaient une **technique de référencement non visible par l'internaute**. En effet certains sites élaborent une **page dédiée au référencement** contenant une multitude de mots clés sans avoir de sens dans la page. Les mots clés sont renforcés par des effets de mise en forme soit sur un fond de couleur, soit en gras soit en utilisant des balises (,<H1>... voir 5.2 pour plus de détail). Cette page ainsi créée est parfaite pour le référencement mais **inmontrable au visiteur**. C'est ici qu'intervient la **redirection transparente**. En effet cette page inclura une fonction de redirection (du type : <script>

```
window.location="http://url_de_la_page_ou_redirectionner/";  
</script>
```

) pointant vers la vraie page d'accueil du site. Le robot du moteur de recherche ira voir cette page et retiendra tous les mots-clés afin de faire son classement. Le visiteur n'aura aucune conscience de cette page étant donné que la redirection automatique le conduira directement à la page d'accueil qui elle pourra être réalisée en dynamique ou en Flash sans aucun souci de référencement.

On s'est intéressé pour la réalisation de ce dossier au site www.webstore.fr, site entièrement réalisé en Flash et proposant un service de référencement. En effet ce site apparaît dans les premières réponses de la première page lors d'une recherche avec les mots « **référencement site flash** » sur google. Lorsqu'on clic sur le lien google de Webstore, on ne s'aperçoit de rien, cependant lorsqu'on connaît la difficulté de référencer un site en Flash, on se pose des questions.

Pour mieux comprendre le référencement de ce site, nous avons décidé d'ouvrir ce site avec Dreamweaver pour voir comment celui-ci avait été construit. Dans Google il existe une option en **cache** qui permet d'ouvrir le site tel que le robot l'a vu, il suffit donc de faire un clic droit sur en cache et d'enregistrer la cible sous un nom quelconque. Une fois enregistré, on ouvre ce document avec Dreamweaver, et on s'aperçoit alors que la page ne ressemble en rien à ce que l'on voit lorsqu'on clic sur le lien google.

En effet on voit alors, une **multitude de mots clés** (ici : référencement, site, dynamique...) **mis en forme** avec du gras, en titre et avec des couleurs (en effet, on sait que les robots accordent plus d'importance aux mots ainsi mis en valeur). On voit également des **liens** vers des sites étant sûrement clients de cette agence de référencement (d'où la présence de liens pour des sites à contenus adulte dans l'annexe montrant la page webstore), ainsi par la même occasion Webstore se sert de cette page pour le référencement de ses clients. Cette page ne sera jamais vu, sauf erreur, par les internautes mais le robot, lui la verra et donnera un scoring élevé à ce site pour les mots-clés mis ainsi en évidence. Vous pouvez aller voir dans les annexes la page de Webstore telle qu'elle apparaît pour le robot.

5.5 Les balises <noscript>, <noframe> et <noembed>

Ces balises vont être un allié précieux du référencement, en permettant de faire celui-ci d'une manière complètement **transparente** pour le visiteur. Voyons d'abord leur utilisation de base :

- <NOSCRIPT></NOSCRIPT> permet d'afficher ce que devra voir la personne surfant avec un navigateur ne supportant pas le Javascript.
- <NOFRAME></NOFRAME> permet d'afficher de la même façon ce que devra voir la personne ayant un navigateur ne supportant pas les frames.
- <NOEMBED></NOEMBED> permet de faire la même chose avec les vidéos et le FLASH.

A l'heure actuelle, quasiment tous les navigateurs acceptent Javascript, les Frames et le contenu de type vidéo et Flash, ces **balises** sont donc devenues quasiment **obsolètes**. Cependant en les détournant de leur usage de base, on peut s'en servir pour améliorer son référencement. En effet, ces balises permettront de faire du **référencement** (par le biais de mots clés et de liens pour la popularité) **sans que celui-ci ne soit visible par l'internaute** (ou alors juste visible pour les personnes se servant des anciens navigateurs, c'est-à-dire quasiment personne).

6 Les plus pour améliorer son référencement

Voici quelques pistes supplémentaires pour améliorer un référencement.

6.1 Faire monter la popularité du site

La **popularité** est prise en compte pour le référencement du site sur Google et sur d'autres moteurs de recherche. Le facteur popularité correspond au nombre **de sites ayant un lien pointant sur notre site**. Plus il y aura de sites ayant un lien vers le nôtre, plus la popularité de notre site sera élevée. Pour connaître avec précision la popularité d'un site il suffit de mettre dans le formulaire du moteur de recherche : **link://www.urldusite.com**. Cette recherche indiquera tous les sites ayant un lien vers le site en question. On sera donc à même de quantifier avec précision la popularité. Une fois la situation de départ concernant la popularité du site connue, il va falloir essayer de l'améliorer, pour cela deux solutions : s'inscrire dans des annuaires et faire des partenariats d'échange de lien avec d'autres sites.

6.1.1 **Inscription à des annuaires.**

Une des premières choses à faire pour augmenter la popularité est tout simplement de s'inscrire dans les **annuaires généralistes** et dans les **annuaires spécialisés** en rapport avec le thème du site à référencer.

On commencera par se faire référencer par **Yahoo** qui est le principal annuaire utilisé par les internautes. Si pour un site personnel, l'inscription dans Yahoo sera gratuite (mais longue avant de voir le site apparaître dans la catégorie choisi), pour un site professionnel se ne sera pas le cas.

En effet pour être référencé dans la catégorie **business**, il faut payer un abonnement annuel s'élevant à l'heure où ce dossier est fait à 250 € par an. Cela peut paraître chère, cependant, il est nécessaire pour un site professionnel d'apparaître dans cet annuaire.

Il existe une **multitude d'annuaire sur le web**, il est nécessaire d'apparaître dans les principaux annuaires généralistes et dans les annuaires spécialisés de notre domaine.

Parmi les annuaires généralistes on trouve :

- Altavista France
- Lycos France.
- MSN France.
- Voila.
- Dmoz l'annuaire de google.
- Wanadoo...

Pour avoir une liste complète des annuaires généralistes rendez-vous sur http://perso.wanadoo.fr/f.bourdet/french_search1.html .

Parmi les annuaires gratuits généralistes, le plus intéressant est **dmoz (annuaire de google)**. En effet de nombreux annuaires se servent de la technologie de dmoz pour fonctionner. Le seul souci est qu'il est difficile de se faire référencer dans demoz et dans la catégorie souhaitée, le délai pour être référencé peut être très long et il faut souvent faire la demande plusieurs fois pour qu'elle soit prise en considération.

Parmi les annuaires spécialisés, on trouve :

- **1001 France** spécialisé dans le tourisme.
- **1 cheval** spécialisé sur tout ce qui touche à l'univers du cheval.
- **1001 musiques** sur la musique.
- **Annuaire de la radio** pour le monde de la radio.

On trouve une multitude d'annuaires spécialisés dans n'importe quel domaine, il y aura toujours un annuaire où le site pourra apparaître, vous pouvez aller sur : http://perso.wanadoo.fr/f.bourdet/french_search2.html pour avoir une liste d'annuaires spécialisés.

Il est important pour un site de **bien cibler les annuaires spécialisés** auxquels il faudra s'inscrire, en effet les annuaires choisis devront être en parfaite adéquation avec l'univers du site pour que le référencement soit optimisé. De plus apparaître dans un annuaire n'ayant aucun lien avec votre site, nuira à l'image de celui-ci et n'apportera que du trafic inutile.

6.1.2 Echange de liens.

L'échange de liens se fera avec des **partenaires**, les deux sites verront leur popularité augmentée, il est important de bien choisir ces partenaires (même logique qu'avec les annuaires spécialisés), les deux sites partenaires devront avoir un univers proche et complémentaire, et ne devront pas être en concurrence directe.

Il faut aussi penser à **inscrire les partenaires sur les moteurs** où l'on cherche à être référencé, en effet, si le partenaire n'est pas référencé, l'échange de lien n'aura aucun effet.

Par exemple, pour améliorer sa position dans Google, il faut vérifier que le partenaire est bien présent dans ce moteur de recherche et si ce n'est pas le cas, lui indiquer le lien pour s'inscrire à google au moment de l'échange de lien (www.google.fr/addurl.html).

Le partenariat peut être lourd à gérer à grande échelle, c'est pour cela qu'il est recommandé de bien choisir ces partenaires en se limitant à un nombre raisonnable en fonction de l'importance de votre site.

6.2 Bonne utilisation des balises (H1, noscript, B...)

Le robot accordera plus d'importance aux mots mis en valeur par les **balises de mise en forme**. Par exemple du texte placé dans des balise H1 aura plus d'importance que du texte normal. On pourra alors mettre les mots clés dans les balises H1, H2..., les balises de gras et d'italique (B et I). La couleur jouera aussi un rôle dans le référencement. Un texte en couleur obtiendra un meilleur scoring qu'un texte dans la couleur d'origine du document. On pourra aussi mettre une couleur d'arrière-plan au niveau du texte pour renforcer encore son scoring. Il faudra également penser à indiquer les balises ALT dans les images pour améliorer encore le scoring.

Bien sur les balises TITLE et DESCRIPTION dans les META placé dans l'HEAD de la page auront un scoring très important étant donné qu'elles sont sensées représenter le mieux la page.

6.3 Des noms de répertoires en adéquation avec le référencement.

Les robots des moteurs de recherche verront le **nom des répertoires** de votre site. D'où l'importance de les nommer en liaison avec les mots-clés visés dans

vosre campagne de référencement. De la même façon on s'intéressera aux **noms des fichiers** où on inclura des mots-clés.

6.4 Le choix des mots-clés.

Le choix des mots-clés doit être bien **réfléchi** avant de faire le référencement et même avant la construction même du site. Une page peut être bien référencée pour 5 à 10 mots-clés maximum d'où l'intérêt de bien choisir les mots-clés et de bien faire un thème par page et non plusieurs thèmes dans la même page. Ainsi chaque page sera bien référencée dans le domaine qu'elle vise. Lors du choix des mots-clés, on pourra faire de la **veille concurrentielle** pour voir ce qui a été fait dans les sites concurrents, notamment ceux étant bien référencés pour s'en inspirer. On s'intéressera à la cible visée par le site pour déterminer les mots clés susceptibles d'être tapés dans les moteurs de recherche ou annuaire pour trouver notre site.

6.5 Bien guider le robot

Il faut penser à bien indiquer au robot les liens qu'il doit suivre et ceux qu'il n'a pas besoin de suivre. On utilisera alors les balises <META NAME="robots" CONTENT="index/noindex, follow/nofollow"> et <META NAME="revisit-after" CONTENT="10 days">. La balise meta robots va servir à indiquer au robot comment il doit naviguer dans le site, index et noindex serviront à lui dire s'il doit indexer ou non la page où il se trouve et follow / nofollow lui indiqueront s'il doit ou non suivre les liens de cette page.

La balise **meta revisit-after**, lui demandera de revisiter le site après un certain nombre de jours. On pourra également utiliser le fichier robot.txt pour indiquer au robot (compatible avec ce fichier) la manière dont-il doit référencer le site.

7 Conclusion

Le référencement d'un site doit être réfléchi avant même l'étape de création et doit également être mis à jour et suivi tout au long de la vie du site pour être optimisé. Référencer son site, ne peut être réellement efficace, qu'avec une démarche de référencement bien réfléchie.

La détermination des mots clés devra se faire le plus tôt possible dans le processus de réalisation du site, afin d'optimiser le référencement tout au long de la démarche de conception.

Pour les sites déjà existants, mais dont le référencement n'a pas été réfléchi, mieux vaut créer des pages dédiées au référencement et améliorer petit à petit le référencement du reste du site au fil des mises à jour.

La politique de référencement est donc un élément intervenant durant toute la vie du site et doit être régulièrement remis en cause pour optimiser son efficacité en tenant compte des évolutions des technologies des moteurs de recherche mais aussi des tendances en matière de mots-clés dans le secteur du site en question.

Suivre ces évolutions et tendances nécessitera donc une veille active d'Internet dans le secteur d'activité du site.

- ▶ Ce dossier vous a intéressé, contactez moi grâce à l'adresse email suivante :
webmarketer@club-internet.fr

8 Annexes

Page Webstore telle qu'elle apparaît pour le robot :

Détection de votre player **FLASH**

Si au bout de 20 secondes, rien ne s'affiche !
C'est que vous n'avez pas le player **flash** qui vous permet de lire l'animation
1 solution :

Continuer sans **Flash** : [Accueil Webstore création référencement site internet](#)

Création et référencement de sites internet,
développement de sites web, hébergement de
web, fournisseur d'accès

Webstore : création et référencement de sites
internet à Nice depuis 1995.

Avoir "son **site** Web", maîtres mots de ce début de millénaire qui sera
"communication" !

E-business, E-commerce, Intranet, Extranet, Internet, **site** sécurisé, tiers
payant identifié, Webstore est votre partenaire depuis 1995 pour établir
avec vous la totale "cohérence" de votre stratégie de communication et de
commerce sur le réseau des réseaux.

Il faut distinguer le développement de votre **site** Internet de son
hébergement, Webstore pouvant se charger de l'un, de l'autre ou des deux
puisque Webstore est fournisseur d'accès Internet (provider), hébergeur de
sites Web (Hosting) et développeur de pages.

Notre savoir-faire est à votre disposition.

référencement

Le **référencement** consiste à faire connaître un **site** Internet sur le web en
signalant sa création ou son existence sur des annuaires, des moteurs de
recherches et des sites spécialisés (francophones et internationaux).

Le **référencement** d'un **site** Internet sert à le faire connaître au plus grand
nombre d'internautes et donc à le rendre populaire. Plus le **site** sera
populaire mieux sera son positionnement sur Internet et ce par
l'intermédiaire des outils de recherches.

Liens directs :

[liens hébergement](#) [Villes et hotels de la Côte d'Azur](#) [annuaire professionnels côte d'azur](#) [annuaire professionnels côte d'azur](#) [Côte d'Azur](#) [Reservation hotel france](#) [france hotel reservation](#) [hotel reservation worldwide](#) [hotel France](#) [hotel Cote Azur](#) [hotel paris](#) [hotel nice](#) [hotel avignon](#) [hotel lyon](#) [hotel strasbourg](#) [hotel marseille](#) [hotel bordeaux](#) [hotel lille](#) [hotel lourdes](#)
+ de 18 ans : [Druuna](#) [Video porno](#) [sonneries logos](#) [sonneries logos pour portable](#)
[French riviera guide](#) [Riviera guide](#)

Création et **référencement** de **site** internet

Quelques bonnes adresses pour améliorer ces connaissances en référencement :

www.outiref.com

www.webrankinfo.com

www.abondance.com

www.sam-mag.com

www.flash-moteurs.com

Article du journal du net (septembre 2001) :

Trois questions à... Jean-Pierre Eskenazi (NetBooster) : "Les sites dynamiques compliquent le référencement"

Par le [Journal du Net](#) (Benchmark Group)

URL : <http://www.journaldunet.com/0109/010903referencement.shtml>

Lundi 3 septembre 2001

Alors que le volume de documents présents sur Internet dépasserait les 550 milliards de pages (soit 7.500 tera octets répartis sur plus de 100 000 bases de données), comment assurer de la visibilité de son propre site web dans cette jungle d'informations en ligne ? [Jean-Pierre Eskenazi](#), spécialiste du référencement et PDG de [NetBooster](#), vient de publier un nouveau livre - son troisième - sur son domaine de prédilection : le référencement. L'ouvrage permet de faire le point sur les nouvelles méthodes pour améliorer la visibilité des sites sur les outils de recherche (annuaires et moteurs). NetBooster dispose de deux filiales à l'étranger (Royaume-Uni et Allemagne) avec un effectif global de 80 personnes. La société spécialisée dans le référencement dispose de 600 clients français (sans compter les filiales à l'étranger). Le chiffre d'affaires 2000-2001 devrait être publié dans le courant de septembre. NetBooster a toujours l'intention d'entrer en Bourse "lorsque les conditions seront meilleures". En attendant, la société vit en auto-financement. NetBooster a procédé à un deuxième tour de table en mai 2000, auprès de Gazeo Venture, structure d'investissements du groupe Gaz et Eaux, et d'Artemis, la holding financière de François Pinault (cf [article](#) JDNet du 17/05/01).

JDNet. Avec le développement du Net, les techniques de référencement ont-elles évolué ?

Jean-Pierre Eskenazi. Oui, elles évoluent en même temps que les moteurs de recherche. La difficulté devant laquelle nous sommes confrontés aujourd'hui est qu'il existe de plus en plus de sites web dynamiques (construits sur des bases de données) que les moteurs de recherche sont incapables d'indexer. D'où la nécessité d'implémenter des procédures et des méthodologies spécifiques qui permettent à ces données invisibles d'être trouvées sur les moteurs de recherche. Ce n'est pas un problème nouveau mais il devient de plus en plus flagrant. Il y a encore deux ans, il y avait peu de sites dynamiques. Maintenant, c'est la plus grande majorité qui utilise des solutions type Vignette ou BroadVision. Notre travail consiste à transformer ces pages dynamiques en pages HTML que les moteurs de recherche vont pouvoir lire. Les délais pour indexer les pages sur les moteurs ne changent pas. En revanche, nous avons besoin de plus de temps de notre côté pour un travail en amont car il est plus complexe. Cela se compte en nombre de jours supplémentaires de consulting.

Avec les nouvelles techniques de référencement, pouvez-vous améliorer le positionnement des sites dans les pages réponses des outils de recherche ?

Nous essayons toujours d'améliorer le positionnement mais il s'agit plus d'une adéquation entre la popularité d'un

mot-clé, sa pertinence et la manière dont les internautes vont l'utiliser. Il y a là un curseur très sensible sur lequel nous devons travailler : un mot trop populaire va être difficile à positionner. Par contre, pour décrire le service d'un client, il faut nécessairement parler de son produit phare, qui n'est pas forcément un mot très populaire. Par conséquent, l'internaute aura peu de chances de le taper. Nous devons mener une réflexion sémantique très importante pour déterminer les mots les plus populaires sans qu'ils soient trop concurrencés.

Après l'e-krach, les sites ont réduit leurs budgets de communication. Du coup, le recours au référencement pour affirmer sa visibilité sur Internet s'est-il davantage répandu ?

Nous constatons parmi notre clientèle des démarches de ce qu'on appelle des campagnes de visibilité internationales dans diverses langues. C'est une problématique beaucoup plus complexe. Nos clients considèrent davantage que le référencement est un moyen d'obtenir de la visibilité sur Internet à faible coût avec des rendements bien supérieurs dans le temps. Nous offrons maintenant à nos clients des possibilités d'audit faits dans les pays dans lequel nous sommes installés (Royaume-Uni, Allemagne).

Les principaux moteurs et annuaires francophones



Les principaux moteurs et annuaires internationaux

