

Le SEO

Le SEO permet de rendre un site web visible sur Google et d'attirer de nouveaux clients.

En effet, il ne suffit pas de créer un site web pour que celui sera facilement trouvable sur Google. Même si Google indexe votre site, celui ne sera retrouvera pas automatiquement dans les premières pages.

Voici comment optimiser un site pour qu'il soit visible dans les résultats des moteurs de recherche et se place en bonne position.

Qu'est-ce que le SEO ?

Le SEO ou Search Engine Optimization (optimisation pour les moteurs de recherche en français) est un ensemble de techniques qui visent à rendre le site visible dans les résultats des moteurs de recherche. L'objectif du SEO étant d'augmenter votre trafic.

La plupart des visiteurs trouvent un site en faisant des recherches. Il faut donc optimiser le contenu du site pour pouvoir répondre aux requêtes des internautes.

Pour cela, il faut savoir ce que recherchent les internautes que vous ciblez. Si, par exemple, vous vendez du papier peint, vous voulez que des internautes tombent sur votre site lorsqu'ils recherchent « meilleures papiers peints déco », « tapisserie murale à motifs » et ainsi de suite.

Le saviez-vous ? Lorsqu'on parle de SEO, il s'agit de résultats organiques, c'est-à-dire choisis par les moteurs de recherche pour leur pertinence. Il est aussi possible de payer pour placer des annonces en haut des résultats sur les moteurs de recherche. On parle alors de SEA – Search Engine Advertising.

L'histoire du SEO

On distingue trois phases dans l'histoire du SEO :

- **La phase « Black Hat »** : au début, le SEO est plus ou moins une pratique pirate. A cette époque, il y avait une tendance à remplir les

pages de mots-clés, à produire des liens en masse depuis des pages de mauvaises qualité « spammy », à dupliquer du contenu afin d'être plus visible dans les résultats Google.

- **Les premières pénalités (2003) :** Google pénalise pour la première fois les pratiques limites comme le remplissage à outrance de mots-clés. Google va ensuite lancer de nombreuses innovations qui ont contribué au SEO, comme la recherche personnalisée ou des outils de type Google Analytics permettant d'affiner les analyses SEO.
- **La phase « White Hat » :** à partir de 2011 et avec la mise à jour Panda 1.0, les sites développent du contenu de qualité, écrit pour des humains et non pas pour des algorithmes.

A ce jour, cette vision « humaine » du SEO continue. Une entreprise doit en effet proposer sur son site web du **contenu de qualité, apportant réellement de la plus-value aux visiteurs.**

Les atouts du SEO

- **Le SEO permet de rendre une marque visible**
- **Le SEO permet d'augmenter le trafic :** plus le site web sera bien placé dans les résultats de recherche, plus il y aura de visites et donc des conversions.
- **Le SEO est durable :** il représente une charge de travail importante surtout au début mais une fois que le site est bien placé dans les résultats des moteurs de recherche, ce dernier continue à attirer du trafic.
- **Le SEO ne coûte pas cher :** attention, le SEO n'est pas gratuit puisqu'il demande une certaine quantité de travail, mais c'est une technique marketing beaucoup moins coûteuse que d'autres comme le SEA par exemple.

- **Le SEO est important pour le business local** : le SEO permet à des internautes qui résident près de chez vous de trouver votre adresse, vos horaires d'ouverture, etc.

Le SEO, c'est créer du contenu bien organisé, bien lisible, simple à naviguer. Il s'agit donc aussi de travailler sur **l'expérience client** de votre site.

Les différents moteurs de recherche

Google est le moteur de recherche le plus utilisé au monde. En France, il compte à lui seul plus de 90% des parts de marché. Il est suivi par les moteurs de recherche Bing, Yahoo, Ecosia et Qwant.

Google doit donc être votre priorité. Cependant, il reste intéressant de travailler votre optimisation pour d'autres moteurs de recherche. Notez en effet que les moteurs de recherche fonctionnent de manière très similaire.