

L'algorithme de Google

L'objectif de l'algorithme Google est de répondre de la manière la plus adaptée aux requêtes des internautes.

Pour rentrer dans les détails, le moteur de recherche Google a trois fonctions :

1. Découvrir toutes les pages web existantes et les explorer grâce à des robots qui passent d'une page à une autre en suivant des liens (**étape d'exploration**).
2. Indexer le contenu de ces pages web (adresse, contenu, liens vers d'autres pages, etc.) afin de pouvoir proposer celles-ci dans les résultats du moteur de recherche (**étape d'indexation**).
3. Classer (ou Ranker) ces pages de la plus à la moins pertinente (**étape de classement**).

Afin de se placer en bonne position sur une requête particulière, il faut donc que Google trouve votre site et que votre contenu soit suffisamment pertinent pour le faire remonter dans la liste des résultats.

Les moteurs de recherche ne dévoilent pas leurs méthodes de classement. Les algorithmes prennent en compte des centaines de critères. On connaît néanmoins certains critères de Google pour indexer et classer une site web :

- **Le contenu texte du site** : les mots et leur position, qui sont ensuite comparés aux mots utilisés dans les requêtes des internautes.
- **Le nombre de liens pointant vers la page**, ainsi que l'autorité de ces pages.
- **La vitesse de chargement de la page** et son accessibilité (surtout sur mobile).

Les différents types de liens en SEO

Pour que les robots de Google trouvent votre site, ils doivent passer par des liens.

Cependant, il existe différents types de liens, qui n'ont pas la même valeur ni le même rôle en SEO.

Les liens internes

Les liens internes forment l'architecture de base du site.

Il s'agit de liens qui amènent d'une page de votre site à une autre. Par exemple, d'un article de blog à une page produit.

Ces liens sont aussi importants pour les internautes qui visitent votre site que pour les robots de Google : ils vous permettent de relier vos pages entres-elles mais aussi de mettre en valeur les pages les plus importantes.

Ainsi, si vous avez une page que vous voulez mettre en avant (par exemple votre page « Comparateur »), créez des liens vers celle-ci depuis plusieurs autres pages afin que Google puisse comprendre son importance.

Il faut aussi penser aux internautes qui vont visiter votre site. Il faut donc organiser les pages afin de leur proposer une expérience intuitive et logique.

De plus, en incitant les visiteurs à cliquer sur des liens renvoyant vers d'autres pages de votre site, ils restent plus longtemps, ce qui améliore vos statistiques et donc, le référencement.

Les liens entrants

Les liens entrants sont des liens qui mènent depuis un autre site vers le vôtre (les « backlinks »).

Plus vous avez des liens pointant vers votre contenu, plus Google considérera que votre site est pertinent. Et, plus l'autorité d'un site posant un lien vers le vôtre est important, plus vous en profiterez.

Par exemple, si un site très connu ajoute un lien vers votre site, vous en profitez plus que si ce lien est posé sur un blog inconnu.

La pertinence du site qui renvoie vers vous est aussi très important. Si vous avez un blog marketing, par exemple, vous gagnez plus d'un lien venant d'un autre blog que d'un lien venant d'un site qui n'a rien à voir avec votre thématique.

Les liens sortants

Il s'agit de liens que vous créez vers d'autres sites. Notez qu'ils sont moins importants que d'autres liens pour votre stratégie SEO. Mais la plupart des experts SEO pensent que liens sortants jouent un rôle, car ils indiquent un contenu de qualité relié organiquement au reste du web.

NoFollow VS DoFollow

Il existe deux façons de marquer un lien.

Google fait la différence entre les liens :

- **DoFollow** – ceux-ci indiquent aux robots du moteur de recherche qu'ils doivent suivre le lien et seront créés comme suit : `Texte du lien`
- **NoFollow** – ceux-ci indiquent aux robots qu'ils ne doivent pas suivre le lien et seront créés comme cela : `Texte du lien`

Les liens DoFollow sont toujours préférables lorsque vous créez des backlinks, mais notez que les liens NoFollow peuvent malgré tout avoir un impact positif sur votre SEO.