

**Faites-vous ces 6 erreurs critiques
sur votre site ?**

*Les 10 choses à savoir impérativement
pour une optimisation de site*

L'optimisation d'un site Internet

On confond souvent référencement et optimisation de site.

Pourtant le référencement est une chose assez facile à faire. Vous allez sur les moteurs de recherche et vous rentrez votre nom de domaine, parfois le titre et la description du site.

C'est tout, pas très compliqué.

L'optimisation d'un site, elle, est déjà beaucoup plus délicate. En effet, comment optimiser son site pour que les moteurs de recherche le classent dans les premières pages ?

Et pourquoi être dans les premières pages ?

Tout simplement pour être vu de la plus grande partie des internautes, et donc pour avoir du trafic.

Quel est l'intérêt pour vous et votre site ?

Et bien chaque internaute qui utilise un moteur de recherche vous trouvera facilement, chaque visiteur aura un intérêt pour votre produit, puisqu'il le cherche. Il vous sera donc beaucoup plus facile de vendre ce produit.

Pourquoi vous devez optimiser votre site, et comment le faire

Le trafic qui arrive sur votre site doit être ciblé, le plus gros du travail consiste à faire venir des personnes intéressées par vos produits, info, etc.

Quelles erreurs commettent la plupart des webmasters sur leur site ?

Toutes ces questions seront abordées dans ce mini cours. Mais déjà, une chose importante :

Pourquoi avez-vous un site ? C'est bien évidemment pour qu'il soit visité par des milliers d'internautes, non ?!

Et comment ces milliers d'internautes vont arriver sur votre site ? Et bien dans 80% des cas par les moteurs de recherche, et 75% de ces internautes utilisent le moteur Google.

Voilà de très bonnes raisons pour optimiser son site : le trafic, les ventes, les prospects, tout cela arrive par le moteur Google.

Vous devez donc impérativement optimiser votre site, sinon c'est l'échec assuré.

On me demande souvent : « Oui, mais le problème avec l'optimisation, c'est que c'est difficile, non ? »

Non, pas du tout, ce n'est absolument pas difficile. Il suffit de suivre certaines règles et votre site se retrouve en 1^{ère} page de Google, pour les mots-clés que vous avez choisis.

Une bonne optimisation, c'est du trafic assuré, gratuitement, et donc 100% gagnant. Si vous n'avez pas de trafic, vous serez noyé dans la masse des autres sites!

Sachez que ce qui marche pour le moteur Google vous donnera par la même occasion un très bon classement dans les autres moteurs comme Yahoo, MSN, etc.

C'est le trafic ciblé qui dicte les règles du marketing Internet... et c'est ce qui fait la différence entre succès et échec !

Commencez par voir tous les points qui sont dans ce mini-cours. Bien entendu cela n'est pas suffisant pour obtenir une première place dans Google, mais c'est déjà un bon début.

Si vous voulez approfondir et découvrir tous les secrets du moteur Google, sans dépenser une fortune, lisez cette méthode. Elle vous dit tout pour un prix dérisoire :

<http://www.referencement-et-positionnement.com>

Je dis souvent, il vaut mieux donner une canne à pêche, que du poisson.

Avec cette méthode vous pourrez optimiser tous les sites que vous voulez, vous pouvez même en faire votre profession.

L'erreur NUMERO 1 que font les gens par rapport aux moteurs de recherche, c'est...

Ils ne se posent absolument pas la question de savoir pour quels mots-clés ils veulent positionner leur site. Ils n'y pensent en général qu'après avoir créé leur site et l'avoir mis en ligne!

C'est un peu comme si vous décidiez où vous voulez les fenêtres, les portes, les prises de courant et de téléphone de votre nouvelle maison, 6 mois après que les murs aient été construits!

Cela ne fonctionnera pas !

Vous devez SAVOIR - et non pas deviner - quels sont les mots-clés que les gens vont utiliser pour trouver votre site dans les moteurs de recherche et annuaires... avant même de choisir votre nom de domaine !

Connaissez-vous quelqu'un qui ait procédé de cette manière ?

Dans leur grande majorité, les gens commencent par trouver un nom de domaine sympa... puis ils imaginent une affaire qui pourrait les rendre riches... ils mettent en place un site qui leur coûte beaucoup de temps et d'argent... ET SEULEMENT ENSUITE ils placent des mots-clés dans leur balise keywords en espérant que les moteurs les positionnent correctement pour ces mots-clés... puis ils se demandent pourquoi après 3 semaines ils ne reçoivent aucune commande !

Deux mois plus tard, ils pensent qu'Internet ne vaut rien et que cela ne peut pas fonctionner pour leur affaire !

Et d'après vous, comment ces personnes ont-elles choisi leurs mots-clés?

La plupart des gens prennent la recherche de mots-clés très à la légère. Ils pensent : "Voici les mots que j'utiliserais pour faire ma recherche... Ce sont ces mots-clés que je vais choisir!"

ET DEVINEZ QUOI... vos clients se moquent éperdument des mots que VOUS utiliseriez... ce qui les intéresse, ce sont les mots-clé qu'ils utilisent

EUX pour leur recherche !

Donnez leur ce qu'ils veulent vraiment... et non pas ce que vous "pensez" qu'ils veulent !

Voulez-vous apprendre comment choisir les bons mots-clés, afin de ne pas passer les 2 prochaines années à essayer de placer votre site dans les moteurs pour des mots-clés que seul vous allez utiliser ?

Voici comment faire cela. Vous avez 2 options :

La méthode DIFFICILE -

Vous prenez 100 personnes et vous leur demandez quels mots-clés ils utiliseraient s'ils souhaitaient trouver vos produits ou services dans un moteur de recherche.

Ensuite vous prenez cette liste, vous supprimez tous les doublons, allez dans les moteurs de recherche et vous regardez combien de sites apparaissent pour ces mots-clés. Plus il y aura de concurrents, plus les mots-clés seront populaires et importants.

Cette méthode peut vous prendre de 2 jours à 3 semaines, en fonction du temps que vous pouvez consacrer.

La méthode FACILE -

Je vais vous montrer la manière dont les professionnels sont capables de voir instantanément les mots-clés les plus populaires et importants pour leur site, et ensuite de rechercher des phrases dérivées auxquelles ils n'auraient jamais pensé... parce qu'ils ne sont pas leurs clients !

Ensuite, je vous montrerai comment classer les mots-clés les plus importants en cliquant sur un bouton... et vous saurez EXACTEMENT quels mots-clés vont vous rapporter de l'argent... et quels mots-clés ne valent même pas la peine d'être écrits !

Ce procédé prend environ 30 minutes au total, et peut complètement changer votre vie!

Pour vous en convaincre voici un lien qui va vous permettre de savoir combien de visiteur vous pouvez espérer par rapport à votre mot-clé.

<http://www.digitalpoint.com/tools/suggestion>



Cet outil vous permet de trouver vos mots-clés et de savoir le nombre de recherches par mot-clé. Outil gratuit qui compare les recherches sur Wordtracker et Overture.

<http://www.digitalpoint.com/tools/suggestion>

Keyword Suggestion Tool

This is a handy little tool will show you the results of your query from both Wordtracker and Overture for determining which phrases are searched most often.

Enter a search phrase below to see how often it's searched for, as well as get suggestions for alternate (but similar) keywords.

Then, once you know the keywords you want to target, you can use [position tracking tool](#) to monitor your placement progress.

If you have any questions, comments or anything else, please [vis:](#)

Phrase:

Market: Only applies to Overture data

Enter text shown:

Utilisation :

Saisir son mot-clé, choisir la langue du mot et cliquer sur le bouton « Suggest ». Vous devez ensuite taper un code qui se trouve au dessus de la case. En fait, ce code empêche des scripts ou programmes de faire des requêtes exagérées.

Voici un autre outil qui vous permet de trouver des dérivées par rapport à un mot-clé, très utile quand vous avez beaucoup de concurrence sur un mot clé:

Cet outil est disponible chez www.google.com



Outil gratuit de Google qui permet de voir les associations qui existent pour un mot-clé donné. Cela peut vous permettre de choisir un mot-clé associé au vôtre, avec beaucoup moins de compétition.

<https://adwords.google.com/select/main?cmd=KeywordSandbox>

Générateur de mots clés Google AdWords

Trouvez de nouveaux mots clés qui peuvent vous aider à améliorer la pertinence de votre annonce. Si votre annonce cible [des mots clés en requête large](#), des termes supplémentaires qui seront susceptibles de déclencher l'affichage de votre annonce.

Limitation de garantie : notez que nous ne pouvons pas garantir que ces mots clés amélioreront les performances de votre campagne. Nous avons le droit de refuser les nouveaux mots clés que vous ajoutez. Nous vous rappelons que vous êtes responsable des mots clés sélectionnés, de la conformité aux lois en vigueur (il vous revient notamment de vérifier que l'utilisation des mots clés n'enfreint aucune loi applicable). Pour obtenir plus d'informations, consultez nos [Conditions générales](#).

Entrez un mot clé ou une expression par ligne :

Les résultats sont adaptés selon la langue et le pays :

maigrir	Toutes les langues	États-Unis d'Amérique
	Français	Royaume-Uni
	Allemand	Canada
	Anglais	Allemagne
	Chinois (simplifié)	Japon
		France

Afficher les demandes et les autres possibilités de ciblage

Votre mot clé
Les résultats dérivés de votre mot clé

Autres mots clés spécifiques	Mots clés similaires
<p>Ces recherches fréquentes contiennent votre mot clé. Si vous avez opté pour l'option de ciblage Mots clés en requête large, ces requêtes peuvent déclencher l'affichage de vos annonces. Pour augmenter votre taux de clics, envisagez de remplacer les mots clés génériques par les mots clés plus précis présentés ci-dessous qui vous semblent pertinents. Vous pouvez également noter les termes non pertinents et les ajouter en tant que mots clés à exclure (à moins, vos annonces risquent d'apparaître pour des termes sans rapport avec vos activités).</p> <ul style="list-style-type: none">maigrirpour maigrircomment maigrir123 maigrirj'ai décidé de maigrirmaigrir vitemaigrir rapidementsavoir maigrirj'ai décidé de maigrirregime maigrirrégime maigrirmaigrir des cuissesmaigrir rim	<p>Mots clés en requête large - Fonction avancée Vos annonces peuvent ensuite être automatiquement diffusées pour requêtes supplémentaires. Pour ne pas étendre automatiquement l'application d'un mot clé, ajoutez celui-ci en tant que mot clé à exclure et transformez-le en expression exacte ou en mot clé exact.</p> <ul style="list-style-type: none">régimedietetiqueminceurrégimes <p>Voici quelques mots clés supplémentaires à envisager :</p> <p>Les utilisateurs qui ont recherché vos mots clés ont également recherché les termes suivants. Vous pouvez ajouter à votre liste de mots clés les suggestions présentées ici qui vous semblent pertinentes ou les combiner avec vos mots clés existants afin d'améliorer le ciblage de ces derniers. Notez que ces termes ne sont pas des mots clés en requête large gérés par la fonction avancée ; ils ne déclencheront pas automatiquement l'affichage de vos annonces.</p> <ul style="list-style-type: none">pois idéal

Ces deux outils sont ceux dont je me sers, parmi bien d'autres, pour savoir quel trafic je peux espérer pour mes mots-clés, et aussi quels mots-clés sont en rapport avec le mien.

Je vous garantis que les mots-clés que vous utilisez actuellement ne sont certainement pas les meilleurs... et même s'ils le sont... il existe beaucoup de mots-clés auxquels vous n'avez certainement pas pensé et qui pourraient vous apporter de l'argent immédiatement!

Erreur NUMERO 2 : La répétition de mots-clés à n'en plus finir sur la page web.

Ce qui donne par exemple :

Gagner de l'argent, gagner de l'argent...

Cela ne fonctionne pas, il faut savoir doser la quantité de mots-clés que vous mettez dans vos pages.

Ce que les gens oublient souvent, c'est que les moteurs de recherche utilisent des algorithmes qui sont de plus en plus sophistiqués et détectent toutes les formes de tricherie.

La densité de vos mots-clés dans une page est importante, car elle va déterminer dans quelle mesure votre page traite d'un sujet ou non. C'est logique : si votre mot-clé est « voiture », et que vous n'utilisez ce mot qu'une seule fois dans la page, alors vous aurez une faible densité, ce qui reflète bien que votre page ne traite pas vraiment de ce thème.

Mais il ne faut pas non plus abuser, en répétant et répétant encore un même mot-clé dans une page, sinon cela sera considéré comme du spam.

C'est pourquoi il faut penser à utiliser les synonymes de ses mots-clés, comme par exemple « maigrir, perdre du poids ». Plus vous aurez de mots-clés différents, mais se rapportant à un même sujet, plus votre page sera considérée pertinente par rapport au sujet en question.

Afin d'éviter que votre page ne soit considérée comme du spam, testez la densité de vos mots-clés avec cet outil :



Outil pour comparer la densité entre deux page web qui ont en commun le même mot-clé. Cet outil vous permet de comparer votre page avec celle de votre concurrent.

<http://www.keyworddensity.com/>

Keyword Density Analyzer keyword density and word depth calculator

Fast free analysis of any web page

Enter URL-1:

→ Votre site

Enter URL-2:

→ Site concurrent

Enter Keyword or Keyphrase :

Case Sensitive:

Analyze Keyword Density

Résultats de l'analyse

http://www.lesannuaires.com/outils-webmaster.html			http://www.referencement-et-positionnement.com/outils/outils-webmaster.htm		
Keywords	Total	%	Keywords	Total	%
0	8	0	0	11	0
0	13	0	0	18	0
0	7	0	0	14	0
0	822	0	0	274	0
0	2	0	0	34	0
0	6	0	0	11	0

HTML		
Title		
Meta_Description		
Meta_Keywords		
Visible_Text		
Alt_Tags		
Comment_Tags		

Cet outil, gratuit, est extrêmement utile ; je peux vous dire que je m'en sers fréquemment. Mais il en existe bien d'autres, également indispensables pour une bonne optimisation de site. Ils sont tous proposés gratuitement aux personnes ayant fait l'acquisition de la méthode « Comment être N°1 sur Google ». Cliquez ci-dessous pour télécharger cette méthode :

[Comment être N°1 sur Google](#)

L'erreur NUMERO 3, très fréquemment commise, c'est...

La soumission automatique de votre site sur les moteurs de recherche.

Rien de mieux que de passer peut-être 3 à 4 heures pour faire le référencement de votre site manuellement.

Non seulement vous collez parfaitement à ce que demande le moteur, mais en plus vous pouvez changer la description, le titre de votre site, et par la suite comparer celui qui fonctionne le mieux.

Si vous voulez un petit coup de pouce pour votre PageRank alors je vous conseille vivement de vous référencer dans l'annuaire www.dmoz.fr . Il est vrai que l'inscription n'est pas facile. Si vous remplissez le formulaire sans prendre soin, votre site sera refusé.

Pourquoi est-il important d'avoir son site listé dans l'annuaire DMOZ ?

Parce qu'il fournit les résultats des annuaires Lycos, Hotbot, Netcape, les recherches d'AOL ainsi que l'annuaire de Google et encore beaucoup d'autres.

Si vous souhaitez connaître tous les annuaires et moteurs qui sont distribués par DMOZ, voici un lien :

http://dmoz.org/Computers/Internet/Searching/Directories/Open_Directory_Project/Sites_Using_ODP_Data/

La simple soumission sur cet annuaire permet l'indexation de vos pages et une présence dans les recherche sur Lycos, hotbot ou Aol . Après il suffit d'optimiser vos pages pour ces moteurs pour apparaître dans le top 30. (Ce sujet est abordé dans « [Comment être N°1 sur Google](#) »)

Qu'est-ce que réellement Dmoz ? Le projet de Dmoz, anciennement connu sous le nom de <http://www.gnuhoo.com/> (GnuHoo.com), est un annuaire complet de sites Internet qui sont vérifiés par des milliers de rédacteurs volontaires. Ici, pas de spider, c'est un humain qui vérifie votre site, et l'accepte ou pas.

10 suggestions pour avoir son site référencé dans l'annuaire DMOZ



- 1- Commencez par choisir la langue de votre site. Ensuite choisissez la catégorie ou sous catégorie la plus appropriée. Attachez de l'importance à ce choix car si vous n'êtes pas dans la bonne catégorie votre site ne sera même pas visité.
- 2- Créez un titre, une description professionnelle, courte et efficace se rapportant à votre site. Insérez vos mots-clés dans ce titre et cette description.
- 3- Remplissez le formulaire de soumission exactement et complètement. Vous n'imaginez même pas le nombre de personnes qui ne remplissent pas correctement le formulaire de soumission et qui sont étonnés après de ne pas être référencés.. Soit ils mettent l'url dans le titre, ou ils ne mettent pas de description etc.
- 4- Soumettez votre URL principale dans la meilleur sous-catégorie. Si vous avez une autre page avec des informations importantes et utiles abordant un autre aspect de votre site, vous pouvez essayer d'inscrire cette page dans une autre catégorie.
- 5- Mettez sur votre site la date de la dernière mise à jour (seulement si vous mettez votre site assez souvent à jour).
- 6- Faites en sorte que votre site soit le mieux possible : aspect de design, navigation, liens qui ne fonctionnent pas.
- 7- Assurez-vous qu'il est facile de lire votre texte, selon les différents mode d'écran (par exemple comment apparaît votre site en 800x600 ou en 1024x768). A titre d'exemple j'ai visité des sites qui avaient un fond noir et le texte rouge foncé : impossible à lire !
- 8- Si vous avez un commentaire ou une demande spéciale, entrez en contact avec le rédacteur de cette catégorie en cliquant sur le nom du rédacteur qui se trouve en bas de page de la catégorie.
- 9- Si vous écrivez à un rédacteur soyez gentil et courtois. Pensez-vous honnêtement que le rédacteur va répondre à votre demande si vous l'agressez ? Non, bien sûr.
- 10- Quand vous écrivez à un rédacteur, énoncez votre demande simplement et rapidement. Ils n'ont réellement pas le temps de lire toute votre prose et explications diverses. Enumérez bien votre URL, le titre, la description et la catégorie (le chemin complet) ou vous voulez être. Ils ne sont pas devins.

Les 10 choses à éviter

- 1- Ne soumettez pas votre site dans les catégories supérieures, telles que « sports », mais plutôt « football » si votre site traite du football, ou encore la sous-catégorie « règle sur le football ».
- 2- Dans le titre et description ne mettez pas juste un enchaînement de mots-clés, ni de superlatifs, comme « Super », « exceptionnel ».
- 3- Ne créez pas une description trop longue. Quelques phrases explicites sur votre produit suffisent.
- 4- N'écrivez pas le titre et description en majuscules.
- 5- Ne soumettez pas votre site s'il est en construction ou s'il n'a pas été mis à jour récemment. Vérifiez que tous vos liens fonctionnent.
- 6- Ne soumettez pas chacune de vos pages dans des catégories différentes. N'oubliez pas que c'est une personne qui va vérifier votre site, pas un programme.
- 7- Ne soumettez pas votre site tous les jours jusqu'à le voir dans la catégorie. Il faut environ 3 à 4 semaines pour qu'un site soit référencé sur dmoz.
- 8- Si votre site se compose d'une seule page, faites que le contenu soit original, essayez de créer d'autres pages avant de le soumettre.
- 9- Dmoz est vraiment devenu très strict pour les sites affiliés. En général, ces soumissions sont rejetés, à moins que l'affilié apporte du contenu en plus et que ce contenu soit très intéressant.
- 10- Si vous avez un site en flash – ceci est valable pour toutes les nouvelles technologies – faites attention. Si le rédacteur doit ramener des addons pour pouvoir visionner votre site, il ne va sûrement pas le faire, cela prend trop de temps.

N'oubliez pas : les rédacteurs de dmoz sont des volontaires qui ne sont pas payés, Ils ont des centaines de sites à vérifier, alors faites en sorte que tous les critères de sélection soit de votre côté, afin que votre site soit facile à accepter.

En conclusion, prenez du temps pour faire votre référencement de site dans dmoz, suivez toutes les indications et vous serez sûrement retenu.

Faites toutes vos soumissions dans les moteurs **manuellement**, cela vous permettra d'indiquer des descriptions et mots-clés différents pour chaque moteur. C'est une manière très pratique de tester mots-clés et descriptions. En fonction des classements que vous obtiendrez, vous pourrez déterminer quels sont les mots-clés et descriptions qui vous permettent un meilleur classement.

L'erreur NUMERO 4 : Les liens de mauvaise qualité

Liens et Pagerank

C'est aussi une erreur que je vois souvent. Les sites font des échange de liens avec n'importe qui, sans même s'apercevoir que le temps qu'il passe à cela ne sert pratiquement à rien.

Pourquoi avoir des liens avec des partenaires ?

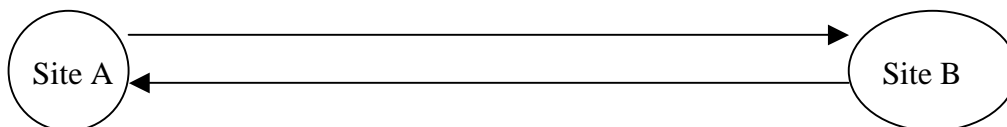
Actuellement, un des critères les plus importants pour classer un site web dans le moteur de recherche www.google.com, c'est la popularité du site. Cette popularité s'obtient avec les échange de liens qui vous donneront à l'arrivé un pagerank .

Le web est souvent appeler une toile d'araignée. En effet les multiples réseau se croisent dans le monde entier. Pour les sites Internet c'est la même chose. Le monde est maintenant câblé par un réseau qu'est Internet . Plus vous aurez de pages qui sont liés à d'autres dans cette toile d'araignée , plus votre site aura un bon pagerank. C'est d'ailleurs la philosophie du moteur de recherche google. Il engrange site après site, en suivant les liens de page en page. Il prospère se nourrit de ses liens. Ensuite il calcule la popularité de chaque site par rapport au nombre de liens , mais aussi à la qualité de ses liens. Et fini par vous donner un pagerank noté jusqu'à 10.

Tout d'abord gardons en mémoire qu'il y a les liens internes, et les liens externes.

Les liens internes sont ceux qui relient les pages d'un site. C'est en fait l'organisation de vos pages. Souvent les pages sont liées par le menu, ou bien des liens qui renvoient sur d'autres pages.

La popularité de liens, ce sont donc les sites qui font un lien vers le vôtre, et vous de votre côté vous faites un lien vers ces sites.



Les liens externes sont la manière dont la communauté Internet renvoie un site sur un autre. Un site vote pour un autre site. Plus vous avez de votes, bien évidemment, mieux c'est. Ces liens sont donc interprétés par les moteurs comme une popularité vers un site. Mais attention, avoir 1000 liens vers votre site ne vous donnera pas automatiquement un bon PageRank. La qualité des liens est très importante, il peut y avoir une grande différence entre un bon lien et un mauvais lien.

Qu'est-ce qu'un lien de bonne qualité ?

C'est tout simplement un lien d'un site vers un autre, mais il faut qu'il y ait un rapport entre les deux sites. Prenons un exemple :

Votre site vend des alcootests et vous faites un lien vers un site qui loue des DVD.

Il n'y a pas de rapport de contenu, ni de mots-clés, qui lie ces deux sites. C'est donc considéré comme un mauvais lien à moins que le dvd en question traite d'alcoolémie.

Par contre si le site qui vend des alcootests fait un lien vers un site qui parle d'alcool au volant par exemple, alors ce lien sera de qualité car les sujets sont en rapport.

Pensez donc à la qualité et seulement ensuite à la quantité.

Autre chose, faites des liens avec des sites ayant déjà un PageRank, c'est mieux pour votre site surtout si vous n'avez pas encore de PageRank.

Comment faire des liens qui soient « parlant » aux moteurs

Le meilleur lien, c'est le lien texte. Les liens graphiques, type bannières, ne sont pas très porteurs de PageRank.

Dans un lien texte, vous avez la possibilité de mettre vos mots-clés dans le texte du lien, ce qui va donner une pertinence à votre lien.

En fait, le moteur de recherches Google regarde non seulement le texte du lien, mais aussi le texte qui l'entoure. Il essaie d'établir la pertinence du lien avec le contenu de vos pages.

Si vous utilisez des graphiques, alors n'oubliez pas d'utiliser les « alt » afin d'intégrer vos mots-clés.

Enfin pour en finir avec les liens, n'oubliez pas de créer un sitemap sur votre site. De préférence, faites un lien vers votre sitemap sur chaque page.

Si vous en avez beaucoup, alors faites un lien au moins vers votre page index.

Non seulement les moteurs suivent l'enchaînement de votre sitemap, mais en plus vous pourrez voir l'architecture des liens de votre site.

Encore une dernière chose, faites attention aux liens cassés qui ne fonctionnent plus, et les liens morts qui sont obsolètes.

L'erreur NUMERO 5 : La méconnaissance de ses concurrents

Analyser ses concurrents pour mieux optimiser

Comme dans le commerce traditionnel il faut connaître ses concurrents sur Internet.

Plus vous en saurez sur eux , et plus vous affinerez votre optimisation afin de les dépasser et bien sûr de faire plus d'affaires qu'eux.. J'entends souvent dire : « Oui, mais ce n'est pas possible de les dépasser, c'est une grosse société, ils ont de gros budgets. » C'est faux il suffit de voir :

- Quel mots clés ils utilisent
- Avec qui ils font des liens
- Avoir du contenu
- Optimiser son site
- Et ensuite le référencer.

Pour cela, vous avez à votre disposition cet outil. Il vous donnera en partie tous ces renseignements.



Cet outil gratuit de PageRank pour Google vous permet de connaître vos concurrents par rapport à un mot-clé.

<http://www.referencement-sites.com/outils-referencement/recherche-google.php>

Recherche Google

Veuillez saisir vos termes de recherche:

Nombre de résultats par page:


Trier les résultats par:

Résultats :

Résultats de la recherche *maigrir*

Résultats **1 - 10** sur un total d'environ **1 480 000** pour **maigrir**

[123 maigrir.com](#) Des régimes, des recettes, des menus minceur

 5/10

Des régimes, le magazine et la communauté de celles et ceux qui veulent **maigrir**. Des menus, des recettes, votre programme minceur. Les trucs efficaces pour ...

[123maigrir.com/](#) - 2k -

[Voir les balises META](#) [Voir les liens entrants](#) [Analyser les liens](#)

[En cache](#) [Sites similaires](#)

Utilisation :

Mettez votre mot-clé, ensuite cliquez sur le bouton « Rechercher ». Les résultats affichés sont ceux de vos concurrents.

Vous trouverez diverses informations : les meta tags, les liens entrants et sortants, l'analyse des liens avec le texte de l'ancre, la version en cache sur Google et pour finir, les sites se rapportant à ce terme.

Je vous conseille vivement cet outil. D'un seul coup d'œil, vous savez presque tout sur vos concurrents, il ne vous reste plus qu'à les étudier et voir les liens qu'ils ont afin de vous-même faire des échanges avec ces sites.

L'erreur NUMERO 6, c'est...

Beaucoup de webmasters pensent que la page index (home) est la seule page d'entrée de leur site : c'est faux.

Toutes vos pages peuvent devenir des pages d'entrée pour les internautes.

Si l'on prend le moteur de recherche Google et si votre sitemap (liens internes du site) est bien fait, Google va prendre en compte et référencer dans sa base de données toutes les pages de votre site. Ce qui vous permet d'optimiser chaque page pour un mot-clé donné, et ne pas surcharger votre page index de tous les mots-clés. Le titre de chaque page doit être différent, la description, les titres et sous titres également.

Bien entendu le menu de votre site doit se trouver sur toutes vos pages.

Chaque page de votre site a un potentiel, chaque page est une entrée possible et peut vous faire gagner de l'argent. Il faut donc l'optimiser en conséquence.

o-O-o

Après avoir vu ces erreurs voici les éléments que vous devez absolument prendre en compte. Bien entendu je ne vous les décris pas en détails. Si vous souhaitez réellement approfondir ces points, je vous conseille de vous procurer « Comment devenir N°1 sur Google » en cliquant ci-dessous :

[Comment être N°1 sur Google](#)

Chaque point y est abordé dans le détail, avec des exemples.

Les points clés de l'optimisation

1. Titre

Le titre est fourni dans les résultats de recherche.

Mettre le mot-clé le plus important d'abord, suivi du 2^{ème}, etc.

2. Balise méta description

Employer les mots-clés une fois ou deux fois dans votre balise meta description. Ce texte peut éventuellement apparaître dans le résultat de recherche retourné par les moteurs (cela dépend des moteurs).

3. Balises « headers » (titre dans la page)

Avoir vos mots-clés dans un titre H1 en début de votre page.

4. Positionnement des mots-clés dans la page

Avoir vos mots-clés principaux vers le haut de la page et le bas.

5. Nombre et qualité des liens entrants

Pensez bien que chaque lien venant d'un autre site Web agit comme un vote pour le vôtre.

6. Enchaînement du Texte /Description

En établissant une campagne de liens, veiller à employer des mots-clés dans le lien. Par exemple, un lien avec le "cliquez ici" ne vous aide pas. Mettez plutôt un de vos mots-clés.

7. Le contenu est "roi"

Ceci est vrai non seulement pour les internautes qui visitent vos pages et cherchent des informations, mais aussi pour les moteurs de recherche qui, par ce biais, voient la qualité de votre site par rapport à un sujet.

8. Les balises alt dans les images

Mettez vos mots-clés dans les alt de vos images.

Attention ne faites pas cette erreur :

Alt : « gagner de l'argent, gagner de l'argent,... »

C'est considéré comme du spam

Une fois que votre site est optimisé pour les moteurs de recherche, alors commencez à soumettre votre URL dans les moteurs principaux.

9. Les statistiques

Je vois souvent sur des sites, un compteur de visites. C'est bien, mais franchement ça ne sert pas à grand chose.

Il faut absolument penser aux statistiques. De bonnes statistiques vont vous donner un maximum de renseignements sur vos visiteurs :

D'où ils viennent, de quel pays, quels mots-clés ils ont tapé, combien de temps ils restent sur vos pages, à quelle heure vous avez le plus de visiteurs, quelles pages ils visitent le plus, etc.

Tous ces renseignements sont utiles pour l'amélioration de votre site. Aussi bien pour l'optimisation que pour la qualité de votre site.

Prenons un exemple : vous constatez que les visiteurs restent à peine 25 secondes sur votre site.

Là, il faut vous poser des questions : soit la navigation n'est pas bonne, soit le contenu de votre site n'est pas intéressant. A vous de changer les points faibles de votre site, révélés par vos statistiques, afin d'améliorer votre rendement.

Ce travail n'est pas à faire une fois en passant, mais au moins tous les 2 mois.

Cela prend 30 minutes, et peut vous rapporter beaucoup.

Vous trouverez sur le web des statistiques qui répondront à ces questions, et cela gratuitement. N'hésitez pas, cet outil fait partie de la panoplie de la promotion et optimisation de votre site.

Je vous conseille vivement Xiti ou bien e-stat.

Conclusion

Vous avez pu voir que tout dépend de l'optimisation de votre site. Le succès ou l'échec.

Passer du temps sur cette étape, étudiez bien tout les points.

Si vous voulez approfondir l'optimisation de site et le référencement, vous trouverez tous les points expliqués de manière très claire dans mon livre « Comment être N°1 sur Google ».

Sur le CD - mais si vous êtes pressé vous pouvez aussi tout télécharger - vous trouverez:

- Le dossier "Comment devenir No 1 sur Google", avec tous les liens dynamiques, copies d'écran, conseils pratiques et secrets.
 - Un logiciel qui calcule votre popularité réelle
- Un autre logiciel qui va chercher dans les entrailles de Google tous vos concurrents et vous aide à connaître tous leurs secrets.
- Les outils que j'emploie moi-même pour référencer et optimiser un site



Table des matières

L'optimisation d'un site Internet	2
L'erreur NUMERO 1 que font les gens par rapport aux moteurs de recherche, c'est... ..	4
Erreur NUMERO 2 : La répétition de mots-clés à n'en plus finir sur la page web.	9
L'erreur NUMERO 3, très fréquemment commise, c'est.....	11
L'erreur NUMERO 4 : Les liens de mauvaise qualité.....	14
L'erreur NUMERO 5 : La méconnaissance de ses concurrents	17
L'erreur NUMERO 6, c'est... ..	19
Les points clés de l'optimisation	20
Conclusion.....	22