

Programme

- Rappel de cours (cf HTML)
- Concepts avancés de SEO
- Audit avec Yann
- SEO technique

1. Rappel de cours

Le SEO et le HTML

- Quelles sont les balises HTML du body importantes en SEO. Pourquoi?
- Que faut-il bien préciser dans le head ?
- Les anciennes balises que vous pourriez voir dans du code legacy : keywords, autres codes de suroptimisation

2. Concepts avancés de SEO

Concepts avancés de SEO : stratégie

- Créer une stratégie de positionnement pérenne
 - Qui ne se contente pas de répondre aux exigences de Google à l'instant T
 - Qui voit à long terme, donc orienté visiteurs
 - Partir de ses forces
- Définir les mots clefs sur lesquels l'on souhaite se positionner
 - Attention aux mots clés génériques difficiles d'accès
 - Partir plutôt sur des niches

Concepts avancés de SEO : contenu

- Le contenu (pages, texte, images, vidéo) est la matière première des robots de Google et autres
 - Créez des pages qui ont de la valeur (une expertise, de la curation)
- Créer une architecture technique cohérente
 - Qui reprenne jusqu'aux noms de dossier les termes sur lesquels on souhaite se positionner
 - Avant de passer par de l'URL Rewriting
- Attention aux Core Web Vitals
 - La vitesse de chargement (LCP)
 - Le temps effectif d'utilisabilité (FID)
 - Sa stabilité visuelle (CLS)

Concepts avancés de SEO : optimisation

- Des contenus
 - La densité de mot (mais gare à la suroptimisation), le duplicate content
- De l'architecture technique
 - Le HTML, L'URL rewriting, Les redirections, Les fichiers (.htaccess, robots.txt, sitemap.xml)
- Des partenariats :
 - les backlinks, Le netlinking

Les outils

- SEMrush
- Cocolyze
- Google Pagespeed insight
- Google trends

3. SEO technique

Comprendre les défis du SEO technique sans accès aux fichiers du site.

Identifier les leviers d'action disponibles pour optimiser le référencement d'un site tiers.

Analyse Technique d'un Site Tiers

- Audit technique sans accès direct
 - Utilisation d'outils en ligne (ex: Screaming Frog, SEMrush, Ahrefs).
 - Identification des problèmes d'exploration et d'indexation.
- Compréhension de la structure du site
 - Analyse de l'architecture des URL.
 - Détection des erreurs 404 et des redirections.

Gestion des Redirections et URL Rewriting

- Comprendre les redirections HTTP
 - Différences entre les redirections 301, 302, et 307.
 - Impact des redirections sur le SEO.
- Techniques d'URL Rewriting sans accès au .htaccess
 - Communication des recommandations au propriétaire du site.
 - Utilisation de paramètres URL pour influencer l'indexation.
- Bonnes pratiques et erreurs à éviter
 - Éviter les chaînes de redirections.
 - S'assurer que les redirections sont SEO-friendly.

Optimisation du robots.txt et du sitemap.xml

- Analyse du fichier robots.txt
 - Comprendre les directives et leur impact sur le crawl.
 - Déetecter les blocages indésirables pour les moteurs de recherche.
- Création et soumission d'un sitemap.xml
 - Générer un sitemap externe et le proposer au propriétaire du site.
 - Utiliser Google Search Console pour soumettre le sitemap.
- Erreurs courantes et solutions
 - Éviter les directives conflictuelles.
 - Maintenir le sitemap à jour pour refléter la structure du site.

Backlinks et Netlinking Technique

- Importance des backlinks dans le SEO
 - Comprendre le PageRank et l'autorité de domaine.
 - Influence des liens entrants sur le positionnement.
- Stratégies avancées de netlinking
 - Recherche de partenariats et de collaborations.
 - Techniques de link building éthiques et efficaces.
- Outils d'analyse des backlinks
 - Utilisation de Majestic, Ahrefs, et Moz.
 - Surveillance des profils de liens concurrents.

Optimisation des Performances Web

- Importance de la vitesse de chargement
 - Impact sur l'expérience utilisateur et le référencement.
- Techniques pour améliorer les performances sans accès direct
 - Mise en cache via le navigateur.
 - Utilisation de CDN (Content Delivery Network).
- Outils de mesure et de diagnostic
 - Google PageSpeed Insights.
 - GTmetrix et WebPageTest.

Données Structurées et Rich Snippets

- Comprendre les données structurées
 - Rôle dans l'amélioration de la visibilité dans les SERP.
- Implémentation via des outils externes
 - Utilisation de Google Tag Manager si possible.
 - Recommandations au propriétaire pour l'ajout de balisage schema.org.
- Bonnes pratiques
 - Validation avec les outils de test de Google.
 - Éviter le spam et les erreurs de balisage.

SEO Mobile et Indexation Mobile-First

- Importance du mobile dans le SEO
 - Statistiques d'utilisation mobile et impact sur le trafic.
 - Analyse de la version mobile du site
 - Test de compatibilité mobile de Google.
 - Identification des problèmes spécifiques au mobile.
 - Optimisations sans accès direct
 - Conseils pour améliorer l'expérience utilisateur mobile.
 - Communication des problèmes au propriétaire du site.

Gestion des Contenus Duplicates et Canonicalisation

- Comprendre le contenu dupliqué
 - Impact négatif sur le référencement.
- Techniques pour identifier le duplicate content
 - Utilisation d'outils comme Copyscape.
 - Analyse des balises canonicals existantes.
- Solutions sans accès aux fichiers
 - Recommandations pour la mise en place de balises canonicals.
 - Stratégies de création de contenu unique et de qualité.

Surveillance et Reporting

- Mettre en place un suivi des performances
 - KPI essentiels pour le SEO technique.
- Utilisation d'outils de monitoring
 - Google Analytics et Search Console (avec autorisation).
 - Alertes pour les problèmes techniques majeurs.
- Réalisation de rapports efficaces
 - Présentation des données de manière claire.
 - Propositions d'actions concrètes pour le propriétaire du site.