

Le référencement naturel : sûr et efficace pour se distinguer

Chaque seconde, 29 000 gigaoctets d'informations sont publiés dans le monde, soit 2,5 exaoctets par jour soit 912,5 exaoctets par an. Le volume de *big data* croît à une vitesse vertigineuse et pourtant il est encore facile pour un avocat de se faire repérer sur internet.

Je donne un cours intitulé « L'Avocat connecté » à l'Ecole de formation du barreau en binôme avec Thierry Wickers, ancien président du CNB. Nous y évoquons l'offre de droit en ligne qu'il s'agisse de celle des avocats ou celle provenant d'opérateurs non avocats. Nos élèves avocats, comme de très nombreux avocats à la tête de leurs cabinets, se demandent comment faire pour parvenir à exister dans cette jungle de gigas et d'exas avec des moyens souvent limités ?

Thierry Wickers, amateur de technologie, m'a raconté que parmi les cadeaux qu'il a reçus pour Noël en 2015, se trouvait un drone. Après l'avoir fait voler quelque temps, son naturel de juriste a repris le dessus et il a commencé à s'interroger sur le cadre juridique des drones ; a fait quelques recherches et n'a pas résisté à la tentation d'écrire un article sur le sujet qu'il a proposé au site du *Village de la Justice*^[1]. Depuis sa publication, l'article a été lu 1 021 fois. Surtout, lorsqu'un internaute tape les mots « avocat » et « drone », l'article « Du nouveau pour les drones » de Thierry Wickers apparaît en troisième position derrière deux cabinets spécialisés dont le cabinet Bensoussan.

Une visibilité de premier plan sans dépenser un euro

Quelle conclusion tirer de cette anecdote ? Sur des compétences de niche, il est possible d'obtenir une visibilité de premier plan en déployant quelques petits efforts et bien peu de moyens. Avec un seul article, Thierry Wickers apparaît comme un des trois avocats en France ayant une légitimité à s'exprimer sur la réglementation en matière de drones. Pas un euro n'a été dépensé en mots-clés Google, le référencement naturel a agi... tout simplement.

Pour ceux qui ne seraient pas encore convaincus et qui pensent que cet exemple est trop « niche » pour être probant, je vous en propose un autre. La requête « négocier sa rupture conventionnelle » donne les résultats suivants : en quatrième position un article de l'avocat Frédéric Chhum toujours sur le site du *Village de la Justice* ; le premier cabinet d'avocats à apparaître se trouve en 11^e position. Il s'agit du cabinet individuel de l'avocat Thomas Roussineau (toutes les autres réponses émanent de sites associatifs, d'assureurs...). Ce cabinet a réussi la prouesse de passer devant tous les cabinets les plus connus de droit social. Comment y est-il parvenu ? Avec une stratégie de [référencement naturel](#) fondée sur la mise en ligne de très nombreuses informations que le cabinet choisit de partager avec le public et donc ses clients potentiels.

Le référencement naturel doit être au cœur de la réflexion sur la communication des cabinets car nous savons que tous les clients, du particulier jusqu'au directeur juridique, commencent toujours par une requête sur Google.

Dominic Jensen

[1] village-justice.com/articles/nouveau-pour-les-drones-Par,21273.html