

Temps de lecture : 4'00

HORS DE LA PREMIÈRE, VOIRE DE LA DEUXIÈME PAGE GOOGLE, POINT DE SALUT. C'EST LA RÈGLE D'OR DE TOUT CHARGÉ DE RÉFÉRENCIEMENT (S.E.O). ALORS QUE L'ALGORITHME DE CLASSEMENT VARIE PLUSIEURS FOIS PAR JOUR, RESTER EN POLE POSITION EST UN DÉFI QUOTIDIEN.

Par Anne-Laure Joubaire

Il existe plusieurs types de référencement : **payant, naturel, social et international**, le premier consistant à verser de l'argent à Google afin qu'il positionne le lien de votre site en haut des résultats de recherche. Toutefois, les trois suivants permettent de parvenir aux mêmes résultats sans déboursier un centime. Après une analyse de votre classement et de celui de vos concurrents, plusieurs solutions peuvent être envisagées seules ou en complémentarité.

REFERENCIEMENT NATUREL

Comme son nom l'indique, cette solution permet de faire remonter naturellement votre site dans les résultats de recherche. Comment ? En faisant correspondre les recherches des clients cibles à des mots clés présents sur votre site.

L'identification de mots clés pertinents doit donc être la première démarche à entreprendre : pour cela il est nécessaire de faire une liste des prestations proposées par le cabinet et de les transformer en langage client. Le jargon, même en B to B n'est pas forcément ce qui paye sur Google. En outre, n'oubliez pas d'ajouter la localisation de votre structure car la plupart des clients souhaitent un rendez-vous près de chez eux. Si vous vous positionnez sur un créneau généraliste mais que vous êtes une petite structure, il peut être complexe de se différencier. Pour cela il peut être pertinent de miser sur une longue suite de mots clés. Ex : meilleur avocat patrimoine Avignon

Plusieurs outils peuvent vous aider à trouver les mots-clés les plus efficaces comme les suggestions de recherche Google ; le **Keyword Planner** ; les recherches menant à votre site (Google Analytics) ; vos pages les plus consultées.

Une fois ces mots trouvés, il va s'agir de les placer un peu partout sur votre site. Il est primordial que les plus importants figurent sur votre page d'accueil car Google lui donne un poids prépondérant. Ces mots doivent se trouver dans les contenus des pages mais aussi et surtout au début des adresses URL, des descriptions de photos, des sous titres...c'est ce qu'on appelle les balises.

Ex : Ici le mot digital est clairement mis en avant
<https://www.eliott-markus.com/mission/digital/>

Google récompense **la diversité et la mise à jour de contenus originaux**. L'écriture régulière d'articles sur un blog lié à votre site est donc une technique gratuite permettant de vous faire remonter dans les résultats de recherche ... si vous ne négligez pas d'y adjoindre une introduction et d'inclure les fameux mots clés.

Par ailleurs, **la performance du site en général**, soit sa vitesse de chargement, son adaptation pour les mobiles, est un facteur important dans l'algorithme de classement Google...tout comme sa **sécurité** : « *d'ici un an maximum un site qui n'aura pas migré en HTTPS aura quasiment disparu des moteurs de recherche* » ([lire l'article Wilo à ce sujet](#)).

REFERENCIEMENT SOCIAL

N'importe quel site, aussi parfait soit-il peut tomber dans l'abysse virtuel de la troisième page s'il néglige l'aspect réputationnel ou le netlinking. Cette technique consiste à générer des liens vers votre site depuis les sites de tiers.

Vous pouvez voir tous les sites qui pointent vers le vôtre via l'outil **Majestic** qui permet également d'en mesurer la crédibilité. En effet, l'idéal étant que ceux-ci jouissent d'une réputation solide et traitent de thèmes similaires.

Créer ces liens n'est pas aussi difficile qu'il y en a l'air. Vous pouvez par exemple publier les liens vers les sites de vos partenaires et leur demander qu'ils fassent de même ; inscrire votre site dans des **annuaires spécialisés** en veillant à en varier la description à chaque fois ; **rédigier des articles** pour des blogs, des journaux, des forums reconnus en incluant un lien vers votre page.

E-REPUTATION

Etre placé en premier sur Google si l'on y est dépeint de manière négative a peu d'intérêt...d'où l'importance d'une bonne réputation en ligne. Le rôle d'un SEO dans ces cas là sera de faire remonter les contenus positifs et inversement pour les négatifs et c'est là qu'interviennent les réseaux sociaux. Une structure active sur Facebook, Twitter, LinkedIn pourra faire remonter ses pages juste en dessous de celles de son site : visibilité assurée !

REFERENCEMENT INTERNATIONAL

Au delà du positionnement sur le Google français, il peut être intéressant de se pencher sur les moteurs de recherche anglophones. En effet, que cela soit pour attirer des clients étrangers ou pour optimiser votre implantation à l'international, il est utile de travailler votre **référencement en différentes langues**.

Plusieurs options sont disponibles : créer plusieurs sites avec l'extension spécifique de chaque pays visé comme cabinet.co.uk ce qui facilite le référencement mais peut être compliqué à gérer (le nom peut être déjà pris) ou créer des sous domaines dans votre site par langues et/ou par pays ce qu'a fait yahoo : fr.yahoo.com, de.yahoo.com.

LES AUTRES MOTEURS

Google possède près de 91% des parts de marché en France, suivi de très loin par Bing ou Yahoo. Toutefois son monopole baisse doucement mais sûrement depuis quelques années au profit de moteurs encore confidentiels. Parmi ceux-ci, signalons Qwant, fruit d'un projet européen ou DuckDuckGo qui ne stockent pas les données ni n'utilisent de cookies. A l'heure de la traque permanente et de la fuite de données, ces moteurs peuvent attirer des clients soucieux de protéger leur vie privée. D'autres moteurs ont eux une visée solidaire : ainsi Ecosia plante un arbre au bout de 45 recherches et Lilo reverse l'argent généré par les recherches à une association. Les cabinets/organisations spécialisés dans les thématiques de l'ESS ou de l'environnement auraient intérêt à s'y pencher.

POUR ALLER PLUS LOIN

[Les facteurs de classement de Google](#)

[Le référencement naturel : sûr et efficace pour se distinguer](#)