

➤ Introduction	7
➤ Pourquoi référencer un site web ?	
Généralités	11
Quelques définitions préalables.	11
Les outils de recherche : définition	12
Le marché	12
Typologie.	13
Moteurs et annuaires	14
Évolution.	22
Les métamoteurs	25
Fonctionnement des outils de recherche : les fameux mots clés	29
Comment fonctionnent les outils de recherche ?	29
Comment se comportent les internautes lorsqu'ils cherchent une information ?	38
Pour résumer :	39
Les pages de résultats affichées.	40
Quels sont les sites les mieux placés dans les résultats ?	44
Comment un site ou une page accèdent-ils à la première place ?	44
Critères in page	44
Critères off page.	46
Positionnement payant	48
Synthèse	49
➤ Comment optimiser vos pages ?	
Environnement marketing : le site web outil de communication	52
La cible	52
Objectifs du site web	54
Étude de concurrence	56
Choisir les mots clés	58
Trafic et positionnement	61
Tester les mots clés	62
Allez voir les mots clés de vos concurrents	63
Testez ces mots clés dans les moteurs	64

Testez ces mots clés dans les annuaires.	66
Complément d'informations.	67
Placer les mots clés dans vos pages web	69
Mots clés dans l'en-tête de la page	70
Techniquement : insertion de mots clés dans l'en-tête de la page HTML	74
Évolution des balises META.	78
Spécificités des sites multilingues.	79
Placer les mots clés dans le contenu visible du site.	80
Placer les mots clés dans les noms de fichiers	86
Favoriser la diffusion de votre URL	88
Ajouter aux favoris.	88
Envoyer à un ami	89
Technologie, gadgets et moteurs	90
Sites en Flash	90
Script Javascript.	91
Pages dynamiques	91
Pages avec frames.	92
Préparer votre site pour les robots : le fichier Robots.txt.	92
Pour le site en entier.	93
Pour une page web.	94
Le spamdexing.	94
Synthèse optimisation	95
À éviter.	96
À faire.	96

Rendre votre site plus populaire

Principes.	99
Les échanges de liens - netlinking : augmenter la popularité de vos pages.	100
Principes du netlinking	102
Quels partenaires choisir ?	102
Inciter vos partenaires à créer un lien vers vous	106
Connaître la popularité de votre site	107
Principe de prise en compte de la popularité par les moteurs	108

Augmenter la notoriété de votre site.	109
Communiqués de presse	109
E-mail marketing	111
Concours web	113
Bandeaux publicitaires	114
Signature de mails	116
Forums et listes de discussion	119
Blogs, blogues	123
Popularité et Page Rank	124
Synthèse	126

Où et comment référencer votre site ?





Principes et définitions	128
Où référencer votre site : sur quels outils ?	131
Où référencer vos pages web ?	132
Moteurs et annuaires	133
Référencement sur les annuaires : Yahoo et les autres	134
Principes	134
Fiche descriptive de votre site	135
Choisir la bonne catégorie	138
Demander le référencement de votre site à l'annuaire	142
Référencer sur un moteur : Google et les autres	146
Demander le référencement de vos pages au moteur	150
Référencement automatique	156
Référencer sur les outils spécialisés	158
Référencement international	161
Outils anglophones, outils internationaux	161
Comportement de l'internaute	162
Suivi de la demande d'indexation : et après ?	163
Temps de réponse	163
Prise en compte de votre demande d'indexation	164
Pas d'indexation : pourquoi ?	165
Que faire face à un refus ?	166
Positionnement	168
Synthèse	169

☞ Solutions payantes : laquelle choisir ?

Référencement payant : définition	172
Soumissionnement payant	172
Référencement payant	172
Positionnement payant	173
Le marché du positionnement payant	173
Les acteurs et les offres	174
Les moteurs et annuaires	174
Les professionnels des liens sponsorisés	177
Les SEO (Search Engine Optimizer)	177
Positionnement payant	180
Les principes	180
Comportement de l'internaute	181
Les objectifs d'une campagne	182
Les avantages d'une campagne	185
Mise en place d'une campagne	186
Le choix du fournisseur	188
Le choix des mots clés	189
Déterminer le budget	194
La rédaction des annonces	196
Suivi de vos campagnes	199
Question de stratégie	201
Par rapport à la politique d'enchères	201
Par rapport aux annonces	201
Quelques pistes de réflexion pour décider de votre stratégie	202
Synthèse	202

☞ Le temps de l'évaluation

Évaluer le référencement	206
Évaluer votre présence	207
Évaluer la pertinence	209
Évaluer le rang de vos pages	209
Évaluer le positionnement	212
Évaluer la popularité de vos pages	212
Évaluer le Page Rank de vos pages	214

Évaluer le positionnement payant	218
Évaluer le trafic généré : analyse d'audience	219
Analyse quantitative d'audience	219
Analyse qualitative d'audience	221
En tirer les bonnes leçons et mener les bonnes actions	225
Causes et conséquences	225
Synthèse des causes possibles et des actions à mener	228
Référencement régulier : une nécessité	229
 Conclusion	231
 Glossaire	233
 Liste des sites	237
 Index	239