

L'OPTIMISATION DE PAGE WEB POUR OBTENIR SON MEILLEUR SEO ON PAGE

🕒 Lecture 16 min



Souvenez-vous, il y a quelque temps vous avez rédigé un article sympa.

Votre sujet avait de l'intérêt pour un grand nombre et les réponses que vous apportiez étaient pertinentes.

Tous les ingrédients étaient là pour faire un carton...

Pour vous, il n'y avait aucun doute : il va plaire !



Quelle déception quand vous vous êtes aperçu que personne ne venait le lire !

Maintenant que cette contrariété est passée, revenons dessus pour mieux l'analyser.

À partir de maintenant, vos articles ne doivent plus être un flop !

Vous êtes-vous posé la question : « **Comment un internaute arrive-t-il sur ma page ?** »

Dans la plupart des cas, cela est dû à une recherche sur Google ou Bing.

Mais alors, pourquoi les moteurs de recherche ne mettent-ils pas votre page dans leur proposition ?

Créer un article qui a de la valeur ajoutée à un domaine précis et une très bonne chose. Pour autant, quel que soit l'intérêt de votre page ; Google, Bing et les autres ne sont pas omniscients.

Vous devez **penser à l'optimisation de pages** pour que les moteurs de recherche comprennent en quoi vos pages répondent aux besoins des utilisateurs.

Et si vos pages sont en phase avec les demandes des internautes, Google se fera un plaisir de le leur présenter dans ses réponses (Les SERPs).

Qu'est-ce qu'une optimisation de page web.

En tant que [chef de projet digital](#), je rencontre régulièrement cette phase d'analyse.

Que ce soit pour un nouveau site, pour une refonte, voir même pour une optimisation.

Cette phase me permet de détecter ce qui fonctionne plus ou moins sur une page.

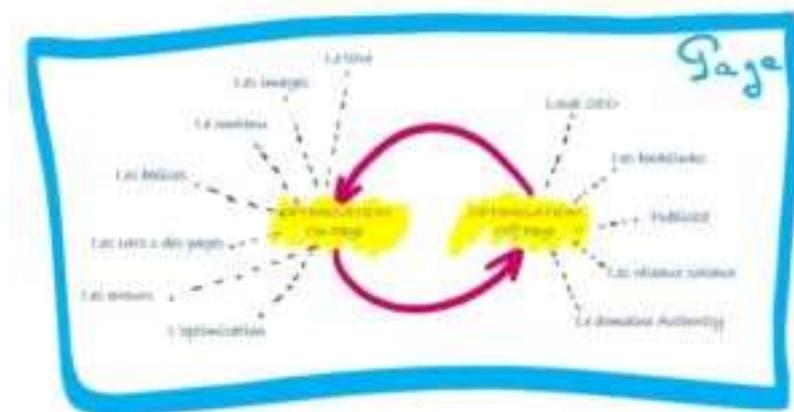
Une page web fait partie intégrante d'un site internet.

Il paraît donc logique que si l'on veut référencer correctement son site, toutes les pages doivent être optimisées de la meilleure façon.

À partir de ce constat, ***avez-vous une idée précise des points à analyser sur votre page ?***

Effectivement, il y a le contenu. Il est important.

Mais nous reviendrons sur le sujet dans un autre article. Le sujet est plutôt long à traiter et il mérite que l'on s'y attarde.



Au-delà du contenu, il y a ce que l'on appelle communément « L'OPTIMISATION ON PAGE ou **SEO ON PAGE** en anglais » et « L'OPTIMISATION OFF PAGE ou **SEO OFF PAGE** en anglais ».

Sans entrer dans le détail, « **l'optimisation on page** » est l'ensemble des techniques visant à améliorer la qualité du contenu d'une page web.

Tandis que « **l'optimisation off page** » représente tout ce qui touche à l'environnement d'un site ainsi que les liens qui redirigent vers une page de celui-ci (les backlinks).

Comment appliquer le SEO ON PAGE ?

Aujourd'hui, nous allons **analyser point par point les différentes étapes de « l'optimisation on page »**.



Et oui, le travail d'un chef de projet digital réside dans la minutie qu'il applique à trouver les points faibles.

Comment optimiser le titre de la page ?



Souvenez-vous, lors d'un [précédent article](#), je vous ai expliqué l'importance des mots clés, des mots annexes, des mots de longues traînes et des LSI .

Dans le titre de votre page web, vous devez intégrer le bon mot clé.

Ceci est très important !

Dans la majeure partie des cas, le titre de la page sera repris comme TITRE H1 (le niveau le plus haut des balises sémantiques).

Cette première optimisation de page va indiquer clairement aux moteurs de recherche le sujet que vous allez traiter.

Comme promis, **je vais vous donner mon astuce** pour récupérer le titre.

Voici un bookmarklet qui vous surligne le titre de la page.

SURLIGNER LE TITRE DE LA PAGE WEB

Pour l'utiliser, il suffit de cliquer dessus et remonter en haut de la page. Vous pourrez constater que le titre de la page est surligné.

Maintenant, vous n'avez plus qu'à contrôler la pertinence de la balise.

Si vous trouvez ce [bookmarklet](#) sympa, cliquez dessus sans le lâcher et déposez-le dans vos favoris.

Vous n'aurez plus qu'à naviguer sur le web et cliquer dessus quand vous en aurez besoin.

Quelles balises sont à optimiser sur les pages web ?



L'optimisation de page web passe par l'utilisation des balises « méta ».

Ces balises servent, entre autres, à aiguiller les moteurs de recherche afin de déterminer le sujet de la page.

Il existe tout un ensemble de balises nommé « balises méta tags ».

Cependant, les moteurs de recherche ayant évolué, il ne reste plus que quelques balises qui ont une utilité pour le référencement.

Ce sont celle-là que nous devons optimiser :

Optimiser la Balise TITLE



Cette balise est reprise par Google lors de la livraison des SERPs aux utilisateurs. Elle indique le sujet traité.

Par conséquent, elle doit reprendre votre mot clé utilisé dans le titre.

Elle doit aussi avoir une bonne accroche. Ceci n'impacte pas le référencement, mais elle influence le taux de clics.

N'oublions jamais que se faire référencer c'est bien, mais le but est de cliquer sur la page.

Cette balise TITLE a une taille prédéfinie. Les moteurs de recherche Google et Bing présentent des titres de SERPS d'environ 60 caractères.

Ce qui représente plus ou moins 8 mots clés.

Cependant, elle peut déroger à cette règle à partir du moment où votre TITLE est pertinent et qu'il est en adéquation avec le sujet du contenu.

Les moteurs de recherche peuvent accepter jusqu'à 100 caractères.

Vous devez faire attention à ne pas dépasser sciemment les 60 caractères justes dans l'intention d'optimiser un maximum votre balise TITLE.

Cela peut coûter très cher en référencement.

Je vous livre **mon astuce** pour contrôler cette balise. Voici de nouveau un petit bookmarklet qui fait bien l'affaire.

AFFICHE META TITLE ET SA LONGUEUR

Pour l'utiliser, il suffit de cliquer dessus et une fenêtre s'ouvre.

Elle vous livrera la balise avec son nombre de caractères sans les espaces.

Maintenant, vous n'avez plus qu'à contrôler la pertinence de la balise.

Si vous trouvez ce bookmarklet sympa, on refait la même astuce que plus haut.

Cliquez dessus sans le lâcher et déposez-le dans vos favoris.

Vous n'aurez plus qu'à naviguer sur le web et cliquer dessus quand vous en aurez besoin.

Optimiser la Balise META DESCRIPTION



Cette balise permet d'ajouter un texte de description de votre page.

Ce dernier doit être succinct et précis. Sa longueur doit être comprise entre 150 et 155 caractères maximum.

Cependant, Google vient de modifier ses algorithmes de rendu de SERPs. Votre moteur de recherche favori va analyser votre méta description.

S'il juge que vous avez trop optimisé votre description aux dépens de votre contenu, il pourra altérer le résultat de cette balise au profit d'une autre qu'il créera.

Il convient donc de créer une description fidèle au contenu, mais il faudra aussi porter une attention particulière au contenu de votre page.

Vous avez sûrement dû le comprendre, j'aime les bookmarklets.

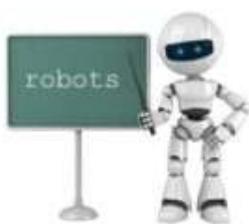
Alors **je vous offre** celui qui récupère la balise méta description.

AFFICHER LA BALISE META DESCRIPTION

Vous avez saisi le principe des Bookmarklets, alors je vous laisse faire...

Maintenant, vous n'avez plus qu'à contrôler la pertinence de la description.

Optimiser la balise ROBOTS de la page



Chaque page à une balise interne qui permet aux moteurs de recherche de comprendre votre envie de ne pas faire indexer ou référencer votre page.

« noindex », cet argument indique aux robots de ne pas indexer cette page.

« nofollow », cet argument indique aux robots de ne pas suivre cette page.

Une combinaison des deux arguments peut être réalisée pour leur demander de ne pas indexer la page.

Attention, même si vous demandez aux robots de ne pas indexer une page, il se peut qu'ils passent outre !

Les moteurs de recherche comme Google sont très irritables quand on veut cacher des choses.

Je vous recommande d'utiliser ces balises avec parcimonie. Prenez garde à votre référencement.

AFFICHER LA BALISE ROBOTS DE LA PAGE

Je vous laisse vérifier si ma page peut être indexée et suivie par Google...

Maintenant, vous n'avez plus qu'à contrôler que votre page soit bien en follow et index.

Optimiser la balise CHARSET

Le charset est aussi appelée « character set ». Elle désigne essentiellement le jeu de caractères qui est utilisé avec la page Web.

Lorsque le navigateur reçoit une réponse HTTP, il reçoit du texte encodé, où chaque octet représente un caractère donné.

Si le navigateur ne sait pas clairement quel encodage utiliser, il perdra du temps à essayer de le deviner et sera susceptible d'échouer dans certains cas.

Bien que le Web se veuille universel, les contenus textes qui sont insérés utilisent leurs propres spécificités de langage écrit.

Il faut donc spécifier clairement au navigateur quelle jeu de caractères utiliser. Il en existe plusieurs.

Mais par souci d'uniformité le plus utilisé est l'UTF-8. Il est l'un des encodages Unicode et celui qui devrait être utilisé pour le contenu Web, selon [le W3C](#).

Contrôler votre balise avec ***mon bookmarklet***.
Et vérifier qu'elle est bien adaptée à votre environnement.

AFFICHER LA BALISE META CHARSET

Vous avez trouvé ***la balise que j'utilise*** ?

Pourquoi optimiser la balise Description des images ?

Les images font parties de vos contenus. Elles sont là pour illustrer des parties de contenu.

Comment une image peut-elle attirer les moteurs de recherche ?



Elles ont une importance toute particulière depuis que Google a mis au point son algorithme MUM.

Étant donné que MUM est multimodal, il peut comprendre et interpréter le sens d'une image ou d'une vidéo en plus du texte.

Ce qui nous amène à renseigner de façon plus précise les images par rapport au contexte du contenu.

La balise Alt des images est là pour que vous puissiez saisir sa description. Elles deviennent une valeur ajoutée à l'ensemble de la page et contribuent fortement à l'optimisation de page.

Définissez-les en fonction de votre contenu en y intégrant vos mots clés.

Garder à l'esprit que les images sont un moyen d'atterrir sur votre page (elles vous permettent de réaliser de l'acquisition). Essayer de donner une description assez courte, d'environ 125 caractères.

L'utilisation de ces balises est importante pour optimiser le référencement des fiches produits en E-commerce. Mais aussi pour améliorer leur visibilité dans les résultats images de Google.

Mon astuce pour vérifier que les balises Alt des images sont bien remplies réside dans l'utilisation d'une extension pour Chrome.

Mettez en place l'extension « [Web developer](#) » pour chrome. Rendez-vous sur la page à examiner.

Cliquez sur l'extension puis sur « Display ALT Attributes ».

Vous allez voir apparaître toutes les balises Alt de vos images.

Vérifier qu'aucune ne soit vide et que tous les termes soient en adéquation avec l'objectif de votre page.

Comment une image peut-elle diminuer mon référencement ?



L'optimisation de page web est aussi impactée par un autre aspect qui n'est pas souvent étudié sur les images : le poids des images.

Google attache un intérêt tout particulier à la vitesse de chargement d'une page.

Lorsqu'une page est constituée de 10 ou 15 images, la vitesse de chargement peut très vite ralentir.

Pour éviter cela, les moteurs de recherche vous déclassent dans les résultats. Il faut donc y être attentif.

Le poids de l'image dépend de plusieurs facteurs : le type d'image, la taille, sa compression.

Utiliser toujours des images à la taille des encarts qui leur sont réservés. Redimensionner les ! Pensez aussi à redimensionner la résolution.

Il n'est absolument pas indispensable d'avoir une image précise sur internet. Une résolution de 72 points/Inch est très largement suffisante.

Sur ce point, mon conseil est d'utiliser le [logiciel Gimp](#) (qui est gratuit) pour redéfinir vos images.

Allez dans image/échelle et taille de l'image. Puis, redéfinissez l'image.

Elle aura déjà perdu du poids.

Maintenant pour la rendre encore plus légère, le site compress.io est très fort en la matière. Il va compresser votre image de façon spectaculaire.

Vous pourrez alors l'utiliser sans problème sur internet !

Optimiser Les URLs

Les URLs sont importantes, car elles ont plusieurs fonctions :

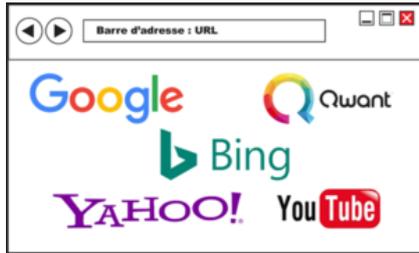
1. Elles définissent une cible. Un utilisateur de votre site qui n'atteint pas sa page de destination est un utilisateur déçu.
2. La composition de l'URL peut et doit comporter des informations pour les moteurs de recherche. Il est important qu'elle soit bien rédigée et ne comporte pas d'adresse similaire.

Afin de les optimiser, plusieurs actions sont à mettre en place.

Comment optimiser le nom d'une URL ?

L'optimisation de page passe aussi par votre URL de page.

Créer une bonne structure d'URL pour votre site peut sembler simple.



Ce procédé est souvent négligé.

Pour autant, les URLs peuvent faire ou défaire votre Traffic.

Votre site web ne tombera pas dans l'oubli si toutes mes suggestions ne sont pas suivies.

Mais il est si simple de faire attention à tous ces points de détails qui peuvent contribuer au succès de votre site web.

Voici mes conseils pour bien créer votre URL :

- Enlever les mots inutiles dans l'URL (pas besoin d'articles) ;
- Utiliser vos mots clés ;
- Réaliser une URL facile à lire ;
- Concevoir une URL similaire au titre de page ;
- Séparer les mots par des tirets simples, pas de « UnderScore »
- Retirer tout accent, ponctuation ou sigle spéciaux (# / ;) ;
- Mettre toute l'URL en minuscule ;
- Éviter de trop optimiser votre URL ;
- Respecter la longueur maximale de 60 caractères.

Comment gérer les URLs inconnus ?

Comme vous le savez déjà, toutes les pages Web de votre site sont composées d'URL.

Chaque adresse est indexée par les moteurs de recherche.

Du moins, à la suite de la lecture de mon article sur le sujet, vous avez vérifié que cela soit le cas.

Le référencement est en mouvement perpétuel. Ce qui vous oblige à ajuster vos mots clés régulièrement afin d'optimiser votre référencement.

À partir de cela, il arrive que vous décidiez de changer la désignation d'une URL d'une page, voire même de supprimer la page.



Mais, que se passe-t-il lorsque vous modifiez votre URL ?

Bien sûr, vous ajustez votre fichier sitemap.xml. Une fois que les web crawler (robots d'indexation) détectent la modification de celui-ci, les moteurs de recherche vont indexer votre page sous le nouveau nom.

Pour autant, les moteurs de recherche ne vont pas désindexer l'ancienne URL !

C'est à ce moment-là que les problèmes surgissent.

On retrouve la fameuse erreur 404 !

Qui n'a jamais rencontré cette erreur !

Vous retrouverez aussi cette erreur lors de la suppression de l'un de vos pages !

Pour éviter les erreurs 404, il y a deux solutions à mettre en place.



La première consiste à ne pas perdre l'utilisateur.

Il faut maîtriser le risque de l'erreur 404.

Mettez en place une redirection 404 vers une page de votre choix. Elle peut être personnalisée si vous avez envie.

La redirection 404 peut se configurer côté hébergeur ou côté backoffice.

La seconde solution est de rechercher tous les liens qui posent problème et de créer des redirections 301 vers :

- Votre page de catégorie pour un produit par exemple ;
- Une page sans rapport, mais peu importante pour votre référencement.

Éviter les liens morts

Ma solution pour trouver ces liens morts réside dans le logiciel « [Screaming Frog](#) ». Il fonctionne très bien.

Installez le logiciel. Saisissez l'adresse Web à analyser puis cliquez sur « commencer ».

Une fois la recherche terminée, mettez-vous sous la vue d'ensemble (côté droit du panel) et descendez jusqu'à la ligne « Erreur du client HTTP(4XX) ».

Cliquez sur cette ligne et regardez dans le panneau de gauche si vous trouvez des erreurs 404.

Mettez en place des redirections 301 dans votre fichier .htaccess. Pour ce faire, insérer les lignes ci-dessous dans votre fichier .htaccess.

```
# redirection 301
```

```
Redirect 301 /vielle-page.html
```

```
https://www.monsite.fr/nouvelle-page.html
```

Dans le cas où vous utiliseriez un CMS comme WordPress, il est plus simple de mettre un module de redirection tel que « [Yoast Seo Premium](#) » ou « [Redirection](#) ».

Vous n'aurez plus qu'à entrer les adresses des pages supprimées ainsi que leurs pages de redirections.

Pensez ensuite à demander aux moteurs de recherche une désindexation des pages inexistantes.

Cela se réalise à partir de la « **Google search console** ».

En matière de référencement, les moteurs de recherche n'aiment pas les sites qui ont des URLs perdues.

Leurs classements s'en font ressentir très vite.

Pour conclure

J'ai utilisé sur cet article toutes les optimisations que je vous ai montrées. Vous avez même eu l'occasion de les tester.

Elles sont simples à mettre en œuvre pour peu que vous les connaissiez.

N'hésitez pas à les appliquer, car le référencement entre de plus en plus dans les détails.

Même si certains experts prétendent que ces optimisations ne sont plus d'actualité dites-vous que Google avance, mais jamais sans perdre d'acquis !