

# Sommaire

<b>Avant-propos</b>	<b>i</b>
Qu'allez-vous apprendre en lisant ce livre? . . . . .	i
Comment lire ce livre? . . . . .	ii
Remerciements . . . . .	iii
<b>I Introduction au référencement</b>	<b>1</b>
<b>1 Parlons de référencement...</b>	<b>3</b>
Qu'est-ce que le référencement? . . . . .	4
Les clés du référencement . . . . .	6
L'avant et l'après-Google . . . . .	9
<b>2 Bien se préparer pour bien débiter</b>	<b>15</b>
Quel navigateur web choisir? . . . . .	16
Une suite d'extensions à adopter! . . . . .	17
<b>3 Les robots sur le web</b>	<b>21</b>
Introduction aux robots . . . . .	22
Comment fonctionne Google? . . . . .	22
<b>II Optimisez vos pages web pour le référencement</b>	<b>27</b>
<b>4 Concepts de base d'un site « SEO-Friendly »</b>	<b>29</b>

Un site web, du code HTML . . . . .	30
Une question d'ergonomie . . . . .	33
Pensez à votre visiteur! . . . . .	38
<b>5 Communiquez avec Googlebot !</b>	<b>43</b>
Aidez Googlebot à générer le résultat de recherche . . . . .	44
Les meta description et keywords ne sont pas encore morts! . . . . .	46
Interdire l'indexation d'une page avec le meta robots! . . . . .	48
Interdire l'indexation d'un site avec le robots.txt! . . . . .	50
<b>6 Un site web, une arborescence, des URL ! (1/2)</b>	<b>55</b>
La base de l'URL : le nom de domaine! . . . . .	56
Construire des URL "SEO-Friendly" . . . . .	58
Problématique des URL dynamiques . . . . .	63
<b>7 Un site web, une arborescence, des URL ! (2/2)</b>	<b>67</b>
Le Link Juice ou Jus de lien! . . . . .	68
Acheminer le jus à travers son site . . . . .	72
Ne gaspillez pas bêtement votre jus! . . . . .	74
Précisions sur le Google Juice . . . . .	77
<b>8 L'importance des mots-clés !</b>	<b>81</b>
Une question de mots-clés! . . . . .	82
Choisissez vos mots-clés grâce à Google! . . . . .	84
Le concept de la longue traîne . . . . .	86
<b>9 La sémantique et le référencement</b>	<b>89</b>
La sémantique et le référencement . . . . .	90
Le référencement à travers l'évolution du web . . . . .	92
HTML5 et les micro-données de l'avenir . . . . .	94
<b>10 Les pièges à éviter et les bonnes habitudes à prendre</b>	<b>97</b>
Les mauvaises pratiques . . . . .	98
Référencer des sites en AJAX . . . . .	100
Flash et le référencement . . . . .	102

### **III La notoriété de votre site sur le web 105**

#### **11 Les fondements du « Off-page SEO » 107**

Introduction au référencement à l'extérieur . . . . . 108

Des sites de confiance et de qualité . . . . . 109

Retour sur l'histoire de Google . . . . . 110

#### **12 Les backlinks 113**

Que sont les backlinks ? . . . . . 114

Netlinking : inciter les autres à créer des liens . . . . . 115

Un indice : le PageRank . . . . . 118

#### **13 Le référencement grâce aux annuaires 121**

Le référencement grâce aux annuaires . . . . . 122

Inscription sur les annuaires . . . . . 123

Le cas DMOZ (Directory Mozilla) ! . . . . . 124

#### **14 Exploitez intelligemment les réseaux sociaux 127**

Le Social Media Optimization (SMO) . . . . . 128

Facebook : bouton « J'aime » et autres modules . . . . . 130

Twitter et les Tweets ! . . . . . 133

Google+ et le bouton « +1 » . . . . . 136

### **IV Profitez de la suite Google pour webmasters ! 139**

#### **15 Gérez votre site avec Google Outils pour les webmasters 141**

Découverte des outils pour les webmasters . . . . . 142

Accéder aux outils pour les webmasters . . . . . 143

Le tableau de bord des outils pour les webmasters . . . . . 148

Un plan du site pour Googlebot : sitemap.xml . . . . . 155

#### **16 Les statistiques de votre site avec Google Analytics 161**

Google Analytics : c'est quoi ? . . . . . 162

Inscrire son site sur Google Analytics . . . . . 163

Des alternatives à Google Analytics . . . . . 165

<b>17 Monétisez votre site web avec Google Adsense</b>	<b>169</b>
La pub : c'est quoi et à quoi ça sert ? . . . . .	170
Diffuser des publicités sur son site avec Adsense . . . . .	173
Gare à la publicité intrusive! . . . . .	179
<b>18 Créez vos campagnes de publicité avec Google Adwords</b>	<b>183</b>
Google Adwords : les fondamentaux . . . . .	184
Une première campagne Google Adwords . . . . .	186
<b>19 Autres services de Google pour le référencement</b>	<b>189</b>
Le « centre d'aide » de Google pour les webmasters . . . . .	190
Google Trends : les tendances de recherche . . . . .	191
<b>V Annexes et autres ressources</b>	<b>195</b>
<b>20 Découvrez Lynx Browser !</b>	<b>197</b>
Lynx : un navigateur! . . . . .	198
Votre première visite sous Lynx Browser! . . . . .	200
<b>21 Les autres moteurs de recherche</b>	<b>205</b>
Bing : le moteur de recherche de Microsoft . . . . .	206
Qwant, un moteur de recherche français . . . . .	208