

## **LA CRÉATION D'UN SITE WEB**

### **Les différents types de sites**

- > Site vitrine (présentation d'une activité)
- > Site e-commerce (système de paiement)
- > Blog (qui peut être couplé au site vitrine ou e-commerce)
- > Plateforme (+ ou - complexe)

### **Les différentes façons de créer un site web**

- > Les plateformes payantes (wix, 1&1, wordpress.com...)
- > Les CMS (Wordpress, Prestashop, Joomla...)
- > Le code direct (HTML / CSS)

### **L'hébergement et le nom de domaine**

Un site web = des fichiers (code) et une base de données mis en ligne sur un serveur (hébergement) avec une adresse pour y accéder (nom de domaine)

> Un nom de domaine, c'est faire recours aux services des serveurs DNS (Domain Name System) : avoir une adresse

> Comment choisir notre extension de domaine (.com , .fr...) et à quoi fait-elle référence ?  
= .com pour un site dédié à des utilisateurs internationaux, .fr pour de la France, .org pour des organisations.

Choisir un nom court, simple à retenir et à écrire

Trois types d'hébergement :

- Inclus dans les plateformes comme wordpress.com ou blogger
- Mutualisé : plusieurs sites se partagent les ressources d'un serveur
- Dédié : un seul site sur le serveur

Comment choisir son hébergement ?

- Hébergeurs : OVH, O2Switch...
- Prix d'un hébergement (de 2€/mois à bien plus)
- Ce qui va avec : comment choisir notre "deal" (nombre de gigas de stockage sur la base de données, nombre d'adresse mail, trafic limité ou non, utilisateurs simultanés)

Sécurité d'un site web : qu'est-ce qu'un certificat SSL ?

= carte d'identité numérique

= Secure Socket Layer

= chiffrement des données pour éviter une interception

Il y en a un "bas de gamme" qui sert juste à vérifier que vous possédez bien le nom de domaine (SSL DV domain validation), c'est celui qu'on active le plus souvent, souvent gratuit par son hébergeur.

Un certificat SSL est un fichier de données qui lie une clé cryptographique aux informations d'une organisation ou d'un individu.

= le cadenas + https dans la barre d'adresse

Cela permet une connexion sécurisée entre le serveur et le navigateur.

Plusieurs type en fonction du degré de sécurité demandé (infos bancaires etc)

En cliquant sur le cadenas, on a accès à des informations sur la personne qui possède le domaine.

## **INTRODUCTION AU SEO : COMMENT FONCTIONNE LE RÉFÉRENCIEMENT EN 2018?**

### Définition

SEO : Search Engine Optimization = référencement naturel = au final, Google qui concentre + de 90% des requêtes en France  
= gratuit

C'est le fait d'être trouvé sur Google lorsque l'on cherche certains mots-clés.

SEA : Search Engine Advertising (publicité) : Google Adwords

Être premier en référencement naturel est donc différent d'être premier résultat sur Google (1 à 3 annonces payantes précèdent les résultats naturels). Taux de clic sur le premier résultat google : environ 25 à 35%

But du SEO : apporter un maximum d'informations aux robots d'indexation de contenus

Deux phases : le référencement (apparaître dans les résultats) et positionnement (remonter en haut/y rester, sur la durée)

### **Trois piliers du SEO :**

= rédactionnel, netlinking, technique

10% de technique, 30% de rédactionnel, 60% de netlinking.

### **TECHNIQUE :**

- Les URLS
- La compatibilité avec les mobiles

- La sécurité
- La rapidité du site
- Les balises (alt) et la propreté du code

3 types de balises :

- *les balises typographiques*. Elles attribuent un « statut » aux (séquences de) mots dans la page. : strong, italique...
- *les balises stylistiques*. : cohérence visuelle etc (a, href...)
- *les balises structurelles*. bloc hiérarchiques (h1 > h6, p, list...)

> enrichissements typographiques : italique, grasse... considéré comme de l'ajout de valeur par Google

La gestion des images

> Importance des images libres de droit

> Ce qui influence le référencement : balise ALT, légende (à mettre dès qu'on peut), nom du fichier (pas d'accent, pas d'espaces)

> Ne pas oublier que les robots sont aveugles, d'où l'importance de ALT

## RÉDACTIONNEL

Répondre aux exigences des robots de recherche

- Avoir une sémantique riche autour du mot-clé
- Des contenus avec un minimum de 300 ou 400 mots pour une page et environ 600 mots pour un article de blog
- Des contenus de qualité et pertinent pour intéresser les lecteurs et montrer son expertise dans un domaine particulier

## Contenu adapté au web

- Découpez l'information en plusieurs paragraphes
- **Utilisez des intertitres**, surtout dans les textes longs qui font plus de 2 000 caractères (titre en H1, sous titre en H2)
- Mettez les **mots clés en gras**, sans abuser, au risque de gêner la lecture
- Utilisez des phrases courtes environ **15-20 mots** avec un vocabulaire et un style simple, concret, direct, et concis
- **Évitez le jargon**, qu'il soit juridique, administratif, commercial, etc.
- **Adaptez le ton** de votre article à votre cible
- Mettre les informations les plus importantes au début du paragraphe (éviter le survol)
- Éviter au maximum la duplication de contenus, même à l'intérieur de son propre site

Mots-clés : éviter l'effet "keyword centric" et l'optimisation à tout prix

Finalement à force de vouloir traiter une expression, beaucoup oublient de traiter leur sujet.  
= Il faut penser relations thématiques

Méthode Keyword centric (mauvaise méthode)

- *Vacances Puy de dôme, vacances dans le Puy de Dôme, séjour Puy de Dôme, week end Puy de dôme, visiter le Puy de Dôme, etc.*

Bonne méthode :

- *Vacances Puy de dôme, sources minérales, chaîne des Puys , province d'Auvergne, musée régional d'Auvergne, visite du fort d'Espirat, découverte de Thiers, etc.*

*Technique : Supprimez tous les mots clés du texte et relisez le. Sur la copie keyword centrée dès que vous supprimez « Puy de Dôme » il devient de suite très difficile de deviner le thème de l'article. En revanche avec un contenu intégrant les topic connexes, vous avez beau supprimer les occurrences du mot clé « Puy de Dôme », **le reste du contenu demeure suffisamment significatif** pour vous permettre de deviner de quelle région de France il s'agit.*

## NETLINKING

= La gestion des liens (maillage interne et externe)

### Le maillage interne

Définition

= l'ensemble des liens reliant les différentes pages d'un même site entre elles

Cela va permettre aux moteurs de recherche d'accéder à certaines pages moins visibles d'un site web, et leur démontre également la cohérence et la complémentarité des différentes pages d'un site, gage de qualité du site.

Règles

> une des premières règles à respecter est la construction de liens cohérents avec des pages de destinations qui apportent une vraie valeur ajoutée à l'internaute.

= linker des pages qui ont réellement un rapport

= cohérence pour Google

Liens externes :

Backlinks : aller directement sur un autre site, ou une autre page de votre site. Entre autres, Google se base sur ces mêmes backlinks pour ordonnancer les sites internet. La règle est alors simple : plus vous faites de liens externes, meilleur est votre positionnement.

> Le but est donc d'avoir des personnes (sites web fiables) qui pointent vers notre article, ce qui est un gage de qualité. Réseaux sociaux ont leur utilité ici

Qualité du backlink :

- la qualité et la confiance accordées aux sites sur lesquels ils se trouvent
- la proximité thématique des sites sur lesquels ils se trouvent
- le nombre des autres liens externes présents sur la page
- la façon dont le lien est rédigé
- la situation du lien au sein de la page