

## Top 10 des conseils SEO pour améliorer votre stratégie en ligne



Lorsque HTC a créé le [premier article de notre série Idées](#), nous avons rassemblé quelques conseils et astuces pour vous aider à maximiser vos dollars de marketing durant la récession. Nous avons reçu une réaction immense de la part de clients voulant utiliser de nouvelles stratégies en ligne, avec de nouvelles fonctions sur leurs sites web, ou envoyer des messages ciblés. Par-dessus tout, nous avons traité beaucoup de demandes à propos de l'Optimisation d'engin de recherche (SEO), alors nous avons décidé d'aller un peu plus loin que l'essentiel et d'offrir plus de conseils SEO.

### Comment puis-je améliorer la SEO de mon site?

Les algorithmes d'engins de recherche sont devenus beaucoup plus sophistiqués au fil des ans. Autrefois, ajouter des mots clé était suffisant pour produire un impact, mais maintenant, les engins ont jusqu'à 17 façons différentes de juger la valeur de n'importe quelle page de votre site pour déterminer où ce lien se situe dans leur classement. Nous nous sommes déjà penchés un peu sur les Titres de pages, les Descriptions meta et les Liens, alors voici quelques conseils moins connus...



#### 1. Médias sociaux

Google et Bing ont récemment commencé à incorporer des résultats de recherche en direct de Twitter, et ces résultats en direct obtiennent un placement très en vue sur les pages de résultats de recherche. Si vous n'écrivez pas déjà sur Twitter à propos de votre entreprise, ceci pourrait être une bonne avenue pour vous si vous voulez améliorer la visibilité de votre compagnie. Puisque ceci est assez récent, les meilleures pratiques SEO pour Twitter sont encore en discussion, mais il est clair que si vous écrivez du contenu pertinent et original sur une base régulière, cela peut avoir un impact positif sur votre marque (particulièrement à mesure que vous gagnez des partisans).

#### Qu'est-ce que SEO?

Les tactiques d'Optimisation d'engin de recherche (SEO) sont une manière facile et économique d'améliorer les classements d'engins de recherche et de mieux positionner vos offres. Une SEO efficace rend votre site plus facile à indexer par les engins de recherche comme Google, et plus facile à trouver pour les clients potentiels. Plus il est facile de trouver vos offres et/ou votre compagnie, plus votre site générera de prospects.



## 2. Recherche de mots clé

Trouvez des mots clé pour votre industrie et votre marché qui ont moins de compétition, et ajustez le contenu de votre site pour les inclure. Par exemple, "affaire" pourrait avoir moins de compétiteurs que le mot "vente", alors quand vous écrivez une promotion, vous pouvez vous concentrer sur le mot "affaire" (tout en incorporant des synonymes, incluant "vente").



## 3. Mots clé dans les tags <title>

On accorde beaucoup d'importance aux titres de pages, mais il est aussi important que les mots utilisés dans le titre de la page soient également utilisés dans le texte ou le contenu lui-même.



## 4. Contenu de page et description meta

Utilisez des mots clé importants pour votre industrie dans le contenu de page et la description meta. Si vous suivez les # 4 et 5, Google aura plus de chances de "croire" que votre page est à propos d'"Événements" si le titre est Événements ET que la page/description incluent des mots comme "Événement", "Calendrier", "Cérémonie", etc.



## 5. Insérer des liens externes pertinents et crédibles

Sourcer vos statistiques ou mentionner des publications reliées à l'industrie est non seulement de la bonne pratique, mais les engins de recherche sont meilleurs que jamais pour juger de la pertinence de votre contenu par rapport au contenu d'un site externe vers lequel vous avez inséré un lien. Donc insérer des liens pertinents et crédibles qui se rapportent au thème du contenu de votre page, article ou message est plus que de la simple pratique d'écriture: c'est de la bonne SEO parce que cela donne aux engins une idée de votre relation avec d'autres sites.



## 6. Texte alternatif

Lorsque vous ajoutez des images, ayez l'habitude d'ajouter du "Texte alternatif". Parce que les engins de recherche ne peuvent pas "voir" l'image, ils se fient à cette information pour savoir ce que votre image contient lorsque les utilisateurs font des recherches d'images. Ceci est particulièrement important si votre image comprend du texte, comme "Épargnez 20%" ou "Ligne de temps de HTC", parce que cela aide les engins à identifier ce qui est sur votre page. Plus votre texte alternatif est précis, mieux c'est. "T-shirt moyen Dali pour homme, style #1234 – Conçu par John Doe" donne à un engin plus d'information que, disons "T-shirt bleu". Si j'étais un consommateur à la recherche de ce produit spécifique sur Google, j'aurais de meilleures chances de le trouver sur un site avec du texte alternatif bien conçu.



## 7. Nom de fichier des images

En tant que complément au point #6 ci-dessus, au lieu d'enregistrer vos images avec des noms comme Image\_[id].jpg ou DCI0000213.jpg, utiliser un nom plus descriptif comme t-shirt\_dali\_pour\_homme\_Style\_1234.jpg aide aussi à classifier l'image correctement dans les résultats.



### 8. Plans de sites

De temps en temps, il peut valoir la peine de générer un fichier XML de votre plan de site et de le soumettre aux engins de recherche majeurs (Google, Yahoo, Bing, etc.) Ceci les invite à parcourir votre site, et est utile après des mises à jour impliquant des changements à l'architecture.



### 9. Domaine de premier niveau

Votre domaine de premier niveau affectera où Google retournera vos liens dans les résultats de recherche. Maintenant que les engins de recherche géo-localisent (identifient d'où vous surfez), ils déterminent une partie de la pertinence des liens par votre domaine de premier niveau. Donc si je suis au Canada et que je cherche des articles pour animaux, un site avec un nom de domaine de premier niveau .ca a une meilleure chance d'apparaître haut sur la liste qu'un site avec un nom de domaine premier niveau .com.

### 10. Durée du contrat du nom de domaine



Si vous optez toujours pour un abonnement d'un an, il est possible que votre site ne se voit pas accorder autant d'importance que si vous choisissiez un abonnement plus long (ex: 5 ou 10 ans). Ceci ne tient pas compte du nombre d'années depuis lesquelles vous avez votre abonnement, donc un domaine qui a été renouvelé chaque année depuis dix ans pourrait ne pas concurrencer aussi bien qu'un autre domaine qui est actif depuis deux ans et qui a un abonnement de dix ans. Ceci est basé sur une simple prémisse: si vous vous êtes engagé envers un domaine pour 10 ans, votre site a plus de chances de rester qu'un autre site sur un contrat d'un an.

Pour plus d'informations sur comment faire la transition de l'imprimé au Web,  
contactez **Tom Kouri** ou **Freddy Davy** au **514-739-2461**.

