

Méthodologie de référencement.

Issus du site :

<http://methodologies.abondance.com/referencement.html>

Voici une **méthodologie** en 12 points, à prendre en considération de façon chronologique, afin de procéder au mieux au **référencement** de votre site web. A vous de la suivre pas à pas ou de l'affiner au gré de vos expériences...

• Tout d'abord, avant de mettre en place une stratégie de référencement, il faut bien comprendre comment fonctionnent les outils de recherche, ainsi que les différences fondamentales entre les différents outils disponibles, notamment les annuaires et les moteurs de recherche. Pour ceci, relisez nos [FAQs](#) sur la recherche d'information et le référencement.

Puisque vous connaissez maintenant le fonctionnement général de ces outils, allez faire un tour sur les fiches descriptives des principaux [moteurs de recherche](#) francophones et anglophones pour tout savoir sur leurs fonctionnalités. C'est sur ces outils-là qu'il vous faudra effectuer un référencement manuel le plus soigné possible.

Une fois les bases acquises, il vous faut [optimiser les pages web de votre site en suivant notre méthodologie](#), en fonction des critères de pertinence des moteurs, et faire en sorte qu'aucun facteur bloquant n'entrave le futur référencement de votre site. Lire [l'article qui traite spécifiquement de ce point](#) sur le site.

Une fois vos pages optimisées, testez-les sur notre système d'[audit de code HTML](#) qui vous permettra d'affiner au mieux ce travail en vous donnant de nombreuses indications sur la façon de définir au mieux toutes les zones de vos pages en fonction des critères de pertinence des moteurs de recherche. N'hésitez pas à tester votre site [sur nos autres outils gratuits d'audit en ligne](#).

Vous avez optimisé votre site web, et notamment sa page d'accueil ? Votre site est accessible en ligne ? Parfait. Vous pouvez alors utiliser [l'interface de vérification et de soumission manuelle](#) pour référencer votre site sur les outils de recherche majeurs. Concernant ces annuaires et moteurs de recherche, privilégiez toujours un traitement manuel, bien plus efficace que tous les logiciels du monde.

Si certains portails majeurs (Free, Wanadoo...) vous semblent importants par rapport à votre cible, vérifiez [qui leur fournit leur annuaire ou leur moteur](#) et soumettez-leur votre site.

Identifiez les annuaires et moteurs spécifiques de votre activité (commerce électronique, nautisme, santé, agro-alimentaire...) et soumettez-leur également votre site. Pour retrouver ces outils de recherche thématiques, utilisez [des sites qui les recensent](#). Si votre site présente un caractère régional important, soumettez-le également aux [outils de recherche régionaux](#) français.

Soumettre un site n'est pas, hélas, synonyme d'inscription dans les bases de données des outils de recherche. Toutes les 3 à 4 semaines, il vous faut vérifier la présence de votre site grâce à [l'interface manuelle](#). Si votre site a du mal à être présent, notamment sur les outils de recherche francophones, relisez les [articles parus sur chacun d'eux](#) dans la zone abonnés (qui, comme son nom l'indique, est réservée aux internautes ayant payant pour y accéder, mais vous pouvez bien entendu, [vous abonner](#)

Lors de vos phases d'optimisation et de référencement, suivez toujours la [charte de qualité et de déontologie](#) édictée par l'IPEA-SMA et validée à l'époque par les annuaires et moteurs francophones majeurs. Elle reste globalement valable aujourd'hui encore.

Les moteurs de recherche sont également de plus en plus sensibles à l'indice de popularité des sites (le nombre de liens depuis le Web vers vos pages ainsi que leur "qualité" - i.e. la popularité des pages qui les contiennent). [Calculez le vôtre](#) et augmentez-le en faisant une large campagne d'échange de liens avec des sites "cousins" (complémentaires mais non concurrents).

Une fois que votre site est inscrit partout (bravo !), faites, tous les trimestres ou tous les semestres, une "révision" du référencement : vérifiez que votre site est présent partout et, dans le cas contraire, refaites une phase de soumission grâce à [l'interface manuelle](#).

Votre site est maintenant bien référencé. Tenez-vous au courant de [l'actualité des outils de recherche](#), et tout se passera bien. Ah oui, on oubliait, pour vraiment tout savoir du référencement, lisez [un bon ouvrage sur le sujet](#) ! :-)

Mais surtout, rappelez-vous bien que le meilleur facteur de création de trafic reste **le contenu de votre site web**. Un bon référencement peut certes drainer des milliers de visiteurs sur vos pages, mais le meilleur moyen de les faire rester et, mieux, revenir, est de répondre à leurs attentes. Même un bon référencement ne peut rien contre un site creux... Et fidéliser un internaute déjà venu est plus rentable que de tenter d'en capter un nouveau...

Enfin, dans cette méthodologie, nous n'avons parlé que de référencement, de présence de vos pages dans les index des annuaires et des moteurs. Il vous est également possible de passer à la vitesse supérieure en procédant à un [positionnement de votre site](#) sur certains mots clés ou expressions.

Si vous ne désirez pas effectuer ce travail tout seul, vous pouvez nous le sous traiter

