

TABLEAU PÉRIODIQUE DU SEO 2019

L'optimisation des moteurs de recherche ressemble à une alchimie pour les non-initiés. Ce tableau sur les facteurs de succès, les meilleures pratiques et les pièges potentiels peut constituer le cadre de votre stratégie de référencement.

Ex

EXEMPLE

EXEMPLE VERTICAL

+3

Importance

Symbole de l'élément

Nom de l'élément

Description

Catégorie

LÉGENDE		
	Programmé automatiquement sur les boutiques Panierdachat	
	À réaliser par l'utilisateur (vous)	
	Qu	QUALITÉ Les pages doivent être bien écrites et intéressantes. CONTENU +3
	Rs	RECHERCHE Recherchez les mots-clés utilisés pour trouver vos produits. CONTENU +3
	Cr	INSPECTION Google doit facilement inspecter les pages de votre site web. ARCHITECTURE +3
	Kw	MOTS-CLÉS Construisez vos pages avec des mots-clés ciblés. CONTENU +2
	Mo	MOBILE Un site optimisé pour les téléphones intelligents et tablettes. ARCHITECTURE +3
	Tt	TITRES Utilisez vos mots-clés dans vos titres (title tag). HTML +3
	Fr	ACTUEL Créez du contenu d'actualité, mettez à jour ou supprimez «l'ancien». CONTENU +2
	Dd	DUPLICATION URL canoniques = Oui Duplication = Non ARCHITECTURE +2
	Ds	DESCRIPTIONS Vos méta-descriptions doivent être pertinentes et attractives. HTML +2
	Mm	MULTIMEDIA Les images, vidéos et audio peuvent distinguer votre contenu. CONTENU +2
	Sp	VITESSE Votre site doit être rapide à charger sur tous les appareils. ARCHITECTURE +2
	St	STRUCTURE Utilisez des schémas pour améliorer vos listes de données. HTML +2
	Au	AUTORITÉ L'autorité est le plus important. Convoitez les liens, partages... CONFIANCE +3
	Va	VALEUR Essayez d'obtenir des liens de sites web de qualité et de confiance. LIENS +3
	Ux	EXPERIENCE UTILISATEUR L'expérience importe plus chaque jour. UTILISATEUR +2
	An	RÉPONSE Créez du contenu qui répond aux questions posées sur Google. CONTENU +2
	Ps	HTTPS Une connexion sécurisée pour vos visiteurs. ARCHITECTURE +2
	Hd	BALISES H Inscrivez vos mots-clés importants dans les balises H1 et H2. HTML +2
	En	ENGAGEMENT Vos visiteurs doivent passer du temps sur vos pages. CONFIANCE +2
	Ac	ANCRÉS Analysez d'obtenir des liens de pages avec des mots-clés similaires. LIENS +2
	Hs	HISTORIQUE Analysez la fréquence de visites de vos visiteurs. UTILISATEUR +1
	Dt	FOND Préférez un contenu pertinent que des mots-clés superficiels. CONTENU +2
	Ur	URLS Utilisez vos mots-clés dans les URLs de vos pages. ARCHITECTURE +1
	Am	AMP Ajoutez le format AMP pour une optimisation de la vitesse sur mobile. HTML +1
	Re	REPUTATION Les sites prennent de l'importance avec le temps. CONFIANCE +1
	Ba	BACKLINKS Plus les liens sont de qualité, mieux c'est. LIENS +1
	In	INTENTION Analysez pourquoi vos visiteurs ont fait cette recherche exacte. UTILISATEUR +1

TOXINES	
CI	CLOAKING (MASQUAGE) Ne montrez pas à Google des pages différentes de vos visiteurs. TOXINES -3
Sc	FAUX LIENS Acheter des liens, spammer des blogues... mauvaise technique. TOXINES -3
Sf	«BOURRAGE» Ne soyez pas excessif dans l'utilisation des listes de mots-clés. TOXINES -2
Hi	CACHER Ajouter des mots-clés invisibles = technique peu appréciée. TOXINES -2
Ar	PIRATAGE N'hébergez pas de contenu piraté. TOXINES -1
Iv	INTRUSIF Trop d'espaces pub, pop-up intrusives sont de mauvaises idées. TOXINES -1
NOUVEAUTÉS	
Voi	VOIX Prenez en compte les recherches vocales via Alexa, Google Home, Siri. NOUVEAUTÉS
Loc	LOCAL Annuaire d'entreprises, sites d'avis, cartes ne sont pas à négliger. NOUVEAUTÉS
Img	IMAGE Les photos et illustrations améliorent le référencement. NOUVEAUTÉS
Vid	VIDEO Les internautes préfèrent voir de l'animation. NOUVEAUTÉS