

Table des matières

Remerciements	1
Introduction	3
Chapitre 1. État de l'art du SEO	5
1.1. Parts de marché des moteurs	5
1.2. Technologies développées et recherche vocale	6
1.2.1. AMP de Google et MIP de Baidu	6
1.2.2. La recherche vocale et les enceintes connectées	8
Chapitre 2. Gestion d'un projet SEO de A à Z	15
2.1. Le cahier des charges ou le <i>brief client</i> à respecter	17
2.2. Le <i>kick-off meeting</i>	18
2.3. Le rétroplanning	19
2.4. Audit technique du site	20
2.5. Mise en place des recommandations techniques	21
2.6. Audit sémantique du site	22
2.7. Étude de mots-clés	23
2.8. Optimisation de contenu	24
2.9. Intégration des contenus optimisés	25
2.10. Audit de liens externes	25
2.11. Recettage technique et sémantique	27
2.12. Suivi, maintenance et <i>reporting</i>	28

Chapitre 3. SEO technique : de la balise HTML à l'URL	33
3.1. Simulation du passage de Google	34
3.2. URL conformes pour le SEO	35
3.3. Raisons des URL non conformes	35
3.4. Pages actives <i>versus</i> pages inactives	36
3.5. Pages actives et inactives x Profondeur	37
3.6. <i>Crawl budget</i> d'un site	38
3.7. Les URL polluantes	39
3.8. Les objectifs de l'AMP, du MIP et de Turbo Pages	40
3.9. Les temps de chargement par typologie de pages	43
3.10. Robots.txt	46
3.11. Sitemap.xml	49
3.12. Pages 404	56
3.13. Redirection 301/302	57
3.14. Plan de démaillage	58
3.15. Plan de canonical	62
3.16. Audit de logs	65
3.17. Balisage méta tags	70
3.18. Balisage <i>heading tags</i>	72
3.19. Balisage <i>hreflang</i>	74
3.20. Balisage attribut alt	77
3.21. Balisage <i>rich snippets</i>	78
3.22. Balisage méta Open Graph	82
3.23. Balisage méta Twitter	83
3.24. Boutons de partage des réseaux sociaux	86
3.25. Gestion du cycle de vie de pages (articles, produits)	88
3.26. Saisonnalité des pages	89
3.27. Pagination de pages dans un site	90
Chapitre 4. SEO sémantique, éditorial et rédaction web	93
4.1. Optimisation de la balise <i>title</i>	93
4.2. Optimisation de la balise méta description	95
4.3. Optimisation des <i>heading titles</i> (H1, H2, H3)	96
4.4. Optimisation des URL (<i>URL rewriting</i>)	98
4.5. Optimisation des contenus textuels	101
4.6. Optimisation du maillage interne	102
4.7. Optimisation des attributs alt pour les images	104
4.8. Optimisation des fils d'Ariane (ancres)	106
4.9. Optimisation des ancres internes et externes	107
4.10. Optimisation des fichiers médias	109

Chapitre 5. Méthodes de netlinking	111
5.1. <i>Guest blogging</i>	112
5.2. Publications externes payantes	114
5.3. <i>Link ninja</i>	115
5.4. <i>Link baiting (inbound marketing)</i>	116
5.5. Tests de produits ou de services.	118
5.6. Participation à des événements	120
5.7. Vidéo marketing	123
5.8. Rédaction de revues de presse.	125
Chapitre 6. L'ingénierie linguistique appliquée au SEO	129
6.1. Ontologies sémantiques	129
6.2. TF-IDF	133
6.3. N-grammes	134
6.4. Entités nommées	136
6.5. SEO et ingénierie linguistique.	139
Chapitre 7. Spécificités du SEO à l'international	143
7.1. SEO Baidu	143
7.2. SEO Yandex	157
7.3. SEO Naver	167
Conclusion	177
Bibliographie	179
Index	181