

Check-list: «Pour être facile à trouver sur Internet»

La condition sine qua non d'une publicité en ligne efficace est un site Internet bien ciblé. Les principales mesures pour optimiser son référencement dans les moteurs de recherche sont récapitulées ci-après.

1. Créer les conditions préalables

<input type="checkbox"/>	Créer les prérequis technologiques: système de gestion du contenu (CMS), serveur Web, protection contre le piratage.
<input type="checkbox"/>	Vérifier la conception actuelle du site et l'adapter: design, textes, images, contenu informatif, éléments interactifs.
<input type="checkbox"/>	Définir les différents responsables pour l'entretien du site: responsable des contenus, des images, des mises à jour, responsable des prises de contact, responsable technique, sécurité.
<input type="checkbox"/>	Analyser les groupes cibles du marketing mix en fonction de leur comportement sur Internet: quels sont les besoins d'information de mes différents groupes cibles? Comment se comportent-ils sur Internet?
<input type="checkbox"/>	Dresser une liste des critères de recherche: quels sont les mots clés utilisés par les internautes pour rechercher les produits et les services que je propose?

2. Optimiser les différentes pages

<input type="checkbox"/>	Pour chaque page (importante), formuler des descriptions et des titres de page parlants dans le CMS.
<input type="checkbox"/>	Donner aux fichiers à télécharger des noms adaptés et compréhensibles.
<input type="checkbox"/>	Donner des noms parlants aux images et aux vidéos, et prévoir des textes de remplacement (au cas où elles ne s'afficheraient pas correctement).
<input type="checkbox"/>	Ne pas utiliser de cadres ni d'animations Flash simples ne pouvant être pris en compte par les moteurs de recherche.
<input type="checkbox"/>	Utiliser des mots clés dans les titres.
<input type="checkbox"/>	Ne pas fournir de textes au format image.
<input type="checkbox"/>	Créer des liens internes entre les pages importantes.

3. Optimiser l'ensemble du site Internet

<input type="checkbox"/>	Opter pour des arborescences peu profondes: ne pas utiliser plus de trois niveaux de navigation.
<input type="checkbox"/>	Enregistrer d'autres noms de domaine et les relier au site.
<input type="checkbox"/>	Exclure de l'indexation des moteurs de recherche les pages accessoires, celles comportant peu de contenu ou du contenu figurant déjà ailleurs.

4. Se créer un réseau

<input type="checkbox"/>	Placer des liens vers votre site sur les sites Internet très fréquentés tels que les portails d'actualités gratuits, Wikipédia, Youtube et autres.
<input type="checkbox"/>	Trouver des partenaires de qualité, pertinents pour votre domaine d'activité, chez qui placer vos liens.
<input type="checkbox"/>	S'inscrire dans les annuaires, par exemple les annuaires téléphoniques officiels et ceux des fédérations du secteur. Éviter toutefois les services d'annuaires frauduleux.

5. Contrôler l'efficacité

<input type="checkbox"/>	Vérifier le positionnement dans la liste de résultats des principaux moteurs de recherche.
<input type="checkbox"/>	Vérifier et compléter la liste de mots clés.
<input type="checkbox"/>	Analyser les statistiques sur le nombre de visiteurs.
<input type="checkbox"/>	Déterminer et mesurer le succès de la publicité et de la vente.
<input type="checkbox"/>	Éventuellement, procéder à un sondage systématique auprès de la clientèle: qui connaît et utilise mon site Internet?

pe – Gestion de la petite entreprise

Edité par PostFinance en collaboration avec l'Institut suisse pour les PME de l'Université de Saint-Gall