

Référencement naturel Google : comment ça marche?

Lancer un site web sans travailler sa visibilité sur le web, c'est comme ouvrir un commerce sans faire de publicité : personne ne saura qu'il existe ! Le SEO est l'ensemble des moyens qui permettent de donner une véritable place à ses pages digitales sur les moteurs de recherche, et se pose comme le premier levier d'acquisition de trafic sur Internet. Mais au fait, comment ça marche, exactement, le référencement naturel sur Google ? Parce qu'il est bon, de temps à autres, de revenir aux fondamentaux, plongeons ensemble dans l'univers du référencement naturel !

Le référencement naturel Google, ça sert à quoi ?

Vu de loin, le SEO a quelque chose de magique. Beaucoup d'internautes ignorent encore que les résultats affichés par Google, lorsqu'ils tapent une requête quelconque, ne sont pas là par hasard - mais qu'ils résultent d'un travail de fond effectué sur chaque page d'un site web. Ils pensent que les liens se positionnent d'eux-mêmes, poussés par la magie des algorithmes.

Or, derrière ces mouvements sur Google, il y a bel et bien une méthode. Ou plutôt un ensemble de méthodes et de techniques, regroupées sous l'appellation SEO (pour Search Engine Optimization). On parle également de référencement naturel, puisque le but du jeu consiste à positionner des pages parmi les premiers résultats Google, de façon « naturelle » (sans verser de l'argent au moteur de recherche).

Sans référencement naturel Google, une page web n'a aucune chance de ressortir parmi les résultats du moteur (les « SERPs »). Le SEO est donc le levier incontournable pour optimiser sa visibilité et la faire ressortir au milieu d'un océan composé de milliards de pages Internet. Pas de magie, donc - mais une science très évoluée dont les développements ont accompagné l'essor du web.

Comment fonctionne le référencement de site web ?

Pénétrons plus avant dans ce mystère. Pour pouvoir répondre avec pertinence aux demandes des internautes qui effectuent des recherches, Google doit d'abord avoir une idée du contenu des milliards de pages web disponibles. C'est un peu la même chose dans une boutique : si vous voulez proposer un produit à un client, vous devez commencer par connaître votre stock.

Pour ce faire, Google envoie ses robots parcourir la Toile et « crawler » les pages. Celles-ci sont ensuite indexées, gardées en mémoire, puis ressorties à la faveur d'une requête. Lorsque plusieurs pages répondent à une même question, leur positionnement relatif dépend de plusieurs facteurs, et notamment de la pertinence de leur contenu au regard de la requête formulée.

Ces facteurs sont les leviers utilisés par le référencement naturel Google pour :

Garantir le bon « crawl » par les robots de Google, donc la bonne indexation de la page ;

Pousser la page pour qu'elle bénéficie du meilleur positionnement possible, en optimisant sa pertinence à la fois pour Google et pour les internautes.

En somme, le SEO est une course : l'objectif, c'est d'arriver premier. Et pour cela, il ne s'agit pas de courir le plus vite - il faut partir à point, comme dans la fable, et adopter un rythme régulier sur une longue distance. Aussi, il faut toujours garder à l'esprit que la cible à privilégier dans le cadre du référencement naturel n'est pas Google, mais l'utilisateur qui se trouve derrière son écran (d'ordinateur ou de smartphone).

Quels sont les leviers utilisés pour le référencement SEO ?

Évidemment, le nombre de paramètres à prendre en compte est proportionnel à la vastitude du territoire à couvrir. En matière de référencement naturel Google, vos rivaux sont potentiellement des millions : parvenir à les devancer tous pour arriver premier sur les SERPs exige donc un important travail.

Raison pour laquelle les leviers du référencement naturel Google sont nombreux - plus de 200, en perpétuelle évolution au gré des mises à jour et des changements dans les habitudes des internautes (par exemple l'essor des usages mobiles ou le boom récent de la recherche vocale, qui contraignent Google et les référenceurs SEO à s'adapter). On divise communément ces leviers en deux catégories :

Le référencement naturel on-page, qui concerne la page web elle-même (son architecture, sa structure, son contenu, les mots-clés utilisés pour la référencer).

Le référencement off-page, qui regarde vers l'extérieur, en direction du web (la popularité du site, les liens qui pointent vers ses pages).

À ces catégories, il faut ajouter d'autres techniques qui viennent s'adosser au référencement naturel Google, comme le SMO (référencement social) ou la notion d'e-réputation. Si vous voulez en savoir plus sur les leviers du SEO, cliquez ici pour découvrir un sondage réalisé auprès de nombreux acteurs du référencement qui donnent leur point de vue sur le présent et l'avenir de leur métier.

Comment se déroule une stratégie de référencement de votre site Internet ?

Vous avez décidé de confier votre référencement naturel Google à une agence spécialisée. Concrètement, comment les choses vont-elles se dérouler ? Et combien est-ce que cette aventure sur le web va vous coûter ? Examinons les différentes étapes d'une stratégie d'optimisation SEO :

La phase d'audit. Toute agence sérieuse vous proposera un audit SEO avant de démarrer. Cette vérification préalable permet de faire le point sur l'existant et de choisir le meilleur plan d'actions pour l'avenir, en s'appuyant sur les particularités de votre métier (choix des mots-clés à travailler, recherche des sites les plus influents dans votre domaine pour y insérer des backlinks, etc.).

La phase d'action. Entre le travail technique sur le site lui-même et la mise en place d'une stratégie de contenu (publication d'articles optimisés sur le blog de votre entreprise et sur d'autres supports), la phase d'actions s'entend sur le long terme. Prévoyez au moins six mois/un an pour obtenir des résultats.

La phase d'analyse. Il n'y a pas de course sans mesure des performances. Régulièrement, vous allez devoir vérifier les résultats de votre référencement naturel Google afin de vous assurer que les choses se passent bien - ou, le cas échéant, afin de corriger la trajectoire pour vous remettre sur les bons rails.

Pour ce qui est du coût, il est difficile d'être catégorique. Une stratégie de référencement de site web

est liée à tant de facteurs distincts (depuis votre domaine d'activité jusqu'à la nature de vos objectifs digitaux, en passant par la taille de votre site) que seul un audit SEO peut vous donner une idée du budget à prévoir.

Une chose est sûre, néanmoins : si les prix vous paraissent bas, c'est qu'il y a anguille sous roche. Une stratégie de référencement naturel Google implique un temps long, du savoir-faire et des heures de travail acharné. Rien de tout ça n'est gratuit. L'avantage, c'est que les fondations posées par le SEO resteront solides pour très longtemps - contrairement au référencement payant qui s'écroule à la seconde où vous coupez le robinet à cash !