



#5 mars 2020

RÉFÉRENCEMENT

L'IMPORTANCE DE LA « RECOMMANDATION » ET L'OPPORTUNITÉ DU RÉSEAU

par Gwenael Rogel | Consultant en webmarketing

Qu'est-ce qui intéresse vraiment Google ?

Google ne souhaite qu'une chose : que les internautes **trouvent ce qu'ils cherchent**.

Comment juger les sites internet ?

Au-delà du **contenu** dont j'ai déjà parlé dans la lettre du dirigeant #3 de mars 2019, Google analyse les sites web à l'instar des magasins où l'on va étudier **l'attitude des passants** et des visiteurs qui passent le pas-de-porte.

Comme dans la « vraie vie »

Outre l'analyse du comportement des visiteurs, **les recommandations aident à évaluer la notoriété**. Dans la vraie vie, le bouche à oreille et les médias façonnent une relative « notoriété » basée sur l'avis de tiers qui forment **un « consensus commun »**.

Dans le monde virtuel, **Google tente de reproduire ce comportement naturel** en scrutant les liens entre les sites Internet qui se recommandent ainsi les uns aux autres.

Les critères d'évaluation SEO

SEO : Search Engine Optimisation
= Référencement naturel

Afin d'évaluer la capacité d'une page ou d'un site Internet à mieux **se positionner sur les moteurs de recherche**, l'un des principaux outils calcule ce qu'on appelle **l'autorité d'une page** et **l'autorité d'un nom de domaine**.



PA : Page authority

DA : Domain authority

PA et **DA** sont les sigles de ces ratios.

Les critères qui composent l'algorithme de Google sont nombreux et il est impossible de les connaître précisément. Néanmoins, **il y a des nombreux facteurs connus pour avoir de l'influence** sur le positionnement naturel dans les moteurs de recherche. Ils sont nombreux et variés comprenant la structure et le contenu du site Internet, mais aussi **une multitude de détails** comme, par exemple, l'âge du nom de domaine, la vitesse d'affichage, l'affichage sur mobile, les liens internes, ...

Le critère le plus puissant qui influence le référencement est **un facteur externe** : les liens entrants ou **backlinks**.



Les backlinks

Un lien qui relie un site A vers un site B est une sorte de « **recommandation de A pour B** ».



L'autorité, un signe de qualité

Plus le lien provient d'une page ou d'un site « d'autorité », plus il transmet un **signal fort** aux moteurs de recherche. La qualité du lien est un élément important, mieux vaut **1 lien qualitatif** plutôt que 10 liens de mauvaise qualité.

Les backlinks toxiques

A contrario, un **grand nombre de liens de mauvaise qualité** peuvent se révéler être toxiques et être considérés par Google comme une stratégie visant à duper les moteurs de recherche. **Il est déconseillé de s'inscrire sur des annuaires qui ne font pas de sélection à l'entrée.**

La thématique

Le backlink provenant d'un site Internet qui partage **la même niche ou le même thème** est d'autant plus puissant qu'il induit **une certaine légitimité dans un domaine précis**. Avec l'intelligence artificielle, l'analyse sémantique des contenus étant de plus en plus poussée, Google comprend de mieux en mieux le sens des contenus et, a fortiori, les liens qui existent entre différentes sources.



Une opportunité pour le réseau?

Qualiarbre a de nombreux avantages intrinsèques à faire valoir.

Une concurrence amicale

L'existence de **liens entre concurrents**, même indirects, n'est pas forcément une chose qui se produit facilement en temps normal (le statut de « concurrent » ne favorise pas ces échanges de bons procédés).

Une vraie niche

Le réseau **Qualiarbre** est, par nature, dans **une niche très précise**, comme nous l'avons vu c'est un point positif.

L'union fait la force pour entraîner tout le monde dans **un cercle vertueux**.

Renforcer son autorité et ne pas se laisser distancer

En misant sur le référencement naturel, la plateforme **Qualiarbre** peut évoluer doucement vers **un outil de recherche d'entreprises d'élagage**.

L'objectif étant de **ne pas se laisser distancer** par les plateformes qui pratiquent **l'uberisation** des services.

Ces plateformes vendent, entre autres, **les services d'élagueurs indépendants** en se positionnant progressivement **sur la première page de Google** dans toutes les régions et villes du monde.

Exemple : **StarOfService** est une des plateformes qui pourrait devenir le **UBER** des services.