



HAL
open science

L'optimisation du référencement d'un site web et la prise en compte des images par Google

Dinh-Hui Hoang

► To cite this version:

Dinh-Hui Hoang. L'optimisation du référencement d'un site web et la prise en compte des images par Google. Sciences de l'information et de la communication. 2008. <dumas-01700623>

HAL Id: dumas-01700623

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01700623v1>

Submitted on 5 Feb 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization



**MASTER 1
INFORMATION - COMMUNICATION – DOCUMENTATION**



PARCOURS : DOCUMENTATION
Spécialité : Sciences de l'Information et du Document

RAPPORT DE STAGE

Mission effectuée du 10 avril au 31 juillet 2008



à l'Agence Neodia Webmarketing
176, rue de grenelle 75 007 Paris

**L'optimisation du référencement d'un site web et
la prise en compte des images par Google.**

Présenté et soutenu par :

Dinh-Hui HOANG

Le 24 juin 2008, à l'UFR IDIST
Université Charles-De-Gaulle Lille 3

Sous la direction de :

M. Eric DELCROIX
Responsable Universitaire

M. Raphaël RICHARD
Tuteur Professionnel

Année universitaire 2007 – 2008

Remerciements

Je tiens à remercier l'ensemble du corps professoral de l'UFR IDIST pour leurs enseignements, notamment monsieur Dominique Cotte et monsieur Eric Delamotte pour leurs conseils et pour m'avoir rassurée quant au bon déroulement de ce stage.

Je remercie mon tuteur universitaire, monsieur Eric Delcroix qui malgré ses occupations a bien voulu me conseiller pour ce mémoire.

Je remercie également mon tuteur professionnel monsieur Raphaël Richard pour son accueil, sa disponibilité, son aide et ses conseils.

Merci à tous mes collègues de l'agence Neodia webmarketing pour leur accueil et leur gentillesse.

Enfin, j'adresse mes remerciements les plus sincères à Valérie Pascault pour son soutien incommensurable, sa disponibilité sans limite, ses conseils et ses encouragements perpétuels.

Table des matières

Remerciements.....	1
Introduction.....	3
Première partie.....	4
I. La structure d'accueil.....	4
A) L'entreprise Neodia webmarketing.....	4
B) Le stage.....	8
Deuxième partie.....	11
II. Mode de fonctionnement du référencement.....	11
A) Présentation générale.....	11
B) Les techniques de référencement.....	12
C) L'optimisation des pages d'un site.....	14
Troisième partie.....	17
III. Le cas du référencement d'images.....	17
A) La prise en compte des images.....	17
B) L'optimisation du référencement d'images.....	19
Conclusion.....	22
Annexes.....	23
Glossaire du référencement.....	34
Bibliographie.....	38
Webographie.....	39

Introduction

Selon les dernières statistiques datant de 2008, il y aurait actuellement plus de 30,6 millions d'internautes en France¹ et le nombre de sites internet dans le monde atteindrait près de 155 583 825 sites². Ces chiffres montrent à quel point internet est devenu un outil indispensable et fait parti de la vie quotidienne de tout le monde.

Tous les jours des sites commerciaux ou non commerciaux voient le jour sur la toile, on y retrouve de tout mais le but commun de ces personnes qui créent leur propre site est de recueillir le plus de visiteurs possibles en faisant exister leur site sur internet. Pour se faire, il est important de bien référencer son site et d'être bien positionné dans les moteurs de recherche puisqu'on considère que la plupart des internautes ne consultent que la première page des résultats d'un moteur. Dans ce cadre, il convient de se demander comment optimiser son site et son contenu en vue de son référencement, et de ce fait, le choix des tags à mettre en place dans les pages d'un site influence-t-il sur le bon référencement du site?

Je vais dans un premier temps faire une présentation de la structure d'accueil en décrivant l'entreprise Neodia webmarketing et mes tâches effectuées lors de ce stage, ensuite dans un deuxième temps, je reviendrai sur la notion de « référencement » en y expliquant le mode de fonctionnement et les techniques pour référencer et optimiser un site et enfin je terminerai en me focalisant sur le cas des images dont la nouvelle tendance tend vers la prise en compte pour l'optimisation des images.

¹ http://www.journaldunet.com/cc/01_internautes/inter_nbr_fr.shtml article du 14/03/08

² http://news.netcraft.com/archives/2008/01/28/january_2008_web_server_survey.html

Première partie

I. La structure d'accueil

1) L'entreprise Neodia webmarketing³ et son fondateur:



Neodia est une agence de dynamisation de sites web, elle est spécialisée dans l'analyse de performances, le search marketing, l'affiliation, la publicité en ligne, l'e-mailing, la fidélisation et les communautés virtuelles. C'est une agence spécialisée dans les opérations de webmarketing pionnière: exploitation des dynamiques web 2.0 pour poursuivre le développement de votre site, relance de sites amorphes,

³ www.neodia.fr site de l'entreprise

exportation via le web, mise à niveau de la politique de référencement, d'affiliation, de partenariats, déblacklisting de sites déréférencés.

La société assiste aussi les départements marketing ou société d'étude de marché à exploiter les données internet de façon plus professionnelles (analyse des produits recherchés par les internautes dans les outils de recherche, analyse des blogs et forums de discussion, détection du volume et de l'origine du trafic de sites concurrents...).

L'approche de Neodia vise à simplifier le quotidien des directeurs marketing, directeurs internet ou directeurs des ventes, en leur indiquant comment augmenter les performances commerciales d'un site quelque soit le marché visé.

L'agence est dirigée par Raphaël Richard qui a réalisé, depuis 1996, des travaux d'exploration dans le domaine de la veille sur internet (cofondateur de Cybion), sur le référencement (fondateur de CVFM⁴), sur l'affiliation et le marketing de la performance (fondateur de 24pm affiliation), du phishing, du positionsquatting, du searchprofiling et du webmarketing (auteur du Papillon Digital).

Il est également intervenant pour le Benchmark Group qui est l'un des acteurs majeurs des nouvelles technologies en France et qui édite les sites :

- Le Journal Du Net
- L'internaute
- Le journal des femmes
- Copains d'avant
- EmploiCenter

, il intervient également pour Search Engine strategies et la Chambre de Commerce de Paris mais aussi pour des séminaires de formation en webmarketing et search marketing.

⁴ CVFM = Creating Value For the Millenium, une autre entreprise dirigée par Raphaël Richard fusionnée avec Neodia Webmarketing

Voici l'offre commerciale de l'entreprise Neodia:

Référencement manuel

Paid Inclusion

Conseil

Netlinking

Formation

Logiciels spécialisés

Liens sponsorisés

Autres...

La valeur ajoutée apportée par Neodia s'appuie sur trois piliers

1. l'expérience de son fondateur qui est intervenu sur des opérations de promotion ou de formation pour 50% des entreprises du CAC40 ainsi que sur des centaines d'autres entreprises.
2. un réseau de relations très développé dans le milieu des prestataires internet et des éditeurs de sites en Europe et en Asie,
3. une approche entrepreneuriale du conseil: avoir une vision synthétique des défis à relever et déployer l'énergie qu'il faut pour atteindre les objectifs chiffrés quelque soit le contexte

Neodia fait partie des rares acteurs à pouvoir aider des entreprises qui désirent utiliser Internet pour conquérir à moindre frais des marchés étrangers en les aidant à définir une stratégie adaptée à chaque marché: référencement spécifique dans chaque langue, liens sponsorisés, affiliation, localisation de l'offre (traduction et adaptation aux goûts des consommateurs), mise en place d'un système de gestion de la relation client en plusieurs langues.

Neodia possède des bureaux en France, en Italie, en Tunisie et en Chine via un partenariat avec Bysoft.

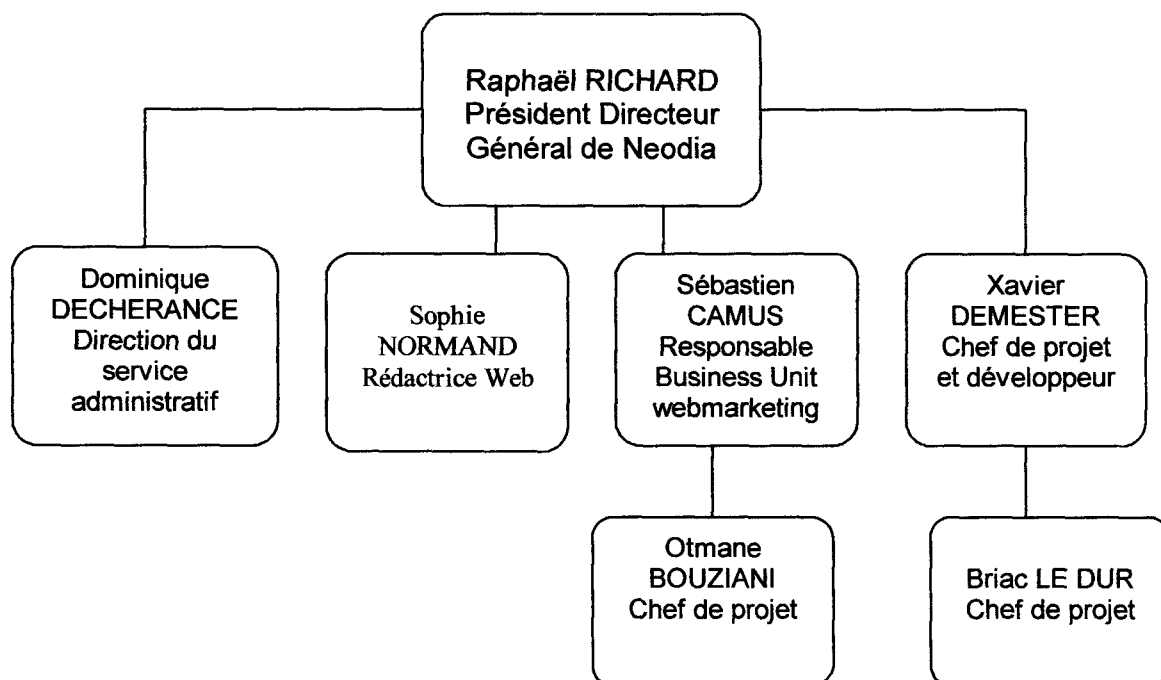
Concrètement, Neodia propose plusieurs types de services:

- analyse du marché et définition d'une stratégie assortie d'objectifs chiffrés
- référencement et campagnes de liens sponsorisés dans 20 langues
- mise en place de partenariats, de réseaux d'affiliation, organisation de campagnes d'e-mailing, envoi de communiqués de presse

- mise en place ou mise à niveau des outils d'analyse de l'audience du site et des ventes générées (sur ou en dehors d'internet)
- benchmark des meilleures approches commerciales des concurrents directs ou indirects

Neodia intervient sur des opérations de Search marketing (liens sponsorisés et référencement naturel) dans le monde entier grâce à des compétences internes multilingues et un réseau de partenaires réunissant plusieurs dizaines de sociétés en Europe, Asie, Afrique, Amérique du nord et latine. Elle propose des prestations de services de qualité en s'appuyant sur un savoir-faire et des technologies développées en interne autour des noms de domaine, du référencement bien sûr mais aussi de l'affiliation et des opérations permettant de générer du trafic sur les sites web de ses clients.

2) L'organigramme



Il y a dix personnes dans l'entreprise qui s'occupent du travail de référencement.

4) Les clients de Neodia



Des centaines
de clients
nous ont fait
confiance

Beaucoup d'entreprises de grandes renommées ont fait appel au moins une fois aux services de Neodia, voici une partie de ces clients depuis les débuts: Cartier, Clarins, Le Louvre, Natixis, Procar, Canal Nu Media, La Redoute, Spray, Auchan, Intermarché, Crédit Local de France, Aquarelle, Degriktour, Link Factory, Connect World, BDDP Tequila Interactive, Matra Communications, Psygnosis, EFE, Citroën, France Telecom, Schneider Electric, Cegos, L'Oréal, IFE, Présidence de la République, Groupe Accor, Les Inrockuptibles, Saint-Gobain, Nouvelles Frontières, Cité des Sciences, Le Figaro, Investir, Perrier, Fi System, Net Force, Jet Tours, Europcar etc

II) Le stage

Mes missions⁵ :

1) Référencement de sites web

Lorsque j'ai commencé mon premier jour de stage, j'ai eu une formation théorique par mon tuteur professionnel sur le référencement, il m'a expliqué en quoi consistait les clés du référencement et comment l'entreprise s'y prenait pour référencer les sites de ses clients.

Après cette formation, mon tuteur des sites à référencer avec une liste de moteurs de recherche et une liste d'annuaires pour inscrire ces sites. Il m'a fallu trouver des mots-clés et rédiger une description pour que les sites soient pris en compte.

⁵ voir annexes

2) Préparation pour l'indexation d'une base de photos

Pour cette mission, j'ai été chargé de classer, de renommer et retoucher une base de près de 9000 photos essentiellement des photos de voyage. Je devais générer des mots clés pour chaque photo dans le cadre d'une réflexion (non obligatoire puisqu'un autre stagiaire aura la charge de le faire) sur la mise en place d'un système d'indexation de photo dans le même genre que la partie photo du site l'internaute <http://photos.linternaute.com/> le but étant aussi que les images soient au mieux référencé dans Google image. Ceci étant une phase de test pour proposer ce système à la société Jet Tours dans le cadre des illustrations de voyage en ligne. Le but étant par exemple pour un voyage en Tunisie sur le site Jet Tours, de faire apparaître une série de photos pertinente qui soit représentative d'un séjour en Tunisie lorsque l'internaute clique sur une rubrique ou lorsqu'il tape sa requête avec le moteur interne de recherche.

3) Fiches descriptives pour un annuaire

Le site enligne.fr édité par Neodia a pour but d'aider n'importe quel internaute à trouver l'information qu'il recherche sur le site. Je devais m'occuper de la partie « Annuaire » .

L'objectif est de créer un annuaire qui propose des descriptions longues de sites et propose soit des liens vers les rubriques internes, soit des liens vers les articles/pages les plus pertinentes afin d'aider l'internaute dans sa navigation.

La durée consacrée a chaque site est de 10 minutes par site pour l'analyse 10 minutes pour la rédaction. Il ne s'agit donc pas d'une analyse approfondie.

Voici le mode opératoire de ma mission :

- Connexion au site, identification du métier de l'entreprise
- listing sommaire des produits ou services proposés par la société ou des contenus
- listing des catégories et des services offerts par le site
- évaluation rapide de l'intérêt de chaque service ou rubrique
- rédaction d'un paragraphe de présentation de l'activité de la société
- rédaction d'un paragraphe de présentation du site

- rédaction d'un paragraphe avec présentation des 5 à 10 principales rubriques.
Création de liens hypertexte à l'intérieur des rubriques.

4) Intégration d'articles, rédaction, indexation sous Joomla

Cette mission là n'était pas prévue à la base, mais lorsque mon tuteur me l'a proposé, je n'ai pas hésité à accepter car cela me permettait d'apprendre à utiliser « Joomla » dont je ne connaissais pas le fonctionnement. J'ai donc eu une initiation pour la version française mais anglaise aussi.

Le premier site sur lequel j'ai travaillé pour cette mission est le site To France <http://www.to-france.fr/> un site en chinois qui a été créé dans le but de guider des touristes chinois dans la ville de Paris, j'ai dû intégrer des articles et faire des modifications quand il le fallait. Pour le deuxième site, c'est un site sur l'écologie www.24pm.com, j'étais en charge d'intégrer des articles, de les améliorer et d'y faire une description et générer des mots-clés pour l'indexation sous Joomla qui se fait automatiquement.

Deuxième partie

II) Mode de fonctionnement du référencement

A. Présentation générale

Définition du référencement

Avant de commencer cette étude sur le référencement, il convient d'en définir le terme « référencement ».

Le référencement est l'action de référencer, c'est-à-dire apparaître dans les moteurs de recherche. Sur internet, faire un lien vers une ressource, c'est y faire référence et donc la référencer. Par vulgarisation, l'action générique d'inscription dans les moteurs de recherche s'est vue appelée référencement. Le référencement de sites web s'axe aujourd'hui autour des outils de recherche, plus particulièrement des moteurs et des annuaires de recherche, alors que cette activité est en réalité comparable à du netlinking. Olivier compare d'ailleurs le référencement à un « supermarché ».

Le référencement de sites web s'articule par la mise en place des deux stratégies distinctes et complémentaires : le référencement naturel et les liens sponsorisés. La première stratégie passe par une phase d'indexation (= prise en compte) du site par les outils de recherche, puis une phase de positionnement de ces sites sur les résultats naturels des outils de recherche lors d'une recherche faite par les internautes. La seconde s'apparente à de la gestion de budgets de publicité.

Ainsi donc on peut se permettre de dire que le référencement est une des principales sources de création de trafic pour un site aujourd'hui. En effet, il permet aux internautes d'accéder à un site sans connaître son adresse.

L'afflux principal provient des moteurs de recherche, mais nombre de visiteurs passent également par des annuaires.

On trouve également de plus en plus de sites de book marks (marque pages), qui permettent aux internautes de conserver les adresses de leurs sites préférés, commerciaux ou non.

B. Les techniques de référencement

1) Moteurs de recherche

Le moteur de recherche de référence est google puisqu'il est utilisé à plus de 80% des cas par les internautes, mais il ne faut néanmoins pas négliger les autres moteurs de recherche.

Un moteur de recherche représente un ensemble de logiciels qui parcourent le web et qui indexent des pages visitées.

Il repose sur trois étapes :

- la collecte d'informations grâce à des crawlers ou spiders qui sont des robots qui parcourent la toile.
- L'indexation des données collectées qui constituent une base de données
- La traitement des requêtes en fonction des critères par la saisie de mots-clés par l'utilisateur.

L'étape d'inscription dans un moteur de recherche consiste simplement à remplir un formulaire avec l'URL de la page d'accueil du site avec une description du site. Il faut noter qu'il n'est pas utilisé de soumettre les URL de chaque pages d'un site car le moteur retrouvera les pages du site via les liens internes du site.

2) Annuaires

Un annuaire est outil de recherche qui recense des sites Web et les classe par catégories (on parle également de rubriques).

Son fonctionnement peut être comparé à celui des annuaires téléphoniques professionnels : l'utilisateur de l'annuaire effectue une recherche par catégorie.

Pour y figurer, un site Web est soumis à l'inscription dans la / les catégories souhaitées au travers de fiches descriptives comprenant en général le titre, l'adresse URL et un bref descriptif allant de 15 à 25 mots maximums. L'annuaire électronique diffère du moteur de recherche. (en annexe)

Un annuaire web ou répertoire web ou annuaire Internet ou répertoire Internet est un site Web proposant une liste classée de sites web.

Le classement se fait typiquement dans une arborescence de catégories, censée couvrir tout ou partie des centres d'intérêt des visiteurs.

Chaque catégorie contient : des sous-catégories concernant des aspects plus pointus d'un sujet donné et des liens agrémentés d'une description. Ces liens sont des URL pointant vers les ressources relatives à la catégorie dans laquelle elles ont été classées.

Les avantages de l'inscription des annuaires

Pour qu'un site soit bien classé par les moteurs de recherche, il est indispensable de multiplier les liens qui pointent vers lui.

L'un des moyens d'obtenir ces liens est de s'inscrire dans les annuaires qui pullulent sur la toile. Il existe pour cela 3 méthodes :

Le référencement payant : des professionnels s'occupent de faire ce travail pour vous. Les heures de travail nécessaires à un bon référencement étant très nombreuses, cette solution est bien entendue trop onéreuse pour un site "personnel". Elle est toutefois intéressante pour un site commercial à condition de choisir son prestataire avec un grand soin (comme dans toute profession, il y a évidemment les bons et... les autres)

Le référencement automatique : réalisé par des sites ou des logiciels spécialisés. Selon la qualité de ces sites et de ces programmes, le résultat est plus ou moins satisfaisant. Osons tout de même dire qu'il ne l'est généralement pas beaucoup ! Si on se lance dans le référencement

pour la première fois, il vaut mieux de fuir ce type de solution. Si vous êtes un pro, vous saurez alors peut-être utiliser ces outils pour en tirer un résultat satisfaisant. Il est vrai que seul un référencement automatique permet de s'enregistrer dans plusieurs milliers d'annuaires. Cela dit, lorsqu'un système vous promet de vous soumettre dans 1000 sites, cela ne signifie pas que vous serez accepté dans ces 1000 sites. La nuance est de taille

Le référencement manuel : Il est simple à réaliser mais consomme un temps considérable si nous ambitionnons d'obtenir un nombre important de liens par ce moyen.

C. L'optimisation des pages d'un site.

On optimise un site internet en vue d'améliorer son positionnement internet France, Europe ou autre, peut être vue très simplement.

Il s'agit de renforcer les mots clés que comporte le site ou de modifier le contenu des pages pour en faire apparaître de nouveaux.

La difficulté réside dans la connaissance des techniques pour ce renforcement, la conservation de l'aspect du site et la transparence des modifications pouvant gêner le visiteur.

Plus la concurrence internet est rude, plus les techniques d'optimisation sont lourdes et les agences webmarketing ne peuvent plus assurer de référencement durable.

A partir d'un certain point, les spécialistes du référencement site web sont sanctionnés par les moteurs de recherche.

Neodia réalise systématiquement une étude de concurrence internet en assurant ainsi un positionnement internet France, Europe ou international basé sur une analyse de mots clés par les outils GOOGLE et YAHOO.

Pour qu'un site soit bien référencé, plusieurs critères doivent être pris en compte pour un référencement efficace. Il faut d'abord penser à optimiser la qualité du

contenu du site avant d'optimiser les *zones chaudes*⁶ c'est-à dire les titres, les textes et autres parties importantes qui constitue les pages d'un site.

Dans le cadre de mon stage, j'ai appris qu'il était primordial lors de la création d'un site de penser en même temps à son référencement et donc d'optimiser dès le début les pages d'un site au lieu de le mettre en ligne sans aucune optimisation car il risque de ne pas bien être référencé.

Voici la méthodologie que procéda Neodia pour une optimisation de sites.

1) Pour optimiser les urls des pages

- Acheter un nom de domaine (.com, .fr, .net...), sans système de redirection.
- Insérer un ou deux mots importants pour votre activité dans le nom de domaine : votre nom, votre activité, etc.
- Essayer de mettre en place un réseau de "petits sites" plutôt qu'un gros portail si cela vous est possible.
- Séparer les mots importants par des tirets dans les énoncés de vos noms de domaine.
- Utiliser également un tiret (-) pour séparer les mots dans l'url des pages et pas d'underscore (_)
- Créer des sous-domaines (motclé.votresite.com) pour faciliter la tâche des internautes et augmenter votre visibilité dans les résultats des moteurs.
- Insérez, si cela est possible, des mots clés importants et intelligibles dans l'intitulé complet de vos URLs (www.votresite.com/epicerie/condiments/sel.html)
- Le plus important : agissez toujours avec loyauté et évitez tout spam, jamais payant à court, moyen ou long terme, sur les moteurs !

Balises <META> Keywords et Description :

Si le moteur les prend en compte, ces balises auront le plus souvent une faible importance. S'il ne les indexe pas, cela ne pénalisera de toute façon pas vos documents. La tendance actuelle (Google, Yahoo! Search, MSN Search) serait plutôt de ne plus indexer ces zones d'information car elles ont donné lieu à trop de "spamdexing" (fraude aux outils de recherche pour mieux positionner des pages pas

⁶ Andrieu, Olivier, *Réussir son référencement web*. Paris : Eyrolles. 2008, p.72

obligatoirement très pertinentes). Ne comptez plus sur ces zones d'infos pour obtenir de bons positionnement sur les moteurs.

2) Pour optimiser les balises "meta" des pages

- Les balises "meta description" sont importantes pour mieux maîtriser la façon dont les moteurs affichent les résumés des pages.
- Une "bonne" balise "meta description" développe le titre de la page et en résume son contenu textuel. Une taille "moyenne" est de 150 à 200 caractères.
- Idéalement, chaque page doit proposer une balise "meta description" qui lui est propre.
- Les balises meta "Keywords" permettent notamment d'indiquer plusieurs formes de mots importants (pluriel/singulier, masculin/féminin, et éventuellement minuscules/majuscules et accentuation) aux moteurs qui prennent en compte leur contenu.
- Il ne faut pas oublier les éventuelles fautes de frappe et d'orthographe qu'il est toujours intéressant d'insérer dans les balises "meta keywords".
- L'indication d'une trentaine, voire une cinquantaine au maximum, de mots clés est la plupart du temps suffisante.

mais les balises "meta keywords" sont aujourd'hui moins importante qu'auparavant.

- A part la balise "meta robots", les autres balises meta ("revisit-after" et consors) n'ont aucune incidence dans le cadre d'un référencement.

Troisième partie

III) Le cas du référencement d'images

A. La prise en compte des images

1) Les formats⁷

Il existe différents formats d'images :

- Le format BMP est un format standard de windows et qui permet d'enregistrer tous les nombres de couleurs possibles, l'intérêt de ce format réside dans le fait qu'il sauvegarde des images sans compression donc sans pertes.
- Le format GIF est l'un des formats les plus utilisés avec JPEG sur le web, c'est un format de compression sans perte autorisant jusqu'à 256 couleurs
- Le format PNG est un nouveau format qui a été conçu pour remplacer le GIF, les avantages sont qu'il compresse mieux que le GIF et permet une transparence, mais le problème étant qu'il n'est pas supporté par toutes les versions des navigateurs web.
- Le format TIFF permet d'enregistrer tous les nombres de couleurs
- Le format JPEG est un format de compression avec perte, il permet de sauvegarder des images en 16 millions de couleurs ou en dégradé de gris, c'est le format pour des photos.

2) Google image

⁷ cf. cours de monsieur Stéphane Chaudiron en « Techniques Documentaires »

Google Image ne fonctionne pas tout à fait de la même façon que Google simple. C'est pour cela que l'optimisation d'un site pour Google Image ne s'effectue pas de la même manière. MSN et Yahoo! possèdent eux aussi une recherche d'images, mais globalement l'optimisation fonctionne pour eux aussi.

Il faut savoir que Google Image (tout comme Google) doit être considéré comme un non voyant, c'est à dire qu'il faut tout bien faire pour qu'il comprenne que telle ou telle image représente cet objet par du texte. Et c'est ce texte qu'il va indexer pour l'image associée. Il faut donc optimiser :

- L'attribut Alt
- Le nom de l'image
- Un texte autour concernant l'image
- Un thème global de la page

3) La recherche universelle

En quoi consiste la recherche universelle tout d'abord ?

Le but de cette nouvelle mise en place est de présenter dans une page de résultats unique des ressources issues de bases de données spécialisées, au lieu de présenter uniquement des résultats web par défaut. Il y aura donc une page mélangeant des résultats de natures différentes dans une même liste de résultats.

4) Système de pagerank pour les images

Il s'est tenu du 21 au 25 avril 2008 du côté de Pékin, l'International World Wide Web Conference. Deux chercheurs présents ont montré ce à quoi pourrait ressembler éventuellement le nouvel algorithme pour la recherche d'images sous Google.

Le principal point serait d'utiliser le PageRank afin de donner un meilleur classement aux recherches d'images faites par un internaute. Le PageRank est une invention de Google qui lui est propre. Depuis l'apparition de la recherche image dans Google, la

pertinence des résultats n'est malheureusement pas toujours au rendez-vous.

Par exemple, une recherche lancée sur la ville de Paris peut nous amener à une photo de la star Paris Hilton en première page. Les exemples sont nombreux et parfois même choquants pour certains internautes qui souhaitent effectuer des recherches sérieuses pour finalement tomber sur des photos à connotation sexuelle.

Bien que démontrée lors de cette conférence, aucune date n'a encore été mentionnée par Google. Pour arriver à un meilleur algorithme du classement des images, Shumeet Baluja et Yushi Jing, les deux chercheurs auteurs du livre *PageRank for Product Image Search*⁸, mentionnent qu'il faut : « traiter les images comme des pages Web et leur similarité comme des liens hypertextes visuels probables (...) Ceci en considérant que les plus "visitées" devraient avoir un meilleur classement que les autres. »

Les images qui auront reçu le plus de cliques par les internautes auront nécessairement un meilleur positionnement dans cet algorithme de recherche d'image. D'où l'importance de prendre dès maintenant en compte le référencement des images.

B. L'optimisation du référencement d'images

Une nouvelle tendance nous oblige à prendre en compte le référencement d'images qui est complémentaire au référencement d'un site.

Voici quelques uns des principaux critères utilisés par les moteurs pour la recherche d'images :

- **Attribut ALT** : il faut remplir systématiquement l'attribut alt de la balise **img** en y mettant une description courte de l'image en y ajoutant quelques mots clés. Il ne faut pas mettre un paragraphe entier ou toute une série de mots, mais la phrase
- utilisée pour cet attribut doit réellement correspondre à l'image et au contexte sémantique de l'image.

⁸ www.esprockets.com/papers/www2008-jing-baluja.pdf

Attribut TITLE : on pourra remplir l'attribut **title** de la balise **img** qu'il ne faut pas confondre avec la balise <title> de la page, en y mettant une autre description de l'image. Pour l'instant cet attribut n'est pas pris en compte par les moteurs de recherche mais il sera visible lorsqu'on passe la souris sur l'image en question.

Nom de fichier :

- Il faut inclure des mots-clés en rapport avec l'image
- Utiliser des séparateurs comme le trait d'union
- Il est par ailleurs préférable de ne pas utiliser d'accents ni de caractères spéciaux et de majuscules.
- pour les photos, il est préférable d'utiliser le format JPEG, et pour les autres images le format PNG ou GIF.
- **Légende** : il faut penser à inclure une légende si possible au-dessus ou au-dessous de l'image ou à côté, car les moteurs analysent le contexte sémantique de l'image et se basent entre autres sur cette légende. Il convient alors de décrire l'image avec des termes légèrement différents de ceux utilisés dans l'attribut **alt**.
- **Fichier robots.txt** : il faut également vérifier l'indexation des images dans le fichier robots.txt n'est pas bloqué.
- **Intégration d'images dans les articles** : j'ai eu l'occasion de mettre en pratique cette phase de l'optimisation lors de mes missions, le but étant de rédiger des articles en incluant des images pour illustrer car ces articles sont susceptibles d'être repris dans d'autres sites qui peuvent pointer vers notre site donc. Voici d'autres critères supposés mais que je n'ai pas personnellement vérifiés :
 - **Balise title** : il faut penser à mettre dans la balise title de la page contenant l'image des mots-clés en rapport avec l'image .
 - **Balise h1** : il faut mettre dans une balise h1 sur la page contenant l'image des mots-clés en rapport avec l'image, cette balise étant nettement préférée à la balise strong.
 - **reste de l'URL** : dans le chemin d'accès à l'image (les répertoires), il faut toujours utiliser des mots-clés en rapport avec l'image
 - **Backlinks de la page hébergeant l'image** : comme pour le référencement classique, il convient de réfléchir à des mots-clés stratégiques dans les textes des liens pointant vers la page incluant l'image

L' Optimisation selon les tailles d'images

il semblerait qu'il soit plus efficace en termes de positionnement d'utiliser des images de grande taille.

Pour la recherche universelle :

David Bailey, ingénieur chez Google, a fourni 5 conseils d'optimisation pour la recherche universelle⁹ :

- Publish high quality, well captioned images
- Create a Google video sitemap
- Update business listings in local business center
- Submit your feed to Google product search
- Create a high-quality company blog

⁹ <http://www.webrankinfo.com/actualites/200802-recherche-universelle-5-conseils-de-google.htm>

Conclusion

On se rend compte que l'optimisation d'un site doit être pris dans son ensemble, cela veut dire que prendre en compte uniquement le contenu du texte n'est pas suffisant à l'heure actuelle où la recherche universelle mise en place par Google est de plus en plus présente dans les pages de résultats, il devient de plus en plus important d'optimiser le référencement d'images même si le site n'en contient pas, il faudra faire en sorte qu'il en contienne pour avoir plus de chance de figurer dans les résultats de recherche, mais il faudra prendre aussi en compte toutes les sources qui peuvent exister sur le site comme des vidéos, des articles, des posts de blogs. Le choix des tags à utiliser constitue donc un élément important à prendre en compte dans le processus d'optimisation.

Annexes

Annexe 1

Description de mes missions par Raphaël RICHARD

L'esprit du stage :

Acquerir des savoir faire aupres d'une des 10 societes expertes dans le referencement dans les moteurs de recherche, qui consistue non seulement la premiere source de trafic et de clients des sites mais est egalement le pilier de leur rentablite.

Le marche du referencement dans les moteurs de recherche represente 15 milliards de dollars a l'echelle de la planete.

Ce que le stagiaire apprendra sur le referencement

Il s'agira d'une introduction aux methodes de bases du referencement qui n'impliquent pas une comprehension fine du fonctionnement d'un site web. Pour memo, l'agence CVFM est un terrain de chasse pour les chasseurs de tete qui sont mandates par les grandes entreprises comme Google pour recruter des specialistes en referencement

1. Référencement de sites web

La societe Neodia possède 60 sites web en 5 langues dont elle doit assurer la maintenance du referencement en permanence dans les moteurs de recherche.

Le referencement est une discipline qui consiste a ameliorer le classement d'un site dans les moteurs de recherche

Pour devenir specialiste en référencement, 2 années d'expérience sont nécessaires

Pour devenir expert, 5 années sont nécessaires

Entre 200 et 400 parametres interviennent dans le classement d'une page dans les pages de resultats de Google.

Acquisition de compétences

- connaissances des technologies de crawling et d'indexation des moteurs de recherche
- compréhension des technologies de publication de contenu sur internet
- capacité a réaliser des travaux de recherche a base de tests A/B

Livrables

- Rapport d'indexation

- Analyse de l'évolution du positionnement
- Analyse concurrentielle

2. Indexation d'une base de données multimedia

Les moteurs de recherche intègrent de plus en plus souvent des résultats images dans leur première page de résultat.

Neodia possède une base de 5000 images en relation avec le tourisme, dont elle projète de faire un usage très spécifique dans le cadre du référencement.

La stagiaire devra mettre en place un système d'indexation simple des images qui permette de réaliser des recherches complexes a base de mots clés sur ces images

Il n'existe a l'heure actuelle presque aucun spécialiste de l'indexation d'image dans les moteurs de recherche et Neodia est actuellement en train de développer cette spécialité.

Elle utilisera ce savoir faire pour le compte de clients tels qu'Europcar ou Jet Tours.

Le stagiaire travaillera en collaboration avec le fondateur de l'entreprise sur la mise en place d'une methologie d'indexation d'images et

Acquisition de competences

Comprehension des technologies d'indexation des images par les moteurs de recherche

Comprehension des differents usages envisages pour cette base image dans les 5 prochaines annees.

Livrables

Base de 5000 images indexees.

Methodologie d'indexation de base de données images pour les moteurs de recherche d'internet

3. Gestion d'annuaires

Neodia édite une dizaine d'annuaire generaliste ou thématique (tourisme, finance, bourse, thalassothérapie, feeds RSS...) et souhaite étoffer leur contenu ainsi que le nombre de reference.

Neodia projette d'en lancer un nouveau par mois en 2008.

La stagiaire travaillera avec le fondateur de la societe sur le lancement d'un annuaire et sur la mise à niveau des autres annuaires, soit en améliorant leur contenu, soit en travaillant sur leur structure

Acquisition de competences

Gestion d'annuaire

Creation d'annuaire dont la structure et le contenu permettent d'optimiser leur referencement.

Livrables

Annuaire enrichi

Lancement d'un nouvel annuaire.

Annexe 2

Un entretien avec Irina Kergourlay une spécialiste du référencement par la revue référencement.com pour mieux comprendre dans quelle optique travaille les référenceurs:

http://www.revue-referencement.com/ACTUALITE/interview_Irina_Kergourlay.htm

Quelles sont les principales attentes que vous percevez chez les gestionnaires de site en matière de référencement ?

Le référencement est vu comme la prise en charge globale de la stratégie de visibilité d'un site.

Les responsables de sites attendent de notre part non seulement les résultats du positionnement et l'augmentation du trafic mais avant tout une expertise, une présence et une réactivité. Notre technologie n'est pas tout. Il s'agit de mettre en œuvre notre expertise technique au service du **marketing du site internet**.

La mise en place du référencement passe par les différentes phases : audit technique, analyse marketing et sémantique, sélection des outils de recherche... Toutes n'intéressent pas les gestionnaires de sites. Une des principales attentes des responsables des sites est de pouvoir **mesurer le positionnement** du site sur ses différentes spécificités, représentatives des cibles visées, des terminologies spécifiques, des types de services et de contenus. Souvent ces objectifs sont couplés avec la demande du trafic qualifié, le positionnement dans un environnement proche de ses concurrents et le suivi des points forts et faibles de la visibilité. Nous sommes souvent sollicités pour des questions indirectement liées au référencement mais qui font partie de la stratégie marketing d'un site : gestion des noms de domaines, échanges de liens, études de veille... Les gestionnaires de site intègrent de plus en plus le référencement dans leur problématique globale. Les attentes se retrouvent donc partagées avec d'autres actions marketing.

De quelle manière le référencement est-il perçu par vos clients ? Un outil de promotion de plus ? Une opportunité d'acquisition de trafic ou de communication générale ?

Le référencement est perçu avant tout comme **un des principaux outils de communication et d'acquisition du trafic**. D'ailleurs, son importance est grandissante et peut être considéré comme primordiale ("vitale") pour les sites qui visent avant tout le trafic. Mais il ne faut jamais sous-estimer son rôle de communication générale.

En général, au bout de combien de temps un site apparaît-il dans les résultats des outils de recherche ? Les entreprises sont-elles surprises par les délais ?

Oui, les responsables sont souvent surpris par les délais de la prise en compte. D'une part il s'agit de bien faire la différence entre les moteurs de recherche et les annuaires, les outils gérés par les humains. D'autre part, les délais des prises en compte ne sont ni précisés ni garantis par les responsables des annuaires. Seul le délai de traitement de la demande est spécifié. C'est également le cas des soumissions payantes. Les offres de soumissions payantes sont devenues a priori

obligatoires pour tous les sites des entreprises ou à caractère commercial. L'avantage de ce type d'inscription est la rapidité du traitement et la prise en compte de la demande (toujours sous réserve d'acceptation).

Il faut souvent s'armer de patience quand il s'agit de soumissions gratuites car les délais d'attentes peuvent être parfois très longs.

Les délais de prise en compte du site par les moteurs de recherche et le rafraîchissement des contenus indexés dépendent des outils de recherche. Je vous renvoie vers l'étude du mois d'octobre sur le fonctionnement des outils de recherche et la fraîcheur des bases des principaux moteurs de recherche.

Nous suivons les évolutions des outils de recherche pour intervenir aux moments les plus stratégiques pour la prise en compte du site. Plus les mises à jour des bases des moteurs de recherche sont fréquentes, plus les délais de prises en compte sont rapides.

Quelles sont les raisons pour lesquelles un site peut être rejeté d'un annuaire ?

Tous les annuaires ont le droit de refuser d'inscrire un site internet. Les critères d'acceptation sont proches d'un outil à l'autre, avec des nuances propres. C'est également le cas des offres des soumissions payantes.

La liste des règles essentielles à respecter est disponible pour chaque annuaire.

@position tient compte de tous ces critères et informe le responsable du site en cas de non conformité. Dans la plupart de cas, les sites sont conformes aux critères d'acceptation.

Peut-on joindre des interlocuteurs dans les outils de recherche ?

Oui et non. Tous les outils de recherche proposent une adresse e mail de contact. Presque aucun ne communique les coordonnées téléphoniques. Les contacts doivent être réalisés par des professionnels et dans des cas très précis.

Les classements des outils de recherche sont-ils très changeants ?

Les classements des sites dans les outils de recherche sont bien entendu changeants. La régularité de rafraîchissement des bases des outils de recherche est la principale cause des modifications dans le classement des résultats. Pour mieux comprendre ce phénomène, nous vous proposons ce mois l'étude sur les évolutions dans le fonctionnement de Google les 12 derniers mois. "Google n'a eu de cesse d'apporter des modifications à son rythme de fonctionnement ou à ses algorithmes de classement."

Les responsables de sites estiment-ils que les outils de recherche sont aujourd'hui pertinents ?

La plupart ne sont pas satisfaits des résultats de recherche. Les actions de référencement sont souvent orientées vers les outils de recherche les plus utilisés donc a fortiori les plus pertinents. Ils sont conscients des problématiques qui peuvent se poser : environnement concurrentiel encombré, résultats trop hétéroclites... Mais les outils progressent rapidement et de nouvelles initiatives intéressantes voient le jour.

Comment les responsables des sites perçoivent-ils le référencement ?

Le travail de référencement est avant tout perçu comme une technique. Les responsables de site expriment le besoin d'être formés et informés sur les techniques de référencement. Ils sont attentifs à nos conseils en matière

d'optimisation de leur présence sur les outils de recherche. C'est une vision souvent éphémère : le référencement ne peut pas se limiter à quelques "astuces" qui changent tous les 6 mois (cf article).

Un des points importants c'est l'intégration de référencement dans le projet de création du site web. Les préconisations en matière d'optimisation de référencement du nouveau site ou de la future version du site commencent à faire partie des cahiers de charge. Cela est plus difficile à mettre en œuvre sur un site existant. Dans tous les cas, le référencement est toujours au service du marketing et à l'écoute des évolutions technologiques.

Comment les responsables de site évaluent ils le Retour Sur Investissement du référencement ? Quels sont leurs objectifs ?

Cette notion commence à faire partie intégrante des objectifs de référencement. La plupart des responsables de site ont des objectifs très précis.

L'augmentation du trafic en est un. Il est souvent associé à la demande du **trafic qualifié** (celui qui rapporte du business, du partenariat ou des prospects) ou du trafic spécifique (celui qui permet de mettre en avant un produit, un service ou d'attirer une cible en particulier). De plus, cette demande est accompagnée du besoin d'analyse fine et juste du trafic. Notre expertise de référencement est alors au service de réajustement de la stratégie de positionnement.

Il est souvent difficile de mesurer le Retour Sur Investissement du référencement.

Les outils de mesures (systèmes d'analyse du trafic, fichiers logs...) ne sont pas toujours adaptés à ce type d'analyse. De plus, le référencement comprend aussi une part non mesurable qui contribue à la notoriété du site. Par exemple, l'acquisition de nouveaux internautes a tendance à baisser car une partie est transformée en internautes fidélisés. Néanmoins, de plus en plus de gestionnaires de sites s'intéressent à ce critère et le calcul en fonction des données qu'ils ont.

Parmi d'autres moyens d'évaluation du ROI, je peux citer quelques critères quantitatifs comme le nombre de rapports téléchargés, de produits vendus et de prospects reçus. Il y a d'autre part des critères qualitatifs comme la présence en première page de la liste des réponses et la progression rapide de visibilité. Le RSI (Retour sur Investissement) se mesure avant tout par rapport aux objectifs visés et le type du site : site corporate, marchand, éditorial...

Annexe 3

Sites sur lesquels j'ai fait un travail de référencement :

www.traitement-calvitie.com

Home rechercher...

Traitement de la calvitie Greffe de cheveux Demande d'information Chirurgie

- La chute de cheveux
- La calvitie de l'homme
- La calvitie chez la femme

- Traitement de la calvitie chez l'homme
- Dutastéride
- Finastéride
- Minoxidil
- Traitement de la calvitie chez la femme

Traitement-calvitie.com

Quel traitement contre la calvitie ?

Sites à la une.



J'ai créé ce site pour aider les hommes qui souffrent de calvitie. La mienne a commencé à l'âge de 22 ans. Je suis passé par toutes les phases par lesquelles vous êtes passé: difficulté à accepter le changement d'apparence physique, tests de différents traitements, doute sur mes capacités de séduction, regards "surpris" d'amis que je retrouve avec plusieurs années et qui me font sentir que j'ai "changé"...

Comme la nature m'a accordé, par ailleurs, une excellente santé, j'ai décidé d'accepter ma petite tare, même si tous les jours, j'ai un petit pincement au coeur en constatant que ma calvitie continue de progresser.

Mais, ce n'est pas le choix de tous les hommes et il est légitime de vouloir combattre la calvitie. J'ai donc créé ce site afin de faire un point sur l'ensemble des traitements contre la calvitie.

Guide de la réduction d'impôts



FLASH INFO

La réforme de la fiscalité des droits de succession serait annoncée pour l'été 2007 et non pour 2008 comme cela avait annoncé durant la campagne.

- [Impots reduction.fr](#)
- [Payer Moins d'impôts](#)
- [Defiscalisation](#)
- [Loi Robien](#)
- [Loi Borloo](#)
- [ABC des impôts](#)
- [Questions Réponses](#)
- [Nous contacter](#)

 **PIERRE & vacances**
conseil immobilier

Payez moins d'impôts

Guide indépendant

impots-reduction.fr

Payer moins d'impôts

Conseils gratuits et rapides afin de faire des économies d'impôts !
www.payer-moins-impots.net

Impôts 2008: Calcul

facile, rapide sur vos Revenus 2007, laissez vous Guider !
www.impots-facile.com

Réduction d'impôts

Investissez pour Réduire vos Impôts Bénéficiez de notre
Accompagnement
www.conseil-reduction-impots.fr/

Réduction d'Impôts

Tous Les Dispositifs Immobiliers. Conseils Gratuits et Personnalisés!
www.de-robien.fr

Annonces Google

Réforme des droits de successions annoncée pour l'été 2007

SONDAGE

Le nouveau gouvernement va...

- Fortement abaisser les impôts
- Fortement augmenter les impôts
- Ne pas baisser l'impôt
- Faiblement augmenter les impôts

Voter

Résultats

DERNIERS ARTICLES

- Réforme des droits de successions annoncée pour l'été 2007
- Souscripteur (Assurance Vie)
- Assurance vie



Bonus Ecologique

Le guide de l'écopastille

www.Bonus

ecologique.com

HOME :: 9 Juin 2008

[Annonces Google](#)

[Eco Bonus](#)

[Auto Malus](#)

[Bonus Écologique](#)

[CO2 Sequences](#)

Les voitures bénéficiant du bonus écologique

Des dizaines de modèles Fiat, Renault, Citroën, Peugeot, Mercedes classés en fonction de leur rejet de CO2 et de leur bonus écologique ou de leur malus.

Voitures bénéficiant d'un bonus écologique

Montant	Modèle d'automobile	Émission de CO2 (g/km)	
5000 €	voitures électriques	moins de 60 g	
1000 €	Mercedes Smart	moins de 100 g	
1000 €	Smart Mhd	moins de 100 g	
700 €	Peugeot 107 diesel (1,4 HDi 54ch)	109 g	Peugeot Blue Lion
700 €	Peugeot 107 essence (1,0e 12v 68ch)	109 g	Peugeot Blue Lion
700 €	Fiat 500 1.3 Diesel Multijet 75 ch-CE	110 g	
700 €	Peugeot 206 1,4 HDi 70ch	112g	Peugeot Blue Lion
700 €	Fiat Panda 1.3 Diesel Multijet 70 ch-CE	114 g	

Annexe 4

Site où j'ai fais des longues fiches descriptives pour l'annuaire :

enligne.fr 25,00 €

Chercher avec Google Web enligne.fr

CHAINES

- Voyage
- Ecologie
- Société
- Achats
- Santé
- Beauté
- Techno
- Concours
- Rencontres

SHOPPING

- Crédit
- Automobile

PRATIQUE

- Mairies
- Thalasso
- Bourse en ligne
- Annuaire
- Assistant web

GRATUIT

- Guide achat numérique
- Téléphone Wifi

Pratique ▫ Plan métro Paris Londres Berlin New York ▫ Annuaire téléphone ▫ Plan Velib ▫ Programmes TV ▫ Recettes de Cuisine

Voyage ▫ Hotel ▫ Vols ▫ Séjours ▫ Location de voiture ▫ Croisières

Shopping ▫ Annuaire des boutiques en ligne

[Annonces Google](#) [Bourse Ligne](#) [Vente En Ligne](#) [Boursier.com](#) [Alice Internet](#)

Economies enligne.fr

100€ de réduction tous les mois
Abonnez-vous à notre newsletter: nous traquons pour vous les économies sur les impôts, sur les achats internet et sur les dépenses d'énergie.

Egalement
Plan de maison en bois

Bourse

Guide de la bourse en ligne
Des conseils adaptés pour investir

Préparer son voyage

Voyager Moins Cher, Plus Intelligent

101 astuces pour trouver, un voyage packagé ou organiser son voyage à la carte, trouver meilleurs tarifs, photos ainsi qu'avis d'internautes.

Guides Tourisme

enligne.fr

Chercher avec Google Web enligne.f

Enligne.fr >

CHAINES

- Voyage
- Ecologie
- Société
- Achats
- Santé
- Beauté
- Techno
- Concours
- Rencontres

SHOPPING

- Crédit
- Automobile

PRATIQUE

- Mairies
- Thalasso
- Bourse en ligne
- Annuaire
- Assistant web

GRATUIT

- Guide achat numérique
- Téléphone Wifi

Annuaire

Actualite et Media (3)	Politique et Gouvernement (10)
Alimentation (8)	Sciences (10)
Banque Finance Assurance (6)	Services aux entreprises (7)
Beaute et Sante (5)	Societe (5)
Commerce et Economie (24) ^{new}	Sports et Loisirs (10)
Enseignement et Formation (1)	Voyage (22)

Annonces Google A V

Compte bancaire
Consultez les offres des banques en ligne, vous serez surpris !
www.FranceTransactions.com

Mater et Rencontrer
Rencontre Facile avec Webcam Rencontres, Chat Webcam et Video
Webcam-Rose.com/Rencontres_f

Crédits GE Money Bank
Besoin d'argent rapidement ? Simulation et demande en ligne
credit.gemoneybank.fr

Annexe 5

Sites sur Joomla sur lesquels j'ai travaillé :

<http://www.to-france.fr/>



Panneaux Photovoltaïques
5 à 130Wc la gamme la plus complète
et le moins cher

Voiture Électrique
Achetez votre Voiture Électrique avec le
Crédit Auto Macif à 2,95% !

Annonces Google

24pm environnement Bonus ecologique.com

Journée de l'environnement chez Toyota

Toyota, constructeur automobile le plus positionné sur le créneau communication de la voiture verte avec sa Toyota Prius, se devait de marquer le coup pour la journée de l'environnement, en offrant 5000 plantes dépolluantes dans son show room des Champs Elysées.

Blue Car, la voiture électrique de Bolloré Pininfarina peut-elle remplacer votre voiture essence?

Les précédentes générations de voiture électrique sont mortes dans l'oeuf tellement les contraintes d'usage étaient importantes. Bolloré et Pininfarina lancent fin 2008, la Blue car une voiture électrique dont les performances ont progressé. Plus rapide, plus autonome et meilleure marché, elle bénéficiera vraisemblablement du super bonus écologique à 5000 euros.

recherche...

Guide de l'écologie

- Transports
- Energie
- Isolation
- Recyclage
- Maison écologique
- Droit et Ecologie
- Electroménager
- Publicité et écologie
- Dictionnaire de l'écologie

Glossaire du référencement

Adwords: Il s'agit du service de liens sponsorisés de Google qui vous permet d'être positionner dans ses liens publicitaires, et donc d'être très bien placé.

A utiliser avec parcimonie, ou par un [professionnel des campagnes publicitaires](#).

ALT (l'attribut): C'est un attribut HTML qui permet de mettre un texte à la place d'une image qui ne s'afficherait pas. Elle sert aussi aux déficients visuels, mal voyants et moteurs de recherche. Il faut la remplir pour chacune de nos images, c'est primordial.

Ancre (de lien): C'est l'occurrence sur laquelle les internautes cliquent pour accéder à une page web.

Backlink : ou lien entrant, un backlink est un lien mis en place sur un autre site et pointant vers notre site. Si la page B fait un lien vers la page A, alors B est un backlink de A. Les moteurs de recherche ont basé une partie de leur algorithme sur le calcul de la quantité et de la qualité des backlinks pointant vers notre site.

Balise meta : les balises meta sont des balises html destinées à transmettre des informations concernant notre site aux moteurs de recherches. Il en existe plusieurs, les plus importantes restent la balise TITLE et description.

Black Hat : Techniques de référencement interdites par les moteurs de recherche, à vos risques et périls.

Blacklist : Un site est dit blacklisté lorsqu'il n'apparaît plus sur les pages de résultats. Les blacklistages sont rares et le plus souvent dus à une fraude (techniques de référencement interdites) ou un abus (spam) de la part du webmaster.

Le cloaking: Technique interdite par les moteurs de recherche qui consiste à afficher un contenu différent sur une même page lors de passage d'un robot d'indexation ou d'un visiteur. Cette pratique est lourdement sanctionnée.

Crawl: Le crawl est l'action d'un moteur de recherche lorsqu'il scanne les pages de votre site internet. Il va ensuite classer toutes les informations de sa base de données pour fournir ses résultats.

DMOZ : ou Open Directory Project est un annuaire géré par des milliers de bénévoles. Il est utilisé par de nombreux sites, notamment Google. DMOZ est une référence au niveau des annuaires, cela fait maintenant 10 ans en 2008.

Ferme de liens (farm links) : Ce sont des sites qui ne sont faits que dans le but d'échanger des liens avec d'autres.

Google bombing : Aider un site tiers à se positionner sur une requête en créant et obtenant un nombre de liens très importants avec l'ancre souhaitée. Exemple très connu: De nombreux américains souhaitaient que le site officiel de Georges W. Bush ressort premier sur la requête "miserable failure" sur Google.com, pour jeter le discrédit sur sa campagne et son travail.

Google map: C'est un plan de votre site en xml. Il permet aux moteurs de mieux indexer les sites web grâce à leurs pages mises à jour automatiquement au format XML.

Htaccess : Fichier que l'on met sur son serveur web pour contrôler efficacement les accès des dossiers et fichiers d'un site. Ils peuvent également permettre la réécriture d'URL et les redirections.

Indexation : Action d'un robot de moteur de recherche consistant à sonder et lire des documents sur le web, les analyser (syntaxe, liens, etc.) et finalement les ajouter à l'index du moteur en question.

Linkbaiting : Technique qui donne envie aux internautes de faire des liens vers vous de façon naturelle.

Longue traine : Il s'agit d'occurrence de mots clés plus longues, mais qui sont primordiales pour le référencement d'un e-commerce notamment.

Marketing viral : Techniques qui consiste à utiliser les internautes pour faire votre publicité. Ce système est très efficace avec par exemple des vidéos amusantes, qui vont être transmises aux contacts des internautes et ainsi faire le tour du web !

Netlinking : Création de liens pointant vers votre site.

Pagerank : Spécificité de Google, il s'agit d'un indice de popularité d'une page web, calculé selon un algorithme très complexe. Le Pagerank s'étale sur une échelle de 0 à 10 et chaque page d'un site peut avoir un PageRank différent. Son importance a récemment diminué, il fait cependant toujours parti des 200 critères qu'utilise Google pour classer un site.

Page Satellite : Page conçue pour optimiser le référencement sur certains termes donnés. Cette technique est sanctionnée si le moteur s'en rend compte.

Positionnement: Il s'agit de la position de votre site internet sur les moteurs de recherche sur vos mots clés importants. C'est dans ce domaine qu'intervient le travail de référencement le plus important.

Redirection : technique permettant de rediriger automatiquement un internaute d'une page à une autre.

Referer : Terme anglais indiquant la page 'référante'. Grâce au referer il est donc possible de savoir qui amène des visiteurs sur un site et sur quel mot-clé. C'est la page qui contient le lien vers la page visitée.

ROI : (Return On Investment) le retour sur investissement, très important dans le cadre de campagnes publicitaires par exemple.

Sandbox: (Bac à sable) c'est un ensemble de filtres qu'utilise Google pour pénaliser les sites utilisant des techniques interdites ou du spam, on peut mettre plusieurs mois pour en sortir.

Sitelinks : Ce sont des liens supplémentaires pour un même site lorsqu'il est premier pour un mot clé donné, obtenir cette "récompense" est synonyme d'excellents résultats.

Snippet : Petite description d'un site dans les pages de résultats des moteurs de recherche. Il reprend la balise méta description ou le contenu du début de la page.

Taux de rebond : Il s'agit du pourcentage d'internaute ayant accédé à votre site et l'ayant quitté de suite, il faut qu'il soit le plus faible possible, sinon, votre bande passante en souffrira. Il s'agit d'internaute n'étant pas intéressé par le contenu de votre page, soit parce qu'il n'est pas bon, soit parce qu'il n'est pas en rapport direct avec ce qu'il cherche. (Posez vous des questions s'il est élevé, car un gros trafic avec un gros taux de rebond est INUTILE...).

Url rewriting : Technique permettant de simplifier les url des pages, très utile lorsqu'il s'agit d'un site dynamique.

Bibliographie

Ouvrages

Andrieu, Olivier, *Créer du trafic sur son site Web : conception, référencement, promotion*. Paris : Eyrolles. 2001 (2^{ème} édition).

ISBN 2-212-09178-8

Andrieu, Olivier, Duffez, Olivier, *Google trucs de pros*. Paris : Micro Application. 2004 (1^{ère} édition).

ISBN 2-7429-3654-8

Andrieu, Olivier, *Trouver l'info sur le web*. Paris : Eyrolles. 2001.

ISBN 2-212-11000-6

Andrieu, Olivier, *Réussir son référencement web*. Paris : Eyrolles. 2008 (Réédition).

ISBN 978-2-212-12264-0

Eskenazi, Jean-Pierre, *Comment référencer son site web*. Paris : Webedition. 1999.

ISBN 2-9512348-1-3

Eskenazi, Jean-Pierre, *Comment se rendre visible sur internet*. Paris : Webedition. 2001.

ISBN 2-9517023-0-2

Webographie

Livres blancs

Bertrand, Patrice, *Référencement : ce qu'il faut savoir*. Smile Motoristes Internet.

Clever Age, Recommandations pour le référencement internet. 4 mai 2007.

Première position, *Le référencement naturel : évolution, intérêts et perspectives*. 15 décembre 2005.

Liens sur la recherche et le référencement d'images sur google :

http://www.ext.upmc.fr/urfist/image_numerique/princi_recher.htm

<http://www.rankspirit.com/google.php>

<http://www.googleguide.com/images.html>

<http://www.dailyblogtips.com/check-if-your-images-appear-on-google-image-search/>

Blog :

<http://www.moteurs-news.com/blog/index.php/2007/01/15/67-conseils-pour-optimiser-le-referencement-de-vos-images-et-augmenter-votre-trafic>

Forum :

<http://www.libellules.ch/phpBB2/google-conseils-utilisation-astuces-t17622.html>

Etude récente sur une mise en place du page rank pour les images :

www.esprockets.com/papers/www2008-jing-baluja.pdf

Sites de référence :

Abondance : <http://www.abondance.com>

Search Engine Watch : <http://www.searchenginewatch.com>

Les newsletters du référencement :

La lettre "Actu Moteurs" éditée par Abondance :

<http://lettres.abondance.com/actumoteurs.html>

La revue du référencement d'@position :

<http://news.aposition.com/>

"Search day" édité par Search Engine Watch

<http://www.searchenginewatch.com/about/newsletters.html>