

Comment optimiser une page web pour les moteurs de recherche ? (1ère partie)

Premier article d'une série qui, nous l'espérons, vous permettra de mieux optimiser vos pages web afin de les rendre réactives aux critères de pertinence des moteurs de recherche. Ce mois-ci, nous étudierons les différentes façon de mieux optimiser le titre de vos pages web. Pas si simple...

Nous vous proposons, dans une série d'articles qui seront consacrés à ce thème au fil des mois, de vous indiquer les meilleures pratiques pour optimiser une page web pour les moteurs de recherche. Au sein de ces articles successifs, plusieurs "zones" des pages web seront prises en compte chaque mois : le titre, le texte visible, les balises Meta, les noms de domaine, les urls, etc.

Ce mois-ci, nous allons dans un premier temps tenter de faire le tour de la question au sujet des titres des pages web (balise <TITLE>) : comment les optimiser au mieux pour que ces titres soient les plus réactifs possibles en regard des critères de pertinence des moteurs de recherche ? C'est ce que nous allons voir...

Content is KING, Optimized content is EMPEROR !

Premier point important qu'il nous semble essentiel de souligner avant d'attaquer cette série d'articles : s'il est important de mettre en ligne des pages web optimisées par rapport aux critères de pertinence des outils de recherche, la valeur qualitative du contenu proposé est certainement bien plus importante. En effet, rien ne sert de faire la promotion d'un site web, par le référencement ou par un autre moyen, si ce site ne répond pas aux exigences du public visé au préalable.

La première étape, dans la création d'un site web, sera donc de réfléchir à son contenu et à l'adéquation de ce dernier aux besoins et aux attentes des internautes qui viendront le visiter. C'est essentiel et vital pour le succès d'un tel projet. Comme on le dit depuis près de 10 ans, sur le Web comme souvent ailleurs, CONTENT IS KING !!

Ceci étant dit, cela ne suffit pas toujours... Et en tout cas, il peut réellement être opportun de penser "moteurs de recherche" lorsque vous bâtissez vos pages. Car non seulement vous proposerez en ligne, alors, du bon contenu, mais l'optimisation que vous aurez créée pour vos pages lui donnera une bien meilleure visibilité sur les moteurs de recherche. Dans ce cas, OPTIMIZED CONTENT IS EMPEROR !!

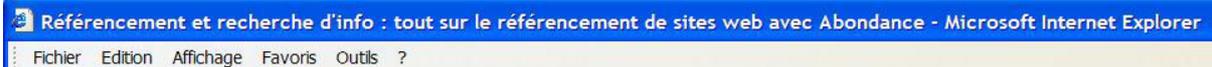
L'erreur serait, à notre avis, de travailler sur l'optimisation des titres, textes et autres balises Meta (nous y reviendrons dans les mois qui viennent) sans avoir auparavant travaillé la qualité du contenu lui-même. Désolé d'insister si lourdement, mais cela nous semble réellement primordial. En effet, si une bonne optimisation vous permettra de faire venir du monde sur vos pages au travers des moteurs, ce n'est pas cela qui fera rester les internautes sur votre site, y faire une ou des action(s) concrète(s), y revenir, qui fera en sorte que le bouche à oreille fonctionne pour faire venir d'autres personnes, etc. C'est le contenu que vous allez proposer en ligne qui va faire la différence entre **trafic efficace, ciblé**, et **trafic stérile**. Ne l'oubliez jamais...

Nous sommes persuadés que le meilleur référencement est celui qui permet, par une bonne et "loyale" optimisation des pages, de faire mieux connaître un contenu de qualité. Et c'est tout à fait possible, comme nous allons le voir dans cette suite d'articles...

Une série d'articles que nous allons donc commencer avec l'optimisation de la balise "Titre"... Un champ essentiel dans le cadre d'une bonne optimisation, puisqu'il est **l'un des critères les plus importants** (pour ne pas dire le plus important) pour la majeure partie des moteurs actuels et notamment Google.

La balise <TITLE>

Le titre d'une page est affiché en haut de la fenêtre de votre navigateur Internet, lorsque vous consultez un site. Exemple ici (sous Windows XP) pour le site abondance.com :



Dans le code HTML des pages web, le titre se situe entre les balises <TITLE> (début de titre) et </TITLE> (fin de titre). Exemple, toujours pour le site Abondance :

```
<title>R&eacute;f&eacute;rencement et recherche d'info : tout sur le  
r&eacute;f&eacute;rencement de sites web avec Abondance</title>
```

Notez ici que les lettres accentuées sont codées en HTML : "é" = "é". Nous y reviendrons dans cet article...

Premier point important : si vous utilisez un éditeur HTML (et il y a de fortes chances pour que cela soit le cas), comme Dreamweaver, Frontpage ou autre Golive, regardez le code HTML lui-même, que l'outil logiciel vous permet de visualiser. Les balises de titre doivent être placées le plus haut possible dans la page. Idéalement, le code source de votre document doit commencer ainsi :

```
<HTML>  
<HEAD>  
<TITLE>Titre de votre page</TITLE>
```

Déplacez **après le titre** les balises <META> (voir articles suivants) ou toute autre information qui serait ajoutée de façon fortuite par votre éditeur HTML entre <HEAD> et <TITLE>. **Plus la balise de titre sera placée haut dans le fichier HTML, meilleures seront vos chances d'optimiser le classement de votre page.**

Libellé du titre

En ce qui concerne le libellé du titre, choisissez une expression qui affiche **le plus possible de mots clés déterminants et caractéristiques de votre activité**, sans pour autant verser dans le spam !

Évitez les expressions banales, comme "Bienvenue", "Homepage" (pire : "Bienvenue sur ma Homepage" ou "Bienvenue sur notre site web"), "Welcome", "Accueil", "Page d'accueil", etc. Tous ces titres sont à proscrire car loins d'être assez descriptifs. Le titre d'une **page d'accueil** doit contenir au moins le nom de votre entreprise / entité / organisme / association (rayez les mentions inutiles ;-)) et décrire en quelques mots son activité.

De même, **n'oubliez pas de donner un titre à vos pages** (le nombre de pages web n'ayant pas de titre - souvent, la mention "Untitled" apparaît dans les résultats des moteurs - sur la toile est considérable !!) ;-)

On s'accorde à penser le plus souvent qu'un titre bien optimisé propose **au plus 10 mots** dans son libellé. Ne proposez donc pas de titres trop longs (plus de 10 termes), certains moteurs semblent ne les apprécier que modérément. Si vous en avez la possibilité, positionnez les termes les plus importants au début du titre.

Attention à **ne pas répéter** trop souvent certains mots clés, cela pourrait être pris pour du spam (fraude) par certains moteurs. Si un mot est répété, essayez d'en espacer le plus possible les occurrences. Par exemple, positionnez un mot important deux fois dans le titre en le plaçant en 1ère et 7ème position. Ou en 2ème et 8ème, etc.

Si un mot précis caractérise de façon quasi-parfaite votre activité (il peut s'agir de votre nom ou d'un terme professionnel ou autre), essayez de la "caser" **deux fois** dans le titre de vos pages. Si possible, tentez de faire en sorte que chaque mot du titre soit unique (non répété) sauf un terme important qui soit proposé en double. Exemple pour la page d'accueil du site Abondance :

```
<title>R&eacute;f&eacute;rencement et recherche d'info : tout sur le  
r&eacute;f&eacute;rencement de sites web avec Abondance</title>
```

Le titre fait moins de 10 mots (si on ne prend pas en compte les articles qui sont le plus souvent des "stop words" ou "mots vides" pour les moteurs) et contient deux fois seulement un mot important ("référencement") pour lequel le titre sera plus particulièrement réactif.

N'oubliez pas les codes HTML pour les **lettres accentuées** (´ pour la lettre é, par exemple), car il s'agit là d'un texte à part entière. Sachez qu'il existe d'autres "écoles" pour le codage - ou non - des lettres accentuées. Certains référenciers ne les codent pas ("é" reste "é" et pas "´"), d'autres les proposent non accentuées, etc. Il ne semble pas exister de "recette miracle" dans ce domaine... A vous de voir la solution qui vous convient le mieux. Sachez cependant que les lettres accentuées non codées en HTML s'affichent parfois mal sur certains navigateurs et que les lettres non accentuées (alors qu'elles devraient l'être) peuvent choquer certains internautes qui pourraient croire à des fautes de frappe ou d'orthographe... Eh oui, n'oubliez jamais que le titre est lu par les internautes !

En effet, le titre est la première information que voit l'utilisateur du réseau lorsqu'un moteur lui présente l'une de vos pages dans ses résultats (la plupart du temps, le titre est ce qui est représenté en plus gros, donc le plus visible, donc ce qui est lu en premier par l'internaute). La formulation doit ainsi être explicite et présenter le contenu du document. L'internaute aura le plus souvent le choix entre dix pages, dix liens, présentées par le moteur comme résultat de sa requête. Il choisira peut-être celle qui proposera le titre le plus clair, le plus descriptif, mais aussi le plus "sexy" par rapport à sa demande. Un bon compromis est à trouver entre la lisibilité et l'efficacité, et donc un placement optimisé des mots clés.

N'oubliez pas que le titre est aussi l'information qui est affichée en premier sur le navigateur lorsqu'on appelle la page. Parfois bien avant que le contenu ne s'affiche !

De plus, lorsqu'un visiteur placera un bookmark (favori) sur votre page, c'est le titre positionné entre les balises <TITLE> et </TITLE> qui sera pris en compte en tant qu'intitulé dans le menu des "marque-pages". Faites donc en sorte que cet intitulé rappelle à l'internaute le contenu proposé.

Pour ce qui est de la casse des lettres (**minuscules ou majuscules**), cela n'a pas réellement d'importance aujourd'hui, les moteurs de recherche traitant de façon indifférente des mots comme IBM, Ibm ou ibm... Choisissez donc l'occurrence qui semble la plus logique pour les termes que vous choisirez. En revanche, n'oubliez pas que si votre titre est réactif au mot clé "chaussures" ou à l'expression "chaussures de tennis", comme celui-ci :

```
<TITLE>Chaussures de tennis pour terre battue, dur et herbe. Des chaussures de marque !</TITLE>
```

Il y a fort peu de chance pour que ce titre soit optimisé pour le singulier : "chaussure"... La plupart des moteurs traitent de façon différente singulier / pluriel, masculin / féminin, etc. Le choix initial des mots clés est donc prédominant...

D'autre part, évitez de créer un titre qui soit une compilation de mots clés, et qui "oublie" de décrire le contenu de la page, même sans répétition frauduleuse :

```
<TITLE>abondance, annuaire, référencement, moteur de recherche...</TITLE>
```

La création de titres efficaces est donc une phase essentielle de la promotion de votre site. A vous de vous entraîner en vous aidant des mots clés que vous avez répertoriés dans votre phase de réflexion préalable sur le référencement. Point important : pour la quasi-totalité des moteurs de recherche, le titre est le critère de pertinence numéro un ! Raison de plus pour le soigner du mieux possible.

Supposons que votre activité consiste à vendre des chaussures de sport, notamment des tennis. Essayez un titre comme :

```
<TITLE>Chaussures de tennis Stela : terre battue, dur et herbe. Paris, France</TITLE>
```

ou :

<TITLE>Stela, fabricant de chaussures de tennis pour terre battue, dur et herbe ` Paris, France</TITLE>

qui sera préférable aux exemples suivants :

<TITLE>Stela : bienvenue</TITLE>

<TITLE>Bienvenue sur le site web de Stela</TITLE>

<TITLE>Chaussures Stela</TITLE>

<TITLE>Chaussures de tennis</TITLE>

Le titre "Bienvenue sur le site web de Stela" est un bon exemple de "cyber hara-kiri". Seul le mot "Stela" pourra faire l'objet d'une recherche par un internaute dans l'intitulé. Malheureusement, c'est le dernier mot du titre...

N'oubliez pas également de donner des **informations géographiques** (ici Paris et France) si vous pensez qu'elles peuvent être importantes dans le cadre d'une recherche.

Certaines sociétés insèrent également leur slogan dans le titre de la page d'accueil. Exemple pour un site d'optique (fictif) :

<TITLE>Etre bien lu, c'est être bien vu</TITLE>

Ce titre réjouira le service "Communication" de l'entreprise puisqu'il affiche son slogan... Mais pour ce qui est du référencement, il est catastrophique car il ne contient ni le nom de l'entreprise, ni de mots décrivant son activité (optique, opticien, lunettes, etc.). Ce type de problème, il est vrai, cause parfois quelques frictions entre le service "Com" et les gens responsables de la promotion "on line" du site ;-). Une solution : laisser la page d'accueil telle quelle et optimiser plutôt les pages internes. Ce n'est pas une solution parfaite, loin de là (la page d'accueil est très importante pour les moteurs) mais faute de grives...

Titres multilingues

Si votre site s'adresse à plusieurs communautés linguistiques, **les pages bilingues ou trilingues sont à déconseiller**. En règle générale, il vaut mieux scinder votre site web en plusieurs entités distinctes, avec des pages différentes, des titres différents, et donc des mots clés différents.

Utiliser des pages qui contiennent du texte en deux langues nécessiterait de créer des titres également bilingues. D'une part, cela induirait des répétitions qui pourraient passer pour du spam. D'autre part, la présence conjointe de mots en français et en anglais risque de désorienter certains internautes, et d'altérer la lisibilité du titre. Enfin, les moteurs n'aiment pas les pages bilingues, car ils ne peuvent y reconnaître une langue unique. Et pour un moteur, lorsqu'il n'y a pas une langue unique, il n'y a pas de langue ! Ainsi, une page en anglais ET en français ne sera peut-être pas trouvée sur Google France avec l'option "Pages francophones"...

Conclusion : un titre = une langue !

Un titre pour chaque page !

Toutes les pages de votre site doivent bien entendu recevoir un titre différent et conforme à leur contenu. Si le titre de la page d'accueil peut être assez généraliste et contenir des mots clés plutôt génériques par rapport à votre activité, n'hésitez pas à proposer des titres de plus en plus précis, contenant des termes de plus en plus pointus au fur et à mesure que l'internaute descendra l'arborescence de votre site !

Ceci est assez logique. La page d'accueil d'un site est souvent très généraliste. Elle présente les grands thèmes qui y sont développés. Logiquement, plus on navigue dans le site, plus on en descend l'arborescence, et plus l'information doit y être précise et pointue. Le titre devant résumer en quelques mots le contenu de vos pages, il est normal qu'il suive la même évolution...

En tout cas, faites en sorte de passer du temps sur les titres de CHACUNE de vos pages, c'est très important. Osons un chiffre : un site web qui affiche des pages ayant chacune un titre optimisé résumant le contenu proposé dans chaque document a déjà fait quasiment 40% du travail de référencement...

Même si votre site est réalisé en frames (fenêtres ou cadres distincts), chacune de vos pages ("pages mères" descriptives des frames et "pages filles" de contenu) doit avoir un bon titre. En effet, pour un moteur de recherche, chaque page web est considérée comme un document à part entière, que ce soit une page "fille" ou une page "mère" dans le cas des frames (pour plus d'informations sur le référencement de sites avec frames, voir l'article intitulé "Comment référencer un site web réalisé avec des frames ou en Flash" paru dans la lettre R&R d'avril 2002).

L'idéal, pour chaque page, serait donc que le titre résume en 10 mots au maximum ce qui est proposé dans la dite page, le tout en contenant les mots clés importants par rapport à ce contenu. Relisez calmement cette phrase, tout y est dit :

- 10 mots au maximum.
- Un titre qui résume le contenu de la page en question.
- Un titre qui contient les mots clés importants par rapport au contenu de cette page.

Dernier conseil : il vaut parfois mieux mettre en ligne **plusieurs petites pages** qui proposent une thématique unique, décrite par un titre performant (émaillé de mots clés bien ciblés) qu'un seul grand document qui traite de sujets divers et qui possède donc un titre plus vague car devant s'adapter à de nombreux thèmes. Plus le sujet traité dans la page sera précis, plus il vous sera possible de créer un titre explicite, donc efficace eu égard aux critères des moteurs de recherche. Ne l'oubliez pas lors de l'élaboration de l'arborescence de votre site !

Le titre des pages de votre site demandera donc à être particulièrement soigné lors de la phase de (re)construction de vos documents Web. N'hésitez pas à suivre les quelques conseils donnés dans cet article, cela devrait grandement aider votre future visibilité... Cela semble vite dit et très simple, mais vous vous apercevrez assez rapidement que c'est loin d'être le cas... Ceci dit, le jeu en vaut réellement la chandelle car un site web proposant un contenu de qualité avec des titres bien faits a fait une bonne part du chemin qui le mène à un bon référencement !

Pour résumer...

Voici quelques conseils pour bien optimiser les titres de vos pages :

- Placez la balise <TITLE> le plus haut possible dans votre code HTML.
- Un titre de page web est avant tout DESCRIPTIF du contenu de la page en question.
- Insérez le plus possible de mots clés déterminants et caractéristiques de votre activité.
- Ne dépassez pas les 10 mots par titre (hors "mots vides").
- Doublez éventuellement un mot important.
- Pas de titre bilingue ou trilingue, etc.
- Le titre doit parfaitement résumer le contenu de la page.
- Le titre d'une page d'accueil est souvent assez générique et se précise au fil de l'arborescence.
- Chaque page de votre site doit avoir un titre qui lui est propre (et qui doit être optimisé).