

Comment choisir un prestataire de référencement ?

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Cet article est une tentative de réponse à certaines questions que se posent de nombreux responsables de sites web : combien coûte un référencement ? Doit-on l'effectuer en interne ou le sous-traiter ? Comment choisir son prestataire de référencement ? Quelles garanties pourra-t-il apporter ? Un référencement gratuit vaut-il la peine ? Voici quelques pistes de réflexion qui vous permettront, du moins nous l'espérons, de prendre les bonnes décisions...

NOTA : cet article est un **extrait du livre** (dont le titre est encore secret :-)) qui va paraître ces jours-ci et qui traite exclusivement de référencement et d'optimisation de sites web en fonction des critères de pertinence des moteurs de recherche.
Plus d'infos très bientôt ici : <http://www.livre-referencement.com/>
Vous recevrez également prochainement un e-mail vous proposant d'acquérir le livre à des conditions financières avantageuses, en tant qu'abonné professionnel à la lettre "Recherche & Référencement"...

En termes de référencement et de moteurs de recherche, plusieurs questions reviennent souvent sur les forums et dans les messages que nous recevons sur le site Abondance.com : "Combien coûte un référencement ?", "Comment choisir un prestataire ?", "Est-il possible de garantir un positionnement ?", "Est-il possible de gérer soi-même son référencement, en interne de l'entreprise ?", etc.

Ces questions sont complexes et n'amènent pas toujours de réponse unique et évidente. Savez-vous répondre à la question "Combien coûte un site web ?" autrement que par la réponse : "ça dépend" ? Idem pour une question du type : "Dois-je faire mon site moi-même ou le confier à un professionnel ?" qui amènera invariablement le même type de réponse...

En effet, "cela dépend" de nombreux facteurs :

- Votre structure : site personnel, professionnel indépendant, PME, grand groupe, filiale d'une société étrangère, etc.
- Votre budget : de 0 à plusieurs centaines de milliers d'euros...
- Le temps que vous avez à consacrer à ce projet.
- Vos besoins en termes de nombre de sites, de langues, de mots clés, etc.
- Votre volonté de mesure du travail effectué : positionnement, trafic, calcul du ROI (retour sur investissement), etc.
- Votre connaissance du domaine.
- Etc.

On pourrait multiplier les critères à l'envi, nous en trouverions encore bien d'autres...

Il est ainsi très difficile de répondre à certaines questions sur le référencement... Nous allons cependant tenter de vous apporter, dans cet article, un certain nombre d'éléments qui vous permettront, du moins nous l'espérons, de prendre vos décisions en toute connaissance de cause... Nous allons essayer d'explorer, point après point, sous la forme d'une FAQ (*Frequently Asked Questions*), chaque question qui nous est le plus souvent posée, en tentant d'y apporter les réponses les plus claires possibles...

Doit-on sous-traiter un référencement ou l'effectuer en interne ?

Avant d'essayer de répondre à cette question, il est nécessaire de bien prendre en considération le fait qu'un site web doit avant tout être "prêt" et donc optimisé pour être réactif aux critères de pertinence des moteurs dès sa mise en ligne.

Plusieurs situations sont alors possibles :

- Vous créez votre site web de toutes pièces. Vous en êtes à la phase de définition du cahier des charges. Dans ce cas, il est absolument nécessaire de prendre en compte les contraintes dûes au référencement dès le départ. Il est surtout primordial de ne pas faire de "bourdes technologiques" comme la création d'un site 100% Flash ou l'absence de réécriture d'url en cas de site dynamique,

etc. Bref, il faut penser "référencement" immédiatement et tout au long de la mise en place conceptuelle et technique de votre site. Vous pouvez vous aider, pour cela, du présent ouvrage (NDLR : à paraître :-) ou vous faire assister d'une société spécialisée dans le référencement qui va suivre, en tant que conseil externe, la réalisation de votre site en inspectant les maquettes successives imaginées par la société qui crée les pages (si vous ne les faites pas vous-même).

Nous insistons sur cette notion de suivi dans le temps car le référencement est souvent synonyme de contraintes que l'on oublie parfois en s'en mordant les doigts par la suite...

Autre solution : vous pouvez choisir une société de création de site web qui est sensibilisée aux techniques de référencement. L'expérience nous montre qu'elles sont assez peu nombreuses mais que, bien heureusement, elles existent ! Cela pourra donc être un critère de choix important lors de votre appel d'offre... Cela vous évitera également de gérer des "conflits" avec cette entreprise lorsqu'il faudra lui expliquer les contraintes dues aux moteurs.

Bref, la situation idéale sera constituée par une société spécialisée dans la création de site, assistée tout au long du projet, par un expert du référencement qui pourra fournir du conseil au fur et à mesure. Vous aurez ainsi la quasi certitude qu'une fois en ligne, vos pages seront bien prises en compte par les moteurs... Mais, encore une fois, rien ne vous empêche de tout faire vous-même... Vous êtes votre seul maître...

- Votre site web est déjà en ligne et n'est pas optimisé. Dans ce cas, vous pouvez entrevoir plusieurs solutions intermédiaires, comme la réécriture des titres des pages (balises TITLE, qui ne modifient pas la charte graphique de votre site) et un certain nombre d'autres pratiques évoquées largement dans cet ouvrage. Bref, vous pouvez "bricoler" (mais on peut faire du bricolage très professionnel) des solutions d'attente en attendant des jours meilleurs, c'est-à-dire une refonte future de votre site, afin de prendre en compte la problématique du référencement dès le départ. Nous sommes persuadés que l'on peut fortement augmenter le trafic issu du référencement uniquement en "colmatant quelques brèches" comme le fait de revoir les titres, de réviser certains textes, d'ajouter des mots clés importants, de réécrire les textes des liens, de mieux gérer les liens vers le site ("backlinks"), etc. Pour le reste, vous pourrez voir plus tard, aucun souci...

Dans ce cadre, vous avez le choix entre le fait d'effectuer ces opérations tout seul, tout en sachant que l'intervention en termes de conseil d'un expert du domaine peut vous faire gagner pas mal de temps et chacun sait que le temps, c'est de l'argent...

NOTE : nous en profitons pour dire ici que l'auteur de cet article ne propose pas de conseil en référencement et n'effectue ce type de prestation que très rarement et de façon exceptionnelle. Nous n'essayons donc pas ici de vous vendre quoi que ce soit :-)

Le "plus" de la sous-traitance par une société ou un expert spécialisé sera également apporté par les outils de suivi : un extranet où vous pourrez regarder vos positionnements au jour le jour, le trafic généré avant et après la prestation, etc. Bref, les rapports d'évaluation du travail effectué seront packagés pour vous grâce à des outils professionnels. C'est loin d'être négligeable...

De plus, le référenceur pourra également intervenir en cas de problème épineux : *url rewriting* très technique, référencement dans des langues moins connues comme le roumain, le chinois ou le russe, etc. Enfin, son métier est également de mener une veille continue sur les moteurs de recherche et leurs algorithmes car c'est un domaine qui bouge beaucoup. En avez-vous le temps de votre côté ?

Bref, on peut dire pour résumer qu'il est possible de faire beaucoup de choses soi-même, en interne, dans le cadre d'un référencement de site web, mais qu'il sera préférable, dès que l'on désirera effectuer un travail réellement professionnel, de s'adjoindre les conseils d'une société experte en référencement afin d'éviter des "bourdes technologiques" et de suivre au plus près l'évolution d'un projet de mise en ligne d'un site...

L'autre solution est d'intégrer une personne spécialisée dans le domaine au sein de votre équipe de gestion du site. Mais ne perdez jamais de vue que le référencement est un métier à part entière et que la personne à qui sera dévolue cette tâche doit être pointue dans ce domaine et détenir de réelles connaissances et - mieux - une bonne expérience. Il ne s'agira pas obligatoirement d'une tâche à plein temps, mais l'optimisation d'un site web pour les moteurs demande des qualités de sérieux, de méthodologie importantes et des connaissances techniques parfois approfondies en cas

de gestion de site "complexe" (fichiers *htaccess*, mise en place d'*url rewriting*, connaissances HTML, CSS et JavaScript, etc.). Ne l'oubliez pas...

Combien coûte un référencement ?

Malheureusement, cette question sera vite traitée car il est impossible d'y répondre, tout comme à la question "Combien coûte un site web ?"... Nous l'allons vu, vous pouvez mener de nombreux travaux par vous-même et cela ne vous coûtera que le temps que vous allez y passer...

Certaines offres "basiques" que l'on trouve en ligne, comprenant quelques conseils et un suivi simple vont coûter quelques centaines d'euros, d'autres offres plus élaborées, avec du conseil sur le choix des mots clés, un important travail d'optimisation de vos pages, un suivi par extranet des positionnements et du trafic généré, etc. seront facturées plusieurs milliers d'euros. Mais nous voyons parfois passer des budgets de plusieurs centaines de milliers d'euros pour des prestations de référencement dans le cadre de projets importants mis en place par de grands groupes...

Puisqu'il faut indiquer des chiffres, nous dirons qu'une prestation "de base", très simple, coûtera environ 500 euros HT par an et qu'une prestation plus évoluée tournera autour de quelques milliers d'euros en fonction des offres proposées. Sur cette base, il est possible de tout imaginer et également des sommes bien plus importantes. Nous en sommes bien conscients... :-)

Un référencement gratuit est-il intéressant ?

Certaines offres de référencement gratuit sont disponibles sur le Web. Sachez clairement que, dans ce cas, vous en aurez "pour votre argent" et qu'il ne faudra pas attendre grand chose de ce type de prestation : pas de conseil, pas de suivi, la plupart du temps, ce seront des logiciels qui soumettront automatiquement votre site à quelques annuaires et moteurs de recherche, ce qui, il faut bien l'avouer, n'est que peu intéressant. Bref, disons que ces offres ont "le mérite d'exister", mais ne venez pas vous plaindre par la suite si elles ne vous apportent que peu de trafic...

Comment choisir son prestataire de référencement ?

Là encore, la réponse n'est pas simple et peut être rattachée à d'autres questions comme "Comment choisir la société qui va créer mon site ?" ou, encore plus général, "comment choisir un prestataire informatique ?".

En plus des critères généraux (bonne santé de la société, nombre de personnes, CA, existence d'un numéro Siret, coût de la prestation, etc.), qui ne sont pas spécifiques du référencement, il existe cependant certains critères à retenir qui nous semblent importants et propres à ce métier :

- Les références et les possibilités de questionner ces clients. Il est souvent très intéressant d'aller voir le site cité en référence par le prestataire envisagé et de regarder comment celui-ci est optimisé : titres, liens, balises meta "description", etc.
- Pages satellites : il nous semble clair qu'il est indispensable d'écarter aujourd'hui toute entreprise qui baserait sa stratégie de référencement sur la création de pages satellites, technique obsolète et clairement interdite par les moteurs. De façon plus générale, la société doit s'engager à ne pas utiliser de techniques considérées comme étant du spam par les moteurs. Mais peu diront qu'elles en utilisent... :-)
- Le site du référenceur lui-même : même si, on le sait, les cordonniers sont souvent les plus mal chaussés, certains points sont intéressants à regarder sur le site de la société de référencement : rédaction des titres, du texte des liens, etc. Par exemple, si le code HTML de la page d'accueil du site contient une balise meta "revisit-after" (qui ne sert à rien et n'est prise en compte par aucun moteur de recherche), vous pouvez avec raison vous poser quelques questions sur le sérieux et les compétences de la société. Passez votre chemin. C'est un exemple parmi tant d'autres, bien sûr... On voit également des sites web soi-disant professionnels vous expliquant encore que les balises meta "keywords" sont essentielles pour le référencement. Hum... Là aussi, allez voir ailleurs... On peut parfois également détecter dans les pages du prestataire quelques signes de spam. Eh oui...

- Le nombre et le nom des outils de recherche proposés. Une grosse dizaine d'outils de recherche thésaurisent l'immense majorité du trafic. Ce n'est donc pas la peine de privilégier des offres quantitatives qui vous font miroiter un référencement sur plusieurs centaines, voire milliers d'outils. Mieux vaut peu de moteurs, mais qu'ils soient bien traités...

- L'honnêteté du prestataire : s'il vous promet la lune et la première position sur le mot clé "hôtel", c'est clairement un escroc ou il est en train de vous vendre du lien sponsorisé en appelant cela "référencement"... Malheureusement, cela arrive beaucoup plus souvent qu'on ne le croit... Attention également aux garanties proposées, dont nous parlerons plus loin dans cet article...

- Le conseil, notamment à la définition des mots clés, qui reste une étape primordiale dans la stratégie de référencement d'un site. Le client a souvent besoin d'un œil extérieur pour bien choisir les termes sur lesquels il va tenter de se positionner. Ce recul nécessaire est souvent amené par le référenceur qui connaît bien les méthodologies de choix des termes à envisager. Mais la société que vous consultez vous propose-t-elle une prestation dans ce sens (ou vous demande-t-elle, de façon basique, "une liste de mots clés"...) ?

- Le contrat et la propriété des démarches effectuées : si certaines optimisations sont effectuées sur votre site, elles doivent vous appartenir, même si vous changez de prestataire par la suite...

- La qualité du suivi : extranet, rapport envoyés par mail, indicateurs de suivi fournis, périodicité des envois, calcul du retour sur investissement, etc. Vous devez absolument pouvoir contrôler la prestation effectuée quand vous le voulez.

- La veille : le prestataire vous fournira-t-il des informations sur les nouveaux moteurs, les évolutions du marché, les nouveautés du domaine ? Cela peut jouer et peser dans la balance.

- Suivi humain : votre projet sera-t-il suivi par un chef de projet ? Pourrez-vous le contacter directement ?

- Charte de qualité : la société en propose-t-elle une ? Que contient-elle ?

- Notez également que la loi sur l'économie numérique de juin 2004 oblige les prestataires à fournir une adresse postale et un numéro de téléphone sur leur site web. Fuyez comme la peste une société qui n'est joignable que par l'intermédiaire d'une adresse e-mail et qui n'est pas géographiquement et juridiquement identifiable... Il se pourrait bien qu'elle disparaisse comme elle est apparue, sans réaliser votre prestation...

Avant de choisir votre prestataire, vous devrez également avoir travaillé de votre côté et expliciter clairement à la future société choisie vos besoins sous la forme d'un cahier des charges qui reprendra, même de façon synthétique, ce que vous voulez - ou ne voulez pas - en termes de référencement : optimisation naturelle, pas de pages satellites, url rewriting éventuel, bref, vous devez jouer cartes sur table afin d'aider l'entreprise à vous suivre dans votre projet...

Deuxième point important : vous devez obtenir des sociétés consultées des devis clairs en termes de prestations effectuées : conseil, réalisation de pages de contenus spécifiques, différentes étapes du projet, technologies éventuelles mises en œuvre, etc. Bref, il va certainement vous falloir comparer des offres diverses et vous devrez demander le plus de détails possible. Evitez comme la peste les prestations de type "boîte noire" dans lesquelles le référenceur garde jalousement ses secrets... qui n'existent d'ailleurs peut-être pas... Vous vous apercevrez bien vite que de nombreux devis sont assez abscons et qu'il est difficile de les comparer d'une entreprise à l'autre. Demandez le plus de précisions possible dès le départ sous peine d'irrecevabilité de la proposition...

Où trouver un prestataire en référencement ?

Il existe de - très - nombreuses sociétés spécialisées en référencement. Certains sites tentent de les... référencer :-). En voici trois :

<http://prestataires.journaldunet.com/competence/27/1/referencement.shtml>

<http://www.seorch.com/>

<http://www.annuaire-referencement.com/>

Parfois, vous serez démarchés directement, par téléphone ou par mail, par l'une d'entre elles. Mais le plus souvent, c'est le bouche à oreille, redoutable sur le Web, qui fera son office et qui vous indiquera les coordonnées d'entreprises sérieuses. Enfin, vous pouvez tenter de taper des mots clés comme "référencement" ou "prestataire en référencement" pour voir qui se positionne sur ces termes... très concurrentiels !

Autre possibilité pour trouver une entreprise spécialisée : passer par une des associations les regroupant. Il en existe peu en France et elles ne semblaient pas très actives à la mi-2006. Mais d'autres, au niveau international, peuvent vous donner plus d'indications. Vous trouverez leurs coordonnées à cette adresse : <http://ressources.abondance.com/associations-referencement.html>...

Quelles garanties un référenceur peut-il proposer ?

On voit, dans les offres des différents prestataires du marché, fleurir de nombreuses notions de "garanties", le plus souvent demandées à cor et à cri par les clients eux-mêmes. Il est pourtant important de se souvenir d'une chose essentielle qui peut être résumée en une phrase : **il est absolument impossible de garantir en référencement "naturel" un positionnement sur un mot clé donné pour un moteur de recherche donné !**

Cette phrase est un axiome évident, à partir du moment où :

- On ne connaît pas parfaitement - loin de là - les algorithmes de pertinence des moteurs de recherche.
- Ceux-ci sont très souvent modifiés (parfois de façon quotidienne) par leurs propriétaires.
- De nouvelles pages optimisées peuvent venir modifier une situation que l'on croyait établie.
- Etc.

En partant du fait qu'une garantie "individuelle" (une position / un mot clé / un moteur) est impossible (tout référenceur proposant ce type d'offre ne pourrait clairement pas obtenir votre assentiment), il existe pourtant un certain nombre de garanties "acceptables" que proposent les entreprises spécialisées, de façon plus globale : par exemple, une cinquantaine de positions en première page sur 100 mots clés et 10 moteurs... Il s'agit plus ici de garanties "statistiques" qui semblent plus honnêtes... On peut imaginer également une garantie sur l'augmentation globale du trafic issu des moteurs de recherche suite à la prestation effectuée.

Désolé, mais il n'est pas possible pour un prestataire de fournir plus de garanties sur le résultat de son travail, puisque celui-ci est basé sur des technologies qui appartiennent aux moteurs de recherche et, donc, qu'il ne contrôle pas... N'hésitez cependant pas à clarifier ce point avec la société avec qui vous envisagez de traiter car, dans certaines propositions, la notion de "garantie" n'est absolument pas expliquée alors qu'il en est fait souvent mention...

Enfin, faites attention à ce que la garantie proposée ne soit pas synonyme d'achat de lien sponsorisé mais bien de travail de positionnement "organique" et d'optimisation de site web... Et oui, on voit de tout sur le Web et si certaines sociétés de référencement sont très sérieuses, il existe un certain nombre de charlatans et d'"apprentis sorciers" à qui il vaut mieux ne pas confier son site... Nous espérons que cet article vous aura donné quelques pistes pour apprendre à mieux les traquer...