Le linkbaiting, ou quand le contenu génère les liens...

Retour au sommaire de la lettre

Le linkbaiting est au Web ce que la prose est à M. Jourdain : une habitude que certains d'entre nous ont sans savoir lui apposer un patronyme... Il s'agit en fait de bâtir une stratégie de mise en ligne de contenus qui attireront les liens hypertexte comme l'appât ("bait") attire le poisson... Il existe de nombreuses façons d'imaginer ce type de contenu. Nous les explorons dans cet article qui vous donne également de nombreux liens vers des articles sur le sujet disponibles sur le Web...

Le *linkbaiting* (ou *link baiting* ou *link-baiting* comme on le voit parfois écrit), vous connaissez ? En fait, il s'agit d'un concept, dont le nom a bien sûr été inventé par les américains mais qui est en lui-même vieux comme le Web... Il s'agit d'appâter (*bait* signifie "appât", "amorce"...) les webmasters par du contenu provoquant une envie "naturelle" de créer un lien vers lui. Bref, de partir à la "pêche aux liens" en créant du contenu, sur votre site web, qui va générer du lien vers lui, donc lui donner une popularité importante !

L'avantage du *linkbaiting* est double :
- Les liens créés de façon quasi instantanée vont créer du trafic direct vers votre site.
- Ces liens vont améliorer votre popularité (PageRank), donc, à un moment ou à un autre, favoriser vos classements dans les pages de résultats des moteurs de reccherche...

L'idée principale du *linkbaiting* est donc de créer du contenu qui attirera les liens de façon naturelle, plutôt que de se lancer dans des campagnes d'"échanges de liens", qui sont souvent très aléatoires et Fastidieuses, ou dans des longues inscriptions dans des annuaires de seconde zone afin de générer du lien parfois bien peu efficace... Le principal inconvénient des campagnes "classiques" d'"échanges de lien" est qu'il est difficile de contacter un site souvent inconnu pour ne lui proposer rien d'autre que ce type de "citation textuelle" d'une page vers une autre et réciproquement. Le taux de perte est parfois monstrueux... De plus, chaque webmaster d'un site un tant soit peu populaire est aujourd'hui assailli par ce type de demande (parfois bien folkloriques d'ailleurs) auxquelles il ne prête plus attention... Quant au message du type "échangeons des liens et nous pourrons ainsi en coeur détourner les algorithmes des moteurs (et plus si affinités)", nous vous laissons seuls juges de leur teneur éthique... Il est en effet temps maintenant de passer à une approche plus "professionnelle" et surtout plus efficace de la notion de "netlinking"...

De nombreuses façons de faire du linkbaiting

Le concept du *linkbaiting* n'est donc pas nouveau, même si le terme pourrait le faire croire. Pourtant, l'idée est intéressante car il existe plusieurs pistes de reflexion que l'on peut prendre en considération pour "créer du contenu attractif". Pour cela, il vous faut mettre en place des "articles hameçons" qui vont servir à "ferrer le lien" (pour reprendre l'analogie avec la pêche, suscitée par le terme "bait"). Par exemple :

- Créer un concours de sites web, de blogs, de personnalités, etc. qui va faire parler de lui. Ou un sondage de type "Oscars" ou "Awards" pour élire un site ou une personne, là encore. Ou une enquête en ligne sur un sujet "dont on parle"... De même, un jeu peut avoir le même impact s'il est original (mais attention, il existe de très nombreux jeux sur le Web...).

- Une interview exclusive d'une personnalité peut également susciter du lien si elle contient des informations intéressantes, nouvelles et pertinentes.

- Publier sur son site un article "coup de poing", ou "coup de gueule", bien argumenté cependant, qui nourrira le "buzz" (ou bouche à oreille numérique), notamment dans la blogosphère. Les contenus assez personnels du type "je ne suis pas d'accord avec...", s'ils sont bien écrits et bien argumentés, peuvent créer un fort afflux de liens... Attention cependant : si vous écrivez ce type d'article, vous devez bénéficier d'un minimum de crédibilité sur la Toile pour faire valoir vos arguments... N'oubliez pas, également, de rester courtois et constructif dans vos arguments sans diffamer quiconque... L'attaque gratuite ne vous aménera pas obligatoirement des retours très positifs... Sachez également que la polémique peut rapidement amener des réactions plus ou moins violentes d'autres internautes. On récolte parfois ce que l'on sème... Mais une opinion tranchée, intelligente, sur un sujet porteur est toujours la bienvenue si, là encore, elle est bien argumentée.

- Il est toujours possible de reprendre en français des rumeurs lues sur des sites anglais (ou entendues dans des salons parisiens :-)). Mais attention, ce ne seront que des rumeurs donc il faudra peut-être les présenter comme telles...

- La traduction en français d'articles anglais intéressants peut également être une piste valable. N'oubliez pas, bien entendu, de citer votre source et d'indiquer clairement que votre travail s'est "limité" à de la traduction...

- Les articles comparatifs de plusieurs produits, sites web ou autres sont toujours assez prisés et repris sur le web. De même les articles ayant des titres "chiffrés" du type "10 façons de..." ou "12 choses à ne pas faire pour..." ont une bonne cote et "sonnent bien". Le post de Danny Sullivan intitulé "25 Things I Hate About Google" (http://blog.searchenginewatch.com/blog/060313-161500) en est un excellent exemple. A noter que son pendant - "25 Things I Love About Google" - (http://blog.searchenginewatch.com/blog/060313-161501), ne l'est pas moins...

- Publier une étude gratuite sur un sujet "chaud" est une excellente façon de faire parler de soi. Mais encore faut-il que l'étude en question soit fouillée et pertinente... L'article "Search Engine Factors (http://www.seomoz.org/article/search-ranking-factors) ou l'étude du référencement des sites web du secteur du Champagne (http://blog.ranking-metrics.fr/analyse-champagne) par Ranking Metrics ont généré de nombreux liens dans le "microcosme" du référencement. A vous de vous en inspirer !

- Une liste de ressources intéressantes peut provoquer également un bon "*linkbait*". Exemple : une page reprenant la liste des blogs "officiels" de Google, voire affichant pour chacun d'entre eux, les trois derniers posts publiés. Ou des fiches descriptives... La zone "Ressources" du site Abondance (http://ressources.abondance.com/) a ainsi généré près de 8 000 liens vers elle en proposant des listes de sites du domaine des moteurs de recherche et du référencement... Il peut s'agir également d'une compilation d'articles ou de chiffres intéressants sur un thème donné...

- Un article humoristique sur un sujet donné peut également vous servir... Ou vous desservir car n'oubliez jamais que la notion d'humour n'est pas toujours partagée de la même façon par les différents internautes... Une requête qui donne un résultat amusant sur un moteur, des images dénichées ici ou là, un site amusant et original que vous chroniquez, etc. Tout cela est bon pour faire parler de vous !

- Une façon détournée de générer du lien était, jusqu'à il y a peu de temps, de créer un "Google Bombing" sur une personnalité... Mais le moteur de recherche a travaillé sur ce point récemment et ce type de "châtiment numérique" semble plus complexe à mettre en œuvre. D'autre part, un Google Bombing créé plutôt des liens vers un site web que l'on veut punir et pas trop vers le vôtre, sauf si vous vous érigez en instigateur proclamé de la manœuvre...

- L'idéal reste d'obtenir ou de trouver un scoop sur un sujet précis et porteur, mais ce n'est bien entendu pas si facile que cela... Le scoop peut être textuel, photographique, ou sous la forme d'un podcast ou d'une vidéo ou autre... L'explosion de sites comme YouTube ou DailyMotion peut être un tremplin pour faire connaître rapidement une vidéo humoristique par exemple... Ou une "manoeuvre politique", comme on l'a vu récemment en France avec certains candidats à l'élection présidentielle qui ont vu des extraits vidéos de certains de leurs meetings se répandre rapidement sur la Toile... La vidéo du rappeur Kamini (http://www.kamini.fr/) reste également un incroyable exemple de *linkbaiting*... Une "simple" vidéo postée en ligne, il y a quelque smois de cela, vaut au site du rappeur français près de 15 000 liens vers son site actuellement ! C'est ce que l'on appelle le gros lot...

- Certaines dates sont plus propices au linkbait. On pense évidemment au 1er avril. Un poisson d'avril "bien senti" peut rapidement générer de nombreux liens... Le site Googland (http://www.googland.com/) que nous avions créé pour le 1er avril 2004 a attiré en quelques semaines plus de 10 000 liens vers lui... Pas négligeable...

- Bien entendu, un site original, voire amusant, sera rapidement l'objet d'un "*linkbait*" qui peut s'avérer fulgurant. Exemple avec le site GoogleFight (http://www.googlefight.com/) qui a vu ses *backlinks* se développer à vitesse "Grand V" (près de 140 000 liens vers le site selon Yahoo!, au travers de la syntaxe "*linkdomain:googlefight.com*") et susciter des articles dans des revues comme USA Today ou des passages sur Canal Plus...

- La création d'un "widget" - concept très en vogue actuellement - original peut également vous valoir une bonne couverture de "buzz"... Ces "gadgets" sont très faciles à concevoir, aussi n'hésitez pas à exercer votre créativité dans ce domaine...

Bref, soyez inventifs, créatifs, amusants, informatifs, voire agressifs (dans le bon sens du terme) et vous devriez voir les liens venir vers vous de façon quasi automatique... L'avantage de ce type de promotion est qu'elle ne coûte rien, hormis le temps passé à la créer, et peut-être à initier sa connaissance via le Web. L'inconvénient majeur est qu'il faut être inventif, créatif, amusant, informatif, voire agressif... :-)

On pourrait penser que parfois, ces techniques sont un peu sensibles et que les moteurs de recherche les voient d'un mauvais œil et pourraient les considérér comme du spamdexing. Pourtant, Matt Cutts, le spécialiste du référencement chez Google, en parle sur son blog (voir webographie ci-dessous) et semble les voir plutôt du bon côté. Encore faut-il, bien sûr, que la stratégie mise en place soit de bonne qualité et que les ficelles ne soient pas trop grosses... Comme toujours en référencement, tout est le plus souvent question de bon sens...

L'une des idées principales du linkbaiting est de suivre une procédure qui fera en sorte de créer le plus de "backlinks" possible dans un minimum de temps :

1. Imaginer, créer le contenu et le mettre en ligne.

2. Contacter éventuellement des "meneurs d'opinion" dans le domaine traité pour leur signaler ce contenu et les engager à en parler, notamment sur leur blog. Jouez fin : ne demandez pas à ce qu'ils créent un lien vers votre article ni même qu'ils en parlent expressément, mais indiquez que vous leur écrivez uniquement pour leur signaler cette info. A eux de juger ce qu'ils veulent en faire... Mais proposez-leur éventuellement d'intervenir dans les commentaires de leur blog (si cette possibilité existe).

3. Vérifiez que votre contenu est bien référencé sur les différents moteurs comme Google, voire Google News et Google Blog Search, Technorati, etc. Laisser faire ensuite le "système"... Si votre *linkbait* est bon, tout devrait s'enchaîner rapidement... Si la pompe est difficile à amorcer, travaillez à améliorer votre contenu ou à en créer un autre...

Conclusion

Il est clair que le *linkbaiting* n'est pas un concept neuf mais plutôt une "stratégie d'attraction de liens" au travers d'un contenu adapté et de qualité. Et s'il peut rappeler aux éditeurs de sites web que cette qualité du contenu est le capital (l'éternel "CONTENT IS KING" que l'on répète à l'envi depuis la création du Web), cela ne peut qu'être bénéfique ! Cela ne peut tirer le Web que vers le haut... Et il y a fort à parier qu'à l'instar de ce bon M. Jourdain, nombreux sont ceux, parmi vous, qui font du *linkbaiting* depuis de nombreuses années, sans le savoir !! :-)

Cette notion révèle également une chose importante : aujourd'hui, éditer un site web "plaquette" n'est plus sufisant. Il faut véritablement créer du contenu pour être visible sur le réseau. S'asseoir et attendre les visiteurs est une stratégie totalement dépassée... Là aussi, si le *linkbaiting* nous le rappelle, c'est également une bonne chose !

Mais c'est aussi une stratégie à prendre avec des pincettes car vouloir générer du lien "à tout prix" peut vite se retourner contre son auteur... Le *linkbaiting* ne peut être profitable que s'il est appliqué avec parcimonie et, surtout, avec intelligence. Et qualité ! Il ne faut surtout pas l'oublier... Sous peine de s'en mordre les doigts très rapidement...

Webographie

L'un des premiers articles en français parlant de *linkbaiting* : *Linkbait & linkbaiting : une tentative de traduction*
http://adscriptum.blogspot.com/2006/02/linkbait-linkbaiting-une-tentative-de.html

Il existe, sinon, de très nombreux articles en anglais qui traite du sujet. Voici un florilège de ceux qui nous ont semblé les meilleurs. Comme quoi, écrire des articles sur le *linkbaiting* est en soi du *linkbaiting* :-) :

Matt Cutts, porte-parole "SEO" de Google, parle du linkbaiting :
http://www.mattcutts.com/blog/seo-advice-linkbait-and-linkbaiting/

Link Baiting & Effective Link Building
http://www.searchenginejournal.com/index.php?p=2797

Linkbaiting for Fun & Profit
http://www.searchenginejournal.com/index.php?p=2541

The Art of Linkbaiting
http://performancing.com/node/38

Use Link Bait to Catch Better Rankings
http://www.searchengineguide.com/hartzer/006598.html

Linkbaiting with Attack
http://www.problogger.net/archives/2005/11/10/linkbaiting-with-attack/

Link Bait
http://www.seobook.com/archives/001113.shtml

Linkbaiting, How hard is it?
http://www.isedb.com/db/articles/1515/

Learning About Linkbaiting
http://www.searchengineguide.com/searchbrief/senews/009242.html

2007 Guide To Linkbaiting: The Year Of Widgetbait?
http://searchengineland.com/070118-074231.php

Linkbait Articles & Is It Linkbait Or Link Bait?
http://searchengineland.com/070117-145217.php

Are You Linkbaiting The Right Audience?
http://searchengineland.com/070129-130949.php

The Links That Can't Be Baited
http://searchengineland.com/070205-093613.php

Andy Hagans' Ultimate Guide to Linkbaiting and Social Media Marketing
http://tropicalseo.com/2007/andy-hagans-ultimate-guide-to-link-baiting-and-social-media-marketing/

The Enormous Linkbait list
http://www.cornwallseo.com/search/index.php/2007/02/09/the-enormous-linkbait-list/
Si après avoir lu tous les articles de cette liste, vous n'êtes pas un spécialiste mondial du *linkbaiting*, c'est à désespérer de tout :-)