

## Obtenir de bonnes positions en quelques jours avant le lancement d'un site web

[Retour au sommaire de la lettre](#)

*Votre site n'est pas encore prêt pour sa mise en ligne ? Qu'importe... Vous pouvez déjà, grâce à une seule page web d'attente, au contenu minimaliste, obtenir de bons positionnements sur Google ou Yahoo! et initier ainsi votre future visibilité sur ces moteurs. Voici l'exemple pratique d'un site web qui a conquis nombre de premières pages sur Google en moins de 48 heures grâce à une telle page d'attente, et le tout sans aucune fraude, bien sûr, sur la base de requêtes visées assez peu concurrentielles (bien que l'une d'entre elles renvoyait plus de 6 millions de résultats). Explications...*

Le référencement d'un site web et sa visibilité sur les moteurs de recherche est un levier essentiel de création de trafic à moyen et long terme. Mais on oublie parfois qu'il est possible de générer du trafic à court terme, voire avant même que le site web en question ne soit réellement en ligne. Pour appuyer cet article sur un cas concret, nous allons voir comment un site a été positionné sur certains mots clés en quelques heures, bien avant sa mise en ligne officielle. Suivez le guide...

Voici le début de l'histoire : il y a deux mois de cela environ, un ami, expert-comptable à Barr (Bas-Rhin), dans le village à côté du mien, me demande si je peux lui créer un "petit site web" pour présenter son activité, alors qu'il vient de se mettre à son compte dans le cadre d'une entreprise qu'il a baptisée "ECR Conseil". La création de site n'est pas du tout mon activité mais il m'arrive de dépanner un ami de cette sorte (tout en lui expliquant que s'il désire un site professionnel à forte ambition, il ne frappe pas à la bonne porte...).

L'idée, ici, est d'avoir quelques pages en ligne pour une clientèle locale et d'obtenir une visibilité sur Google pour sa marque ("ECR Conseil") ainsi que sur des expressions correspondant à son activité comme "comptable Barr" ou "expert comptable Barr", voire "expert comptable Bas-Rhin"... Expressions peu concurrentielles s'il en est. Nous allons donc ici tenter de décrire "en live" la genèse du projet et d'expliquer les choix retenus pour le référencement du site afin d'arriver à cet objectif...

### **Etape 1 : Choix du nom de domaine**

Première étape, logique : le choix du nom de domaine, car il nous semble évident que si l'on veut avoir un minimum d'ambition sur le Web, l'achat d'un nom de domaine est une étape nécessaire et obligatoire. Au vu du coût d'une telle démarche (une dizaine d'euros par an), on voit mal pour quelles raisons on s'en passerait... La société s'appelant "ECR Conseil", il y avait plusieurs possibilités en termes de TLD (*Top Level Domain*) : .fr, .com, .biz, etc. . Finalement, le ".com" a été retenu par rapport au .fr (ce qui n'amenait de toutes façons rien de plus pour le référencement, les deux domaines étant globalement équivalents en termes de prise en compte par les moteurs).

Ensuite, le choix s'est porté sur le trait d'union : fallait-il acheter "ecrconseil.com" ou "ecr-conseil.com" ? Pour les moteurs, il n'y a pas photo : "ecr-conseil.com", avec un tiret pour séparer les deux mots, était préférable. Mais mon ami a préféré opter pour l'option "sans tiret", plus facile à retenir pour l'internaute moyen, d'autant plus que sa clientèle n'est pas technophile et ne connaît pas obligatoirement les subtilités des "traits d'union", "tiret" ou autres "underscores", etc. Bref, le nom de domaine "ecrconseil.com" a été acheté, tout en étant conscient que cela n'était pas le choix optimal pour le référencement... De même, l'impasse a été faite sur des formes différentes de mot comme "ecr-conseils.com" (avec un "s"). Ce type de question aurait pu être prise en compte dans le cadre d'un projet ambitieux à visibilité nationale voire internationale. Ce n'était pas ici le cas...

### **Etape 2 : Création d'une maquette d'attente**

Au niveau du contenu, mon ami n'était pas très pressé. Il préparera textes et photos et les tiendra prêts d'ici quelques semaines. L'idée a alors été de voir s'il était possible, sur la base d'une simple "carte de visite", de commencer à faire venir du monde sur le site, pour proposer les coordonnées postales et l'adresse e-mail pour contacter l'entreprise, par le biais du référencement naturel. Voici comment nous avons procédé :

- Une page très simple (disponible à l'adresse <http://www.ecrconseil.com/>) a été créée, avec un simple logo et les coordonnées de la société.

- Le but était de positionner cette page sur les requêtes suivantes :

- \* [ecr conseil](#) (6 590 000 résultats sur Google) ;
- \* [comptable barr](#) (129 000 résultats sur Google) ;
- \* [expert comptable barr](#) (60 800 résultats sur Google) ;
- \* [expert comptable bas-rhin](#) (53 500 résultats sur Google) ;

Le tout dans un délai qui soit le plus court possible.

Voici cette page, qui propose un aspect pour le moins spartiate :



L'optimisation suivante a été mise en place :

**- Balise TITLE :**

<TITLE>ECR CONSEIL - Expert Comptable &agrave; Barr (67140 - Bas-Rhin)</TITLE>

Tous les mots clés pour lesquels un positionnement est demandé (ecr, conseil, expert, comptable, barr, bas-rhin) s'y trouvent. Sa taille (7 mots descriptifs) est dans la "norme acceptable" (entre 7 et 10 mots) pour obtenir un bon référencement. Le nombre de caractères inférieur à 70 garantit qu'il sera entièrement affiché dans les pages de résultats de Google et donc tout à fait lisible et compréhensible par les internautes.

**- Balise meta "description" :**

<META name="description" content="ECR CONSEIL - Michel Richter, Expert Comptable &agrave; Barr (67140 - Bas-Rhin). Adresse : 6, rue d'Alsace - ZAC du Muckental - 67140 Barr. T&eacute;l : 03 88 58 00 22 - Fax : 03 88 08 20 97">

Elle développe (190 caractères) la balise TITLE et reste donc en cohérence avec son contenu tout en restant inférieure en taille à 200 caractères.

### - Texte de la page :

Il est assez simple : quelques mots comportant le nom et l'activité ("**ECR CONSEIL - Expertise Comptable Richter - Expert Comptable**") en gras (balise <STRONG>) et les coordonnées de l'entreprise. Pas de contenu caché ou autres joyeusetés de ce type...

Est-ce que cela allait suffire ? La question restait posée...

La page a été mise en ligne le 10 juin 2008.

### Etape 3 : La soumission aux moteurs de recherche

Comment faire connaître le site aux moteurs de recherche ? Là, rien de plus simple : sur la page d'accueil du site Abondance (<http://www.abondance.com/>), nous avons mis un lien dans le *footer* vers le site avec comme intitulé "ECR CONSEIL" (nom de l'entreprise et requête visée pour un bon positionnement), pointant bien entendu vers la page d'accueil (unique page d'ailleurs) du site :

Un site du Réseau Abondance (english version : Search Engine Tools) :	
<b>Information</b> :	Abondance actu referencement (Blog) - Forums Abondance - Boutique Abondance - Livre Référencement
<b>Outils</b> :	Outiref - Visiref - Keyword Search Engine - Spider Simulator - Soumission-Manuelle - Flash Moteurs - Moklic
<b>Divers / Jeux</b> :	Googleflight - LotoFoot Googleflight - Habitants - Googland - Grifil.com - ECR Conseil
<b>Moteurs de recherche</b> :	Mozbot.fr (Blog) - Mozbot.com - Mozbot.co.uk - Goossip - Motref - Rugby_engine - Grifil.net - Biomalin - Foot Engine -

Résultat ? Moins de 12 heures après la mise en place de ce lien, la page était indexée par Google et Yahoo! (2 mois après, le site n'est toujours pas indexé par Live Search... Passons...).

Fin juin, ce sont les robots de Yahoo! (*Slurp*) et de Google (*Googlebot*) qui avaient été les plus actifs sur le site (mais on peut remarquer la présence de celui de Baidu en bonne position : bientôt l'entreprise sera connue en Chine :-)... :

Visiteurs Robots/Spiders (Top 10) - Liste complète - Dernière visite			
10 robots différents*	Hits	Bande passante	Dernière visite
Inktomi Slurp	56	29.90 Ko	30 Juin 2008 - 13:46
Googlebot	16	49.89 Ko	27 Juin 2008 - 22:28
BaiDuSpider	10	11.09 Ko	30 Juin 2008 - 16:27
Unknown robot (identified by 'crawl')	8	135.86 Ko	29 Juin 2008 - 02:07
Alexa (IA Archiver)	3	3.36 Ko	24 Juin 2008 - 10:02
GigaBot	2	2.19 Ko	22 Juin 2008 - 07:37
Unknown robot (identified by 'robot')	2	2.19 Ko	21 Juin 2008 - 13:55
Grub.org	1	1.17 Ko	25 Juin 2008 - 19:34
LinkWalker	1	1.17 Ko	18 Juin 2008 - 17:49
Walhello appie	1	1.02 Ko	17 Juin 2008 - 16:07

### Etape 4 : Evaluation du travail effectué

Une fois ce lien mis en place, quel a été le résultat obtenu sur les moteurs de recherche ?

#### Sur Google :

- Requête "[ecr conseil](#)" : 1ère position sur plus de 6 millions de résultats en 48 heures.
- Requête "[comptable barr](#)" : 4ème à 10ème position sur près de 130 000 résultats en 48 heures également.
- Requête "[expert comptable barr](#)" : 1ère position sur près de 60 000 résultats, en moins de 48 heures.

- Requête "[expert comptable bas-rhin](#)" : 10ème position sur plus de 54 000 résultats, en moins de 48 heures.

#### **Sur Yahoo! :**

- Requête "[ecr conseil](#)" : 1ère position sur 213 000 résultats en 48 heures.

- Requête "[comptable barr](#)" : 14ème position sur plus de 20 000 résultats en 48 heures.

- Requête "[expert comptable barr](#)" : 5ème à 7ème position sur plus de 2 000 résultats, en moins de 48 heures.

- Requête "[expert comptable bas-rhin](#)" : 9ème position sur plus de 337 000 résultats, en moins de 48 heures.

Les résultats sont donc plutôt bons et intéressants en termes de positionnement : quasiment que des premières pages et quelques premières positions. Le site étant en ligne depuis moins d'un mois, il faudra certainement attendre un peu pour en tirer des conclusions plus tangibles en termes de création de trafic proprement dit.

Ceci dit, le but de cet article est surtout de bien faire comprendre que :

- Il est possible d'obtenir d'excellents "*rankings*" très rapidement avec très peu d'efforts (la création de la page web et sa mise en ligne n'ont pas duré plus de deux heures) à partir du moment où les requêtes visées ne sont pas très concurrentielles, comme c'est le cas ici et que l'optimisation est "bien faite".

- Bien sûr, si les mots clés de positionnement espérés avaient été plus concurrentiels (plus de résultats renvoyés, plus de sociétés tentant de se positionner dessus), il aurait certainement fallu plus d'efforts dans deux voies différentes : plus de contenu textuel et plus de liens entrants. Logique. Evident. Dans notre cas, une configuration minimaliste a suffi. Tant mieux... Mais elle correspond à bon nombre de besoins d'entreprises qui travaillent sur un marché local et qui n'ont pas besoin de se faire connaître à Bruxelles, Washington ou Pékin...

- Ceci dit, obtenir une première place sur le nom d'une entreprise alors que Google renvoie 6 millions de résultats sur cette requête et le tout en moins de 48 heures, cela reste intéressant. Pour cela, il a suffi de suivre quelques règles très simples : balises TITLE et meta "description" cohérentes, un minimum de texte, un lien depuis une page populaire avec un "anchor text" (texte du lien) correspondant au nom de la société ("ECR CONSEIL") et rien de plus. Le rapport "temps de travail/ positionnement obtenu" est pour le moins optimisé...

PS : un détail intéressant nous a sauté aux yeux lors de nos tests : alors que les mots "Michel Richter" (patronyme de l'expert comptable) sont présents dans la balise meta "description" de la page, une requête sur [michel richter site:ecrconseil.com](#) ne renvoie aucun résultat alors que [richter site:ecrconseil.com](#) fonctionne (le mot "richter" est présent dans le texte de la page, contrairement à "michel" qui ne s'affiche que dans la balise meta). Comme si Google ne lisait pas le contenu de cette balise, tout en l'affichant comme "snippet" (résumé en dessous du titre) dans ses résultats... Nous avons fait plusieurs autres tests et sommes chaque fois arrivés à la même conclusion : Google n'a pas trouvé ces mots [alors que Yahoo!, si](#). Etonnant.

#### **Conclusion**

La conclusion de cet article est simple : il est tout à fait possible de voir son site référencé - et obtenir de bons positionnements - avant même qu'il soit réellement en ligne, si les mots clés que vous visez ne sont pas trop concurrentiels dans un premier temps. Cela ne vaut-il pas la peine de "tenter le coup" grâce à quelques heures de travail en attendant que le contenu prévu soit finalisé et les pages du site terminées ?? D'autant plus que quand le contenu final sera mis en ligne, Google connaîtra déjà votre site, aura déjà indexé sa page d'accueil dans sa première version et une partie du travail sera donc fait...

**Olivier Andrieu**

*Abondance.com*

**Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :**

**<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2008/07/obtenir-de-bonnes-positions-en-quelques.html>**