

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Le netlinking est une composante essentielle d'une stratégie de SEO réussie. Mais il ne s'agit pas de l'étape la plus aisée lorsqu'on veut gagner en visibilité dans les résultats des moteurs de recherche. Et d'autant plus lorsqu'un Penguin veille sur les backlinks de faible qualité. Un outil, Linkeyword tente de proposer un nouveau système de mise en relation de sites afin d'obtenir des liens de qualité. Son concepteur nous en explique ici le fonctionnement...

Obtenir des liens de qualité en 2013 est un véritable parcours du combattant. Un nouvel outil, baptisé Linkeyword, tente d'apporter une solution nouvelle dans ce contexte difficile.

La création de la plateforme Linkeyword (<http://www.linkeyword.fr/>) a été impulsée par un constat : la difficulté notoire d'obtenir des liens de qualité en 2013, après l'arrivée de Pinguin et Panda chez Google. Ces deux filtres ont un point commun : ils visent à sanctionner les pratiques consistant à industrialiser la production de contenu et de liens : plateformes de publication d'articles, vente de liens ostensible et massive, échanges de liens réciproques en grande quantité, inscriptions automatisées ou semi-automatisées dans les annuaires, ancrés de liens massivement identiques, etc.

Prises individuellement, ces pratiques ne sont pas susceptibles d'être sanctionnées par Google. Par exemple, le moteur n'a aucun moyen fiable de détecter qu'un lien a été acheté et non obtenu de façon naturelle. De même, le fait de réaliser un échange de lien réciproque reste une pratique courante, totalement admise par Google, dans la mesure où la plupart des entreprises ont l'habitude de se présenter mutuellement sur leurs sites internet, lorsqu'elles ont noué un partenariat « dans la vraie vie » (ndlr : pour des raisons étrangères au SEO).

En réalité, il semble que ce ne soit pas la pratique litigieuse elle-même qui déclenche la pénalité, mais davantage l'industrialisation de cette pratique. En d'autres termes, les risques de pénalité émergent à partir du moment où plusieurs pratiques litigieuses sont mises en place, c'est-à-dire lorsqu'on obtient trop de liens n'ayant pas une « allure » naturelle. Ces pratiques sont éminemment variées :

- Acquérir de nombreux liens ayant une ancre optimisée sur un mot clé particulier, et pas assez sur des ancres classiques telles que le nom du site, l'URL de la page d'accueil, ou le fameux « cliquez ici ».
- Obtenir trop de liens en provenance de sites ne traitant pas de la même thématique que la nôtre... Ou le contraire : trop peu de sites en dehors de cette thématique...
- Recevoir énormément de liens en provenance de pages à fort « page rank » : cette pratique peut signaler ouvertement l'achat de liens.
- Obtenir en masse des liens réciproques : la création de partenariats commerciaux ou de synergies industrielles est une chose admise. Mais au-delà d'un certain seuil, le nombre d'échanges réciproques reflète d'avantage un partenariat SEO qu'une belle entente entrepreneuriale.

Ces pratiques peuvent facilement être abandonnées par les responsables SEO : Il est possible de les mettre de côté pour se lancer dans une stratégie de netlinking équilibrée, modérée et intelligente. L'ère du référencement « de bourrin » est donc définitivement derrière nous. La difficulté ne va pas résider dans l'adoption d'une pratique plus propre, mais de trouver des sites de qualité sur lesquels mettre en place les nouveaux liens.

En effet, la typologie des sites depuis lesquels les backlinks sont obtenus joue un rôle essentiel. A titre d'exemple, il est intéressant d'observer que :

- Depuis Panda, il est établi que Google parvient la plupart du temps à détecter les plateformes dédiées à la production de contenu (et donc de liens calés dans des articles rédigés spécialement pour le SEO). Les sites de communiqués de presse, annuaires et

publication d'article ne peuvent donc plus être considérés comme des « spots » suffisamment fiables pour un netlinking de qualité.

- La seule méthode fiable permettant à Google de détecter la présence de liens vendus ou achetés est de compter sur des erreurs ou des mécanismes 100% humains. La jurisprudence Interflora pourrait prêter à sourire tant elle ressemble à un suicide en direct. En proposant des avantages financiers à tous ses clients à condition qu'ils fassent des liens vers le site Interflora UK, l'entreprise a en quelque sorte crié sous tous les toits sa politique d'achat de liens à grande échelle. La sanction n'en a été que plus facile à appliquer pour Google. De même, la mise en place en 2007 d'un formulaire permettant aux webmasters de dénoncer à Google les sites coupables de vente de lien, démontre la volonté du moteur à s'en prendre aux « purs players » du SEO black hat industriel.

Que peut-on déduire de cette politique ?

Tout d'abord, avec la croissance permanente du nombre de pages à indexer et du nombre d'acteurs jouant dans la cour du SEO, Google doit en priorité se focaliser sur les nœuds, c'est-à-dire sur les lieux où les pratiques SEO sont les plus massives, les plus simples à détecter et à sanctionner. Il faut en particulier éviter les sites produisant des milliers de liens en batterie (CP, fermes de liens), les blogs spécialisés dans la vente de liens (dont la politique finit souvent par être connue puisque ces sites doivent parfois communiquer pour faire connaître leurs offres), les sites qui ne veulent qu'acquérir du lien sans jamais en donner, ou encore les webmasters prêts à conclure des centaines d'échanges de liens réciproques, quitte à transformer leur site en annuaire SEO.

En d'autres termes, ce que Google peut continuer à cibler et à sanctionner, ce sont les pratiques les plus industrielles, les plus grosses ficelles du netlinking.

En 2013, la stratégie payante est donc d'obtenir en priorité des liens de la part de « vrais sites », c'est-à-dire de sites ayant une raison d'exister en dehors du SEO, des sites ayant une activité économique, lexicale et commerciale étrangère au référencement. La cible, ce sont donc les sites e-commerce ayant une activité connexe, les sites « de contenu » ayant de vrais visiteurs et une stratégie de référencement de long terme, mais aussi les sites plus modestes n'ayant pas ou peu fait de référencement et qui peuvent apporter une certaine « fraîcheur » dans une logique de désoptimisation.

La stratégie de netlinking sécurisée en 2013 consiste donc à conclure un échange gagnant-gagnant avec des sites internet non-spécialisés dans le SEO. Et dans ces cas-là, à moins de posséder plusieurs sites web permettant de mettre en place des échanges triangulaires, le risque est de replonger dans de l'échange de lien réciproque.

L'idée Linkeyword

L'idée de créer une plateforme permettant d'obtenir des liens de la part de « vrais sites » sans pour autant tomber dans de l'échange réciproque, est venue à force de passer des journées entières à convaincre des partenaires par téléphone en expliquant le fonctionnement des échanges triangulaires.

Linkeyword est une plateforme dédiée à l'échange de "lien intelligent". Les sites inscrits sont mis en relation les uns avec les autres et assistés pour négocier des échanges intelligents, basés sur 3 grandes caractéristiques :

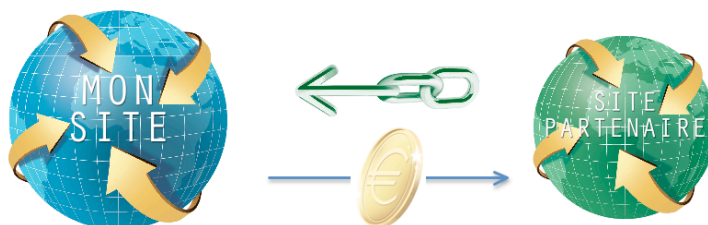
1. Pas d'automatisme, mais possibilité de mettre en place des échanges de liens non-réciproques : je reçois des liens de la part de certains sites que j'ai sélectionnés, et je fais des liens vers d'autres sites que j'ai également choisis.
2. Un algorithme permet de trouver en un clic les partenaires les plus pertinents, pour faire un choix éclairé.
3. La Possibilité de mettre en place des échanges d'articles est proposée.

Le principe des échanges de liens non-réciproques :

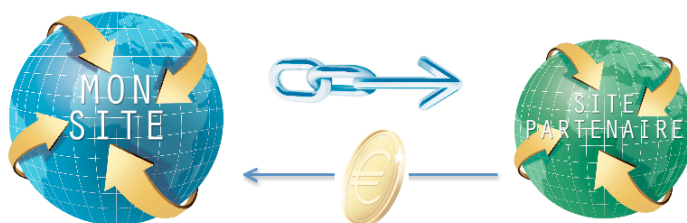
La mise en place des échanges de liens non-réciproques se base sur l'utilisation d'une monnaie virtuelle (le crédit). Celui-ci sert uniquement à mesurer la valeur d'un lien, il n'a pas de valeur en euro.

Son principe est simple :

. Je dépense des crédits pour obtenir un lien depuis un site :



. Je gagne des crédits en faisant un lien vers un autre site :



De ce point de vue, la plateforme permet, dès lors qu'elle compte de nombreux acteurs, d'éviter les phénomènes d'anneaux de liens : il ne s'agit pas d'une chaîne de liens mais de relations totalement asymétriques dont la complexité interdit toute analyse logique.

Échange de lien et échange d'article

En 2013, il existe deux grandes possibilités pour ajouter, sur son site, des liens vers un partenaire : soit ajouter un lien sur une page existante, soit créer un article spécial, une nouvelle page, lui permettant de s'exprimer.

La deuxième solution est certainement la plus pratique et la plus prisée, car elle permet d'enrichir le contenu de son propre site internet, en publiant une analyse fournie par le partenaire. L'idée est de proposer au partenaire de rédiger un article dans lequel il démontre toute son expertise sur un sujet en lien direct avec les préoccupations des internautes. Une fois publié (par exemple en actu, sur le blog ou dans une sous-catégorie), ce contenu va potentiellement attirer des visiteurs et contribuer à enrichir le champ lexical du site internet.

Cette technique, qui s'apparente au « guest blogging », prend tout son sens lorsque le partenaire fournit un contenu réellement intéressant pour les utilisateurs du site hôte. Cette méthode est plus pertinente que de publier un article se bornant à présenter une activité commerciale ou un produit.

Sur Linkeyword, il existe deux modes de recherches distincts : la recherche de lien et la recherche d'article.

Dans la **recherche de liens**, l'utilisateur obtient la liste des pages sur lesquelles des webmasters inscrits sur la plateforme accepteraient *a priori* d'ajouter un lien vers son site. Il peut les solliciter directement pour obtenir une réponse rapide.

Dans le cas d'une **recherche d'article**, l'utilisateur obtient la liste des sites ayant exprimé le souhait de créer des pages spécialement pour chacun de leurs partenaires. On est alors dans le cas classique d'un guest blogging : l'utilisateur invite son partenaire à publier sur son site.

Vous souhaitez ?



Obtenir des liens vers un de vos sites



Obtenir un article

L'assistance au choix de partenaires pertinents

Au-delà du recours à la monnaie virtuelle, l'intérêt de la plateforme réside également dans les algorithmes de classement et de valorisation des liens. Les algorithmes de classement servent à établir une hiérarchie entre les partenaires potentiels, permettant de mettre en relation chaque webmaster avec des partenaires réellement pertinents.

Comme le montre la capture d'écran ci-dessous, les partenaires potentiels sont classés par pourcentage de pertinence, selon un calcul issu de critères que l'utilisateur peut personnaliser (des critères tels que la thématique, du page rank, du nombre de liens sortants etc...)

Affiner la recherche :

PR minimal de la page : PR minimal de la page d'accueil :

Nombre minimal de crédits dont dispose le webmaster :

Nombre de liens sortants max :

Âge du site :
Min Max

Webmaster acceptant :
 Lien en bas de page
 Lien sur le côté
 Lien dans le contenu

Webmaster acceptant :
 Echange réciproque
 Echange non réciproque

Thématiques principales du site
Thématiques secondaires du site
Thématique principale de la page
Thématique secondaire de la page

Résultats de la recherche (28)

theurse.biz	Lien conseillé à 96% - Coûte 90 crédits
seo-et-referencement.fr	Lien conseillé à 96% - Coûte 90 crédits
clarice.fr/index.php/annuaire	Lien conseillé à 92% - Coûte 90 crédits
clarice.fr/index.php/articles	Lien conseillé à 92% - Coûte 90 crédits
le-sac-publicitaire.fr/sac-papier-standard	Lien conseillé à 80% - Coûte 80 crédits
le-sac-publicitaire.fr/blog	Lien conseillé à 80% - Coûte 80 crédits
amirmassage.com	Lien conseillé à 80% - Coûte 80 crédits
blomedeurope.com	Lien conseillé à 80% - Coûte 80 crédits
voyagidees.com	Lien conseillé à 74% - Coûte 80 crédits
capjuniors.com/echange-liens	Lien conseillé à 72% - Coûte 80 crédits
atoutdiagnostic.com/blog	Lien conseillé à 72% - Coûte 80 crédits

Dans la mesure où les liens sont obtenus en échange d'une monnaie virtuelle (le crédit), il est important d'évaluer la « valeur » de ce(s) lien(s). C'est pourquoi Linkeyword propose une valorisation automatique pour chaque lien, exprimée en crédits. Il convient de rappeler que ce tarif ne sert qu'à évaluer ce que chacun donne et reçoit au sein de la plateforme, mais en aucune façon à chiffrer une valeur en Euro.

Evidemment, cette évaluation automatisée peut être corrigée manuellement : chaque partenariat peut être négocié au cas par cas et il est possible d'augmenter ou de diminuer à volonté le nombre de crédits demandés pour un lien.

Les critères pris en comptes dans les algorithmes :

Pour élaborer les classements des partenaires, Linkeyword fait appel à des algorithmes personnalisables. Les critères utilisés sont au nombre de 12 :

Le Page Rank minimal de la page partenaire

Le Page Rank minimal de la page d'accueil du site partenaire

Acceptez-vous les liens en provenance de sites n'ayant pas la même thématique principale ?

Acceptez-vous les liens en provenance de sites n'ayant aucune thématique secondaire identique à la votre ?

Acceptez-vous les liens en provenance de pages n'ayant pas la même thématique principale ?

Acceptez-vous les liens en provenance de pages n'ayant aucune thématique secondaire identique à la votre ?

L'Age minimal du site partenaire (en années)

Le nombre maximum de liens sortants sur la page

Acceptez-vous les liens issus d'une page dédiée uniquement aux partenaires web ?

Acceptez-vous les échanges de liens réciproques ?

Acceptez-vous les échanges de liens non-réciproques ?

Avez-vous des préférences concernant l'emplacement du lien sur la page : dans le contenu, en footer, sur le coté. ?

A travers une interface complète, l'utilisateur va pouvoir régler et personnaliser ses critères de pertinence. Il pourra ainsi éviter de recevoir des propositions émanant de sites ayant des caractéristiques non-compatibles avec sa stratégie de netlinking personnelle : domaine trop récent, sites ayant une thématique étrangère à la sienne, notoriété insuffisante ...

Une volonté de rendre l'utilisation la plus simple possible

Toutes ces considérations techniques ne se posent que si l'utilisateur souhaite personnaliser l'outil afin d'épouser sa propre stratégie de netlinking.

A contrario, pour les utilisateurs novices ou pressés, la personnalisation des problématiques de classement et d'évaluation des liens n'est pas obligatoire : Linkeyword fixe des critères par défaut qu'il n'est pas nécessaire de modifier pour commencer à échanger des liens. L'utilisation du système a été pensée pour que les non-initiés puissent en bénéficier facilement et rapidement.

L'utilisation par les agences de référencement

Après 2 semaines de fonctionnement, 11 agences de référencement ont donné leur accord pour l'utilisation de la plateforme. Elles bénéficient d'une gestion centralisée de l'ensemble de leurs sites clients.

En conclusion

Le netlinking post-Penguin peut emprunter trois voies totalement différentes :

- l'arrêt de tout netlinking qui implique le risque de perdre son positionnement dans les moteurs de recherche,
- la production d'un contenu tellement intéressant qu'il recevra naturellement des milliers de liens naturels. Cette option n'est évidemment ouverte qu'à de rares élus,
- le recours à un netlinking intelligent dont le principe est d'éviter les plateformes de production de liens et de façon générale les techniques « industrielles ».

La volonté affichée par Linkeyword est de permettre aux sites n'ayant pas de marque établie et reconnue, de parvenir à se positionner correctement dans les SERP en publiant du contenu de qualité. En évitant les plateformes dédiées au netlinking, et en publiant sur des sites internet ayant une réelle activité, étrangère au SEO, les risques de proposer du contenu de faible intérêt pour les internautes diminue. On peut en effet espérer que les webmasters ne publieront pas, sur leur site ou sur leur blog, des contenus spinés (réécrits automatiquement) ou rédigés à la va-vite : il en va évidemment de la crédibilité de leur charte éditoriale et de leur marque.

Enfin, l'idée selon laquelle parler des autres est la meilleure façon de faire parler de soi se matérialise dans Linkeyword à travers l'échange de liens et contenus. Il y a sans doute quelque chose de plus poétique et de plus ouvert à échanger plutôt qu'à acheter, à partager plutôt qu'à imposer...

Par Mehdi Coly, Concepteur du site Linkeyword (<http://www.linkeyword.fr/>).

Mehdi Coly est un entrepreneur de 27 ans, créateur de 2 entreprises depuis 2008. Tout d'abord, Vitacolo, organisme de colonies de vacances, qui envoie chaque année 1 100 enfants dans 6 centres de vacances différents en France. Des colos thématiques dont les bénéfices sont utilisés pour financer le départ d'enfants porteurs de handicap et des réductions pour les classes moyennes et familles nombreuses. Passionné par la question du positionnement de son site internet (vitacolo.fr) dans les moteurs de recherche, Mehdi Coly se forme au SEO par lui-même, en commençant comme bien souvent par la lecture du livre "Réussir son référencement web". En 2012, il lance Linkeyword, société qui exploite en premier lieu le site internet Linkeyword.fr.