

SEO Key : une extension premium d'audit SEO pour WordPress



Par Daniel Roch

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Tout utilisateur du CMS WordPress est obligé d'utiliser une ou plusieurs extensions de référencement naturel, comme Yoast SEO ou encore All In One SEO. Ces extensions fournissent des fonctionnalités indispensables : title, meta description, robots.txt, sitemap.xml, etc. Mais aucune ne fournit de réelles fonctionnalités d'audit ou d'optimisation automatique du contenu, des réglages, du thème ou des autres extensions utilisées. C'est pour cette raison que SEO KEY, une extension premium de référencement, verra le jour au printemps prochain.

WordPress et le référencement

Avant toute chose, il faut d'abord comprendre l'état du référencement naturel avec le CMS WordPress. Ce dernier a plutôt bonne réputation, et est souvent cité comme le CMS le plus optimisé pour le SEO lorsqu'on l'installe « par défaut », sans aucun paramétrage spécifique.

Sources :

- <http://www.journaldunet.com/solutions/seo-referencement/seo-de-worpress/un-cms-optimise-pour-le-seo.shtml> ;
- <http://www.eventuscommunication.com/blog-referencement-naturel/207-quel-cms-pour-le-referencement-naturel.html>.

Certains utilisateurs peuvent alors penser à tort qu'il suffit d'installer ce CMS pour être visible sur Google. Comme pour ses concurrents, ce n'est pas le cas. Un bon référencement nécessitera un bon paramétrage de l'outil, l'ajout de fonctionnalités indispensables avec certaines extensions, un bon choix de thème, de bons contenus bien structurés, et bien entendu de la popularité vers son domaine.

Comme pour Joomla, Drupal, Spip ou encore Magento, il est important de bien comprendre comment WordPress fonctionne pour l'optimiser convenablement. C'est d'autant plus vrai que la croissance phénoménale de ce CMS dans le monde oblige tout référencier à devoir s'y intéresser tôt ou tard. Depuis le 9 Novembre 2015, la part de marché de WordPress a justement atteint 25% du web mondial, loin devant tous ses concurrents.

Source : <http://ma.tt/2015/11/seventy-five-to-go/>

Les extensions de référencement naturel

Lorsqu'on fait l'état des lieux des extensions de référencement naturel, on trouve deux grands types d'extensions :

- Les packs SEO, qui incluent nativement un grand nombre de fonctionnalités diverses et variées ;
- Les extensions spécifiques qui répondent à un besoin précis.

Les packs

Très souvent, c'est par ce type d'extension que l'on commence. On conseille souvent l'installation d'un pack SEO, par exemple (ce sont, et de loin, les plus connus) :

- Yoast SEO : <https://wordpress.org/plugins/wordpress-seo/> ;
- All In One SEO : <https://wordpress.org/plugins/all-in-one-seo-pack/> ;
- Etc.

Ces extensions vont ajouter de nombreuses fonctionnalités que l'on pourra utiliser au quotidien, notamment :

- La gestion des balises HTML : Title, description, robots ;
- La gestion des données sociales : OpenGraph, Twitter Cards... ;
- La gestion du fichier sitemap et du fichier robots.txt ;
- La gestion du flux RSS ;
- La gestion de l'indexation ;
- La gestion des permaliens (les URL de WordPress) ;
- Etc.



Fig. 1. Yoast SEO, l'une des extensions de référencement les plus connues sur WordPress.

En aucun cas, le fait d'installer une telle extension n'améliorera le référencement du site : c'est son paramétrage et son utilisation pertinente qui feront ou non la différence.

Les extensions spécifiques

Il existe ensuite différentes extensions qui répondent à des besoins spécifiques. Parmi celles qui sont les plus utilisées ou les plus souvent recommandées, on peut notamment citer :

- Broken Link Checker : une extension de vérification de vos liens (attention, extension gourmande en ressources) : <https://wordpress.org/plugins/broken-link-checker/>
- Redirection : pour gérer vos redirections 301 : <https://wordpress.org/plugins/redirection/>
- SEO Friendly Images : pour ajouter automatiquement une balise ALT aux images (ce qui ne dispense pas de devoir les optimiser manuellement une par une) : <https://wordpress.org/plugins/seo-image/>
- Etc.

Les extensions premium

Toutes les extensions précédentes sont gratuites. Il existe certaines extensions dites « premium », c'est-à-dire des extensions pour lesquelles il vous faut acheter la licence pour pouvoir l'utiliser et pour avoir un accès au support et aux mises à jour pendant un an (ou à vie pour certaines extensions).

Théoriquement, ces extensions devraient apporter une vraie plus-value à ce qui existe déjà. En l'occurrence, c'est rarement le cas : soit l'extension premium répond à un besoin trop spécifique pour la plupart des gens, soit elle ajoute des fonctionnalités qui existent déjà en gratuit, sans pour autant le faire réellement mieux. Prenons quelques exemples :

- Existe déjà sous une autre forme :
 - o Premium SEO Pack, un autre pack SEO : <http://codecanyon.net/item/premium-seo-pack-wordpress-plugin/6109437> ;
 - o Yoast SEO Premium, pour gérer vos redirections : <https://yoast.com/wordpress/plugins/seo-premium/> ;
 - o Etc.
- Des besoins spécifiques :
 - o SEO Smart Links, pour une gestion plus fine de vos liens internes : <http://www.shoutmeloud.com/seo-smart-link-premium-wordpress-seo-plugin-review.html>
 - o Etc.

Et là encore, toutes ces extensions ne font que rajouter des fonctionnalités, sans faire d'audit ni d'optimisation automatique.

Le réel problème est qu'une grande partie des problèmes ne vient pas des fonctionnalités manquantes ou mal paramétrées, mais plutôt du thème WordPress utilisé, et bien entendu de l'utilisateur qui va rédiger le contenu et utiliser le CMS.

La problématique des thèmes

Les thèmes sont une véritable problématique avec WordPress. Tout d'abord, un grand nombre d'entre eux ne respectent pas les standards de WordPress, sont peu performants au niveau de la vitesse, ne sont pas ergonomiques ni responsives, ou encore contiennent des failles de sécurité.

Mais au niveau du référencement, c'est un véritable cheval de bataille pour les référenciers : presque aucun thème actuel (gratuit ou payant) n'a été pensé ou optimisé pour le SEO. Et pourtant, c'est le thème qui va mettre en page votre contenu, le modifier et insérer autour de celui-ci du code, du contenu et des liens. C'est en effet lui qui ajoute certains éléments dans le *header*, le *footer*, avant et après chaque article ou encore dans votre colonne de droite et de gauche.

Quand on analyse la qualité des contenus d'un site, sa structure et son maillage interne, on se rend alors compte que le thème est souvent responsable de problématiques diverses et variées :

- Duplication de contenus ;
- Contenus pauvres ;
- Mauvaise structure et mauvais maillage interne ;
- Temps de chargement élevés ;
- Incompatibilité mobile ;
- Pages d'erreurs ;
- Redirections inutiles ;
- Etc.

Prenons un exemple issue de la conférence « WordPress, silos et maillage interne » réalisée lors du dernier VLC (Visibilité Live Camp : <http://www.visibilite-camp.fr/>). Nous prenons ici un blog basique non optimisé et avec un thème mal conçu. Dans la figure 2, nous avons utilisé un crawler appelé Xenu Link Sleuth pour récupérer toutes les pages du site, puis avec le logiciel Gephi, nous avons créé une visualisation spatiale du site.

Chaque rond représente ainsi une page HTML du site, et chaque trait le maillage entre ces pages. La couleur est générée automatiquement par le logiciel Gephi, et celle-ci est censée pouvoir mettre en avant d'éventuels silos, c'est-à-dire des sections homogènes et bien conçues du site.

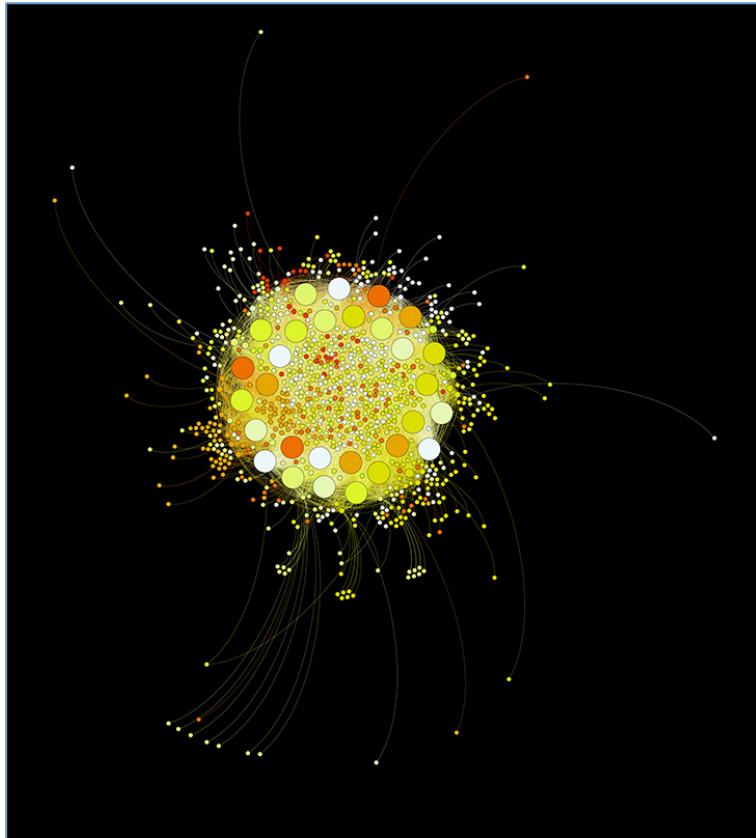


Fig. 2. Une visualisation spatiale d'un site avec un thème WordPress non optimisé.

Pour bien se rendre compte de l'impact d'un thème, nous avons optimisé le thème du site analysé (ainsi que les réglages de base de WordPress), puis nous avons refait la même démarche de visualisation spatiale, comme le montre la figure 3.

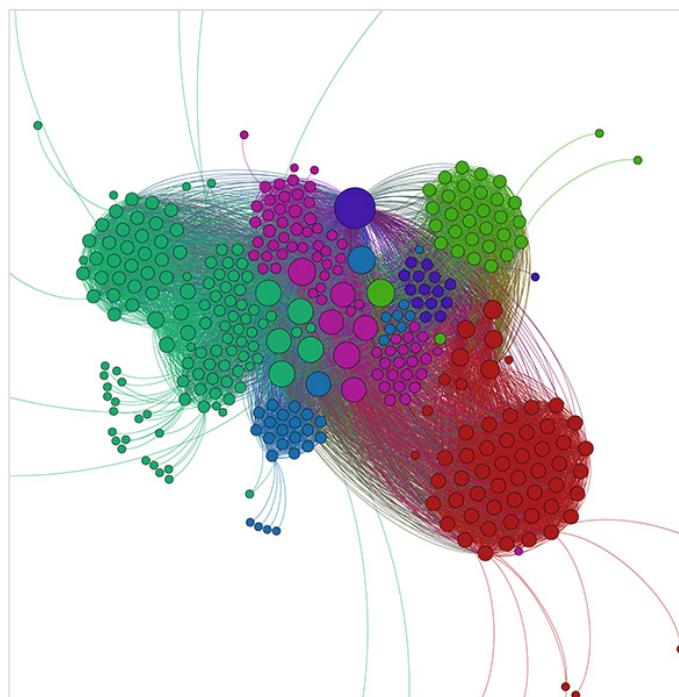


Fig. 3. Le même site une fois optimisé.

On se rend alors compte que le thème peut très facilement provoquer des problématiques de maillage interne, de contenus inutiles et de structure.

Mais à l'heure actuelle, aucune extension de référencement ne s'y intéresse.

La problématique des utilisateurs

Bien entendu, une autre problématique peut intervenir : ce que va faire l'utilisateur.

Un référenceur peut en effet optimiser réellement un site WordPress. Mais si la personne en charge de la gestion et de la rédaction des contenus n'est pas formée ou ne fait pas attention, cela peut avoir un effet catastrophique. Là encore, voici quelques exemples de ce que l'on peut alors rencontrer :

- L'oubli de renseigner les balises HTML (Title, descriptions, Etc.) ou la réécriture des URL ;
- Un mauvais choix de mots clés, ou une sur-utilisation de certains termes ;
- L'ajout démesuré de catégories ou d'étiquettes (anciennement appelés « Mots clés ») à un contenu ;
- La suppression de contenus ou la modification de leurs URL sans redirection 301 ;
- Etc.

Le concept SEO KEY

SEO KEY est une extension premium de référencement naturel créée par Daniel Roch de l'agence SeoMix (et auteur du présent article), qui devrait sortir au Printemps 2016 : <http://www.seo-key.com/>



Fig. 4. Le logo de l'extension SEO KEY

L'objectif de l'extension est justement de pallier les problématiques précédentes de manière simple et intuitive pour l'utilisateur. SEO KEY a pour objectif de fournir des outils d'audit pertinents, et des fonctionnalités d'optimisation automatiques et manuelles.

Optimisation automatique et manuelle pour le SEO

Ceux qui optimisent régulièrement des sites WordPress savent que certains éléments doivent toujours être corrigés et optimisés. Il existe ainsi, sur de très nombreux sites, des tutoriels qui expliquent ce qu'il faut faire. Par exemple, on peut citer ces problématiques récurrentes :

- On affiche l'intégralité du flux RSS au lieu de l'extrait ;
- Les sous-pages de commentaires sont activées ;
- On n'affiche que 10 articles par page ;
- Yoast SEO est installé mais non paramétré ;
- Etc.

Mais ce travail doit être fait à chaque fois manuellement. C'est long, fastidieux et source d'erreur. SEO KEY aura donc pour but d'enclencher directement une série d'optimisations de manière automatique, et d'en proposer d'autres manuellement.

Le fait de ne pas pouvoir tout automatiser est d'ailleurs facilement compréhensible : il existe des dizaines de milliers de thèmes et d'extensions, ainsi que des milliers de marchés différentes et de structures de sites plus ou moins complexes : certaines options bénéfiques pour certains sites web pourraient ne pas l'être pour tous.

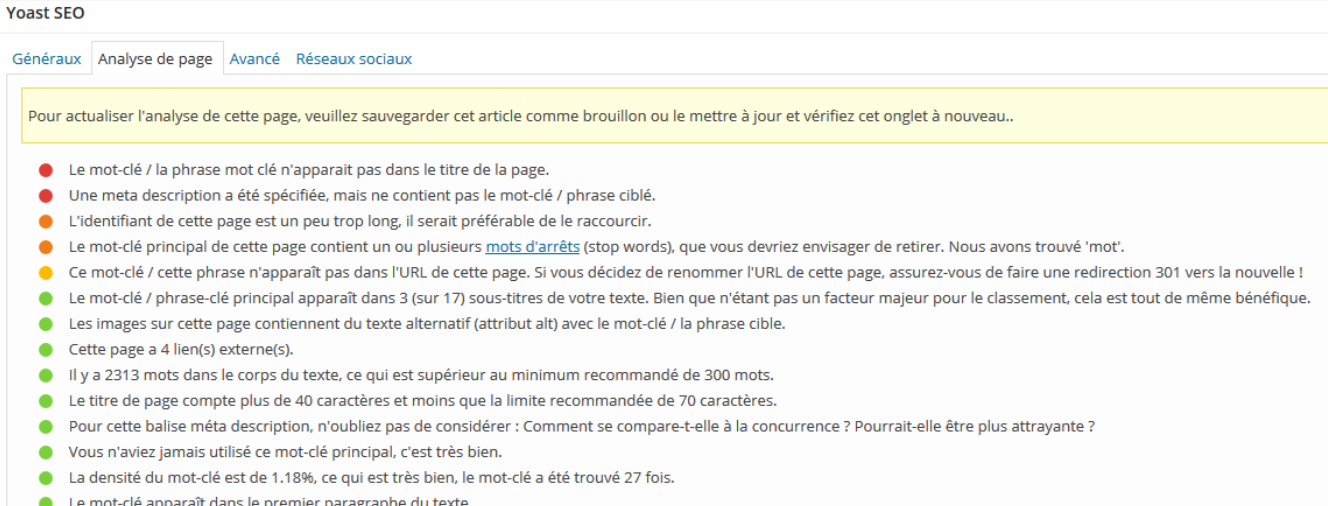
L'idée est donc ensuite de proposer toutes les optimisations manuelles dont on pourrait avoir besoin, et avec bien entendu l'explication qui va avec pour expliquer à l'utilisateur s'il doit ou non l'activer.

L'audit pour compléter

Ensuite, à cause de ce très grand nombre de possibilités, SEO KEY va ajouter de réelles fonctions d'audit. L'idée est de réellement pouvoir analyser le contenu tel que le moteur de recherche le verra, et d'y associer des données pertinentes pour réellement savoir ce qu'il faut optimiser.

A terme, l'objectif de SEO KEY est de pouvoir récupérer le nombre et la qualité des back-links, le crawl des bots de Google, les données du centre webmaster de Google et celles de votre outil de webanalytics, ou encore la réelle structure de votre site.

A l'heure actuelle, certaines extensions proposent quelques petites fonctionnalités d'audit, mais c'est très loin d'être suffisant ou pertinent. Prenons l'exemple de Yoast SEO : cette extension ajoute un bloc de statistiques liées au référencement naturel quand vous rédigez un contenu (voir fig. 5).



Yoast SEO

Généraux Analyse de page Avancé Réseaux sociaux

Pour actualiser l'analyse de cette page, veuillez sauvegarder cet article comme brouillon ou le mettre à jour et vérifiez cet onglet à nouveau..

- Le mot-clé / la phrase mot clé n'apparaît pas dans le titre de la page.
- Une meta description a été spécifiée, mais ne contient pas le mot-clé / phrase ciblée.
- L'identifiant de cette page est un peu trop long, il serait préférable de le raccourcir.
- Le mot-clé principal de cette page contient un ou plusieurs [mots d'arrêts](#) (stop words), que vous devriez envisager de retirer. Nous avons trouvé 'mot'.
- Ce mot-clé / cette phrase n'apparaît pas dans l'URL de cette page. Si vous décidez de renommer l'URL de cette page, assurez-vous de faire une redirection 301 vers la nouvelle !
- Le mot-clé / phrase-clé principal apparaît dans 3 (sur 17) sous-titres de votre texte. Bien que n'étant pas un facteur majeur pour le classement, cela est tout de même bénéfique.
- Les images sur cette page contiennent du texte alternatif (attribut alt) avec le mot-clé / la phrase cible.
- Cette page a 4 lien(s) externe(s).
- Il y a 2313 mots dans le corps du texte, ce qui est supérieur au minimum recommandé de 300 mots.
- Le titre de page compte plus de 40 caractères et moins que la limite recommandée de 70 caractères.
- Pour cette balise méta description, n'oubliez pas de considérer : Comment se compare-t-elle à la concurrence ? Pourrait-elle être plus attrayante ?
- Vous n'aviez jamais utilisé ce mot-clé principal, c'est très bien.
- La densité du mot-clé est de 1.18%, ce qui est très bien, le mot-clé a été trouvé 27 fois.
- Le mot-clé apparaît dans le premier paragraphe du texte.

Fig. 5. Un exemple de mauvaise fonctionnalité d'audit SEO (Yoast).

Mais cet élément est entièrement faussé, inutile et contreproductif, et ceci pour plusieurs raisons :

- L'utilisateur non formé veut avoir toutes les pastilles au vert, ce qui peut le pousser à la sur-optimisation et au keyword stuffing (bourrage de mots clés) ;
- L'obtention de la pastille verte n'est absolument pas une garantie de positionnement ;
- L'analyse statistique est réalisée sur le contenu dans l'administration du CMS WordPress, et absolument pas à partir du rendu réel généré pour l'utilisateur et le moteur de recherche à partir de votre thème, de vos réglages et de vos extensions. Les données ne veulent donc rien dire.

Conclusion

WordPress est un CMS complexe, et de nombreux paramètres vont venir influencer sur le bon référencement naturel ou non des sites qui utilisent cet outil Open Source.

Le thème, l'utilisateur, les contenus, les réglages du site ou encore les extensions vont toutes influencer sur la visibilité de chaque contenu. Il est donc primordial d'avoir accès aux fonctionnalités de base du référencement naturel, comme le font les extensions actuelles comme Yoast SEO.

Mais SEO KEY ira beaucoup plus loin, en vous fournissant de réelles optimisations automatisées, et des solutions d'audit pour réellement comprendre les éléments que l'on doit ou non améliorer pour son référencement naturel.

Son tarif n'a pas encore été fixé. Pour être tenu au courant du développement de l'extension, rendez-vous sur le site officiel et abonnez-vous à la newsletter qui y est proposée : <http://www.seo-key.com/>.



Daniel Roch, Consultant WordPress, Référencement et Webmarketing chez SeoMix (<http://www.seomix.fr>)