

SEO WordPress : Guide du Référencement Naturel Détaillé



Pourquoi lire ce guide ?

Le but de ce guide est de donner clairement **les meilleures techniques pour améliorer le référencement naturel d'un site sous WordPress**. Dans les faits, WordPress est devenu avec le temps bien plus qu'un simple moteur de blog : un CMS à part entière qu'il est aussi possible de paramétrer en site e-commerce !

Voici les raisons de lire ce guide sur le SEO de WordPress :

- il est **100 % gratuit**
- j'ai limité l'usage de plugins au strict minimum : on va juste utiliser l'incontournable **Yoast WordPress SEO**, dans sa version gratuite
- il est **destiné à tous** : débutants, experts, curieux, développeurs, webmasters, agences de communication...
- de nombreuses illustrations pour plus de clarté
- j'indique **où trouver les bonnes options** : plus besoin de se perdre dans les menus de réglage de WordPress
- je précise ce qui est essentiel de ce qui est facultatif
- j'équilibre seo et ergonomie, seo et webmarketing

Téléchargez ce guide au format PDF !

Il est disponible à cette adresse : <http://refeo.com/guides-gratuits>

Téléchargez ce Guide en PDF



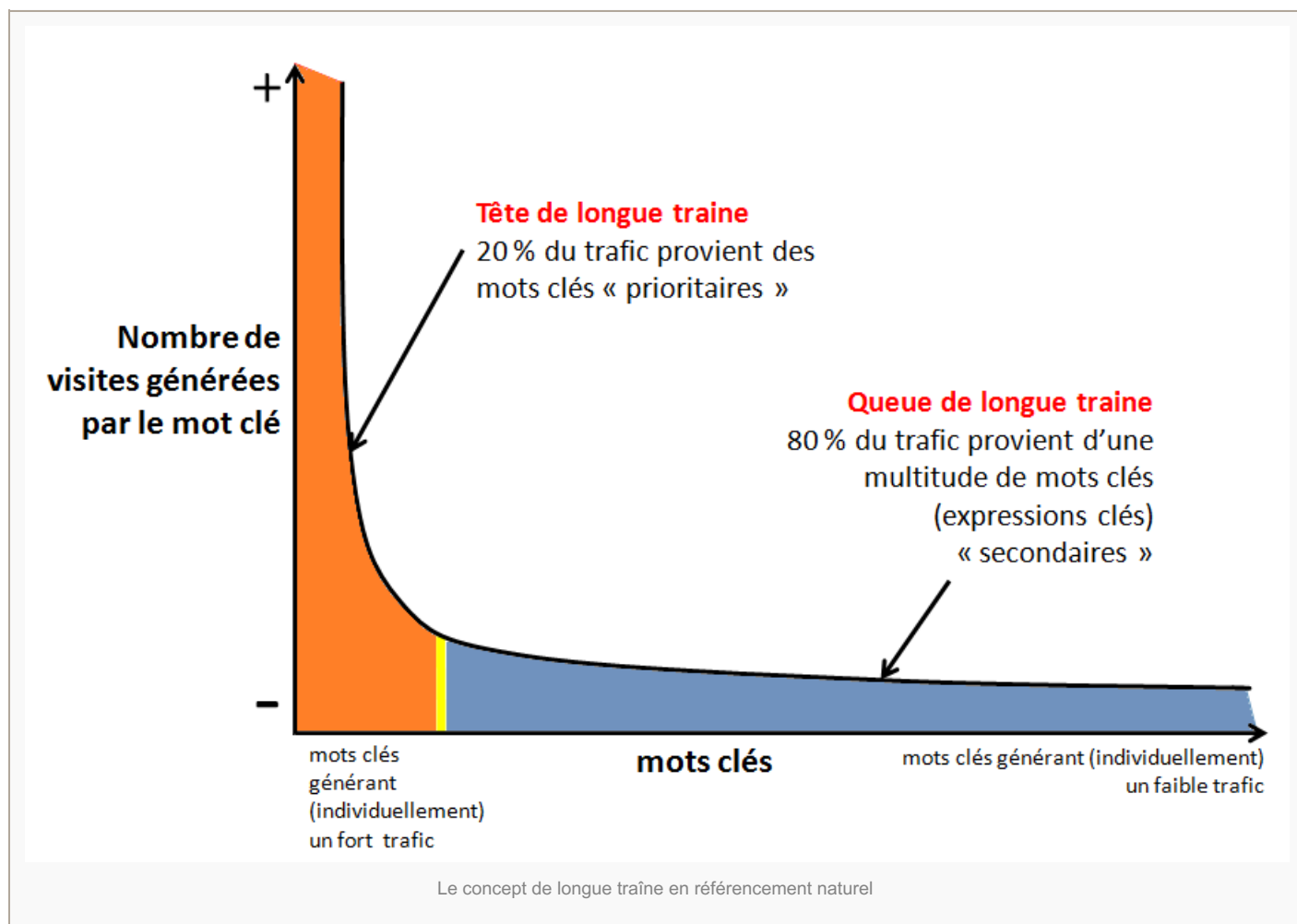
Table des matières

Mots clés principaux et longue traîne

Avant d'optimiser le référencement naturel d'un site WordPress, il convient de définir **les mots clés sur lesquels on vise à améliorer le positionnement du site** dans les pages de résultats de Google.

Ne sautez pas cette étape ! Les dernières mises à jour de Google ont radicalement transformé le SEO en réflexion plus globale, notamment en travaillant la richesse des champs sémantiques plus que l'injection brutale de mots clés.

Pour simplifier les choses, **vous devez raisonner avec deux types de mots clés : les principaux et la longue traîne**. Les mots clés principaux sont ceux que vous visez directement et qui bénéficient d'un volume de recherche élevé. En général si votre référenceur effectue des relevés de positions, ce sont ces mots clés qu'il suit.



La longue traîne est composée de mots clés souvent très longs (3 à 7 mots, voire plus) qui ont un volume de recherche mensuel marginal (moins de 10 par mois) et qui sont de ce fait moins prévisibles.

Comment faire pour travailler la longue traîne en référencement naturel avec WordPress ?

Il y a deux axes :

1. travailler de nombreux mots clés principaux qui couvrent toutes les variantes et synonymes
2. introduire le plus de contenu possible pour que Google puisse détecter de la longue traîne.

A quoi va servir la longue traîne ?

Si effectivement chaque variante de mot clé n'a que peu de trafic de recherche, la grande variété de la longue traîne permet au final de multiplier des visiteurs qui de surcroît savent ce qu'ils veulent (leur requête étant précise) et qui donc convertissent mieux.

Source :

<http://www.olivier-corneloup.com/ressources/dico-referencement/definition-longue-traîne/>

Les objectifs ? Pertinence, précision, volume et richesse sémantique

Pour rechercher les meilleures expressions clés pour une meilleure optimisation SEO de WordPress, vous devez vous donner les objectifs suivants :

- **pertinence** : ne visez pas des mots clés qui sont hors de votre activité ou même indirectement liés
- **précision** : mieux vaut cibler un terme précis qu'un terme trop générique. Par exemple, « référencement WordPress » est plus judicieux que « référencement site »
- **volume** : comprenez qu'il est préférable être positionné sur un mot clé qui génère des recherches. Par contre mieux vaut privilégier la pertinence que le volume
- **richesse sémantique** : travailler tout le vocabulaire possible autour de vos mots clés. Par exemple, pour « seo WordPress », vous devez aussi envisager de travailler « référencement naturel WordPress » et « améliorer le référencement d'un site WordPress ». Le lecteur attentif verra que je profite de ces exemples pour placer quelques-uns de mes mots.

| *Il n'y a pas de petits profits en SEO !*

Le générateur de mots clés Google Adwords

Le générateur de mots clé Google Adwords (dont voici l'url : <https://adwords.google.com/KeywordPlanner>) est un outil fantastique au point que je l'utilise presque chaque jour.

A l'origine il sert à préparer une campagne de mots clés publicitaires Google Adwords, mais rien ne vous empêche de l'utiliser pour optimiser le référencement naturel de votre site internet sous WordPress.

| *Bonne nouvelle : c'est 100 % gratuit, vous avez juste à créer un compte Google Adwords.*

| *Mauvaise nouvelle : c'est peu précis et pas très ergonomique*

Je vous ai mis un exemple de recherche, celle-là même que j'ai mis en œuvre pour la rédaction de ce guide.

Votre produit ou service

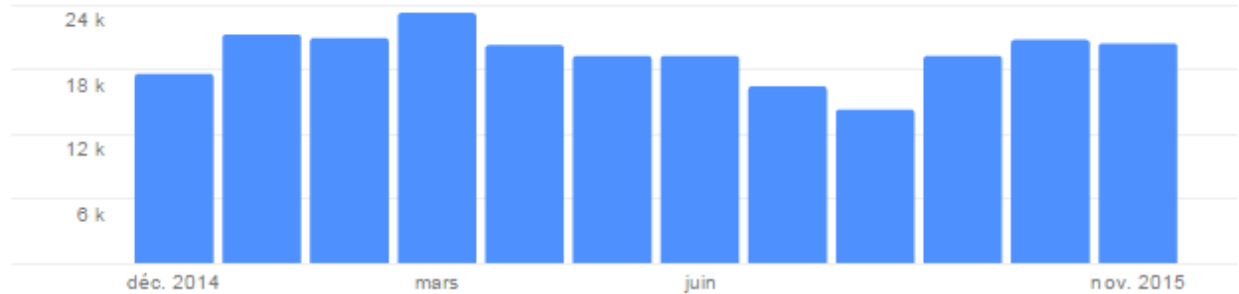
seo wordpress, wordpress seo, référencement naturel wordpress, wordpress référencement naturel

Obtenir des idées

Modifier l...

Tendances des recherches

Nombre moyen de recherches mensuelles



Idées de groupes d'annonces

Idées de mots clés

Colonnes



Télécharger

Tout ajouter (128)

Termes de recherche	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence	Enchère suggérée	Taux d'ann.	Ajouter au plan
wordpress seo	720	Faible	2,56 €		»
seo wordpress	590	Faible	2,91 €		»
référencement naturel wordpress	40	Élevée	9,27 €		»
wordpress référencement naturel	10	Élevée	-		»

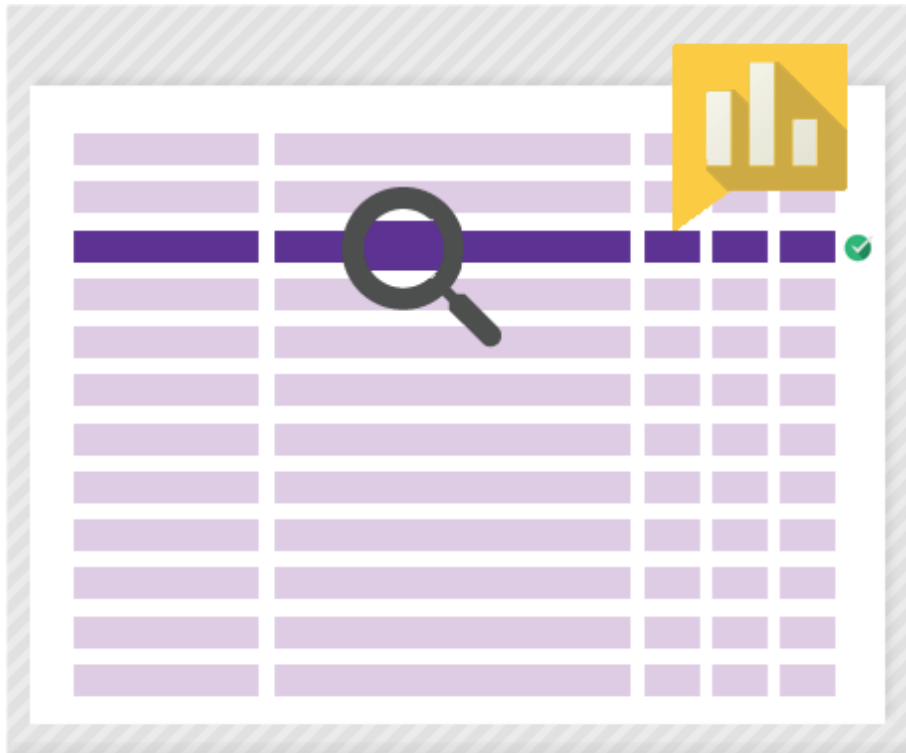
Nombre de lignes à afficher : 30 Mots clés 1 à 4, sur 4

Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence	Enchère suggérée	Taux d'ann.	Ajouter au plan
wordpress référencement	50	Élevée	6,33 €		»
thème wordpress	1 300	Moyenne	1,00 €		»
template wordpress	3 600	Faible	0,36 €		»
référencement wordpress	320	Élevée	8,72 €		»
site wordpress	1 300	Moyenne	2,00 €		»
thèmes wordpress	720	Moyenne	0,88 €		»

Un exemple de recherche de mots clés dans la Google Search Console

Par la suite, **vous devez faire le tri** en ne retenant que ceux qui correspondent à vos objectifs SEO et en les priorisant.

L'idéal reste de connaître par cœur ou presque cette liste, pour vous obliger à varier vos mots clés.



Source :

<https://adwords.google.com/KeywordPlanner>

Analysez les mots clés de contenu vus par Google

Vous allez aussi pouvoir faire l'état des lieux des mots clés indexés par Google sur votre site et éventuellement détecter vos points forts (les mots sur lesquels vous êtes très présents) et ceux qui sont hors sujet (il y en a toujours)



Pour cela, accédez à la **Google Search Console** et allez dans le menu *Trafic de recherche / Analyse de la recherche*

Optimiser la balise titre des pages WordPress

Le titre d'une page ou d'un post WordPress est celui défini par la balise meta title (à ne pas confondre avec le titre h1). C'est la plus importante de toutes les balises pour un expert en référencement naturel. Le titre de la page d'accueil doit donc être particulièrement soigné.

Pour mémoire, le meta titre d'une page internet (WordPress ou autre) n'est pas visible dans le contenu de la page. Il est visible à deux endroits :

- **dans le navigateur** : il donne à la fenêtre son nom.
- **dans les pages de résultats** des moteurs de recherche. Ce qui nous intéresse !

Un bon titre va donner envie à l'internaute qui fait une recherche dans Google de cliquer sur votre résultat plutôt qu'un autre !

En référencement naturel, le titre a un poids important, vous devez positionner vos mots clés prioritaires. Idéalement intégrez vos mots clés en début de titre.

Dernier point, **la longueur du titre** : elle ne doit pas dépasser *une cinquantaine de caractères*, sinon Google le tronque.

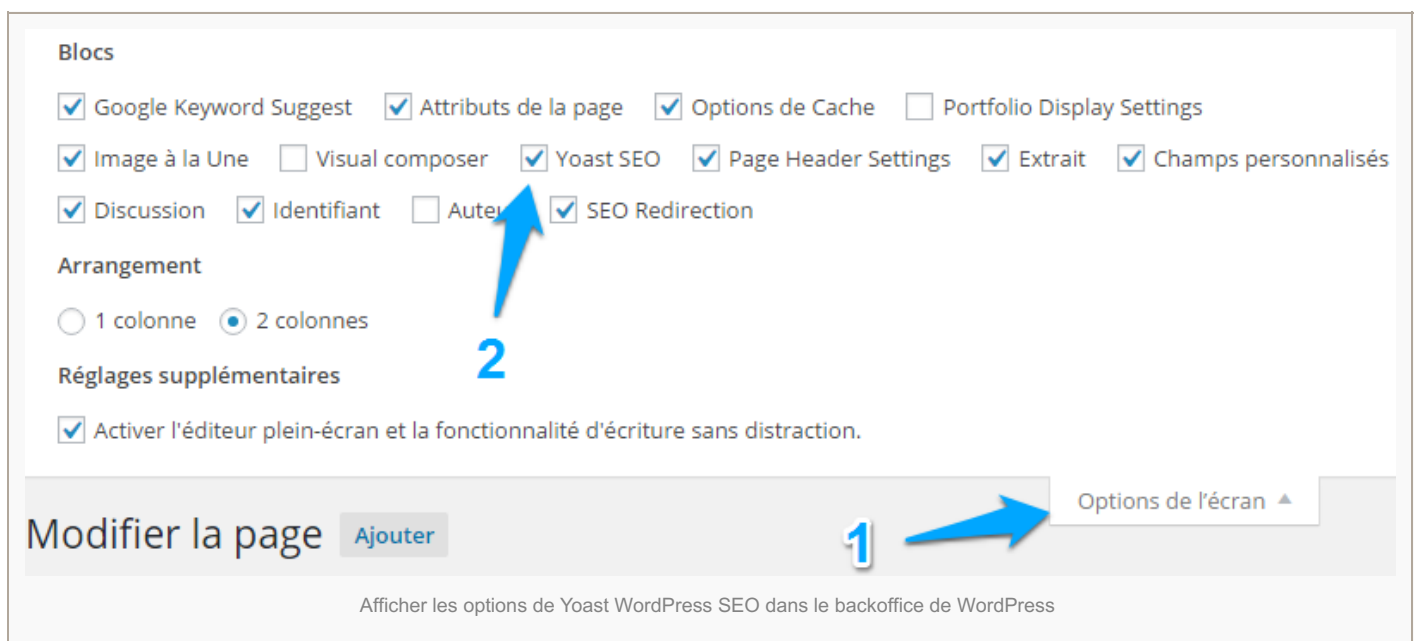
Petite astuce : ne mettez pas votre marque dans le titre, c'est peu utile, sauf si vous avez une marque réellement forte, qui va attirer le clic.

Comment changer le meta titre d'une page dans WordPress ?

Le plus simple reste de recourir au plugin de Yoast : WordPress SEO, qui permet d'accéder d'optimiser le titre d'une page de manière automatique ou manuelle.

Faites l'effort de rédiger votre titres de page à la main. Vraiment !

Si Yoast n'est pas affiché, vous devez l'activer dans vos options d'écrans, comme le montre l'image ci-dessous :



Une fois affiché, la boîte des options de Yoast WordPress SEO se trouve sous la fenêtre de rédaction de WordPress. Voici un exemple pour ce guide sur le SEO de WordPress :

Contenu : ● seo wordpress +

Éditeur de snippet ?

SEO Wordpress : Guide du Référencement Naturel Détaillé
 refeo.com/**seo-wordpress**
 Guide Complet en ligne 100% Gratuit sur le Référencement Naturel de Wordpress ►
 Téléchargeable au format PDF Gratuitement ► **SEO Wordpress**

Mot-clé principal ?

seo wordpress

Analyse du contenu ?

- Le texte contient 0 mots. Ceci est bien trop faible et doit être augmenté.
- Aucune image n'apparaît sur cette page, vous devriez en ajouter quelques unes.
- Le mot-clé principal n'apparaît pas dans le premier paragraphe du texte. Assurez-vous que le sujet soit clair immédiatement.
- Aucun lien externe n'apparaît dans cette page, vous devriez envisager d'en ajouter.
- Aucune balise d'en-tête (comme un H2) n'apparaît dans votre contenu.
- Le mot-clé principal apparaît dans l'’url de cette page.
- La méta description contient le mot-clé principal.
- Le titre de la page contient le mot-clé au début ce qui devrait permettre d'améliorer votre classement.
- Le titre de page contient entre 40 caractères minimum et 70 caractères maximum recommandés.
- Vous n'aviez jamais utilisé ce mot-clé principal, c'est très bien.
- Pour cette balise méta description, n'oubliez pas de considérer : Comment se compare-t-elle à la concurrence ? Pourrait-elle être plus attrayante ?

Le panneau de contrôle de Yoast au niveau page / post

Autre point de détail, Yoast vous permet de choisir le séparateur pour les titres qu'il génère dynamiquement (par opposition à ceux que vous spécifiez manuellement). Tout est ici question de goût, l'option par défaut étant le tiret horizontal, simple et efficace :

Séparateur de titre

-
 —
 ·
 •
 *
 ✱
 |
 ~
 «

 »
 <
 >

Choisissez le symbole à utiliser en temps que séparateur. Il apparaîtra, par exemple, entre le titre de l'article et le nom du site. Les symboles sont affichés dans la même taille que celle des résultats de recherche.

Les différentes options de séparateur de titres sous Yoast WordPress SEO. Principalement une affaire de goûts !

Yoast propose des points rouges, oranges ou verts pour vous indiquer les optimisations possibles. Globalement elles sont justes, simplement, j'utilise souvent des synonymes à mes mots clés pour couvrir le champ sémantique, donc parfois Yoast me dit que je en suis pas 100 % optimal, mais pour moi c'est suffisant.

Optimiser la balise meta description des pages WordPress

Dans le même ordre d'idée que le titre, vous devez soigner votre balise meta description.

Contrairement à la balise titre, la balise meta description n'a pas de réel poids en référencement naturel.

Par contre optimiser son rédactionnel est essentiel, c'est lui qui sera repris si quelqu'un cherche votre nom de domaine. C'est très fréquent et le premier texte qui sera vu par l'internaute après le titre dans la page des résultats de Google sera cette meta description.

Comment optimiser la balise meta description ?

Ici aussi, vous devez utiliser un plugin, Yoast WordPress SEO étant la référence. Cela se passe au même endroit que pour le titre, cliquez sur la partie où se trouve la meta description pour l'éditer. Longueur maximale : 156 caractères.

Conseil de pro pour optimiser la balise meta description (j'en rédige très régulièrement, trop, à mon goût...) :

Utilisez des chiffres (pourcentage, nombres, etc.) et des caractères spéciaux. Pour ces derniers, Google les tronque parfois s'ils sont mis au début de la meta description. Testez une fois la page à jour indexée (cherchez votre site) et modifiez-la cas échéant. Pour assurer du premier coup, j'en mets souvent au milieu. Vous pourrez trouver facilement des caractères spéciaux à l'adresse suivante : <http://www.copypastecharacter.com/>

Voici l'exemple pour Refeo.com, pour lequel j'ai à la fois de petits ronds en début et un symbole de téléphone ensuite :



Dernière exigence, et pas des moindres : **chaque balise meta description doit être différente d'une page à l'autre**. Google signale dans la Search Console les balises en double.

Optimiser le titre h1 d'une page WordPress

Le titre h1 d'une page ou d'un post WordPress doit être unique : il ne doit apparaître qu'une seule fois sur une page. Vérifiez-le en affichant le code de la page en ligne et recherche « h1 » si vous avez plusieurs occurrences, c'est incorrect.

Certains thèmes WordPress utilisent par facilité les titres h1, h2, etc., comme des outils pour styler des contenus (j'ai vu des h1 sur des logos...). Si vous êtes dans ce cas, modifiez le thème, **les h1 en doublons sont pénalisants en SEO**.

Ensuite, positionnez-y quelques mots clés, sans excès. Gardez à l'esprit que ce titre sera lu par votre visiteur : vous devez donc en faire un rédactionnel attractif commercialement.

Dernier conseil : le titre ne doit faire que quelques mots, ce n'est pas un paragraphe complet !

Formater les permaliens sous WordPress

Les permaliens sont les urls réécrites des pages ou posts de WordPress.

Accès : Réglages / Permalien

Cette optimisation du SEO de WordPress sert aussi pour faciliter la vie de vos visiteurs. Dans l'image ci après, vous avez les différentes options possibles :



Réglages les plus courants

<input type="radio"/> Simple	<code>http://refeo.com/?p=123</code>
<input type="radio"/> Date et titre	<code>http://refeo.com/2015/12/17/exemple-article/</code>
<input type="radio"/> Mois et titre	<code>http://refeo.com/2015/12/exemple-article/</code>
<input type="radio"/> Numérique	<code>http://refeo.com/archives/123</code>
<input checked="" type="radio"/> Nom de l'article	<code>http://refeo.com/exemple-article/</code>
<input type="radio"/> Structure personnalisée	<code>http://refeo.com</code> <input type="text" value="/%postname%/"/>

Le différents réglages de permalien proposés nativement par WordPress

La première est celle par défaut. Elle a la particularité de toujours exister ! Le paramètre numérique est l'ID du contenu. Vous pouvez le connaître au survol de votre liste de pages ou posts, dans la barre d'état de votre navigateur (en bas en général). Dès que vous sélectionnez un autre formatage d'url, cette url par défaut est redirigée automatiquement en 301 vers l'url réécrite. Vous n'avez rien à faire !

Comment choisir le bon formatage d'url réécrite ?

| Je conseille les urls les plus courtes possibles, sans sous répertoire.

En général un tel site ne compte que quelques pages et la gestion des permaliens reste simple. Retenez seulement que deux pages différentes ne peuvent pas avoir le même permalien.

Vous pourriez utiliser les catégories et sous catégories, qui font du sens dans une arborescence. Ce que je n'aime pas dans cette approche est le fait que si vous changez un produit de catégorie, son url directe va être impactée. De même les produits dans plusieurs catégories provoquent du contenu dupliqué. Vous changez le permalien d'une catégorie ? Toutes les urls des posts sont impactées. Même en gérant les choses avec des redirections 301, vous allez arriver à des cascades de 301, pénalisantes pour le SEO.

Source :

<http://blog.neocamino.com/le-permalien-WordPress-choisir-la-bonne-structure-pour-ameliorer-son-referencement/>

Spécifier les permaliens des pages ou articles

Les réglages précédents faits, il vous restera à optimiser l'url de vos pages directement sur la page où vous l'écrivez. Attention, une fois une page ou un article publié, vous ne devez pas changer l'url sans rediriger l'ancienne vers la nouvelle en 301.

Pourquoi ne pas changer l'url d'une page ancienne ?

Vous subirez deux conséquences négatives :

1. l'ancienne url sera en 404, ce qui n'est pas bon pour le référencement, naturel de WordPress.
2. les backlinks pointant vers cette page perdront leur poids... Un bon backlink pouvant être très compliqué à obtenir, cette perte est colossale !

Et si j'ai VRAIMENT besoin de changer l'url ?


Utilisez le plugin SEO redirections, qui vous permettra de spécifier quelle url doit être redirigée et où elle doit l'être. Contrairement à Yoast WordPress SEO qui lui se paramètre page à page, ce plugin peut travailler sur des urls en 404 et même sur des règles génériques. La version gratuite est largement suffisante.

Renseigner les balises alt des images

L'optimisation des balises alt est aussi vieille que le SEO en lui-même. Cela reste d'actualité, mais ne le faites que pour les images essentielles (celles qui font partie du contenu utile de la page). Essayez de caser quelques mots clés, voire même les formes incorrectes orthographiquement (je pense aux accents), sans abuser.

Sauf cas particulier les balises alt ne sont pas visibles, d'où cette tolérance. Variez-les et jouez ici encore la carte du champ sémantique. Le poids des balises étant moindre que le titre ou le h1 en SEO, vous pouvez les utiliser pour cibler les mots clés les moins prioritaires.

Accès : Médias / Bibliothèque / Modifier



BAISSEZ LE PRIX
DE VOS CLICS ADWORDS
10 astuces de pro en images

Modifier l'image

Légende

Texte alternatif

Description

Pour ceux qui se demandent où entrer la balise alt : « Texte alternatif ». La légende sert à s'afficher en dessous de l'image (à voir si le thème le supporte, ce qui est généralement le cas)

Source :

<http://dianebourque.com/comment-optimiser-vos-images-dans-Wordpress-pour-le-referencement-et-google/>

Légender les images

Dans le même ordre d'idée que les balises alt, les légendes d'images sont une source d'optimisation tant pour le confort du visiteur que pour le référencement naturel. Les légendes ajoutent un texte sous l'image (cela dépend du thème, mais c'est généralement supporté). Ce texte est donc visible donc vous devez utiliser des mots clés corrects...

Ici encore, réservez cette optimisation aux images qui méritent une légende ! Faites-le correctement, vous ajouterez de la qualité à la lecture de votre page. Un visiteur pressé ne lira pas un bloc de texte, par contre il lira les légendes des images.

Intégrer des contenus multimédias

Ce n'est une surprise pour personne mais le web ce n'est pas que du texte. N'oubliez jamais que Google cherche surtout à juger de la qualité d'un contenu pour savoir s'il doit le référencer. Le fait de proposer autre chose que des blocs de textes indigestes va envoyer à Google un signal de qualité, ce qui va améliorer votre référencement WordPress.

Voici quelques idées simples pour améliorer vos contenus :

- mettez des images !
- intégrez des vidéos, il est probable que Youtube propose des vidéos qui vont enrichir votre propos
- donnez votre contenu au format PDF (on parlera plus loin du référencement des PDF avec WordPress)
- insérez d'autres fichiers (sons, présentations depuis SlideShare, etc.)
- résumez sous forme de tableaux (avantages / inconvénients, par exemple)
- structurez en listes
- affichez des citations
- donnez des chiffres simples mais avec des animations
- localisez une adresse avec Google Maps

Gardez à l'esprit que toutes les pages ne doivent pas recevoir de telles attentions. Améliorez le référencement de votre site WordPress en travaillant prioritairement les pages à contenu informatif.

Sous WordPress, l'intégration de contenus multimedia reste confortable : utilisez le bouton « Ajouter un media » au-dessus de la fenêtre d'édition de votre post ou page WordPress. Pour ma part j'utilise un plugin qui ajoute à ce même endroit une barre d'outil (un peu redondante avec le menu de WordPress) : TinyMCE Advanced. Ce n'est pas vital, juste plus confortable.

Intégrer des vidéos ou des cartes Google Maps consiste simplement à récupérer un morceau de code et à la copier à l'endroit où vous voulez qu'il apparaisse. Je vous renvoie vers cet article bien

fait : <https://www.gregoirenoyelle.com/Wordpress-inserer-des-medias-vidéos-ou-google-maps/>

Enfin, l'insertion de chiffres avec des animations n'est réellement faisable qu'avec le plugin adapté ou si le thème le prévoit nativement. En ce qui me concerne, j'utilise Shortcode Ultimate (<https://fr.Wordpress.org/plugins/shortcodes-ultimate/>). Dans la version gratuite, vous avez les éléments suivants, qui permettent déjà pas mal de libertés :

Shortcodes Ultimate



[Réglages du plugin](#) | [Page d'accueil du plugin](#) | [Forum](#) | [Add-ons](#)

Rechercher un shortcode

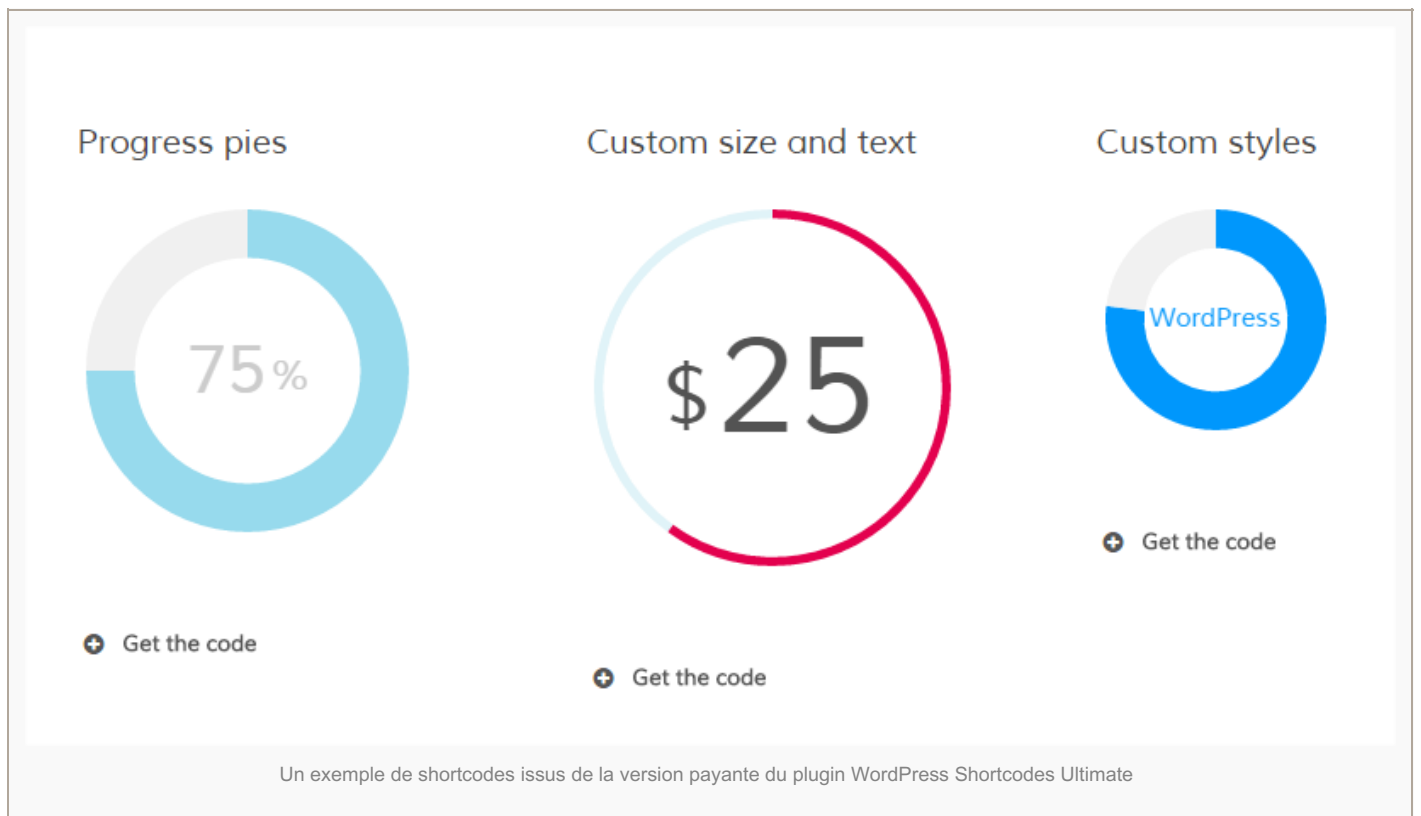
Pro Tip: Hit enter to select highlighted shortcode, while searching

Filtrer par type [Tout](#) [Contenu](#) [Zone](#) [Media](#) [Galerie](#) [Data](#) [Autres](#)

Heading	Tabs	Tab	Spoiler	Accordéon
Divider	Spacer	Surlignage	Label	Citation
Pullquote	Dropcap	Frame	Ligne	Colonnes
Liste	Bouton	Service	Zone	Note
Expand	Lightbox	Lightbox content	Tooltip	Privé
YouTube	YouTube Advanced	Vimeo	Screenr	Dailymotion
Audio	Video	Tableau	Permalien	Membres
Invités	Flux RSS	Menu	Sous-pages	Soeurs
Document	Gmap	Slider	Carousel	Galerie
Articles	Dummy text	Dummy image	Animation	Meta
User	Post	Template	QR code	Scheduler

La liste complète des shortcodes de mise en page du plugin Shortcodes Ultimate

La version payante (+15\$) inclut une quinzaine des shortcodes additionnels (en plus de 60 de base) dont les animations de chiffres :



Structurer les contenus (h2 à h6)

Les balises h1, h2, h3, h4, h5 et h6 sont destinées à structurer le contenu. Cela permet de hiérarchiser l'information de votre page.

Pourquoi devrais-je faire cet effort ?

| *Google apprécie les contenus structurés et vous bonifie !*

Dans les faits, la structuration est plutôt simple : le h1 en tête de page, unique, compact (quelques mots), puis des sous-titres h2 éventuellement subdivisés en h3. Pour être honnête même pour mes guides sur le référencement les plus longs, je n'utilise que le h1, h2, h3.

Dernier avantage : les tables des matières

Si vous faites l'effort de structurer vos contenus, il existe des plugins WordPress capables de vous créer des tables des matières en quelques clics, comme « Table of Contents Plus » (<https://fr.Wordpress.org/plugins/table-of-contents-plus/>) qui fait parfaitement cet office :

Table of Contents Plus

A powerful yet user friendly plugin that automatically creates a table of contents. Can also output a sitemap listing all pages and categories.

Télécharger la version 1509

[Description](#) [Installation](#) [FAQ](#) [Captures d'écrans](#) [Autres notes](#) [Historique des modifications](#) [Statistiques](#)

Government 2.0 Scenarios

There are a range of different scenarios where agencies could apply Government 2.0 approaches to their work. The scenarios discussed in this document include engaging with the public online, releasing government data online, and embracing open licensing as a way of encouraging online reuse of agency material.

Considering and planning these approaches, and determining how they can add value to existing business processes, may not initially be easy. Agencies' early Government 2.0 efforts will constitute new work and consume resources as agencies and staff learn how to use and manage new tools and approaches to their activities. After that, the process of realising the ways Government 2.0 can benefit an agency and add value to their activities can be a part of their normal work.

A range of business scenarios to demonstrate where agencies can use Government 2.0 approaches and tools to deliver benefits are described below. Many of these are based on activities that are taking place in agencies today.

Contents [hide]

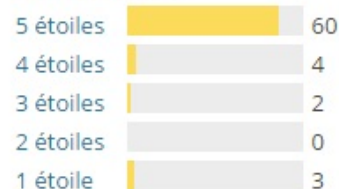
- 1 Government 2.0: it's not just about the technology
- 2 Inter- and intra-agency collaboration and sharing
- 3 Policy consultation
- 4 Feedback on service delivery
- 5 Engaging online and evaluating feedback
- 6 Publishing government data: why, where and how
 - 6.1 Publishing PSI: a primer for APS employees wanting to release taxpayer-funded data for public consumption and use
 - 6.1.1 Discover:
 - 6.1.2 Process:
 - 6.1.3 License:
 - 6.1.4 Publish:
- 7 Open licensing: allowing more permissive use of government material without abandoning ownership
 - 7.1 Case study – Finance's use of Creative Commons licences

Requiert : 3.2 ou plus récent
Compatible jusqu'à : 4.3.1
Dernière mise à jour : il y a 3 mois
Installations actives : 50 000+

Notes



4.7 sur 5 étoiles



Auteur



Mike
1 extension

Support

2 discussion(s) de support sur 14 a/ont été résolue(s) ces deux derniers mois.

Quelque chose à dire ? Besoin

Un des plugins WordPress possibles pour réaliser une table des matières automatique

Architecturer les pages

La plupart des thèmes WordPress (gratuits ou non) permettent de choisir le nombre de barres latérales (zéro, une, deux, voire trois) en plus du contenu principal. Ces colonnes s'appellent des sidebars. Vous pouvez aussi en général déterminer leur position (droite ou gauche, cette option dépendant de votre thème).

Ce point n'a pas qu'un impact très minime sur le SEO de votre site internet WordPress.

En ce qui me concerne, **je conseille de ne pas mettre de barre latérale sur les pages « commerciales »** (landings, page d'accueil de WordPress, contact, mentions légales, etc.) et de n'en positionner qu'une, à droite, sur les autres pages (blog, articles, etc.).

Pourquoi à droite ?

Parce que les thèmes WordPress responsifs vont, sur un mobile, afficher d'abord le contenu, puis, à la suite, la barre latérale. C'est mieux pour le visiteur qui est d'abord intéressé par le contenu plus que la barre latérale. Ceci réduira le taux de rebond ce qui améliore votre SEO. C'est un détail, mais c'est l'objet même de ce guide sur le référencement naturel de WordPress !

Avec mon thème, cette option se décide sous dans les réglages globaux soit page à page :

Désindexez les pages inutiles

Ce point est incontournable pour référencer WordPress !

Désindexer une page consiste à dire à Google de ne pas la mettre dans son index. Il la verra, mais ne la proposera pas dans ses pages de résultats.

Pourquoi ne pas mettre des pages dans l'index de Google ?

L'idée est surtout de ne pas mettre des pages sans valeur, des pages qui sont sans réel intérêt en terme de contenu, mais surtout des pages qui provoquent du contenu dupliqué interne !

Quelles pages peuvent provoquer du contenu dupliqué interne sous WordPress ?

Il y en a quelques-unes : pages de catégories, pages d'archives, pages des auteurs, même la page d'accueil si elle renvoie les derniers articles !

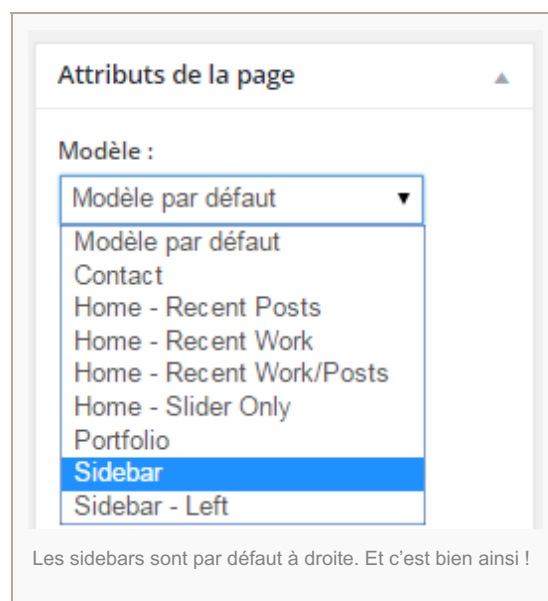
Elles ont en commun de reprendre des articles pour les réorganiser ou les filtrer. Au final, c'est le même contenu : des articles dans un ordre variable...

Je conseille des méthodes assez radicales : n'indexez que les pages, les articles, les catégories.

Tout ce qui est archives, tags (« étiquettes »), posts par auteur et des types de posts spécifiques sans intérêt en terme de contenu (« project attributes », comme le fait mon thème, par exemple) doit être mis en « noindex, follow ».

Comment désindexer ces pages ?

Deux possibilités, toutes les deux avec le plugin WordPress SEO de Yoast :



1. au **niveau global** : pour cela allez à *SEO / Titres & Métas / Types de contenu*, puis taxonomies, puis archives. Cochez la case « Méta robots, Noindex, Follow », comme le montre l'image ci-dessous :

Titres & Métas - Yoast SEO

Options enregistrées.

Généraux Page d'accueil Types de contenu **Taxonomies** Archives Autres

Catégories

Modèle de titre : %%term_title%% Archives %%page%% %%sep%% %%sitena

Modèle de Méta description :

Méta robots : noindex, follow

Yoast SEO Méta Box: Masquer

Étiquettes

Modèle de titre : %%term_title%% Archives %%page%% %%sep%% %%sitena

Modèle de Méta description :

Méta robots : noindex, follow

Yoast SEO Méta Box: Masquer

La gestion des pages à désindexer dans Yoast WordPress SEO

2. **page à page ou post à post** : pour des pages spécifiques (comme des pages accessibles après un formulaire validé, par exemple), vous pouvez utiliser les réglages de Yoast WordPress SEO pour les désindexer :

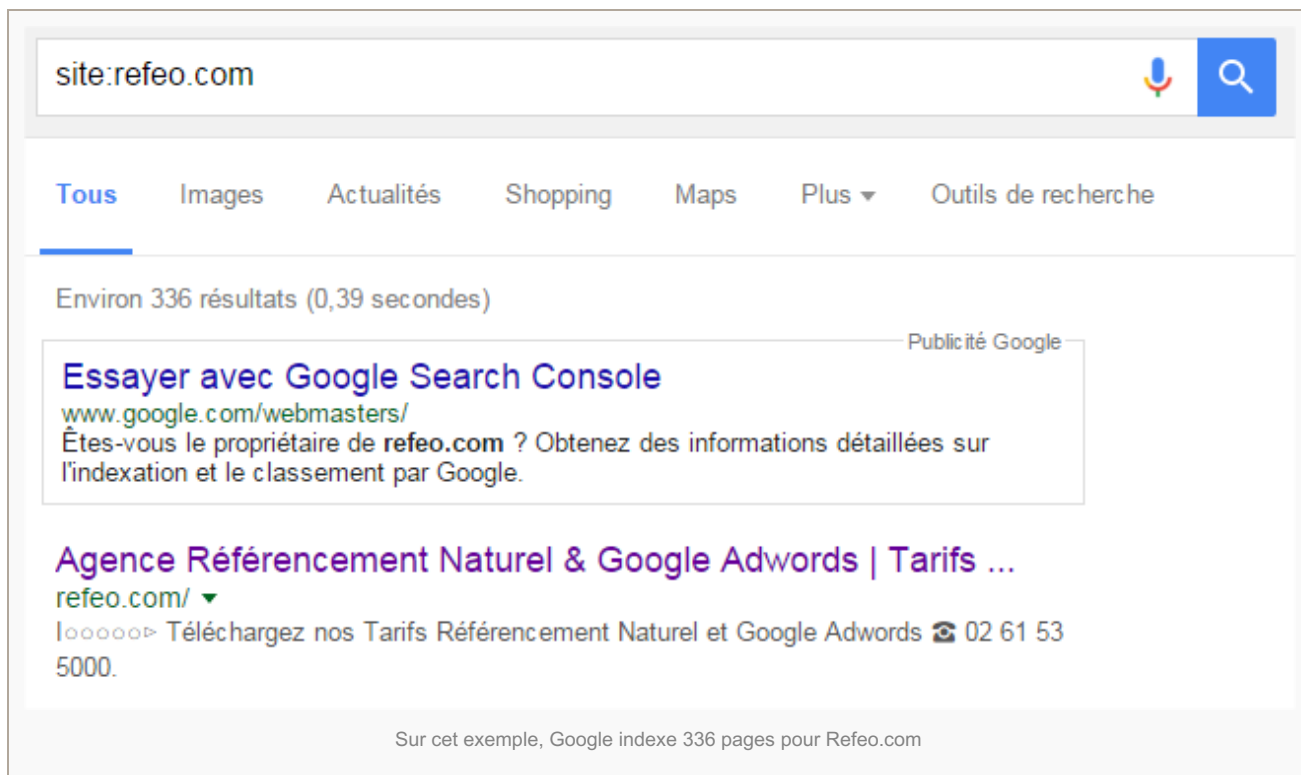
The image shows the Yoast SEO interface for the 'Avancé' (Advanced) settings of a page. The 'Méta Robots Index' section is highlighted with a blue arrow labeled '1'. The 'noindex' dropdown menu is selected, with a blue arrow labeled '2' pointing to it. The 'Suivre' radio button is selected under 'Méta Robots Follow', with a blue arrow labeled '3' pointing to it. The 'Paramètres méta robots avancés' dropdown menu is open, showing options like 'Aucun', 'NO ODP', 'NO YDIR', and 'Pas d'index pour l'image'. Below this, there is a text box for 'URL canonique' with a description: 'L'URL canonique qui devrait pointer sur cette page, laissez cette case vide pour utiliser le permalien par défaut. Les [URLs canoniques vers d'autres domaines](#) sont aussi supportées.'

La séquence à suivre pour désindexer un post ou une page spécifique

Note : laissez le paramètre Méta Robots Folow à « Suivre »

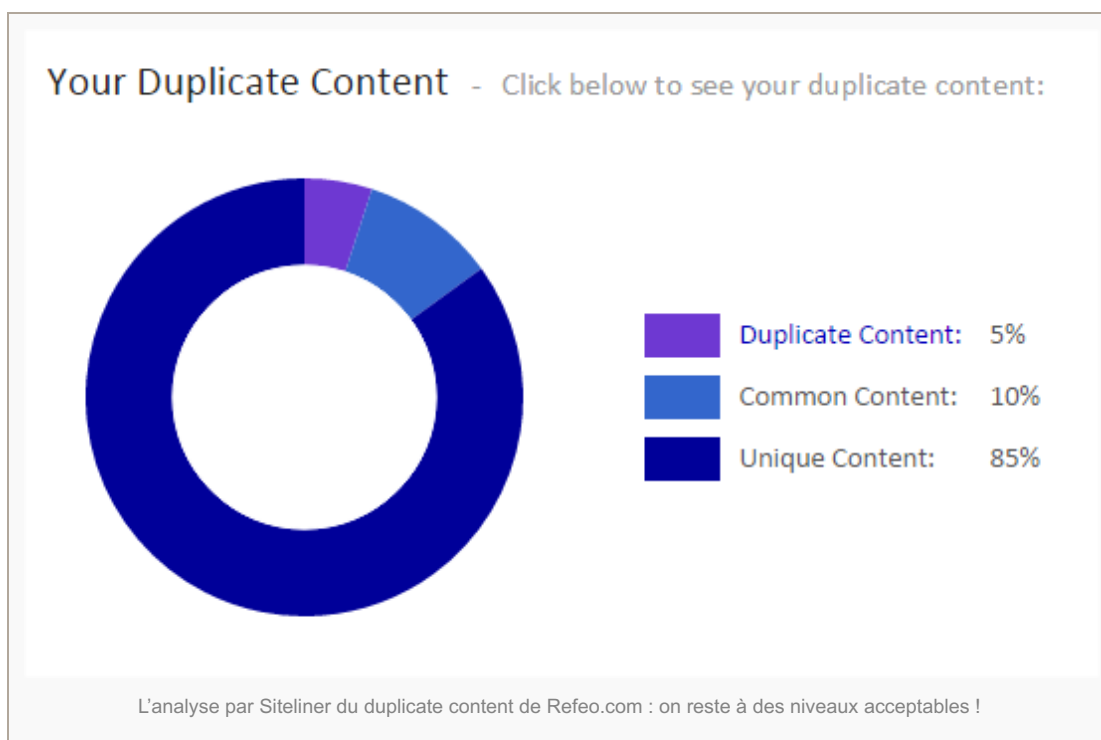
Comment détecter un problème de contenu dupliqué interne ?

1. **Vérification rapide** : faites la requête suivante « site:votresite.com » dans Google et regardez le nombre de pages indexées. Si ce nombre est significativement supérieur à votre nombre de pages+articles, vous avez un problème. Par exemple :



Ici le nombre est décent (moins de deux fois le nombre de posts) donc c'est raisonnable.

2. **Vérification par un outil externe** : [Siteliner.com](https://www.siteliner.com) propose d'analyser votre contenu. L'outil n'est pas parfait, mais si vous avez un pourcentage de contenu dupliqué supérieur à 20 %, continuez à analyser, au-delà de 50 %, c'est signe que vous devez agir ! Voici l'analyse pour Refeo.com :



3. **Google Search Console** : le meilleur outil mais aussi le plus complexe à analyser. Les graphiques vous permettent de voir quand le contenu a fortement varié et en déduire ce qui a provoqué cela (dans l'exemple ci-dessous, le pic est lié à la modification du fichier robots.txt) :



Travaillez le maillage interne

Le maillage interne est une des optimisations SEO de WordPress les moins utilisées et pourtant vous pouvez obtenir de bons résultats avec !

Qu'est ce que le maillage interne ?

C'est le simple fait de faire des liens entre les pages de votre site.

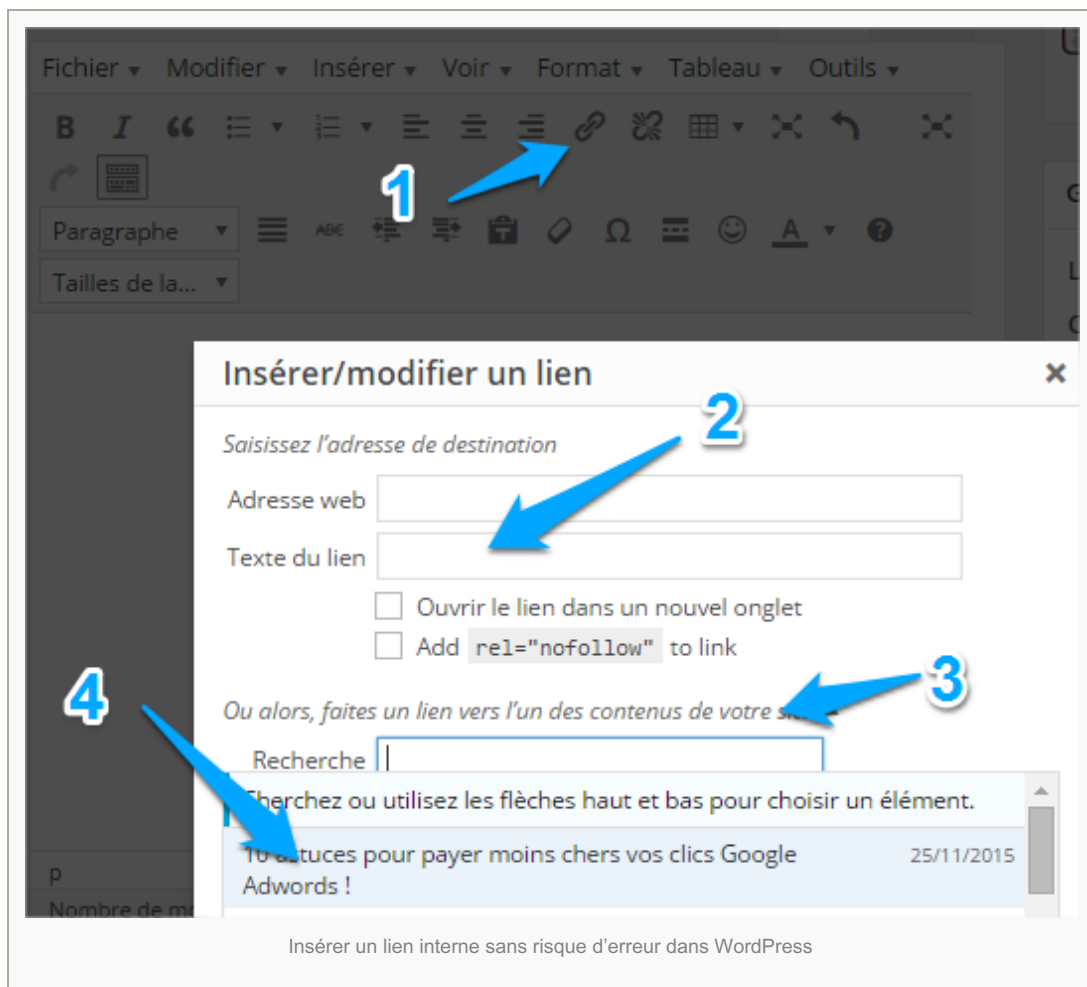
En quoi c'est utile pour le référencement naturel de mon site WordPress ?

Vous pouvez travailler l'importance de votre page et sa thématique sémantique en pointant vers elle **des liens internes optimisés** (c'est à dire avec des ancres qui sont des mots clés !). Si vous restez raisonnable, Google aura tendance à mettre en avant la page ainsi pointée.

Par contre n'en abusez pas !

Difficile de dire à quel moment Google va détecter une sur-optimisation seo. **Une bonne mesure consiste à faire ces liens à l'unité et de ne faire que des liens qui ont un sens.**

Comment faire un lien ?



Je vous conseille d'utiliser l'outil intégré à la boîte de rédaction de WordPress et de faire des liens vers des contenus en les recherchant. L'intérêt est d'éviter les fautes de frappes qui créent des liens cassés :

Sources :

<http://marketinghack.fr/referencement-Wordpress/>

<http://blogbuster.fr/seo/bien-referencer-un-blog-Wordpress-sur-google-plugins-et-reglages.htm#8>

Liez vers des sources de qualité

Vous le constaterez à travers ce guide sur le référencement avec WordPress, je fais l'effort de citer mes sources et de les lier (en « dofollow », sauf exception).

| *Liez vers d'autres contenus de qualité hors de votre site.*

Visez des contenus qui ont un lien réel et pertinent avec ce que vous écrivez.

Dois-je faire des liens vers mes concurrents ?

Oui, je sais c'est un crève-coeur... Techniquement, oui, c'est mieux. Mais psychologiquement, c'est un traumatisme. A voir avec votre psychologue préféré.

Préparer un chapeau optimisé

Le chapeau c'est le début d'un contenu qui doit vous donner envie de lire la suite. C'est utile pour réduire le taux de rebond et... utile en seo pour insérer en tête de contenu des mots clés ! Priorisez tout de même l'intérêt pour le lecteur.

Dernière astuce pour les chapeaux : formatez-les d'une manière un peu différente pour dynamiser la mise en page.

Sources :

<http://camillelatouche.com/ecrire-article-Wordpress-optimise-seo-referencement/>

<http://avisdupublic.net/critique/divers/tuto/rediger-chapeau-article-web/>

Suivant : [Les optimisations spécifiques à la page d'accueil de WordPress](#)

Les optimisations spécifiques à la page d'accueil de wordpress



Ne pas mettre les posts par défaut

La première des optimisations que vous devez faire est de **ne pas lister par ordre chronologique vos posts sur la page d'accueil**. C'est hélas le réglage par défaut de WordPress et il est contre-productif... Simplement parce que la page la plus importante d'un site est la page d'accueil est que vous commencez par la truffer de contenu dupliqué éventuellement multithématique.

Afficher un call to action en tête de page

Ce conseil n'est pas un pur conseil d'optimisation du SEO de WordPress. C'est plutôt une pratique que je recommande aux agences de création de sites avec lesquelles je travaille.

Le call to action (CTA pour les intimes) est un élément de la page qui va inciter un visiteur à effectuer une action (généralement, cliquer sur un bouton ou remplir un formulaire).

Aujourd'hui un internaute moyen va à l'essentiel, **autant faire en sorte que cet essentiel soit utile au site**.

Pour moi, sur un site vitrine sous WordPress, le haut de la page d'accueil doit contenir les éléments suivants :

- **Un visuel** (le « hero shot ») qui met en image votre offre
- **Un titre** (souvent le h1) et un sous titre (h2) qui définit en quelques mots bien précis la valeur ajoutée de votre offre. Grosso modo, pourquoi faire appel à vous plutôt qu'un autre. En marketing, c'est le concept de « Unique Selling Proposition ».

- **Un call to action**, qui se démarque visuellement. En général, on utilise la couleur complémentaire de la dominante de la page.

Comment rédiger une « Unique Selling Proposition » accrocheuse ? Elle doit :

1. **être Unique** : vous êtes différents des autres
2. **être Désirable** : votre lecteur doit avoir envie d'en savoir plus
3. **être Courte** : pas de longue phrase. Quasiment un titre de journal !
4. **être Spécifique** : pas de promesse vague. Le bénéfice de votre offre doit être clair
5. **avoir le « X-Factor »** : quelque chose en plus, un truc qui accroche plus le coeur que la tête.

Prévoir du contenu sous la ligne de flottaison en page d'accueil

Le référencement d'un site wordpress requiert du contenu et la page d'accueil n'échappe pas à cette règle !

Sans aller aussi loin que je peux le faire pour Refeo.com, **je vous conseille de présenter votre offre dans un texte de 300 mots minimum** (c'est un chiffre sur lequel s'accordent la plupart des SEO, mais il n'a jamais été prouvé !).

Placez ce texte où vous le pouvez et essayer d'en faire un contenu utile commercialement parlant. Vous pouvez par exemple dire en quoi vos produits sont utiles pour vos clients...

Pour le référencement naturel de la page d'accueil de WordPress, l'essentiel reste de bien exploiter tout le champ sémantique.

Ne suroptimisez pas ! Ecrivez un texte cohérent en bon français sans abuser des mots clés.

Optimiser la balise titre de la page d'accueil

Le titre de la page d'accueil s'optimise de la même manière que celui de toutes les autres pages. Il a cependant une particularité cruciale : si un internaute cherche votre marque ou nom de domaine, **Google va renvoyer la plupart du temps votre page d'accueil et donc son titre comme réponse !**

Les recherches « Brand » (liées à la marque) sont fréquentes et réalisées par des internautes intéressés par votre entreprise. Vous devez faire bonne figure !

Optimiser la balise meta description de la page d'accueil

Ici aussi et pour les mêmes raisons que le titre de la page d'accueil vous devez faire un effort de rédaction !

Optimiser le titre h1 de la page d'accueil

Le titre h1 de la page d'accueil de votre site WordPress a une double vocation : optimiser le référencement naturel de WordPress et résumer en quelques mots votre « Unique Selling Proposition ».

Prenez le temps de le soigner, il sera forcément lu à un moment ou un autre par vos visiteurs.

Eviter les urls non racine

Sauf contrainte technique majeure, l'url de votre page d'accueil WordPress doit ressembler à <http://www.refeo.com> ou <http://refeo.com>. Les variantes du type : « monsite.com/accueil » sont à proscrire. **C'est anti ergonomique, cela oblige à faire des redirections**, bref, on peut s'en passer !

Pour modifier cela, l'accès se fait par *Réglages / Général / Adresse Web de WordPress*. Pour la très grosse majorité des sites, la configuration se résume à celle-ci :

Adresse web de WordPress
(URL)

Adresse web du site (URL)

Sommaire [Guide SEO WordPress](#) >> Suivant : [Optimiser les catégories de WordPress](#)

Optimiser les catégories de WordPress



Quand utiliser des catégories ?

Les catégories ont pour vocation d'organiser un blog riche ou multi-thématique. Vous pouvez les afficher pour l'utilisateur ou les utiliser uniquement pour une gestion dans le backoffice de WordPress.

Pour des petits sites mono thématique, je pense que ce n'est pas nécessaire de les rendre visibles pour le visiteur. Au final, en terme d'ergonomie c'est plus simple.

L'avantage SEO d'utiliser des catégories est de structurer le site. Si votre WordPress parle de beaucoup de choses différentes, l'usage des catégories va permettre de structurer le site en silo.

Un silo (je en parle plus loin dans ce guide sur le seo de WordPress) est un sous ensemble de pages du site relativement étanche : les silos sont peu liés entre eux alors qu'à l'intérieur du silo, les pages sont très liées (et hiérarchisées). **C'est typiquement l'optimisation utile pour des blogs WordPress multithématiques** (imaginez un blog WordPress traitant des sujets suivants : mode, santé, beauté, voiture, par exemple).

Notez enfin que les pages n'ont pas de catégorisation, elles peuvent seulement être hiérarchisées entre elles.

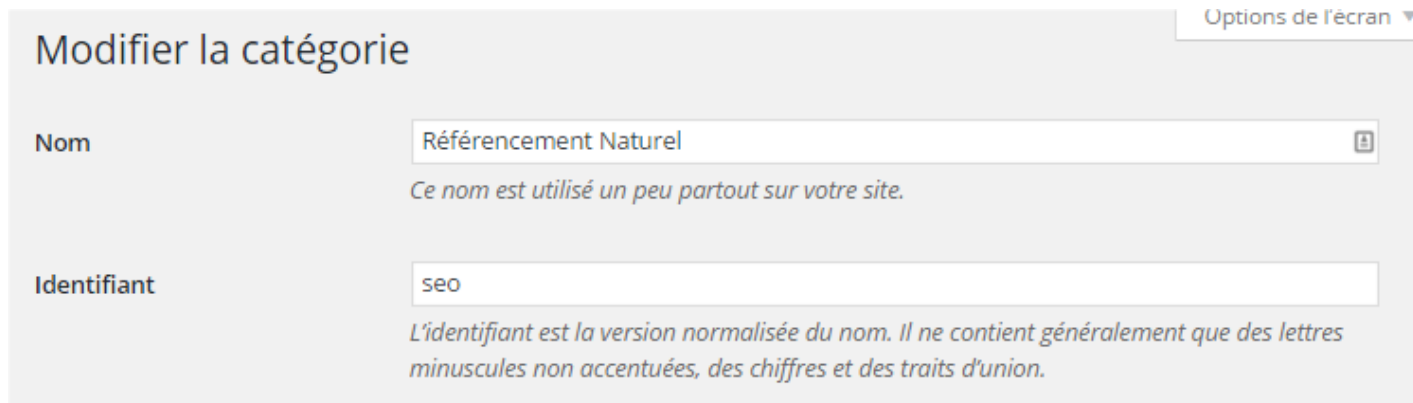
Identifiants des catégories

Pour optimiser les permaliens WordPress des catégories, **donnez-leur un identifiant court mais lié à votre**

thématique. Pour refeo.com, lorsque j'utilisais des catégories dans mes urls, j'avais « seo », « sea », « webmarketing », etc.

Le nom complet de la catégorie peut être plus explicite, ce n'est pas un problème.

Pour paramétrer cela, allez dans *Articles / Catégories / [la catégorie à modifier]* :



Supprimer category dans l'url

WordPress est un CMS absolument extraordinaire, certes, mais de temps à autres il a de mauvaises habitudes... Par exemple, il ajoute parfois */category/* entre votre nom de domaine et la catégorie en question dans l'url.

| *C'est moche et inutile.*

Bonne nouvelle, si les réglages des permaliens que vous avez choisi dans *Réglages / Permaliens* ne corrigent pas le problème, **vous pouvez demander à Yoast WordPress SEO, votre plugin SEO préféré, de corriger le tir** : allez dans *SEO / avancé / Permaliens* et cochez la case : « Retire la base de la catégorie (généralement */category/*) de l'URL de la catégorie. »



Le contenu dupliqué sur les noms des catégories

Autre « bug » méconnu de WordPress pouvant conduire à du contenu dupliqué nocif au seo de votre site WordPress, **l'imbrication de noms de catégories dans les urls.**

Comment ce bug se manifeste-t-il ?

Dans certaines configurations, les urls du type *monsie.com/cat1/cat2* et *monsie.com/cat3/cat2* renvoie toutes les deux vers la même page, ce qui crée 2 urls pour 1 seule page et donc du contenu dupliqué...

La bonne nouvelle ! 2 solutions existent !

1. Ne rien faire. Sauf si vous observez une montée en flèche de vos pages indexées liées à ce problème. Alors foncez au point 2.
2. Julio Potier s'est penché avec talent et en détail sur la question et propose un correctif : <http://www.geekpress.fr/wordpress/astuce/duplicate-content-categorie-1416/>


Multi catégorie et permalien

Autre petit désagrément à votre programme de référencement de WordPress, les articles appartenant à de multiples catégories... Si vous pouvez éviter cela, tant mieux. Si malgré tout vous aimez vivre (un peu) dangereusement, le problème sous-jacent est encore lié à du contenu dupliqué...

Si votre article appartient à cat1 et cat2, il sera accessible par l'url *monsie.com/cat1/article* et *monsie.com/cat2/article*. Ici encore, 2 urls pour une même page. **Contrairement au point évoqué précédemment, celui-ci arrivera fort probablement.**

Les solutions ?

1. un article = une catégorie. Mais vous n'avez pas voulu m'écouter.
2. utiliser un plugin
<https://fr.wordpress.org/plug-ins/wp-category-permalink/>
Ce plugin va permettre de choisir quelle sera la catégorie principale, le reste sera redirigé.



WP Category Permalink

Allows manual selection of a 'main' category for each post for better permalinks and SEO.

Télécharger la version 2.2.8

Précédent : [Les optimisations spécifiques à la page d'accueil de wordpress](#) << Sommaire [Guide SEO WordPress](#) >> Suivant : [Optimiser les tags de WordPress](#)

Optimiser les tags de WordPress



Quand les utiliser ?

Petite remarque de terminologie : les tags WordPress sont désormais appelé des étiquettes. Et comme je n'aime pas le changement, je mélangerai allègrement les deux.

A la base, conseil d'expert SEO, vous ne devriez pas utiliser les tags. C'est une pratique qui a été tellement abusée par les référenceurs que Google s'en méfie.

Pourquoi ?

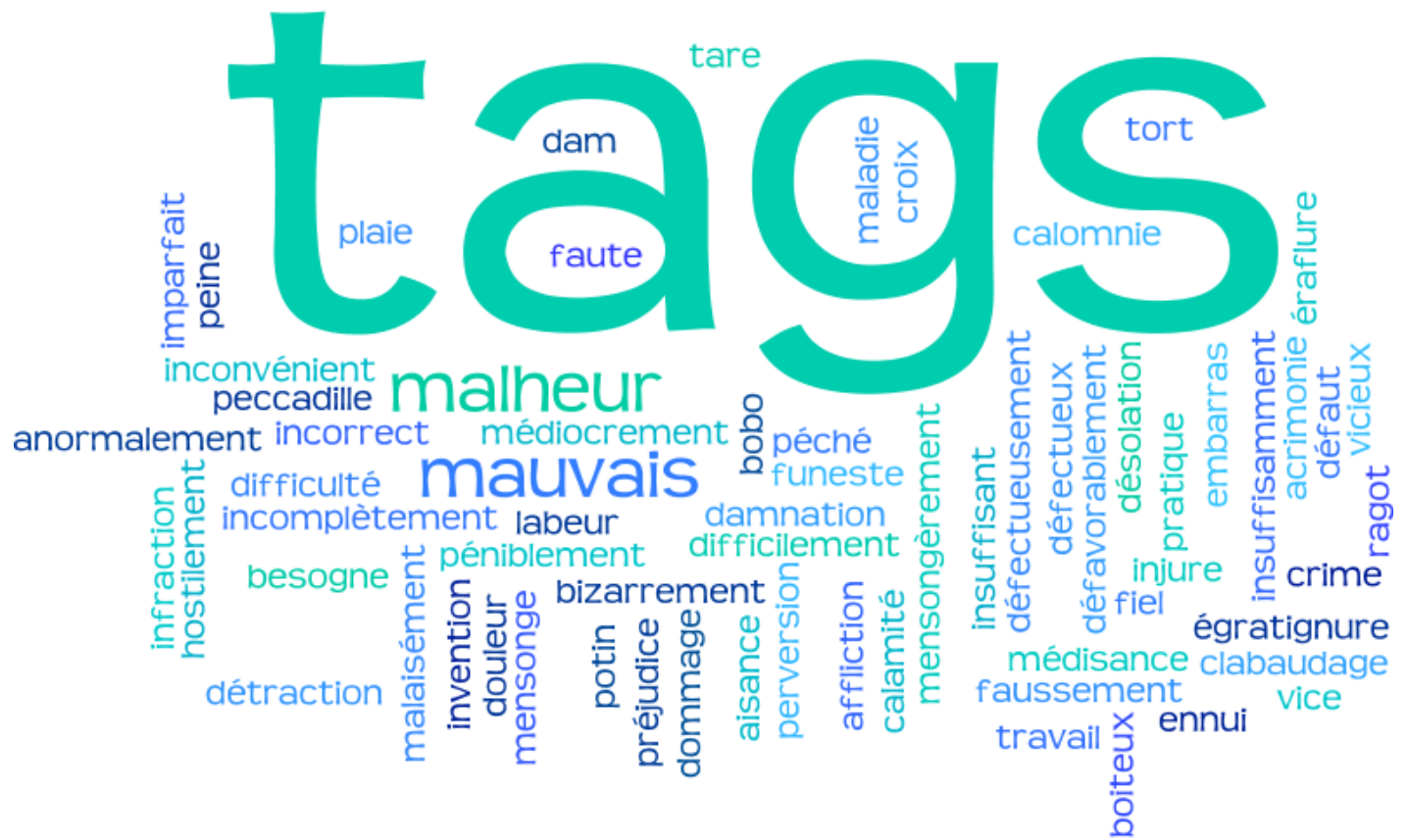
Il suffisait d'y mettre tous ses mots clés pour être sûr qu'il fussent vu sur toutes les pages du site, sans effort.

Alors quand utiliser les tags ?

Si vous pensez que vos visiteurs peuvent bénéficier en terme d'ergonomie des tags, alors utilisez-les. **Si ce n'est qu'afin d'optimiser le référencement de WordPress, oubliez !**

Pour ceux qui voudraient apprendre à gérer en finesse les tags de leur site WordPress, voici la meilleure ressource sur le sujet :

<http://www.travelplugin.com/astuces-referencement-blog-voyage-wordpress/>



Source :

<http://www.instinct-blogueur.com/tag-wordpress/>

A éviter le nuage de tag disproportionné

Si malgré cela vous mettez en place des tags, lisez cet article :

<http://www.instinct-blogueur.com/tag-wordpress/>

Toujours motivé ? OK !

Créez un nombre réduit de tags. « SEO », « référencement » et « référencement naturel » sont redondants ou trop vagues.

Vous devez parcourir l'ensemble de vos tags et voir si vous pouvez en fusionner voire en supprimer ! Si un tag ne renvoie que vers un article, il y a de forte chance que vous puissiez améliorer cela.

Optimiser le SEO des tags WordPress

Après toutes ces recommandations, si vous avez la possibilité d'optimiser vos tags pour qu'ils correspondent à vos mots clés, faites-le !

Utilisez vos priorités. Si, par exemple, si « seo » a plus de recherche que « référencement naturel », alors privilégiez « seo ». C'est dans les faits la seule véritable optimisation SEO que vous pouvez faire sans risque.

Ne pas indexer les pages des tags

Comme le signalent ces deux excellents posts sur le sujet :

<http://www.seomix.fr/problemes-mots-cles-wordpress-en-referencement/>

<http://blog.axe-net.fr/utilisation-tags-wordpress/>

l'inconvénient #1 des tags WordPress reste le contenu dupliqué interne.

Pourquoi les tags posent des problèmes de contenu dupliqué ?

Simplement parce que 1 tag = 1 page créée, qui reprend la liste des posts associés à ce tag. Aucun contenu additionnel (tout est déjà visible ailleurs) donc c'est du dupliqué.

Comment éviter le contenu dupliqué lié aux pages de tags sous WordPress ?

La réponse est simple : ne pas les indexer. Ici encore c'est le plugin de Yoast WordPress SEO qui vous en donne la possibilité.

Cette option se trouve dans *SEO / Titres & Métas / Taxonomies / Etiquettes*, vous n'avez qu'à cocher la bonne case.

Si vous n'utilisez aucun tag, cette option n'a aucun impact.

The image shows the 'Titres & Métas - Yoast SEO' configuration page. It has several tabs: 'Généraux', 'Page d'accueil', 'Types de contenu', 'Taxonomies', 'Archives', and 'Autres'. The 'Taxonomies' tab is selected. Under the 'Catégories' section, there are fields for 'Modèle de titre' (containing '%term_title% Archives %page% %sep% %sitena') and 'Modèle de Méta description'. Below that, 'Méta robots' is set to 'noindex, follow' (checkbox checked), and 'Yoast SEO Méta Box' is set to 'Masquer' (checkbox unchecked). The 'Étiquettes' section is highlighted with a blue box and also has 'Modèle de titre' and 'Modèle de Méta description' fields. Its 'Méta robots' is also set to 'noindex, follow' (checkbox checked), and 'Yoast SEO Méta Box' is set to 'Masquer' (checkbox unchecked).

Précédent : [Optimiser les catégories de WordPress](#) << [Sommaire Guide SEO WordPress](#) >> Suivant : [Utiliser un logo wordpress optimisé pour le SEO](#)

Utiliser un logo wordpress optimisé pour le SEO



Pas de h1 de formatage

C'est une erreur de moins en moins fréquente mais l'utilisation d'un h1 pour le logo est à proscrire. Si votre thème WordPress utilise ce genre d'artifices, brûlez-le en place publique. Oui, rien que cela.

Comment vérifier que le le logo n'est pas dans une balise h1 ?

Ouvrez simplement une page de votre site qui affiche votre logo. Affichez le code source (CTRL+U ou clic droit et « afficher le code source de la page ». Ensuite faites une recherche (CTRL+F) sur le texte « h1 ». Si l'url de votre logo est entre les balises <h1> et </h1>, c'est que votre thème a ce problème.

Ce n'est pas le cas ? Continuez !

C'est le cas, plusieurs solutions :

- **modifiez en dur le code source du template** . Attention, chaque mise à jour du thème peut effacer vos changements.
- **créez un thème enfant** et effectuer la modification dans le code enfant, cela devrait vous mettre à l'abri des mises à jour.
- **changez de thème**. C'est la meilleure option.

- cassez votre livret d'épargne et faire une proposition de rachat à Google. Une fois la transaction finalisée, modifiez l'algorithme de Google pour qu'il pardonne ce genre de maladresse de codage.

Et voilà !

Balise alt optimisée

Si vous le pouvez, **soignez la balise alt de votre logo, avec votre mot clé prioritaire**. Ce n'est pas toujours simple car cela dépend du thème. En ce qui me concerne, sur Refeo.com, le logo est uploadé par les médias de WordPress mais la balise alt est renseignée directement par le thème, sans que j'ai la main dessus.

J'ai fait l'essai :

A vous de voir si vous le pouvez. Je ne conseille pas de modifier en dur le code source car c'est trop d'effort pour une optimisation à faible impact.

Lien vers la page d'accueil

Ici encore, c'est plus une question d'ergonomie que de SEO pur et dur.

Liez votre logo à la page d'accueil du site.

L'avantage – minime – pour optimiser le seo de WordPress est de donner un poids maximal à la page d'accueil, ce qui aura pour conséquence de donner aussi plus de jus aux liens qui en partent et de la faire se positionner plus facilement dans les page de résultats. Rien de transcendant mais j'aime bien donner du poids à la page d'accueil car on peut ensuite bien la travailler d'un point de vue commercial.

Léger

Le logo de votre site WordPress être chargé sur toutes les pages du site. Autant l'alléger au maximum, c'est un détail qui finit par avoir son importance !

S'il est au format jpg, compressez-le (j'en parlerai dans la partie qui parle de l'optimisation seo des images).

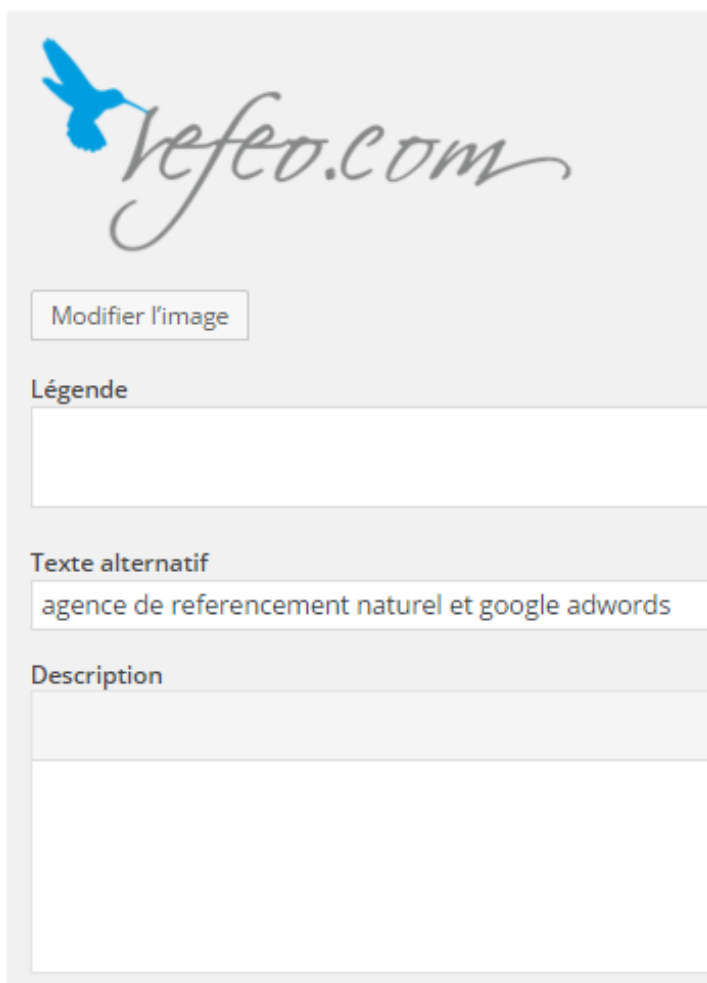
S'il est au format png (pour la raison qu'il a des transparence, sinon utilisez du jpg), réduisez-le à la dimension la plus petite possible, vous ne pouvez pas faire grand-chose de plus...

Favicon

Le favicon est la petite image qui s'affiche dans la barre d'adresse du navigateur. Elle ne sert surtout qu'à mettre en avant votre identité visuelle.



En terme de seo j'ai tendance à penser que **la présence d'un favicon permet d'envoyer un mini signe de**



qualité à Google. Rien de solide, mais on va dans le bon sens.


Comment insérer un favicon dans WordPress ?

C'est souvent lié à votre thème, donc cherchez de ce côté.

Sur le thème que j'utilise actuellement sur Refeo.com, c'est dans les options du thème :

Favicon Upload

Upload a 16px x 16px .png or .gif image that will be your favicon.

 [Remove Upload](#)

Précédent : [Optimiser les menus de WordPress](#) << Sommaire [Guide SEO WordPress](#) >> Suivant : [Optimiser les menus de WordPress](#)

Optimiser les menus de WordPress



Organiser des menus efficaces

Les menus de WordPress sont très bien faits et faciles à travailler : c'est une opportunité d'optimiser le seo de WordPress dont on ne va pas se passer !

Comment faire ?

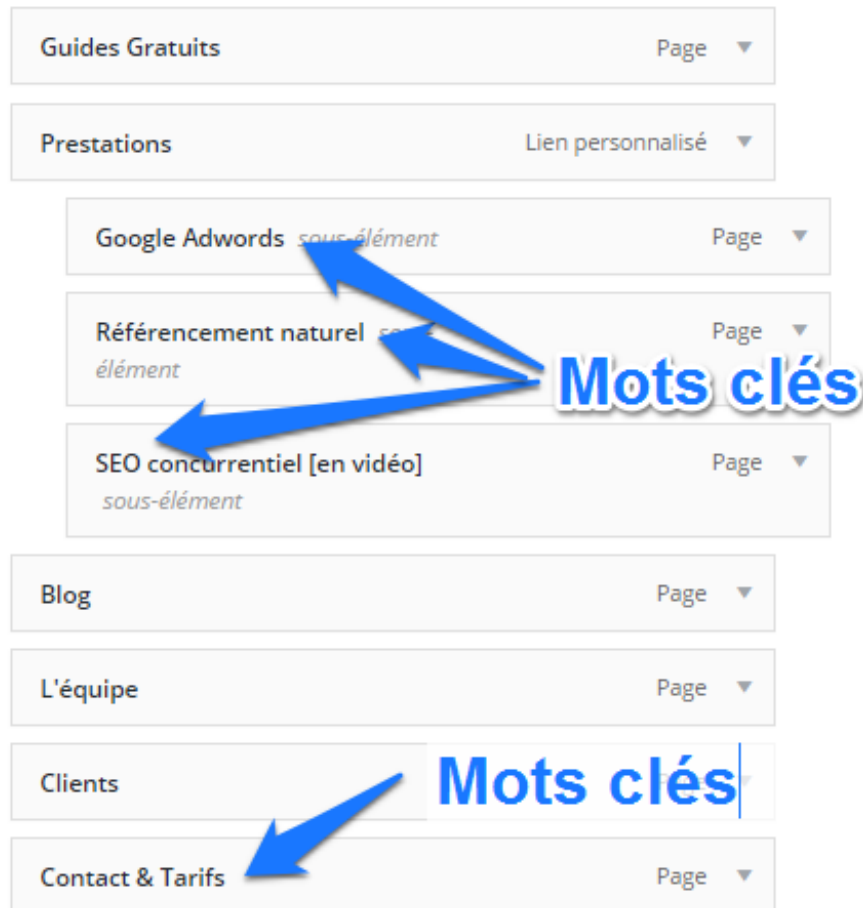
Comme toujours, priorité à l'ergonomie du visiteur. Vous pouvez jouer sur deux choses :

1. **quelles pages vont être liées** : ciblez des pages qui sont elle-même bien optimisées (contenu, mots clés, etc.) **En effet elle vont avoir un poids considérable aux yeux de Google** car elles seront liées depuis toutes les pages du site qui ont le menu (donc toutes ou presque). Cela se traduira par plus de trafic naturel entrant, au final.

2. **l'ancre même des liens** : ancrez sur des textes, plutôt que des images et utilisez dans vos ancres des mots clés. Exemple pour Refeo.com :

Structure du menu

Glissez chaque élément pour les placer dans l'ordre que vous préférez. Cliquez sur la flèche à droite de l'élément pour afficher d'autres options de configuration.



Ici, j'ai pu positionner des mots clés (ou des composantes de mots clés) : « seo », « référencement naturel », « Google Adwords » et même « tarifs », composante qui intervient dans des expressions clés comme « tarifs référencement naturel ». La navigation reste ergonomique pour l'utilisateur.

Notez par ailleurs qu'en dehors de la page contact (volontairement épurée), les pages qui reçoivent ces liens sont riches en contenu.

Trop riche ? C'est possible, mais je fais mes expériences !

Les mega menus sous WordPress : pour ou contre ?

Les megamenus sous WordPress sont des menus qui affichent une arborescence très profonde du site.

Les avantages :

- + confort de navigation (tout est visible)
- + moins de clics pour arriver à la bonne page
- + [seo] plus de liens faisables

Les inconvénients :

- beaucoup de lecture pour un visiteur ! Requier une organisation sans faille
- [seo] dilution du poids des liens
- [seo] réduit l'efficacité du siloing (les thématiques en silo sont moins isolées les unes des autres)

Au final c'est une question de compromis. Sur du e-commerce j'ai tendance à penser que **les avantages ergonomiques pèsent plus que les inconvénients de référencement naturel**. Sur un site vitrine, souvent moins vaste, vous ne devriez pas avoir besoin de ce genre de menus...

Précédent : [Utiliser un logo wordpress optimisé pour le SEO](#) << Sommaire [Guide SEO WordPress](#) >> Suivant : [Créer des plans de site utiles](#)

Créer des plans de site utiles



Préparer un plan de site html pour le visiteur

Un plan de site html est une page visible par un internaute qui voudrait visualiser d'un coup d'oeil l'organisation du site. **Cette étape n'est réellement à faire que dans les cas suivants :**

- votre visiteur pourrait en avoir besoin
- vous avez des pages orphelines (c'est à dire ne recevant aucun lien) qui ne peuvent pas être référencées au plan de site xml. Ce serait le cas de pages hors de WordPress. De telles pages seraient par exemple une application web développée sur mesure, qui ne peut pas être intégrée sous WordPress. **Utilisez alors votre plan de site WordPress pour lier les pages orphelines.**

Ces deux cas de figure sont assez rares dans la pratique et vous ne devriez pas avoir besoin d'un plan de site si votre navigation est correctement conçue. WordPress offre des outils de menus, de widgets, de pieds de page suffisamment puissants pour organiser correctement votre site.

Tenez à jour le plan de site xml pour les robots

Le plan de site xml est lui très utile... et plus simple à construire ! Il sert à s'assurer que les pages utiles vont être indexées. **De manière générale, vous allez intégrer les contenus suivants :** posts et pages. Vous pouvez aussi indexer vos fichiers joints (images, vidéos hébergées sur votre site WordPress, fichiers pdf...).

Sitemaps XML - Yoast SEO

Cocher cette case pour activer la fonctionnalité sitemap XML.

Généraux Sitemap utilisateur Types de contenu Articles exclus Taxonomies

Vous pouvez trouver votre fichier sitemap XML ici : XML Sitemap

Vous n'avez **pas** besoin de générer le fichier sitemap XML, pas plus qu'il ne faudra de temps pour le mettre à jour à chaque nouvel article.

Entrées par page

Merci de saisir le nombre maximal d'entrées par page de sitemap (par défaut 1000, vous pouvez réduire ce nombre pour éviter les problèmes de mémoire sur certaines installations) :

Nombre d'entrées maximal par sitemap:

[Enregistrer les modifications](#)

Pour commencer la configuration, rendez-vous aux réglages de Yoast WordPress SEO suivants : *SEO / Sitemap XML / Généraux*.

Cochez la case : « *Cocher cette case pour activer la fonctionnalité sitemap XML* ».

Pour ce qui est du nombre d'entrée, si votre site comporte réellement beaucoup d'items, **vous devez augmenter cette valeur en prenant de la marge**, au pire votre serveur travaillera un peu plus à chaque insertion d'article.

Sitemaps XML - Yoast SEO

Cocher cette case pour activer la fonctionnalité sitemap XML.

Généraux Sitemap utilisateur Types de contenu Articles exclus Taxonomies

Désactiver le sitemap auteur/utilisateur

[Enregistrer les modifications](#)

Ensuite, allez à *SEO / Sitemap XML / Sitemaps utilisateurs*.

Là, vous pouvez ou non prévoir un sitemap xml WordPress pour les auteurs. Pour moi, cela n'a pas d'utilité : **la plupart des sites sous WordPress sont mono auteur ou présentent un nombre limité d'auteurs**.

Sitemaps XML - Yoast SEO

Cocher cette case pour activer la fonctionnalité sitemap XML.

Généraux Sitemap utilisateur **Types de contenu** Articles exclus Taxonomies

Veillez cocher la case appropriée ci-dessous s'il y a un type de contenu que vous ne voulez **PAS** inclure dans :

- Articles (`post`)
- Pages (`page`)
- Fichier média (`attachment`)
- Thrive Lightboxes (`tcb_lightbox`)
- Slides (`home_slider`)
- Portfolio (`portfolio`)

[Enregistrer les modifications](#)

Ensuite : allez à *SEO / Sitemap XML / Types de contenus*.

Vous n'aurez pas forcément les mêmes entrées que moi (hormis Articles et Pages), ces entrées dépendant des types de contenu prévu dans votre site (les miens sont liés au thème que j'utilise). **Attention, laissez bien décoché ce qui DOIT être inclus dans les sitemaps.**

Sitemaps XML - Yoast SEO

Cocher cette case pour activer la fonctionnalité sitemap XML.

Généraux Sitemap utilisateur Types de contenu **Articles exclus** Taxonomies

Vous pouvez exclure des articles de votre sitemap en saisissant une série d'ID séparée par des virgules. Le format est : `1,2,99,100`

Article à exclure:

[Enregistrer les modifications](#)

Ensuite : allez à *SEO / Sitemap XML / Articles exclus*.

Vous pouvez ici ne pas faire apparaître un article donné dans le sitemap. Notez que le fait qu'il ne soit pas dans le fichier sitemap ne vous garantit en rien qu'il ne sera pas indexé, loin de là. **Cette option sert éventuellement à faire en sorte que les petits malins n'aillent pas voir votre sitemap pour WordPress** et trouve des articles que vous auriez masqués pour diverses raisons.

Sitemaps XML - Yoast SEO

Cocher cette case pour activer la fonctionnalité sitemap XML.

Généraux

Sitemap utilisateur

Types de contenu

Articles exclus

Taxonomies

Veillez cocher la case appropriée ci-dessous s'il y a une taxonomie que vous ne voulez **PAS** inclure dans votre fichier sitemap :

Catégories (`category`)

Étiquettes (`post_tag`)

Format (`post_format`)

Project Categories (`project-type`)

Project Attributes (`project-attributes`)

Enregistrer les modifications

Enfin : allez à *SEO / Sitemap XML / Taxonomies*.

Attention, ici aussi vous cochez ce qui n'a pas lieu d'être indexé. J'ai laissé les catégories, le reste ne m'intéresse pas.

Précédent : [Optimiser les menus de WordPress](#) << Sommaire [Guide SEO WordPress](#) >> Suivant : [Optimiser le pied de page](#)

Optimiser le pied de page



Ouvrir un compte Google MyBusiness

Oui, je sais, dans la partie qui traite de l'optimisation seo du pied de page de WordPress, on peut être surpris d'y voir Google MyBusiness. Au final, peu importe : ouvrez un compte Google MyBusiness. **Rien n'a prouvé l'impact en terme de SEO mais cela apporte plusieurs avantages :**

- c'est **gratuit**
- cela reste un **signal positif** envoyé au moteur
- vous affichez des **informations** complémentaires sur votre entreprise directement dans Google

Google™ My Business



L'ouverture du compte n'est pas ce qu'il y a de plus simple, mais le jeu en vaut la chandelle. Une fois le compte ouvert, vous allez recevoir par la poste un courrier avec un code, saisissez-le dans l'interface, cela finalisera votre inscription. Voici en image ce que cela apporte (j'ai tassé l'image pour ce guide sur le référencement de WordPress, mais sur un écran d'ordinateur, c'est vraiment visible :

Sitemaps XML - Yoast SEO

Cocher cette case pour activer la fonctionnalité sitemap XML.

Généraux

Sitemap utilisateur

Types de contenu

Articles exclus

Taxonomies

Vous pouvez trouver votre fichier sitemap XML ici :

Vous n'avez **pas** besoin de générer le fichier sitemap XML, pas plus qu'il ne faudra de temps pour le mettre à jour à chaque nouvel article.

Entrées par page

Merci de saisir le nombre maximal d'entrées par page de sitemap (par défaut 1000, vous pouvez réduire ce nombre pour éviter les problèmes de mémoire sur certaines installations) :

Nombre d'entrées maximal
par sitemap:

[Enregistrer les modifications](#)

Formater l'adresse postale

Je trouve que le pied de page est un bon endroit pour indiquer vos coordonnées (adresse, téléphone, etc.), en

plus d'une page contact dédiée. **Utilisez les microformats pour indiquer qu'il s'agit d'une adresse postale.** Si vous avez déjà ouvert un compte Google MyBusiness, vous pouvez vous en passer.

Ce n'est pas ce qu'il y a de plus simple à implémenter, mais pour les courageux, voici les bons liens :

<http://www.seomix.fr/microformats-microdata-wordpress/>

<http://schema.org/LocalBusiness>

Indiquer un numéro de téléphone

Ici encore, rien ne prouve que le fait d'indiquer un numéro de téléphone va améliorer le référencement naturel de votre site WordPress. **Cette optimisation fait partie de la longue liste des signaux positifs que vous pouvez utiliser sans trop de difficultés** et qui ne peuvent pas nuire à votre seo.

Indiquez donc simplement un numéro de téléphone, au pire vos futurs clients vous appelleront !

Lier vers les pages obligatoires

Toujours dans la longue liste des optimisations seo pour WordPress peu complexes mais probablement utiles, le fait d'avoir des pages d'informations sur votre entreprise (CGV, qui sommes-nous, contact, protection des données, etc.). Pour affirmer cela je me base sur le fait que **dans Google Adwords, la présence d'une politique de confidentialité est une exigence imposée** à la page d'atterrissage de la campagne publicitaire si elle contient un formulaire.

Deuxième point, ce genre de page est visitée beaucoup plus souvent qu'on ne le croit et une réelle volonté de transparence vous aidera à rassurer vos visiteurs.

Liens vers le plan de site html

Profitez aussi du pied de page de WordPress pour lier votre plan de site html (si vous avez choisi d'en avoir un !). Cela lui donnera un poids seo plus important par la simple conséquence du maillage interne.

Précédent : [Le choix du nom de domaine pour votre site wordpress](#) << Sommaire [Guide SEO WordPress](#) >>

Suivant : [Le choix du nom de domaine pour votre site wordpress](#)

Le choix du nom de domaine pour votre site wordpress



Les bons réflexes

Il fut un temps, pas si lointain, où le fait d'avoir des mots clés dans son nom de domaine accordait un bonus SEO conséquent. De manière générale, ce n'est plus vrai.

Alors comment choisir un nom de domaine optimal ?

Commencez par penser à vos visiteurs ! Un bon nom de domaine :

- se **retient facilement**
- est **assez court** (deux ou trois syllabes idéalement)
- **s'écrit facilement** (un visiteur l'écrira sans faute du premier coup)
- ... est **disponible** !

Enregistré pour longtemps

Petite astuce : si vous êtes sûr de conserver votre site pour plusieurs années, réservez le nom de domaine pour plusieurs années !

Pourquoi ?

Simplement parce que les spammers ne le font pas, pour des questions de coût. Ce qui est un premier critère de qualité d'un site. **Rien ne prouve réellement que Google en tienne compte, mais c'est un premier pas dans**

la bonne direction !

Whois non anonyme

Sauf cas exceptionnel, vous ne devez pas anonymiser complètement le whois de votre site. Utiliser un mail de redirection (comme le propose OVH) pour éliminer le spam, oui, mais une anonymisation complète reste à proscrire.

Source :

https://www.ovh.com/fr/domaines/service_owo.xml

Extension adaptée

Choisissez les bonnes extensions : .com et .fr. A la limite : .net, .org, .eu. Toutes les extensions trop exotiques (.travel, .pro...) sont à éviter tant pour Google (qui s'en méfie parfois) que pour les internautes, peu avides de changements technologiques.

Dans le même ordre d'idée vous devrez **utiliser l'extension géographique d'un pays que si votre clientèle s'y trouve**. Un site (wordpress ou autre) en .fr aura énormément de mal à se positionner en dehors de la France.

Si vous avez des visées internationales, le .com reste de loin la meilleure des options. **La véritable difficulté étant de trouver un nom de domaine correct...** Qui soit libre !

Pas de domaine miroir

En voulant bien faire, certains webmasters achètent toutes les variantes d'un nom de domaine (avec ou sans tiret, en .fr, .net, .com, etc) et redirigent tout vers le site principal.

Pourquoi éviter les domaines miroirs ?

Simplement pour ne pas avoir de problème de contenu dupliqué externe. Google déteste cela !

Ne soyez pas votre propre concurrent !

Avec ou sans www ?

Les www en sous domaine sont une pratique archaïque qui n'a plus réellement d'intérêt... Si vous avez envie d'une adresse du type www.monsite.com plutôt que monsite.com, libre à vous ! Assurez-vous de gérer le paramétrage correctement, sous peine de contenu dupliqué interne...

| *Ma préférence va au non www, plus court.*

Ce que Google aime à peine moins que le contenu dupliqué externe.

3 choses à faire pour bien paramétrer le www ou non d'un site :

1. Choisissez entre www et non www

2. Faites une **redirection 301** de l'un vers l'autre pour toutes les urls (cela se fait par le fichier htaccess)
- * Rediriger du www vers le non www :
- ```
RewriteEngine On
RewriteCond %{HTTP_HOST} !^my-domain\.com$ [NC] RewriteRule ^(.*)$ http://my-domain.com/$1 [R=301,L]
```
- \* Rediriger du non www vers le www :
- ```
RewriteEngine On
RewriteCond %{HTTP_HOST} !^www\.
RewriteRule ^(.*)$ http://www.%{HTTP_HOST}/$1 [R=301,L]
```
3. Indiquez à Google Search Console le paramétrage retenu :



Source :

<http://dense13.com/blog/2008/02/27/redirecting-non-www-to-www-with-htaccess/>

Contenu préalable au lancement

Grosse astuce de professionnel du seo : avant d'installer votre site, entre le moment où vous avez réservé le nom de domaine et le moment où vous installez votre site wordpress, **mettez un contenu d'attente**.

Que mettre comme texte ?

Décrivez votre métier, l'idée est de **fournir à Google un contenu qui indiquera la thématique de votre site**. Vous gagnerez autant en terme d'ancienneté une fois le site en place...

Si vous êtes pragmatique, vous pourrez sans problème laisser ce texte en fin de page d'accueil.

| Rien ne se perd en SEO !

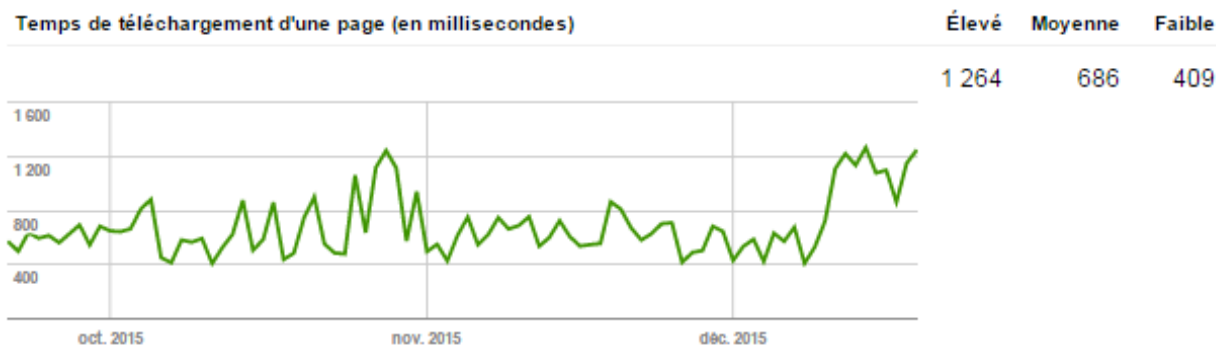
Précédent : [Optimiser le pied de page](#) << Sommaire [Guide SEO WordPress](#) >> Suivant : [Optimisez la rapidité du site](#)

Optimisez la rapidité du site



Réduisez le temps de réponse du site

Google veut rendre le web rapide. Un site lent est pénalisé, vous devez donc travailler la rapidité du site. Pour faire l'état des lieux, allez dans le Google Search Console (<https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=fr>) et dans le sous menu « Exploration / Statistiques sur l'exploration ». Le dernier graphique vous donne les temps mis pour afficher les page. **Plus c'est bas mieux c'est.**



Pour apprécier si votre site est rapide ou lent, **naviguez dessus avec un navigateur dont vous avez vidé le**

cache préalablement. Soyez objectif, même si vous aimez votre site, vous devez être capable de déceler de la lenteur.

WEBPAGETEST

[HOME](#) [TEST HISTORY](#) [FORUMS](#) [DOCUMENTATION](#) [ABOUT](#)

Test a website's performance

[Analytical Review](#) [Visual Comparison](#) [Traceroute](#)

Test Location: [Select from Map](#)

Browser:

Advanced Settings ▶

1 run, Cable connection, results are public

Run a free website speed test from multiple locations around the globe using real browsers (IE and Chrome) and at real consumer connection speeds. You can run simple tests or perform advanced testing including multi-step transactions, video capture, content blocking and much more. Your results will provide rich diagnostic information including resource loading waterfall charts, Page Speed optimization checks and suggestions for improvements.

If you have any performance/optimization questions you should visit the [Forums](#) where industry experts regularly discuss Web Performance Optimization.

Vous pouvez aussi utiliser WebPageTest.org (<http://www.webpagetest.org/>) en configurant l'outil depuis Paris si vous êtes français. Au delà-de 4 à 5 secondes pour le premier chargement, **vous devez prendre tout ou partie des mesures que j'indique par la suite.**

Enfin, vous pouvez demander à Google : <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/> ce qu'il en pense...

A titre d'information, voici les résultats pour Refeo.com :

Web Page Performance Test for

refeo.com

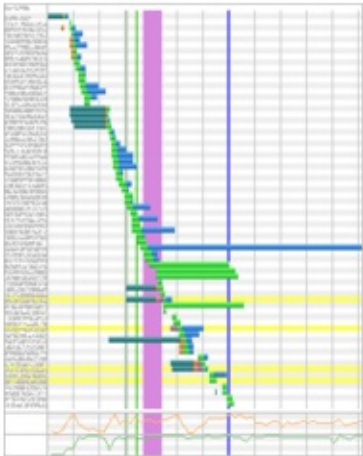



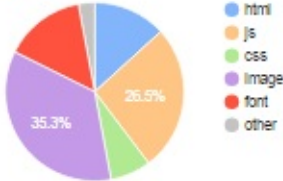
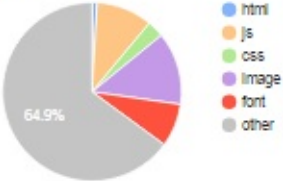
From: Paris, FR - Chrome - Cable
21/12/2015 17:00:30

C	A	A	B	B	X
First Byte Time	Keep-alive Enabled	Compress Transfer	Compress Images	Cache static content	Effective use of CDN

Tester: INOCYBE-78.225.168.33
[Re-run the test](#)

[Raw page data](#) - [Raw object data](#)
[Export HTTP Archive \(.har\)](#)
[View Test Log](#)

	Load Time	First Byte	Start Render	Speed Index	DOM Elements	Document Complete			Fully Loaded			
						Time	Requests	Bytes In	Time	Requests	Bytes In	Cost
First View	3.479s	0.320s	1.706s	3701	420	3.479s	67	1,747 KB	6.029s	68	3,296 KB	\$\$\$\$\$
Repeat View	1.515s	0.052s	0.901s	2335	420	1.515s	9	84 KB	2.782s	9	86 KB	

	Waterfall	Screen Shot
First View (3.479s)		
Repeat View (1.515s)		
Content Breakdown	<p>Requests</p> 	<p>Bytes</p> 

Pour moi c'est juste moyen, je pense pouvoir faire mieux, c'est un de mes chantiers à venir.

Vous voulez voir ce qu'est un site rapide en terme de navigation ? Suivez le guide : <http://www.thinkrosystem.com/accueil> . Et pourtant PageSpeed le note assez mal !

Utilisez la mise en cache

La mise en cache, sur le papier c'est simple. Vous préchargez une page et renvoyez cette page aux visiteurs jusqu'à ce qu'elle change. Le chargement est plus rapide simplement car il y a moins de ressources à mobiliser, notamment les appels en base de données.

Le gros problème de tout ce qui est mise en cache est finalement de configurer cette gestion du cache. **Plusieurs**

possibilité existent, en voici deux :



The banner features a dark teal background with a stylized globe and a large, glowing 'W3' cube. The text 'W3 TOTAL CACHE' is prominently displayed in the top left, followed by 'Web Performance Optimization for WordPress'. A large black button with white text reads 'W3 Total Cache'. Below the banner, a navigation menu includes links for 'Description', 'Installation', 'FAQ', 'Autres notes', 'Historique des modifications', 'Statistiques', 'Support', and 'Avis'. A red button on the right says 'Télécharger la version 0.9.4.1'.

Améliorez considérablement la vitesse et l'expérience utilisateur de votre site en y ajoutant de la mise en cache de navigateur, de page, d'objet et de base de données ainsi que de la minification et la prise en charge de CDN.

[Télécharger la version 0.9.4.1](#)

[Description](#) [Installation](#) [FAQ](#) [Autres notes](#) [Historique des modifications](#) [Statistiques](#) [Support](#) [Avis](#)

The **only** WordPress Performance Optimization (WPO) framework; designed to improve user experience and page speed.

Recommended by web hosts like: Page.ly, Synthesis, DreamHost, MediaTemple, Go Daddy, Host Gator and countless more.

Trusted by countless companies like: AT&T, stevesouders.com, mattcutts.com, mashable.com, smashingmagazine.com, makeuseof.com, yoast.com, kiss925.com, pearsonified.com, lockergnome.com, johnchow.com, ilovetypography.com, webdesignerdepot.com, css-tricks.com and tens of thousands of others.

W3 Total Cache improves the user experience of your site by increasing server performance, reducing the download times and providing transparent content delivery network (CDN) integration.

Requiert : 3.2 ou plus récent

Compatible jusqu'à : 4.3.1


Dernière mise à jour : il y a 4 mois


Installations actives : +1 million


Notes


★★★★☆


4.3 sur 5 étoiles

5 étoiles  1 910

4 étoiles  400

3 étoiles  110

2 étoiles  55

1 étoile  275

1) **W3 Total Cache** : l'usine à gaz mais gratuit. Prévoyez quelques heures pour le configurer en détail si vous n'avez pas l'habitude. (<https://fr.wordpress.org/plugins/w3-total-cache/>)



Envie d'un site performant ?

Grâce à notre plugin, WordPress n'aura jamais été aussi rapide.

[Voir nos offres](#) ou Découvrez toutes nos fonctionnalités.

Déjà **5 7 1 5 5** sites en orbite

Simplicité & Rapidité

Ne perdez plus votre temps en profitant d'une configuration rapide et intuitive. Arrêtez de vous arracher les cheveux et laissez WP Rocket propulser votre site dans les étoiles.

2) **WP Rocket** : nettement plus simple d'accès mais payant. C'est celui que j'utilise et il me satisfait. Parfois j'aimerais quelques options de plus, mais le plugin est efficace (<http://wp-rocket.me/fr/>).

Source :

<http://www.memoclic.com/1862-wordpress/18606-wordpress-plugins-seo.html>

Choisissez un hébergement adapté

C'est souvent le premier réflexe pour optimiser la rapidité d'un site que de remettre en cause l'hébergement. C'est vrai, mais c'est loin d'être la seule cause de ralentissement !

Difficile a priori de prédire les performances d'un hébergement. En général, les hébergements peu chers sont aussi peu efficaces. **Investissez un peu et choisissez des offres où la vitesse est mise en avant**. Oubliez les hébergements gratuits, c'est VRAIMENT une perte de temps.

Nettoyez les bases régulièrement

Chaque page affichée génère de nombreuses requêtes en base de données. Sur un petit site, l'impact est modéré, mais sur des sites WordPress anciens et riches, les bases peuvent se remplir et ralentir le site.

Objectivement, il est difficile de faire le ménage dans les bases. Vous pouvez agir sur deux ou trois tables :

1. **les commentaires en attente** (notamment pour le spam), ce point sera détaillé
2. **les révisions des articles et des pages** : à chaque sauvegarde WordPress conserve une version en base... Et ne l'efface jamais !

Pour corriger cela un plugin permet de nettoyer les vieilles versions :

Better Delete Revision

Remove and delete old revision of posts, pages and related meta content completely then optimize Database: reduce size and optimization to speed up!

Télécharger la version 1.6.1

[Description](#) [Installation](#) [FAQ](#) [Captures d'écrans](#) [Historique des modifications](#) [Statistiques](#) [Support](#) [Avis](#)

Better Delete Revision not only deletes redundant revisions of posts from your WordPress Database, it also deletes other database content related to each revision such meta information, tags, relationships, and more. Better Delete Revision is based on the old "Delete Revision" plugin but it is compatible with the latest version of WordPress (3.x) with improved features.

Requiert : 2.7 ou plus récent
Compatible jusqu'à : 4.0.8
Dernière mise à jour : il y a 1 année
Installations actives : 60 000+

Your current published, scheduled, and draft posts are never touched by this plugin!

This plugin can also perform optimizations on your WordPress database. With optimization and old revision removal this plugin will keep your database lighter and smaller throughout use. Removing old revisions and database optimizations is one of the best things you can do to your WordPress blog to keep it running as fast as it can.

Please pay ATTENTION, even if we added a fix that solve the problem, if you use the NextGEN Gallery plugin, some problems may occur when deleting revisions of posts or pages that contain the shortcode of the NextGEN Gallery plugin. So if you also use the NextGEN Gallery plugin we recommend you to make a backup before using the Better Delete Revision.

Notes



4.7 sur 5 étoiles

5 étoiles 28

4 étoiles 3

3 étoiles 0

2 étoiles 0

1 étoile 2

Auteurs



Galerio

1 extension

<https://fr.wordpress.org/plugins/better-delete-revision/>

Sélectionnez le bon thème

Je suis fan des thèmes premium. Pour quelques dizaines d'euros vous avez un thème qualitatif optimisé et souvent éprouvé.

Pour améliorer le référencement naturel de WordPress **un bon thème se doit avant tout d'être un thème rapide**. Ne vous fiez pas à celui que j'utilise (pour combien de temps encore) sur Refeo.com, Saliend, je le trouve un poil lent (il est excellent par ailleurs !).

Alors comment savoir si un thème est rapide avant de l'acheter ?

Regardez si on vous parle de rapidité. Plus c'est placé haut dans la liste mieux c'est !

Simple, non ?

Ne multipliez pas les polices

Les meilleures polices sont celles du web par défaut, ne cherchez pas à les multiplier. Une police en plus, c'est un téléchargement en plus. Faites simple, une police de base et éventuellement une pour les titres. Pas plus !

Désactivez les plugins inutilisés

Si vous avez des plugins dont vous ne vous servez pas, désactivez-les !

Si vous avez des plugins dont vous vous servez peu, trouvez comment faire sans et désactivez-les.

Sur Refeo.com, je tourne avec environ 34 extensions activées, dont 17 pour le front office. C'est beaucoup, mais j'essaie encore de les réduire...

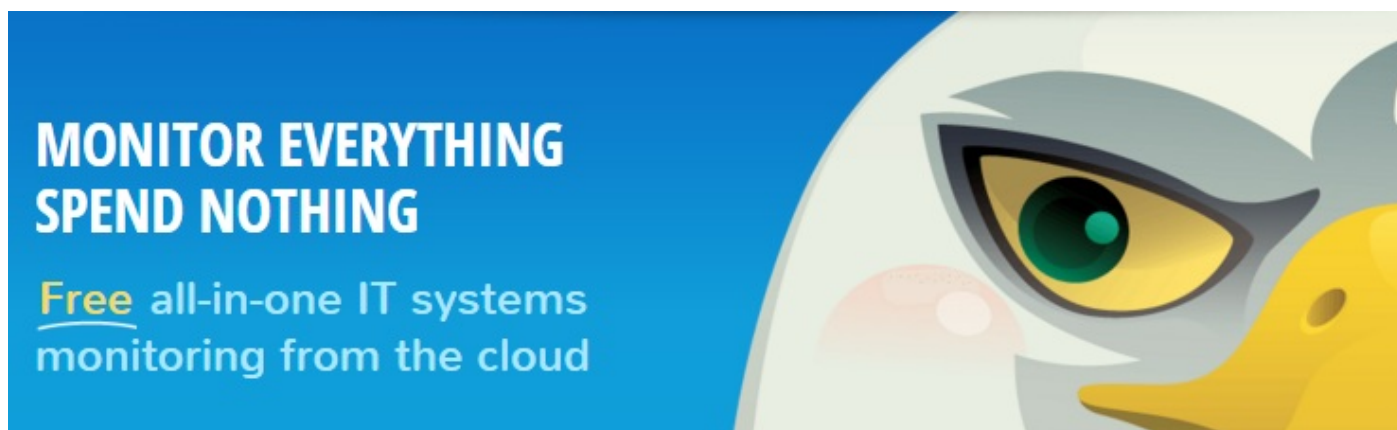
Ayez un serveur stable

Là je ne parle plus de performance brute, uniquement « d'uptime ». **Un bon serveur ne doit pas être hors ligne**. Un site qui n'est pas accessible pose un problème de qualité à Google et cela peut impacter sur le référencement naturel du site WordPress (ou de tout autre site).

Comment surveiller la stabilité du serveur de mon site ?

Il y a différentes solutions :

1. **Ecoutez vos visiteurs** : si l'un d'eux à la délicatesse de vous signaler que votre site a un problème, remerciez-le et enquêtez immédiatement.
Enquêter ? Mais je ne suis pas technicien !
Certes, mais essayez déjà de reproduire l'erreur. Pour cela, **utiliser un navigateur identique à votre visiteur et videz votre cache**.
Pour ma part j'ai déjà demandé plusieurs fois à des captures d'écrans...
En ce qui me concerne, je force toujours voir le formulaire de contact et je fais un essai complet
2. **Ouvrir un compte Google Search Console** : Google pourra si votre site est trop hors ligne vous envoyer une alerte par mail. C'est gratuit et la Search Console sert à beaucoup, beaucoup d'autres choses.
3. **Mettre en place un service de « pings » vers votre serveur**. Pour faire simple un autre serveur va venir visiter votre site très régulièrement et vous alerter si le site ne répond pas normalement. La plupart de ces services sont américains, voici une liste pour vous y aider :
 - <https://uptimerobot.com/>
 - <http://www.monitor.us/>
 - <https://www.pingdom.com/>
 - <https://www.statuscake.com/>
 - <https://www.siteuptime.com/>
 - <http://www.internetseer.com/>
 - <http://www.uptrends.com/>
 - <http://basicstate.com/>
 - <http://www.montastic.com/>
 - <http://www.aremysitesup.com/>
 - <http://site24x7.com/index.html>
 - <http://100pulse.com/>



Dois-je payer pour un service de monitoring de site ?

Réponse courte : non pour un site normal, oui pour un site critique.

Réponse longue : si vous avez un site vitrine avec quelques visiteurs par jour, les versions gratuites des services de monitoring suffiront largement : une vérification toutes les 15 ou 30 minutes reste utile. Si vous avez un site « critique », vous devez avoir une analyse plus fine, toutes les minutes, par exemple. Pour moi un site critique est un site à fort trafic ou un site e-commerce avec des commandes en nombre (plusieurs dizaines par jour).

Utilisez la minification et la concaténation des fichiers

La minification consiste à compacter les éléments de code pour réduire leur poids (en supprimant les sauts de lignes, les commentaires, etc.). La concaténation sert à fusionner des fichiers, ce qui limite les téléchargements.

Sous WP Rocket, vous disposez des options suivantes :

Optimisation des fichiers :
(Minification & Concaténation)

- HTML
- Inline CSS
- Inline JS
- Google Fonts
- CSS
- JS

La minification supprime les espaces et les commentaires présents dans les fichiers CSS et JavaScript.

Ce mécanisme réduit le poids de chaque fichier et permet ainsi une lecture plus rapide par les navigateurs et les moteurs de recherche.

La concaténation combine tous les fichiers CSS et JavaScript.

Ce mécanisme réduit le nombre de requêtes HTTP et améliore le temps de chargement des pages.

Attention : La concaténation des fichiers peut provoquer des erreurs d'affichage.

Attention : Si cela se produisait, nous vous recommandons de désactiver cette option ou de regarder la vidéo suivante : <http://www.youtube.com/embed/5-Llh0ivyjs>.

Pour résumer l'avertissement en rouge, cela peut provoquer des problèmes de conflit. **Activez les options une à une jusqu'à constater des problèmes** (menu qui ne s'affiche pas, images mal placées, formulaire hors service...).

Essayez au final de tout utiliser, pour gagner quelques précieuses millisecondes.

Précédent : [Le choix du nom de domaine pour votre site wordpress](#) << Sommaire [Guide SEO WordPress](#) >>

Suivant : [Optimisez le flux RSS du site](#)

Optimisez le flux RSS du site



Cannaitre l'impact d'un flux RSS sur le seo de WordPress

Un flux rss est généré par défaut sous WordPress à l'adresse suivante : votresite.com/feed . Le flux rss sert à beaucoup de chose, notamment :

- informer des lecteur abonné à votre flux WordPress de l'existence nouveaux articles (c'est la fonction de base)
- reprendre des contenu pour les publier en partie ailleurs
- certains annuaires indexent vos flux rss et vous envoient plus de backlinks

A titre personnel, je ne m'en sers pas, mais **l'optimisation du seo de wordpress passe aussi par la gestion du flux rss.**

Eviter le duplicate content externe

Ce que vous devez savoir est le risque de contenu dupliqué. Si un site reprend (sans vous le dire en général) votre flux et le republie intégralement, vous risquez de le voir devant vous dans Google alors que vous avez fait tout le travail ! Frustrant !

La solution la plus simple est de n'envoyer dans le flux rss que l'extrait.

Ce paramètre se configure à *Réglages / Lecture*, choisissez l'option « extraits » :

Pour chaque article d'un flux,
fournir

Le texte complet

L'extrait

Ceux pour qui ce point est important peuvent aller plus loin et découper leur flux RSS :

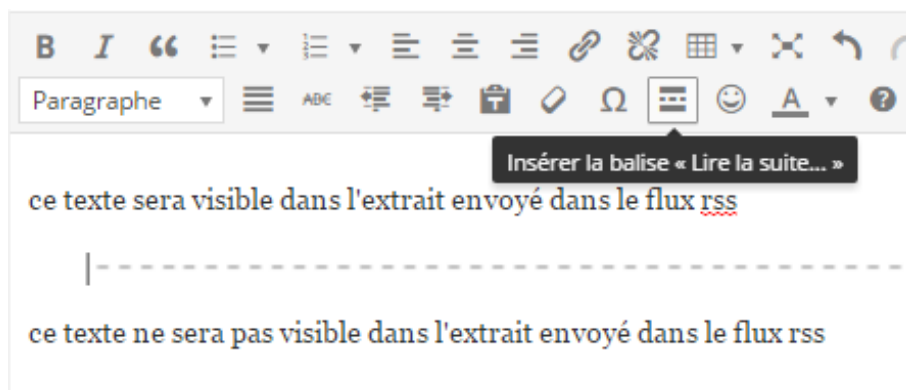
<http://pix-geeks.com/creer-flux-rss-coupe/>

<http://pix-geeks.com/flux-rss-paperblog-backlinks/>

<http://www.geekpress.fr/wordpress/extension/backlinks-flux-rss-1827/>

Recourir à la balise more

Même si je tends à oublier de le faire, l'usage de la balise « more » (« lire la suite ») va permettre de couper vos contenus après le début (l'idéal étant juste après le chapeau). **L'idée est de donner envie de lire la suite.** En terme de SEO, l'intérêt est de couper le contenu que vous aller envoyer dans le flux RSS et limiter ainsi les problème de contenu dupliqué... Cette balise forcera l'extrait envoyé dans le flux rss à être coupé au niveau de la balise more et pas comme WordPress le voulait. Editorialement, c'est mieux !



Intégrer des backlinks

Si vous savez que votre flux rss WordPress est repris par d'autres sites ou votre site est inscrit dans des annuaires permettant l'ajout de flux rss, autant ajouter des liens vers votre site.

Méthode douce : un lien vers le post en lui-même. J'utilise le réglage par défaut de Yoast WordPress SEO, qui me suffit amplement. Vous y accédez par *SEO / Avancé / RSS* .

Avancé - Yoast SEO

Fils d'Ariane

Permalien

RSS

Cette fonctionnalité est utilisée pour ajouter automatiquement du contenu à vos flux RSS, plus spécifiquement, pour ajouter des liens vers votre blog et vos articles. Les agrégateurs de contenus vont également ajouter ces liens, aidant ainsi les moteurs de recherche à identifier votre site comme étant l'origine du contenu.

Le contenu à ajouter avant chaque article dans le flux:

Contenu à insérer après chaque article dans le flux:

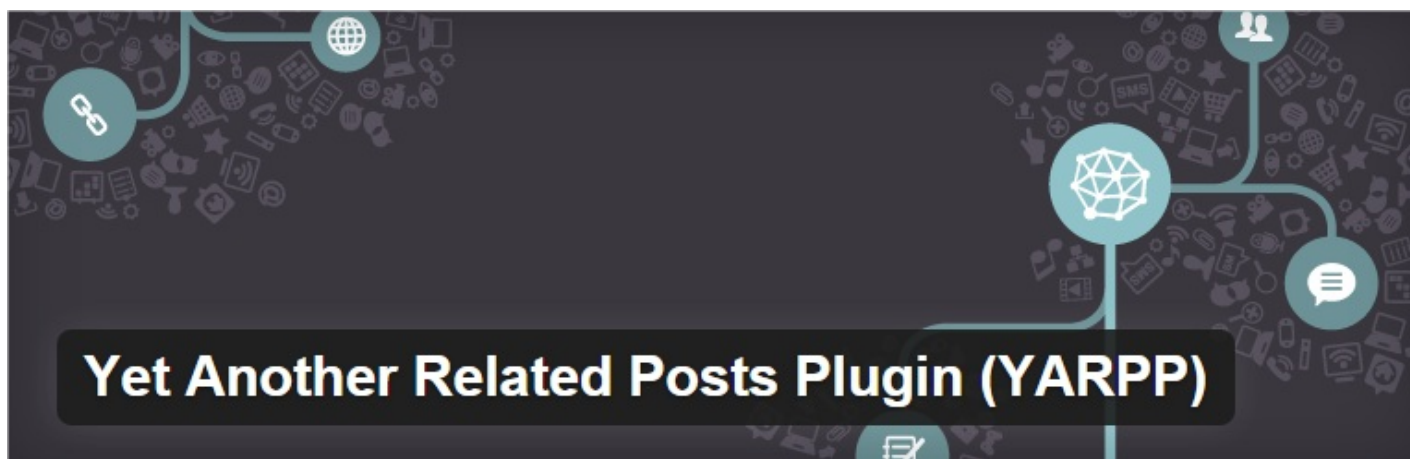
L'article %%POSTLINK%% a d'abord été publié sur %%BLOGLINK%%.

Vous pouvez utiliser les variables suivantes dans votre contenu, elles seront automatiquement remplacées par la valeur à droite.

%%AUTHORLINK%%	Un lien vers les archives de l'auteur, avec le nom de l'auteur comme texte d'ancrage.
%%POSTLINK%%	Un lien vers l'article, avec le titre comme texte d'ancrage.
%%BLOGLINK%%	Un lien vers votre site, avec le nom de votre site comme texte d'ancrage.
%%BLOGDESCLINK%%	Un lien vers votre site, avec le nom de votre site et la description comme texte d'ancrage.

Enregistrer les modifications

Méthode brutale : injecter dans le flux pour un article des liens vers d'autres articles : c'est plus de backlink sans effort ! Utilisez le plugin Yet Another Related Posts Plugin (<https://fr.wordpress.org/plugins/yet-another-related-posts-plugin/>)



Précédent : [Optimisez la rapidité du site](#) << Sommaire [Guide SEO WordPress](#) >> Suivant : [Optimiser le site](#)

Optimiser le site



Autoriser l'indexation du site par les moteurs

Un réglage permet à wordpress d'indiquer aux moteurs de recherche de ne pas indexer le site. Dans un guide sur le seo de WordPress, vous pensez que je vais vous dire de décocher cette case (à laquelle vous accédez par *Réglages / Lecture*)

Visibilité pour les moteurs de recherche

Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site

Certains moteurs de recherche peuvent décider de l'indexer malgré tout.

Evidemment, cette option doit être décochée quand le site est en production.

Qu'en est-il pendant le développement du site ?

Soit vous avez suivi mon conseil et mis du contenu en attendant et **vous devez laisser Google indexer le site.**

Soit vous n'avez pas de contenu (le lorem ipsum n'est pas considéré comme du contenu !) et vous devez le désindexer le temps que du contenu arrive.

Évitez les plug-ins obligatoires

Si vous avez décidé que les vidéos que vous affichez requièrent un plug in additionnel autre que Flash, (tel Silverlight), c'est mal.

Hormis le Flash, qui finira bien par mourir, **vous ne devez pas demander à votre visiteur d'installer des plugins**. D'un point de vue SEO, ce sera meilleur.

Zéro malware

Si votre site est touché par un virus, les conséquences peut aussi impacter les référencement naturel de WordPress. Evidemment vous devez nettoyer ce qui doit l'être et protéger votre site contre ces attaques.

Si vous voulez savoir si votre site est touché, Google Search Console vous l'indiquera.

Autre solution : le tester sur <https://www.google.com/transparencyreport/safebrowsing/diagnostic/> :

[Demandes de renseignements sur les utilisateurs](#) [Navigation sécurisée](#) [Messagerie mieux sécurisée](#)

[Présentation](#)

[Tableau de bord des logiciels malveillants](#)

[État du site](#)

[Remarques](#)

[Questions fréquentes](#)

Niveau de sécurité de la navigation sur les sites

Avec la technologie Navigation sécurisée de Google, des milliards d'URL sont analysées chaque jour à la recherche de sites Web suspects. Nous découvrons ainsi des milliers de nouveaux sites douteux tous les jours, parmi lesquels de nombreux sites Web légitimes ayant été infectés. Nous signalons ensuite ces sites par des avertissements dans la recherche Google et dans les navigateurs Web. Vous pouvez effectuer une recherche pour savoir si un site Web en particulier présente un danger.

Niveau de sécurité du site :



Niveau actuel : **Non dangereux**

Aucun contenu malveillant n'a été détecté récemment sur le site Web refeo.com dans le cadre de la navigation sécurisée.

Attention, ce résultat signifie que Google ne voit pas de virus, pas que vous n'en avez pas !

Paramétrez le fichier robots.txt

Le fichier robots.txt est un outil fort efficace pour optimiser le seo de WordPress.

Il y a deux écoles : le fichier restrictif, qui vise à désindexer certains fichiers dont Google ne devrait pas avoir besoin.

Le fichier robots.txt de WordPress se modifie avec Yoast WordPress SEO par cet accès : *SEO / Outils / Editeurs de fichiers*

Outils - Yoast SEO

Yoast SEO propose des outils intégrés très puissants :

- [Import et Export](#)
Importez les réglages de vos extensions de référencement et exportez les vôtres pour les réutiliser sur un autre site.
- [Éditeur de fichiers](#)
Cet outil vous permet de modifier rapidement des fichiers importants pour votre référencement, comme le fichier robots.txt ou le fichier .htaccess si vous en avez un.
- [Éditeur par lot](#)
Cet outil vous permet de modifier rapidement les titres et les descriptions de vos articles et de vos pages, sans avoir à aller dans l'éditeur de chaque page.
- [Recalculer les scores SEO](#)
Recalculer les scores SEO pour tous les contenus avec un mot-clé.

Si cette option ne fonctionne pas pour vous (elle ne fonctionne pas pour moi...), il existe un plugin léger : WP Robots txt.



Cette extension n'a pas été mise à jour depuis plus de 2 ans. Elle semble ne plus être maintenue et peut poser des problèmes de compatibilité si vous l'utilisez avec une version plus récente de WordPress.

WP Robots Txt

WP Robots Txt Allows you to edit the content of your robots.txt file.

Télécharger la version 1.1

[Description](#) [Installation](#) [FAQ](#) [Captures d'écrans](#) [Historique des modifications](#) [Statistiques](#) [Support](#) [Avis](#)

WordPress, by default, includes a simple robots.txt file that's dynamically generated from within the WP application. This is great! but maybe you want to change the content.

Enter WP Robots Txt, a plugin that adds an additional field to the "Reading" admin page where you can do just that.

Étiquettes : robots, robots.txt, seo

Requiert : 3.3 ou plus récent

Compatible jusqu'à : 3.6.1

Dernière mise à jour : il y a 2 années

Installations actives : 90 000+

Notes



4.9 sur 5 étoiles

5 étoiles		11
4 étoiles		1
3 étoiles		0
2 étoiles		0
1 étoile		0

La modification se fera alors par *Réglages / Lecture* :

Robots.txt Content

Robots.txt Content

```
User-agent: *  
Disallow: /wp-admin/  
Disallow: /wp-includes/
```

The content of your robots.txt file. Delete the above and save to restore the default.

Enregistrer les modifications

Dans ce cas, le contenu sera proche de celui-ci :

```
User-agent: *  
Disallow: /cgi-bin  
Disallow: /wp-login.php  
Disallow: /wp-admin  
Disallow: /wp-includes  
Disallow: /wp-content/plugins  
Disallow: /wp-content/cache  
Disallow: /wp-content/themes  
Disallow: /category/  
Disallow: */trackback  
Disallow: */feed  
Disallow: */comments  
Disallow: /*?  
Disallow: /*.php$  
Disallow: /*.js$  
Disallow: /*.inc$  
Disallow: /*.css$  
Disallow: /*.gz$  
Disallow: /*.swf$  
Disallow: /*.wmv$  
Disallow: /*.cgi$  
Disallow: /*.xhtml$
```

Pour en savoir plus, visitez ces liens :

<http://www.geekpress.fr/wordpress/astuce/fichier-robots-txt-optimise-wordpress-503/>

<http://www.eskimo.fr/wordpress-optimisez-la-configuration-de-votre-fichier-robots-txt/>

La seconde école vise à ne pas s'en préoccuper. Ce n'est pas uniquement un manque de courage, mais j'ai remarqué dans le Google Webmaster Tools, Google mettait des avertissements lorsqu'il n'était pas autorisé à indexer du css ou le thème (il parle de « Ressources bloquées ») :

Nouveaux messages et messages importants

Googlebot cannot access CSS and JS files on http://refeo.com/

Aide Search Console



SEARCH CONSOLE

FORUM

Rapport sur les ressources bloquées

Googlebot a besoin d'accéder à de nombreuses ressources de votre page afin de l'afficher et de l'indexer de façon optimale. Par exemple, les fichiers JavaScript, CSS et image doivent être accessibles par Googlebot pour que ce dernier puisse voir les pages comme un internaute ordinaire.

Si le fichier robots.txt d'un site interdit l'exploration de ces ressources, cela peut affecter la façon dont nous affichons et indexons la page, et donc nuire au classement de la page dans la recherche Google.

vous pouvez alléger le code ci-dessus ou carrément l'ignorer

J'avais ce problème, je l'ai résolu en nettoyant mon fichier robots.txt de WordPress :

Ressources bloquées

Un affichage sans certaines ressources peut nuire à l'indexation de vos pages Web. |

État : 19/12/15

■ 0 Pages avec des ressources bloquées



Actuellement, votre site ne contient aucune erreur.

Sources :

<http://www.geekpress.fr/wordpress/astuce/fichier-robots-txt-optimise-wordpress-503/>

<http://www.eskimo.fr/wordpress-optimisez-la-configuration-de-votre-fichier-robots-txt/>

Faites le choix d'un site « responsive »

Essentiel !

Pour ceux qui ne l'auraient pas encore lu :

Essentiel !

WordPress a cet énorme avantage de pouvoir changer sans trop de mal le thème. Si votre site bénéficie d'un thème responsive (en Français on parle de thème adaptatif ou mobile), parfait, vous pouvez passer à la suite.

Si vous n'avez pas un site WordPress responsive, faites-vous à l'idée que votre site ne sera pas vu dans les résultats de recherche de ceux qui utilisent leur smartphone. Cette proportion grandissant avec le temps, votre trafic va diminuer avec le temps. Triste perspective, non ?

Mettez un thème WordPress responsif et passez à la suite de votre seo pour WordPress !

Si vous avez un site et ne savez pas s'il est mobile friendly, faites ce test :

<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/?hl=fr>

Test de compatibilité mobile G+1

http://refeo.com/

ANALYSER

Parfait. Cette page est adaptée aux mobiles.

Page vue par Googlebot

Cette page utilise une ressource bloquée par un fichier robots.txt. Les résultats et la capture d'écran peuvent être incorrects.

Cette capture d'écran semble-t-elle incorrecte ? [Comment faire pour que Googlebot accède à l'intégralité de la page ?](#)

▸ [Voir les ressources](#)



Si vous doutez encore de ce point, voici de quoi vous convaincre :

<http://fr.slideshare.net/olivierandrieu1/2015-seocampusmobile1>

<http://www.axellesdigital.fr/blog/google-penalise-les-sites-non-responsive/>

Chassez les 404

Évitez les urls en 404. **Cela nuit aussi au référencement naturel de WordPress.**

Une url en 404 est une url qui renvoie une erreur 404, signifiant que la page demandée n'existe pas.

| *Je suis soigneux, je n'ai pas de 404*

Etes-vous sûr ?

Les 404 peuvent survenir dans pleins de cas de figure :

- lorsque vous **changez le permalien** d'un article déjà indexé
- lorsque vous **modifiez la structure** de vos permaliens
- lorsque vous **faites des liens internes** en dur vers une page qui changera d'url
- lorsque vous ne faites rien, Google va quand même en trouver...

Refeo.com n'est pas un modèle du genre, car je n'hésite pas à modifier ce qui doit l'être et Google parfois trouve « quelques 404 » :

Ressources bloquées

Un affichage sans certaines ressources peut nuire à l'indexation de vos pages Web. |

État : 19/12/15

■ 0 Pages avec des ressources bloquées



Actuellement, votre site ne contient aucune erreur.

Pour faire le point sur vos erreurs 404 avec votre site WordPress, utilisez Google Search Console et rendez-vous dans Exploration / Erreurs d'exploration

Comment traiter les 404 ?

Essentiellement par trois moyens :

1. des **redirections 301**
2. de la **désindexation** dans le fichier robots.txt
3. du mépris. Si c'est un point de détail, passez à autre chose.

Ayez un certificat SSL valide

Si vous avez fait le choix d'un certificat SSL (notamment parce que Google a indiqué qu'il attribuerait un bonus...), assurez-vous au moins qu'il soit valide. **Ce genre de chose expire, donc soyez rigoureux.** Un certificat SSL non valide ou non signé est probablement pire que pas de certificat du tout...

Assurez-vous d'avoir une IP géolocalisée

L'adresse IP de votre site est liée à votre serveur. Si vous visez un public français, **l'idéal est d'avoir un site géolocalisé en France.** Ce n'est pas vital (les calamiteux 1&1 sont en Allemagne), mais c'est toujours un petit plus.

Là où cela devient critique, c'est pour la rapidité du site. Si vous visez un public américain et que votre hébergement est en France, vous ne verrez pas que le site est lent. Vos visiteurs, eux, oui !

Mettez en place les fils d'Ariane

Le fil d'Ariane (ou Breadcrumb) permet à l'internaute de se repérer dans l'architecture du site en lui montrant où la page qu'il visite se trouve dans l'arborescence. Cela prendra souvent la forme d'hyperliens qui pointent vers les pages supérieures, par exemple *Accueil > Catégorie > Sous-Catégorie > Page*.

En référencement naturel, on se sert du fil d'Ariane pour densifier et structurer le maillage interne du site. **C'est l'outil de base de la mise en place de silos.**

Si votre site est comme Refeo.com (assez petit), je pense que ce n'est pas vital, même avec comme seul objectif d'améliorer le seo de WordPress.

De même si votre architecture est plate (toutes les pages sont au même niveau), comme l'est Refeo.com, alors, les fils d'Ariane ne présenteront pas d'intérêt, ni en seo, ni en ergonomie.

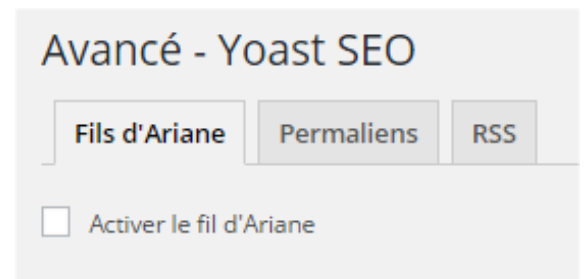
Pour activer le fil d'Ariane, c'est soit dans votre thème soit avec Yoast WordPress SEO. Pour Yoast, c'est ici : *SEO / Avancé / Fils d'Ariane*

Attention, tous les thèmes ne le supporteront pas forcément.

Si Yoast ne parvient pas à les afficher, il vous faudra modifier le code source du thème.

Source :

<https://www.codeur.com/cms/aide/referencement-wordpress/>



Interdisez les urls accentuées

A ma connaissance, WordPress ne supporte pas les urls accentuées (il les convertit à la volée). C'est bien comme cela, **les accents sont à éviter tant en SEO qu'en ergonomie.**

Faites les mises à jour

WordPress dispose d'un excellent système de mises à jour, que je conseille vivement d'utiliser en ayant conscience des avantages et inconvénients suivants :

+ **sécurisation du site** (c'est là que c'est un bon point pour améliorer le seo de WordPress)

+ **fonctionnalités accrues**

+ **bugs corrigés**

– **risque d'incompatibilité** entre plugins ou même avec le coeur de WordPress

– **difficile de revenir en arrière** sans une sauvegarde préalable.

Pour Refeo.com, je mets à jour dès que possible, que ce soit le thème, les plugins ou WordPress et j'ai en parallèle un système de sauvegarde qui fait une copie du site toutes les semaines.

L'intérêt est de faire ces micro mises à jour de manière régulière plutôt que d'avoir à faire de grosses mises à jour (plus risquées) de temps en temps.

Dans le cas où des failles de sécurité touchent un élément de votre site, **vous DEVEZ faire les mises à jour correspondantes**.

Mettez un avertissement « cookies »

| *C'est la loi.*

Oui, je sais, elle est à peu près inutile, voire même lassante tant le fait de devoir systématiquement cliquer sur « OK, j'ai bien compris que je n'avais pas le choix » est pénible.

Quoi qu'il en soit je conseille malgré tout de le mettre, il n'est pas impossible que **Google associe à l'absence de ce genre d'avertissement un signe de non qualité**. Et puisque c'est une obligation légale...

Pour faire cela simplement sous WordPress, utilisez le plugin Cookie Notice :

Cookie Notice by dFactory

by  dfactory

Cookie Notice allows you to elegantly inform users that your site uses cookies and to comply with the EU cookie law regulations.

Télécharger la version 1.2.34

Description

Installation

FAQ

Captures d'écrans

Historique des modifications

Statistiques

Support

Avis

[Cookie Notice](#) allows you to elegantly inform users that your site uses cookies and to comply with the EU cookie law regulations.

For more information, check out plugin page at [dFactory](#) or plugin [support forum](#).

Features include:

- Customize the cookie message
- Redirect users to specified page for more cookie information
- Set cookie expiry
- Link to more info page
- Option to accept cookies on scroll
- Option to set on scroll offset
- Option to refuse functional cookies
- Select the position of the cookie message box
- Animate the message box after cookie is accepted
- Select buttons style from None, WordPress and Bootstrap
- Set the text and bar background colors
- WPML and Polylang compatible
- .pot file for translations included

Requiert : 3.3 ou plus récent

Compatible jusqu'à : 4.4

Dernière mise à jour : il y a 7 jours

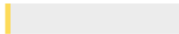
Installations actives : 100 000+


Notes

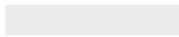


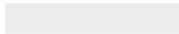
4.9 sur 5 étoiles

5 étoiles  108

4 étoiles  4

3 étoiles  0

2 étoiles  1

1 étoile  0

Auteur



dFactory

13 extensions

Faites à un don à cette extension »

Source :

<https://fr.wordpress.org/plugins/cookie-notice/>

Structurer en silo

Structurer un site WordPress en Silo va permettre de créer des zones liées à des thématiques bien identifiées. Des liens viennent ensuite assurer la distribution du jus au sein de chaque silo et même d'un silo à l'autre.

Cet outil SEO avancé est utile pour des sites e-commerce ou des sites éditoriaux riches en contenus et présentant plusieurs thématiques distinctes.

Sur Refeo.com, je pourrais par exemple avoir un silo « SEO » et un silo « Adwords ». Au sein du silo SEO, je pourrais avoir des sous-rubriques telles que les mises à jour de Google (avec des sous-sous-rubriques sur chaque mise à jour) et les techniques de netlinking (avec des sous-sous-rubriques telles que black hat, white hat, grey hat).

Au final, mon site n'est pas assez vaste pour justifier une telle mise en place, j'ai préféré travailler l'ergonomie et le fond plus que l'optimisation seo maximale.

Notez que si vous voulez tirer profit de la puissance des silos, **vous devez utiliser les catégories**.

C'est une décision lourde à prendre le plus tôt possible dans la vie du site pour éviter de devoir jouer de la redirection 301 en masse !

L'image ci dessus est extraite de la meilleure référence sur le sujet que j'ai pu trouver :

<http://www.ninjalinker.com/strategie-seo-silo-cocon-semantique/>

Ajoutez du contenu régulièrement

Essentiel, vital, fondamental, incontournable.

Le contenu c'est le carburant du SEO, c'est avec du texte que Google va pouvoir trouver des expressions

| *Pas de contenu = pas de visibilité*

Oubliez le contenu généré automatiquement, c'est risqué et probablement détectable dans les années à venir (chaque langue présente des caractéristiques propres en terme de fréquence de mots, l'introduction de mots français de manière aléatoire, par exemple, se détecte très vite).

Vous pouvez alors jouer sur deux tableaux :

1. le volume : beaucoup de textes rédigés offshore

Avantages :

- + pas trop cher
- + quasiment illimité
- + ciblage d'un maximum de mots clés SEO

Inconvénients :

- les textes ne donneront pas envie de poursuivre la visite
- l'intégration est pas toujours aisée compte tenu du volume

Ce choix permet d'améliorer le seo de WordPress , certes, mais une fois le trafic entré vous devez travailler pour qu'il soit rediriger vers des pages plus qualitatives, par l'introduction de « call to action »

Sur Refeo.com, j'utilise la barre latérale pour inciter les visiteurs à se rendre sur mes guides gratuits, qui sont eux beaucoup plus qualitatifs

PARAMÈTRES

Tous les avis doivent être validés par un employé
 OUI NON

Autoriser les avis de visiteurs qui n'ont pas de compte client
 OUI NON

Temps minimum entre 2 avis d'un même utilisateur
40 seconds

2. la qualité : peu de textes mais rédigés in-house

Avantages :

- + vous pouvez promouvoir ces contenus (publicité facebook, Twitter, Youtube...)
- + le visiteur sera intéressé
- + vous pouvez travailler l'inscription à une newsletter qui vous donnera un levier additionnel
- + ce genre de contenu se positionne beaucoup mieux dans les premiers résultats de Google
- + un visiteur peut promouvoir vos contenus sur les réseaux sociaux (trafic gratuit)

Inconvénients :

- coût : un guide tel que celui que vous lisez prend plusieurs dizaines d'heures à écrire, sans compter les coûts des graphistes
- demande des idées intéressantes
- risque d'obsolescence d'un contenu
- moins de volume donc moins de mots clés visées

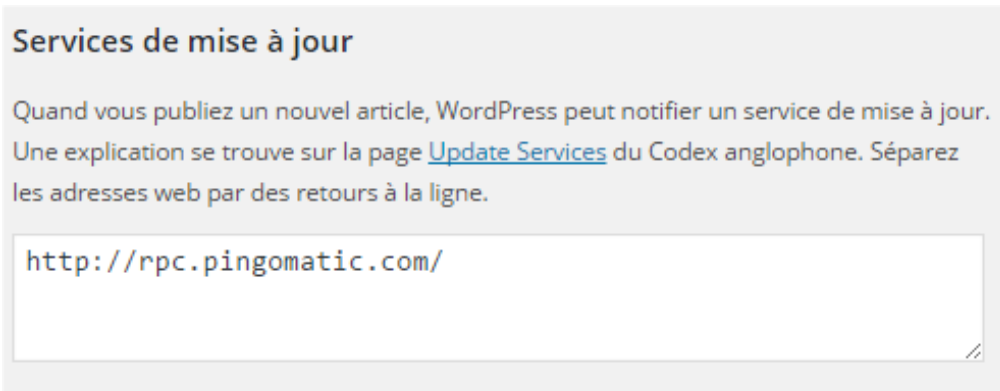
Il est difficile de poursuivre les deux en même temps (qualité et volume). **Vous devez faire un choix.**

A l'heure de l'Inbound Marketing, (le marketing de contenu) et du Lead Nurturing (le travail des inscrits à la newsletter), le choix de la qualité est pérenne.

Je travaille actuellement sur une approche structurée pour faire du volume assez qualitatif (au prix d'une augmentation des coûts...) : cela fera probablement l'objet d'un guide qualitatif à terme !

Ping sur publication

Bonne nouvelle, cette optimisation du seo de WordPress se fait par défaut. Tout le monde ne le sait pas, mais à chaque fois que vous publiez ou mettez à jour un contenu (page ou article), WordPress informe un service (« Ping-O-Matic ») qui va donner à qui le souhaite la nouvelle de votre contenu.



Pour être tout à fait franc, en terme de trafic, en France, c'est assez limité.

L'intérêt reste essentiellement lié au référencement naturel de WordPress :

- vous créez une trace d'antériorité. Si un site reprend votre contenu, il « pingera » après vous.
- Google fait probablement partie de ceux qui s'intéressent à Ping-O-Matic.

J'ai trouvé une longue liste de services à pinger, dois-je le faire ?

Non. C'est typique des spammeurs.

Si malgré tout vous y tenez voici un post bien fait avec une liste décente :

<http://www.alsaseo.fr/differents-services-de-ping/>

Si vous voulez gagner quelques minutes dans l'indexations de vos posts, vous pouvez aussi aller pinger

directement Google : rendez-vous à *Réglages / Ecriture* et ajoutez cette ligne sous celle déjà en place :

<http://blogsearch.google.com/ping/RPC2>

La vraie question que je me pose est de savoir si en changeant trois mots dans un contenu, de mettre à jour sa date de publication et de repinger Google pourrait générer un bonus de fraîcheur...

Question purement SEO qui mériterait un test...

Evitez les hx dans les barres latérales

Je déconseille de mettre des h1, h2, h3, h4 h5 ou h6 dans les barres latérales. Beaucoup le font par facilité (cela facilite effectivement la mise en page car dans la plupart des thèmes WordPress les balises H sont déjà stylées par des fichiers css), mais au final c'est une mauvaise pratique.

En effet, ces balises servent à structurer un contenu. Là, quelque part, avec cette pratique vous fusionnez le contenu et celui de la barre latérale. **Ce qui pourrait prêter à confusion pour un crawler**. Même s'il est probable que Google gère cela finement, autant éviter ces mélanges potentiellement défavorable à votre seo.

Utilisez du gras ou d'autres artifices de mise en page.

Si vous voulez plus de détails sur ce débat :

<http://www.notuxedo.com/balises-de-titre-et-referencement-sur-wordpress/>

Ajouter les meta données des réseaux sociaux

Si vous avez des pages actives sur les réseaux sociaux, le plugin WordPress SEO de Yoast va ici encore pouvoir vous aider !

Il y a plusieurs avantages :

- **formatage** des posts avec l'opengraph de Facebook
- **mise en place** des cartes Twitter
- **vérification** de votre site par Facebook Insight et Pinterest
- **ajout** des méta données pour Google+
- etc.

Cette partie mériterait un guide à elle seule.

Au final, je vous conseille les éléments suivants :

- ne **paramétrez** que les pages des réseaux sociaux sur lesquels vous êtes actifs
- **ajoutez** les méta données en cochant les cases ad hoc, cela facilitera le partage de vos contenus

Pour paramétrer tout cela, rendez-vous à *SEO / Réseaux Sociaux*, comme le montre l'image ci-dessus pour Twitter :

Réseaux sociaux - Yoast SEO

Comptes **f** Facebook **t** Twitter Pinterest **g+** Google+

Ajouter les méta-données des cartes Twitter à la section `<head>` de votre site.

Ajoute les métadonnées de carte Twitter

Le type de carte à utiliser par défaut :

[Enregistrer les modifications](#)

Les exigences minimales d'un thème WordPress SEO Friendly

| *Des thèmes WordPress, vous en trouverez autant que vous le voudrez !*

Des thèmes WordPress optimisés pour le référencement naturel, c'est déjà plus rare !

Voici le cahier des charges pour un thème WordPress :
















- **rapide** : critère seo de plus en plus fort
- **responsif** : pour être visible sur les recherches mobiles
- **mises à jour régulières par l'auteur** : pour éviter les failles de sécurité
- **paramétrable** : pour faciliter l'intégration des chartes graphiques
- **payant** : le gratuit a toujours un revers. Le seul contre exemple est le thème de base de WordPress. Si vous ne voulez pas payer, c'est une excellente alternative !

Pour trouver votre bonheur, voici une market place qui peut classer les thèmes en vente par nombre de vente, ce qui est déjà un premier critère :

http://themeforest.net/popular_item/by_category?category=wordpress

Popular WordPress Themes & Templates

Last Week's Top Selling WordPress Themes & Templates

 <p>Avada: 175K+</p> <p>Avada Responsive M... ★★★★★ 1413 Sales \$59</p>	 <p>X VERSION 4</p> <p>X The Theme ★★★★★ 803 Sales \$64</p>	 <p>ENFOLD</p> <p>Enfold - Responsive M... ★★★★★ 570 Sales \$59</p>	 <p>Be¹¹</p> <p>BeTheme - Responsiv... ★★★★★ 430 Sales \$59</p>	 <p>B</p> <p>Bridge - Creative Multi... ★★★★★ 388 Sales \$59</p>
 <p>JUPITER⁵</p> <p>Jupiter - Multi-Purpos... ★★★★★ 320 Sales \$59</p>	 <p>Salient - Responsive ... ★★★★★ 254 Sales \$59</p>	 <p>Newspaper⁶</p> <p>Newspaper ★★★★★ 243 Sales \$59</p>	 <p>UX FLATSOME</p> <p>Flatsome Responsiv... ★★★★★ 211 Sales \$59</p>	 <p>R</p> <p>Ronneby - High-Perfor... ★★★★★ 193 Sales \$59</p>
 <p>7³</p> <p>The7 — Responsive M... ★★★★★ 181 Sales \$59</p>	 <p>uncode</p> <p>Uncode - Creative Mul... ★★★★★ 144 Sales \$59</p>	 <p>IMPREZA²</p> <p>Impreza - Retina Resp... ★★★★★ 126 Sales \$59</p>	 <p>K KALIUM 1.8.5</p> <p>Kalium - Creative The... ★★★★★ 116 Sales \$59</p>	 <p>porto^{2.6} WORDPRESS</p> <p>Porto Responsive W... ★★★★★ 109 Sales \$59</p>

Source :

<http://www.wppourlesnuls.com/themes-wordpress-avec/optimize-pour-le-referencement-2/>

Précédent : [Optimisez le flux RSS du site](#) << [Sommaire Guide SEO WordPress](#) >> Suivant : [Optimiser les images sous wordpress](#)

Optimiser les images sous wordpress



Sélectionnez le bon format : jpg ou png ?

Les images sous WordPress comme sur n'importe quel site peuvent être de différents formats : gif, jpg, png, voire d'autres.

Quel format choisir pour améliorer le référencement de wordpress ?

- **Le gif n'est utile que dans deux cas de figures** : vous avez des transparences complètes sur votre image ou l'image est une mini vidéo.
- **Le png a lui aussi deux fonctions** : il gère des transparences partielles et conserve les textes.
- **Le jpg est le format idéal pour des photos** : il est léger, on peut le compresser plus ou moins (moyennant quelques pertes)

Sur ce guide seo WordPress, j'utilise principalement des png pour conserver un maximum de lisibilité à mes images où le texte est présent. Mais s'il s'agit de visuel d'illustration, je passe sur du jpg.

Réduisez le poids des images

Dans le cas où vous utilisez des fichiers au format jpg, vous pouvez les compresser. Pour le faire, **il existe des services en ligne ou vous pouvez un logiciel de traitement d'image**. Nul besoin d'aller jusque sur Photoshop, XnView le fait très bien, en lot et gratuitement.

Le lien ci-après vous montre comment le faire dans les moindres détails, vous pouvez largement vous contenter de ne jouer que sur le paramètre de qualité, que vous positionnez en 30 % et 50 % (pour un tirage sur papier photo, on ne descend pas en dessous de 90%, pour information)

Source :

<http://www.eric-bellot.fr/node/63>

Utilisez un CDN

Un CDN (pour Content Delivery Network) est un serveur destiné à fournir vos fichiers. L'objectif est double : se trouver plus près de l'audience (dans le cas d'un site à visée internationale) ou d'alléger la charge du site. Ces deux effets contribuent à améliorer le référencement naturel de WordPress en rendant votre site plus rapide.

Comment mettre en place un CDN pour WordPress ?

Cela se gère soit depuis des plugins dédiés soit, comme pour Refeo.com, dans les options des plugins de mise en cache. J'utilise WP Rocket pour sa simplicité et Amazon... Pour les prix. Voici mes réglages :

Enregistrer les modifications

Options de base

Options avancées

CDN

Outils

Tutoriels

FAQ

Support

Options du Content Delivery Network

CloudFlare

Activer l'onglet de réglages CloudFlare.

Cette option vous permet d'accéder à certains réglages de CloudFlare comme le mode développement, la suppression du cache et une configuration recommandée.

Note : Si vous utilisez CloudFlare, vous devez le configurer dans l'onglet CloudFlare. Les réglages CDN ci-dessous ne s'appliquent pas à CloudFlare.

CDN :

Activer le Content Delivery Network.

La fonction de CDN remplace toutes les URLs de vos fichiers statiques et media (CSS, JS, Images) avec l'URL indiquée ci-dessous. De cette façon, tout votre contenu sera copié vers un hébergement dédié ou vers un système de CDN comme [maxCDN](#).

CDN & SSL:

Désactiver le CDN sur les pages https.

Remplacer le nom d'hôte du site par :

réservé à / aux

✕

Fichiers à exclure :

*Indiquer les URLs des fichiers qui doivent être exclus du CDN. (un par ligne).
Vous pouvez utiliser des expressions régulières (regex).*

Renseignez les balises alt des images

A l'origine, les balises alt servent pour les personnes mal voyantes : leur navigateur leur lit ce que contient l'image. Dans les faits les experts du référencement ont largement détourné cela pour améliorer encore un peu plus l'optimisation du seo de leur site.

Au final, voici ce que je conseille pour rédiger des balises alt efficaces :

- rédigez-les pour qu'elles aient un minimum de sens : ce n'est pas une suite de mots clés
- pour vous aider : faites comme si un visiteur pouvait les lire
- profitez du fait qu'elle soient masquées (en général) pour utilisez des formes incorrectes de vos mots clés. Par exemple, référencement naturel s'écrit avec des accès.
- ne remplissez les champs alt que pour les grandes images, celles de quelques pixels ne font pas de sens.

Je peux profiter des balises alt pour introduire la version sans accent (referencement naturel). **N'abusez pas de cette astuce !**

Sous wordpress, les balises alt se gère dans la bibliothèque. Quand vous uploadez un media, profitez en pour renseigner le champ appelé « texte alternatif » :



Légendez les images du contenu

Une légende d'image, sous WordPress, est un texte d'accompagnement du visuel. Avant de faire ce qui n'est pas qu'une optimisation seo, vérifiez que votre thème les affiche, ce n'est pas toujours le cas...

Comme pour les balises, alt, **elle se renseigne au niveau du media concerné**, dans la bibliothèque, idéalement à l'upload.

Pour rédiger de bonnes légendes :

- contrairement aux **balise alt**, elles seront lues par votre visiteur, plus que le texte en lui-même. Vous devez les soigner !
- rédigez des **phrases courtes** mais précises qui apportent de l'information
- insérez quelques **mots clés**, sans excès

Soignez le nom des images

Le nom des images est aussi encore un endroit pour optimiser le seo de WordPress :

- ne mettez **pas d'accent**
- utiliser des **mots clés**
- pour m'y retrouver je les fais **précéder d'un nombre**
- **utilisez le tiret** (» – «) comme séparateur

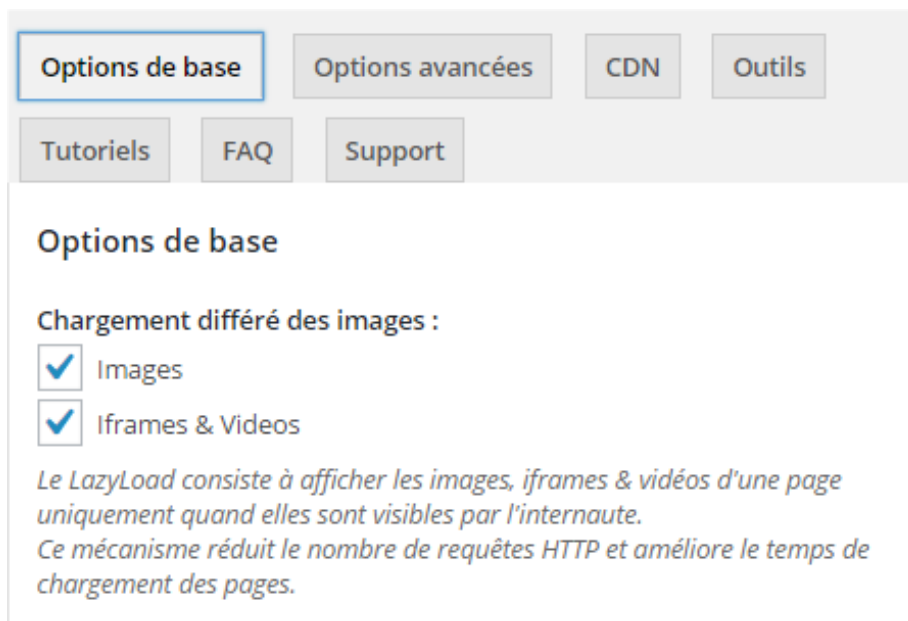
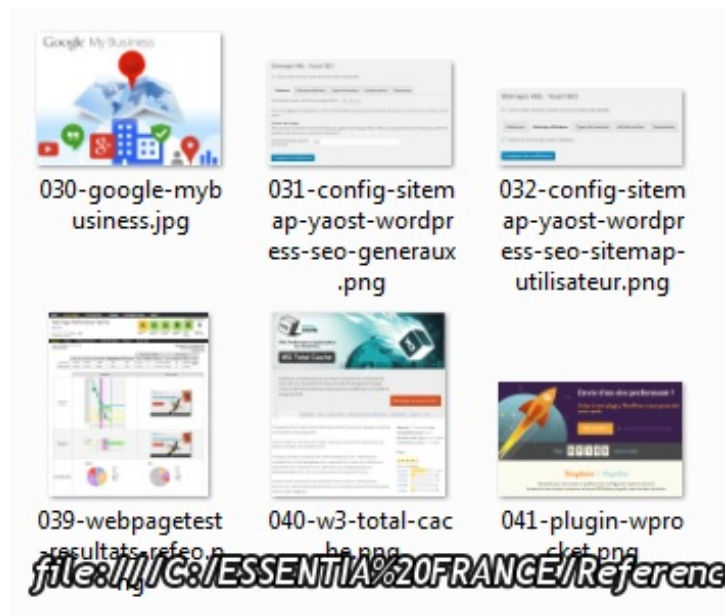
Voici un exemple pour les images de ce guide :

Lazy loading d'images et SEO

Le lazy loading (ou « chargement différé ») consiste à différer le chargement des images quand l'internaute scrolle à leur hauteur. Derrière cela, toujours l'idée d'aller plus vite, ce qui améliore le référencement du site.

Cependant le lazy loading peut rendre certaines images invisibles pour Google.

Utilisant le lazy loading proposé par WP Rocket, ce problème ne se pose pas.



Si vous besoin d'approfondir la question, voici les bonnes ressources :

<http://www.yapasdequoi.com/divers/3730-lazy-loading-d-images-et-seo-sont-sur-un-bateau.html>

<https://wordpress.org/support/topic/plugin-bj-lazy-load-load-lazy-and-seo>

<https://github.com/qnimate/Qazy>

Gérer les commentaires sous WordPress



Modérez les commentaires

Un jour, un de mes clients m'appelle pour me dire qu'il ne comprends pas, que **son trafic a plongé brutalement**. La première chose dans ces situations est de vérifier si le trafic baisse de façon anormale ou s'il s'agit d'un problème conjoncturel. Je vérifie ses Analytics, il semble y avoir un réel problème au niveau du trafic issu du référencement naturel. Le reste est comparable à la situation usuelle.

L'étape suivante consiste à regarder les classements sur les mots clés qui apportent usuellement du trafic. Presque tous avaient plongé : **le site n'était plus visible sur ses meilleurs mots clés !**

On analyse alors le site pour constater que les posts de son site WordPress sont spammés : plusieurs milliers de commentaires publicitaires. Par mégarde ce client avait paramétré les commentaires pour qu'ils soient validé automatiquement... Le site avait accumulé pas moins de 15000 spams. **Après nettoyage (et quelques semaines), le site est revenu en l'état préalable !**

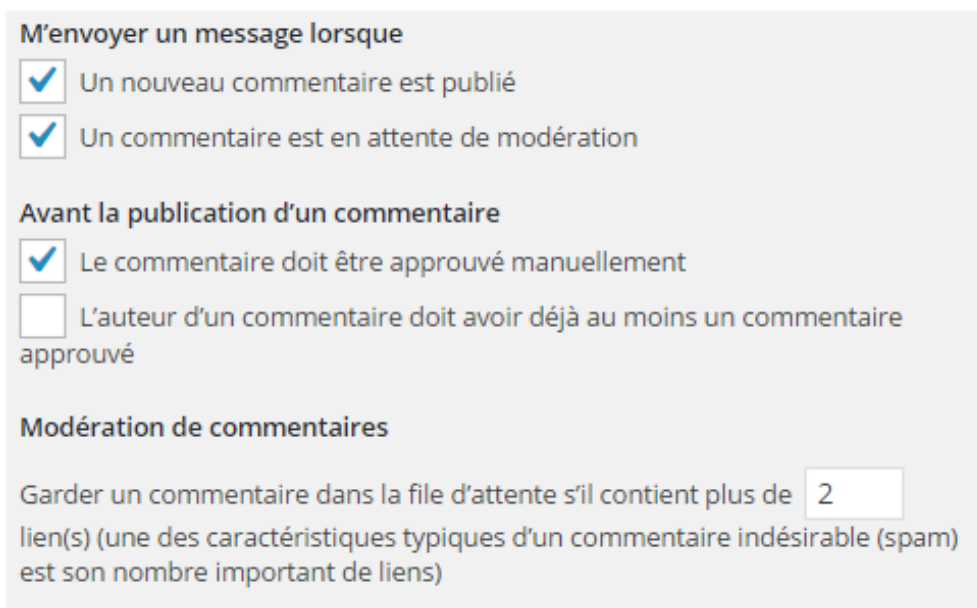
Les commentaires sous WordPress, s'ils son mal gérés, peuvent détruire tout votre référencement naturel. Si vous laissez les commentaires en auto approuvés, vous allez récupérer du spam au kilomètre (plusieurs dizaines par jour !).

Ces spams sur votre site sont un signal de mauvaise qualité flagrant et **Google va vous déclasser immédiatement**.

Pour éviter cela, soumettez les commentaires à validation, et validez-les à la main (personnellement, j'y répons

systématiquement, c'est une forme de remerciement). Ceux qui vous disent juste que votre blog est sympa sont eux aussi à supprimer : 99 % des fois c'est du spam, pour récupérer un backlink. Et tant pis pour votre ego.

Pour vous assurer que les commentaires sont bien soumis à validation, c'est dans *Réglages / Discussion* :



The image shows a screenshot of the WordPress 'Discussion' settings page. It is divided into three sections:

- M'envoyer un message lorsque**
 - Un nouveau commentaire est publié
 - Un commentaire est en attente de modération
- Avant la publication d'un commentaire**
 - Le commentaire doit être approuvé manuellement
 - L'auteur d'un commentaire doit avoir déjà au moins un commentaire approuvé
- Modération de commentaires**

Garder un commentaire dans la file d'attente s'il contient plus de lien(s) (une des caractéristiques typiques d'un commentaire indésirable (spam) est son nombre important de liens)

Luttez contre le spam de commentaires

Hélas, la modération manuelle va vite vous fatiguer tant les spam sont nombreux.

La solution passe par le plugin Akismet, redoutablement efficace. Parfois trop, je préfère prévenir, vous aurez parfois des faux positifs (des commentaires légitimes marqués comme spam)...

Pour ceux qui n'auraient jamais eu la chance de voir un spam :


Commentaires

Tous (1 234) | En attente (0) | Approuvés (1 234) | **Indésirables (358)** | Mis à la C

Actions groupées ▼ Appliquer

Tous les types de comme ▼ Filtrer Supprimer tous les indésirables

358

<input type="checkbox"/>	Auteur	Commentaire
<input type="checkbox"/>	 Ncpqjkfft xolodremont.ru/remont_holodilnikov_rayon_yujnoe_m... kiddekig@10g.pl 89.19.178.131	Пожилой молодой холодильщик по холодильным дизелям за день осмотрит и выполнит <u>ударный ремонт холодильников Южное Медведково</u> http://www.xolodremont.ru/remont_holodilnikov_ без грохота в Москве с договором на всевозможные расходники.Увидеть и скачать прайсы вы можете у нас на сайте. ----- <u>дешёвый ремонт холодильников Тверская</u> http://5stihiy.at.ua/mchat/ <u>ремонт холодильников Южнопортовый</u> http://gpolik.ru/user/Tmujedgly/ http://daemon.3dn.ru/index/8-14493 http://daemon.3dn.ru/index/8-14493

Notez le bouton qui fait du bien : « *supprimer tout* ». **N'hésitez pas !**

Précédent : [Optimiser les images sous wordpress](#) << Sommaire [Guide SEO WordPress](#) >> Suivant : [Optimiser les pdf sur un site WordPress](#)

Optimiser les pdf sur un site WordPress



Quand indexer les fichiers PDF ?

Attention aux fichiers pdf en téléchargement libre : **le vrai risque est le contenu dupliqué de votre site**. Une page reprise sous forme de pdf, c'est deux fois au moins le même contenu sur votre site, à éviter pour améliorer le seo de WordPress !

Donc si c'est un contenu identique à ce qui est en ligne, ne les indexez pas (utiliser des liens nofollow pour les lier). Si c'est du contenu additionnel, utiliser un lien normal.

Pour mettre un lien au format nofollow dans WordPress sans plugin, afficher la source dans la fenêtre de rédaction et transformez le lien du type [ancree](#) en [ancree](#).

Pour ceux qui comme moi aiment les plugins, le plugin WordPress Ultimate Nofollow fait le job :

Get total control of **rel="nofollow"**!

Ultimate Nofollow

Insert/edit link ✕

Enter the destination URL

URL

Title

Open link in a new window/tab

Add rel="nofollow" to link

► Or link to existing content

[Cancel](#) [Add Link](#)

Adds a checkbox in the insert link popup box for including rel="nofollow" in links as you create them; as well as other tools that provides

Télécharger la version 1.4.3

[Description](#) [Installation](#) [FAQ](#) [Captures d'écrans](#) [Autres notes](#) [Historique des modifications](#) [Statistiques](#)

This plugin contains several tools in one package to significantly increase your control of the rel="nofollow" tag on every link on your blog, on both an individual and categorical basis. It is designed to give you fine-grained control of linking for SEO purposes.

Requiert : 2.8 ou plus récent
Compatible jusqu'à : 4.2.5
Dernière mise à jour : il y a 8 mois
Installations actives : 20 000+

The plugin's main features are:

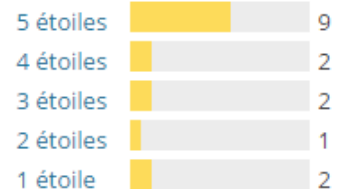
- The addition of a nofollow checkbox when inserting links in posts
- Several nofollow shortcodes
- A nofollow option for individual blogroll links
- Or a nofollow for all blogroll links option
- Add or remove the nofollow tag from all links in comments

Étiquettes : [blogroll](#), [checkbox](#), [insert](#), [link](#), [links](#), [meta](#), [nofollow](#), [popup](#), [rel nofollow](#), [seo](#), [shortcode](#)

Notes



3.9 sur 5 étoiles



Auteur

Source :

<https://fr.wordpress.org/plugins/nofollow/>

Intégrer un backlink

Dernière astuce pour les fichiers pdf : **intégrez-y toujours un lien votre votre site**, si le pdf venait à être hébergé ailleurs, vous auriez alors un backlink. Il n'y a pas de petit profit.

L'autre intérêt est de donner une source à votre pdf. Si le lecteur le trouver pertinent, il pourra alors visiter la page ou le site. Ce genre de trafic est rare, mais toujours très qualitatif, simplement parce que le visiteur vient avec l'idée que vous connaissez votre métier !

Précédent : [Gérer les commentaires sous WordPress](#) << [Sommaire Guide SEO WordPress](#) >> Suivant : [Travaillez votre netlinking](#)

Travaillez votre netlinking



Comment obtenir de bons backlinks ?

Le netlinking, c'est le fait de recevoir des liens depuis d'autres sites vers le vôtre (des « backlinks »). Aux yeux de Google, cela s'apparente à un vote. La conséquence est que vos classements s'améliorent. La création de backlinks n'est pas à proprement parler une optimisation du référencement naturel de WordPress. Tout site web profite de backlinks de qualité pour améliorer son référencement naturel.

Attention !

Tous les backlinks ne se valent pas. Si avant 2012, vous pouviez faire comme bon vous semble, Google a largement modifié la donne avec sa mise à jour Pingouin. Pour résumer cette mise à jour a introduit l'idée que des liens pouvaient être contreproductif et même que Google pouvait vous sanctionner s'il estimait votre profil de liens non naturel.

Qu'est-ce qu'un bon backlink ?

Un bon rétrolien (c'est le terme français) est notamment :

- thématique : vous recevez un lien depuis une page (ou mieux : un site) qui parle sensiblement du même sujet que vous
- sur une page elle-même populaire

Comment obtenir des backlinks de qualité ?

Aujourd'hui la solution la plus fiable consiste à effectivement produire un contenu qui mérite le détour et, surtout, à la promouvoir activement.

Pour un exemple détaillé, je vous convie à lire mon guide sur [« comment j'ai atteint la première page de Google en 30 jours »](#).



Besoin d'aller ENCORE plus loin ?

Suivez le guide les techniques pour acquérir des [backlinks](#) :



Source :

<http://editoile.fr/bien-referencer-son-blog-wordpress-en-3-etapes/>

Faites la promotion de vos contenus sur les réseaux sociaux

En terme de seo pour WordPress, il n'a jamais été démontré l'impact direct des mentions (likes, retweets, +1, etc.) sur l'amélioration du référencement naturel.

Alors, pourquoi travailler les réseaux sociaux ?

Parce que l'impact seo existe, même s'il est principalement indirect.

Si vos contenus pertinents sont partagés sur les réseaux sociaux, vous allez augmenter votre trafic. Ce trafic va pouvoir découvrir la valeur ajoutée de vos contenus et la repartager voire, dans l'idéal, en parler depuis un site (forum ou, mieux, blog). C'est là que vous obtiendrez un backlink qui lui vous aidera énormément à progresser dans les classements de Google.

Dois-je payer pour faire la promotion de mes contenus ?

Oui, sans l'ombre d'un doute. Si votre contenu est réellement intéressant (tant sur le fond que sur la forme), le rendre visible en payant va doper significativement le trafic.

Combien coûte la publicité sur les réseaux sociaux ?

Evidemment cela dépend du marché sur lequel votre blog WordPress se trouve. En serrant les côûts je parviens à acheter des clics sur mes tweets sponsorisés aux alentours de 0,30€, à comparer aux 5€ que coûte un clic Adwords. **Attention, les conversions ne sont pas forcément aux rendez-vous**, on est plus proche du « branding » que de l'acquisition de clients.

L'idée au-delà de la seule optimisation du seo de WordPress est aussi de montrer vos compétences. Si un visiteur découvre vos écrits et vous trouve pertinent, vers qui ira-t-il lorsqu'il aura besoin d'acheter une prestation dans vos compétences ? Vers vous !

Pings et trackbacks

Dans WordPress, les pings informent que vous avez fait un lien. Si le site est un wordpress, il aura alors un trackback, à savoir un commentaire dans la page recevant le lien lui donnant l'origine du lien et un peu de contexte.

Dois-je accepter ou non les trackbacks ?

Il s'agit effectivement de liens que vous allez faire vers le site qui vous a émis un lien, rendant de fait le lien réciproque. Mais les trackbacks de WordPress sont en nofollow, c'est à dire que le code source indique au moteur de recherche de ne pas tenir compte de ce lien.

Donc en terme de seo pour WordPress, **libre à vous d'accepter ou non les trackbacks**.

Je vous conseille de les valider s'ils ajoutent une valeur pour vos lecteurs !

Sources



Ces sources ont été utilisées de manière globale pour la rédaction de ce guide :

<http://www.seomix.fr/referencement/>

<http://www.memoclic.com/1862-wordpress/18606-wordpress-plugins-seo.html>

<http://lacentrale-itech.com/referencement-wordpress-non-specialistes/>

<http://www.webmarketing-com.com/2015/06/30/39181-top-30-plugins-seo-wordpress>

<http://un-blog-une-fille.com/mini-guide-seo-pour-wordpress/>

<http://beinweb.fr/tutorial-wordpress-seo-le-meilleur-plugin-pour-votre-referencement/>

<http://www.supref.fr/blog/wordpress-seo-debuter/>

<http://masterblog.fr/referencer-blog-google/>

<http://www.conseilsmarketing.com/referencement/les-9-etapes-pour-reussir-le-referencement-de-son-blog>

<http://wpmarmite.com/wordpress-seo/>

<http://www.progresser-en-informatique.com/cours-wordpress/optimiser-le-referencement-dun-site-wordpress/>

<http://wpformation.com/wordpress-seo-yoast-guide/>

Précédent : [Travaillez votre netlinking](#) << [Sommaire](#) [Guide SEO WordPress](#)