



MODULE 5 – Référencement naturel et visibilité du site

Cours

Table des matières

1. COMPRENDRE LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL (SEO).....	2
1.1 Qu'est-ce que le référencement naturel.....	2
1.2 Référencement naturel et site internet.....	2
1.3 Référencement naturel et réseaux sociaux.....	2
2. COMPRENDRE COMMENT GOOGLE LIT UN SITE.....	3
2.1 Le principe des moteurs de recherche.....	3
2.2 Une page = un sujet.....	3
2.3 Organisation des pages et navigation.....	3
3. LES BASES DU CONTENU RÉFÉRENÇABLE.....	4
3.1 Le rôle du texte.....	4
3.2 Comprendre les titres et sous-titres.....	4
3.3 Écrire pour l'utilisateur avant Google.....	5
4. INTRODUCTION AUX MOTS-CLÉS (SANS TECHNICITÉ).....	5
4.1 Qu'est-ce qu'un mot-clé.....	5
4.2 Choisir des mots-clés simples.....	6
4.3 Associer un mot-clé à une page.....	6
5. IMAGES ET RÉFÉRENCEMENT.....	6
5.1 Le rôle des images.....	6
5.2 Nom des fichiers images.....	6
5.3 Texte alternatif (alt).....	7
6. RÉFÉRENCEMENT LOCAL ET GOOGLE BUSINESS PROFILE.....	7
6.1 Comprendre le référencement local.....	7
6.2 Présentation de Google Business Profile.....	7
6.3 Créer ou accéder à sa fiche.....	8
6.4 Lien entre le site et la fiche Google.....	8
7. BONNES PRATIQUES ET SUIVI SIMPLE.....	8
7.1 Référencement et patience.....	8
7.2 Suivre les résultats sans outils complexes.....	8
8. BILAN.....	9
Les erreurs courantes en référencement.....	9



1. COMPRENDRE LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL (SEO)

1.1 Qu'est-ce que le référencement naturel

Le référencement naturel, aussi appelé SEO (Search Engine Optimization), regroupe l'ensemble des actions permettant à un site internet d'apparaître dans les résultats des moteurs de recherche, notamment Google.

Le référencement naturel :

- est gratuit
- s'inscrit dans la durée
- repose sur la qualité du site et de ses contenus

Il permet :

- d'être visible par des personnes réellement intéressées
- d'attirer des visiteurs qualifiés
- de développer son activité sans publicité payante

👉 Le référencement naturel n'est pas immédiat, mais durable.

1.2 Référencement naturel et site internet

Le site internet est le support principal du référencement.

Google analyse :

- les pages du site
- leur structure
- leur contenu
- leur clarté
- leur cohérence

Un site mal structuré ou confus sera difficile à référencer, même avec de bons contenus.

1.3 Référencement naturel et réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ne remplacent pas le référencement naturel.

Ils permettent :



- de diffuser les contenus
- de générer du trafic
- de donner de la visibilité à court terme

👉 Le site reste la base du référencement, les réseaux sont des relais.

2. COMPRENDRE COMMENT GOOGLE LIT UN SITE

2.1 Le principe des moteurs de recherche

Google fonctionne en trois grandes étapes :

- exploration des pages
- analyse du contenu
- classement des résultats

Pour être compris par Google, un site doit être :

- clair
 - structuré
 - lisible
 - cohérent
-

2.2 Une page = un sujet

Chaque page du site doit traiter :

- d'un sujet principal
- pour un objectif précis

Exemples :

- une page « services »
- une page « contact »
- un article sur un thème précis

👉 Mélanger trop de sujets sur une même page nuit à la compréhension.

2.3 Organisation des pages et navigation

Une bonne organisation facilite :



- la navigation des visiteurs
- la compréhension par Google

Bonnes pratiques :

- menus simples
- pages clairement identifiées
- liens logiques entre les pages

3. LES BASES DU CONTENU RÉFÉRENÇABLE

3.1 Le rôle du texte

Le texte est l'élément central du référencement.

Un bon contenu :

- répond à une question
- apporte une information utile
- est structuré
- est lisible

Il est préférable :

- d'écrire naturellement
- d'éviter le jargon inutile
- de privilégier la clarté

3.2 Comprendre les titres et sous-titres

Les titres servent à :

- structurer la page
- guider la lecture
- indiquer le sujet principal

Dans WordPress, ils sont hiérarchisés.

Pratique – Accéder aux titres dans WordPress :

Chemin :

1. Aller dans **Pages** ou **Articles**
2. Cliquer sur **Modifier**



3. Cliquer sur un bloc **Titre**
4. Choisir le niveau de titre dans la barre latérale (Titre 1, Titre 2, etc.)

Bonnes pratiques :

- un seul titre principal par page
- des sous-titres clairs
- des titres compréhensibles par un humain

3.3 Écrire pour l'utilisateur avant Google

Google privilégie les contenus :

- utiles
- bien rédigés
- orientés utilisateur

Il ne s'agit pas :

- de répéter des mots-clés
- de forcer des phrases artificielles

👍 Un contenu utile est naturellement mieux référencé.

4. INTRODUCTION AUX MOTS-CLÉS (SANS TECHNICITÉ)

4.1 Qu'est-ce qu'un mot-clé

Un mot-clé correspond à ce qu'un internaute tape dans Google.

Exemples :

- coach sportif en ligne
- graphiste freelance Lyon
- boutique artisanale bijoux

Les mots-clés doivent refléter :

- la réalité de l'activité
- le vocabulaire des clients



4.2 Choisir des mots-clés simples

Il est recommandé de :

- rester proche de son activité
- éviter les termes trop génériques
- utiliser des expressions claires

Chaque page doit être associée à :

- un thème principal
 - une intention précise
-

4.3 Associer un mot-clé à une page

Pratique – Identifier le sujet d'une page :

1. Ouvrir une page existante
 2. Se poser la question :
De quoi parle réellement cette page ?
 3. Vérifier que le contenu correspond bien à ce sujet
 4. Ajuster le texte si nécessaire
-

5. IMAGES ET RÉFÉRENCEMENT

5.1 Le rôle des images

Les images :

- améliorent la lisibilité
- illustrent le contenu
- participent au référencement

Mais elles doivent être bien utilisées.

5.2 Nom des fichiers images

Avant l'envoi dans WordPress, une image doit :

- avoir un nom explicite
- éviter les noms automatiques (IMG_1234.jpg)

Exemple :



- atelier-ceramique-paris.jpg
-

5.3 Texte alternatif (alt)

Le texte alternatif décrit l'image.

Pratique – Ajouter un texte alternatif :

Chemin :

1. Aller dans **Médias**
2. Cliquer sur l'image
3. Renseigner le champ **Texte alternatif**
4. Enregistrer

Le texte alternatif :

- aide Google à comprendre l'image
 - améliore l'accessibilité du site
-

6. RÉFÉRENCIEMENT LOCAL ET GOOGLE BUSINESS PROFILE

6.1 Comprendre le référencement local

Le référencement local concerne les activités :

- situées géographiquement
- destinées à une clientèle locale

Il est essentiel pour :

- indépendants
 - commerces
 - artisans
 - professions libérales
-

6.2 Présentation de Google Business Profile

Google Business Profile permet :

- d'afficher une fiche professionnelle
- d'apparaître sur Google Maps
- de rassurer les clients



6.3 Créer ou accéder à sa fiche

Chemin :

1. Aller sur <https://www.google.com/business>
2. Se connecter avec un compte Google
3. Rechercher son activité ou en créer une
4. Compléter les informations demandées

6.4 Lien entre le site et la fiche Google

Les informations doivent être cohérentes :

- nom
- adresse
- téléphone
- lien vers le site

Cette cohérence améliore la visibilité locale.

7. BONNES PRATIQUES ET SUIVI SIMPLE

7.1 Référencement et patience

Le référencement naturel :

- prend du temps
- évolue progressivement
- dépend de la régularité

Il est normal de ne pas voir de résultats immédiats.

7.2 Suivre les résultats sans outils complexes

Il est possible d'observer :

- les demandes reçues
- les contacts
- les visites



- les retours clients

Ces éléments suffisent pour débiter.

8. BILAN

Le référencement naturel repose sur :

- un site clair
- des contenus utiles
- une structure cohérente
- une logique orientée utilisateur

👉 Ce qui est bon pour l'utilisateur est généralement bon pour le référencement.

Les erreurs courantes en référencement

- vouloir se référencer sur trop de sujets
- dupliquer des contenus
- négliger la qualité des textes
- ignorer la structure des pages

Le référencement est un travail progressif.

👉 Un site récent met du temps à être visible, ce qui est normal.
