



Glossaire SEO



Bilkher.com

Petit astuce



Pour chercher la définition du terme dont vous avez besoin, faites « CTRL + F » sur windows OU « POMME + F » sur Mac pour chercher le mot que vous souhaitez ;-)



Glossaire SEO

Adwords : Très longtemps utilisé pour la recherche de mots-clés en SEO, Adwords est la régie publicitaire de Google.

ALT : Il s'agit d'un attribut que l'on utilise pour décrire les images. Initialement exploité pour les personnes malvoyantes, son usage est détourné parfois par les référenceurs et permet d'améliorer le référencement par l'image.

Ancre de lien : C'est un mot ou une phrase dans le contenu du document qui permet de placer un hyperlien. Généralement, on optimise ses ancres de liens_(avec le mot clef de destination) dans le maillage de son site Web et on les dés-optimise dans les liens pointant vers d'autres sites.

Glossaire SEO



Annuaire : Il en existe de nombreux à travers la toile et permettent de placer des liens vers votre site. La pratique des annuaires est utile mais avec modération. Il faut choisir les plus pertinents du point de vue de l'activité et de la localisation. Les mieux catégorisés à l'instar de Dmoz.org présentent un avantage pour les moteurs de recherche.

Audit de site : Analyse des forces et faiblesses On-site et off-site d'un site Internet. Attachons-nous aux performances et aspects techniques. L'audit SEO doit permettre des propositions d'optimisation

Glossaire SEO



Annuaire : Il en existe de nombreux à travers la toile et permettent de placer des liens vers votre site. La pratique des annuaires est utile mais avec modération. Il faut choisir les plus pertinents du point de vue de l'activité et de la localisation. Les mieux catégorisés à l'instar de Dmoz.org présentent un avantage pour les moteurs de recherche.

Audit de site : Analyse des forces et faiblesses On-site et off-site d'un site Internet. Attachons-nous aux performances et aspects techniques. L'audit SEO doit permettre des propositions d'optimisation

Glossaire SEO



Backlink : Le backlink sont les liens entrants sur un document Web. Tous les hyperliens pointant sur votre site Internet n'ont évidemment pas la même valeur; des stratégies de backlink différentes sont donc mises en place. En français, on appelle ça un « lien retour ». Parfois, pour simplifier, on parle de « BL ». En pratique, il s'agit bien d'un lien retour ou lien arrivant. Les outils SEO Majestic SEO et Ahrefs.com permettent de qualifier la portée d'un BL.

Balise : Le HTML est un langage de balisage composé donc de balises permettant la mise en place d'unités syntaxiques délimitant des séquences de caractères à l'intérieur d'un flux de caractères. Par exemple, la balise meta description (une définition de cette dernière vous est proposée avec plus de détails).

Glossaire SEO



Bing : Moteur de recherche de Microsoft. Il reste conseillé d'indexer ses pages sur Bing

Body : Corps du site Internet compris entre le Head et le footer. (<body>...</body>) Cette partie nous intéresse pour l'optimisation des contenus et la rédaction Web.

Bot : Petit raccourci pour parler des robots qui crawlent les pages Web. Le plus connu étant GoogleBot.

Browser : C'est le navigateur avec lequel vous lisez cet article. Certainement l'un de ceux-ci : Chrome, Firefox, Internet Explorer, Safari... L'enchaînement des lectures permet un traçage et le dépôt de cookies.

Glossaire SEO



Dofollow: Par nature, les hyperliens sur le Web permettent le crawl des pages par les robots. Ils sont dits « dofollow ». Il est possible de désavouer des hyperliens avec l'attribut nofollow. En général, les commentaires des blogs permettent de créer des liens vers votre site, ces derniers sont en nofollow. Certains blogs qualifiés de Dofollow refusent encore cette logique.

Duplicate Content : On parle de contenu dupliqué en français. Il s'agit de contenus entièrement ou partiellement repris sur d'autres pages à la fois dans et hors site. De nombreux cas de Duplicate content sont possibles et il convient d'analyser celui-ci ne serait-ce que pour améliorer l'indexation des pages. Avec les passages de / à www ou encore en passant votre site Internet au HTTPS, vous risquez le duplicate Content.

Glossaire SEO



Erreur 404 : La page introuvable. La multiplication des erreurs 404 peut conduire à une sérieuse baisse du trafic.

Erreur 500 : Un problème d'accès complet au site. Le serveur est-il tombé ?

Fil d'Ariane : Petit élément permettant à l'internaute de se retrouver sur le site. Placé généralement en haut de page, le fil d'Ariane est cliquable et permet de revenir sur les pages de catégories et sur l'accueil. Élément pouvant bénéficier de données structurées, il revêt un intérêt du point de vue SEO et UX.

Glossaire SEO



Footer : Pied de page d'un site Internet.

Forum : Lieu où l'on tente de placer du lien en créant des profils, des sujets, des commentaires...
Plus sérieusement, faites un tour sur les forums comme celui de Webrankinfo ou Script SEO

FTP : L'abréviation de « *File Transfer Protocol* », un protocole de communication destiné à l'échange informatique de fichiers sur un réseau (le Web en l'occurrence). Il permet, depuis un ordinateur, de copier des fichiers vers un autre ordinateur du réseau, ou encore de supprimer ou de modifier des fichiers sur cet ordinateur.

Glossaire SEO



Google Bot : Nom du robot de la firme de Mountain View crawlant les pages Web.

Google My Business : L'outil idoine pour améliorer votre référencement local. Souvent contourné au profit de spamming, une équipe de Google veille aujourd'hui.

Google Search Console : La console qui a remplacé Google Webmaster Tools et qui permet entre autre de communiquer avec Google, d'observer si vous ne contrevenez pas aux règles édictées par le moteur de recherche.

Glossaire SEO



Head : En-tête du site Internet (Section fermée par `</head>`)

Hn : Le nom utilisé pour désigner les balises H1, H2, H3, H4, H5, H6.

HTML : Littéralement « *Hypertext Markup Language* », est le format de contenu utilisé sur Internet pour présenter les données. Nous sommes actuellement arrivés au HTML 5 qui permet de produire du contenu pour tout type de navigateur (Ordinateur de bureau, tablettes et smartphones).

Glossaire SEO



HTTP : « *L'HyperText Transfer Protocol* » est un procédé très utilisé sur le Web permettant à un utilisateur d'accéder à un serveur contenant les données.

HTTPS : C'est un procédé qui ajoute une sécurité (*HyperText Transfer Protocol Secure*) par le biais du chiffrement du protocole http, essentiellement SSL. Il est utilisé pour les sites E-commerce notamment dans le cadre des passerelles de paiement.



Glossaire SEO

Indexation : Une page est indexée sur les moteurs de recherche. C'est-à-dire qu'elle se trouve référencée par ce dernier. Un outil comme la Google Search console permet de suivre le niveau d'indexation de vos pages et éventuellement de soumettre de nouvelles au moteur de recherche.

Javascript : Langage employé dans le Web et notamment pour l'ajout de tags. On utilise dans de nombreuses occasion le Javascript qui est parfois incompris des moteurs de recherche.

Knowledge graph : inventé en 2012, le Knowledge graph de Google est une base de connaissances compilée par le moteur de recherché et apparaissant sur la droite des résultats de recherche via certaines requêtes comme « picasso ». Le principe est que Google reprend l'ensemble des informations disponibles sur les sites qu'il visite pour produire cet élément de visibilité.

Glossaire SEO



KPI : Indicateurs clés de la performance ou *Key Performance Indicator* en anglais. L'exemple le plus connu appliqué au Web est le taux de rebond. Les KPI sont les outils de mesure de la performance.

Landing page : Traduisez « Page d'atterrissage ». Il s'agit en fait de la première page où atterrit votre visiteur. Celle-ci est à soigner pour éviter d'avoir un fort taux de rebond.

Lien nofollow : Hyperlien comprenant un attribut nofollow.

Glossaire SEO



Linkbaiting : C'est l'action sans l'action du netlinking. C'est la technique souhaitée par Google consistant à créer du contenu qualitatif et pertinent afin d'appâter les liens d'autres sites Web.

Linkbuilding : Action de netlinking consistant en la création de liens pointant vers une page ou un site. Il s'agit donc de bâtir son netlinking.

Glossaire SEO



Majestic SEO : Un outil d'analyse des backlinks et notamment de la qualité de ceux-ci (trust floW/Citation flow). Une alternative de plus en plus prisé est Ahrefs.

Meta : Les metas sont observées en premiers dans le code d'un site Internet et on un impact important dans le référencement naturel in-page.

Meta description : Élément présent sous le title dans les résultats de recherche des moteurs de recherche.

Glossaire SEO



Mot-clé : On parle de *Keyword* en anglais. Il correspond au terme que l'internaute va taper dans le moteur de recherche. Afin de donner une meilleur réponse au search, on travaille le contenu in-page et on-page sur le mot-clé en question. Les liens venant compléter le travail de référencement naturel.

Moteur de recherche : Site Internet spécialisé dans le classement des autres et permettant aux internautes d'effectuer une recherche sur le Web.

Maillage : Action de créer des liens entre les pages d'un site Internet, généralement par le biais de liens contextualisés.

Glossaire SEO



Moteur de recherche : Site Internet spécialisé dans le classement des autres et permettant aux internautes d'effectuer une recherche sur le Web.

Maillage : Action de créer des liens entre les pages d'un site Internet, généralement par le biais de liens contextualisés.

Netlinking : Ensemble des liens qui pointent vers les pages et travail du référenceur consistant à améliorer la qualité et le nombre de ces liens.

Glossaire SEO



Nofollow: Attribut sujet régulièrement à débat par les référenceurs, notamment concernant la **notion de linkjuice**. Ce dernier peut s'insérer aussi comme une meta pour faire une règle générale sur une page. Son but est de préciser aux moteurs de recherche qu'il n'est pas utile de suivre le ou les liens en question.

Noindex : Meta placée pour demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer la page dans leurs résultats de recherche. Contrairement au nofollow, elle ne déclare pas aux moteurs qu'il ne faut pas prendre en compte les liens du document. A noter qu'il existe aussi une directive « noindex » possible pour les robots.txt

Glossaire SEO



Optimisation : Actions et techniques afin d'améliorer le référencement des pages de votre site. Mais également le contenu off-page.

Positionnement : Classement d'une page sur une requête d'internaute tapée dans Google. On recherche évidemment le meilleur positionnement possible en référencement naturel.

Position zéro ou 0 : Google propose depuis 2014 des positions dites « zéro » qui apparaissent au-dessus du premier lien bleu naturel. Généralement composée de réponses aux questions, de tarifs ou de définitions, ses liens se composent également de featured snippet. Voir notre dossier sur la position 0.

Glossaire SEO



Qwant : Moteur de recherche français alternative à Google.

Robots.txt : Fichier virtuel ou non présent lues serveurs pour donner des indications aux moteurs de recherches ; à tous ou à certains d'entre eux. Le fichier robots.txt est exploitable aussi pour des interdictions à d'autres types de robots connus comme par exemple celui de Majestic SEO.

Redirection : Action de rediriger une URL sur Une autre. Les cas les plus utilisés sont les redirections 301 (permanentes) et 302 (temporaires).

Glossaire SEO



Référencement on-page : Actions entreprises pour améliorer la qualité d'une page, comme le référencement des images, des contenus vidéos, textes et la manière dont est codé l'ensemble : HTML, CSS, Javascript pour ne citer que ces 3 sources récurrentes et visibles du Web.

Référencement off-page : Actions d'optimisations SEO au-delà du site lui-même, par la recherche de backlink notamment.

Requête : ce que tape un Internaute qui cherche quelque chose sur un moteur de recherche. Autrement appelé mot clé.

Glossaire SEO



Sitelink : Lien complémentaire apparaissant parfois sous un lien dans les résultats de recherche. On le trouve généralement sous le nom d'un site bien catégorisé et bénéficiant de trafic (CTR)

Serveur FTP : c'est le File Transfer Protocol qui permet de transférer des fichiers d'un ordinateur à un autre via internet ou un réseau local.

SERP : Les SERPs en anglais « *search engine results page* » sont les résultats de recherches qui apparaissent lorsque l'on tape une requête sur un moteur de recherche. Sur Google, on retrouve selon les cas les liens payants tirés des campagnes Adwords, mais également les résultats dits naturels ainsi que la map de Google et le knowledge graph. Chaque lien trouvé est composé d'un titre (ou *title*) et d'une metadescription définie par le webmaster ou à défaut par Google.

Glossaire SEO



Serveur : dispositif informatique matériel ou logiciel qui offre des services, à différents clients. Il existe plusieurs types de serveurs avec des capacités différentes. Un E-commerce peut démarrer son existence sur un serveur mutualisé de bonne gamme mais son exploitation nécessite souvent un serveur dédié ou cloud.

Screaming Frog : Un outil précieux pour récupérer les URLs d'un site Internet afin d'auditer un site. Payant, mais très bien fait !

Glossaire SEO



SEA : Pour « *Search Engine Advirtising* » ; Il s'agit du référencement payant notamment propose par Google Adwords, le service de Google permettant de mettre en place des liens payants dans les SERP.

SEM : Pour « *Search Engine Marketing* » ; C'est l'ensemble des techniques qui vont permettre d'améliorer la visibilité sur le Web en utilisant le référencement et les réseaux sociaux.

Taux de rebond : Il s'agit des visiteurs qui viennent sur votre site par n'importe quelle page et s'en vont sans agir, après avoir lu ou non le contenu et ce, quelque soit la durée du passage. On parle de Rebonds comme d'un indicateur en analytics.

Glossaire SEO



Title : Balise meta très importante qui se place dans le Header. Ce sont les liens bleus vus dans les résultats de recherche. Voir notre [définition de la balise title](#).

Titre : Balise Hn correspondant au H1, ou titre du document Web à ne pas confondre avec le Title.

Traffic: ce qui est recherché par l'ensemble des Webmasters correspondant au nombre de visiteurs sur un site Internet dans une période donnée pour le trafic global. En anglais, on écrit ce terme *traffic*.

Trafic organique : Trafic issu du travail de référencement naturel.

Glossaire SEO



Update Google : Le moteur de recherche nous habitue à modifier assez brutalement ses résultats de recherche de manière périodique. A titre d'exemples : L'arrivée de Fred en mars 2017 en est un cas concret.

URL : Littéralement, il s'agit d'une adresse Web. C'est l'abréviation de *Uniform Resource Locator* en anglais.

User-Agent : L'User-agent est une application cliente utilisée pour désigner généralement les réseaux particuliers d'accès au Web. A ce titre, on retrouve les navigateurs mais aussi les robots d'indexations et bots de toutes espèces.