

PROGRAMME :

- site internet, blog ou...les 2 ?
- référencement naturel de mon site : comment escalader google ?
- google adwords et publicités facebook : ciblages différents
- E-réputation : sites d'avis (tripadvisor, booking.com, ...)
- questions diverses

***** site internet, blog ou...les 2 ?*****

Quelle est la différence entre créer un site et faire un blog ?

Dans un premier temps, il faut être conscient que créer un site demandera d'une manière générale plus de travail que de créer un blog.

Cela demande également plus de compétences techniques.

La raison de ceci est qu'un blog a une forme bien définie, votre conception sera donc très orientée. Alors qu'un site peut prendre n'importe quelle forme et demandera donc un effort de création plus grand.

Le blog

En réalité, un blog est un site internet qui est organisé d'une certaine manière, de façon à pouvoir publier des articles (ou des billets) de manière chronologique (l'article le plus récent étant placé en première page).

Ainsi, créer un blog ne vous permettra finalement que de publier des articles. Le thème de ces articles pouvant aller du sujet d'actualité au billet d'humeur.

Certaines entreprises utilisent le blog comme moyen de communication pour relater l'actualité de la société de manière attractive. Le mode de communication du blog est aussi un moyen très efficace de donner son avis, notamment pour les personnalités du monde médiatique qui souhaitent toucher le public d'internet.

Un autre aspect très particulier des blogs est la possibilité pour le lecteur de réagir aux articles pour donner son avis via des commentaires.

Les principaux sites proposant la création de blogs :

<http://creerunblog.fr>

<http://www.over-blog.com>

<http://www.canalblog.com>

...

Le site internet / Le site internet est organisé par thèmes et par pages (et non par ordre chronologique comme un blog). Si vous choisissez de créer un site internet vous pourrez avoir plus de liberté dans la création, car vous ne serez pas confronté à cette contrainte organisationnelle.

Le site internet peut avoir toutes les utilités, allant du projet personnel au projet professionnel en passant par l'associatif.

Créer un site internet vous demandera une première réflexion sur l'organisation et la structure, car tout est ouvert et vous n'avez aucune limitation. Pour cela il faudra prendre en compte le visiteur afin que sa navigation soit facile et agréable.

De plus, référencer un site internet est globalement beaucoup plus facile que le faire pour un blog.

*****Les différents moyens de faire un site internet*****

Faire réaliser son site internet intégralement

Il faut passer par une entreprise spécialisée.

Combien ça coûte ?

Combien coûte une voiture ?

On en trouve d'occasion pour à peine 1000 € et d'autres peuvent atteindre des sommets, plusieurs centaines de milliers d'euros. Réalisées en grandes séries, en séries limitées ou bien sur mesure, il existe quasiment autant d'autos que de propriétaires.



LEXUS RX 450H
78 000 €



RENAULT CLIO
11 000 €

ET POURTANT CE SONT TOUTES LES DEUX DES VOITURES !

Le réaliser soi-même

Cela demande évidemment un investissement important de votre part en terme de temps et d'approfondissement de vos compétences techniques. Ce n'est toutefois pas insurmontable, des logiciels dits WYSIWYG) ou des solutions en ligne (1&1, ...) permettent de minimiser les difficultés.

Outre l'avantage d'économies sur le coût de création, des économies sur les mises à jour sont également réalisées.

De plus, un travail d'optimisation du référencement est alors possible lorsque l'on a totalement la main sur son site.

3 logiciels sont nécessaires : 1 éditeur WYSIWYG (komposer est gratuit), 1 programme de retouche photo (photofiltre ou gimp sont gratuits), filezilla (transfert FTP gratuit).

***** référencement naturel de mon site : comment escalader google ?*****

Google est le moteur de recherché le plus utilisé par les internautes de part le monde.

Toutefois, Google a vu son taux d'utilisation reculer ces dernières années. Avec 69,7 % du « marché » mondial, Google reste encore un solide meneur, mais cette part a tendance à baisser de trimestre en trimestre. Ce recul serait dû principalement à la Chine, selon Strategy Analytics.

Baidu est le quatrième moteur de recherche au monde derrière Google, Yahoo! et MSN/Bing, alors qu'il n'est utilisé qu'en Chine (en majorité), ce qui n'est pas le cas de ses trois concurrents américains.

Yahoo !, malgré une présence assez importante aux États-Unis et au Japon, n'occupe ainsi que 5,4 % du marché dans le monde, contre 4,8 % pour Microsoft et 4,6 % pour Baidu.

Principale source de trafic web, Google est devenu l'outil incontournable à comprendre pour investir la toile de façon efficace et visible.

Tous les **webmasters** rêvent d'un **référencement en béton** ! En effet, sortir dans les premiers sur Google est primordial lorsqu'on veut que son site brasse un **minimum de visiteurs**...

GOOGLE :

- Fondé en 1997 (serveurs dans un garage)
- 500 000 requêtes jour en février 99
- Mai 2000 : traduction en 10 nouvelles langues dont le français
- 2002 : début de la diversification (news, gmail, picasa, earth, ...)

Conseils pour bien référencer un site

85% des internautes utilisent les moteurs de recherche pour trouver des infos.

➔ S'inscrire sur google adresses

- Google Adresses est un annuaire Web permettant de placer les entreprises listées dans le Google Maps. Vous pouvez créer un profil complet de votre business : photo, heures d'ouverture, définition, etc. Il est possible pour les internautes de commenter et d'évaluer les entreprises. Google Adresses vous permet d'apparaître dans les résultats de recherche Google. Cependant, toutes les entreprises visibles dans Google Maps ne font pas partie de Google Adresses. En effet, Google indexe parfois automatiquement des entreprises grâce à l'adresse fournie dans leurs informations. Toutefois, ces entreprises là ne bénéficieront pas de profils complets. Elles seront uniquement indiquées par la fameuse « épingle rouge » de Google Maps.
- Google Adresses permettra à une entreprise d'être indexée de façon la plus optimisée possible grâce au volume d'information que Google permet de fournir. Les résultats locaux apparaissent de plus en plus parmi les résultats généraux de Google. De plus, des études ont montré qu'aujourd'hui nous assistons à une montée des recherches personnalisées surtout au niveau du local, les internautes incluant davantage un nom de lieu dans leurs mots clés.
- N'hésitez donc pas à vous enregistrer sur Google Adresses! C'est gratuit! Comptez un délai de 3 semaines pour apparaître dans Google Maps. Vous pourrez ainsi accroître votre visibilité web et avec de la chance, augmenter le trafic de votre site Internet !

➔ Optimiser son contenu

- Faites figurer au sein des pages de votre site les termes que vos visiteurs utilisent pour vous rechercher.

- Actualisez régulièrement votre site en y ajoutant de nouveaux contenus pour inciter les robots à le visiter le plus souvent.
 - Trouvez les termes susceptibles d'être utilisés par les internautes pour trouver votre site et insérez ces termes dans vos pages.
 - Ajoutez au bas de vos articles les boutons de partage de Facebook, Twitter et bientôt « +1 » de Google. Vos liens de pages seront ainsi repris sur les réseaux sociaux.
 - Un menu de navigation permet aussi aux moteurs de savoir quelles sont les pages les plus importantes du site.
 - Google accorde une importance aux premières lignes de vos textes, titre compris. Vos mots-clés doivent y figurer !
 - Utiliser des textes pour vos liens de navigation aide les robots à comprendre leur pertinence.
 - Une adresse url reprenant le titre de la page avec des tirets entre chaque mot est rassurante pour les utilisateurs.
 - Avoir des liens directs depuis votre page d'accueil vers les pages importantes de votre site aide à bien référencer son site.
 - La recherche et la correction de liens brisés dans votre site fait partie de votre optimisation. Car, ils peuvent pénaliser votre *référencement web*.
 - Le SEO n'est pas une solution rapide et immédiate à tout problème de **référencement internet**. Uniquement sur le long terme!
 - Le SEO n'est pas une science exacte. Et, nul ne peut vous garantir une première position dans les SERPs. Mais certains indices éprouvés aident à améliorer le référencement naturel de son site.
 - Optimiser son site, c'est aussi afficher un menu de navigation qui permet d'atteindre toute page désirée en moins de 3 clics.
- ➔ La balise keywords
- La sélection de mots-clés pertinents constitue la 1ère étape de l'optimisation de tout site internet.
 - La qualité de votre trafic web dépend de la pertinence de votre sélection de mots-clés pour votre référencement.
- ➔ La balise description
- Soignez la qualité de votre balise Meta Description. Elle sert de description de votre page web.
 - La balise Meta Description est le résumé en 1 ou 2 phrases de votre page internet et doit inclure vos mots clés.
 - Tout comme la balise Meta Title, la balise Meta Description doit être unique mais longue de 160 caractères maximum.
 - Les moteurs de recherche présentent comme résumé de votre page la balise Meta Description de ladite page.
 - La balise Meta Description ne doit pas être une succession infinie de mots-clés mais une ou deux phrases construites.

- La balise Meta Description n'est pas visible par vos visiteurs. Ce n'est pas une raison pour la négliger.
- Une balise Meta Description de qualité incite au clic lors de l'affichage de votre lien dans les moteurs.
- ➔ Le choix du nom de domaine
 - Un nom de domaine est payant (- de 20 € par an généralement)
 - Article fort intéressant sur les noms de domaines : <http://www.journaldunet.com/solutions/seo-referencement/google-contre-les-emd-bien-choisir-son-nom-de-domaine.shtml>
 - Important mais google a revu son algorithme : <http://www.lotusmarketing.ca/blog/choisir-nom-de-domaine-referencement/>
- ➔ Les liens entrants (backlinks)
 - L'élément décisif qui fait remonter une page web dans les moteurs, ce sont les liens entrants.
 - Plus vous avez de liens entrants (backlinks), plus vous grimpez dans les pages de résultats.
- ➔ Nom des images et titre des pages
 - Utilisez des titres pertinents pour chacune de vos pages web.
 - Votre titre de page est très important. Il indique aux moteurs de quoi parle votre article. Incluez-y vos mots-clés !
 - Si vous utilisez une image comme lien, intégrez-y l'attribut ALT qui sera traité par les robots comme un texte d'ancre.
 - Le Meta Title devra reprendre le titre de votre article pour plus de pertinence.
 - La balise Meta Title est un condensé du sujet traité dans la page web à visiter. Optimisez-la avec votre phrase-clé.
 - La balise Meta Title est un aspect important du SEO. Il doit être unique et correspondre au thème développé dans la page web.

*****google adwords et publicités facebook : ciblage différents*****

AdWords

La petite histoire

Google Adwords voit le jour en 2000, quelques années après le lancement du moteur de recherche gratuit. Jusqu'à là, Google n'avait pas réellement de modèle économique mais était déjà le leader mondial des

moteurs de recherche. L'idée géniale qui a fait de Google un succès financier, c'est d'avoir créé des annonces payantes avec un système unique : **Le Coût par Click (CPC)**.

AdWords est le nom du système publicitaire du moteur de recherche *Google*. Celui-ci affiche des annonces ou bannières publicitaires, qui sont ciblées en fonction des mots-clés que tape l'internaute ou en fonction de son comportement de navigation.

Les annonceurs paient lorsque l'internaute clique sur la publicité selon un système d'enchère et de qualité : plus l'annonce sera pertinente pour l'utilisateur, plus le prix au clic sera bas et l'annonce en évidence. Ceci afin d'inciter les publicitaires à fournir des renseignements pertinents par rapport à la demande de l'utilisateur.

Lorsqu'un internaute utilise Google, deux listes de résultats, et non une, sont affichées: les résultats du moteur de recherche lui-même, classé selon des critères « objectifs » ; et à côté, les résultats qui proviennent du logiciel AdWords, c'est-à-dire l'ensemble des publicités. Google tire les profits de son moteur de recherche avec ce que les annonceurs lui versent pour les clics générés depuis les mots-clés achetés via la régie AdWords.

Explication sur le fonctionnement des adwords :

<http://blog.pikock.com/comment-fonctionne-google-adwords.html>

Rque : google propose régulièrement des offres commerciales (ex : 75 € d'adwords offerts pour 25 € d'achats). Les conseillers google sont à disposition pour se servir de l'outil.

Publicités facebook

En effet en plus d'être un des réseaux sociaux les plus utilisés, **Facebook offre la possibilité de réaliser très rapidement et à moindre coût** une annonce publicitaire via ses flyers.

Les avantages de la publicité sur Facebook :

- **Créer du buzz sans payer l'affichage** via un paiement au CPC.
- **Toucher les 25 millions d'inscrits** en France
- **Donner une image tendance** de ses produits et son entreprise
- **Les Social actions** qui montrent qui dans vos contacts a cliqué sur une publicité, ce qui vous offre la possibilité d'utiliser la recommandation via des tiers.

Les inconvénients de la publicité sur Facebook

- **Toucher peu de seniors** et surtout les réfractaires aux nouvelles technologies
- **Payer pour de nombreux « faux clics »** : entre les nombre de clics sur Facebook et vos visites il y a une forte différence qui n'est pas exclusivement expliquée par un temps de chargement trop long.

- **Ne pas pouvoir cibler aussi efficacement que sur Google Adwords** : il n'est pas possible de choisir d'apparaître pour des mots clés ultra ciblés (ex : pas « achat logiciel »).
- **Des changements de design de la page Facebook** qui nuisent à la visibilité de l'annonce, ce qui peut fortement influencer la visibilité de vos annonces.

Une étude montre que les visiteurs issus de Facebook sont « moins bons » que les visiteurs apportés par Google Adwords :

- Moins de pages vues / visites (1,58 / 2,19)
- Moins de temps passé sur la page : 0,37 contre 1,36
- Un taux de rebond plus important (75% contre 50%)

<http://www.conseilsmarketing.com/e-marketing/comment-et-pourquoi-faire-de-la-publicite-sur-facebook-partie-1>

- E-réputation : sites d'avis (tripadvisor, booking.com, ...)

TRIPADVISOR : le site de référence des avis de l'hôtellerie et de la restauration

De nombreux sites Internet tels que TripAdvisor offrent des conseils sur les hôtels, clubs, auberges, séjours, forfaits touristiques, guides de voyage, et plus encore.

! problématique des faux avis :

Les "*faux avis de consommateurs*" problématiques sont :

- ceux qui relèvent de la technique du baronage, il s'agit des avis ou commentaires positifs postés par l'entreprise elle-même (ou son prestataire), sous l'apparence d'un client satisfait ;
- ceux qui caractérisent un dénigrement de concurrents, il s'agit des avis ou de commentaires négatifs dont l'objectif est de nuire à l'image et à la réputation des produits ou services d'autres entreprises concurrentes.

Les chiffres s'emballent en matière d'avis de consommateurs en ligne :

77% des internautes français d'ores et déjà inscrits sur un réseau social, 91% d'entre eux déclarent que l'avis des autres consommateurs déclenche leur acte d'achat

S'agissant de l'hôtellerie 90 % des internautes se rendent sur Internet pour choisir leur hôtel. 63 % lisent des avis clients.

Dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration, ces avis ont pris une dimension considérable. Si bien que le succès ou l'échec d'un restaurant ou d'un hôtel dépend désormais autant de ces avis que de la prestation offerte en elle-même.

Madame Artiné Mackertichian, directrice de la communication France de la société Tripadvisor, reconnaît que *"c'est un outil qui n'existait pas avant. Il y a dix ans, on se rendait dans 15 agences de voyage et on ressortait avec les dépliants parfaits des hôtels. Le Web 2.0 a donc pris une importance considérable dans les décisions de réservations, il influence énormément les consommateurs. Et il est vrai que depuis que le Web 2.0 existe, les faux avis existent aussi..."*

Ainsi, nous sommes nombreux à connaître ou utiliser le site Tripadvisor qui référence sur Internet des milliers d'adresses d'hôtels, de restaurants ou de clubs sur la planète et nous permet de ce fait, après rapide "audit", de nous décider d'aller dans tels établissements plutôt que dans tels autres.

Tripadvisor est ainsi devenu le site Internet de référence en matière d'avis dans le domaine du tourisme.

Mais des milliers de professionnels du tourisme reprochent au site TripAdvisor de permettre la diffusion de faux avis de voyageurs ou de commentaires négatifs de leurs établissements.

Certains hôteliers vont même jusqu'à faire répandre la rumeur selon laquelle le site TripAdvisor ferait du chantage en leur demandant de souscrire à son offre d'annonces payantes pour que les avis positifs soient diffusés ou que les avis négatifs puissent être retirés suite à une demande de retrait de la part de ces professionnels.

Au-delà de ces rumeurs, le problème de réputation sur Internet pour les professionnels de la restauration et de l'hôtellerie s'inscrit dans un contexte particulier :

- le contenu présent sur TripAdvisor est particulièrement bien référencé dans les résultats du moteur de recherche de Google. Ainsi, dans de nombreuses situations, les faux avis et les commentaires négatifs des consommateurs se retrouvent en premières positions des résultats de requêtes Google avec les mots clés du nom de l'hôtel, de la résidence, du club, ou du restaurant en question.
- les avis d'utilisateurs (Reviews) déterminent les réservations. Ainsi, les faux avis de consommateurs et les commentaires négatifs participent au référencement des établissements sur la Toile. Or, ces avis sont importants dans un univers où il n'existe aucun contenu différenciant puisque tous les sites d'hôtels agrègent les mêmes données en puisant dans les mêmes systèmes de réservation informatique (GDS) ou fournisseurs.
- des agences de marketing ou de publicité proposent, de manière illégale, à leurs clients la création et la diffusion de faux commentaires, positifs ou négatifs, d'internautes sur les sites de consommateurs.

Ce problème est susceptible d'être encore plus important à l'avenir eu égard aux partenariats que vient de signer la société Tripadvisor avec *Lafourchette*, *Accorhotels* et *Facebook* tendant à faire de ce site un site incontournable concernant le référencement sur Internet des voyages et de la restauration en général.

Que faire pour obtenir le retrait amiable d'un faux avis ou d'un commentaire négatif ?

<http://www.net-iris.fr/blog-juridique/127-anthony-bem/26772/e-reputation-des-hotels-sur-internet-retraits-et-recours-contre-les-faux-avis-ou-les-avis-negatifs>

<http://www.artisan-referencieur.fr/e-reputation-hotel-restaurant/146-supprimer-un-avis-negatif-sur-tripadvisor.html>

S'inscrire sur Tripadvisor :

<http://reussirsamaisondhotes.com/2011/03/07/pourquoi-et-comment-inscrire-ses-chambres-d%E2%80%99hotes-ou-ses-gites-sur-trip-advisor/>

Voici quelques exemples d'objectifs permettant d'améliorer votre réputation en ligne:

- augmenter le nombre de commentaires concernant votre entreprise;
- améliorer le positivisme général des opinions publiées;
- limiter le nombre d'avis négatifs;
- susciter davantage d'engagement et d'interaction avec votre clientèle;
- développer une petite communauté d'ambassadeurs de votre entreprise;
- accroître le taux de conversion de vos visiteurs sur les réseaux sociaux en clients réels.

Booking.com

<http://www.artisan-referencieur.fr/commercialisation-hoteliere/115-pourquoi-booking-est-le-meilleur-en-reservation-hoteliere.html>

<http://reussirsamaisondhotes.com/2012/02/08/booking-com-ami-ou-ennemi-des-chambres-dhotes/>

Annexe :

Un site à épilucher sans modération :

<http://www.scoop.it/t/developpement-en-val-de-garonne>