

La référence  
du  
référencement  
naturel

Édition  
2025

# LE LIVRE **SEO**

Votre site internet **n°1**  
sur  
**Google**



WEB



ANALYSIS



CONTENT



BACKLINKS



KEYWORDS



TRAFFIC



RANKING



OPTIMIZATION



**STÉPHANE ALLIGNE**

Stéphane Alligne

# Le Livre SEO : votre site internet n° 1 sur Google

© Stéphane Alligne, 2024

ISBN numérique : 979-10-405-6417-1

**Librinova**”

[www.librinova.com](http://www.librinova.com)

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l’auteur ou de ses ayants cause, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

# **Remerciements**

Gilberte **THEUVENEY**

Olivier **DUFFEZ**

# Préambule

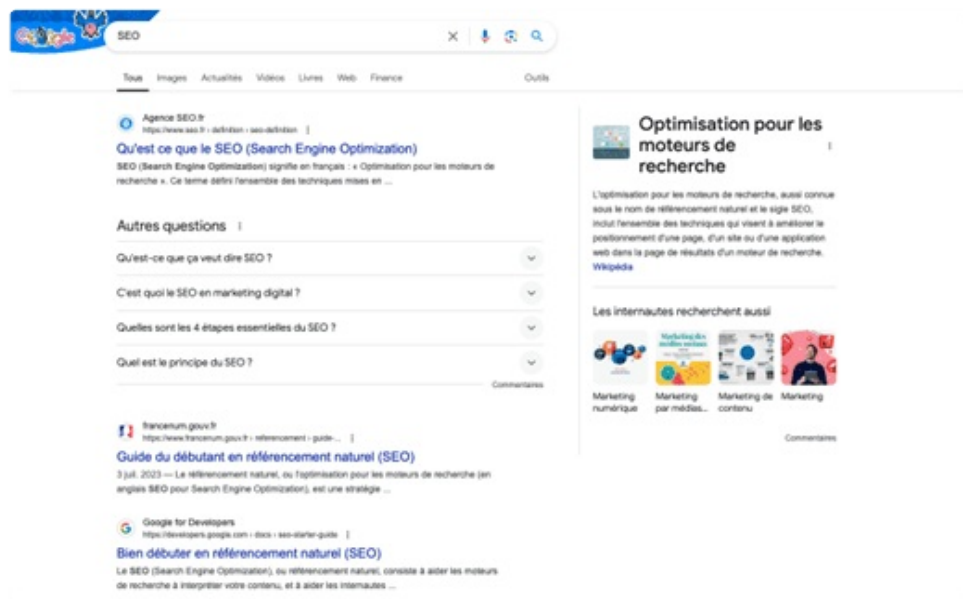
Le SEO, également appelé « *référencement naturel* » est indispensable pour accroître la visibilité d'un site Internet.

Si l'on devait matérialiser physiquement le SEO appliqué au E-commerce, il s'agirait de créer les routes qui mènent les visiteurs à votre magasin.



Le SEO, ses nombreuses règles techniques et stratégiques sont complexes.

Pour débiter, tentons de donner une définition claire du SEO (Search Engine Optimization). Il s'agit de l'optimisation des résultats sur un moteur de recherche tel que Google.



Plus communément, le SEO est la science de positionner un site Internet dans les résultats de recherche naturels de Google.

Le SEO permet d'accroître la visibilité d'un site internet en utilisant les algorithmes et les mécanismes des moteurs de recherche, à l'instar de Google.

Dans ce livre SEO, entièrement consacré au référencement naturel, vous découvrirez ou redécouvrirez les points essentiels pour se positionner dans les premiers résultats de recherche de Google.



Le SEO pourrait se résumer au travers de trois piliers essentiels pour sa réussite :

- Le contenu
- La technique
- L'autorité.

Le SEO nécessite un suivi régulier des KPI de votre site internet.

Pour cela, il existe différents outils que nous détaillerons dans cet ouvrage.

Le SEO a l'avantage pour les consommateurs de ne pas se présenter comme une publicité.



De surcroît, apparaître dans les résultats naturels d'un moteur de recherche comme Google crédibilise l'image du site internet concerné.

Contrairement aux idées reçues, le SEO n'est pas un levier d'acquisition gratuit.

Bien au contraire, c'est un des leviers les plus coûteux dans la mesure où le temps à y consacrer est sans limite.

Seulement, une fois que la stratégie SEO montre des résultats, sa pérennité et sa rentabilité sont plus importantes que les autres leviers d'acquisition.

Le succès de n'importe quel site internet ou e-commerce réside dans sa visibilité.  
Sans visibilité, aucune légitimité, aucun branding de la marque, aucune vente.

Le SEO et le SEA sont extrêmement complémentaires :

La meilleure configuration est de disposer d'une première position en référencement naturel sur Google, et d'avoir en sus une annonce de lien sponsorisé placée juste au-dessus tel que :



Ainsi, on peut espérer une audience démultipliée.

Vis-à-vis du consommateur, le résultat naturel en SEO crédibilise le résultat payant juste au-dessus.

Il est important d'avoir des notions de *longue traîne*, c'est-à-dire ces requêtes saisies par les internautes sur leur moteur de recherche mais dont la concurrence des résultats n'est pas flagrante.

Si sur « *prêt immobilier* » la concurrence généraliste est évidente, elle l'est beaucoup moins sur « *prêt immobilier in fine maison de campagne* ».

Il sera ainsi plus facile de se positionner sur ce dernier mot-clé que sur le mot-clé principal.

Par conséquent, il est souhaitable de consacrer au moins 40% des moyens et des ressources SEO à la longue traîne et 60% sur les mots-clés principaux.

De la même façon, il est plus simple de se positionner avec le SEO au niveau

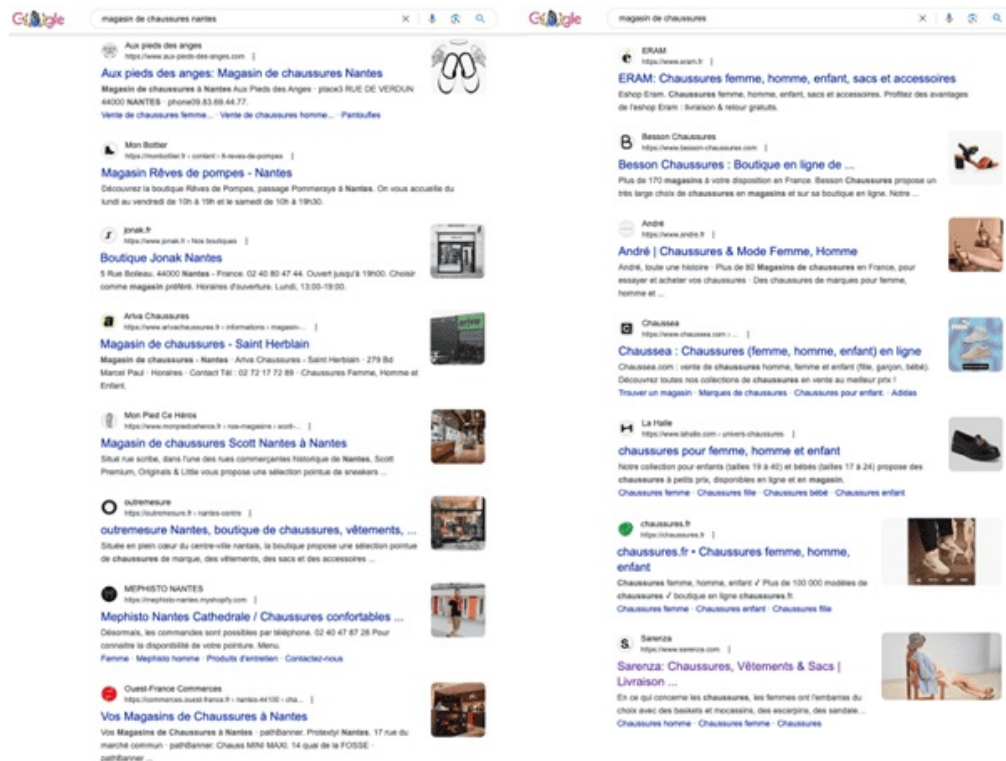


local.

Prenons l'exemple simple d'un magasin de chaussures.

Il sera toujours plus simple de positionner un site internet sur « *magasin de chaussures Nantes* » plutôt que « *magasin de chaussures* ».

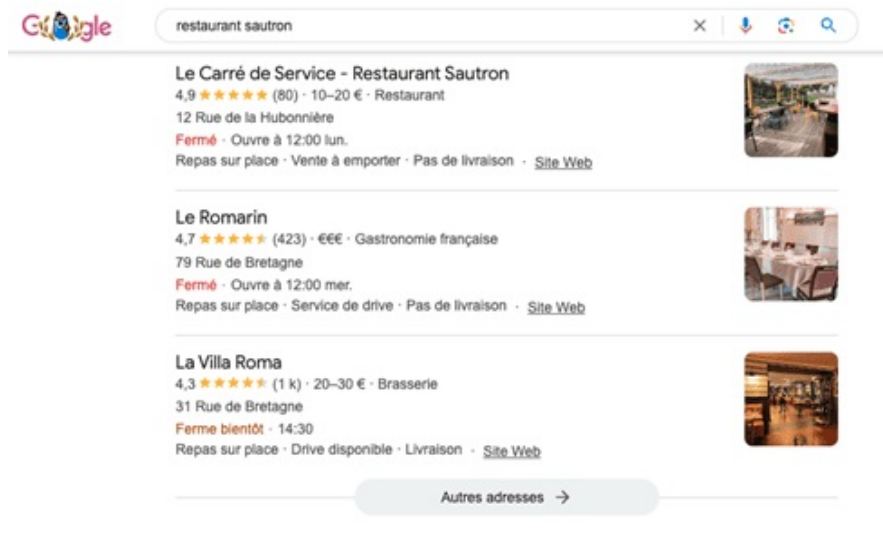
En outre, la concurrence est naturellement moins importante en SEO local qu'au niveau national.



Simplement car l'offre est moins abondante et les concurrents moins nombreux. Cela d'autant plus que de nombreux internautes recherchent des services locaux directement depuis leur téléphone portable. Il convient par conséquent d'être visibles localement sur ses requêtes.

Lorsqu'un internaute recherche un restaurant, il aura tendance à regarder les avis clients.

Nous verrons également comment en tirer parti.



Déployer une stratégie SEO s'effectue avant même l'ouverture du site Internet au public. C'est-à-dire qu'il faut déjà penser en amont la stratégie SEO et son déploiement.

Parfois, certaines entreprises qui ont levé des fonds privilégient le SEA au détriment du SEO.

Normal, me direz-vous, ce n'est pas leur argent qu'ils dépensent ;-)

Néanmoins, pour la pérennité et la rentabilité d'une entreprise, il est indispensable de mettre en place une stratégie SEO dès le début de l'activité.

Pour durer, une entreprise doit travailler son SEO quotidiennement. C'est le levier d'acquisition le plus rentable pour une entreprise.