



AGENCE DE COMMUNICATION INTERACTIVE

Référencement

MM Création
32 Avenue de Wagram
75 008 Paris
Tél : 01 45 74 76 00
Fax : 01 45 74 95 06
E-mail : mmerzoug@mmcreation.com
Site : www.mmcreation.com

- **LE REFERENCEMENT : QU'EST-CE C'EST ?**

Référencement

« Corps de techniques visant à optimiser la visibilité d'un site dans les différents outils de recherche disponibles sur Internet : annuaires (qui indexent les sites manuellement) ou moteurs (qui les indexent automatiquement). Le référencement recouvre toute une série d'actions très différentes qui vont de la simple définition de mots-clés à la création de pages spéciales facilitant le repérage des sites par les moteurs. **La fugacité et la relativité des résultats obtenus** (un bon référencement n'est que provisoire) font du référencement une discipline un peu ésotérique qui laisse souvent sceptique le non-initié. » (source : Journal du Net)

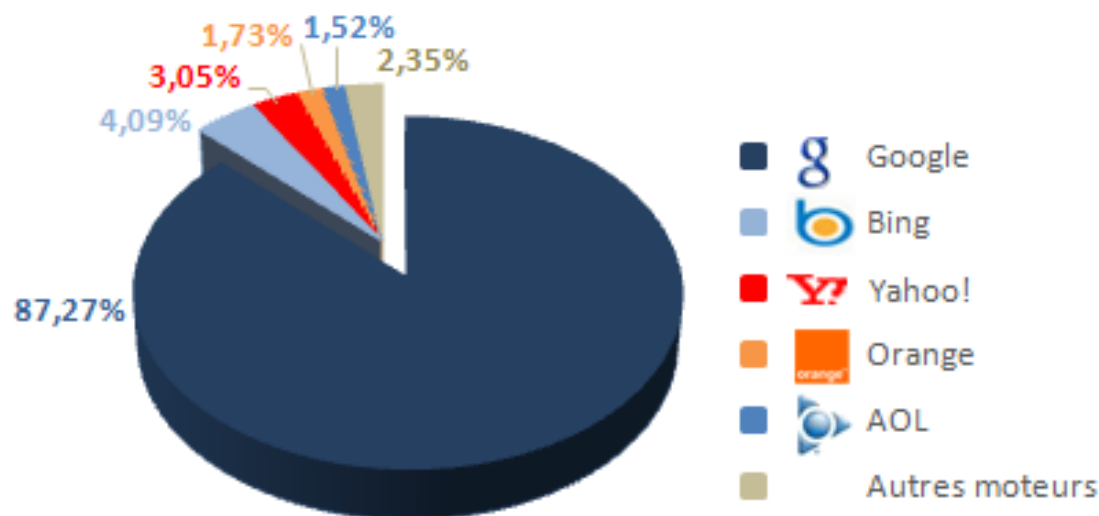
Moteur de recherche

indexe de façon automatisée le contenu de différentes ressources Internet, et plus particulièrement de sites Web, et qui permet à l'internaute qui utilise un navigateur Web de rechercher de l'information selon différents paramètres. Ex. : Google, Alta Vista, Infoseek...











Annuaire

inventaire, spécialisé dans un domaine ou non, dans lequel les sites référencés sont classés par catégorie et accessibles au moyen de liens hypertextes. Afin de localiser plus rapidement un site ou une catégorie, les répertoires donnent accès à un module limité de recherche. Yahoo est l'exemple type de l'annuaire. Les annuaires sont alimentés manuellement contrairement aux moteurs qui indexent les pages web de façon automatique.

TOP 5 des moteurs de recherche en parts de visites
Indicateur moyen par site - (France* - Juillet 2009)



* Visites générées en France sur les sites français audités par une solution AT Internet.
Ces résultats ne sont pas comparables à ceux des anciens baromètres.

TOP 10 des Moteurs de recherche				
Part de visites des familles de moteurs	Janvier 2009	Février 2009	Écart (en points)	Écart (en %)
1.  Google	91,23%	91,27%	+0,04	0,0%
2.  Yahoo!	2,43%	2,50%	+0,07	+2,9%
3.  Live Search	2,29%	2,36%	+0,08	+3,3%
4.  AOL	1,39%	1,36%	-0,04	-2,7%
5.  Orange	1,01%	0,99%	-0,02	-1,8%
6.  Lo.st	0,51%	0,40%	-0,11	-21,8%
7.  Free	0,35%	0,34%	-0,01	-2,9%
8.  Alice	0,21%	0,20%	-0,01	-4,9%
9.  Ask	0,16%	0,16%	0,00	+1,2%
10.  Yandex	0,06%	0,06%	0,00	-3,6%

Légende :

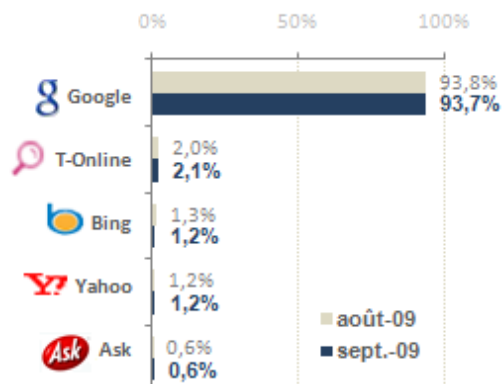
Écart en points : écart supérieur à -0,1 point en rouge et écart supérieur à +0,1 point en vert

Écart en % : écart supérieur à -10 % en rouge et écart supérieur à +10 % en vert

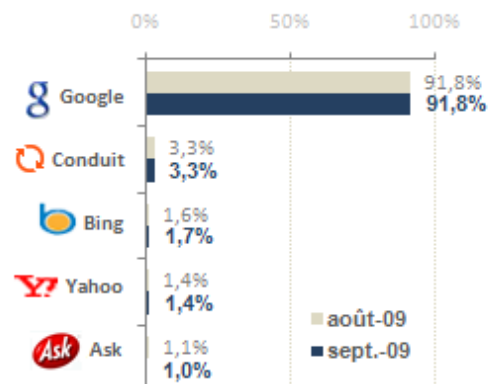
TOP 5 des Moteurs de recherche en part de visites Web*
Indicateur moyen par site - (Septembre 2009 vs Août 2009)

Chiffres

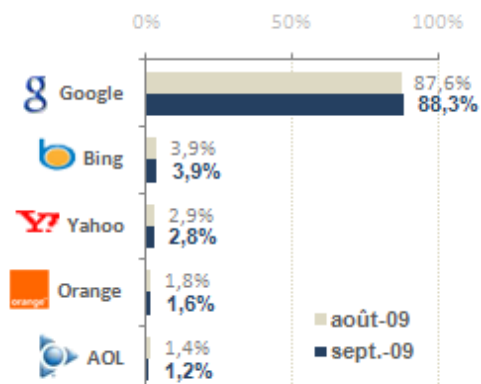
(Allemagne)



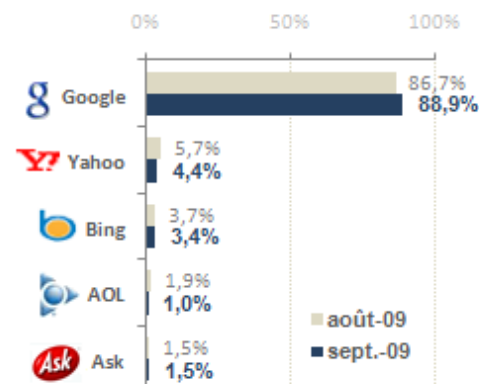
(Espagne)



(France)



(Royaume-Uni)

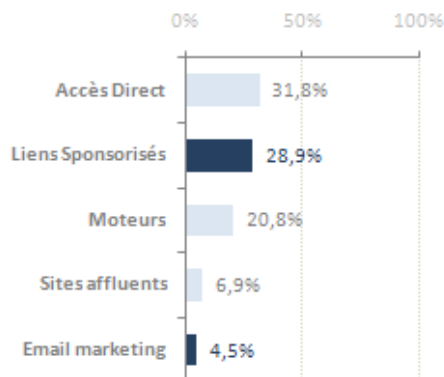


* Visites effectuées dans le pays, depuis un moteur de recherche, sur les sites audités par une solution AT Internet, dont le trafic est généré principalement depuis le même pays.

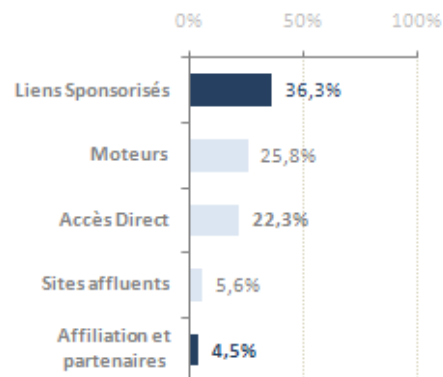
TOP 5 des Types d'accès
répartition moyenne des visites pour les sites Web*
enregistrant quotidiennement du trafic issu de **campagnes online****
(Septembre 2009)

Chiffres

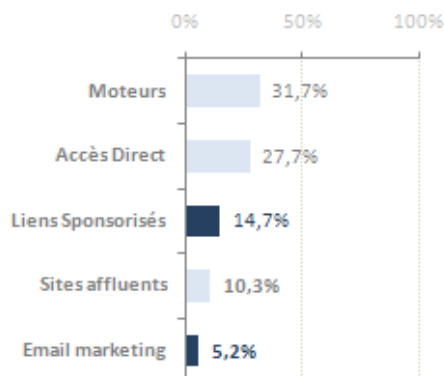
Allemagne



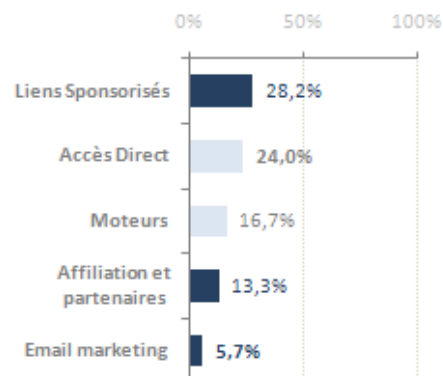
Espagne



France



Royaume Uni



* Visites effectuées dans le pays, sur les sites audités par une solution AT Internet, dont le trafic est généré principalement depuis le même pays.

** Accès par Campagne : publicité, liens sponsorisés, emails marketing, affiliations et partenaires, flux RSS.

Une discipline complexe et en perpétuelle évolution

Le temps où il suffisait d'insérer des mots clefs dans le code des ses pages web (meta tags) est indéniablement révolu... Aujourd'hui, face à la performance des moteurs de recherche qui tentent de développer de véritables robots d'intelligence artificielle, il est impératif de prendre en compte la multiplicité des paramètres qu'ils analysent pour référencer votre site et de s'adapter à leur évolutions constantes.

- La popularité (*pagerank*),
- Les indices de clic,
- Le nom de domaine,
- Les URL des différentes pages
- La richesse et la pertinence des textes des pages
- Le nombre de pages du site
- Le nom des images
- L'ancienneté du site
- ...

- **UNE METHODOLOGIE RIGOUREUSE**

Audit du site en lui-même

Sur le site en lui-même, l'audit permet de répondre aux questions suivantes :

Les pages Web du site sont-elles optimisées ?

Sont-elles adaptées aux critères des outils de recherche ?

Quelles sont leurs positions sur les moteurs majeurs ?

Sur quelles expressions-clés et mots-clés ?

Comment les optimiser au mieux ?

Audit externe

c'est-à-dire sur la visibilité du site par rapport à ses concurrents.

L'étude de la concurrence permet ainsi de connaître sur quels mots et expressions la concurrence s'est positionnée.

A l'issue de ces 2 audits, nous disposerons, ainsi, d'un panorama complet permettant de sélectionner de manière pertinente les expressions clés à référencer. Nous pourrons, aussi, évaluer de manière précise l'ampleur du travail technique à mettre en œuvre.

Une forte collaboration client / agence

A ce stade, il s'agit de déterminer quelles seraient les expressions clés les plus adaptées à votre stratégie commerciale en ligne.

C'est grâce à un entretien avec vous, que le chef de projet consignera précisément vos objectifs et vous indiquera leur réalisme par rapport à l'environnement concurrentiel et au budget alloué.

Une étape stratégique : l'analyse de la pertinence des expressions clés

Cette présélection sera ajustée en fonction du secteur d'activité, de l'environnement concurrentiel, du nombre de requêtes (nombre de fois où un mot-clé a été réellement demandé par les internautes sur les moteurs de recherche) et des recherches associées à ces expressions (déclinaisons).

Objectif : les expressions les plus pertinentes par rapport au résultat attendu

Il est essentiel d'aborder la question du choix des expressions clés sans préjugés. En effet, il existe souvent un gap important entre l'idée que l'on se fait de ce qui serait opportun et les moyens d'obtenir concrètement des résultats efficaces en adéquation avec le budget.

Cette étape est la suite directe de l'audit et du choix des expressions clés

Elle consiste à modifier la structure même des pages pour une meilleure prise en compte par les moteurs.

Les modifications peuvent être - entre autres - l'adaptation du texte, le renseignement des balises, etc. Il est possible d'aller jusqu'à la création de pages dont le contenu est spécifique (site annuaire ex. : www.hotelmarseaubastille.com/annuaire/)

Les techniques différeront selon l'ampleur du site, les objectifs à atteindre, le type de développement (site statique ou site dynamique)...

Elle supposera l'intervention d'un **développeur spécialisé** qui conduira le travail sous le tutorat du chef de projet garant des objectifs fixés.

Ce travail très gourmand en ressources humaines, se découpera en plusieurs phases :

- Les interventions initiales
- Les interventions d'ajustement
- Les interventions d'entretien périodique

Une formelle indispensable

Il s'agit de faire l'inscription de votre site dans les moteurs de recherche et les annuaires.
Ce référencement peut être international.

Les 4 principaux moteurs de recherche francophones sont :
Google, Yahoo, MSN, et Antidot.

Et les 4 principaux annuaires :
Yahoo, Dmoz, Voilà et AOL

Un suivi régulier

Le chef de projet responsable de votre référencement suivra très régulièrement le référencement mis en place et demandera au développeur spécialisé de faire les ajustements nécessaires pour optimiser les résultats.

Les critères objectifs d'appréciation des résultats

Plusieurs paramètres tangibles permettant d'évaluer l'impact du référencement :

- Le plus évident : le nombre de pages indexées et le positionnement de votre site sur les moteurs de recherches
- Le plus parlant : l'évolution de la fréquentation de votre site web
- Le plus intéressant : l'évolution des contacts utiles, des réservations, des transactions, ... générés par le votre site Internet

Un bilan complet semestriel

Tous les 6 mois, nous vous ferons parvenir un bilan complet mettant en perspective l'évolution des résultats dans le temps par expression clé et selon les moteurs et les annuaires.

REACTIVITE

50% des newsletters sont développées dans les 24h

EXPERIENCE

7 ans d'expérience Internet, une des 1^{ères} agences dédiées

SPECIALISATION

Le multimédia = notre métier à 100% depuis 10 ans

CONFIANCE / ECOUTE

Une très forte fidélisation de nos clients

Le 10 Avril 2005 - NEWSLETTER

MM Création
Conseil - Créer - Réaliser

DERNIÈRES RÉALISATIONS

AMEN FR

AVANT : Retardé graphique et ergonomique de la Home du site Amen.
APRÈS :
En savoir plus
Voir le site

PROTRAVEL-VACANCES.COM

Petit tour d'explorateur Site de la Ville Dairn (Turisie) Hôtel de grand standing ouvert sur les hauteurs de Carthage.
En savoir plus
Voir le site

E-MAILING

BANQUE magnétique
E-mailing Banque Magnétique / Palm / Motorola

Objectif : promouvoir en ligne les nouveaux produits offerts de NationalClear avec le tournai international de tennis féminin, devenir un incontournable...

Palm Motorola
Conception et développement du programme et des opérations d'e-mailing. Des résultats qui ont dépassés les attentes en termes d'image de marque et de compte de nouveaux adhérents à la newsletter.
En savoir plus
Voir l'animation Palm
Voir l'animation Motorola

OFFRE "TRADUCTION"

OUI à l'Europe... ET MÊME PLUS...

Exporter votre site internet à l'étranger.
Conception et développement de vos campagnes et des opérations d'e-mailing.
Des résultats qui ont dépassés les attentes en termes d'image de marque et de compte de nouveaux adhérents à la newsletter. Conception et développement de vos campagnes et des opérations d'e-mailing.
Des résultats qui ont dépassés les attentes en termes d'image de marque et de compte de nouveaux adhérents à la newsletter.
En savoir plus
Nous contacter

INFOS

MENAGE DE PRINTEMPS !!!

LA SEME DE VIE D'UN SITE.
Ajoutez votre passion découvrez très prochainement nos sites créatifs au sein de l'agence.

Lire la suite

PROJETS EN COURS DE REFORTE...
Nous font confiance pour le relance de leur site.

- LAUREE
- CHATEAU DE MONTVILLARONNE
- JARDINOP
- HOTEL 5 PREFERENCE

A découvrir bientôt en ligne !!!

MM Création - 32 av. de Wagram - 75008 Paris - Tél. 01 45 74 76 00
e-mail : info@mmcreation.com - Site : www.mmcreation.com

AGENCE DE COMMUNICATION INTERACTIVE

MM Création
32 Avenue de Wagram
75 008 Paris
Tél : 01 45 74 76 00
Fax : 01 45 74 95 06

E-mail : mmerzoug@mmcreation.com
Site : www.mmcreation.com