



Améliorez votre visibilité

Pour une entreprise, être présent sur Internet n'est plus l'enjeu principal, il faut maintenant être visible. Avec le référencement naturel, vous tirez véritablement profit de l'essor de l'Internet qui compte aujourd'hui plus de 31 millions d'internautes en France, puisqu'il vous permet d'augmenter de plus de 30 % le nombre de visiteurs sur votre site. **Par Daphné Juin de Faucal**

De nombreuses méthodes existent aujourd'hui pour faire connaître votre site Internet, valoriser votre activité et développer votre chiffre d'affaires : liens sponsorisés, campagnes de publicité, marketing viral... Mais la manière la plus sûre et la plus économique aujourd'hui pour vous faire connaître est le référencement dans les principaux moteurs de recherche. D'après une étude de cas réalisée par la société Webformance, le référencement naturel peut vous permettre d'attirer 35 % de visiteurs en plus chaque mois. Le site choisi est celui d'une entreprise en B2C qui récolte autour de 40 000 visiteurs par mois d'après Google Analytics. Pour observer l'évolution du trafic, Webformance a choisi de se baser sur les résultats des requêtes effectuées sur Google, pour un mot clé recherché autour de 50 000 fois par mois. Le résultat de cette enquête est le suivant. En neuf mois, ce site est passé de la 26^e position sur Google à la quatrième et le nombre de visiteurs est passé de 125 à plus

de 1 100 par mois. L'augmentation frappante du nombre de visiteurs a eu lieu lors du passage de la deuxième à la première page de réponse sur Google. La différence de trafic généré entre le top 5 et le top 10 n'est en fait pas très conséquente. Basé sur ces données, nous pouvons déduire que l'optimisation d'un site peut générer une augmentation du trafic "organique" de l'ordre de 80 % tandis que le top 5 devrait générer une augmentation de 35 % ! Avec un trafic en provenance des outils de recherche chiffré à 35 % en août 2007 d'après ad'oc, le rôle du référencement n'a jamais été aussi important. Déjà cinq ans plus tôt, les moteurs étaient à l'origine de 21 % des visiteurs sur les sites Internet. C'est l'une des principales sources de création de trafic sur un site aujourd'hui. En effet, il permet aux internautes d'accéder à un site sans connaître son adresse. L'afflux principal provient des moteurs de recherche, mais il ne faut pas négliger le nombre de visiteurs passant par des annuaires. On recense aujourd'hui

d'hui plus de sept millions d'annuaires sur le web, mais les annuaires influents se comptent sur les doigts de la main...

Deux types de référencement

Il existe deux types de référencement : le référencement naturel et le référencement payant. Le référencement naturel est une technique qui permet concrètement à un site d'apparaître dans les premiers résultats d'une requête faite sur un moteur de recherche grâce à un mot clé. Le référencement payant est un système qui permet d'acheter des mots clés sur les moteurs et d'apparaître sous forme d'encart commercial. Aujourd'hui, 70 % des clics sur les résultats des moteurs de recherche se font sur des liens naturels, 30 % seulement sur des liens commerciaux. Prenons un exemple concret : vous souhaitez effectuer une recherche sur Google en utilisant le terme "cuisine". Vous obtenez en haut deux liens commerciaux vers les sites Lapeyre et Schmidt qui correspondent au référencement ►►



LES LANGAGES INFORMATIQUES

PHP : c'est un langage de script HTML exécuté côté serveur. Sa syntaxe empruntée aux langages C, Java et PERL est facile à apprendre. Le but de ce langage est de permettre aux développeurs web d'écrire des pages dynamiques rapidement, mais il est en fait possible de faire énormément grâce à ce langage. Il facilite le développement de sites Internet en proposant une impressionnante quantité d'outils tels que des bibliothèques d'accès aux bases de données, de manipulation d'images ou de création de fichiers PDF.

HTML : Hypertext Markup Language est un format de représentation d'un document particulièrement utilisé dans les pages d'informations sur le web, dans lequel le document comprenant du texte et des objets multimédia est incrusté de balises et de marqueurs le structurant. Il est utilisé par les navigateurs pour localiser le document associé, pour naviguer sur le web.

Flash : développé et distribué par Adobe Systems (suite au rachat de Macromedia en 2005), le flash est une application client fonctionnant sur la plupart des navigateurs web. Depuis son lancement en 1996, la technologie flash est devenue une des méthodes les plus populaires pour ajouter des animations et des objets interactifs à une page web. Il permet aussi d'intégrer de la vidéo en streaming dans une page jusqu'au développement d'applications rich media.

» payant. Le référencement naturel concerne, lui, tout les liens suivants, à savoir :

- ◆ www.delices-defrance.com,
- ◆ www.marmiton.org...

Le référencement naturel

Le référencement naturel est l'art de créer, à partir de moteurs de recherche, un trafic ciblé de manière rentable et pérenne. Cette technique consiste donc à mettre en relation un site Internet traitant spécifiquement d'une ou plusieurs thématiques et un internaute à la recherche de cette information. Les expressions clés exprimées par les internautes assurent la liaison entre le site Internet et l'internaute. Le référencement naturel est une démarche full webmarketing qui vise à augmenter de manière significative le taux de transformation d'un site Internet en l'optimisant selon les attentes des internautes, d'où la qualité de la richesse des informations présentées. Plus elles sont développées, plus les moteurs de recherche identifieront le site

comme un référent et meilleur sera son positionnement. Le référencement naturel est en fait l'addition de plusieurs facteurs : la pertinence du contenu est un des critères les plus importants. Vient ensuite la popularité (le fameux Page Rank de Google) ou encore l'antériorité. Les règles de positionnement sont nombreuses et pour que votre site soit détecté rapidement, il est important de choisir des mots clés adaptés et de les associer à des pages précises. Il est également judicieux de vous doter d'une information hiérarchisée. Cette étape est primordiale même si elle prend un certain temps.

Une technique répandue

Le référencement naturel est très en vogue, notamment pour les petites et moyennes entreprises, qui ne disposent pas des mêmes ressources financières que les grands comptes. Plus fastidieux mais nettement moins coûteux, le référencement naturel consiste à agencer l'architecture de son

site, de manière à ce que les moteurs de recherche le placent en tête de la liste des résultats proposés. Apparue en France en 1997, la pratique du référencement est aujourd'hui répandue, puisqu'un nombre impressionnant de sociétés se sont spécialisées sur ce marché. Cependant, une quinzaine de sociétés dominent le marché actuellement. D'après la société e.GATE, le référencement naturel comporte trois étapes.

Les mots clés

La première étape concerne les mots clés. Ce sont des ensembles de mots ou d'expressions saisis par les internautes lors d'une demande dans un moteur de recherche. Il faut donc les identifier dans le but de drainer un maximum de trafic ciblé. Il peut y avoir une multitude de mots clés différents pour un seul et même site. Pour optimiser le référencement d'un site, il faut choisir les mots clés correspondant à son métier, ses produits ou ses services. On arrive ainsi très facilement à plus de 200 mots clés différents et, si l'on rajoute toutes les variantes possibles, on peut obtenir plusieurs centaines voire des milliers de combinaisons possibles pour les mots clés sélectionnés. Prenons un exemple concret : l'association achat+moto+Rouen donnera comme combinaison : moto achat Rouen, Rouen achat moto ou encore achat moto sur Rouen. Un référencement doit donc créer ou modifier des centaines voire des milliers de pages sur un site, qu'elles soient en HTML ou en PHP.

Le contenu du site

La notion de contenu est aujourd'hui très importante pour améliorer sa visibilité. Un site de »



INTERVIEW

Laurent Briquet,

Directeur associé d'Expertiz

“Il faut penser le référencement bien en amont de la création de son site web.”

i-solo : Pour vous, qu'est-ce que le référencement naturel ?

Laurent Briquet : Si vous souhaitez qu'un internaute puisse trouver votre site dans un moteur de recherche, vous devez penser aux mots clefs ou aux expressions qui permettront d'identifier votre activité ou vos produits. Le référencement naturel est en fait l'addition de plusieurs facteurs : la pertinence du contenu est un des critères les plus importants, mais aussi la popularité (le fameux Page Rank de Google) ou encore l'antériorité. Les règles de positionnement sont si nombreuses, qu'à ce jour, aucun prestataire sérieux ne peut vous garantir avec certitude la première position sur Google.

i-solo : Est-il exact de dire que le référencement prime sur l'esthétique d'un site ?

Laurent Briquet : Oui, même si l'esthétique joue bien entendu un rôle important dans la fréquentation de votre site web. Avant de pouvoir apprécier la beauté de votre site, l'internaute doit pouvoir le trouver... Il y a encore peu de temps, on commençait la construction d'un site par son esthétique. Désormais, si le choix doit être fait, l'optimisation des pages pour un meilleur référencement prend le pas sur le "design". Il faut toujours garder à l'esprit que les robots des

moteurs ne jugent votre site que par le texte !

i-solo : Combien de temps faut-il pour référencer un site naturellement ?

Laurent Briquet : Il n'y a pas de règles précises. Cela dépend de la fréquence de passage des robots sur la toile. Néanmoins, on estime qu'il faut entre un et trois mois pour figurer correctement au sein d'un moteur. Toutefois, si les pages sont "proprement" montées et pensées pour le référencement, le résultat peut être très rapide. Par exemple, le site Sofracom.com a été mis en ligne le 5 décembre, référencé le 8 et en première position dans Google le 12 pour les mots clés : "installateur privé téléphonie". Pour des sites plus conséquents tels que l'agence de voyages Onvartir.com, présent sur le secteur ultra concurrentiel qu'est le tourisme, cela prend bien plus de temps. Néanmoins, en deux mois, ce petit site web était présent en première place sur la requête "agence de voyages en ligne". Tout dépend du site en lui-même. Si le site comprend des technologies bloquantes, telles que flash ou java, c'est plus fastidieux. C'est pourquoi, il faut penser le référencement avant de penser création de site.



DES CONFÉRENCES SUR LE RÉFÉRENCEMENT

Avec la multiplication exponentielle des pages sur Internet, obtenir une bonne visibilité sur le web est devenu un véritable défi. Voir son site apparaître dans les premières pages de réponses proposées par les moteurs de recherche et, surtout, créer du trafic sur son site en provenance des outils de recherche : c'est à ce tour de force que le référencement sur mesure apporte une réponse. À l'occasion de ce séminaire pratique, adossé à de nombreux exemples concrets, vous identifierez la large palette d'opérations d'optimisation, le choix du bon prestataire, le budget à consacrer et les outils d'analyse du retour sur investissement. Lors de cette conférence intitulée "Comment optimiser son site pour le référencement", vous bénéficierez de l'expérience d'Olivier Andrieu, éditeur du site "Abondance" et auteur du livre de référence dans le domaine, Créer du trafic sur son site web, aux éditions Eyrolles. Cette conférence a lieu le 28 janvier, et le 26 mars 2008 de 9h00 à 17h30.

Pour réserver, rendez-vous sur www.benchmark.fr

« moins de 15 pages par exemple nécessite beaucoup d'efforts pour être bien référencé. Mais ce n'est pas le seul critère important : la richesse et la pertinence de son contenu comptent aussi pour beaucoup. L'indexation, c'est-à-dire la prise en compte d'une page, est l'opération qui consiste à repérer dans celle-ci certains mots ou expressions particulièrement significatifs dans un contexte donné. Autre point important, la fréquence du changement du contenu. Votre site doit en effet évoluer en permanence, en changeant ou rajoutant du contenu pour que les moteurs de recherche considèrent qu'il est actif.

Les liens

La troisième étape pour le référencement concerne les liens pointant vers le site en question. Le moteur de recherche Google, qui représente plus de 80 % des recherches sur le web français, a pour principal critère d'indexation d'un site, l'indice de popularité (Page Rank en anglais). Ainsi, Google regarde le nombre de sites qui pointent vers celui qu'il étudie et la qualité de ces liens. Plus il y a de sites de qualité qui pointent vers le site en question, plus ce site aura un indice de popularité

élevé et meilleur sera son positionnement. Un référenceur devra donc créer et augmenter en permanence le nombre de liens de qualité. Cela passe par des inscriptions à des annuaires, mais aussi par des échanges de liens entre sites.

La blacklist

Les moteurs de recherche, qui perfectionnent chaque jour leurs algorithmes, surveillent les techniques frauduleuses, afin d'éliminer les sites trichant pour obtenir un meilleur positionnement. Lorsque des fraudes sont constatées (par un robot, par un humain ou par un concurrent), la page ou le site en question est placé sur une liste noire appelée "blacklist" pour une durée de quelques mois, définitive ou jusqu'à ce que le site respecte les conditions d'indexation de l'outil. La désindexation du moteur de recherche pénalise grandement le site Internet en question. Vous pouvez en effet disparaître purement et simplement des listes de sites de références. Ce fut d'ailleurs le cas de BMW en Allemagne, mis à l'index pendant six mois. Le moteur de recherche Google a mis en place un "bac à sable", en anglais "sandbox". C'est

en fait un avertissement avant la mise sur liste noire. C'est aussi une fonction de régulation qui empêche les nouveaux sites de grimper trop rapidement sur certains mots clés dans les résultats de recherche.

L'intérêt du référencement

Aujourd'hui, les petites et moyennes entreprises ont compris qu'être présent sur la toile est indispensable. Mais qu'en est-il pour le référencement ? Les petites entreprises ne sont pas restées sur la touche, bien au contraire. Elles ont intégré le référencement rapidement, car, pour un coût moindre que celui d'une campagne publicitaire, c'est un bon moyen de ressortir devant ses concurrents grands comptes. La stratégie d'optimisation se place bien souvent au cœur de la communication sans peser lourdement sur le budget publicitaire. La question qui se pose ensuite, pour établir votre stratégie de référencement est de savoir s'il est nécessaire de faire appel à un prestataire ou non. Externaliser entraîne nécessairement un coût, mais le choix s'avère vite nécessaire quand le site doit développer rapidement ses positions. Plus qu'un prestataire, les PME recherchent un partenariat pour s'adosser à un professionnel connaissant les techniques, les astuces et les limites à l'indexation sur les moteurs de recherche.

Choisir votre stratégie

Votre société dispose d'un site Internet et vous souhaitez le référencer de façon efficace pour obtenir la meilleure visibilité possible. Avant de faire appel à un prestataire qualifié dans ce domaine, vous devez évaluer »



INTERVIEW

Franck Sitbon,

PDG de Webformance
www.webformance.fr

*“Avec Creative
SEO, nous
référençons des
sites en flash.”*

i-solo : Comment est né votre métier de référenceur ?

Franck Sitbon : Il y a environ dix ans, pour se tailler une part d'audience sur le web, les sites ont dû intégrer l'importance stratégique du positionnement dans les moteurs de recherche. Né de la volonté d'exister et de vendre, le référencement naturel est une course aux premières positions, comme c'était le cas sur les Pages Jaunes, puis sur le minitel.

i-solo : Concrètement, comment procédez-vous pour référencer un site ?

Franck Sitbon : Tout d'abord, il est nécessaire de définir précisément les besoins du client. Il peut s'agir d'augmenter sa popularité sur la toile ou d'augmenter son trafic ciblé, de vendre... Vient dans un deuxième temps le travail sur les mots clés, qui peuvent être génériques ou de niche. L'audit technique fait des recommandations selon que l'on est dans une phase de création ou de refonte de site. Une fois les recommandations données, nous travaillons en étroite collaboration avec nos clients. Nous sommes par ailleurs très pragmatiques avec les petites entreprises qui représentent 60 % de nos clients.

i-solo : Pour être référencé, quel budget faut-il prévoir et combien de temps faut-il ?

Franck Sitbon : L'important n'est pas tant combien ça coûte, mais bien combien ça rapporte. Le retour sur investissement peut être très rapidement intéressant. Les petites entreprises doivent compter à partir de 250 euros par mois pour être référencées. Un référencement prend trois mois en moyenne. Ceci dit, les robots de Google passent de plus en plus régulièrement, ce qui permet parfois d'être référencé en dix jours seulement. Les délais sont également réduits si le site est déjà optimisé et si nos clients font preuve de réactivité.

i-solo : Pouvez-vous aujourd'hui référencer des sites en flash ?

Franck Sitbon : Nous avons créé la solution "Creative SEO", un outil, validé par Google, permettant de référencer des sites en flash. C'est pour nous une vraie valeur ajoutée, qui trouve notamment sa place dans l'industrie du luxe qui mise beaucoup sur le design.

i-solo : Quel est votre positionnement sur le marché ?

Franck Sitbon : Nous sommes incontestablement leader sur le marché d'un point de vue historique, mais aussi en volume d'affaires. Nous nous démarquons de nos concurrents grâce à nos solutions innovantes et personnalisées, dont Creative SEO. Nous sommes également présents à l'international et développons certains sites en 15 ou 20 langues.



LES LIENS SPONSORISÉS

Les liens sponsorisés permettent, tout comme le référencement naturel, d'apparaître dans les premières positions sur les pages de résultats de recherche. En annonçant, et donc en achetant des mots clefs auxquels vous désirez voir votre marque associée, vous allez pouvoir accroître la visibilité de votre site Internet. Une fois votre campagne en ligne, vous ne payez que lorsque l'internaute clique sur votre annonce : c'est un coût au clic. Les liens sponsorisés sont aujourd'hui devenus incontournables et complètent souvent le référencement naturel. Être reconnu sur Internet sans campagne de search marketing est devenu difficile, voire même quasi-impossible. Lorsque l'on veut développer son site Internet et son business, il est important de diversifier ses sources de trafic afin de s'adresser à toutes les cibles potentielles. En cela, il est intéressant de combiner référencement naturel, liens sponsorisés et affiliation.

« précisez vos besoins. Le succès de l'opération dépendra en grande partie de la définition de votre plan d'action. Un référencement réussi suppose une véritable collaboration entre votre société et le prestataire que vous aurez choisi. Pour éviter de se lancer dans une action trop précipitée, il convient de se poser les bonnes questions. Vous devez en effet connaître précisément la cible que vous souhaitez atteindre. Lors du référencement, il ne s'agit pas à tout prix de drainer du trafic de masse, mais bien d'obtenir un trafic ciblé. Une fois la cible bien déterminée, les mots clés seront "faciles" à trouver. Par exemple, si votre cible est jeune, il faudra vous adapter et prendre en compte le langage SMS pour la recherche de mots clés. Vous devrez également procéder différemment si vous avez une approche en BtoB ou en BtoC. Autre point important, les données à mettre en avant. Il est indispensable de réaliser un descriptif complet et précis de votre société dans le but de mettre en valeur vos produits et services de façon hiérarchisée.

Anticiper le référencement

Référencer votre site web après l'avoir créé, c'est bien. Pensez le

référencement et créer votre site en fonction de vos objectifs, c'est mieux ! Aujourd'hui encore, trop de sociétés créent d'abord leur site web, puis s'occupent ensuite de son référencement. Une démarche qui, selon les professionnels, est à proscrire. En effet, en agissant de cette manière, les éditeurs risquent de réaliser des choix techniques sur leur site qui vont, par la suite, gêner, voire compliquer son référencement. Les technologies flash et javascript notamment, ainsi que les sites trop graphiques, seront plus difficiles à référencer. D'après Laurent Briquet, directeur associé de la société Expertiz, "le référencement est la pierre angulaire de la construction d'un site". En conclusion, si vous n'avez pas encore créé votre site, commencez d'ores et déjà à songer à son référencement.

Le marché

Vous l'aurez donc compris, référencer votre site Internet constitue une étape cruciale pour garantir la bonne visibilité de votre société sur la toile. Cependant, aucun prestataire ne peut aujourd'hui être en mesure de vous garantir avec certitude la première position sur Google. Le marché du référencement est résolument un marché nouveau et extrême-

ment concurrentiel. "C'est un marché en pleine évolution et très concurrentiel, surtout en France, car il est accessible à tout le monde. Pour cette raison, les notions d'expertise et de conseil sont importantes dans le choix d'un prestataire", précise François Houste, directeur du département référencement chez LSF Interactive. Le nombre de sociétés proposant du référencement naturel évolue tous les jours et il est de plus en plus difficile de s'y retrouver. Les sociétés spécialisées en référencement naturel sont bien souvent des web agences ou des sociétés de search marketing, ayant une longue expérience de la toile. "Né de la volonté d'exister et de vendre, le référencement naturel est une course aux premières positions, comme c'était le cas sur les Pages Jaunes, puis sur le minitel", explique Franck Sitbon, PDG de Webformance.

Les offres de référencement

Vous l'aurez donc compris, il est difficile de choisir un prestataire pour référencer son site, car c'est résolument un marché de niche. Les offres se multiplient, mais certains acteurs commencent néanmoins à se démarquer. Les prestataires sont par exemple de plus en plus nombreux à permettre le référencement naturel de site en flash, une technologie encore bloquante il n'y a pas si longtemps. Il y a un an, référencer de façon naturelle un site en flash sur les principaux moteurs de recherche relevait du parcours du combattant. Les robots de Google, par exemple, ne pouvaient accéder au contenu et considéraient alors le site comme une seule page HTML contenant des liens, ce qui était très gênant quand on sait que Google raisonne essentiellement en termes de contenu et »



» de pertinence. La seule alternative possible était alors de créer en parallèle du site principal en flash, un deuxième site en HTML. Cette solution présentait alors deux inconvénients majeurs. D'une part, elle générait un surcoût important de développement, et d'autre part, elle dirigeait automatiquement l'internaute vers ce second site, nettement moins ergonomique. Aujourd'hui, des sociétés comme Webformance, Born to Be Interactive ou encore Visual Project ont mis au point des outils performants pour permettre de référencer des sites en flash. *"Creative SEO n'est pas une solution révolutionnaire mais un*

"Le référencement vous permet d'améliorer votre visibilité à moindre coût."

ensemble de compétences et de techniques réunies", précise Franck Sitbon. Avec cette méthode, Webformance promet le référencement d'un site flash en moins d'un mois.

Les acteurs du marché

Toutes les semaines, de nouveaux acteurs font leur apparition. Choisir un prestataire pour référencer s'avère être une tâche fastidieuse. I-solo vous aide donc dans vos démarches, et vous propose une liste de neuf sociétés, spécialistes du référencement naturel :

- ◆ Webformance : www.webformance.fr
- ◆ Le Relais Internet : www.lerelaisinternet.com
- ◆ e.GATE : www.egatereferencement.com

- ◆ 1^{ère} position : www.1ereposition.fr
- ◆ Ucatchit-Référencement : www.ucatchit-referencement.com
- ◆ Referencement.com : www.referencement.com
- ◆ LSF Interactive : www.lsfinteractive.fr
- ◆ Born To Be Interactive : www.btb-interactive.com
- ◆ Relevant Traffic : fr.relevant-traffic.com

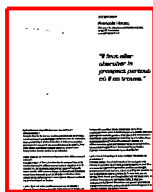
Combien coûte le référencement ?

En matière de référencement, il n'y a pas de budget type. Les tarifs varient de 500 à 6 000 euros en fonction de la nature du site, du nombre de langues utilisées, de la manière dont a été abordé le référencement : en même temps que la création du site ou après. Comme la plupart des activités récentes, liées aux nouvelles technologies, il n'existe pas réellement de réglementation dans le domaine, ni de grilles tarifaires. Ainsi, les tarifs peuvent varier énormément d'un prestataire à l'autre. Méfiez-vous des sociétés qui vous proposent de référencer votre site pour moins de 500 euros, tout comme de celles qui présentent des tarifs exorbitants. La valeur de base est d'abord celle du temps humain. Un véritable référencement prend du temps et a donc un coût. Pour plusieurs langues, le coût du référencement sera plus élevé, car chaque langue a sa spécificité. Mais une chose est sûre, un référencement à moins de 500 euros n'inclut aucune prestation humaine. Or, le référencement constituant une véritable réflexion, ce n'est pas une tâche automatisable. Donc méfiance vis-à-vis de propositions trop basses et qui mettent souvent en valeur un référencement dans un

très grand nombre de moteurs de recherche. Aujourd'hui, seul un référencement sur quelques moteurs de recherche tels que Google, Yahoo ou encore MSN suffit amplement puisqu'ils représentent à eux seuls plus de 98 % de parts de marché. Il n'y a strictement aucun intérêt à référencer votre site Internet dans 500 ou 1 000 moteurs que personne ne connaît et qui ne sont jamais utilisés.

Les inconvénients

Le référencement naturel comporte trois inconvénients majeurs, pas nécessairement incontournables : Le référencement naturel ne produit pas de résultats immédiats. Les délais sont variables. Cela peut prendre quelques semaines comme plusieurs mois. Cette technique possède une influence moindre sur les mots clés très génériques appartenant à des secteurs d'activités extrêmement concurrentiels (tourisme, immobilier...). Pour être en mesure de générer du trafic qualifié sur des expressions génériques, le site doit justifier d'une légitimité importante dans le secteur en question. Dans tous les cas, la règle est de se focaliser sur les mots clés ciblés décrivant l'activité du site le plus précisément possible, car plus ils sont ciblés, plus ils transforment la visite en achat ou en contact. Par conséquent, référencer un site s'avère plus simple s'il n'évolue pas sur un marché saturé. Enfin, le référencement naturel indique des contraintes de réalisation tant dans le choix des méthodes, que dans celui des nouvelles technologies utilisées sur le site. C'est pourquoi, il est nécessaire d'anticiper le référencement pour éviter d'avoir à envisager une refonte du site partielle ou totale. ●



INTERVIEW

François Houst,

Directeur du département Référencement,
chez LSF Interactive
www.lsfinteractive.fr

***“Il faut aller
chercher le
prospect partout
où il se trouve.”***

i-solo : Comment qualifieriez-vous le marché du référencement ?

François Houst : En France, le référencement est né en 1997, en même temps que sont apparus les moteurs de recherche. C'est un marché en pleine évolution et très concurrentiel, surtout en France, car il est accessible à tout le monde. Pour cette raison, les notions d'expertise et de conseil sont importantes dans le choix d'un prestataire.

i-solo : Peut-on se contenter uniquement du référencement naturel ?

François Houst : Il faut aller chercher le prospect là où il se trouve. Certes, si le référencement naturel représente 70 % des clics sur les moteurs de recherche aujourd'hui, 30 % concernent le référencement payant. Ce sont des stratégies complémentaires et il peut parfois être réducteur de se contenter du référencement naturel, tout dépend en fait du marché sur lequel on évolue.

i-solo : Quel est votre positionnement sur le marché ?

François Houst : Créée en 99, LSF Interactive est à l'origine de

Luckysurf, la première loterie gratuite en ligne. Cette expérience nous a permis de développer en parallèle une vraie expertise de marketing online. C'est pourquoi, nous sommes devenus en 2004 une agence marketing à part entière. Nous proposons aujourd'hui du référencement naturel, du référencement payant, de l'affiliation et de la coregistration. Nous attachons par ailleurs beaucoup d'importance à l'éthique concernant les techniques de diffusion.

i-solo : Y-a-t-il des pièges à éviter lorsque l'on choisit un prestataire ?

François Houst : Oui, il est important de souligner trois choses, la première étant qu'aucun prestataire ne peut être en mesure de garantir la première position sur Google. Ensuite, concernant les liens, il faut se méfier des prestataires qui proposent un grand nombre de liens en très peu de temps, étant donné que Google veille aux ventes de liens, en mettant l'accent sur la cohérence. Enfin, il n'est pas indispensable d'être référencé sur une grande quantité de moteurs de recherche, puisque trois dominent largement le marché : Google, Yahoo ! et Live.com.