

<http://www.journaldunet.com/solutions/expert/30635/migrer-son-site-web-tout-en-conservant-son->

Economie | Management | e-Business | Solutions | Développeurs | Science | Votre high-tech | Votre argent | Emploi | JDN RESEAU | Formation | Etudes

Accueil **JDN solutions** RECHERCHER OK

ANNUAIRES Sociétés Prestataires Carnet Encyclopédie Formations Fonds VIDÉO TRIBUNES CHIFFRES CLÉS LIVRES BLANCS RSS

MAGAZINE JDN > Solutions > Tribune > François Houste > Migrer son site Web tout en conservant son référencement Flux RSS RSS

TRIBUNES > FRANCOIS HOUSTE

Les experts s'expriment sur le Journal du Net

RECHERCHER UNE TRIBUNE OK Recherche avancée

LA TRIBUNE DE FRANCOIS HOUSTE



L'AUTEUR

FRANCOIS HOUSTE
Directeur SEO, LSF Interactive

Envoyer | Imprimer

Migrer son site Web tout en conservant son référencement

Le code 301 permet d'indiquer que l'adresse d'une page a changé de façon définitive, tout en précisant sa nouvelle localisation. Confronté à cette information, un moteur de recherche procédera à la mise à jour de son index.
(27/08/2008)

Conservé son positionnement dans les moteurs de recherche est un impératif lors de la sortie d'un nouveau site. On l'oublie trop souvent, mais le changement de version d'un site Web peut avoir un impact très négatif sur le référencement naturel. Et par conséquent, sur toute son audience !

Il convient donc de préparer bien à l'avance sa migration, afin d'être certain que les moteurs de recherche suivent celle-ci au plus près. Et lui réservent le meilleur accueil possible ! En référencement naturel, parler de migration de site revient surtout à parler de **redirections 301**. Mais de quoi s'agit-il exactement ?

A chaque fois que vous accédez à une page Web, votre navigateur envoie une requête précise au serveur qui héberge cette page. Requête à laquelle il est répondu par un code d'exécution, et en cas de succès par le contenu de la page demandée. C'est ce code d'exécution qui nous intéresse, il précise au navigateur le résultat de la requête effectuée. Un code 200 signifie que la page est bien accessible. Un code 404 indique que le fichier est introuvable sur le serveur. Le code 301 indique lui que le fichier recherché a été déménagé de façon définitive et précise la nouvelle localisation de celui-ci. C'est pour cela qu'il est si important dans le cadre d'une migration de site.

En effet, ce code est non seulement lu par les navigateurs Internet comme Firefox ou Internet Explorer, mais également par les robots des moteurs de recherche lorsqu'ils indexent le contenu d'un site Web. Confronté à un code de redirection 301, un moteur de recherche procédera à une mise à jour de son index. C'est-à-dire qu'il remplacera automatiquement l'entrée de l'adresse d'origine par l'URL de la nouvelle page, la destination de la redirection.

Ce faisant, il associe à cette nouvelle adresse toutes les caractéristiques de l'ancienne page : liens entrants, historique d'indexation, PageRank éventuel... et lui garantit ainsi un premier positionnement équivalent à celui de l'ancienne page. On comprend alors mieux l'importance de ces redirections dans le référencement naturel : elles évitent tout simplement de repartir de zéro lors de la mise à jour d'un site.

Quelle stratégie de redirection appliquer ?

L'intérêt des redirections de type 301 est donc évident. Reste à les utiliser de manière à optimiser au mieux son positionnement. C'est une véritable stratégie de redirection qui doit alors être définie.

Dans le scénario idéal, ce sont chacune des URL de votre ancien site qui devront faire l'objet d'une redirection particulière. En effet, pour préserver son référencement, il convient que chaque adresse soit traitée indépendamment et soit redirigée vers un contenu similaire sur le nouveau site. Ainsi, une page positionnée correctement sur un mot clé précis aura moins de chance de perdre son référencement.

ESPACE AUTEUR

Comment contribuer aux tribunes du Journal du Net

Déjà utilisateur ? Identifiez-vous ci-dessous

Pas encore utilisateur ? [Inscrivez-vous](#)

e-Mail

Mot de passe

[Mot de passe oublié](#)

BOURSES & MARCHES

↓ CAC 40	-1.08 %
↓ SBF 120	-1.14 %
↓ Nasdaq	-2.64 %
↓ Or	-0.07 %
↓ Pétrole (NY)	-0.74 %

[Tous les cours](#)

RUBRIQUES

- Nominations
- A lire ailleurs
- Revue des faillites
- Ils ont choisi
- Versions
- Nouveaux produits
- Indicateurs
- Témoignages
- Sondages
- Agenda
- Livres blancs
- Cartes de Voeux

TOUS NOS ARTICLES

- Dossiers
- Enquêtes
- Interviews
- Panoramas
- Reportages
- Cas d'entreprise
- Analyses
- Décryptages
- Chats
- Avis d'expert

Septembre 2008
Août 2008
Juillet 2008
Juin 2008
Mai 2008
Mars 2008
Février 2008
Et avant

RSS RSS

ECONOMIE

<http://www.journaldunet.com/solutions/expert/30635/migrer-son-site-web-tout-en-conservant-son->

<p>Dirigeants Reportages Tendances Business de...</p> <p>MANAGEMENT</p> <p>Fiches conseils Gestion RH Création d'entreprise Formation</p> <p>JDN Réseau Votre nouveau réseau professionnel reseau.journaldunet.com</p> <p>VOTRE HIGH TECH</p> <p>Micro Mobiles Test connexion Guides d'achat Téléchargement</p> <p>SCIENCE</p> <p>Espace Biologie/Santé Environnement Technologie</p> <p>LINTERN@UTE MAGAZINE</p> <ul style="list-style-type: none">Copains d'avantCartes de vœuxJournal des FemmesActualitésFonds d'écranGalerie photosVos livresInternet PratiquePhoto numériqueRecettes de cuisine <p>ANNUAIRES</p> <p>Sociétés Prestataires Carnet Hotspots Wi-Fi Agences médias Lobbies Fonds Logiciels pro Formations Encyclopédie</p> <p>CONTACTS</p> <p>Newsletters Contacts Publicité</p> <p>Benchmark</p> <ul style="list-style-type: none">Benchmark.frSéminairesEtudese-Tourismee-Commercee-BankingVideo, rich mediaWeb 2.0	<p>Mais si ce scénario est idéal dans le cadre d'un petit site, il est souvent difficile à appliquer à un site éditorial dynamique et important. La mise en place de règles génériques s'impose alors bien souvent. Suivant la disponibilité des anciens contenus (articles, produits, annonces...) sur le nouveau site, on gèrera les redirections de manières différentes. On pourra ainsi rediriger un ensemble des contenus vers une page d'en-tête de rubrique assez proche, voire vers la page d'accueil globale du site dans le cas de contenus ayant disparus. L'important reste que les moteurs de recherche, lors de leur prochaine visite, ne trouvent pas d'erreurs 404 (pages introuvables) quand ils essayent de localiser vos anciens contenus !</p> <p>La mise en place technique de ces redirections varie bien entendu suivant le type de serveur ou de langage de développement utilisé. Avec l'aide d'un site tel 301 Redirect, il est possible de trouver la méthode la plus adaptée à votre configuration technique. Dans tous les cas, il convient de ne surtout pas migrer un site avant la mise en place de ces redirections sous peine de perdre son historique de référencement sur les différents moteurs de recherche.</p> <p>Faciliter l'indexation des nouveaux contenus</p> <p>Mais qui dit nouveau site dit bien souvent nouveaux contenus. Tirer le meilleur parti de la nouvelle version de son site, c'est également s'assurer que les nouveaux contenus disponibles sont indexés au mieux. La stratégie à appliquer tient alors du bon sens : pour indexer au plus vite de nouvelles pages, il faut que les moteurs aient connaissance de leur existence au plus vite.</p> <p>Pensez donc à mettre en avant ces nouveaux contenus sur le reste de votre site, et si possible à un haut niveau hiérarchique (page d'accueil, tête de catégories). Vous tirerez ainsi partie de la migration de votre site, et des visites fréquentes des moteurs sur vos nouvelles adresses, et obtiendrez facilement des visites de ces mêmes robots sur les nouveaux contenus. L'indexation par ce biais dépend avant tout de la popularité de votre site et de sa fréquence de <i>crawl</i>. Mais elle reste la plus efficace pour informer Google et les autres moteurs des nouvelles pages à indexer.</p> <p>Pour être un peu plus incisif, utilisez également le protocole Sitemaps mis à disposition par Google et d'autres moteurs. Il permet d'informer ces derniers de l'existence des différents pages sur votre site, par le biais d'un plan de site formalisé. Vous profiterez donc pleinement de ce protocole pour référencer vos nouvelles pages. Plus nombreux sont les points d'entrées vers celles-ci, plus vite elles seront indexées par les moteurs.</p> <p>Changement de domaine ? Préparez le terrain !</p> <p>La migration de votre site peut aussi s'accompagner d'un changement de nom de domaine. Cette opération est parfois inévitable, notamment dans le cadre d'un changement de marque ou d'une fusion économique. Mais un changement de nom de domaine n'impacte pas seulement le référencement naturel, il chamboule également toute la communication de l'entreprise. Et là encore, il est indispensable de préparer le terrain à l'avance pour les moteurs de recherche.</p> <p>Le nom de domaine sur lequel vous allez héberger votre site est nouveau ? Faites-en l'acquisition au plus tôt et déclarez-le auprès des moteurs à l'aide des formulaires dédiés dans les plates-formes Google Webmaster Tools, Yahoo! Site Explorer ou Webmaster Live, en veillant à ce qu'il soit bien redirigé vers vos serveurs. Même si celui-ci ne possède pas encore de contenu. Plus vite les moteurs auront connaissance de ce nouveau domaine, plus vite celui-ci acquerra de l'historique dans leurs bases.</p> <p>En travaillant bien cette partie de votre référencement, vous obtiendrez des résultats étonnants. En y prenant soin, un nouveau nom de domaine peut aujourd'hui être indexé en quelques jours seulement et apparaître dans les résultats des moteurs au bout de 15 jours. En combinant cette démarche avec la mise en place d'une redirection 301 avec votre ancien domaine, vous maximiserez les chances de voir</p>
--	---

<http://www.journaldunet.com/solutions/expert/30635/migrer-son-site-web-tout-en-conservant-son->

<ul style="list-style-type: none">Publicité et marketing onlineMarketing sur mobilesForumStrat. InternetAnalyse de site	<p>vos nouvelles adresses répondent au plus vite dans les moteurs.</p> <p>Quid des campagnes de liens sponsorisés ?</p> <p>La grande interrogation qui reste alors sera le traitement de vos campagnes de liens sponsorisés : comment optimiser celles-ci pendant une migration ? Si un changement d'adresse de vos campagnes peut vous faire perdre une partie de votre historique sur un réseau comme Google AdWords, gardez également en tête que la présence d'une redirection 301 entre votre cible et la page de contenu finale peut également peser sur votre <i>Quality score</i>.</p> <p>A vous de voir le meilleur scénario possible suivant l'ancienneté de votre campagne et surtout la taille de celle-ci. Si la modification de l'ensemble des URL cibles peut être un travail très contraignant, il est parfois souhaitable de faire celui-ci au plus tôt afin de proposer, au plus vite, une architecture propre aux régies. Et se reconstruire au plus tôt un historique de campagne optimisé.</p> <p>Car dans le cadre des liens sponsorisés, comme dans le cas du référencement naturel, la gestion raisonnée de sa migration de site est un gage de trafic, aussi bien sur le court que sur le long terme !</p> <p style="text-align: right;">François Houste</p> <p style="text-align: center;">Envoyer Imprimer</p> <hr/> <p>VOS REACTIONS, VOS COMMENTAIRES</p> <p style="text-align: center;">Réagir-Commenter</p>	
---	--	--

Sites BENCHMARK GROUP : [Le Journal du Net](#) actualité économique et high-tech | [L'Internaute](#) magazine et loisirs | [Le Journal des Femmes](#) magazine féminin | [Benchmark Group](#) études et formations | [Emploi Center](#) offres d'emploi, cv | [Copains d'Avant](#) portail communautaire | [Week 2](#) version en anglais

[Newsletter](#) | [Qui sommes-nous ?](#) | [Contact](#) | [Publicité](#) | [La société](#) | [Presse](#) | [Recrutement](#) | [Données personnelles](#) | [Mentions légales](#)