le cnam

L'espace des communicantsweb

A NOTER DANS CE NUMÉRO

R & R - décembre 2017

- Yandex Metrica : aperçu et fonctionnalités utiles
- La détermination du montant d’un préjudice lors d’une action black hat SEO
- Le concept de surfeur aléatoire et son incidence sur la stratégie de linking interne
- Refonte de site web : le plan de redirections
- SEO Local et Google My Business (2ème partie)

Yandex Metrica : aperçu et fonctionnalités utiles

Très souvent méconnue sur les marchés occidentaux, Yandex Metrica est pourtant la deuxième solution d'analyse d'audience de sites web au monde, ne cédant la primauté de ce classement qu’à Google Analytics. Facile en prendre en main, dotée de rapports conviviaux, elle offre effectivement des outils performants coûtant ailleurs des centaines d’euros, mais qui sont proposés ici à titre 100% gratuit. Par Alexis Rylko.

La détermination du montant d’un préjudice lors d’une action black hat SEO

Le Tribunal de Commerce de Belfort a eu dernièrement à statuer sur une affaire très intéressante traitant d'actions de black hat SEO reconnues par les deux parties. Cela nous amène donc à nous pencher non pas sur la validité de cette plainte, puisque personne ne l'a contestée, mais surtout sur la façon dont a été déterminée le montant de l'indemnité demandée par le plaignant. Une décision qui fera certainement jurisprudence... Par Alexandre Diehl

Le concept de surfeur aléatoire et son incidence sur la stratégie de linking interne

Le concept du PageRank de Google est, depuis le départ, fortement induit par celui du "surfeur aléatoire", cliquant sur des liens ou se trouvant téléporté sur une autre page du Web. Au fil des ans, ce surfeur est devenu "raisonnable" et la compréhension de son fonctionnement nous donne des clés très intéressantes pour mettre en place un maillage interne performant dans nos sites web. Voici quelques conseils allant dans ce sens... Par Par Guillaume Peyronnet, Sylvain Peyronnet et Thomas Largillier

Refonte de site web : le plan de redirections

Comme vu dans l’article de la lettre Recherche et référencement du mois de d’Octobre 2017, il est nécessaire de faire une analyse préalable de l’existant dans le cadre d’une refonte de site web avant de procéder à la mise en place d’une table de redirections (en cas de changement des URL d’un site). Nous allons voir dans cet article la méthodologie à utiliser pour créer cette table de redirections, et faire les correspondances entre les nouvelles et les anciennes URL. Par Aymeric Bouillat

SEO Local et Google My Business (2ème partie)

Le référencement local est un élément crucial pour les entreprises en termes de visibilité sur Internet, et ce d'autant que la zone de chalandise de la société est géographiquement proche. Cet aspect prend de plus en plus d’importance dans l’acquisition de nouveaux clients. Pour améliorer ce canal de trafic, il existe différentes solutions, et notamment l'offre

Google My Business, un « annuaire » local intégré directement dans le moteur de recherche. Nous allons détailler ici cette offre en plusieurs articles dont voici la deuxième partie, consacrée à l'optimisation de la page My Business au travers de nombreuses actions concrètes...

16 décembre 2017

Vous pouvez consulter l'intégralité de ces articles sur le portail Intd, en demandant une autorisation d'accès à crd@cnam.fr.

https://webcom.cnam.fr/r-r-decembre-2017-966718.kjsp?RH=1505398856172