le cnam

L'espace des communicantsweb

A NOTER DANS CE NUMÉRO

R & R - février 2018

- Redéfinir les 3 piliers du SEO
- Exister sur le Net quand le Net rétrécit
- Que vous apporte la nouvelle Search Console de Google ?
- Priorité à la satisfaction des internautes que Google vous envoie!
- Comment créer une action pour Google Home?
- L'apprentissage du SEO : Constats et retours
- Les nouveautés de Google PageSpeed Insights
- Machine Learning, Knowledge Graph, Entités: Que deviennent nos sites? - Définir et mesurer sa stratégie de contenu

Redéfinir les 3 piliers du SEO

Laurent Bourrelly revient dans cet article sur les 3 piliers classiques du référencement (Technique, Contenu et Liens), tels qu'on les conçoit depuis plus de 20 ans, et se demande s'ils ne doivent pas être redéfinis pour mieux coller au fonctionnement et aux exigences actuelles de Google. En d'autres termes, ne faut-il pas parler aujourd'hui d'Expertise, d'Autorité et de Confiance?

Dette technique et SEO

Quand on parle de référencement naturel, on aborde de très nombreux sujets: optimisation du code, structure et maillage interne, contenu, netlinking, etc. Mais le sujet de la dette technique est trop peu souvent abordé, alors qu'il fait pourtant partie intégrante de toute stratégie de référencement naturel à long terme. Mais qu'est-ce que la dette technique et comment l'anticiper dans son travail SEO? Voici la réponse...

Exister sur le Net quand le Net rétrécit

Les leviers digitaux permettent-ils encore à une marque – une marque grand public s'entend - d'exister? A l'heure où les budgets de communication sont plus que jamais investis sur le numérique, la question peut surprendre. Et pourtant, les grandes tendances technologiques à venir, mais également certaines des politiques courtermistes des GAFA, rendent cette interrogation légitime. Comment une marque peut-elle concrètement exister, voire émerger, auprès de sa clientèle à l'heure de la raréfaction de l'attention et de la restriction des espaces d'expression digitaux?

Que vous apporte la nouvelle Search Console de Google ?

A l'heure où nous écrivons ces lignes, et si vous êtes un webmaster ayant accès à la «Google Search Console», vous avez certainement déjà reçu un message avec pour objet «Présentation de la nouvelle Search Console pour [votre site] ». Google a en effet annoncé officiellement la disponibilité de ces nouvelles fonctionnalités en version bêta le 8 janvier 2018, et depuis lors a commencé à ouvrir progressivement l'accès à la nouvelle version. Nous allons voir dans cet article que la nouvelle Search Console apporte un peu plus que des changements cosmétiques, mais qu'elle présente également des limites qui pour certaines seront temporaires (elles ne vont perdurer que pendant une période de transition), mais qui pour d'autres semblent plus définitives.

Priorité à la satisfaction des internautes que Google vous envoie!

Olivier Duffez revient ici sur le fait que, depuis que Google existe – ou presque, les conseils officiels du moteur à ceux qui veulent optimiser leur référencement ont été de faire un site pour l'internaute et non pour le moteur. Les plus anciens se rappellent que pendant de longues années, la vérité était toute autre. Mais en 2018, il faut avouer que c'est vrai! Voyons donc dans cet article ce sur quoi il faut vraiment vous focaliser aujourd'hui...

Comment créer une action (skill) pour Google Home?

L'évolution du numérique nous emmène à réfléchir à l'avenir du SEO et à sa mutation progressive vers de nouvelles technologies. La montée en puissance des objets connectés, et notamment des enceintes intelligentes et assistants vocaux, pousse les spécialistes à s'intéresser au SEO vocal, mais aussi aux méthodes pour répondre présent au sein de ces outils d'avenir. De nombreuses études tentent d'expliquer que d'ici 2020, plus de 50% des recherches seront effectuées vocalement, alors prenons les devants…

L'apprentissage du SEO : Constats et retours

Aujourd'hui, responsable acquisition chez Planet Cards, j'ai été depuis 2002 tour à tour freelance, SEO chez l'annonceur et en agence. Au hasard d'une rencontre, je me suis retrouvée à enseigner le référencement à des classes de webmasters. Cette aventure commencée en 2008, continue encore aujourd'hui. Les formations ont évolué, de nouvelles ont fait leur apparition, et ma prochaine session commence en mars. Forte de ces nombreuses années d'enseignement, voici mon retour sur l'apprentissage du SEO en France aujourd'hui...

Les nouveautés de Google PageSpeed Insights

Google a annoncé il y a un mois l'arrivée d'une mise à jour de son algorithme, nommée « Speed update », qui impacterait les recherches sur mobile. Cette mise à jour n'affectera que les pages offrant une expérience lente aux utilisateurs, qui pourront être pénalisées. Déployée en Juillet 2018, elle va pousser les éditeurs de site à faire un focus sur le temps de chargement des pages de leur site. Dans ce cadre, Google vient de proposer une nouvelle version de son outil de test PageSpeed Insights. Une bonne occasion pour explorer ses dernières nouveautés...

Machine Learning, Knowledge Graph, Entités: Que deviennent nos sites?

Thomas Cubel propose dans cet article une réflexion sur la notion d'entité, à l'ère de l'intelligence artificielle et surtout de l'apprentissage automatique, domaines dans lesquels vivent de plus en plus des moteurs de recherche comme Google. Comment ce moteur apprend-il de nos contenus, par approches successives, un eentité en dévoilant une autre ? Bienvenue dans le monde merveilleux du graphe de connaissances...

Définir et mesurer sa stratégie de contenu en 2018

Si le contenu a toujours été une composante importante du SEO, il fut une époque - que les moins de 20 ans ne peuvent pas connaître - où l'on pouvait davantage parler de texte. Enchaînement de mots-clés peu littéraires, texte invisible ou encore liens intégrés au sein d'un article dupliqué sur une horde de sites de pseudo communiqués de presse, représentaient des techniques efficaces. Mais voilà, ça c'était avant ! Les internautes ont évolué, l'algorithme Google s'est perfectionné, l'apparence des SERP s'est diversifiée, les SEO ont pleuré mais il a fallu s'adapter et revoir en intégralité cette fameuse de notion de « contenu » tout en apprenant à en mesurer son efficacité. Par Diane Motte (https://www.icasque.com/).
(accès direct pour les abonnés - comment s'abonner - tous les articles de l'année 2018)

15 février 2018

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-fevrier-2018-982627.kjsp?RH=1505398856172