

A NOTER DANS CE NUMÉRO

## **R & R - septembre 2017**

- Refonte de site web : quels enjeux SEO?
- Comment utiliser Google Tag Manager en SEO ?
- Google Home, Assistant, Rankbrain et le SEO
- Introduction aux API de Google
- Botify : crawler, analyseur de logs et explorateur de mots clés
- Les agences SEO et le temps...

### **Refonte de site web : quels enjeux SEO ?**

Ces dernières années, les refontes de sites web ont été légion. Refondre son site web ne consiste pas seulement à effectuer une simple retouche cosmétique pour mieux séduire l'internaute, mais bel et bien à mettre en place une stratégie e-marketing afin de répondre de la façon la plus adaptée aux besoins des internautes, en ciblant au mieux leurs intentions, tout en leur permettant de transformer dans les meilleures conditions possibles, quel que soit l'appareil qu'ils utilisent. Et le SEO détient une part prépondérante dans cette stratégie. Cette série d'articles a pour vocation de prendre en compte chacune des étapes d'une migration afin de garder une situation la plus pérenne possible, voire même de l'améliorer. Par Aymeric Bouillat. (accès direct pour les abonnés - comment s'abonner - tous les articles de l'année 2017)

### **Comment utiliser Google Tag Manager en SEO ?**

Les systèmes de Tag Management ont le vent en poupe depuis quelques années. Faciles à installer, ils permettent aux différentes personnes qui travaillent sur un site web ou sur une application de pouvoir injecter rapidement du code et des scripts, par exemple pour un tracking en Webanalytics. En référencement naturel, ces systèmes permettent de faire remonter des informations précieuses au référenceur, tout en modifiant au besoin le code HTML des différentes pages pour les optimiser, et sans passer par un développeur. Dans cet article, nous passons en revue les avantages et les différentes méthodes d'implémentation. Par Daniel Roch. (accès direct pour les abonnés - comment s'abonner - tous les articles de l'année 2017)

### **Google Home, Assistant, Rankbrain et le SEO**

Depuis de nombreuses années, Google adapte petit à petit ses algorithmes à la recherche vocale. La saisie de mots clés dans un formulaire de recherche a vocation à laisser sa place à la diction de ce que l'on recherche. Google Assistant et donc Google Home sont les incursions les plus affirmées de la firme de Mountain View dans ce domaine. Comment prendre en compte cette nouvelle donne et adapter nos stratégies SEO (requête, champ lexical, etc.)? Voici quelques éléments de réflexion et de réponse... Par Anthony Techer. (accès direct pour les abonnés - comment s'abonner - tous les articles de l'année 2017)

### **Introduction aux API de Google**

Depuis des années, Google met à disposition des dizaines de programmes ouverts (API) pour les webmasters. Souvent délaissées par les techniciens néophytes ou les non-connaisseurs, ces API peuvent pourtant se révéler très pratiques

pour effectuer des actions automatisées en un temps record. Parmi elles, plusieurs peuvent intéresser les référenciers dans leurs tâches courantes : Google My Business, Search Console, Custom Search ou même PageSpeed Insights... Voici donc une première introduction à l'usage des API Google avec le langage PHP pour mettre vous mettre le pied à l'étrier... Par Mathiur Chartier. (accès direct pour les abonnés - comment s'abonner - tous les articles de l'année 2017)

## **Botify : crawler, analyseur de logs et explorateur de mots clés**

Créé en 2012, Botify est un outil en mode SAAS qui a pour vocation d'accompagner au quotidien les SEO managers dans leurs chantiers d'analyse et d'optimisation. Botify permet d'analyser un site web, d'identifier des possibilités de croissance et de monitorer le comportement des moteurs de recherche. Présentation de l'outil et de ses fonctionnalités.. Par Jean-Benoît Moingt. (accès direct pour les abonnés - comment s'abonner - tous les articles de l'année 2017)

## **Les agences SEO et le temps...**

Souvent chronophages à mettre en œuvre, les campagnes de référencement naturel peuvent coûter cher et ne pas toujours être efficaces. De leur côté, les clients des agences se voient proposer des actions parfois peu adaptées à leurs demandes, leurs objectifs. N'est-il pas nécessaire aujourd'hui de réfléchir à une adaptation de nos tâches SEO pour mieux gérer le temps passé sur un dossier et, donc, facturé au client final ? Voici quelques pistes de réflexion qui pourraient permettre de faire évoluer nos métiers dans les années qui viennent. Par Mehdi Coly. (accès direct pour les abonnés - comment s'abonner - tous les articles de l'année 2017)



14 septembre 2017

Vous pouvez consulter l'intégralité de ces articles sur le [portail Intd](#), en demandant une autorisation d'accès à [crd@cnam.fr](mailto:crd@cnam.fr).

<https://webcom.cnam.fr/r-r-septembre-2017-942075.kjsp?RH=1505398856172>