

Pour être visible sur internet
Décrochez les meilleures places
sur
Google

Copyright © Enanti

Google

Votre activité

Sur les premières pages voir la 1er page

Votre entreprise

C'est possible !



Pour cela,
il faut être
bien référencé par

Google

Profitez-en ! La plupart de vos concurrents ne sont pas bien référencés !

Saisissez cette opportunité !

Copyright © Enanti

Un site référencé, cela veut dire quoi ?



Cela veut dire que **Google**
vous a visité et indexé **GRATUITEMENT**

grâce à ses robots qui visitent
régulièrement chaque site
du monde entier.



Copyright © Enanti

Et vous serez bien référencé,

GRATUITEMENT

si vous respectez les

règles de Google

Profitez-en ! La plupart de vos concurrents ne les respectent pas !

Copyright © Enanti

**Pour créer votre site sur de bonnes fondations
et
avoir un bon référencement.**

Il faut respecter les contraintes, les impératifs,

les règles de Google (93 % des requêtes dans le monde)

Comment faire ?

La solution : les " 7 Piliers ".

Copyright © Enanti

Les " 7 Piliers "

sont les 7 éléments incontournables à maîtriser pour réussir son **référencement**.



C'est à la portée de **TOUS**.

C'est juste du **BON SENS**.

Puis, une **MARCHE à SUIVRE**.



Copyright © Enanti

L'étude des 7 "Piliers" est **INCONTOURNABLE.**

Non seulement, elle optimise le **référencement**,

Mais, elle permet aussi, de créer les bases d'un **marketing efficace.**

L'étude des 7 "Piliers" est **PRÉALABLE à tout.**

Préalable au choix du prestataire internet, quel qu'il soit.

Préalable à la création effective d'un site.

C'est **L'ASSURANCE d'un site
percutant, efficace, professionnel.**

Copyright © Enanti

Les 3 premiers "Piliers" sont incontournables et fondamentaux.

Ils nécessitent un travail personnel, rigoureux et approfondi.



Vous ne regretterez pas le temps passé
et l'énergie consacrée à cette réflexion.

C'EST INDISPENSABLE.



Vous en récolterez les fruits très rapidement.

Copyright © Enanti

Les 4 derniers "Piliers" complètent les bases essentielles pour maîtriser les "règles" de Google



Copyright © Enanti

L'étude des 7 "Piliers" est chronologique.

Alors commencez par :

Le **I^{ER} PILIER**

Copyright © Enanti

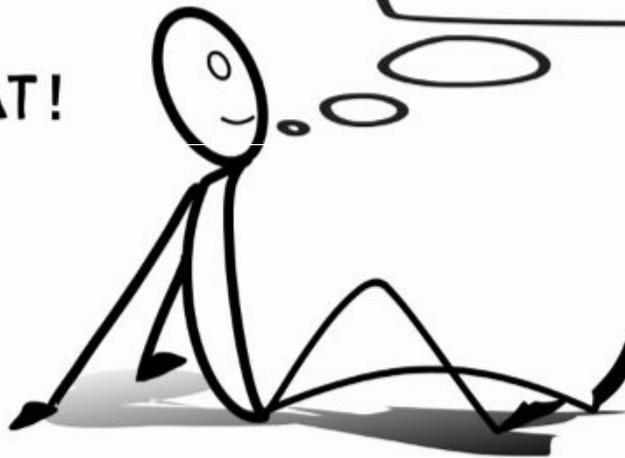
Le 1^{er} pilier

La stratégie générale

Vous devez réfléchir à votre stratégie générale sur le web.

QUESTIONNEZ-VOUS ????

METTEZ TOUT À PLAT!



PRENEZ DU RECUL...

Copyright © Enanti

Quels sont vos objectifs ?

- Présenter vos produits, vos services ?
- Promouvoir votre marque ?
- Fidéliser vos clients ?
- Acquérir de nouveaux clients ? conquérir de nouveaux marchés ?...
- e-commerce ?
- Quels produits ou services voulez vous mettre en avant ?

Cette analyse va déterminer :

Votre objectif principal.

Vos objectifs secondaires.

Copyright © Enanti

Pour chacun de vos objectifs. **Quels sont vos clients ?**

- Leurs profils ?
- Leurs besoins, attentes et problèmes ?
- Le marché est-il assez large ?

Votre communication doit-être adaptée à votre clientèle.

Mettez-vous dans leur tête.

Et n'oubliez jamais !

Sur le web, on est au service du client,
avant de promouvoir sa marque.

Copyright © Enanti

Pour chacun de vos objectifs.

La concurrence sur le web ?

- Comment se positionne-t-elle sur les moteurs de recherche ?
- Comment se démarquer ?
- Existe-t-il des niches ?
- Comment le marché évolue-t-il ?

Copyright © Enanti

Listez vos produits et services

Lesquels allez-vous mettre en avant ?

Secouez tout cela et faites la synthèse

C'est une véritable analyse marketing !

Cette réflexion préalable est

INDISPENSABLE CAPITALE

Tout le reste va en découler

Copyright © Enanti

Le 2^{ème} pilier

Le nom de domaine

Votre nom de domaine

Réfléchissez à présent à votre nom de domaine.

Il peut être représentatif de votre marque,
de votre activité,
de vous-même,

Mais toujours représentatif du choix stratégique
que vous avez déterminé avec le 1er pilier.

Copyright © Enanti

Beaucoup de noms de domaine sont déjà pris.



Persévérez, vous allez finir par trouver !



Cela peut être aussi un nom propre "inventé" comme "Enanti".
Choisissez un nom court, percutant, facile à retenir.

MAIS LE PLUS IMPORTANT !

Ce nom doit être à votre image, il doit vous "aller comme un gant".

Copyright © Enanti

Une fois votre choix fait, et surtout avant de l'acheter.

Testez votre nom sur un moteur de recherche, sur les réseaux sociaux.

Ceci, afin d'éviter une confrontation directe avec la concurrence,

OU

de supprimer toute ambiguïté avec une activité très différente de la vôtre, et déjà implantée sur le web.



Copyright © Enanti



**ACHETEZ À PART
VOTRE NOM DE DOMAINE,
N'UTILISEZ PAS CELUI PROPOSÉ
DANS UN " PACKAGE " !**

PS : Nous travaillons avec la société OVH.

Copyright © Enanti

**SOYEZ LE SEUL PROPRIÉTAIRE
DE VOTRE NOM DE DOMAINE.
C'EST LA CLÉ DE VOTRE VISIBILITÉ WEB.**



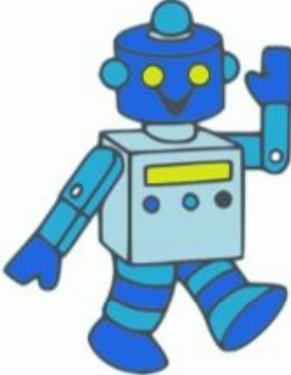
Copyright © Enanti

Le 3^{ème} pilier

Une page pour chaque objectif

**Pour atteindre les objectifs
que vous vous êtes fixés durant l'étude du
« 1er Pilier : la stratégie générale ».**

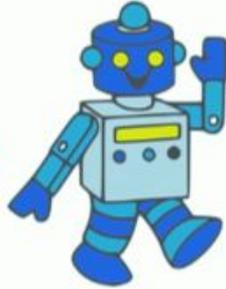
Il est important de comprendre un élément essentiel

Le petit robot   n'indexe pas un site,

mais l'ensemble des pages d'un site, **PAGE PAR PAGE.**

Copyright © Enanti

Petit robot Google veut être le plus précis possible.



Pour répondre à la requête de l'internaute.



Google choisira toujours
une page « spécialisée »
autour du thème de cette requête,

plutôt qu'une page « généraliste ».



**D'où l'importance de l'étude du 1er pilier,
afin de dresser une liste exhaustive de vos objectifs.**

DONC N'OUBLIEZ PAS !

Pour aider **Google** à mieux vous connaître,
et avoir une chance d'être bien classé :



Il faut créer une page pour chacun de vos objectifs.

Il faut créer une page pour chacun des produits ou services, que vous voulez mettre en avant.

C'EST UNE RÈGLE ABSOLUE.

Copyright © Enanti

**Pour chaque objectif,
il faut déterminer les mots clés principaux
représentatifs du thème de votre page.**

Ce travail est primordial,
notre formation vous enseigne à choisir les bons mots clés.

N'hésitez pas à regarder comment la concurrence procède,
elle est parfois source de bonnes idées.



Copyright © Enanti

Le 4^{ème} pilier

Création de contenu

Un bon contenu sur chaque page, consolide les fondations d'un bon référencement.



Ce contenu doit être dans la thématique de vos objectifs, et des mots clés choisis.

Plus il y a du contenu décrivant vos objectifs et utilisant vos mots clés.

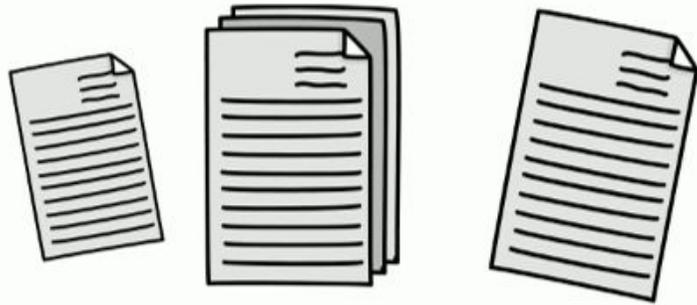
Plus **Google** vous considère comme un spécialiste dans votre domaine.

Plus **Google** vous mettra aux premières places.



Copyright © Enanti

Ce contenu peut-être du texte, bien entendu !



mais aussi des images,



ou des vidéos.



le contenu doit être :

RICHE

PERTINENT

ATTRACTIF

Copyright © Enanti

Un contenu avec photos et vidéos est plus percutant

Evitez les images « corporates ». Préférez des images qui vous ressemblent !



**DE BONNES VIDÉOS,
PEUVENT QUADRUPLER VOS RÉSULTATS !**

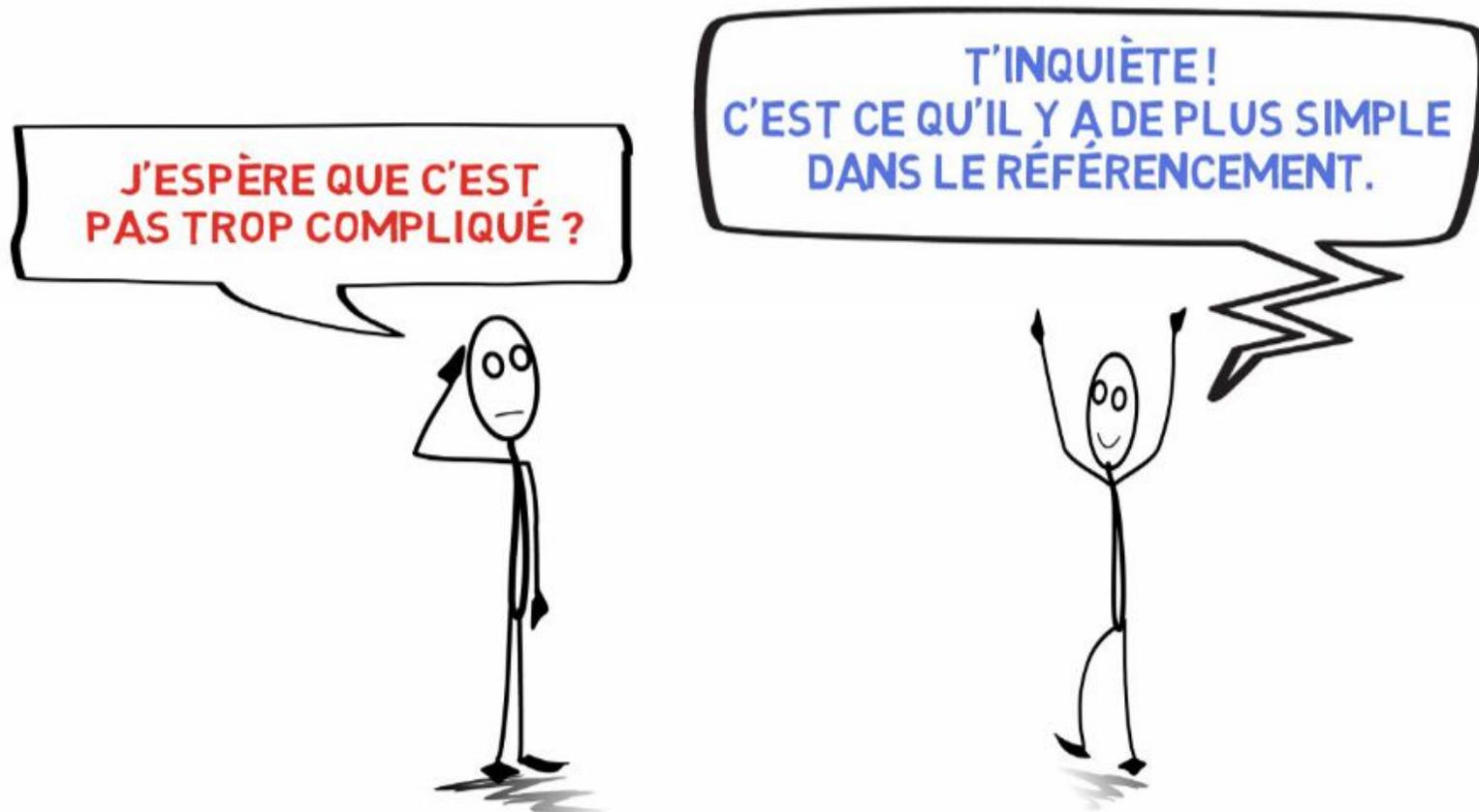
**N'HÉSITEZ PAS À FAIRE APPEL À UN PROFESSIONNEL
POUR VOS PHOTOS ET VIDÉOS,**

Copyright © Enanti

Le 5^{ème} pilier

Le référencement par page

Il faut renseigner les informations de base pour chaque page du site.



Copyright © Enanti

En premier : Les informations visibles sur les moteurs de recherche.

Enanti, Agence Web, Formation Création Site Internet
<https://www.enanti.fr/> ▼
En 2018 Tout le monde peut créer son site 100% Pro, Formez-vous ! C'est très simple,
Formateur Certifié, Enanti, Saint Raphael, Cannes, Nice, Var, Alpes-maritimes.

← "TITLE", (60 caractères max).

← "URL" de la page.

← "Meta-description" (160 caractères max).

CES ÉLÉMENTS DOIVENT ÊTRE DANS LA THÉMATIQUE DE LA PAGE.

- 1) Pour aider **Google** à vous référencer.
- 2) Pour informer et inciter les internautes à visiter votre site.

Copyright © Enanti

Ensuite : Les informations visibles sur la page elle-même.

enanti
Agence WEB au Service de Tous les Entrepreneurs

Retrouvez les témoignages de nos clients sur [facebook](#)
5,0 ★★★★★ Google Certification Google Pro

Accueil Les 7 Piliers Nos Prestations Clients Contact

Formations & Prestations

C'est aussi simple que :
 $1 + 1 = 2$

Pourquoi cette formation est innovante ?

Parce qu'aujourd'hui, si vous souhaitez créer un site
4 possibilités s'offrent à vous:

-1-
Faire appel à une agence web.
C'est compliqué pour vous de choisir une bonne agence Web adaptée à vos besoins, et capacités financières.
Heureusement, la maîtrise des « 7 piliers » du Web vous apporte des compétences afin d'assurer la qualité de vos interlocuteurs Web.

-2-
Devenir « informaticien ». C'est ce que propose la quasi-totalité des formations de créations de sites.

-3-
Bricoler sur un « coin de table », avec un éditeur de site, mais sans base solide, pour un résultat très souvent décevant.

Notre **formation** : une vrai « **Révolution** »
On vous apprend comment bâtir des **fondations solides** avec les **7 Piliers**, rien de technique, une méthodologie, du bon sens.

← Titre de la page ou balise " H1 ".

← Sous-titre de la page ou balise " H2, H3, H4... ".

← Google ne reconnaît pas les images !
En revanche, il reconnaît leur description, ou balise " ALT ".

**CES INFORMATIONS DOIVENT ÊTRE,
BIEN ENTENDU,
DANS LA THÉMATIQUE DE LA PAGE.**

Copyright © Enanti

Concrètement, comment renseigner ces informations sur les pages ?

C'est très simple !

1) Si vous faites appel à une agence web, elle renseignera pour vous ces informations.

VÉRIFIEZ TOUT DE MÊME !



2) Si vous créez vous même votre site,
notre formation vous enseignera simplement comment faire.

Tous ces éléments sont les premières informations présent en compte par **Google**
Elles sont donc **INCONTURNABLES**, et à **RENSEIGNER SUR CHAQUE PAGE**.

Copyright © Enanti

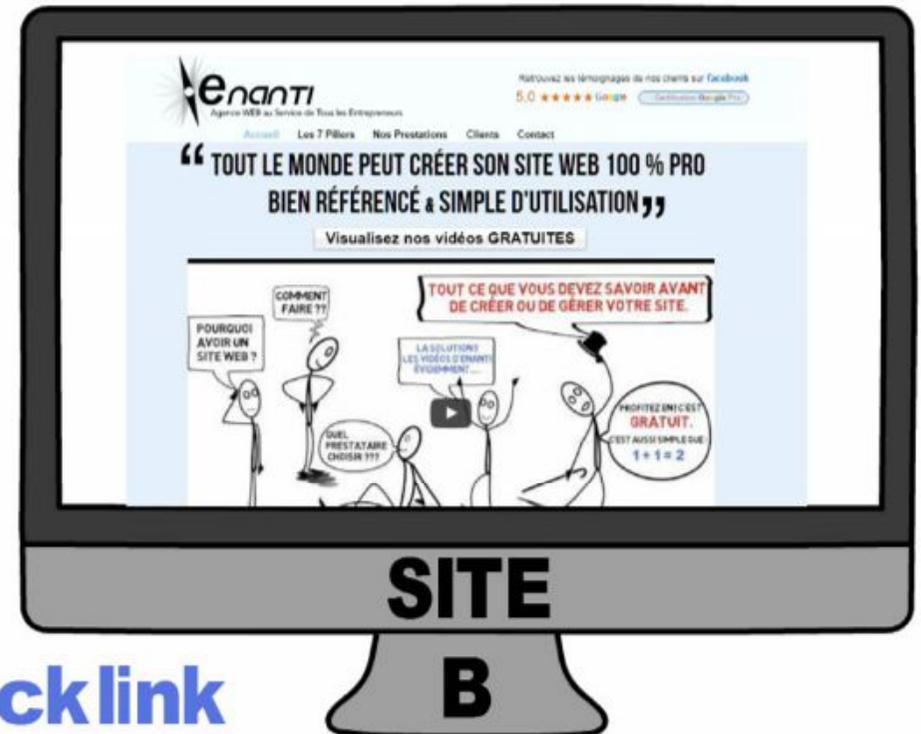
Le 6^{ème} pilier

Les backlinks



Qu'est-ce qu'un backlink ?

Un backlink, c'est un lien provenant d'un site A, pointant vers un site B.

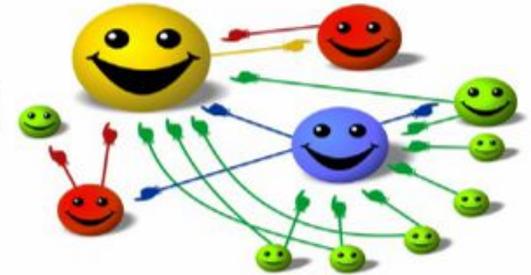


Voilà un backlink en faveur d'Enanti.fr



Pourquoi les Backlinks sont importants pour votre référencement ?

Plus **Google** comptabilise de backlinks vous concernant.



Plus **Google** estime que les acteurs du web vous considèrent comme un « spécialiste » dans votre domaine.



Plus **Google** vous mettra aux premières places.



Les backlinks sont un des critères les plus importants pour améliorer le référencement.

Vous devez donc vous mettre à la chasse aux backlinks.

Toutefois, tous les backlinks n'ont pas la même valeur.

Plus ils proviennent de multiples sources.

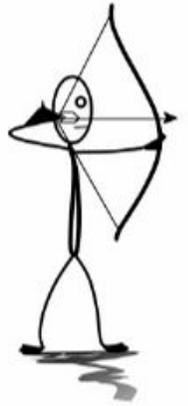
Plus ils proviennent de sites bien classés par **Google**

Plus ils proviennent de sites dans le même domaine d'activité que vous.

Plus, ces backlinks sont de qualité, et "appréciés" par **Google**

Recherchez des backlinks de qualité,

c'est un travail qui donne des résultats sur le long terme.



Le 7^{ème} pilier

Les réseaux sociaux

L'utilisation des réseaux sociaux n'est pas directement liée au référencement.

Leur utilisation, en revanche augmente votre notoriété, et augmente, à terme le trafic sur votre site.

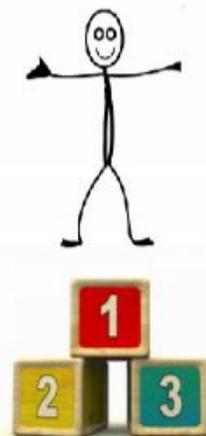


Plus il y a de trafic sur votre site.

Plus Google considère que les internautes vous apprécient.

Plus Google vous estime comme un spécialiste dans votre domaine.

Plus Google vous mettra aux premières places.



Le trafic est donc un critère très important pour améliorer votre référencement.

Bien évidemment, cela ne s'acquiert qu'avec le temps.

Et tout ce qui peut augmenter le trafic, doit être favorisé.

Copyright © Enanti

Les réseaux sociaux sont nombreux et divers.

L'utilisation professionnelle de certains peut correspondre à votre activité,
d'autres pas !

Toutefois, un réseau est incontournable, quelle que soit votre activité !

La page pro de **facebook**

En fonction de votre secteur d'activité,
il pourra être nécessaire d'utiliser d'autres réseaux.



BRAVO !

Vous êtes arrivés au terme des 7 piliers.

Vous appréhendez à présent, suffisamment d'éléments pour bâtir de solides fondations.
Pour le référencement, bien entendu, mais aussi pour une stratégie marketing efficace !

RÉCAPITULONS !



Copyright © Enanti

Vous l'avez compris,

**Maîtriser les 7 piliers
est une condition nécessaire et très souvent suffisante (*)
pour être bien référencé.**

(*) Cela dépend de la qualité de référencement de vos concurrents.

No stress !

80% des sites ne respectent pas les règles de Google,
et ce pourcentage est encore plus important dans le référencement local.
Il est donc assez facile d'être bien placé chez Google.

Copyright © Enanti

Conclusion

Maîtrisez les 7 piliers,
et

vous avez de grandes chances d'être bien placé sur Google.

A contrario

Ne maîtrisez pas les 7 piliers,
et

vous n'avez aucune chance d'être bien placé sur Google.

C.Q.F.D

Copyright © Enanti

Rang	Critère	Score (moyenne des	Indice e de
------	---------	-----------------------	----------------

Les 20 critères les plus pertinents pour être bien référencé pour 140 référenciers (Source JDN 21/6/2017)

<http://www.journaldunet.com/solutions/seo-referencement/199455-seo-les-criteres-les-plus-importants-selon-140-refer>

1	De nombreux liens provenant de sites qui font autorité pointent vers la page	backlink	92	91
2	Mots clés pertinents dans la balise Title (précisions : un contenu ou un mot clé "pertinent" répond à la requête de l'internaute)	title	89	95
3	Le contenu de la zone centrale de la page est pertinent: il donne une bonne réponse à la requête 1 page=1 objectif=1 proposition de valeur=1 contenu		81	83
4	Nombreux liens provenant de sites au même secteur / de la même thématique	backlink	81	83
5	De nombreux liens pointent vers la page	backlink	77	83
6	Mots clés pertinents en H1	H1	77	84
7	Fraîcheur des infos de la page sur un sujet qui le requiert		76	78
8	Site adapté au mobile (selon l'outil de Google)	responsive	74	80
9	Rapidité d'affichage du site sur mobile	AMP	73	77
10	Présence d'une balise H1	H1	72	81
11	De nombreux liens pointent vers le site	backlink	72	81
12	Ancienneté du site (sur la même thématique)		72	78
13	Le vocabulaire employé est varié et soutenu		71	76
14	Variété des domaines pointant vers le site	backlink	70	65
15	Rapidité d'affichage du site sur desktop		69	65
16	Présence de contenu enrichi (avec des images, des vidéos...)		68	70
17	Dans les résultats de Google, le taux de clic de la page est supérieur à la moyenne	trafic	66	62
18	Mots clés pertinents en H2, Hn	H2	60	70
19	Présence de données structurées (issues de schema.org) sur la page		58	74
20	Présence de H2, Hn	H2	56	69