

# Améliorer son référencement Web grâce aux consultants SEO, est-ce possible ?

Stéphane Bortzmeyer  
<stephane+blog@bortzmeyer.org>

Première rédaction de cet article le 11 Juillet 2010. Dernière mise à jour le 25 Août 2010

<http://www.bortzmeyer.org/seo-principes.html>

---

Le succès du Web a entraîné la création de tout un écosystème, comportant plein de métiers qui n'existaient pas il y a quinze ans, et qui font très chic aujourd'hui sur une carte de visite. Parmi eux, celui d'« expert en référencement » ou « consultant SEO », qui consiste à faire payer le client en lui racontant que son site Web sera mieux placé dans les résultats de Google grâce aux conseils de l'expert. Est-ce vrai ? Un consultant SEO est-il plus sérieux qu'un rebouteux breton ou un sorcier africain <<http://www.referencement-magie.com/>> ?

D'abord, voyons le problème. Un très grand nombre d'utilisateurs, n'ayant pas compris à quoi servait un URL, ne naviguent sur le Web que via un moteur de recherche. Pour aller sur Wikipédia, ils tapent « wikipedia » dans Yahoo. Pour se connecter sur Facebook, ils tapent « facebook login » dans Google, ce qui mène parfois à des résultats hilarants <[http://www.readwriteweb.com/archives/open\\_thread\\_the\\_internet\\_is\\_hard.php](http://www.readwriteweb.com/archives/open_thread_the_internet_is_hard.php)>. La plupart du temps, ces utilisateurs ne regarderont que les deux ou trois premiers résultats de Bing ou de ses concurrents, ignorant tout des mécanismes par lesquels cette réponse est donnée. Cette façon de naviguer est certes très mauvaise mais elle a pavé le terrain pour le métier d'« expert en référencement ». Celui-ci explique à ses clients que le trafic sur leur site Web dépend essentiellement des résultats de Google (ce qui n'est pas faux, à l'heure actuelle), et qu'en payant l'expert, celui-ci, tel l'oracle, leur délivrera des bons conseils simples, faciles à suivre et qui augmenteront leur place (on dit "ranking" parce que le français ne fait pas assez sérieux) dans les résultats de Google. Il ajoute parfois qu'il va se livrer à des opérations magiques du genre « enregistrer ce site auprès de Google », chose que tout le monde peut faire gratuitement <<http://www.google.fr/addurl/>>, mais qui légitime un peu plus son devis.

Parfois, on voit circuler des documents sur le réseau qui synthétisent ce genre de conseils, évitant ainsi de payer le gourou. Un exemple est la "*The Web Developer's SEO Cheat Sheet*" <[http://www.feldenkrais-heidenheim.de/uploads/news/id3/SEO\\_Web\\_Developer\\_Cheat\\_Sheet.pdf](http://www.feldenkrais-heidenheim.de/uploads/news/id3/SEO_Web_Developer_Cheat_Sheet.pdf)> qui rassemble un tas de conseils purement techniques permettant, paraît-il, d'améliorer son référencement. Est-ce vrai ou bien est-ce du pur charlatanisme ? Tous les experts en référencement sont-ils des barati-neurs ?

D'abord, il faut bien comprendre comment fonctionnent les moteurs de recherche. Tous sont gérés par des entreprises privées, qui pensent d'abord à leurs profits, pas à la pertinence de la recherche. Celle-ci n'est utile que si elle augmente le nombre de visiteurs mais, si ce n'est pas le cas, le moteur de recherche n'hésitera pas à biaiser ses résultats. Ensuite, ces entreprises ne publient **pas** les algorithmes utilisés pour classer les sites Web qu'ils indexent. Ces algorithmes représentent leur principal atout, celui qui peut les distinguer de leurs concurrents et sont donc jalousement gardés secrets. Ces algorithmes ne sont pas publiés pour une autre raison : pour éviter que les gérants de sites Web ne s'y adaptent et ne conçoivent leurs sites que pour profiter d'un point particulier de l'algorithme. Le client des moteurs de recherche est donc invité à leur faire une confiance aveugle. Ainsi, sauf si l'expert en référencement est un James Bond particulièrement expérimenté, capable de faire parler les employés de Google, par la séduction, la corruption ou la menace, il n'en sait pas plus sur le fonctionnement interne du moteur de recherche que vous ou moi. Ses conseils ne sont donc pas basés sur des connaissances particulières.

À défaut de connaissances acquises directement à la source, l'expert en SEO a-t-il au moins procédé à de nombreuses expériences scientifiques, faisant varier divers paramètres de son site Web, et mesurant à chaque fois objectivement les conséquences sur le classement Google ? On ne peut pas dire qu'il y aie une pléthore d'articles publiés sur une telle mesure mais on peut commencer par ceux en <http://www.laboratoire-referencement.fr/> /OseoX <http://www.oseox.fr/>, qui semblent sérieux, avec description du protocole et tout (voir par exemple <http://www.laboratoire-referencement.fr/separateur-virgule.php>). On peut aussi lire le très intéressant article de Pierre Beyssac <http://signal.eu.org/blog/2010/11/21/optimisation-du-referencement-sur-moteur-de-recherche>. Si un lecteur en connaît d'autres, cela m'intéresse. Une telle étude est très intéressante mais très difficile à conduire, car le classement peut, pendant la durée de l'expérience, varier pour bien d'autres raisons, notamment des changements chez les concurrents (chez les autres sites Web). Une telle expérience, menée sérieusement, est de toute façon très coûteuse et c'est donc pour cela que je suis sceptique : je ne pense pas que tous les experts auto-proclamés l'aient fait. Comme le dit un guide (non public) de l'entreprise citée plus haut, « Le référencement est un domaine où l'on travaille souvent (trop ?) de manière empirique [et] où des légendes se colportent et perdurent années après années. ».

Et, à peine faite, elle serait de toute façon dépassée : les algorithmes utilisés par les moteurs de recherche changent tout le temps, à la fois pour tenir compte des évolutions du Web, et aussi justement pour éviter toute « rétro-ingénierie » de leurs méthodes de classement.

Bref, je ne crois pas qu'il soit possible, sauf à déployer de gros moyens sur le long terme, d'avoir une idée précise du fonctionnement des moteurs de recherche. Et, donc, payer un consultant en SEO est probablement de l'argent perdu. Et c'est parfois beaucoup d'argent, comme dans ce bel exemple scandaleux de gaspillage des ressources publiques <http://questions.assemblee-nationale.fr/q13/13-71576QE.htm>.

Cela veut-il dire qu'on ne puisse rien faire pour améliorer son classement ? Au contraire, il est probable qu'on le puisse mais, attention, si on économise de l'argent en ne payant pas un rebouteux SEO, on devra passer par contre beaucoup plus de temps sur son site Web. En effet, une des raisons pour lesquelles les conseils des gourous du référencement ne vous feront pas gagner de place, c'est simplement que tout le monde suit les mêmes gourous ! De même que les pronostics du tiercé, du football ou de la bourse sont 100 % bidon (car, sinon, le pronostiqueur préférerait jouer lui-même plutôt que de vous faire profiter de son savoir), les conseils des experts ne vous aideront pas à gagner des places, car les concurrents les écoutent autant que vous.

Pour progresser, il faut donc faire ce qui est difficile et que le concurrent ne pourra pas reproduire facilement. En deux mots, il faudra mettre du **contenu** intéressant, le tenir à jour, faire un site Web accessible <http://www.bortzmeyer.org/accessibilite.html> et conforme aux normes.

(Les deux premiers de ces conseils sont de très loin les plus importants mais, en tant qu'informaticien, je ne peux pas m'empêcher de donner aussi des conseils techniques. Au moins, j'essaie d'éviter la micro-technique du genre « mettez des éléments <META> dans le source HTML ».) Comme le dit Matt Gemmell <<http://mattgimmell.com/2011/09/20/seo-for-non-dicks/>>, « *Good SEO is a by-product of not being a dick* ».

C'est de l'enfonçage de portes ouvertes, me dites-vous ? Tout à fait et c'est pour cela que je donne ce conseil gratuitement et que je ne le brevète pas. Cela a même un nom, le « référencement naturel » que l'on peut traduire par « ne vous embêtez pas avec ces superstitions liées au référencement, faites un site Web intéressant, que les gens ont envie de lire, et le reste viendra. »

Et je ne suis pas inquiet pour le classement de mon blog, je sais que ce conseil sera peu suivi. En effet, la plupart des clients des consultants en référencement ne veulent pas travailler et améliorer leur site Web : ils voudraient payer et que tout aille mieux. Ainsi, les plus sérieux des consultants en SEO disent qu'il faut éviter Flash ou, au minimum, fournir une navigation alternative, la plupart des décideurs ne les écoutent pas. Ils sont prêts à payer très cher pour améliorer leur référencement mais pas à sacrifier les images qui bougent et qui évitent de réfléchir.

Et le succès des experts en référencement s'explique facilement. Tout le monde connaît le conseil que j'ai donné plus haut (fournir du contenu intéressant), ce conseil est en effet une banalité de première grandeur. Mais beaucoup de sites Web sont vides de tout contenu intéressant (parfois de tout contenu tout court) et c'est eux qui font vivre les gourous en référencement : payer est plus facile qu'écrire.

Pour ceux qui veulent approfondir la question et retenir quelques techniques qui peuvent un peu améliorer leur site, quelques bonnes lectures. Commençons par le dominateur des moteurs de recherche, Google. Celui-ci a édité un excellent « Guide de démarrage Google - Optimisation pour les moteurs de recherche <<http://www.google.com/intl/fr/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-pdf>> » (oui, traduit en bon français) qui explique tout ce qu'il faut faire pour plaire au roi des moteurs (proposer du contenu intéressant, avoir de beaux URL <<http://www.bortzmeyer.org/beaux-urls.html>>, mettre autre chose que le stupide « Cliquez ici » dans les liens, ...). Je ne garantis pas que cela améliorera votre classement, mais cela fera en tout cas plaisir à Google et, surtout, la grande majorité de leurs conseils amélioreront votre site de toute façon. Ainsi, conseiller de ne pas dépendre d'Adobe Flash ne fera pas plaisir qu'aux logiciels d'indexation mais aussi à beaucoup de vos visiteurs. (Et cela vous encouragera à penser au contenu.) Puisqu'on parle de Google, leur excellent site « *Outils pour les webmasters* » <<http://www.google.fr/webmasters/>> vous donne accès à plein de diagnostics intéressants sur votre site, qui aideront à le rendre plus efficace (et, qui sait, lui feront gagner une place ou deux dans le classement).

Voici d'autres articles pour approfondir la question :

- Bon article du Wikipédia anglophone sur les techniques de SEO,
- « Vous aimez l'accessibilité ? Les moteurs de recherche aussi ! <<http://www.pompage.net/pompe/accesibilitemoteursderecherche/>> »,
- « Comment l'accessibilité d'un site Web peut améliorer son référencement ? <<http://www.journaldunet.com/solutions/0604/060428-referencement-accessibilite-sites-web.shtml>> ». J'ai bien dit plus haut qu'il fallait améliorer l'accessibilité des sites Web mais je n'ai pas promis que cela avait un impact sur le référencement ! Je suis donc sceptique par rapport à ce que prétendent ces deux derniers articles.
- « Les 200 paramètres de l'algorithme de Google <<http://www.thugeek.com/web/les-200-parametres-de->> », certainement pas complet et déjà dépassé, pour les raisons expliquées plus haut, mais quand même une lecture intéressante,
- Un vrai expert, qui est dans le Web depuis très longtemps, Olivier Andrieu <<http://docs.abondance.com/oa.html>>,

- Et un autre expert, passionnant à lire, Jean Véronis, auteur du blog « Technologies du langage <<http://blog.veronis.fr/>> », qui n'hésite pas à tester des méthodes malhonnêtes pour voir si elles marchent <<http://blog.veronis.fr/2008/01/rfrenchement-carla-bruni-enceinte.html>>.

Le texte de Google cité plus haut recommande également l'usage d'outils d'analyse qui décortiquent automatiquement votre site Web et vous donnent de bons conseils. Attention, ce ne sont que des logiciels et ils sont donc incapables de déterminer, par exemple, si le contenu de votre site est intéressant. Il en existe plusieurs mais, personnellement, j'aime bien WooRank dont voici l'analyse de mon blog <<http://www.woorank.com/en/www/bortzmeyer.org>>.

On peut noter aussi une autre particularité du monde du référencement : le recrutement de clients se fait souvent par le moyen du spam. Voici le dernier exemple reçu dans ma boîte aux lettres, très représentatif du style habituel :

```
Subject: Votre site internet en lere Page GOOGLE!
From: steve@referencementpositionnement.fr
To: migration-dbm@nic.fr
Received: from gateway06.websitewelcome.com (gateway06.websitewelcome.com [67.18.15.14])
    by mx1.nic.fr (Postfix) with SMTP id D36471714088
    for <migration-dbm@nic.fr>; Wed, 1 Sep 2010 03:56:47 +0200 (CEST)
Received: (qmail 27986 invoked from network); 1 Sep 2010 01:30:07 -0000
Received: from mach1.websitewelcome.com (70.85.180.226)
    by gateway06.websitewelcome.com with SMTP; 1 Sep 2010 01:30:07 -0000
Received: from bny92-9-88-184-62-156.fbx.proxad.net ([88.184.62.156]:3007 helo=Lvrnm)
    by mach1.websitewelcome.com with esmtpsa (TLSv1:AES256-SHA:256)
    (Exim 4.69)
    (envelope-from <steve@referencementpositionnement.fr>)
    id lOqc9R-0007Mg-Ex
    for migration-dbm@nic.fr; Tue, 31 Aug 2010 20:30:10 -0500
Message-ID: <3575_1283306208_4C7DB2E0_3575_580555_1_E089251F8D2ED8649F686B1B1DB385D1@Lvrnm>
X-Mailer: Microsoft Outlook Express 6.00.2900.5843
Date: Wed, 1 Sep 2010 03:29:41 +0200
```

Bonjour,

Je me permet de vous contacter aujourd'hui afin de vous proposer mon aide au REFERENCEMENT sur Google !

Ma démarche est totalement honnête, et je ne souhaite que vous apporter mon aide à des prix très compétitifs en fonction de vos besoins. Nombres de sociétés vous font miroiter beaucoup de belles choses, vous signez un contrat, et comme dans 73%(pourcents) des cas, 1 AN après vous regrettez votre investissement...

- Vous etes propriétaire d'un site web, et vous ne comptabilisez que très peu de visites ou pas assez ?
- Vous avez dépensé des sommes astronomiques pour une Société de Référencement, et RIEN ?
- Vous ne savez pas du tout comment se passe un REFERENCEMENT, et vous aimeriez apprendre ?

Quoi qu'il en soit, je peux vous aider :

- Vous coacher sur le Positionnement Google
- Positionner votre site internet sur les mots clés de votre activité
- Améliorer votre taux de rebonds
- Optimiser votre site aux normes telles que W3C, Google, etc...
- Améliorer votre Page Rank (e-reputation)
- Améliorer le temps de chargement
- Supprimer toutes les erreurs du type DUPLICATE CONTENT, Mauvaises redirections, etc...
- etc...

Je peux sur simple demande vous montrer mes références, MAIS ATTENTION, contrairement aux autres, une signature sur chacun de ces sites internet est visible ! Je pourrais comme d'autres, vous dire que j'ai référencé de gros sites tel que FNAC.COM par exemple, mais où est la preuve ?

Si vous habitez en région parisienne, nous pouvons convenir d'un rendez vous physique ou téléphonique afin de parler de votre projet.

N'hésitez pas à me contacter.

Amicalement  
Steve MICHELET pour Stefano AGBAGLA  
Spécialiste Référencement sur Google  
Tél.: 06.67.99.49.49  
[1]<http://www.referencementpositionnement.fr>

Ah, au fait, pourquoi feriez-vous confiance à cet article ? L'auteur est-il un expert en SEO, un pro du référencement, un employé de Google qui dévoile des secrets "corporate" ? Non, rien de tout ça, j'ai juste réussi à être numéro un en réponse à certaines requêtes Google <<http://www.bortzmeyer.org/google-scholar-et-sql.html>> Cela justifie mes prétentions :-)

Et merci à Nathalie Rosenberg <<http://twitter.com/nrosenberg>> pour m'avoir poussé à écrire cet article.

Lorsque je tape sur les joueurs de football, les ministres de l'intérieur, ou les utilisateurs de Microsoft Windows, personne ne proteste. Même chose lorsque je me moque des « rebouteux bretons », aucun nationaliste breton ne m'a sauté dessus (merci à eux pour leur retenue). Mais, apparemment, critiquer la SEO est bien plus grave et cet article a donc suscité quelques réactions comme celui de Sylvain <<http://blog.axe-net.fr/referencement-garanti-en-premiere-position/>>, celui de Pink SEO <<http://www.partouzedeliens.info/index.php?2010/07/12/77-ameliorer-referencement-consultar>> (l'article est relativement raisonnable mais les commentaires, comme souvent, sont d'un niveau bien plus bas) ou comme celui de CHRis Hédé <<http://www.moteurzine.com/2010/07/15/ameliorer-son-referen>> (nettement plus argumenté) ou enfin Laurent Bourrelly <<http://www.laurentbourrelly.com/blog/801.php>>. À noter qu'aucun n'a encore répondu à ma demande d'articles sérieux décrivant la rétro-ingénierie des algorithmes de Google... Leur but n'était pas là, il s'agissait simplement de serrer les rangs face aux attaques. Comme le dit un commentaire à un de ces articles, « J'en profite tout de même pour ajouter une chose que j'apprécie beaucoup dans ce métier. C'est d'ailleurs sans doute lié au sentiment d'incompris que nous ressentons parfois, mais j'aime cette solidarité [...] » Bref, le groupe des rebouteux <<http://s.billard.free.fr/referencement/?2010/08/20/618-seo-de-lusage-du-terme-de-c>> fait corps lorsqu'on le critique. Aux clients potentiels de ces gourous de voir si ça les rassure...

D'autre part, si certains articles sont relativement sérieux et argumentés, on trouve aussi la meute des médiocres qui arrive après et se sert de cette discussion surtout pour se défouler <<http://lemusclereferencement.com/2010/07/26/le-vomi-de-stephane-bortzmeyer/>>. La description que l'auteur de cette page fait de son métier (à droite, dans « Qu'est ce que c'est le muscle Referencement ») donne une bonne idée de ce qu'on trouve dans le monde du SEO...

Bref, le plus ennuyeux, dans ces attaques, c'est qu'Oscar Wilde faisait remarquer « qu'on mesure l'importance d'un homme à celle de ses ennemis ». Être attaqué par les charlatans ne fait pas se sentir grand... Heureusement, il existe aussi des articles plus intelligents <<http://www.tribords.com/?referencement-cest-n-est-pas-une-science>>. À noter également un interview que j'ai donné à Tribords <<http://www.tribords.com/?seo-methode-contenus-liens-autre-regard>> après la publication de cet article.