Lisez l'étude Google décodé

Le fondateur de CVFM s'est fendu d'une étude qui liste les 300 critères de classement de Google.

Lisez l'extrait gratuit téléchargeable en ligne. Ces 80 pages vous permettront de faire le tour du fonctionnement de Google et vous permettront de mieux comprendre votre chef de projet SEO.

Gardez le cap

Tous les 6 mois, un événement se produit qui destabilise les spécialistes du référencement. Soyez toujours en alerte, mais prenez beaucoup de recul par rapport ce qui fait le buzz dans la communauté SEO et continuez de déployer votre stratégie.

Soyez endurant

Il est connu qu'en référencement naturel, les effets d'une campagne se mesurent sur le moyen terme. Mais il est moins connu qu'il faut être endurant: attendez les résultats à terme pour évaluer votre travail, d'accord, mais continuez en permanence votre effort. N'arrêtez pas au bout de 6 mois. N'arrêtez pas au bout de 9 mois. N'arrêtez pas au bout d'un an. N'arrêtez jamais.

Considérez que Google est une fiancée capricieuse qu'il faut reconquérir en permanence. Elle est infidéle et vous pouvez être certain qu'elle se détournera de vous, dès que votre flamme perdra de sa force.

Déterminez le niveau de risque que vous souhaitez prendre

La plupart des techniques de référencement qui vous permettront d'être réellement avantagé par rapport à vos concurrents nécessitent que vous enfreignez une partie des régles officielles de Google.

De nombreux sites obtiennent leurs résultats grâce à l'utilisation de techniques totalement interdites.

Seule une minorité d'entre eux, se font sanctionner par Google à un instant t.

La plupart des sanctions sont limitées dans le temps ou dans leur champs sémantique.

Une partie des sanctions sont globales et durables.

Mais, votre marque à vous, peut-elle se permettre de se faire sanctionner ?

Votre stratégie de référencement et de liens sponsorisés doit, donc, intégrer le choix du niveau de risque.

Impliquez toutes les strates de l'entreprise

L'agence de référencement vous donne de l'expertise et du temps.

Mais si vous considérez que le succès du référencement de votre site relève de son unique responsabilité, vous passerez à côté de 75% de votre potentiel de trafic et donc de clients. Au moins 75%.

Si vous mobilisez tous vos collaborateurs, afin qu'ils rédigent du contenu optimisé pour Google, qu'ils créent des liens vers votre site, qu'ils défendent vos couleurs sur les réseaux sociaux, vous multiplierez par 4 les résultats obtenus par votre référenceur.

Donnez une dizaine de neurones à votre référenceur

Le référencement est le premier levier de chiffre d'affaires de votre site.

Le lien sponsorisé est le second, en général.

Vous ne pouvez pas vous reposer uniquement sur une compétence extérieure pour garantir le succès de votre site.

Récuperez de l'intelligence de votre agence de référencement. Dédiez lui de votre temps et de vos neurones. Google vous le rendra.

Intégrez le référencement dans vos process

Les entreprises qui cartonnent en référencement ont toutes un point commun: faire une large place au référencement dans l'organisation.

Voici ce que 15 années du référencement nous ont appris sur la gestion du référencement en entreprise.

Si vous trouvez une bonne agence de référencement, vous exploitez 15% de votre potentiel SEO.

Si vous trouvez une agence de référencement appartenant à l'élite, vous exploitez 30% de votre potentiel SEO.

Si vous trouvez une agence appartenant à l'élite et que vous intégrez le référencement dans vos process, vous pouvez exploiter 50% de votre potentiel SEO.

Si le dirigeant de votre entreprise ne se contente pas de signer les chèques de la prestation de

référencement, mais prend 4 heures par mois pour comprendre ce qu'est le référencement, vous avez une chance d'exploiter 100% de votre potentiel SEO.

Intégrez le référencement dans vos reporting mensuels

Si vous estimez qu'internet est stratégique pour votre société et que le référencement est stratégique pour internet, alors il est stratégique de faire remonter le référencement naturel et payant au plus niveau de reporting.

Le fondateur de Pixmania (720 millions d'euros de CA en 2010) a imposé en 2005, l'intégration de deux slides SEO au sein du point mensuel sur la société.

Voyez large en 2013

Le référencement tel qu'on le connait aujourd'hui va mourir sous l'effet conjugué de trois tendances:

- La montée en puissance de certains signaux sociaux (et l'ignorance de la plupart des autres signaux sociaux)
- La poursuite de la progression du trafic référencement issu des smartphones et tablettes
- L'intégration de l'accès internet dans de nombreux appareils électroniques (TV, Automobile...)
- L'émergence de l'author rank

Remettez tout en cause

Pour avancer il faut avoir des convictions et ne pas être victime du syndrome de la girouette.

Mais il faut savoir remettre en cause vos convictions, lorsqu'une véritable tendance s'amorce.