

## SOMMAIRE

<b>LES QUESTIONS A SE POSER AVANT DE DEMARRER.....</b>	<b>3</b>
<b>COMPRENDRE LE WEB MARKETING .....</b>	<b>4</b>
<b>LES MOTEURS DE RECHERCHE .....</b>	<b>5</b>
<b>LE FONCTIONNEMENT DE GOOGLE .....</b>	<b>8</b>
La syntaxe des recherches .....	11
L'indexation dans le moteur .....	11
Le positionnement sur Google .....	12
<b>LES ANNUAIRES .....</b>	<b>14</b>
<b>LE REFERENCEMENT PAYANT .....</b>	<b>16</b>
<b>COMMENT BIEN CHOISIR SES MOTS CLEFS? ... ..</b>	<b>18</b>
La longue traine .....	18
Recherche de mots pertinents.....	18
Mesurer la popularité des mots.....	19
Recherche de synonymes .....	22
Les mots mal orthographiés .....	22
Analyse des statistiques .....	23
Analyse de la concurrence.....	23
<b>REFERENCEMENT SUR LE SITE « ON PAGE » .....</b>	<b>24</b>
Le choix du nom de domaine.....	24
Le choix de l'hébergeur.....	24
Le choix de la charte graphique.....	25
Déclaration du DCOTYPE.....	25
Déclaration du langage du site.....	25
Déclaration de l'encodage.....	26
La construction de l'Url .....	26
Le re-writing.....	26
Le Favicon .....	27
Le Title .....	27
Les metas tags .....	28

Les balises .....	29
Le contenu des pages .....	30
Le tag cloud .....	31
La feuille de style CSS .....	31
Le fichier robots.txt .....	32
Le fichier sitemap.xml .....	32
La page « plan de site » .....	33
La page « mentions légales » .....	34
La page « partenaires » .....	34
La gestion des liens de bas de page.....	34
Le suivi des liens.....	34
La gestion des pages « ERREUR 404 » ..	34
La validation du contenu du site aux normes W3C .....	35
<b>REFERENCEMENT « OFF PAGE » .....</b>	<b>36</b>
Soumission manuelle aux moteurs de recherche .....	36
Indexation aux annuaires.....	37
Le netlinking .....	37
Les sites référents .....	38
Les plateformes vidéos .....	39
Les réseaux sociaux .....	40
Les blogs .....	41
Les flux RSS.....	42
Les contenus dupliqués .....	43
Le Pagerank .....	43
Le Trustrank .....	43
L'ancienneté du site .....	43
<b>LES OUTILS GRATUIT.....</b>	<b>44</b>