

418-473-1544

Qu'est-ce que le référencement et comment a-t-il changé au cours des années?



De nombreux propriétaires d'entreprises entendront ici l'expression «optimisation des moteurs de recherche» (ou référencement) auprès d'amis dans le monde des affaires ou même des concurrents et peut-être considérer comme un itinéraire pour augmenter les ventes, mais qu'est-ce que le référencement ? Alternativement, un propriétaire d'entreprise a peut-être essayé des «services de référencement» dans le passé et l'a trouvé ou ne fonctionnait pas aussi bien que prévu ou fonctionnait, mais pas plus efficace - cet article explique ce qu'est le référencement et pourquoi le «nouveau» SEO fonctionne mieux que jamais.

J'ai travaillé dans l'optimisation des moteurs de recherche et le marché des sites de classement, avant même d'être appelé SEO. Voici les changements dans le référencement depuis le début du nouveau millénaire et ce que vous devriez rechercher dans les services SEO que votre agence SEO offre.

Nous examinons le référencement au fil des ans et nous expliquons ce qu'est le référencement aujourd'hui et la meilleure façon de l'utiliser pour notre site.



<https://sites.google.com/site/seoexpertmontreal/>

418-473-1544

SEO en 2000

Retour au début du Millénaire, les «grands» moteurs de recherche que la plupart des gens utilisaient étaient Lycos et excite. Bien sûr, à l'époque, un très petit pourcentage de la population du Royaume-Uni avait accès à Internet et ceux qui possédaient un système «dial-up» lent.

Les sites Web étaient une ou deux pages avec des informations de base pour leur permettre de charger rapidement (dans les 20 secondes). Les pratiques de référencement à l'époque étaient «cachées» autant de mots-clés sur une page que possible, de sorte que le site Web a été trouvé pour ces recherches sans que la page ne serve de pourriel pour les visiteurs.

En 2002, Google a lancé quelque chose appelé «AdWords» et il était prévu que la mort de SEO, comme les gens pouvaient payer pour la prééminence, sur le maintenant le site Internet numéro 1 pour commencer les recherches sur Internet.

En 2003, Yahoo a acheté Inktomi, AltaVista et PRÊT-À-MANGER, qui était essentiellement la fin de tous les moteurs de recherche «plus petits». Google a commencé à supprimer les pratiques de «spam» et les sites Web. Dans le même temps, Google s'est rendu compte que «AdWords» n'allait pas tuer le référencement et que, en fait, les «listes naturelles» ont encouragé les visiteurs à accéder à leur plateforme de moteurs de recherche. Google a commencé à reconnaître les experts «SEO professionnel» et a promu un bon référencement plutôt qu'un référencement de pourriel.

L'année 2004 a vu le premier site Web «banni» d'Internet alors que Google a pris des mesures contre les sites Web qui les envoyaient par pourriel. Ils ont également intenté une action en justice contre la "Société SEO" responsable.

Pour classer un site Web en 2006, vous aviez juste besoin de liens vers votre site Web et, par conséquent, l'achat d'un lien / d'un échange de liens était rage et la plupart des sites Web avaient une page Web où ils énuméraient les entreprises et les liens vers leur site (je suis toujours étonné de savoir combien de sites Web continuent cette pratique).

Entre 2004 et 2008, Google a été le seul véritable «joueur» dans le monde des moteurs de recherche, a commencé à prendre des mesures contre les mauvaises pratiques de liaison et aux entreprises et a commencé à se resserrer sur le pourriel et en achetant des liens. Les «Noughties» ont fini par que toutes les pratiques de SEO "vilaines" étaient pratiquement



<https://sites.google.com/site/seoexpertmontreal/>

418-473-1544

effacées, car Google s'est concentré sur le classement des sites Web en fonction de leur contenu et sa pertinence pour la recherche effectuée.

SEO en 2010

Entre 2010 et 2015, nous avons commencé à voir les moteurs de recherche prendre connaissance des sites «Réseaux sociaux» et bientôt les résultats ont été comblés par Twitter Twitter »dans les résultats. (Je peux encore voir le visage de l'un de mes clients lors de la recherche de Google pour son entreprise et la toute première page des résultats de recherche a été compilée sur les tweets d'une conversation Twitter que deux membres du personnel avaient eue sur la façon dont la société était terrible !)

Des vidéos et des images ont également été apportées aux résultats de recherche avec la mise à jour Google 'Caffeine'.

Google a présenté "résultats de recherche personnels" avec les sites Web affichés dans les résultats de recherche en fonction de vos recherches précédentes et des sites Web que vous avez visités auparavant. Cela a provoqué un «remuant» dans le monde du référencement, car les clients ont affirmé que leurs sites Web étaient «top of Google» pour toute recherche qu'ils avaient liée à leur industrie, simplement parce qu'ils avaient déjà visité leur propre site plusieurs fois avant, alors Google bien sûr les a renvoyés le site Web pour toutes les recherches pertinentes. Cela peut encore être un problème avant de vous montrer la nouvelle «recherche Google Incognito».

L'accent mis sur le classement des sites Web était sur la recherche de mots-clés GRANDS. Un «plombier» à Bristol voudrait se classer pour cette recherche, et c'est donc l'objet.

Les mises à jour de Google 'Panda' et 'Penguin' ont progressivement détruit les «échanges de liens» avec d'énormes pénalités pour les sites Web qui avaient des liens non pertinents qui les orientaient. Dans le même temps, Google a présenté "sans liens de suivi" pour permettre aux sites Web de fournir des liens pertinents à d'autres sites Web et des informations sans pénaliser l'une ou l'autre partie. C'était le début de la «liaison sécurisée». La qualité et le contenu pertinent étaient maintenant la clé du classement dans les moteurs de recherche.

Un rapport du «Bureau des statistiques nationales» en 2014 a déclaré:



<https://sites.google.com/site/seoexpertmontreal/>

418-473-1544

38 millions d'adultes (76%) en Grande-Bretagne ont accédé à Internet tous les jours, soit 21 millions de plus qu'en 2006, lorsque des enregistrements directement comparables ont commencé.

L'accès à Internet à l'aide d'un téléphone portable a plus que doublé entre 2010 et 2014, passant de 24% à 58%.

74% de tous les adultes ont acheté des biens ou services en ligne, contre 53% en 2008. Les vêtements (49%) ont été l'achat en ligne le plus populaire en 2014.

De tous les adultes en Grande-Bretagne, 67% sont au courant des services d'espace de stockage Internet, mais la prise en charge de ces services pour stocker des données est beaucoup plus faible à 35%.

En Grande-Bretagne, 22 millions de foyers (84%) avaient accès à Internet en 2014, contre 57% en 2006.

Les connexions Internet à large bande fixes ont été utilisées par 91% des ménages.

Le Royaume-Uni était maintenant (presque) Internet savvy et l'utilisation de téléphones portables pour visiter les sites Web était énorme.

SEO 2015 et en avant

Le plus grand changement dans les moteurs de recherche en 2015 était la «pénalisation» de sites Web qui n'étaient pas «mobiles amicaux» - un site mobile amical a des informations différentes pour l'écran plus petit afin de faciliter l'utilisation et la compréhension de l'utilisateur. En garantissant que les utilisateurs ont obtenu la meilleure expérience, Google a commencé à classer les sites Web amicaux ou réactifs (où le site Web modifie automatiquement sa taille et son format pour s'adapter à l'écran) plus haut dans le classement.

La population du Royaume-Uni utilisait leurs téléphones portables pour les recherches locales, et les entreprises locales pouvaient enfin avoir un avantage sur les grandes sociétés ou les entreprises nationales sur Internet.

L'introduction de la «recherche sémantique», où Google ramène les sites Web aux résultats non basés sur les mots-clés, mais le contenu d'une page a encore changé la façon dont les agences de référencement ont cherché à travailler sur des sites Web. Le classement pour les mots-clés «Big», comme «Plumber Bristol», est devenu moins important, car les internautes sont devenus plus informés avec leurs recherches. Les «mots-clés longs-queue», et autant que possible, ont commencé à accroître les visiteurs du site Web et, plus important encore, les conversions.



<https://sites.google.com/site/seoexpertmontreal/>

418-473-1544

Quel est le processus SEO aujourd'hui?

Il est probablement exact de dire que les processus ou les pratiques associés à l'optimisation des moteurs de recherche ont maintenant poussé le terme «SEO»

Au cours des années passées, le contenu et la structure d'un site Web suffisaient. Maintenant, il y a tellement de choses à faire pour classer non seulement un site Web dans les moteurs de recherche, mais pour obtenir un engagement des clients. Une meilleure description du service serait «marketing numérique».

Les anciennes pratiques, comme mentionnées précédemment, signifiaient que les mots clés «grands» étaient essentiels au classement. Une mise au point sur un seul mot-clé par page ou même pour un site Web complet classerait l'entreprise et, à l'époque, il s'agissait de «classements».

Ancienne façon de faire du référencement

Aujourd'hui, il existe un certain nombre de facteurs à considérer en ce qui concerne le référencement. La «recherche sémantique» est le moteur principal et la conversion du but principal, pas des classements.

La recherche sémantique est l'endroit où Google renvoie les informations sur la page, et non la description créée par le créateur du site, revenir au chercheur. Un exemple de ceci serait de prendre l'exemple 'Plumber Bristol'. Il y a quelques années, vous vous êtes concentré sur le classement de «Plombier Bristol», «Plombier à Bristol» et peut-être «Plombier d'urgence Bristol» - bien que cela soit toujours vrai pour les entreprises qui offrent une solution aux «achats de détresse» (où le temps et une solution l'emporte sur le besoin d'informations et de conseils), une meilleure pratique dans un site Web est d'ajouter du contenu qui offre des conseils et des conseils et comprend des mots clés à longue queue (recherches de 3 ou 4 mots) tels que "Plombier d'urgence avec légende libre à Bristol" ou "Avis pour un plombier d'urgence près de moi". Google veut que l'utilisateur ait la meilleure expérience et trouve l'information pertinente rapidement, et la recherche sémantique la réalise. Cela est également judicieux pour un propriétaire d'entreprise. Souhaitez-vous que votre site Web ait été trouvé par un chercheur à la recherche de "Plombier Bristol" où ils pourraient être après l'information, chercher un emploi, rechercher un service de plomberie que vous ne pouvez pas offrir ou pour une recherche spécifique et ciblée, comme " meilleur plombier d'urgence près de BS7 "?" Plombier Bristol "vous fera visiter un site Web, en étant trouvé pour" meilleur plombier d'urgence près de BS7 " vous obtiendrez un client.



<https://sites.google.com/site/seoexpertmontreal/>

418-473-1544

En termes de mots-clés, c'est le plus grand changement que Google a fait et il est là pour rester. Le référencement ou le marketing numérique ne concerne plus l'endroit où vous vous trouvez, mais combien vous pouvez trouver des termes de recherche différents et leur conversion dans les clients payants ?

Contenu du site Web

Il y a quelques années (et il y a seulement 2 ou 3 ans), Google a suggéré aux agences de SEO professionnelles que 300 mots sur une page étaient suffisants. L'année dernière, ils ont déclaré que le MINIMUM devrait comporter au moins 500 mots.

Chaque jour, je suis invité à consulter un site Web par un client potentiel - et la plupart d'entre eux ont entre 150 et 250 mots sur une page. C'est une pratique courante. Il existe deux façons d'examiner ceci. Soit Google doit changer ses attentes, car la plupart des sites Web ne répondent pas à leur note ou à d'autres façons d'examiner ceci, c'est un moyen simple de lancer la concurrence en ajoutant du contenu à votre site. Pensez-vous que Google réduira ses attentes où s'attendre à ce que les sites Web améliorent leur standard? Google a publié la mise à jour «mobile friendly» en sachant qu'environ 80% des sites Web devaient être mis à niveau - et ils l'ont fait de toute façon, car ils ont bénéficié à plus de 50% des utilisateurs. Effets de contenu de qualité 100% de leurs utilisateurs.

Je recommande à nos clients environ 800 mots par page. C'est assez de contenu pour être «recherche sémantique» amical, fournir un contenu pertinent et ne pas être trop lourd.

La bonne pratique est d'avoir:

Titre de la page - indiquez ce que la page est à propos (mot-clé "grand" si vous devez)

Titre - poser une question

Le premier paragraphe explique brièvement le contenu / la solution

Image / ou vidéo

Description plus longue de la solution

Prenez notre plombier d'urgence à Bristol, à titre d'exemple:

Titre de la page: Emergency Plumber Bristol

Titre: Vous recherchez le meilleur plombier d'urgence près de chez vous à Bristol?

Premier paragraphe: Smith Plumbing offre un service de plomberie d'urgence 24 heures sur 24 à Bristol. Nous ne facturons pas de frais d'appel et peuvent être avec vous en 20



<https://sites.google.com/site/seoexpertmontreal/>

418-473-1544

minutes. C'est la raison pour laquelle nos commentaires et commentaires des clients nous disent que nous sommes le meilleur service de plomberie d'urgence dans votre région. Appelle maintenant ...

Image de la fourgonnette ou du professionnel du plombier

Description plus longue: ce qu'ils peuvent réparer, problèmes courants qu'ils résolvent, certains des citations de leurs clients, etc.
Cela présente de nombreux avantages.

Tout d'abord, les personnes qui veulent juste un plombier liront le premier paragraphe, voire l'image de la camionnette (autorité de construction et professionnalisme) et appelée le plombier. D'autres personnes voudront plus d'informations qu'elles trouveront plus loin dans la page. Est-ce que cette triche est à SEO? Absolument pas. Vous fournissez des informations pertinentes à l'utilisateur et Google vous aimera pour cela. La façon dont le contenu est structuré et écrit sur une page est le «nouveau» référencement.

Le deuxième avantage est que votre site Web commencera à être trouvé pour une combinaison des mots sur la page - la recherche sémantique - dans l'exemple ci-dessus, le plombier a pu être trouvé par les clients et les clients potentiels à la recherche de "Smith Plumbing", "Emergency Plumber near moi ", " Plombier d'urgence à Bristol "" meilleur service de plomberie d'urgence à Bristol "" plombier d'urgence Bristol critique "et des dizaines d'autres termes de recherche. Si vous étiez un plombier, préférez-vous être trouvé pour un grand mot clé ou plusieurs mots-clés de conversion de clients importants? Je l'ai cru, et Google aussi.

Les anciennes pratiques étaient de créer du contenu de site Web pour les moteurs de recherche. Maintenant, vous devez créer du contenu pour fournir de la valeur aux clients. C'est un processus plus facile que vous ne le pensez.

Quelles ont été les 5 dernières demandes de renseignements auprès de votre entreprise? Quel était le problème qu'ils essayaient de résoudre? Écrivez le problème et votre solution.

Les liens entrants

La façon historique de «créer un lien» était d'obtenir autant de liens que possible parmi les plus nombreux endroits. Cette année, nous avons une très grande entreprise nous contact au sujet de leur référencement et ils ont été horrifiés quand nous avons suggéré qu'ils devaient enlever leurs liens 1.4 MILLIONS de retour sur leur site Web, car ils avaient



<https://sites.google.com/site/seoexpertmontreal/>

418-473-1544

dépensé une fortune au fil des ans en achetant les liens. Les liens non pertinents, et plus vous en avez le plus préjudiciable, mettez en évidence à Google la non-pertinence de votre site Web - indépendamment de la pertinence possible.

Aujourd'hui, quelques liens pertinents sont bien meilleurs qu'un million de liens vers votre site. Aujourd'hui, les liens doivent être construits grâce à des relations attrayantes. Prenant notre plombier une fois de plus, un lien en provenance du «registre Safe Safe», d'un centre de plomberie local ou d'une salle d'exposition de salles de bains et de quelques sites Web locaux qui aiment son information suffirait.

Des médias sociaux

Même si nous avons encore quelques entreprises comme celle-ci maintenant, il y a quelques années, lorsque nous avons suggéré que les entreprises devraient être sur Facebook, on m'a dit normalement «Facebook - c'est pour les adolescents, n'est-ce pas? Ce n'est pas notre marché». Si cela s'est bien passé, Facebook peut conduire plus de trafic et payer les clients à votre porte que votre site. Le groupe d'utilisateurs le plus important de Facebook compte entre 25 et 34 ans, le deuxième plus grand est le groupe d'âge de 35 à 44 ans. Les 45 à 54 ans utilisent Facebook plus que les adolescents, et jusqu'à près de 18 à 24 ans.

Utilisateurs de Facebook UK âgé - courtesy of statista

Facebook permet à une entreprise de construire une marque, d'engager les clients, d'obtenir les commentaires des clients et les commentaires instantanés des clients. Contrairement aux avis sur votre site Web que les clients potentiels peuvent voir s'ils visitent votre site Web, un avis sur Facebook est immédiatement vu par tous les amis des utilisateurs et si leur ami aime le commentaire - tous leurs amis, amis. De plus en plus de nos clients obtiennent des prospects de Facebook. Les gens demandent à leurs amis des suggestions sur les entreprises à utiliser et à obtenir des dizaines de suggestions - si vous êtes sur Facebook, vous êtes plus susceptibles d'avoir un lien direct avec vos informations de contact.

Quel est le prochain pour 'Social Media'? Live streaming! Twitter a acheté une société appelée 'Periscope' qui vous permet de diffuser des vidéos via votre téléphone. "Et alors?" J'entends notre «plombier d'urgence» demander. Si j'étais plombier, je serais en direct en train de diffuser mon travail alors que je réparerai un problème, la vidéo étant diffusée en direct à tous mes adeptes et à leurs amis - ma propre chaîne de télévision gratuite dans tout le monde. La prochaine fois que votre entreprise effectuera une «séance d'assaut de cerveau» - periscopez-la - votre client vous dira les solutions.



<https://sites.google.com/site/seoexpertmontreal/>

418-473-1544

Vidéo marketing

Il n'existe pas de «vieilles» pratiques de référencement pour la vidéo, car il n'existait tout simplement pas et lorsque YouTube a commencé, il s'agissait de montrer des vidéos drôles de chats et autres.

Aujourd'hui, tout a changé. YouTube est le deuxième moteur de recherche le plus important au monde et appartient à Google. YouTube a plus de 1 milliard d'utilisateurs dans le monde et chaque minute, 300 heures de vidéos sont téléchargées. Il vous faudrait environ 2 ans pour regarder toutes les vidéos qui seront téléchargées au cours de l'heure suivante. Il vous faudrait le reste de votre vie pour regarder toutes les vidéos téléchargées aujourd'hui. Les statistiques de Google indiquent qu'en 2018, 73% des recherches effectuées dans un moteur de recherche se traduiraient par une personne qui regardait une vidéo. Pensez-y d'une autre manière, dans quelques années, lorsque 10 personnes recherchent Internet pour votre produit ou service - 7 d'entre eux regarderont une vidéo, 2 visiteront un site Web. C'est pourquoi je crée des vidéos pour nos clients dans le cadre de notre «service de marketing numérique».

Contactez-Nous Maintenant/Call Us Now

SEO Expert Montreal

418-473-1544

Site web: <https://sites.google.com/site/seoexpertmontreal/>

Twitter: <https://twitter.com/Lillemetropole>

Dossier Google: <https://goo.gl/ii77R7>

Contenu connexe:

SEO Montreal, QC
Agence Web Montreal
Referencement Montreal
Agence Web Montréal
Agence Marketing Montreal
Référencement Montréal
SEO Montreal
SEO Expert Montreal
SEO Consultant Montreal



<https://sites.google.com/site/seoexpertmontreal/>

418-473-1544

SEO Web Montreal
Agence SEO Montreal
Montreal SEO Services
Montreal SEO
Marketing Web Montreal
Marketing digital Montreal
SEO Marketing Montreal
Montreal SEO Expert
Montreal SEO Company
SEO Company Montreal
Search Engine Optimization Montreal
SEO Montréal
SEO Services Montreal
SEO Agency Montreal
SEO Google Montreal, Quebec
Agence Web Marketing Montreal

Liens recommandés:

<https://goo.gl/oy8oij>

<https://goo.gl/ii77R7>

<https://goo.gl/MRFvwy>

<https://goo.gl/oJQPTG>

<https://goo.gl/YeE51b>

<https://goo.gl/ewfk3W>

<https://goo.gl/b2xma2>

<https://goo.gl/zQJSnC>

<https://goo.gl/qKsbDd>

<https://goo.gl/et5fsg>

<https://goo.gl/ArQywZ>

<https://goo.gl/PLvpMi>

<https://goo.gl/xNWynk>

<https://goo.gl/JN8kcH>

<https://goo.gl/FgAcyc>

<https://goo.gl/iwyYgD>

<https://goo.gl/M5ePAs>



<https://sites.google.com/site/seoexpertmontreal/>

418-473-1544

<https://goo.gl/3GQvVb>

<https://goo.gl/SkpSqD>

<https://goo.gl/wiPL3L>

<https://goo.gl/vwfs3u>

<https://goo.gl/bGP2eh>

<https://goo.gl/sTVtnu>

<https://goo.gl/hFx6bQ>

<https://goo.gl/34C6j3>