



LIVRE BLANC

SEO WORDPRESS / YOAST



15 JANVIER 2019

SITE87

6 Rue Vigne de Fer, 87000 Limoges

WordPress SEO



Le guide ultime pour des classements plus élevés pour les sites WordPress

WordPress est l'un des meilleurs, sinon le meilleur système de gestion de contenu en matière de référencement. Cela dit, passer du temps sur votre référencement WordPress peut sembler une perte de temps, ce qui n'est certainement pas le cas. L'optimisation de votre site par rapport aux meilleures pratiques décrites dans cet article vous aidera à améliorer votre classement, à augmenter le nombre d'abonnés et à améliorer votre site Web.

Étant donné que nous avons une vision assez holistique du référencement (WordPress), ce qui signifie que nous pensons qu'un bon référencement doit être intégré à tous les aspects de votre marketing en ligne et de vos relations publiques, ce guide couvre de nombreux domaines et est donc une lecture longue. Consultez la table des matières ci-dessous pour quelques sauts rapides.

Mises à jour de cet article sur WordPress SEO

Cet article a été mis à jour avec les meilleures pratiques pour WordPress SEO depuis début 2008. Le but de cet article est de rassembler toutes les informations sur les différents articles que nous avons écrits sur le sujet, ici et sur d'autres sites. Gros morceau : le tutoriel ultime de WordPress SEO.

À mesure que la recherche, le référencement et la plate-forme WordPress évoluent, nous allons continuer de mettre à jour cet article avec les meilleures pratiques. Assurez-vous de vous abonner à notre Newsletter pour recevoir une notification lorsque nous mettons à jour cet article.

Hypothèses

Cet article suppose que vous utilisez le plugin Yoast SEO basic ou premium, qui ajoute beaucoup plus de fonctionnalités et d'outils de référencement à WordPress. Si vous ne l'utilisez pas déjà, vous pouvez le télécharger et le configurer immédiatement.

Si vous utilisez un autre plug-in SEO, comme *All in One SEO* ou *Ultimate SEO*, la plupart des principes s'appliqueront toujours. Bien entendu, nous préfererions que vous basculiez et utilisiez le plugin Yoast SEO extrêmement puissant, c'est pourquoi nous avons rédigé un guide de migration vers Yoast SEO pour vous. C'est un processus vraiment facile.

Table des matières

- Le guide ultime pour des classements plus élevés pour les sites WordPress
- 1 WordPress SEO de base
 - 1.1 URL
 - 1.1.1 Structure permanente
 - 1.1.2 WWW vs non-WWW
 - 1.1.3 Mots vides
 - 1.1.4 Pour SSL ou non pour SSL
 - 1.2 Optimiser vos titres pour le référencement
 - 1.2.1 Contrôler les titres avec le plugin Yoast SEO
 - 1.2.2 Optimiser les postes individuels
 - 1.3 Optimisez vos descriptions
 - 1.4 Optimisation de l'image
 - 1.5 sitemaps XML
- 2 Optimisation du modèle
 - 2.1 miettes de pain
 - 2.2 Rubriques
 - 2.3 Nettoyer votre code
 - 2.4 Viser la vitesse
 - 2.5 Repenser cette barre latérale
 - 2.6 sitemaps HTML
- 3 Advanced WordPress SEO et dupliquer le contenu
 - 3.1 No index, suivez les pages d'archives et désactivez certaines archives
 - 3.2 Désactiver les archives inutiles
 - 3.3 Pagination
 - 3.4 Canonical
- 4 Une structure de site pour les meilleurs classements
 - 4.1 Pages au lieu de messages
 - 4.2 Nouveau vin dans une vieille bouteille
 - 4.3 Liens vers des articles liés
 - 4.4 Aller facile sur les balises
- 5 Optimisation de la conversion
- Optimisation des 6 commentaires

- 6.1 Comment amener les gens à commenter
- 6.2 Lien avec vos commentateurs
- 6.3 Garder les gens dans la conversation
- 7 SEO hors site
 - 7.1 Suivez vos commentateurs
 - 7.2 Utiliser Twitter
 - 7.3 Trouver des blogs liés et les travailler
- 8 Résultats de mesure
- 9 Conclusions sur WordPress SEO

1 WordPress SEO de base

WordPress est un système de gestion de contenu assez bien optimisé. Une configuration de base peut fournir une base solide, avec une optimisation du thème et des plug-ins, même sans une personnalisation poussée. Cela dit, vous devez faire certaines choses pour augmenter vos chances de classement, affiner votre flux de travail et vous assurer que votre site Web est parfaitement optimisé.

1.1 URL

1.1.1 Structure permanente

Si vous créez un nouveau site, l'une des premières choses à faire est de changer votre structure de lien permanent. Vous trouverez les paramètres de permalien sous Paramètres → Permalien.

Le permalien par défaut est `?p=<postid>`. Cela signifie que toutes vos pages auront une URL ressemblant à `example.com/?p=123`. Bien que cela soit parfaitement correct, ce n'est pas particulièrement agréable et cela pourrait avoir un impact sur la façon dont les utilisateurs et les moteurs de recherche perçoivent la qualité et la pertinence de vos pages.

La modification de la structure de permalien modifie les composants, l'ordre et la structure des URL de votre site Web. Choisir la bonne structure pour vous peut avoir un impact énorme sur le référencement.

Nous recommandons généralement aux personnes d'utiliser une structure créant des URL ressemblant par exemple à `example.com/post-name/`, ou à `example.com/category/post-name/`, en fonction de l'importance qu'elles envisagent de `example.com/post-name/` à la catégorisation de leur contenu. Pour la plupart des sites, choisir l'une ou l'autre de ces options conviendra parfaitement.

Pour la première des options, vous pouvez simplement changer le paramètre de permalink en `/%postname%/`, comme `/%postname%/`

Common Settings

Plain

Day and name

Month and name

Numeric

Post name

Custom Structure

Modification des paramètres de permalien en "Nom du post", dans Paramètres → Permalien.

Pour inclure la catégorie, vous pouvez sélectionner «Structure personnalisée» et changer la valeur en `/%category%//%postname%/`.

Si vous aviez précédemment `?p=<postid>` comme lien permanent, WordPress se chargera de toutes les redirections. Cela est également vrai si de cette façon vous passez de `/%postname%/` à `/%category%//%postname%/`.

Si vous possédez un site bien établi et que vous modifiez toute autre structure de lien permanent, consultez l'article Yoast SEO sur la modification de la structure de lien permanent WordPress et l'outil qu'il contient.

1.1.2 WWW vs non-WWW

Vous devez penser à ce que vous voulez que votre site apparaisse sous `www.example.com`, ou tout simplement `exemple.com`. Assurez-vous que dans vos paramètres généraux, sous Paramètres → Général, la version que vous souhaitez afficher est correctement reflétée :

WordPress Address (URL)

Site Address (URL)

Enter the address here if you want your site homepage to be different from the directory you installed WordPress.

Définition de l'URL du site pour inclure ou omettre "www"

Du point de vue du référencement, il y a peu de différence de toute façon. De plus, la plupart des configurations d'hébergement et de serveur redirigeront automatiquement les demandes pour la "mauvaise" version vers la version que vous avez sélectionnée. Cela en fait essentiellement une considération de *marque* - quelle approche convient le mieux à votre site ?

D'un point de vue technique, il n'y a pas non plus de différence énorme. Certaines configurations peuvent poser des problèmes mineurs si elles omettent le composant "www", mais elles sont de plus en plus rares.

1.1.3 Mots vides

Lorsque vous publiez un nouveau contenu, vous pouvez également envisager de supprimer les «mots vides» de vos liens permanents. Ce sont des mots comme "a", "et" et "le".

Lorsque cela est fait avec soin, cela peut rendre vos permaliens plus lisibles, et plus faciles à utiliser ou à créer des liens. Les postes avec des titres particulièrement longs peuvent bénéficier de cette approche.

Pour les publications qui ont déjà été publiées, nous vous recommandons de faire preuve de prudence lors du changement de liens permanents. Si des personnes ont déjà créé un lien vers vos pages, la modification des URL peut créer des dégâts. Même si WordPress redirige parfois les utilisateurs vers le nouvel emplacement (Yoast SEO Premium le gère automatiquement et de manière plus fiable), la modification des URL peut avoir une incidence sur les performances.

1.1.4 Pour SSL ou non pour SSL

Traditionnellement, l'adoption de SSL (obtention d'une URL HTTPS et d'une icône de cadenas verte dans la barre d'URL du navigateur) était une tactique facultative. On peut soutenir que de nombreux sites n'ont pas besoin du niveau de sécurité supplémentaire offert par SSL.

À présent, toutefois, l'installation d'un certificat SSL valide est essentiellement obligatoire - les moteurs de recherche peuvent «pénaliser» les sites sans certificat ni configuration SSL valides (et / ou afficher des avertissements à côté des résultats de leur recherche). C'est également généralement une bonne pratique pour tous les sites Web d'utiliser SSL, afin d'empêcher les pirates informatiques et les tiers d'intercepter les demandes et les données.

En outre, de nombreuses techniques modernes de vitesse et de performance des sites nécessitent une configuration SSL / HTTPS valide. Pour tirer parti des nouvelles technologies Web plus rapides (telles que HTTP / 2), les navigateurs tels que Google Chrome et Firefox exigent que le site Web dispose d'un certificat SSL valide.

Si vous souhaitez passer à SSL, nous avons un article avec des conseils et astuces pour passer à HTTPS [ici](#).

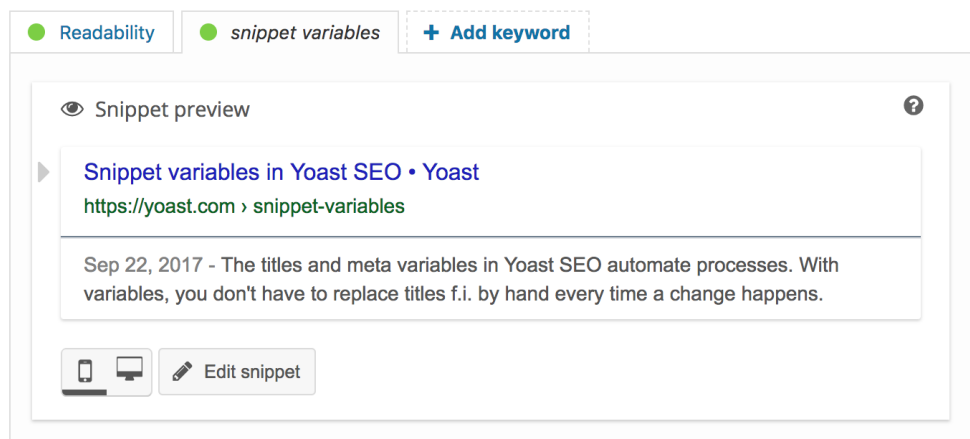
1.2 Optimiser vos titres pour le référencement

Le titre de chaque page - le contenu de la balise HTML `<title>` - peut constituer l'un des facteurs les plus importants pour un bon classement dans les résultats de recherche. Non seulement il s'agit du titre littéral de l'onglet ou de la fenêtre du navigateur, mais c'est également la première ligne que les gens voient dans les résultats de la recherche. Il décrit en quoi consiste votre page, et agit comme une publicité qui encourage les utilisateurs à cliquer.

Sur de nombreux sites Web, la structure par défaut pour les publications et les pages n'est pas nécessairement l'approche la plus optimale pour le référencement. Un titre comme «*Mon blog*» *Cuisiner* »*Recette Carbonara*» n'est pas aussi convaincant ni aussi efficace que «*Ma délicieuse recette carbonara de 20 minutes | Mon blog* ».

Il est essentiel que vous réfléchissiez à la *structure* de vos titres, ainsi qu'à son contenu sur chaque page. Typiquement, cela vaut la peine de considérer que :

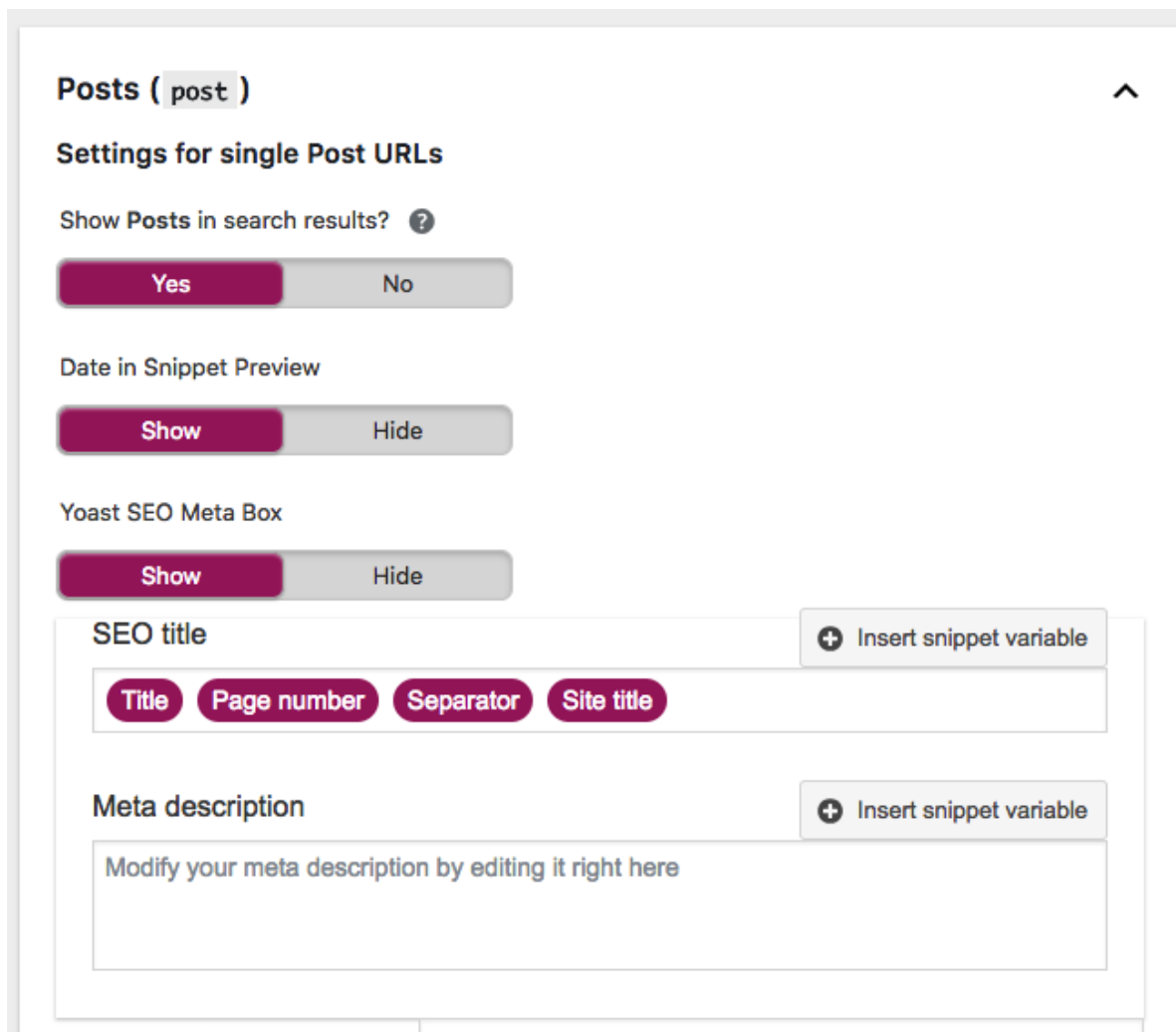
- Les moteurs de recherche peuvent accorder plus de poids aux mots précoces. Il est donc plus probable que vos mots-clés soient proches du début du titre.
- Les personnes qui numérisent les pages de résultats voient d'abord les premiers mots. Si vos mots-clés sont au début de votre liste, votre page sera plus susceptible d'être cliquée.



1.2.1 Contrôler les titres avec le plugin Yoast SEO

Vous pouvez contrôler vos titres de référencement avec notre plugin Yoast SEO. Il y a deux parties du plugin qui les contrôlent. Tout d'abord, dès que vous installez et activez le plugin, vous obtenez une section de référencement dans votre administrateur. Naviguez vers SEO → Apparence de recherche et vous verrez un tas d'onglets pour différents types de pages sur votre site.

Pour chaque type de publication et taxonomie, vous pouvez définir un modèle de titre (ainsi que des modèles de méta-description, mais nous y reviendrons plus tard). Pour les publications sur notre site, cela ressemble à ceci:



Cela vous permet d'utiliser des composants et des variables pour contrôler le comportement par défaut de vos titres de page (et bien sûr, ceux-ci peuvent être remplacés page par page).

Par exemple, dans l'image ci-dessus, vous pouvez voir comment nous ajoutons des éléments tels que le **title** de la page, pour nous éviter d'avoir à écrire manuellement des titres à partir de rien pour chaque page.

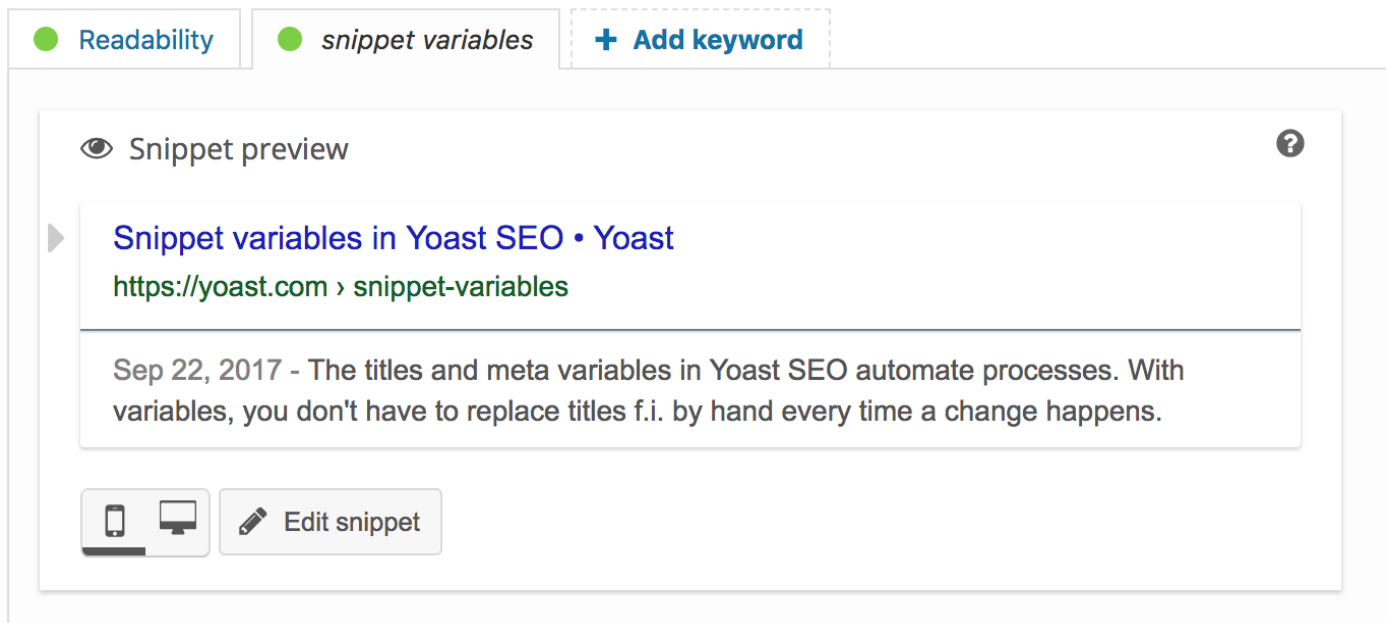
Il y a toutes sortes de variables que vous pouvez utiliser dans les titres et les méta-descriptions, et elles sont toutes répertoriées et expliquées dans l'onglet Aide de la page.

Pour les utilisateurs avancés, il existe quelques fonctionnalités intéressantes supplémentaires. Par exemple, vous pouvez utiliser **cf_<custom field name>** pour déposer dans n'importe quel champ personnalisé - d'une méta-valeur post ou d'une méta-valeur utilisateur.

REMARQUE : lorsque vous utilisez ces modèles, assurez-vous que vos balises de titre se comportent comme prévu lorsqu'elles sont affichées sur le site. Si ce n'est pas le cas, vous pouvez avoir un problème avec la façon dont votre thème est construit et vous devrez peut-être vérifier. La case à cocher «Forcer la réécriture» dans nos options - ou vous devrez peut-être modifier vos modèles.

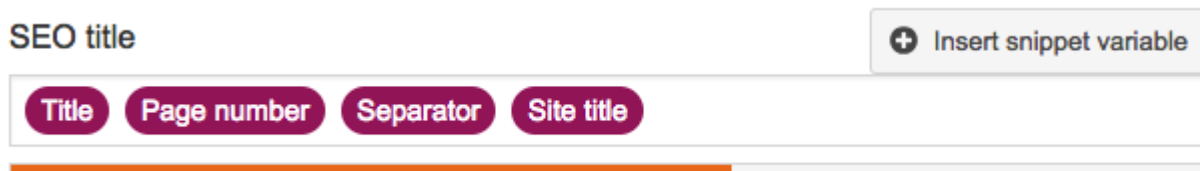
1.2.2 Optimiser les postes individuels

Alors, maintenant que nous avons défini des modèles corrects, nous pouvons commencer à optimiser les publications et les pages individuelles. Pour cela, nous utilisons la zone de prévisualisation des extraits, qui est ajoutée par le plugin Yoast SEO :



L'éditeur d'extraits de code et l'outil de prévisualisation d'extraits, ajoutés par le plug-in Yoast SEO

Cet aperçu reprend automatiquement les valeurs que vous avez déjà saisies dans votre blog et les applique à votre modèle. Vous pouvez également remplacer le titre complètement à l'aide du champ de titre situé juste en dessous :



L'entrée affichera un avertissement en dessous si votre titre devient trop long. La longueur du titre n'est pas un nombre fixe de caractères, mais plutôt limitée à la longueur de l'affichage dans les résultats de la recherche.

Pour les titres, les points suivants sont importants :

- Ils doivent toujours contenir votre marque, de préférence à la fin, pour que les gens puissent vous reconnaître lors de recherches consécutives.
- Ils doivent toujours contenir le mot clé que vous jugez le plus important pour le message ou la page en cours, que nous appellerons désormais le mot clé focus. Le mot clé de focus doit de préférence être proche du début du titre.
- Le reste du titre devrait inciter les gens à cliquer.

1.3 Optimisez vos descriptions

Une méta-description est principalement utilisée par les moteurs de recherche pour afficher une description de votre page dans les résultats des moteurs de recherche, sous le titre de votre page.

Adapter et écrire une méta-description descriptive peut encourager les utilisateurs à cliquer sur vos résultats dans le moteur de recherche, même si vous ne vous situez pas nécessairement en première position. C'est une publicité et votre opportunité d'impressionner.

La rédaction de descriptions convaincantes et informatives du contenu de votre page pour *chaque page* de votre site est une pratique recommandée qui vous permet d'attirer plus de visiteurs.

Il peut sembler fastidieux de créer des descriptions pour chaque page et chaque publication, mais cela en vaut la peine. Certains plugins utilisent ce qu'on appelle des "descriptions automatisées", qui prennent la première phrase d'un message pour remplir la méta description par défaut. C'est un raccourci intelligent, mais pas très intelligent - cette première phrase pourrait être une information introductive qui n'a pratiquement rien à voir avec le sujet.

Ainsi, la seule description bien écrite est manuscrite, et si vous envisagez de générer automatiquement la méta-description, vous pouvez également ne rien faire et laisser le moteur de recherche contrôler l'extrait de code... Si vous n'utilisez pas le En méta-description, le moteur de recherche trouvera le mot-clé recherché dans votre document et choisira automatiquement une chaîne autour de ce mot, ce qui vous donnera un mot en gras ou deux dans la page de résultats.

La génération automatique d'un extrait de code est un «raccourci», et il n'y a pas de véritables raccourcis dans le référencement.

Utilisez donc le champ de méta-description que vous trouvez dans le plug-in Yoast SEO pour écrire une méta-description. Assurez-vous que le lecteur est incité à cliquer et qu'il contient au moins une fois le mot clé focus de votre publication ou de votre page.

REMARQUE : Les moteurs de recherche peuvent choisir d'ignorer votre méta-description s'ils pensent que cela ne convient pas à la page, ou d'afficher une description personnalisée à partir du contenu de la page s'ils le jugent plus approprié. Il n'y a aucun moyen de les forcer à utiliser votre extrait de code spécifique.

Vous remarquerez que nous ne mentionnons pas les mots-clés méta. Nous ne les utilisons pas et vous ne devriez pas non plus - ils sont obsolètes depuis de nombreuses années. En cas de recherche peu pertinente sur Google et la plupart des moteurs de recherches, c'est dans le contenu de la page du site que les mots clés les plus pertinents par rapport à la requête de l'internaute seront sélectionnés.

1.4 Optimisation de l'image

Un aspect souvent négligé de WordPress SEO est la façon dont vous gérez vos images. En effectuant des tâches telles que la rédaction de bons attributs alt pour les images et la manière dont vous nommez et formatez vos fichiers, vous pouvez générer un peu plus de trafic des différents moteurs de recherche d'images. À côté de cela, vous aidez vos lecteurs moins performants qui consultent votre site sur un lecteur d'écran, à donner un sens à ce qui leur est autrement caché.

L'utilisation des attributs alt appropriés pour les images est également vérifiée dans la fonctionnalité d'analyse de page du plug-in Yoast SEO.

1.5 sitemaps XML

Pour indiquer à Google et aux autres moteurs de recherche que votre site a été mis à jour, vous pouvez utiliser des sitemaps XML. Le plug-in Yoast SEO configure automatiquement vos plans Sitemap XML pour que vous n'ayez à vous soucier de rien. Nous générons des plans de site pour vos différents types de publication, y compris vos images, et nous nous assurons qu'il génère et charge rapidement.

Nous divisons intelligemment vos sitemaps en portions plus petites. Google n'a donc qu'à extraire un nouveau "sous-plan" de plan XML lors de la publication d'un article, car les autres sitemaps n'ont pas été modifiés, à l'aide des options de date modifiée.

Enfin, elle dispose d'une API assez complète, ce qui nous permet, ainsi qu'à d'autres développeurs, de créer des sitemaps supplémentaires, ce qui permet de créer des extensions telles que des extension de référencement local, l'actualité et le référencement vidéo. Ces extensions génèrent respectivement un sitemap XML pour les nouvelles et un sitemap XML pour les vidéos.

2 Optimisation du modèle

2.1 miettes de pain

Vous voudrez ajouter du fil d'Ariane à vos publications et pages individuelles. Les miettes de pain sont les liens, habituellement au-dessus du titre, qui ressemblent à «Accueil> Articles> WordPress SEO». Ils sont bons pour deux choses :

- Ils permettent à vos utilisateurs de naviguer facilement sur votre site.
- Ils permettent aux moteurs de recherche de déterminer plus facilement la structure de votre site.

Ces miettes doivent renvoyer à la page d'accueil et à la catégorie dans laquelle se trouve l'article. Si l'article est dans plusieurs catégories, il doit en choisir une. Pour que cela fonctionne, adaptez `single.php` et `page.php` à votre thème, et utilisez le fil d'Ariane de notre plugin Yoast SEO. Vous trouverez les paramètres pour le fil d'Ariane dans la page de paramètres SEO → Liens internes.

2.2 Rubriques

Bien que la plupart des thèmes pour WordPress obtiennent ce droit, assurez-vous que le titre de votre message est un `<h1>` et rien d'autre. Le nom de votre blog ne doit être qu'un `<h1>` sur votre page d'accueil, et sur les pages simples, les publications et les catégories, il ne doit pas être plus qu'un `<h3>`. Votre barre latérale ne doit pas être remplie de `<h2>` ni de `<h3>`, etc.

Ceux-ci sont faciles à éditer dans les `post.php` et `page.php`. Pour en savoir plus sur l'importance des rubriques appropriées, renseignez vous sur le HTML sémantique et le référencement naturel ainsi que sur la structure des rubriques de votre blog (qui s'applique également aux sites WordPress autres que les blogs).

2.3 Nettoyer votre code

Tout ce que javascript et CSS que vous pourriez avoir dans vos fichiers de modèle, déplacez-le vers des javascripts et des fichiers CSS externes, et conservez vos modèles propres, car ils ne font pas votre WordPress SEO bon. Cela garantit que vos utilisateurs peuvent mettre en cache ces fichiers lors du premier chargement et que les moteurs de recherche n'ont pas à les télécharger la plupart du temps.

2.4 Viser la vitesse

Un facteur très important dans le nombre de pages qu'un moteur de recherche créera chaque jour sur votre blog est la rapidité avec laquelle votre site se charge. De nombreux facteurs différents affectent la vitesse de votre site, mais vous pouvez procéder de manière simple pour commencer.

1. Optimisez le modèle pour qu'il nécessite le moins d'appels de base de données possible. Vous pouvez trouver de nombreux articles au sujet de l'accélération de WordPress.
2. Installez un plugin de mise en cache. Nous vous recommandons d'utiliser W3 Total Cache si vous êtes techniquement au courant, ou WP Rocket si vous ne l'êtes pas.
3. Les plugins de mise en cache fonctionnent encore plus magiquement lorsqu'ils sont combinés avec un CDN tel que MaxCDN ou Cloudflare.
4. En outre, sachez que sous-payer pour l'hébergement, n'est pas sage. Si vous voulez réellement réussir vos actions link-bait et que votre blog puisse supporter des charges élevées, optez pour un bon pack d'hébergement.

2.5 Repenser cette barre latérale

Avez-vous vraiment besoin de créer des liens avec tous vos amis sur le site de votre blogroll ? Ou est-il peut-être plus sage de le faire en première page ? de nos jours, Google et les autres moteurs de recherche réduisent fortement les liens à l'échelle du site. Vous ne faites donc plus la faveur à vos amis en leur donnant ce lien sur l'ensemble du site. Vous ne vous aidez pas vous-même : vous permettez à vos visiteurs de sortir de votre site. Partout, quand vous voulez réellement qu'ils naviguent un peu.

Il en va de même pour les moteurs de recherche : sur les pages à publication unique, ces liens ne sont pas nécessairement liés au sujet à traiter et ne vous aident donc pas du tout. Donc : débarrassez-vous d'eux. Il y a probablement plus de widgets comme ceux-ci qui n'ont de sens que sur la page d'accueil et d'autres que vous ne voudriez que sur des sous-pages.

Un jour, vous pourrez probablement changer cela à partir de WordPress. Pour le moment, il vous oblige à utiliser deux barres latérales, une sur la page d'accueil et l'autre sur les sous-pages, ou à écrire des plug-ins spécifiques.

2.6 sitemaps HTML

Pour certains sites, un plan Sitemap HTML peut être absurde, en particulier lorsque votre site est réellement un blog. Pour les sites de type entreprise comportant plusieurs niveaux de pages, un plan Sitemap HTML peut en réalité être très bénéfique pour les utilisateurs et les moteurs de recherche. Il serait un bon début de créer un modèle de page HTML pour le plan de votre site WordPress.

3 Advanced WordPress SEO et dupliquer le contenu

Une fois que vous avez terminé toutes les tâches de base, vous constaterez que le reste des problèmes n'est plus qu'une chose simple : dupliquer le contenu. Beaucoup de choses en fait. WordPress est livré avec différents types de taxonomie :

1. Basé sur la date
2. Basé sur la catégorie
3. Tag basé

À côté de cela, il semble que vous ayez réellement besoin de pouvoir cliquer de page en page à partir de la page d'accueil, en revenant au premier message que vous avez déjà publié. Enfin et surtout, chaque auteur possède également ses propres archives, sous `/author/<author-name>/`, ce qui permet de dupliquer complètement le contenu d'un blog auteur unique.

En gros, cela signifie que, dans le pire des cas, une publication est disponible sur 5 pages en *dehors* de la page unique où elle *devrait* être disponible. Nous allons nous débarrasser de tous ces pools de contenu en double, en leur permettant toujours d'être spidered, mais non indexés, et en résolvant les problèmes de pagination liés à ces éléments.

3.1 No index, suivez les pages d'archives et désactivez certaines archives

En utilisant le plug-in Yoast SEO, veillez à éviter l'indexation (voire l'existence) de pages d'archive ne s'appliquant pas à votre site. Vous faites cela sous Apparence de référencement → Recherche, où vous trouverez les options suivantes dans l'onglet «Archives» :

The screenshot shows the Yoast SEO 'Archives' settings page. At the top, there are tabs for 'General', 'Content Types', 'Media', 'Taxonomies', 'Archives', 'Breadcrumbs', and 'RSS'. Below the tabs is a 'NEED HELP?' button. The main section is titled 'Archives settings help'. Underneath, there's a section for 'Author archives settings'. It includes three toggle switches: 'Author archives' (set to 'Enabled'), 'Show author archives in search results?' (set to 'Yes'), and 'Show archives for authors without posts in search results?' (set to 'No'). Below these are two text input fields for 'SEO title' and 'Meta description'. The 'SEO title' field contains the snippet 'Name , Author at Site title Page number' and has an 'Insert snippet variable' button. The 'Meta description' field contains the text 'Modify your meta description by editing it right here' and also has an 'Insert snippet variable' button. At the bottom, there's a section for 'Date archives settings' with a toggle switch set to 'Disabled'.

General Content Types Media Taxonomies Archives Breadcrumbs RSS

NEED HELP? ▾

Archives settings help ?

Author archives settings

Author archives

Enabled Disabled

Show author archives in search results? ?

Yes No

Show archives for authors without posts in search results? ?

Yes No

SEO title + Insert snippet variable

Name , Author at Site title Page number

Meta description + Insert snippet variable

Modify your meta description by editing it right here

Date archives settings

Date archives

Enabled Disabled

Les paramètres ci-dessus sont les paramètres de notre site. Comme vous pouvez le constater, les archives basées sur la date ont été complètement désactivées, car nous ne les utilisons pas. Tout lien basé sur la date sera redirigé vers notre page d'accueil en raison de ce paramètre. Nous n'avons pas modifié les archives de l'auteur, mais nous avons défini les sous-pages de ces archives comme étant no index, suivies par défaut. Ainsi, vous ne pourrez jamais atterrir sur la page 2 des archives de notre site à partir des moteurs de recherche.

Sur des sites plus petits, il est peut-être judicieux de ne pas indexer la structure des catégories ou des balises, mais selon notre expérience, ne pas indexer ceux de yoast.com ne fait que peu ou pas de changement.

Il existe un type d'archive qui est no index, suivi également par défaut dans le plug-in Yoast SEO : les pages de résultats de recherche. Il s'agit d'une meilleure pratique de Google pour laquelle un paramètre est laissé de côté car vous devriez simplement l'avoir de toute façon.

La manière dont Google gère les archives paginées a beaucoup changé depuis qu'ils ont introduit leur prise en charge des liens `rel="next"` et `rel="prev"`. Ce qui est un peu trop technique pour être complètement énuméré ici, mais il suffit de dire que le plug-in Yoast SEO prend en charge *tous* les changements nécessaires. Automatiquement

3.2 Désactiver les archives inutiles

Si votre blog est un blog à un seul auteur ou si vous pensez ne pas avoir besoin des archives de l'auteur, utilisez WordPress SEO pour désactiver les archives de l'auteur. De plus, si vous ne pensez pas avoir besoin d'une archive avec date : désactivez-la comme nous l'avons. Même si vous n'utilisez pas ces archives dans votre modèle, quelqu'un pourrait créer un lien vers elles et casser ainsi votre référencement WordPress...

3.3 Pagination

Troisièmement, vous devez vous assurer que si un bot accède à une page de catégorie, il peut atteindre toutes les pages sous-jacentes sans problème. Sinon, si vous avez beaucoup de posts dans une catégorie, un bot pourrait devoir revenir en arrière de 10 pages avant de pouvoir trouver le lien vers l'un de vos supers posts précédents...

Il y a une solution facile, en fait, il y a plusieurs plug-ins qui traitent de cela. Notre préféré est de loin WP-PageNavi, mis à jour par Scribu, l'un des meilleurs développeurs WordPress du moment. Avec la plupart des thèmes WordPress vous pouvez simplement activer la navigation numérique sous Paramètres du thème → Archives de contenu.

3.4 Canonical

En février 2009, les principaux moteurs de recherche ont introduit l'élément `rel="canonical"`. Ceci est un autre utilitaire pour aider à lutter contre le contenu en double. WordPress prend en charge de manière intégrée les éléments de lien canoniques sur des publications et des pages uniques, mais présente quelques légères anomalies. Il ne génère pas de liens canoniques sur une autre page. Avec notre plugin Yoast SEO activé, vous obtenez automatiquement des éléments de lien canoniques pour *chaque* type de page dans WordPress.

4 Une structure pour le meilleurs classement

Les blogs sont ailés si facilement en raison de leur structure de catégories, balises, etc. : tous les articles sont bien liés, et généralement, le balisage est beau et propre. Cependant, tout cela a un prix : votre force de classement est diluée. Ils sont dilués par une simple chose : les commentaires.

4.1 Pages au lieu de messages

Vous avez probablement déjà remarqué, ou vous voyez maintenant, que cet article de WordPress SEO est en réalité... pas un article. C'est une page. Pourquoi ? Eh bien pour plusieurs raisons. Tout d'abord, cet article devait être une page «fille» de notre page WordPress, pour être à la bonne place sur ce blog. Deuxièmement, pour classer le terme [WordPress SEO], cet article doit avoir la densité de mots clés appropriée. Et c'est là que les choses tournent mal. Les commentaires détruisent la densité de mots clés soigneusement construite.

C'est pourquoi nous avons transformé nos articles les plus importants en pages. De cette façon, vous pouvez facilement les mettre à jour et faire un nouveau post sur ce que vous avez changé.

4.2 Nouveau vin dans une vieille bouteille

Si une publication sur votre blog devient incroyablement populaire et commence à se classer pour un mot clé aussi intéressant que celui-ci pour WordPress SEO, vous pouvez procéder comme suit

- Créer une nouvelle **page** avec un contenu mis à jour et amélioré
- Changer le slug de l'ancien **post** en **post-name-original**
- Publier la nouvelle page sous l'URL de l'ancien message ou rediriger l'URL de l'ancien message vers la nouvelle URL
- Envoyer un e-mail à toutes les personnes ayant lié à votre ancien message que vous avez mises à jour et améliorées
- Attendez que les liens entrent à nouveau ;
- Placez-vous encore plus haut pour la durée souhaitée, comme vous l'avez maintenant :
 - Plus de contrôle sur la densité des mots clés
 - Encore plus de liens pointant vers l'article
 - La possibilité de continuer à mettre à jour l'article à votre guise pour améliorer son contenu et son classement

Certains d'entre vous diront : 301 j'aurais pu rediriger l'ancien message vers le nouveau avec le même effet. Vrai. sauf que : vous perdriez les commentaires de l'ancien billet, ce qui est à notre avis un signe de manque de respect envers les gens qui ont pris le temps de commenter, et les redirections 301 prennent parfois pas mal de temps. Bien sûr, vous devez traiter cette technique avec précaution et ne pas en abuser pour classer d'autres produits, mais nous pensons que cela peut être fait dans l'intérêt de tous. Par exemple, cet article : si vous êtes venu ici via un site de média social tel que Facebook et que vous attendez un article sur WordPress SEO, c'est exactement ce que vous avez !

4.3 Liens vers des articles liés

Les liens internes sont extrêmement importants pour aider Google à comprendre la structure de votre site . Vous devez non seulement afficher les publications associées sous votre publication, mais également créer des liens dans votre texte vers d'autres publications connexes . Plus un article ou une page contient de liens, plus il sera important pour le moteur de recherche. Dans Yoast SEO, nous avons maintenant un compteur de liens texte . Si vous voyez qu'un de vos articles essentiels, ou pierre angulaire , contient très peu de liens, vous pouvez commencer à y travailler immédiatement.

Dans Yoast SEO Premium, nous proposons même un outil de liaison interne qui vous aide à trouver les bons messages ou les bonnes pages de liens.

4.4 Aller facile sur les balises

L'un des problèmes les plus courants que nous rencontrons sur les sites est la surutilisation de balises. Notez qu'un tag en soi n'améliore pas votre référencement. La seule façon d'améliorer votre référencement consiste à associer un contenu à un autre, et plus particulièrement un groupe de publications. En savoir plus sur l'utilisation des balises et des catégories pour le référencement .

5 Optimisation de la conversion

Demandez à ces lecteurs de s'abonner !

Beaucoup de blogueurs pensent encore que, leur blog *étant* un blog, ils ne doivent rien optimiser. Faux. Pour amener les gens à créer un lien vers vous, ils doivent lire votre blog. Et qu'est-ce qui selon vous est le plus facile : demander à quelqu'un qui visite déjà votre blog de s'y rendre régulièrement, *puis de le* lier à votre blog, ou de faire en sorte que quelqu'un qui visite votre blog pour la première fois le fasse immédiatement ?

Une des choses que nous avons jugées très importantes, et de plus en plus de blogueurs semblent l'avoir trouvée, c'est qu'un bouton d'abonnement RSS est très important, tout comme un moyen de s'abonner par courrier électronique. Nous proposons une option d'abonnement hebdomadaire par courrier électronique, à l'aide de MailChimp, et nous avons constaté que les gens ont tendance à cliquer dessus.

Une autre chose à prendre en compte est le moment où les gens pourraient vouloir s'abonner à votre blog. S'ils viennent de terminer la lecture de l'un de vos articles et qu'ils l'ont vraiment aimé, ce serait le moment idéal pour les atteindre, n'est-ce pas ? c'est pourquoi de plus en plus de personnes ajoutent des lignes comme celle-ci à la fin de leurs messages : «Vous avez aimé ce message ? Abonnez-vous à notre newsletter et obtenez beaucoup plus ! »

Un autre bon moment pour amener les gens à s'abonner est lorsque les gens viennent juste de commenter votre blog pour la première fois. C'est pourquoi nous utilisons notre propre plugin de redirection de commentaires. Ce qui nous amène au prochain aspect majeur de WordPress SEO :

Optimisation des 6 commentaires

Faire participer ces lecteurs

Les commentaires sont l'un des aspects les plus importants des blogs. Comme le dit Wikipedia :

La possibilité pour les lecteurs de laisser des commentaires dans un format interactif est une partie importante de nombreux blogs.

Les commentaires ne sont pas seulement agréables, car les gens vous disent à quel point vous êtes spécial, que vous avez commis une erreur ou quoi que ce soit d'autre qu'ils doivent vous dire. Surtout, ils sont gentils, parce qu'ils font preuve d'engagement. Et l'engagement est l'un des facteurs les plus importants pour amener les gens à se lier à vous : ils vous montrent qu'ils se soucient et ils ouvrent la conversation. Il vous reste plus qu'à réagir et à construire une relation !

6.1 Comment amener les gens à commenter

Le moyen le plus simple d'amener les gens à faire quoi que ce soit est de leur demander de le faire. Écrivez dans un style engageant, puis demandez aux lecteurs de votre blog leur opinion, leur point de vue sur l'histoire, etc.

Une autre chose importante est votre lien de commentaire. Est-ce que votre lien de commentaire "Pas de commentaires" ? Ou est-ce «Pas encore de commentaires, vos pensées sont les bienvenues» ? Sentir la différence ? Vous pouvez changer cela en ouvrant votre modèle `index.php` , en recherchant `comments_popup_link()` et en modifiant les textes au sein de cette fonction.

6.2 Lien avec vos commentateurs

Une autre chose à faire est de remercier les gens qui ont commenté votre blog. Pas à chaque fois, parce que c'est agaçant, mais le faire la première fois est une très bonne idée.

Justin Shattuck a pensé la même chose et a créé le plugin Comment Relish qui envoie un email après que quelqu'un ait fait son premier commentaire. Malheureusement, ce plugin n'est plus maintenu. Une autre option, qui est maintenue et qui est également un peu moins intrusive / spammy, consiste à installer notre plugin de redirection de commentaire. Ce plugin vous permet de rediriger les personnes qui ont fait leur premier commentaire vers une page de remerciement spécifique.

6.3 Garder les gens dans la conversation

Maintenant que les gens ont rejoint la conversation sur votre blog, vous devez vous assurer qu'ils *restent* dans la conversation. C'est pourquoi vous devez installer le plug-in subscribe to comments, qui permet aux utilisateurs de s'abonner à un fil de commentaire, comme ils le feraient sur un forum, et de leur envoyer un courrier électronique à chaque nouveau commentaire. De cette façon, vous pouvez continuer la conversation et peut-être que vos lecteurs vous donneront de nouveaux angles pour de nouveaux articles.

7 SEO hors site

Si vous avez suivi tous les conseils ci-dessus concernant WordPress SEO, vous avez de grandes chances de réussir, à la fois en tant que blogueur *et* dans les moteurs de recherche. Maintenant, la dernière étape semble facile, mais ne l'est pas. Allez-y et *parlez* aux gens en ligne.

7.1 Suivez vos commentateurs

Il y a un moment que le mouvement Web se nomme «Vous commentez, je suis». Ils veulent que vous supprimiez la balise no follow de vos commentaires pour «récompenser» vos visiteurs. Maintenant, nous sommes d'accord, mais... vous obtenez beaucoup de spam lorsque votre blog WordPress devient un blog bien classé... Ce que nous préconisons cependant, c'est que vous suiviez *réellement* vos visiteurs ! Allez sur leurs sites Web et laissez un commentaire sur l'un de leurs articles, un bon commentaire perspicace, afin qu'ils vous respectent encore plus.

Si vous pensez que cela représente beaucoup de travail, sachez qu'en moyenne, environ 1% de vos visiteurs laisseront un commentaire. C'est un groupe de personnes dont vous *devez* vous occuper !

7.2 Utiliser Twitter

Twitter est une forme intéressante de micro-blogging / discussion en ligne / comme vous voulez l'appeler. Presque toutes les personnes «cool» sont présentes et lisent leurs tweets plus souvent que leurs courriels, si vous saviez même comment les joindre par e-mail.

Pour démarrer, si vous utilisez WorldTwit ou Twitter Tools, tous vos messages peuvent être annoncés sur Twitter, ce qui vous permettra généralement d'obtenir de nombreux lecteurs précoces ! Les gens se sentiront encore plus heureux de commenter sur Twitter, ce qui pourrait vous amener à une conversation supplémentaire ou à deux.

7.3 Trouver des blogs liés et les travailler

Si vous souhaitez classer certains mots clés, allez sur Google et identifiez les blogs classés dans le top 10 pour ces mots clés. Lisez ces blogs, commencez à poster des commentaires perspicaces, faites le suivi de leurs articles en publiant un article sur votre propre blog et créez un lien vers eux : *communiquez* ! Le seul moyen d'obtenir les liens dont vous avez besoin pour classer est de faire partie de la communauté.

8 Résultats de mesure

Une bonne campagne de référencement repose non seulement sur la mise en œuvre de changements, mais également sur la mesure de l'impact de ces changements, sur ce qui fonctionne et plus encore. Google Analytics et mon préféré getCliky sont deux excellents logiciels d'analyse permettant de mesurer les résultats. Les plugins utiles pour ces progiciels d'analyse sont MonsterInsight et le plugin Clicky.

Vous pouvez également mesurer les résultats en effectuant un suivi des classements. Le problème du suivi des classements est qu'il est difficile de déterminer de «vrais» classements en raison de résultats de recherche personnalisés et localisés. Vraiment, le meilleur résultat d'être bon chez WordPress SEO est d'obtenir plus de trafic.

Google Search Console est une autre excellente source de données. En exportant et en triant vos requêtes de recherche et vos données d'impressions, il est facile d'identifier les opportunités permettant d'améliorer les taux de clics, le contenu et / ou les classements.

9 Conclusions sur WordPress SEO

Ce guide vous donne *beaucoup* de choses que vous pouvez faire sur votre site WordPress. Cela va des astuces techniques aux astuces de conversion, en passant par les astuces concernant le contenu, les astuces pour la conversation, etc. Il y a cependant un inconvénient : si vous souhaitez vous classer à des conditions très compétitives, vous devez en *faire l'essentiel* et créer un contenu attrayant et convaincant au cours du processus.

Si vous souhaitez vous tenir au courant des dernières nouvelles concernant WordPress et le référencement n'hésitez pas à contacter Site87.