



première.page

Netlinking : comment choisir ses liens pour une stratégie SEO efficace ?

Les indispensables du netlinking expliqués simplement

Pourquoi ce livre blanc va changer votre façon de voir le netlinking ?

99%

des stratégies SEO font intervenir, à un moment, le netlinking



Le netlinking est à la base de toutes les stratégies SEO mises en place par toute bonne agence ou expert digne de ce nom. Il ne tient qu'à vous d'essayer de ranker en première page sans lien, et dans ce cas, vous ne lirez ce livre blanc que dans quelques mois, quand vous aurez compris que le netlinking est un pilier essentiel d'une stratégie SEO efficace.

Plutôt que de vous vendre des services de netlinking comme le font beaucoup d'agences SEO, j'ai décidé de partager toutes mes astuces et mes secrets dans ce guide complet. Mon objectif est de vous permettre d'améliorer votre stratégie de netlinking par vous-même et d'obtenir de meilleurs résultats en référencement naturel.

Grâce à ce livre blanc, vous saurez exactement comment choisir les bons backlinks qui feront grimper votre site dans les résultats de recherche Google. Vous apprendrez à éviter les pièges des mauvais liens qui pourraient vous pénaliser. Et vous découvrirez des techniques pour créer des backlinks de qualité qui apporteront crédibilité et autorité à votre site web.

En appliquant mes conseils, vous optimiserez vos efforts en matière de netlinking et vous gagnerez un temps précieux. Votre site progressera plus rapidement dans les SERP et vous obtiendrez une hausse significative de trafic. **Qu'attendez-vous pour monter dans le train ?**



QUI SUIS-JE ?

Chef de projet SEO, passionné de netlinking



J'attribue une partie de mon attrait pour le netlinking à l'agence Première Page, qui m'a permis de découvrir ce vaste monde dans le monde déjà complexe du SEO. Un grand merci à Franck, mon mentor du linking, ainsi que Swann mon mentor de toujours. Un grand merci à Jérôme également de m'avoir permis d'en arriver là où je suis aujourd'hui.

Lucas Labrousse

CONTEXTE

Chef de projet SEO junior en agence, j'ai décidé de pousser mes compétences dans le domaine du netlinking. Je vous présente donc ce livre blanc, qui pour moi représente 1 an de recherches, d'études, et de tests sur les différents axes de développement du netlinking et sa place dans une stratégie SEO.

OBJECTIFS

- 1 Apporter de la plus-value accessible gratuitement aux personnes qui souhaite développer leurs connaissances dans le netlinking.
- 2 Aider nos clients à comprendre plus facilement les tenants et aboutissants des campagnes de netlinking que nous mettons en place.
- 3 Me positionner comme futur expert dans le domaine du netlinking.

QUELS SONT MES RÉSULTATS ?

+45
CLIENTS ACCOMPAGNÉS

+12 850
MOTS-CLÉS EN TOP 10

+600
LIENS MIS EN PLACE

+850%
DE TRAFFIC SUR LES SITES ACCOMPAGNÉS

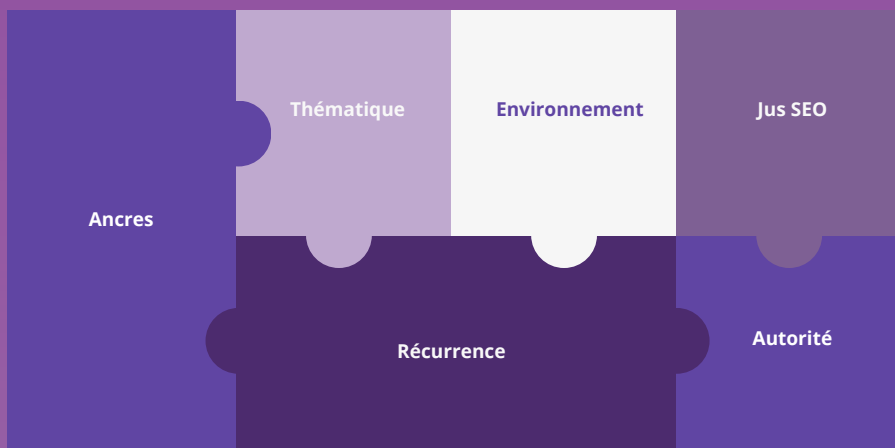
Sommaire

Qu'est ce que le netlinking ?	4
L'influence des backlinks sur les positions	5
Témoignage	8
Les gains d'une bonne stratégie de netlinking	9
Pas de gains sans risques	10
Discerner les bons liens des mauvais	10
La qualité d'un lien	13
Les mauvais liens	14
Analyser des liens	16
Les piliers du netlinking	18
Comment choisir ses liens ?	22
Comment obtenir des liens ?	30
Etude de cas : impact d'une campagne de netlinking	32

On revoit les bases : qu'est ce que le netlinking ?

Netlinking / backlinks

Le netlinking est une des techniques utilisées dans une stratégie de référencement naturel (SEO) pour gagner en notoriété auprès des moteurs de recherche. Il s'agit d'obtenir des liens d'autres sites (backlinks) pointant vers notre site. Cette pratique s'inscrit en complément de l'optimisation des 2 autres piliers du SEO qui sont le on-site et la technique.



Les backlinks influencent-ils vraiment la position d'une page sur Google ?

OUI

Je ne peux pas être plus clair ... et je vais tout vous expliquer



Google utilise des systèmes de classement automatisés, qui analysent de nombreux facteurs et signaux concernant des centaines de milliards de pages Web et d'autres contenus dans son index de recherche, afin de présenter les résultats les plus utiles et les plus pertinents à ses internautes.

Les backlinks, également connus sous le nom de liens entrants, sont des liens provenant d'autres sites Web qui pointent vers votre site. Ils jouent un rôle crucial dans la stratégie de référencement naturel et ont un impact significatif sur la position d'une page sur Google.

Cela s'explique par le fait que Google considère les backlinks comme un indicateur de confiance et de crédibilité pour un site Web. En d'autres termes, plus vous avez de liens de qualité pointant vers votre site, plus Google est susceptible de considérer votre contenu comme pertinent et utile pour les utilisateurs, ce qui se traduit par un meilleur classement dans les résultats de recherche.

En résumé : les backlinks ont donc bel et bien un impact sur le classement d'un site web, au même titre que l'expérience utilisateur ou le contenu textuel.

Les backlinks influencent-ils vraiment la position d'une page sur Google ?

CAS D'ETUDE SEMRUSH : L'IMPORTANT DES CRITÈRES DE CLASSEMENT

1 NOMBRE DE BACKLINKS / DOMAINES RÉFÉRANTS

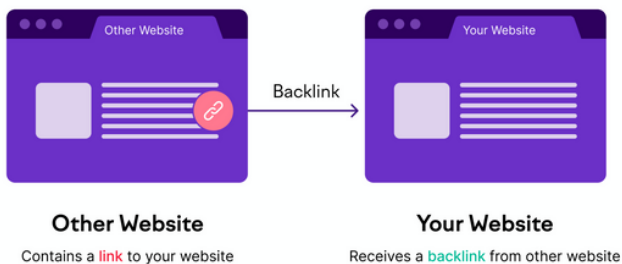
les pages qui apparaissent en tête des résultats de recherche pour une requête donnée bénéficient généralement d'un grand nombre de backlinks de qualité.

2 DOMAINES ET ADRESSES IP DISTINCTES

Les liens proviennent d'une variété de domaines et d'adresses IP distinctes, et sont associés à des ancres diversifiées. Pour atteindre les premières positions dans les résultats de recherche, il est essentiel de mettre en place une stratégie de netlinking solide et diversifiée.



Les backlinks influencent-ils vraiment la position d'une page sur Google ?



L'étude réalisée par **SEMURSH** révèle que les pages qui apparaissent en tête des résultats de recherche pour une requête donnée bénéficient généralement d'un **grand nombre de backlinks**. Ces liens proviennent d'une **variété de domaines** et **d'adresses IP distinctes**, et sont associés à des **ancres variées**. Cela démontre que pour atteindre les premières positions dans les résultats de recherche, il est essentiel de mettre en place une **stratégie de netlinking** solide et **diversifiée**.

Les **backlinks** demeurent un **indicateur clé** pour le **classement des pages** Web sur Google, et pour maximiser leur impact, vous devez tenir compte de divers facteurs tels que la **notoriété du site**, la **qualité du contenu** et la **diversification des liens**. En adoptant une approche globale et équilibrée, vous serez en mesure d'optimiser votre stratégie de netlinking et d'**améliorer significativement votre classement dans les résultats de recherche**.

Le lien, la constante à travers les époques

Depuis la création de Google en 1998, les algorithmes de recherche ont subi de nombreuses modifications pour améliorer la pertinence et la qualité des résultats proposés aux utilisateurs. Malgré ces évolutions constantes, un élément reste invariablement au cœur du référencement naturel : les liens. En effet, les liens sont un indicateur de confiance qui permet à Google de classer les pages web selon leur pertinence et leur autorité.

Andrey Lipattsev, senior strategist chez Google, a confirmé l'importance des liens dans le classement des pages lorsqu'il a été interrogé sur les principaux facteurs de positionnement. Sa réponse fut sans équivoque : **"Je peux vous dire ce qu'ils sont. Le contenu. Et les liens qui pointent vers votre site."**



Cette déclaration souligne l'importance accordée aux liens depuis la naissance de Google jusqu'à aujourd'hui. Les liens ont toujours été considérés comme une preuve de confiance et de crédibilité pour un site web. Lorsqu'un site établit un lien vers un autre, il est perçu comme une recommandation ou un vote de confiance, indiquant que le contenu du site lié est pertinent et utile.

Au fil des années, Google a affiné ses algorithmes pour mieux évaluer la qualité et la pertinence des liens, pénalisant les pratiques abusives telles que l'achat de liens ou la création de réseaux de liens artificiels. Cependant, l'importance du netlinking dans le référencement naturel n'a jamais diminué.

Aujourd'hui, les liens restent un facteur clé pour différencier les sites web et déterminer leur positionnement dans les résultats de recherche. Les efforts de netlinking doivent toutefois être menés avec soin et éthique, en privilégiant la qualité et la pertinence des liens obtenus plutôt que leur quantité.

Les gains d'une bonne stratégie de netlinking

QUEL EST LE RÔLE D'UN BACKLINK ?

Comme nous venons de le démontrer juste avant, les différents algorithmes de classement du moteur de recherche de **Google s'appuie constamment sur les liens** pour **définir les positions des sites** sur les SERP. Un backlink, voulu ou non voulu, permettra d'envoyer un bon **signal aux algorithmes**, mais cela peut en réalité aller bien plus loin que ça. Regardons un peu plus en détails les **3 axes majeurs de valorisation d'un backlink dans votre stratégie** :

3 GAINS MAJEURS

1 CONSOLIDER SON AUTORITÉ

En provenant d'un site ayant une autorité élevée, un backlink transmet cette autorité à la page cible. Cela renforce la crédibilité et la fiabilité du site aux yeux de Google, ce qui est primordial pour un bon positionnement dans les SERP.

2 OBTENIR DU JUS DE LIENS (LINK JUICE)

Les backlinks transmettent également ce qu'on appelle le "jus de lien" ou "link juice" en anglais. Il s'agit de la valeur SEO que le lien entrant apporte à la page cible. Un backlink de qualité provenant d'une page au PageRank élevé transmettra plus de jus de lien et aura donc un impact plus significatif sur le référencement naturel de la page cible.

3 SOURCE DE TRAFFIC SUPPLÉMENTAIRE

Un bon backlink peut également générer du trafic direct vers la page cible. Les internautes naviguant sur le site source peuvent cliquer sur ce lien et être redirigés vers la page cible. Ce trafic qualifié et pertinent contribue à améliorer la popularité et la pertinence du site aux yeux des moteurs de recherche.

Pas de gains sans risques

QUELS SONT LES RISQUES LIÉS AU NETLINKING ?

Le netlinking, bien qu'essentiel pour améliorer la visibilité et le classement d'un site Web, comporte également certains risques si les pratiques employées ne sont pas conformes aux directives de Google.

4 RISQUES POTENTIELS

1 LES PÉNALITÉS GOOGLE

Si Google détecte que vous utilisez des techniques de netlinking non éthiques ou contraires à ses directives, telles que l'achat de liens, l'échange excessif de liens ou la création de réseaux de liens artificiels, votre site peut être pénalisé. Les pénalités peuvent se traduire par une baisse significative de votre classement dans les résultats de recherche, voire par une suppression complète de l'index de Google.

2 BAISSE DES POSITIONS

Obtenir des backlinks provenant de sites Web à faible autorité, de mauvaise réputation ou sans rapport avec votre thématique peut nuire à votre classement plutôt que de l'améliorer. Google accorde de l'importance à la qualité des liens pointant vers votre site, et des liens de mauvaise qualité peuvent donner l'impression que votre contenu n'est pas pertinent ou digne de confiance.

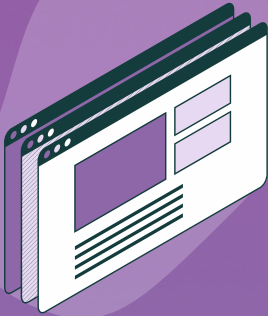
3 PERTE DE TEMPS ET D'ARGENT

Le netlinking nécessite un investissement en temps et en ressources pour obtenir des liens de qualité. Si vous adoptez des pratiques de netlinking inefficaces ou non conformes aux directives de Google, vous risquez de gaspiller du temps et de l'argent sans obtenir les résultats souhaités.

4 ATTAQUES NÉGATIVES SEO

Il est possible que des concurrents malveillants créent intentionnellement des liens de mauvaise qualité vers votre site dans le but de nuire à votre réputation et à votre classement sur Google. Ces attaques, appelées "Negative SEO", peuvent être difficiles à détecter et à contrer.

Discerner les bons liens des mauvais



Comprendre et éviter les risques liés au netlinking c'est connaître la frontière entre les bonnes et les mauvaises pratiques.

Comment savoir si je fais correctement des liens ? Comment savoir si je fais de bons liens ? Qu'est-ce qui est considéré comme un mauvais lien ?

Pour répondre à ces questions, nous nous devons de prendre en compte les directives de Google et les meilleures pratiques du marché. Voici quelques critères clés pour évaluer la qualité d'une stratégie de backlinks et distinguer les bonnes pratiques des mauvaises liens et distinguer les bonnes pratiques des mauvaises : :

✦ **Pertinence thématique :**

Un bon lien provient d'un site traitant d'un sujet similaire ou complémentaire à celui de votre site. Les liens provenant de sites sans rapport avec votre thématique sont considérés comme de mauvaise qualité et peuvent nuire à votre classement.

✦ **Autorité du domaine émetteur :**

Les liens provenant de sites Web ayant une forte autorité de domaine (DA) sont généralement plus bénéfiques pour votre référencement que ceux provenant de sites ayant une faible DA. Les liens de mauvaise qualité proviennent souvent de sites à faible autorité, de fermes de liens ou de réseaux de liens artificiels.

Discerner les bons liens des mauvais



✦ **Nature et contexte du lien :**

Un bon lien est généralement placé dans un contenu pertinent et de qualité, et apporte une valeur ajoutée aux lecteurs. Les liens de mauvaise qualité sont souvent insérés de manière artificielle ou cachée, dans des commentaires, des pieds de page ou des contenus peu pertinents.

✦ **Diversité des sources et des ancres :**

Une stratégie de netlinking efficace implique d'obtenir des liens provenant d'une variété de sources et associés à des ancres diversifiées.

La qualité d'un lien

On sait ce que le netlinking peut apporter dans une stratégie SEO, et on sait également les risques qui sont liés à une mauvaise utilisation. Découvrons donc un peu plus en détail ce que l'on entend par "mauvaise utilisation". En effet, lors d'une campagne de netlinking, certaines mauvaises pratiques sont à éviter. L'idée avant de vous donner tous les tips pour choisir un bon lien c'est avant tout de vous expliquer ce qu'est un mauvais lien.

EXISTE-T-IL DES MAUVAIS LIENS ?

On peut penser qu'un lien est un lien, et que peu importe là où il est placé, celui-ci enverra dans tous les cas un signal à Google et ne fera que renforcer la notoriété du site en question. Et c'est là que rentre en jeu la THEMATIQUE.

Un lien est un lien, mais un lien est un mauvais lien s'il n'est pas thématiqué. Je m'explique : si le lien qui pointe vers votre site n'est pas dans un environnement sémantique adéquat alors il perd en pertinence. Si ce lien est fait sur un site qui n'a rien à voir avec le votre alors il n'est pas non plus considéré comme pertinent.



1

LIEN SPAM

Un lien SPAM est un lien d'un site à thématique pénalisante. Cela peut être, les jeux d'argent, la pornographie, ou les sujets illégaux.

2

LIEN NON THÉMATISÉ

Un lien non thématiqué est un lien qui n'a pas de point d'accroche avec la thématique dont traite votre site.

Les mauvais liens

① LIEN NON THÉMATISÉ

Les **liens de mauvaise qualité** sont notamment les **backlinks non thématisés**. Ces liens proviennent de sites dont la **thématique est différente ou non pertinente par rapport au site cible**. Bien que ces liens ne soient pas nécessairement considérés comme du spam, ils peuvent avoir un **impact négatif sur le SEO** et la perception des moteurs de recherche envers le site cible.

Pertinence réduite :

Les moteurs de recherche, tels que Google, accordent une grande importance à la pertinence des liens entrants. Un lien provenant d'un site non pertinent peut être perçu comme moins utile ou moins naturel, ce qui peut entraîner une diminution de la valeur SEO transmise par ce lien.

Dilution de l'autorité thématique :

Lorsqu'un site reçoit de nombreux liens non thématisés, cela peut diluer l'autorité thématique du site aux yeux des moteurs de recherche. En d'autres termes, le site cible peut être perçu comme moins pertinent ou moins spécialisé dans son domaine d'expertise.

Les mauvais liens

2 LIEN SPAM / TOXIQUE

Un **lien spam** ou toxique, également appelé **backlink spammy**, est un lien entrant non sollicité et de mauvaise qualité qui pointe vers un site web. Ces liens sont généralement créés dans le but d'essayer de **manipuler les algorithmes des moteurs de recherche** pour améliorer artificiellement le classement d'un site web. Les moteurs de recherche tels que Google ayant mis en place des mesures pour **détecter et pénaliser les sites utilisant ces pratiques** abusives, découvrez ce que sont considérés comme de mauvais liens :

Provenance de sites non pertinents :

Les backlinks toxics proviennent souvent de sites web dont les thématiques sont pénalisantes, à savoir la pornographie, les jeux d'argent etc ... Par exemple, un lien provenant d'un site de jeux en ligne pointant vers un site médical serait considéré comme un lien spam / toxique.

Sites de faible qualité :

Les liens spam sont souvent issus de sites de faible qualité ou de sites ayant un contenu dupliqué, peu pertinent, ou rempli de publicités intrusives.

Liens cachés :

Les liens spam peuvent être dissimulés dans du contenu, des images ou du code afin de tromper les utilisateurs et les moteurs de recherche.

Liens provenant de fermes de liens (link farms) :

Les fermes de liens sont des réseaux de sites créés uniquement pour générer et échanger des liens. Les moteurs de recherche pénalisent souvent les sites qui reçoivent des liens de ces fermes.

Liens générés automatiquement :

Les backlinks spammy peuvent être générés automatiquement par des logiciels ou des services en ligne, souvent en grand nombre et sans aucune considération pour la qualité ou la pertinence.

Analyser des liens

Factuellement, comment repérer un bon lien / mauvais lien ?

Les outils SEO tels que **Majestic**, **Ahrefs** et **Moz** offrent plusieurs indicateurs et statistiques pour **évaluer la qualité des liens entrants**. Voici les principaux éléments à prendre en compte pour **identifier un bon ou un mauvais lien** :

Domain Authority (DA) / Domain Rating (DR) :

Ces indicateurs, proposés respectivement par Moz et Ahrefs, mesurent l'autorité globale d'un domaine sur une échelle de 0 à 100. Un site avec un DA ou DR élevé est généralement considéré comme plus **fiable et autoritaire**. Recherchez des liens provenant de sites avec un DA/DR élevé.

Page Authority (PA) / URL Rating (UR) :

Également proposés par Moz et Ahrefs, ces scores estiment l'autorité d'une page spécifique. Un lien provenant d'une page avec un PA ou UR élevé est souvent plus précieux qu'un lien provenant d'une page avec un score faible.

Topical Trust Flow :

Cet indicateur de Majestic montre la **pertinence thématique** des liens entrants. Un bon lien doit provenir d'un site ayant un **Topical Trust Flow** élevé dans une **catégorie similaire à celle du site cible**.

Analyser des liens

Factuellement, comment repérer un bon lien / mauvais lien ?

Referring Domains :

Le nombre de **domaines référents** pointant vers un site peut être un indicateur de la popularité et de l'autorité d'un site. Toutefois, il est primordial de vérifier la qualité de ces domaines référents pour éviter les **liens spammy**.

Anchor Text :

Analysez le **texte d'ancrage** des liens entrants pour vérifier s'il est naturel et diversifié. Évitez les liens avec des **ancres sur-optimisées** ou non pertinentes.

Dofollow / Nofollow :

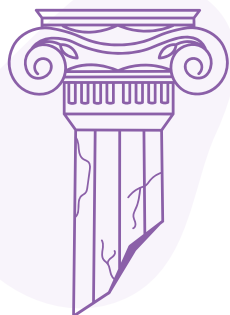
Les liens "dofollow" transmettent du **jus de lien** (link juice) et ont un impact sur le SEO, tandis que les liens "nofollow" n'en ont pas. Un bon profil de liens peut contenir un **mélange équilibré** de liens dofollow et nofollow (pas obligatoire).

Placement des liens :

Vérifiez l'**emplacement des liens** sur la page source. Les liens situés dans le contenu principal sont généralement plus précieux que ceux situés dans les commentaires, la barre latérale ou le pied de page.

Liens sortants :

Analysez le **nombre de liens sortants** sur la page source. Si une page contient un grand nombre de liens sortants, la valeur de chaque lien individuel sera diluée.



LES LIENS

Récapitulons, quels sont les piliers d'un bon netlinking ?

Les **pilliers du netlinking** existent pour garantir la qualité, la pertinence et la naturalité des liens qui pointent vers un site web. Ces piliers permettent de s'assurer que les liens obtenus dans le cadre d'une **stratégie de netlinking** respectent les **critères** et les **bonnes pratiques** établies par les moteurs de recherche.

LES 3 PILIERS D'UNE BONNE STRATÉGIE DE NETLINKING

1 L'ENVIRONNEMENT SÉMANTIQUE

Il garantit que les liens sont contextuellement pertinents et cohérents avec le contenu qui les entoure. Il permet de mieux comprendre la relation entre les pages liées pour le moteur de recherche.

2 L'ANCRE DU LIEN

Elle fournit une indication claire aux moteurs de recherche (et aux utilisateurs.) sur la page cible. Elle évite aussi les pratiques abusives, telles que l'optimisation excessive des ancres de liens.

3 LE SUPPORT DU SPOT

Permet de s'assurer que les liens proviennent de sources fiables et crédibles en évaluant la qualité des sites et des pages qui hébergent des liens entrants pour déterminer l'autorité et la fiabilité du site cible.

Les piliers d'un bon netlinking



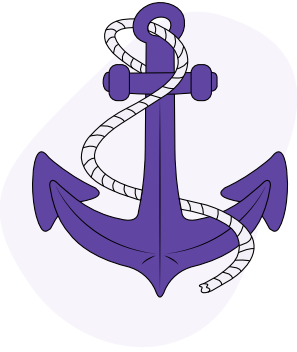
LES 3 PILIERS D'UNE BONNE STRATÉGIE DE NETLINKING

1 L'ENVIRONNEMENT SÉMANTIQUE

L'environnement sémantique fait référence à la pertinence thématique du contenu entourant le lien. Un bon lien doit être inséré naturellement dans un contexte pertinent et cohérent avec la thématique du site cible. Les moteurs de recherche accordent une grande importance à la pertinence du contenu et des liens, car cela garantit une meilleure expérience utilisateur et une navigation plus fluide entre les pages. Pour assurer un environnement sémantique approprié, il est essentiel de :

- Obtenir des liens provenant de sites et de pages ayant une thématique similaire ou complémentaire à celle du site cible.
- Veiller à ce que le contenu entourant le lien soit de qualité, unique et informatif.
- Éviter les liens provenant de sites non pertinents ou de pages au contenu générique et peu informatif.

Les piliers d'un bon netlinking



LES 3 PILIERS D'UNE BONNE STRATÉGIE DE NETLINKING

2 L'ANCRE DU LIEN

L'ancre du lien (ou texte d'ancrage) est le texte cliquable qui pointe vers le site cible. Il joue un rôle crucial dans la transmission de la pertinence et du contexte sémantique aux moteurs de recherche. Pour optimiser l'ancre du lien, il est important de :

- Utiliser des ancres de liens naturelles et diversifiées, incluant des mots-clés pertinents, des variations de mots-clés, des expressions génériques (ex. "cliquez ici") et des URL nues (ex. "www.example.com").
- Éviter les ancres de liens sur-optimisées et répétitives, car cela peut être perçu comme une tentative de manipulation des algorithmes de recherche.
- Veiller à ce que l'ancre du lien soit cohérente avec le contenu de la page source et la thématique du site cible.

Les piliers d'un bon netlinking



LES 3 PILIERS D'UNE BONNE STRATÉGIE DE NETLINKING

3 LE SUPPORT DES SPOTS

Le support du spot de lien fait référence au site et à la page spécifique sur laquelle le lien est placé. Un bon support de spot de lien doit offrir une valeur ajoutée aux utilisateurs et contribuer à renforcer l'autorité et la crédibilité du site cible. Pour choisir un support de spot de lien approprié, il est recommandé de :

- Privilégier les sites ayant une bonne autorité de domaine (DA) et une autorité de page (PA) élevée.
- Rechercher des sites et des pages ayant un contenu de qualité, une bonne réputation et une audience engagée.
- Éviter les sites de faible qualité, les fermes de liens et les pages contenant un grand nombre de liens sortants.
- S'assurer que le lien est placé de manière naturelle et visible dans le contenu principal, plutôt que dans les commentaires, la barre latérale ou le pied de page.

Et comment choisir ses liens ?

L'avis des experts SEO :

Vous savez dorénavant à peu près ce qu'est un bon lien, mais dans la pratique, sauriez vous choisir un lien utile pour votre stratégie ? Voici selon les experts les principaux éléments à regarder avant d'acquiescer un lien :

✦ **Visibilité du site dans ma thématique**

Comme nous le répétons depuis le début, la thématique est la clé pour un bon lien, vérifiez donc que le site dispose d'une visibilité dans votre thématique, cela renforcera la pertinence du lien et sa légitimité.

✦ **Emplacement possible pour mes liens**

Vous devez impérativement analyser le maillage interne vers les pages où mon lien peut être posé. Si le maillage est bien fait, le spot de votre lien bénéficiera d'un bon jus et sera logiquement plus puissant qu'une page mal maillée.

✦ **Domaine nettoyé du spam**

Regardez sur un outil si le domaine est considéré comme spammy.

✦ **Niveau de profondeur du spot**

Un spot de profondeur trop élevé apportera mon de jus et sera possiblement moins crawlé par les moteurs de recherche. (un peu illusoire vu que cela peut bouger)

✦ **Le trafic du site**

Un bon lien provient d'un spot qui lui même rank et qui apporte du trafic via le lien

Et comment choisir ses liens ?

Le nombre de pages qui se positionnent

Plus le site possède de page déjà positionnées plus il aura de trafic naturel, et plus la source est considérée comme autoritaire par les moteurs de recherche. Cela induira logiquement un bon jus de lien vers votre site.

Les domaines référents qui font du trafic

On commence à aller un petit peu loin ici, mais un lien sur un site qui lui possède des liens depuis des sites à trafic naturel, redistribuera un bien meilleur jus de lien.

Cohérence sémantique

On parlait avant de thématique, mais il est toujours bon de rappeler qu'une bonne cohérence sémantique de page à page ne sera que du plus. Du contenu qui match d'une page à l'autre apporte un complément et une vraie plus-value.

Qualité des contenus

On en oublierai presque l'essentiel ! Il faut évidemment regarder en détails la qualité de la rédaction des contenus du site mais aussi la qualité de l'UX de celui-ci.

Densité de liens sortants

Un site à taux trop élevé de liens sortant est à éviter, il peut être considéré comme une ferme à lien, et va simplement vous envoyer un lien moins puissant car dilué par les autres liens.

Quantité de mots clés qui génère du trafic

Plus le site dispose de mots clés positionnés apportant du trafic plus celui ci sera considéré comme légitime et autoritaire dans sa thématique. Un point non négligeable dans le choix d'un bon spot !

Et comment choisir ses liens ?

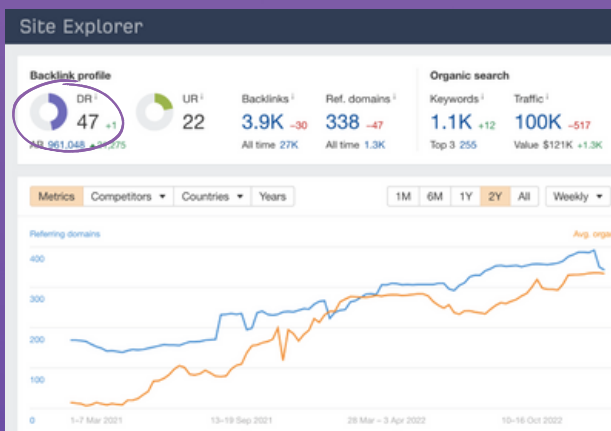
LES 5 QUESTIONS À SE POSER

Nous en avons déjà abordé en amont le choix des liens de qualité, mais ici je vais vous expliquer plus concrètement les process dans le choix de liens. Regardons donc d'un peu plus près sur des exemples, quelles sont les bonnes méthodes, les bons réflexes à avoir, et surtout les pièges à éviter.

Est ce que le site dispose d'une bonne autorité de domaine ?

L'autorité du domaine (Domain Authority - DA) est un indicateur clé de la valeur d'un backlink. Un lien provenant d'un site avec une forte DA aura plus de poids qu'un lien provenant d'un site avec une faible DA (jusque là rien de nouveau). Utilisez des outils tels que Moz's Link Explorer ou Ahrefs pour évaluer l'autorité du domaine d'un site.

Un petit DA enverra tout de même un signal, l'Autorité de domaine n'est pas une mesure sur laquelle se reposer, il faut aller plus loin. Cette métrique est là pour indiquer de la popularité ou non d'un site. Il faut donc la croiser avec d'autres données pour en tirer des conclusions.



DR via Ahref

Et comment choisir ses liens ?



Est ce que le site est qualitatif ? Est ce qu'il traite de ma thématique ?

- Checker la pertinence thématique

Le site qui pointe vers le vôtre doit être **pertinent** (toujours penser à cette pertinence thématique) par rapport à votre **secteur d'activité** ou à votre univers. Par exemple, un lien provenant d'un site de santé vers un site de mode peut ne pas être considéré comme "pertinent" par Google. Bien qu'il enverra toujours du jus ou un signal à Google, c'est mieux si le backlink est déposé sur un **site qui traite du même univers**.

- Regardez l'UX

Quand on regarde un site, en arrivant sur la page d'accueil on sait tout de suite à quoi s'attendre derrière. Regardez déjà visuellement si **le site est au "goûts du jours"**, ça vous donnera une première idée sur la façon dont il évoluera avec le temps. Ensuite regardez **l'arborescence**, voir si les **catégories vous semble pertinentes**, si le site est bien structuré, ça sera utile après pour savoir si les pages sont bien rangées et en corrélation avec la page où sera déposée votre lien.

- Checker la qualité des contenus en profondeur

Une fois que vous avez fait ce petit tour d'horizon rapide, rentrez dans des **pages de profondeur 2 ou 3** et épluchez quelques contenus. Plus les pages sont profondes moins il est censé y avoir de contenu. Si le **texte est soigné et bien écrit**, alors c'est que le site semble réglo.

Et comment choisir ses liens ?



Est ce que le site génère du trafic ? Est ce qu'il rank ?

Il n'est pas nécessaire que le site qui pointe vers le vôtre ait du **trafic naturel** ou de bonnes positions pour envoyer un **signal au crawler**, mais c'est tout de même un plus, et un gros plus ...

- Trafic souvent synonyme de bon ranking

Le **trafic organique** reflète bien souvent un contenu de qualité d'un site. Un site ne peut générer un trafic important et constant que s'il propose un **contenu pertinent, fiable** et mis à jour régulièrement. Ce sont des critères de qualité également recherchés par les moteurs.

- Trafic synonyme également de popularité

Le trafic naturel traduit également une **popularité** et une **autorité** sur des sujets précis. Un **site de référence** dans son domaine attire logiquement plus de visiteurs intéressés par ces **thématiques**.

- Bonnes perfs est souvent synonyme de bon spot

Les **performances SEO** d'un site influent positivement sur la valeur des backlinks qu'il émet. Un site bien référencé inspire **confiance** aux moteurs sur sa capacité à identifier d'autres sites pertinents à recommander.

Un site populaire bénéficie généralement de liens entrants en quantité et en qualité, amplifiant son autorité. Ses propres backlinks sont donc également plus valorisés.

Bien sûr, un **site de niche** peut fournir des **backlinks de qualité** sans pour autant générer un fort trafic. L'essentiel reste la **cohérence éditoriale** entre le site source et la page cible. Mais à valeur éditoriale égale, un backlink provenant d'un site **bien positionné, populaire** et **riche en contenu** de qualité sera considéré comme bien plus profitable par les moteurs de recherche. Le **trafic naturel n'est pas obligatoire**, mais sans doute un **critère de qualité supplémentaire très appréciable**.

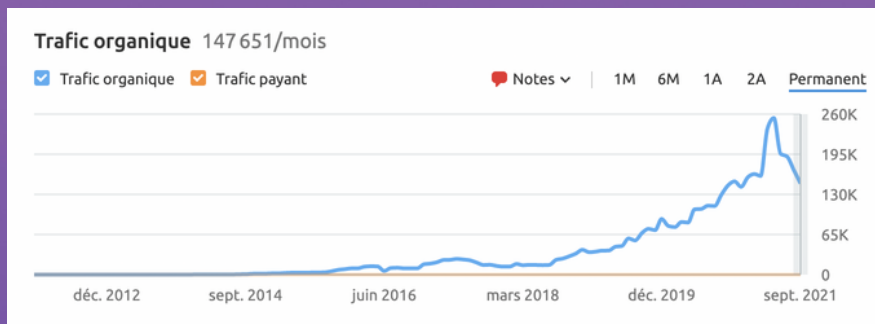
Et comment choisir ses liens ?



Est ce que le site génère du trafic ? Est ce qu'il rank ?

Pour estimer le trafic naturel d'un site et ainsi mieux juger de la valeur d'un backlink provenant de celui-ci, il existe plusieurs outils pratiques. Des extensions comme SimilarWeb ou MozBar pour Chrome permettent d'obtenir rapidement des **estimations sur le trafic mensuel** total du site ainsi que la répartition entre trafic payant et trafic organique.

L'outil SEMrush va plus loin en fournissant des données détaillées sur le **trafic organique par mots clés**. On peut ainsi vérifier si le site rank sur des **termes compétitifs** et à **fort volume de recherche**. SEMrush indique également la progression ou régression du trafic au cours des derniers mois.



Trafic organique via SEMrush

Malheureusement **sans outil payant**, difficile d'obtenir des chiffres à propos du potentiel trafic généré d'un site. Si vous n'avez pas accès à ces outils il vous faudra faire une **étude manuelle** sur les ranking du site et voir si celui ci rank sur les **mots clés à volume de recherche élevé ou moyen**.

Si le positionnement du site sur Google pour quelques mots clés liés à son secteur d'activité est bon, ou que le site apparaît en **première page**, voire dans le top 3, c'est le signe d'un **bon trafic naturel**.

Et comment choisir ses liens ?



Est ce que le site est une "ferme à liens" ? Est ce qu'il spam les liens externes ?

La **densité de liens externes** sur un site est un indicateur à prendre en compte pour juger de la **qualité d'un backlink**. En effet, un site avec trop de liens sortants peut être perçu par les moteurs de recherche comme une "**ferme à liens**", uniquement conçu pour envoyer artificiellement du jus DA/PA.

Il est recommandé de fixer un **ratio maximum de liens externes**, par exemple 1 lien sortant tous les 3 à 5 articles. Pour vérifier cela manuellement, il suffit de **parcourir les pages du site** et de compter les liens externes présents dans les articles. Vous pouvez pour gagner plus de temps utiliser un outil comme **Screaming Frog** ou **Oncrawl** pour scanner l'ensemble du site et obtenir des statistiques précises sur la **densité de liens de toutes les pages**.

L'idéal est qu'un site apporte beaucoup de **contenu de qualité sans lien sortant**, et place de manière sporadique quelques backlinks choisis vers des sites faisant autorité sur le sujet. Un **bon ratio** permet d'équilibrer le besoin de **maillage externe du site** tout en conservant son autorité pour envoyer des backlinks réellement profitables aux yeux des moteurs.

Onglet d'analyse des liens sortants sur Screaming Frog



Adresse	Type de contenu	Code HTTP	Statut	Indisponible
100 https://premiere.page/fr/encorement-avocats/	text/html;charset=UTF-8	200 OK	OK	Indisponible
101 https://premiere.page/fr/encorement-angers/	text/html;charset=UTF-8	200 OK	OK	Indisponible
102 https://premiere.page/blog/seo/contenu-agence-seo-awards/	text/html;charset=UTF-8	200 OK	OK	Indisponible
103 https://premiere.page/wp-content/themes/premiere/images/logo-header.png	image/png	200 OK	OK	Non Indisponible
104 https://premiere.page/wp-content/themes/premiere/images/logo-header.png	image/png	200 OK	OK	Indisponible
105 https://premiere.page/fr/encorement-astrologues/	text/html;charset=UTF-8	200 OK	OK	Indisponible
106 https://premiere.page/wp-content/uploads/2022/03/agence-seo.jpg	image/jpeg	200 OK	OK	Indisponible
107 https://premiere.page/wp-content/uploads/2022/04/google-adwords-1230x480.jpg	image/jpeg	200 OK	OK	Indisponible
108 https://premiere.page/wp-content/uploads/2022/01/migration-site-375x200.jpg	image/jpeg	200 OK	OK	Indisponible
109 https://premiere.page/fr/editions-encorement-marketing/	text/html;charset=UTF-8	200 OK	OK	Indisponible
110 https://premiere.page/outils/seo/ahrefs/	text/html;charset=UTF-8	200 OK	OK	Indisponible
111 https://premiere.page/wp-content/uploads/2022/04/mobile-friendly-375x200.jpg	image/jpeg	200 OK	OK	Indisponible
112 https://premiere.page/wp-content/uploads/2022/03/seo-trendsetter.png	image/png	200 OK	OK	Indisponible
113 https://premiere.page/fr/encorement-banque-assurance/	text/html;charset=UTF-8	200 OK	OK	Indisponible
114 https://premiere.page/blog/	text/html;charset=UTF-8	200 OK	OK	Indisponible
115 https://premiere.page/outils/seo/wp-rocket/	text/html;charset=UTF-8	200 OK	OK	Indisponible
116 https://premiere.page/wp-content/uploads/2022/03/indicateur-40-375x200.jpg	image/jpeg	200 OK	OK	Indisponible
117 https://premiere.page/wp-content/uploads/2022/03/indicateur-40-375x200.jpg	image/jpeg	200 OK	OK	Indisponible
118 https://premiere.page/fr/encorement-commerce-local/	text/html;charset=UTF-8	200 OK	OK	Indisponible
119 https://premiere.page/wp-content/uploads/2022/02/taux-graphique-375x200.jpg	image/jpeg	200 OK	OK	Indisponible
120 https://premiere.page/wp-content/uploads/2022/01/CTA.png	image/png	200 OK	OK	Indisponible

Type	De	À
Hypertext	https://premiere.page/blog/seo/pourquoi-faire-un-audit-seo/	https://premiere.page/
Hypertext	https://premiere.page/blog/seo/pourquoi-faire-un-audit-seo/	https://premiere.page/fr/encorement-naturel/
Hypertext	https://premiere.page/blog/seo/pourquoi-faire-un-audit-seo/	https://premiere.page/fr/audit-seo/
Hypertext	https://premiere.page/blog/seo/pourquoi-faire-un-audit-seo/	https://premiere.page/rédaction-web/
Hypertext	https://premiere.page/blog/seo/pourquoi-faire-un-audit-seo/	https://premiere.page/webdesign/
Hypertext	https://premiere.page/blog/seo/pourquoi-faire-un-audit-seo/	https://premiere.page/seo-technique/

Et comment choisir ses liens ?



Est ce que je peux choisir le spot de mon lien ?

Lorsque vous obtenez un backlink sur un site tierce, il est préférable de pouvoir choisir le spot où sera placé le lien. Cela vous donnera plus de contrôle sur différents éléments qui influencent la qualité du backlink, notamment :

- La **profondeur dans l'arborescence** du site : on va généralement privilégier une page proche de la racine du site (home, catégorie, article phare...).
- Le **maillage interne** : placer son lien sur une page déjà bien connectée au reste du site amplifie la diffusion du jus.
- Le **contenu porteur** : si on fournit nous-même le contenu où sera placé le lien, on s'assure qu'il soit cohérent éditorialement.
- L'**emplacement dans le texte** : le placer dans le lead, dans un paragraphe de conclusion ou une liste à puces augmente ses chances d'être vu et cliqué.
- Le **choix de l'ancrage** : associer le lien à un terme pertinent pour améliorer son poids sémantique.

Bref, choisir précisément le spot de son backlink sur un site partenaire est un net **avantage** pour **maximiser ses retombées**. Cela demande souvent de négocier avec l'éditeur, mais cette flexibilité garantit un **meilleur ROI du backlink obtenu**.

Concrètement, comment obtenir des liens ?

PAR QUELS MOYENS OBTENIR DES LIENS ?

Je ne vais pas vous sortir les classiques et vous dire de faire du contenu de qualité pour obtenir des liens naturels parce que c'est ce que Google veut. Je vais vous dévoiler des techniques qui fonctionnent, avec des résultats rapides et surtout à mettre en place dès que vous avez fini la lecture de ce livre blanc.

1 FAIRE DU GUEST BLOGGING

Proposez des articles invités sur des blogs et des sites Web pertinents dans votre niche. L'idée est de trouver le contact d'une personne gérant un site ou un réseau et lui proposer la rédaction d'articles gratuitement en échange d'un lien (ou plusieurs) liens.

2 FAIRE DE L'ÉCHANGE DE LIEN

Proposez à un éditeur de faire un lien vers votre site et en contrepartie proposez lui un lien de votre part depuis un autre site. L'échange de lien nécessite donc 3 sites au minimum, et peut être rapidement détecté si il n'est pas réalisé correctement (nous y reviendrons plus en détails après).

3 FAIRE DU NINJA LINKING

Le ninja linking mériterait un livre blanc entier à lui tout seul mais sa mise en place peut être résumée simplement. Le ninja linking consiste à déposer un lien sur un site qui n'est pas le votre, mais qui vous en laisse la permission, c'est à dire à travers les espaces commentaires ou profils de blogs, forums et sites de communautés en ligne, ou des wiki.

4 SOUMISSION AUX ANNUAIRES

Soumettez votre site à des annuaires en ligne qui feront un lien gratuitement (pas toujours) vers votre site. Vérifiez les métriques de l'annuaire avant d'envoyer, et choisissez de préférences des annuaires thématiques. Bien que des annuaires généralistes fonctionnent tout autant, pensez à sélectionner votre thématique pour une meilleure pertinence.

Concrètement, comment obtenir des liens ?

5 ACHETER SUR DES PLATEFORMES DE VENTE

Il existe désormais une multitude de plateformes en ligne permettant d'acheter et de vendre des liens. Parmi les plus connus je citerais : nextlevel, eferer, rocketlinks, boosterlink, SEMjuice, backlinks.fr, ou encore linksgarden. Vous pouvez choisir les spots, regarder les stats, définir les thématiques, demander la rédaction de l'article qui contiendra votre lien pour encore plus de pertinence.

6 MONTER SON PROPRE RÉSEAU DE SITES

Cette technique est celle qui demande le plus de temps, en revanche c'est la plus qualitative et la moins chère (sauf en investissement temps ...). Monter un réseau de sites sur une thématique pour pousser ce qu'on appelle un money site est parmi les techniques les plus pénalisées par Google, mais bien faite elle est facilement celle qui donne le plus de résultats sur les rankings.

7 DEMANDER DES LIENS DE CLIENTS

Cette technique ne s'applique pas à tout le monde. Vous l'aurez compris, si vous êtes un prestataire de service, n'hésitez pas à demander à vos clients de vous faire un lien. Je vais prendre l'exemple très connu des agences de création de site qui ajoutent généralement un lien dans le footer du site qu'elles ont créées. Ces liens souvent placés en page d'accueil sont à forte valeur ajoutée mais manquent souvent d'environnement sémantique. A privilégier de page d'accueil à page d'accueil donc.

8 FAIRE DU LINKBAITING

Le linkbaiting consiste à créer du contenu accrocheur, viral et intéressant qui incitera naturellement les internautes et les sites web à mettre des liens vers votre contenu. L'objectif est d'obtenir des backlinks de qualité provenant de sites d'autorité. Dans l'idée, un bon "linkbait" permet d'obtenir des backlinks de qualité sans forcément devoir les solliciter.

ÉTUDE DE CAS

L'impact d'une campagne de netlinking



Les résultats d'une stratégies de SEO se reposent sur **3 piliers** à savoir : le contenu, la technique du site, et les liens. Nous allons donc voir **quel impact une stratégie de netlinking seule peut avoir sur le trafic organique d'un site**.



RÉSULTATS AVANT NETLINKING

2000

DE TRAFIC ORGANIQUE JOURNALIER

35

DOMAINES RÉFÉRENTS

RÉSULTATS APRÈS NETLINKING

5700

DE TRAFIC ORGANIQUE JOURNALIER

530

DOMAINES RÉFÉRENTS



X 2,85



X 15

L'impact d'une campagne de netlinking



Les analyses Ahref du site ci joint ont montré une **augmentation drastique du trafic organique** seulement quelques jours après la prise en compte des **premiers backlinks**. Le site que nous avons choisi de vous présenter n'a pas subi de modifications oniste, c'est à dire pas d'ajout de contenu, pas de refonte UX, ni d'optimisation techniques. La **courbe de trafic n'a donc pu augmenter qu'en raison des liens qui se sont mis à pointer vers lui**.

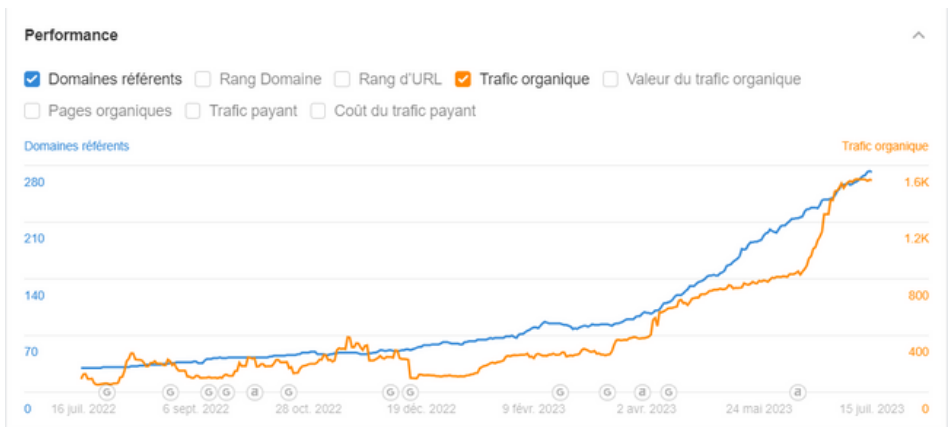
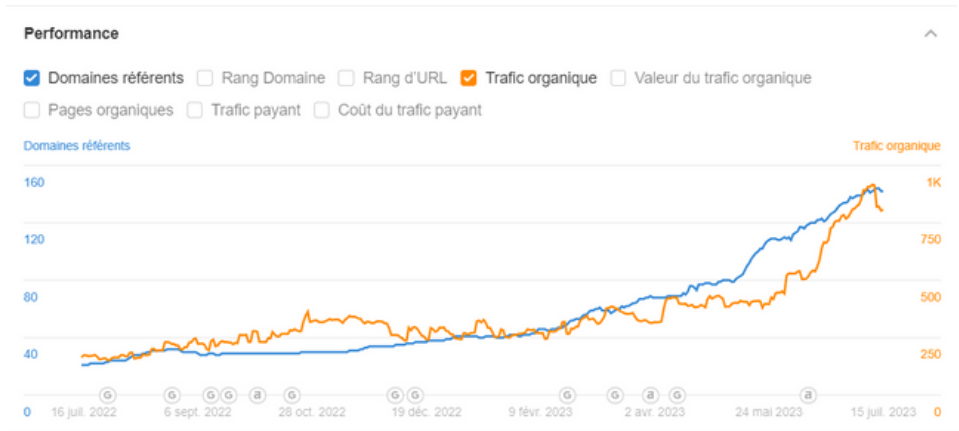
Attention à **ne pas mal interpréter ces courbes**. Les liens sont ici la seule source d'augmentation des positions et donc de trafic, mais il s'agit d'un site dans **une thématique spécifique, moyennement concurrentielle**, où les autres acteurs présents ne disposent pas de **moyens suffisants** pour mettre en place de **grosses campagnes de netlinking**.

Les liens sont puissants, mais leur efficacité dépend aussi de la concurrence thématique !

ÉTUDE DE CAS

L'impact d'une campagne de netlinking

La stratégie de netlinking peut parfois suffire pour booster les positions d'un site sur la SERP, à la condition que celui ci dispose déjà de contenus pertinents et d'une bonne UX. Elle dépend aussi de la thématique dans laquelle elle est déployée et donc indirectement de la concurrence dans le milieu. Voici d'autres exemples de sites qui ont décollés grâce au netlinking.



ENTOUREZ-VOUS DE SPÉCIALISTES

Première Page s'occupe de tout pour vous

Travailler avec notre agence SEO c'est :

- **Une formule full service sans surprise pour votre budget.** En effet, nous fonctionnons avec des forfaits mensuels et un nombre de crédits qui nous permettent de mettre en œuvre des actions qui répondent aux différents leviers SEO.
- **Un service sur mesure.** Première Page s'occupe de tout : rédaction de contenus de qualité, optimisation du contenu existant, stratégie de blogging, stratégie de netlinking, et bien plus encore. Notre équipe d'experts mène les actions nécessaires pour vous rendre visible tout en respectant l'enveloppe budgétaire fournie.
- **Des recommandations techniques et des correctifs réalisés par votre chef de projet.** Contrairement à d'autres agences, nous ne limitons pas notre expertise à des conseils. Nous proposons un service clé en main. Guidés par vos objectifs, nous agissons directement sur votre site. Vous n'avez qu'à observer les résultats.
- **Un accompagnement personnalisé.** Pour chaque entreprise qui collabore avec notre agence SEO, nous allouons un chef de projet qui sera votre point d'ancrage avec nos services.
- **Des professionnels à l'affût des nouveautés et des évolutions du SEO et du marketing.** Parce que c'est notre passion et notre quotidien, nos équipes sont formées constamment et sont à l'affût des dernières tendances pour ne manquer aucune opportunité.
- **Des outils à votre disposition en toute transparence pour suivre les actions et les évolutions en direct.** Vous pouvez suivre l'évolution du positionnement de vos pages via nos outils et consulter toutes les actions menées. Puis, mensuellement, nous vous envoyons un tableau de bord complet avec l'évolution de vos performances.

SOYEZ EN PREMIÈRE PAGE !

Réaliser un audit gratuit

Peu importe la typologie de votre site web (e-commerce, site vitrine ou site d'actualité), l'**audit SEO** révèle son positionnement, ses atouts et ses faiblesses, mais aussi ses opportunités de croissance.

Nous proposons de réaliser gratuitement l'audit de votre site. Pour cela, c'est simple :

- **Rendez-vous sur la page www.premiere.page/audit-seo/ et complétez le formulaire.**
- **Appelez-nous directement au 05 64 11 58 36**



Première Page
Agence de référencement naturel
au Pays Basque

T'as du mal à ranker ?
Appelle moi :)



Première Page
Agence de référencement naturel
au Pays Basque

6, route de Pitoys
64600 Anglet

+33(0)5 64 11 58 36

info@premiere.page

www.premiere.page