

# Check-List référencement

1	Vous savez qu'un site mal conçu ne sera jamais bien référencé
2	Vous savez que pour être visible il faudra apparaître parmi les 20 premiers sites affichés par les outils lors des recherches sur les mots clés (moteurs) ou les sous-catégories (annuaires) qui vous concernent.
3	Vous savez que, mal gérées et mises en place, les frames bloquent la visite des spiders des moteurs sur les pages de votre site et vous avez pensé à concevoir des pages qui se chargent rapidement
4	Vous avez conçu votre site afin de pouvoir référencer le maximum de rubriques de celui-ci comme des sites à part entière
5	Vous n'avez pas essayé de référencer votre site avant qu'il ne soit complètement opérationnel
6	En vous mettant à la place des internautes qui sont potentiellement intéressés par votre site, vous vous êtes préparé une liste (ou plusieurs listes) de mots clés, triés par ordre d'importance, afin de qualifier votre site
7	Vous savez qu'il vous sera plus facile d'être réactif sur des mots clés "pointus" que sur des mots très généralistes.
8	Vous avez placé ces mots clés dans les balises html prises en compte par les moteurs, par ordre d'importance : la balises <title>, <meta name= " keywords " ....>, <meta name= " description " ....>, commentaires <!. >, alt...
9	Vous avez placé du texte avec vos mots-clés dans les premiers paragraphes visibles de vos pages référencées
10	Vous avez pensé aux variations de vos mots clés : singulier-pluriel, minuscule-majuscule, accent-sans accent et avez même prévu des éventuelles fautes de frappes des internautes
11	Vous savez qu'il existe des mots clés "vides" non réactifs dans la plupart des outils de recherche : mots de liaisons (and, or, the...) et mots courants (site, web, internet, service, etc.)
12	Vous savez qu'une association de plusieurs mots (ex : hôtel Strasbourg) peut être considérée par les outils de recherche comme un mot clé à part entière. De telles associations vous permettent d'être réactif sur des recherches précises
13	Vous connaissez la possibilité de valoriser un ou deux mots clés en les plaçant directement dans l'URL de votre site
14	Vous avez visité les outils de recherche les plus utilisés. L'observation des sites s'affichant en tête de liste sur vos mots clés vous a permis de tirer les conclusions nécessaires sur la manière d'apparaître en bonne place.
15	Vous avez constaté que les outils de recherche avaient des modes de fonctionnement différents et vous comprenez que l'idéal pour un référencement optimal serait alors de référencer des pages de votre site spécifiquement optimisées pour les différents moteurs et les différents mots clés
16	Vous connaissez le fonctionnement des spiders et leurs limitations
17	Vous avez mis un grand nombre de liens sur votre page de sommaire afin que les spiders des moteurs puissent rapidement et automatiquement référencer les pages importantes du site
18	Vous avez cependant pris soin d'exclure de la visite des spiders les pages qui ne devaient pas être accessibles directement depuis les moteurs de recherche. Vous évitez ainsi de parasiter votre propre référencement
19	Vous connaissez l'impossibilité pour certains spiders de parcourir un site dont les liens sont issus d'une programmation en Javascript ou d'images à zone "cliquables" (image map)
20	Vous avez pris soin de ne pas effectuer de tentatives de " spamdexing" car elles peuvent être punies du delistage de sites voire du delistage d'un nom de domaine tout entier
21	Afin de préparer le référencement de votre site vous avez pris soin de remplir la fiche d'enregistrement présente sur ce site
22	Dans le but d'un meilleur positionnement dans les annuaires qui font un tri par ordre alphabétique, vous avez trouvé un titre dont le premier caractère possède une valeur faible en codage ASCII (voir table ascii sur ce site)
23	Les descriptions sont des phrases syntaxiquement et grammaticalement correctes (sujet, verbe, compléments, etc.), cohérentes avec le contenu, mais comprenant le maximum de mots clés et traduites dans les différentes langues du site
24	Vous avez prévu de référencer le plus grand nombre de pages de votre site. Choisissez les pages qui peuvent être considérées comme les portes d'entrée du site à part entière
25	Vous avez prévu de vous enregistrer sur les outils de recherche spécifiques à votre activité (régionaux, thématiques...)
26	Vous avez compris qu'une indexation qualitative est primordiale, mais un référencement quantitatif l'est tout autant
27	Vous savez que les moteurs mettent un temps variable à enregistrer votre site et n'hésitez pas à le ré-enregistrer si il n'est pas présent sur un outil de recherche ou si vous effectuez des modifications
28	Vous connaissez des agents de référencement vous permettant d'enregistrer votre site rapidement sur de nombreux outils
29	Vous savez que les moteurs donnent de plus en plus d'importance à la popularité d'un site et vous avez donc pris soin d'avoir le maximum de liens qui pointent vers vos pages (échanges de bandeaux, sponsoring...)
30	Vous n'hésitez pas à faire la promotion directe de votre site (emails, forums, mailing lists..) et savez rédiger un communiqué de presse efficace vous connaissez les emails des journalistes concernés
31	Vous pensez à organiser des jeux et à être premier dans des concours du "meilleur site"
32	Vous connaissez les différents outils vous permettant de mesurer de manière précise le trafic sur votre site
33	Vous savez l'importance de tenir un " carnet de bord " des différentes opérations liées au référencement et à la promotion de votre site. Vous savez que l'analyse de ce carnet vous permet d'améliorer votre promotion et donc le nombre de visiteurs sur votre site tant sur le plan quantitatif que qualitatif

# Fiche d'inscription

Titre et adresse du site	
Titre du site/français/40 car.	
Titre du site/anglais/40 car.	
URL commerciale	
URL réelle (pas alias ni miroir)	
Adresse email de référence	
Descriptif	
Description étendue/français/300 car.	
Description succincte/français/150 car.	
Description étendue/anglais/300 car.	
Description succincte/anglais/150 car.	
Coordonnées des responsables du site	
Nom, prénom directeur de publication	
Email directeur de publication	
Nom, prénom webmaster	
Email directeur webmaster	
Nom, adresse postale société	
Activité générale société	
Téléphone, Fax société	
Informations diverses	
10 mots-clés/français	
10 mots-clés/anglais	
URL des 10 pages les plus importantes	
Langue du site	
Nom et adresse des concurrents/France	
Nom et adresse des concurrents/Monde	
Caractère régional ou national	
Cible du site	
Date de lancement du site	

*Document protégé par la loi sur le droit d'auteur. Copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé ou pédagogique dans un cercle de classe.*