

Optimiser votre site pour les moteurs de recherche



Comme nous l'avons vu dans des didacticiels précédents, certaines décisions prises au moment de la conception peuvent rendre votre site plus facile à explorer, plus lisible et plus connu après sa publication sur le Web. Dans cet exercice, nous irons un peu plus loin en vous expliquant comment attirer les moteurs de recherche sur votre site. Les sujets suivants seront abordés :

- Balises meta, mots-clés et analyse des mots-clés.
- Planification du contenu et rédaction
- Propriétés des pages et options d'exportation sur le Web.
- Balises ALT et TITLE des images.
- Liens hypertexte et ancres.
- Descriptions du site.
- Génération des fichiers de moteur de recherche (sitemap.xml et robots.txt)
- Inscription auprès des moteurs de recherche.
- "Robots" simulateurs.

Optimiser votre site pour les moteurs de recherche


Vous avez eu beau consacrer du temps, dépenser de l'argent et déployer des efforts considérables pour développer un site Web attrayant, les visiteurs n'y viendront pas pour autant. En revanche, améliorer le positionnement de votre site dans les résultats fournis par les moteurs de recherche permettra sûrement d'attirer le chaland.

Ce didacticiel fournit un certain nombre de conseils et de stratégies d'optimisation pour les moteurs de recherche.

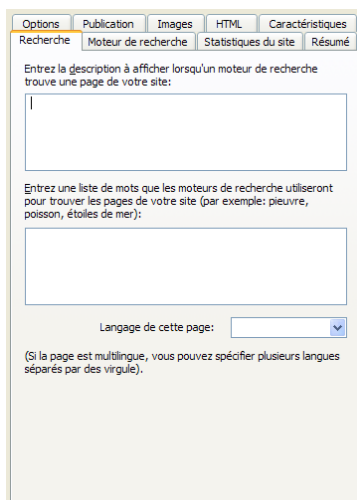
Mots-clés du site Web

Les mots-clés peuvent être des mots isolés ou des expressions. Ils peuvent être placés presque n'importe où, et même être cachés dans le code HTML sous forme de **balises meta** ou de **balises mots-clés**.

Nous commencerons par la balise meta, puis nous aborderons des considérations plus significatives pour la conception.

- 1 Créez un nouveau site Web en cliquant sur le bouton  **Nouveau**, ou en cliquant sur **Créer/Nouveau site** dans l'Assistant de démarrage.
- 2 Dans le menu **Fichier**, choisissez **Propriétés du site** puis cliquez sur l'onglet **Recherche**.
- 3 Saisissez votre sélection de mots-clés dans le champ de texte inférieur. Séparez les mots-clés et les expressions-clés par des virgules. Par exemple, sculpture, sculpture métallique, sculpture de dragon, métal.

Cliquez sur **OK** quand vous avez terminé.



Sites de plusieurs pages

Les mots-clés que vous saisissez au niveau du site seront inclus sur chaque page du site.

Si votre site compte plusieurs pages et que le contenu de certaines pages est différent, vous pouvez ajouter les mots-clés et les descriptions page par page.

Pour définir les mots-clés d'une page

- Cliquez sur **Edition**, puis **Propriétés de la page**. Cliquez sur l'onglet **Recherche** et saisissez vos mots-clés. Cliquez sur **OK**.

En définissant des mots-clés spécifiques aux pages et des descriptions qui correspondent mieux au corps du texte de chaque page, vous avez plus de chances d'être bien classé dans les résultats des moteurs de recherche.

- 4 Cliquez sur la flèche du bouton 

Aperçu HTML pour développer le menu déroulant.

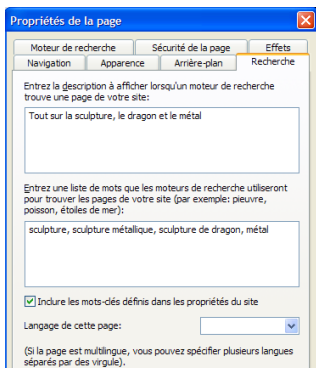
Prévisualisez cette page dans le navigateur de votre choix.

- 5 Dans le navigateur, choisissez d'afficher le code source (la commande se trouve généralement dans le menu **Affichage** du navigateur).

Notez l'emplacement des mots-clés dans le code HTML. Les mots-clés et les descriptions spécifiques aux pages ou définis au niveau du site figurent tous au même emplacement dans le code HTML.

Comme vous pouvez le voir dans notre extrait de code HTML en couleur, les mots-clés sont contenus dans une balise meta, c'est-à-dire un extrait d'informations à l'intérieur du code HTML, qui se nomme "keywords".

La description du site est également contenue dans une balise meta (nommée "description"). Ces balises spécifiques sont créées dans les boîtes de dialogue **Propriétés du site** et **Propriétés de la page**, mais WebPlus vous évite de vous soucier du code HTML ou de la création des balises meta car il prend tout en charge.



```
<title>Accueil</title>
<meta name="keywords" content="sculpture, sculpture
métallique, sculpture de dragon, métal, sculpture,
sculpture métallique, sculpture de dragon, métal">
<meta name="description" content="Tout sur la sculpture,
le dragon et le métal">
```

Choisir des mots-clés

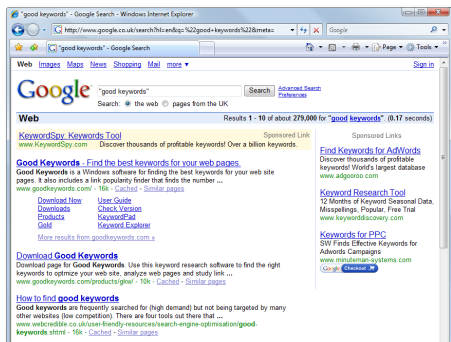
Au moment de choisir les mots-clés, réfléchissez à votre site, à son contenu, aux produits ou aux services que vous proposez et au public cible du site. Il est utile de connaître les mots-clés utilisés par les visiteurs en rapport avec votre offre en particulier.

Par exemple, vous découvrirez que vous êtes en concurrence avec des millions de sites si votre critère de recherche est "sculpture" mais seulement avec quelques milliers de sites si votre critère de recherche est "sculpture métallique".

Si vous diffusez des informations, des produits ou des services pour les jeunes parents, n'oubliez pas que "grossesse" et "enceinte" font aussi partie des mots-clés pertinents.

Notez votre choix de mots-clés et utilisez un dictionnaire des synonymes pour retrouver des mots similaires. Pensez aux abréviations ou aux versions complètes des mots, ainsi qu'aux différentes formes d'un mot et à ses pluriels. Pensez aussi aux fautes d'orthographe souvent commises.

Effectuez des recherches en ligne. Par exemple, saisissez "bons mots-clés" dans votre moteur de recherche et vous trouverez quantité d'informations pour vous aider.



Vous pouvez aussi envisager d'avoir recours à des services et à des logiciels gratuits ou payants pour accroître vos chances de trouver des mots-clés décrivant bien votre site.

Une recherche supplémentaire vous donnera l'avantage de connaître les mots-clés les plus fréquemment employés dans les recherches ; des mots-clés courants vous aideront à atteindre un public plus large tandis que des mots-clés rares vous feront connaître des spécialistes.

Après avoir choisi vos mots-clés avec soin, il vous reste encore à savoir comment les utiliser.

Lorsque votre site est publié, les meta mots-clés sont cachés dans le code source HTML. Mais le texte *visible* a plus de poids dans le choix du classement de votre site par les moteurs de recherche. Comme de nombreux moteurs de recherche, dont Google™, n'utilisent pas les balises meta des mots-clés, vous ne pouvez pas vous contenter des boîtes de dialogue Propriétés du site et Propriétés de la page de WebPlus. Voici comment procéder.



Les mots-clés et les autres méthodes d'optimisation pour les moteurs de recherche sont accessibles depuis [Gestionnaire de site](#). Pour plus d'informations sur le Gestionnaire de site ou l'attribution de mots-clés, voir l'Aide en ligne.

Corps du texte (rédaction)

Le **corps de texte** ou le **texte principal** de chaque page est crucial. La rédaction d'un contenu engageant est la première étape vers l'amélioration des résultats des recherches. Veillez à ce que les mots-clés choisis soient bien représentés dans le corps du texte. Si les mots-clés du site concernent la sculpture métallique, par exemple, il serait sage que ces mots figurent dans le corps de texte.

En plus de fournir des informations détaillées dans le texte principal, pensez aussi à ajouter des descriptions et des termes plus larges. Vous pouvez aussi mettre en valeur les mots-clés dans le corps du texte en les mettant en gras ou en italique et en les plaçant dans le premier paragraphe du corps du texte, car ces attributs donneront plus d'importance à ces mots dans les classements des moteurs de recherche.

Il n'est pas difficile de rédiger le contenu en gardant les mots-clés à l'esprit et il est beaucoup plus intéressant et efficace de les faire figurer dans le corps du texte, plutôt que de les ajouter sous la forme d'une liste à un emplacement quelconque de la page.

L'utilisation de mots-clés dans le corps du texte peut aussi compenser les mots-clés utilisés sur des boutons ou dans des menus qui sont publiés sous forme d'images. Les robots des moteurs de recherche (présentés plus loin) ne peuvent pas lire le texte qui a été converti en image. Il est toujours recommandé de traiter avec un soin particulier les mots-clés figurant dans le corps du texte ; mais il est possible qu'ils n'influent sur votre classement que par rapport à des mots-clés moins usités.

Nous ne saurions que trop vous conseiller d'approfondir ce sujet. Divers ouvrages traitent de la rédaction du contenu des sites Web en relation avec leur optimisation pour les moteurs de recherche sur Internet. Effectuez par exemple une recherche sur "rédaction SEO".

Titre de la page

Le nom de chaque page de votre site apparaît à divers emplacements dans WebPlus et vous aide à gérer et à identifier vos pages. Le nom des pages devient généralement le **titre** et est conservé à la fois dans le code HTML masqué après la publication et dans la barre de titre visible du navigateur Web des visiteurs.

Si vous voulez que le public voie un titre de page différent du nom de la page par défaut dans WebPlus, vous pouvez préciser un **titre de page** sous l'onglet **Navigation** de la boîte de dialogue **Propriétés de la page**.

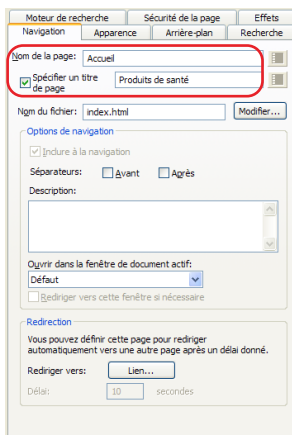
Le titre choisi pour la page est un critère dans l'optimisation du site pour les moteurs de recherche et son importance se situe entre le corps du texte et le nom du fichier.

Nom du fichier

Chaque page du site créée dans WebPlus porte un titre (comme mentionné plus haut) et un **nom de fichier** : c'est ce que les navigateurs Web recherchent s'ils sont dirigés vers un dossier plutôt que vers une page particulière.

Ainsi, le nom de fichier par défaut de la première page HTML publiée est généralement **index.html**. Vous pouvez choisir un nom quelconque pour le fichier HTML de toutes les autres pages.

Le nom de fichier se définit sous l'onglet **Navigation** dans la boîte de dialogue **Propriétés de la page**.



Liens hypertexte et noms des ancrés

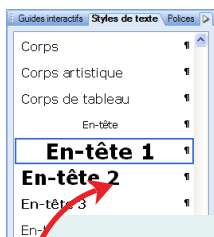
Vous pouvez utiliser des barres de navigation pour aider les visiteurs à passer d'une page à une autre dans votre site mais vous devez aussi penser à ajouter des liens hypertexte basés sur du texte vers d'autres pages du site et vers des sections de longues pages (pouvant être repérées par des ancrés).


Les liens hypertexte et les noms des ancrés, ainsi que les mots situés de part et d'autre dans le texte, sont analysés par les moteurs de recherche et viennent étayer le contenu.

Balises HTML

Les zones de texte HTML vous donnent la possibilité d'utiliser des styles compatibles HTML pour la conception du site. Cela signifie que vous pouvez mettre en forme le texte dans votre zone HTML en utilisant des styles de titre allant de H1 à H6. Ces styles sont appliqués au paragraphe entier.


L'un des avantages de cette méthode est que le texte auquel les styles <Hn> sont appliqués est traité de manière prioritaire par rapport aux styles <P> (le style par défaut) par les moteurs de recherche sur Internet, la balise <H1> ayant la priorité la plus élevée.



 L'onglet **Styles de texte** contient des styles d'en-tête prédéfinis, représentés par les balises HTML H1 à H6. Vous pouvez adapter le style de texte au look de votre site tout en conservant les principales balises. Pour plus d'informations sur la modification des styles de texte, voir l'Aide en ligne.

Pour appliquer une balise meta HTML

1 Sélectionnez la zone HTML pour modifier l'intégralité du texte ou ne sélectionnez que le paragraphe concerné.

2 Cliquez ou placez le curseur sur la poignée  (à côté de la barre d'outils Web) pour ouvrir l'onglet **Styles de texte**.

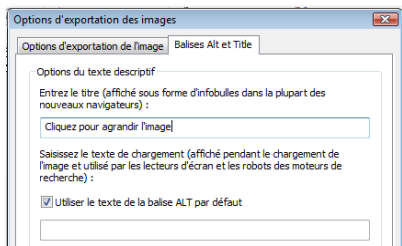
3 Sélectionnez **Afficher tout** pour voir toutes les options de style de texte.

4 Cliquez sur "En-tête 1" pour appliquer la balise H1, sur "En-tête 2" pour appliquer la balise H2 et ainsi de suite.

Balises d'image ALT et TITLE

Il est possible d'ajouter un texte HTML aux images importées (et à d'autres objets qui seront publiés sous forme d'images).

Le texte peut être saisi sous l'onglet **Balises Alt et Title** de la boîte de dialogue **Options d'exportation Web**, accessible à partir d'un clic droit sur un objet.



- Un texte TITLE est une info-bulle qui apparaît lorsque les visiteurs passent le curseur sur l'image dans le navigateur Internet. On l'utilise lorsqu'il est possible d'effectuer une opération (par exemple ouvrir une version agrandie de l'image dans une nouvelle fenêtre) en cliquant sur l'image.
- Le texte ALT permet de décrire le contenu et/ou la finalité d'une image. Il apparaît dans la zone où l'image sera téléchargée (Notez que le texte ALT ne doit *pas* être utilisé pour les images dont la finalité est décorative.)

Par défaut, l'option **Utiliser le texte de la balise ALT par défaut** est sélectionnée. WebPlus utilise alors le texte TITLE comme description ALT, de sorte que vous n'avez à le saisir qu'une fois.

L'utilisation de mots-clés pertinents pour ces textes vient étayer le contenu du site.

Saisissez le texte de chargement (affiché pendant le chargement de l'image et utilisé par les lecteurs d'écran et les robots des moteurs de recherche) :

Utiliser le texte de la balise ALT par défaut

Ruine par temps couvert



Vous pouvez créer un texte ALT sans ajouter de texte TITLE en activant l'option **Utiliser le texte de la balise ALT par défaut**.

Description du site

La description du site, telle qu'elle est saisie dans la boîte de dialogue **Propriétés du site** ou la boîte de dialogue **Propriétés de la page** peut être utilisée par les moteurs de recherche pour contribuer à définir le classement de votre site dans les résultats des recherches.

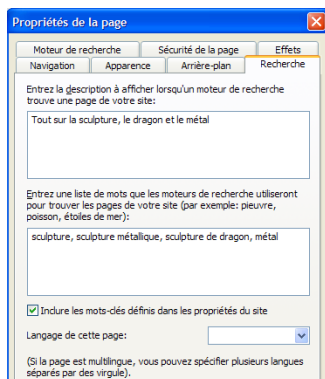
Efforcez-vous de rédiger une description claire et concise contenant beaucoup de mots-clés et expressions-clés.


Que se passe-t-il lorsque votre site est terminé et publié ? Comment les moteurs de recherche le trouvent-ils ?

Certains moteurs de recherche acceptent des soumissions de sites pour les inclure dans les résultats des recherche, tandis que d'autres utilisent des systèmes automatisés (nommés **robots**) pour trouver et classer les sites. Ces robots suivent les liens conduisant à votre site à partir de ressources connues (ou trouvent votre site dans l'annuaire du moteur de recherche) et analysent les mots-clés de votre site, ainsi que d'autres contenus. Vous pouvez vous en remettre aux robots pour trouver votre site ou soumettre votre site pour qu'il soit inclus dans les listes de référencement des moteurs de recherche, ce qui est parfois payant.

Génération des fichiers de moteur de recherche (sitemap.xml et robots.txt)

Par défaut, le contenu de chaque page publiée est indexé (les informations sont automatiquement collectées par les moteurs de recherche), le texte d'en-tête étant prioritaire. Cependant, pour être bien positionné parmi les milliards de pages également indexées, il peut valoir la peine de donner un petit coup de pouce à ce processus. Deux fichiers générés par WebPlus devraient permettre aux moteurs de recherche d'indexer correctement votre site : `sitemap.xml` et `robots.txt`.



 Ne confondez pas `sitemap.xml` et le plan du site. En effet, `sitemap.xml` est un simple outil de moteur de recherche. Un plan du site est un ensemble de liens hypertexte qui agit à la manière d'une table des matières dynamique.

Sitemap.xml

Les robots découvrent des pages à partir des liens inclus dans le site. Sitemap.xml complète ces données et permet aux robots de collecter toutes les URL. Dans les grandes lignes, Sitemap.xml est une liste de toutes les pages que vous souhaitez vraiment voir indexées. Il fournit des informations supplémentaires sur chaque URL, comme par exemple la fréquence de mise à jour de la page, la date de la dernière mise à jour, et son importance par rapport aux autres pages du site. Toutes ces données peuvent considérablement améliorer le classement de votre site. Nul besoin de s'inquiéter si vous ne pouvez pas écrire en XML : WebPlus s'en charge pour vous.

Pour créer un fichier sitemap

- 1 Dans le menu **Fichier**, choisissez **Propriétés du site** puis cliquez sur l'onglet **Moteur de recherche**.
- 2 Sélectionnez l'option **Créer un fichier de moteur de recherche Sitemap** (nous vous recommandons de ne pas modifier le nom de fichier).
- 3 Sélectionnez **Indexer les pages de ce site** et choisissez quels paramètres Sitemap vous souhaitez appliquer.
- 4 Si vous voulez afficher la priorité de la page, rappelez-vous que 0.0 est le paramètre le plus bas et 1.0 le paramètre le plus haut.
- 5 Cliquez sur **OK**.

Vous pouvez attribuer différentes valeurs aux pages individuelles du site et exclure certaines d'entre elles du fichier sitemap.

- 1 Sous l'onglet **Site**, faites un clic droit sur la page concernée et choisissez **Propriétés de la page**. Dans la boîte de dialogue, cliquez sur l'onglet **Moteur de recherche**.

Paramètres du moteur de recherche

Créer une méta-balise 'Robots'

Créer un fichier 'Robots' de moteur de recherche (robots.txt)

Créer un fichier de moteur de recherche Sitemap

Nom du fichier: Modifier...

Indexer les pages de ce site

Liens suivis des pages

Paramètres Sitemap

Afficher la date de la dernière modification de la page

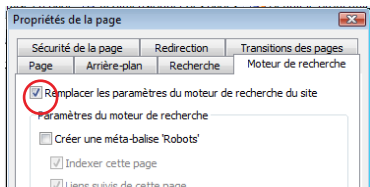
Afficher la fréquence de modification de la page:

▼

Afficher la priorité de la page:

▼

- 2 Cochez l'option **Remplacer les paramètres du moteur de recherche du site**.
- 3 Une fois vos modifications effectuées, cliquez sur **OK**.




Robots.txt

Si sitemap.xml indique au robot d'indexer votre page et de suivre son lien, robots.txt fait l'inverse. Dans les grandes lignes, il fournit une liste de pages à ne pas indexer. Cela peut donc être utile si vous ne souhaitez pas inclure un ou plusieurs lien(s) menant vers des sites externes. Robots.txt opère généralement de concert avec les balises meta des robots pour un paramétrage plus précis. Pour plus d'informations, voir l'Aide en ligne.

Pour créer un fichier robots.txt

- 1 Dans le menu **Fichier**, choisissez **Propriétés du site** puis cliquez sur l'onglet **Moteur de recherche**.
- 2 Cochez l'option **Créer un fichier "Robots" de moteur de recherche (robots.txt)**.
- 3 Cliquez sur **OK**.

Pour les propriétés générales du site, il est préférable de laisser l'option **Indexer les pages de ce site** sélectionnée. Si vous ne souhaitez pas indexer une page, allez dans la boîte de dialogue **Gestionnaire de site**.

- 1 Pour ouvrir le **Gestionnaire de site**, cliquez sur  **Gestionnaire de site** dans la barre d'outils contextuelle Pages.
- 2 Sous **Propriétés de la page**, cliquez sur **Moteur de recherche**.
- 3 Assurez-vous que l'option **Remplacer le site** est cochée pour la page que vous ne souhaitez pas indexer.
- 4 Désélectionnez **Indexer la page**.
- 5 Lorsque vous avez terminé, cliquez sur **Fermer**.

Soumissions aux moteurs de recherche

Essayez de faire référencer votre site auprès du service gratuit **Open Directory Project**, www.dmoz.org.

Comme l'Open Directory Project est un annuaire en ligne entièrement gratuit dans lequel puisent les moteurs de recherche, s'y faire référencer peut contribuer à faire apparaître votre site dans un grand nombre de résultats de recherche.

La soumission de votre site à l'Open Directory et son approbation par l'un des membres bénévoles peut prendre un certain temps, quelques mois parfois, mais cela en vaut la peine. Sachez que votre site peut être refusé pour les motifs suivants :

- Son contenu n'est pas unique.
- Son contenu est illégal.
- Le site est en construction.
- Vous avez suggéré une catégorie inadaptée pour sa soumission.
- Vous avez utilisé un programme ou un service de soumission automatisée.
- La description n'est pas précise, concise ou de nature trop "promotionnelle".
- Votre site est déjà répertorié.

Le choix judicieux des mots-clés avant la publication et la demande d'inscription dans l'Open Directory se révélera probablement plus efficace que la soumission du site à plusieurs moteurs de recherche, même s'il est nécessaire d'être référencé quelque part afin de mettre le processus en branle.

Veillez à donner une bonne description de votre site car l'équipe d'Open Directory est si débordée qu'une modification ultérieure est difficilement réalisable.

Analyse des mots-clés

Une **analyse de densité des mots-clés** (faites une recherche sur cette expression) peut favoriser le succès de votre site auprès des moteurs de recherche. Vous pouvez utiliser un logiciel spécial ou des services en ligne pour comparer la fréquence d'occurrence d'un mot-clé comparée à celle d'un mot-clé de vos concurrents (choisissez un concurrent ayant un classement élevé dans les résultats de recherche).

L'analyse établit souvent une distinction entre les mots utilisés dans les titres, les balises d'images, le corps du texte, les liens hypertexte, le nom de domaine et, évidemment, les mots-clés dans des balises meta "officielles". Ces informations contribuent à déterminer s'il est possible d'améliorer la fréquence et l'utilisation des mots-clés courants.

Les moteurs de recherche peuvent favoriser un site par rapport à ses concurrents en raison d'une plus forte densité de mots-clés dans le corps du texte ou ailleurs.

Simulateurs de robots

Les mots-clés et leur mode d'emploi sont évidemment un aspect crucial de la conception d'un site Web. Il faut se mettre à la place du visiteur effectuant des recherches au moment du choix des mots-clés, mais il faut aussi se mettre à la place du robot.

Certaines applications et des sites Web proposent une vue de votre site Web comparable à celle du robot du moteur de recherche. Le point de vue du robot sur votre site peut vous aider à déterminer si vous avez choisi des mots-clés judicieux.

Par exemple, essayez de vous mettre à la place d'un robot de Google en examinant votre site à l'aide d'un navigateur Web en texte seul, tel que le navigateur Lynx. Vous trouverez divers simulateurs de robots sur Internet (effectuez une recherche sur "spider simulator").

Tandis que les astuces ci-dessus attireront les moteurs de recherche sur votre site, vous constaterez peut-être qu'une optimisation complète est requise si les mots-clés que vous avez choisis sont déjà très fréquents sur le Web. Si vous avez réfléchi à des mots-clés, à leurs usages et si vous avez vérifié la compatibilité de votre site avec les moteurs de recherche en utilisant un simulateur de robot, que vous reste-t-il encore à faire ? Bien d'autres possibilités s'offrent encore à vous et nous allons maintenant en présenter quelques-unes.

Services payants et rémunération

Comme nous l'avons mentionné, vous pouvez soumettre votre site aux moteurs de recherche et aux annuaires (ce qui est parfois payant). De plus, vous pouvez payer un forfait offrant un examen fréquent de votre site afin qu'il soit mis à jour régulièrement dans les entrées du moteur de recherche. Vous pouvez aussi envisager la publicité "pay-per-click", telle que AdWords™ Google.

Tisser des liens

Efforcez-vous de tisser des liens avec d'autres sites — de préférence avec des sites jouissant déjà d'une certaine renommée et dont le contenu est proche du vôtre — et recherchez des annuaires sectoriels. Évitez de vous inscrire auprès de "link farms", qui sont des sites dont le seul objectif est d'offrir des liens vers d'autres sites dont le contenu est sans rapport avec le leur, car ils ne sont pas examinés par les moteurs de recherche (votre classement peut même en pâtir).

Certains liens vers votre site ont plus de poids ou sont plus pertinents lorsqu'un moteur de recherche répertorie votre site. Le Google Page Rank™ d'un site, par exemple, peut être établi en installant la barre d'outils Google Toolbar™ (<http://toolbar.google.com/T4/intl/fr/index.html>).

Veillez à ce que d'autres sites ayant déjà un classement Google Page Rank honorable (5 ou plus) pointent vers votre site. Les sites ayant un classement élevé sont examinés plus souvent par les robots, donc votre site sera trouvé et examiné plus souvent à son tour si des liens proviennent de ces sites réputés.

Ces méthodes de tissage de liens vont accroître les chances d'apparition de votre site dans les résultats des moteurs de recherche car la pertinence des liens et du contenu (utilisation de mots-clés) contribuent à votre classement.

Analyse des liens

Vous pouvez aussi envisager de faire appel à des services ou à des logiciels d'**analyse des liens**.

Il s'agit d'outils qui analysent les sites à succès et qui décrivent leurs méthodes d'optimisation. Lorsque votre site est en ligne depuis un certain temps, vous voudrez probablement obtenir des informations détaillées concernant les habitudes des visiteurs : quand et comment ils quittent votre site, comment ils y ont accédé etc.

Vous trouverez de nombreux logiciels et services de **trackers et d'analyse Web** ; votre prestataire de service Internet ou votre fournisseur d'espace Web peut éventuellement vous fournir des informations de base dans le cadre de ses services d'hébergement ou vous pouvez faire appel à des services externes.

Les services externes peuvent souvent offrir un niveau de précision et de détail supérieur (par exemple, certains sont capables d'établir une distinction entre les visiteurs qui ne passent qu'une fois ou qui passent de manière régulière sur votre site). Vous pouvez évidemment recourir aux services de professionnels spécialisés dans l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) et dans le marketing pour les moteurs de recherche (SEM).

Consultants

Si l'Internet est une nouveauté pour de nombreuses personnes, d'autres ont déjà acquis un certain savoir-faire dans l'amélioration de leur utilisation de l'Internet (et de celle des autres). Que vous vouliez ou non avoir recours à des services payants, faites appel aux services et aux ressources de consultants pour des conseils, de la formation et de meilleurs résultats.

Nous en avons terminé avec les astuces d'optimisation pour les moteurs de recherche. Nous espérons qu'elles vous seront utiles lors de la planification et de la construction de vos propres sites Web.