



13 conseils pour bien choisir son prestataire de référencement

Objectifs :

- Savoir identifier les propositions douteuses.
- Connaître les critères d'évaluation d'un prestataire de référencement sérieux et compétent.

Comment repérer les propositions douteuses ?

En tapant « société référencement » ou d'autres combinaisons de mots similaires dans votre moteur de recherche favori, des centaines de prestataires avec des offres toutes plus alléchantes les unes que les autres vont apparaître, en particulier dans les liens sponsors. C'est souvent là qu'on y trouve les plus grosses arnaques.

Voici les principaux type de discours que vous trouverez, et qu'il ne faut surtout pas croire. Ces annonces sont issues de campagnes de liens sponsors réelles, trouvées dans Google.

« La Methode Infaillible Pour Placer Votre Site en TOP 10 Des Moteurs. »

Qu'on se le dise, il N'EXISTE PAS de méthode infaillible en matière de référencement pour être toujours au top. Le référencement est un jeu de concurrence permanent et variable entre les sites Internet. Un jour vous êtes 14ème, le lendemain, vous êtes 1er, puis 2 semaines après vous dégringolez en 28ème position, pour ensuite remonter à la 4ème place.

Le vocabulaire « infaillible », « garanti », « méthode unique », « 1ère place assuré », etc, ne va pas de pair avec honnêteté en matière de référencement.

« Référencement de site dans 250 moteurs pour 24 € avec garanties. »

C'est beau les garanties, mais à quoi cela sert-il d'être présent dans 250 moteurs de recherche alors que 99% de votre trafic en provenance des moteurs sera réparti sur à peine 5 d'entre eux ? Peut-être ne savent-ils pas que Google truste 90% du marché ? Dans ce cas, vous savez ce qu'il vous reste à faire....



« Référez votre site dans 20.000 annuaires du réseau 1annuaire pour 74€ - Lien en dur ! »

« Plus de 20 000 annuaires. Référencement automatique et rapidement pour vos sites Internet »

C'est deux là, c'est le même combat. Le terme référencement est utilisé de manière abusive pour dire qu'ils vont inscrire votre site dans des annuaires, ce qui est censé améliorer votre référencement naturel.

La réalité ? Non content de vous retrouver blacklisté par Google qui assimile ce type de pratique à du spamdexing, vous allez jeter 74 euros par la fenêtre, car ce type de travail est réalisé par un logiciel en 10 minutes chrono !

« Référencement dès 2,99€ Soyez présent dans les moteurs ! Outils & Assistance à moindre coût »

Vue le prix, il y a un gros problème sur la qualité de la prestation, où l'auteur de cette annonce oublie de préciser qu'il s'agit de 2,99 euros/jour ! Une prestation de référencement professionnelle commence à plus de 1 500 euros HT/an, et le patron ne fait pas crédit...

« Enfin une agence honnête, et sérieuse. Le référencement c'est notre métier »

Ah bon ? Parce qu'il y a des agences malhonnêtes, pas sérieuses, et qui vendent du référencement alors que ce n'est pas leur métier ?

Je ne dis pas que l'auteur de cette annonce est un escroc, mais c'est souvent l'argument des escrocs que de dire "méfiez vous des autres, faites moi confiance..." En tout cas, ça confirme une chose, c'est qu'il y a beaucoup de prestataires malhonnêtes dans ce milieu.

13 règles pour juger les compétences et le sérieux d'un prestataire de référencement

1. Le référencement est une compétence pointue qui a un prix

Oubliez les offres alléchantes à moins de 1 000 euros/an, vous n'aurez rien de satisfaisant pour ce prix. Cela peut paraître élevé au premier abord mais il faut savoir que le référencement, est un travail qui nécessite de fortes compétences, et que ce travail dure sur 1 an.

Le prix moyen pour avoir une prestation sérieuse tourne autour de 2500 euros/an, mais pour des sociétés sur des marchés de niche, peu concurrentiel, la facture pourra être moins salée car le travail est plus simple. Attention, cela ne veut pas dire que vous pouvez y aller les yeux fermés si on vous propose une prestation à ce prix.

2. Un professionnel vous donnera des exemples de ses prestations

Voir du concret, c'est la meilleure manière de s'assurer des compétences d'un professionnel. Demandez lui l'adresse des sites de ses clients, et faites des essais de recherche sur des combinaisons de mots clés pour voir si vous trouvez rapidement le site de son client en bonne position dans son univers.

3. Un bon référenceur a su placer son site en bonne position dans les résultats des moteurs

Dans ce domaine particulièrement, mieux vaut ne pas être un cordonnier mal chaussé pour être crédible. Vous devriez donc pouvoir à nouveau utiliser Google pour vérifier les compétences des prestataires auxquels vous vous adressez.

Attention cependant à ne pas tirer des conclusions trop hâtives si vous ne trouvez pas son site dans la première page des résultats. Le référencement est un domaine tellement concurrentiel qu'il est extrêmement difficile de bien s'y positionner, et cela même après des années de travail. Si vous vous adressez à une jeune société qui n'a pas quelques années d'existence dans le métier, il y a peu de chance de les trouver autrement que par des liens sponsors.

4. Un référenceur professionnel vous dira de modifier votre site

Pour être bien référencé, il faut avant tout que votre site soit référencable, c'est-à-dire que sa structure technique et son contenu soit optimisé pour être pris en compte de la meilleure manière possible par les moteurs de recherche. Or, le développeur de vos pages HTML n'est pas un spécialiste du fonctionnement des moteurs de recherche.

Il faudra donc sûrement modifier des choses dans votre site avant de commencer tout travail de référencement. C'est aussi pour cette raison qu'un référenceur préfère toujours intervenir le plus tôt possible dans la phase de conception d'un site internet pour vous prodiguer ses bons conseils dès le départ.

5. Il voudra aussi vous faire changer les textes, et rajouter du contenu

Après la technique, il faut passer le contenu en revue, car c'est l'un des points clés de la qualité de référencement d'un site. Le concepteur/rédacteur de vos textes n'est pas un expert du fonctionnement de Google non plus.

Un référenceur professionnel vous demandera donc de modifier les titres de vos textes, les paragraphes, d'en écrire de nouveaux, et de mettre des vrais titres sur vos photos à la place de DSC1546.jpg.

6. Un référenceur doit positionner le site sur des requêtes qui génèrent du trafic

Entre celui qui vous promet de vous positionner en 1ère place quand on tape votre nom, et celui qui vous promet d'être en 1ère place sur une requête que personne ne tape (et donc ne génère aucun trafic vers votre site), partez en courant. Un référenceur compétent doit vous positionner sur des mots-clés qui ont un bon potentiel de trafic, et vous expliquer ses choix.

La liste des mots-clés qu'il vous fera valider devra être fournie avec une estimation du trafic potentiel qu'il estime être capable de récupérer pour votre site. Vous savez donc à quoi vous attendre en terme de résultat.

7. Un référenceur doit rendre compte des résultats qu'il obtient

Vous devez avoir de la visibilité sur l'évolution de votre référencement dès le premier mois, même si les résultats ne son pas encore significatifs. Ce n'est pas à vous de faire des tests pour vérifier tout les mois que votre position s'améliore sur un mot-clé donné. En général, il vous remet un rapport mensuel indiquant les résultats de votre positionnement obtenu pour chaque mot-clé et leur évolution par rapport au mois précédent.

8. Un référenceur doit proposer des optimisations du référencement

Le référencement est un jeu de concurrence permanent entre les sites qui essayent tous d'obtenir la première place sur une requête. Selon l'évolution du marché, la stratégie définie au départ va subir des optimisations afin de toujours coller à la réalité du marché. Un référenceur professionnel devra donc vous proposer sous 6 mois, voire 1 an, un bilan et un ajustement de la stratégie.

9. Un référenceur ne peut pas promettre de résultat / ne vous garantira pas la première place

c'est la conséquence logique de ce j'évoquais à propos de la concurrence : il est impossible de garantir ou promettre une place dans les résultats des moteurs. Même le meilleur expert ne saurai s'engager sur ce point. Tout discours qui laisserai entendre le contraire est donc source de méfiance à propos de son auteur.

10. Un référenceur professionnel vous proposera des actions à long terme

Quand vous créez un site, une stratégie de référencement naturel ne s'arrête jamais. Le jour où vous arrêtez d'utiliser les services d'un prestataire, vous dégringolerez dans les résultats en quelques mois. Le prestataire doit donc avoir une vision long terme, et être capable de vous donner des estimations de ce qu'il peut potentiellement obtenir comme résultat sur 2, ou 3 ans.



11. Vous devez obtenir une proposition commerciale détaillée

Les devis succincts ou les "forfaits tout compris" sans plus de détail sont suspects. Compte-tenu de l'investissement que représente une prestation de référencement annuel, il est normal de savoir ce qu'elle comprend exactement. Idéalement, vous devriez avoir une mini-étude de votre domaine d'activité dans les moteurs de recherche expliquant le contexte dans lequel vous allez évoluer et les facteurs à prendre en compte pour bien vous référencer, expliquant la méthodologie, et bien sûr, le détail des différents niveaux d'intervention, honoraires compris.

12. Un prestataire en référencement vous proposera une stratégie

Le référencement n'est pas un travail automatique sur lequel vous n'avez rien à dire, ni à faire. Bien au contraire. Avant de commencer, vous allez devoir sûrement modifier votre site. Il faut donc que le prestataire de référencement vous explique pourquoi, les résultats que cela va produire, et comment il va procéder ensuite.

13. Un référenceur doit s'engager sur les délais et les respecter

C'est valable pour tous les prestataires, mais ça ne fait pas de mal de le rappeler. Qui dit "stratégie", dit aussi "étapes de mise en place" et donc planning. Vous devez donc savoir à quel moment le prestataire de référencement va vous solliciter, quels sont les échéances pour les phases de travail, et il doit respecter ces délais.

Vous avez besoin d'aide :

- dans la conception de votre site Internet ?
- pour choisir vos prestataires ?
- pour définir et gérer la mise en oeuvre de votre stratégie marketing sur Internet ?
- pour vous former aux outils et techniques marketing sur Internet ?

Parlons en !
06 30 32 80 50