

Analyse des possibilités d'amélioration du référencement d'un site web et mise en pratique pour celui de 121Time

Contexte

Société horlogère suisse basée à Martigny, 121Time se différencie de la concurrence en appliquant au monde de l'horlogerie le principe de la mass customization popularisé notamment par Dell. Ainsi assis devant son écran, l'internaute a tout le loisir de créer sa montre par le biais d'un système innovant d'affichage en temps réel permettant de choisir chaque pièce de son œuvre. Grâce à sa plateforme Internet Direct To Consumer, la société réduit de manière considérable les coûts opérationnels et de distribution, et court-circuite ainsi les réseaux de distribution de l'horlogerie classique. Le site de 121Time étant le core business de la société, sa vitrine de vente, celle-ci n'a de cesse de vouloir proposer la meilleure plateforme web, preuve en est la récompense reçue du meilleur site Internet suisse 2004. Un bon site marchand passant par un bon référencement, 121Time désire donc améliorer sa stratégie en la matière pour rester à la pointe de la visibilité dans les résultats des moteurs de recherche.

Objectifs

Le premier objectif de ce travail de diplôme est de proposer une analyse détaillée des différents moyens d'optimisation du référencement d'un site web. Cette analyse, complètement détachée du reste du rapport, est destinée à toute personne voulant améliorer le référencement de son site.

L'autre objectif de ce travail de diplôme est d'améliorer le référencement naturel de la version anglaise du site de 121Time et de proposer une campagne de promotion en utilisant le référencement payant, tout ceci dans le but de générer plus de trafic qualifié et par la même occasion plus de clients potentiels.



Solution

Une analyse préalable des expressions clés de niche a été faite afin de déterminer une liste sur laquelle viendra s'appuyer l'optimisation. Celle-ci a été effectuée en passant par plusieurs actions.

Tout d'abord, une optimisation de la sémantique de la page principale du site de 121Time, la page d'accueil, avec une redistribution des balises html de structuration. Puis un travail sur le contenu rédactionnel de celle-ci en s'appuyant sur la liste des expressions clés définie auparavant. Les autres pages du site ont été optimisées au niveau de leurs balises et de leurs urls. Un fichier sitemap xml a également été généré afin de faciliter le travail de mise à jour de l'index des trois principaux moteurs de recherche.

Pour finir une campagne de promotion basée sur les annonces Google Adwords a été proposée et mise en production afin de venir soutenir le référencement naturel sur les expressions clés qui n'ont pu être bien positionnées malgré l'optimisation.

Auteur: Mathieu Pereira
Répondant externe: Jean-Loup Ribordy
Prof. responsable: Nicolas Chabloz
Sujet proposé par: Frédéric Polli