

1. Record Nr.	UNINA9910796001503321
Autore	Colantonio Fred
Titolo	Referencement, e-marketing et visibilite web : 30 pratiques pour decideurs et webmasters // Fred Colantonio
Pubbl/distr/stampa	[Place of publication not identified] : , : EdiPro, , [2013] ©2013
ISBN	2-511-01423-8
Descrizione fisica	1 online resource (345 p.)
Collana	E-management
Disciplina	658.84
Soggetti	Electronic commerce Internet marketing
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di contenuto	Couverture; Page de titre; Remerciements; Introduction; « COMMENT ETRE LE PREMIER DANS LES MOTEURS DE RECHERCHE ? »; QU'Y A-T-IL DANS CE GUIDE PRATIQUE ?; A QUI S'ADRESSE-T-IL ?; Par rapport a la complexite du contenu; Par rapport au lecteur; A CHACUN SES PRATIQUES ?; PREFACE; 1ERE PARTIE : REFERENCEMENT ET VISIBILITE WEB, DEFINITION ET ENJEUX; 1. APPROCHE ET DEFINITION DU REFERENCEMENT; Referencement naturel et referencement payant; Les robots d'indexation; Fonctionnement d'un robot d'indexation; Limites d'un robot d'indexation; Gerez votre presence dans les resultats de recherche Occupez le terrain4. CHRONOLOGIE ET INTERACTIONS ENTRE LES 3 PHASES DU PROCESSUS DE REFERENCEMENT; Impacts de chaque etape sur le resultat dans les moteurs de recherche; Impacts du resultat dans les moteurs de recherche sur chaque etape; 5. CONCLUSION; 3. POSITIONNEMENT : LE RESULTAT DANS LES PAGES DE RECHERCHE; 2. INDEXATION : LE MOTEUR VERS LA PAGE WEB; 1. REFERENCEMENT : LA PAGE WEB VERS LE MOTEUR; 2. ENJEUX DU REFERENCEMENT DANS VOTRE STRATEGIE E-MARKETING; 1. L'E-MARKETING, C'EST LA VISIBILITE; La visibilite, cœur du web moderne; L'exemple de BMW Allemagne 2. QUAND S'INTERESSER AU REFERENCEMENT DANS VOTRE PROJET WEB ?1. Pensez le referencement avant meme le debut du projet; 2. Integrez

le référencement pendant le déploiement du projet; 3. Suivez le référencement après le lancement du projet; 2. CONCLUSION; 2EME PARTIE : 30 PRATIQUES DE REFERENCEMENT ET D'E-MARKETING POUR BOOSTER LA VISIBILITE DE VOS PAGES WEB; ENONCE; EXPLICATIONS; EXEMPLES ET APPLICATIONS; LE(S) « PLUS »; LE(S) PIEGE(S) A EVITER; L'APPROCHE TECHNIQUE; LES 5 POINTS A RETENIR DE CETTE PRATIQUE; 15 PRATIQUES POUR DECIDEURS; 1. SOYEZ PRESENT LE PLUS TOT POSSIBLE

5. COMPRENEZ LA DENSITE DE MOTS-CLESLe spamdexing; Le bourrage de mots-cles; En arriver au tristement celebre : « dernière mise à jour : avril 2006 »; Pester parce que « vous avez mieux à faire »; Croire que vous pouvez techniquement dire au robot d'indexation : « tu reviens quand je veux »; 7. DEVELOPPEZ LES LIENS; Obtenir des liens entrants (backlinks); « Vous reprendrez bien quelques liens ? »; « Cliquez ici » ou la mauvaise construction des liens; Les fermes ou pépinières de liens; Le Google Bombing; Les moteurs de recherche nous mettent mal à l'aise quant aux liens; 8. FAITES DES PETITS La perte d'impact (encore appelée « Triple D : Dilution et Dispersion Diaboliques »)
