SEOCAMP'us
L'ÉVÈNEMENT SEARCH MARKETING
PARIS 2016

#seocamp

Migration: Quels enjeux pour votre site ? quelles réponses techniques pour votre SEO ?

David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

SEOCAMP'us
L'ÉVÈNEMENT SEARCH MARKETING
PARIS 2016

Qui sommes nous?

David Durand Pichard

- http://durand.bio
- La passion du web depuis 1996 **@since1996**
- Hormis en SEO, je travaille ma performance en Athlétisme http://s96.fr/bilansDDP

Aymeric Bouillat

- Consultant #SEO RESONEO et formateur SEO aux Gobelins
- Le SEO, la technique et le partage **@aymerictwit**
- http://www.yapasdequoi.com

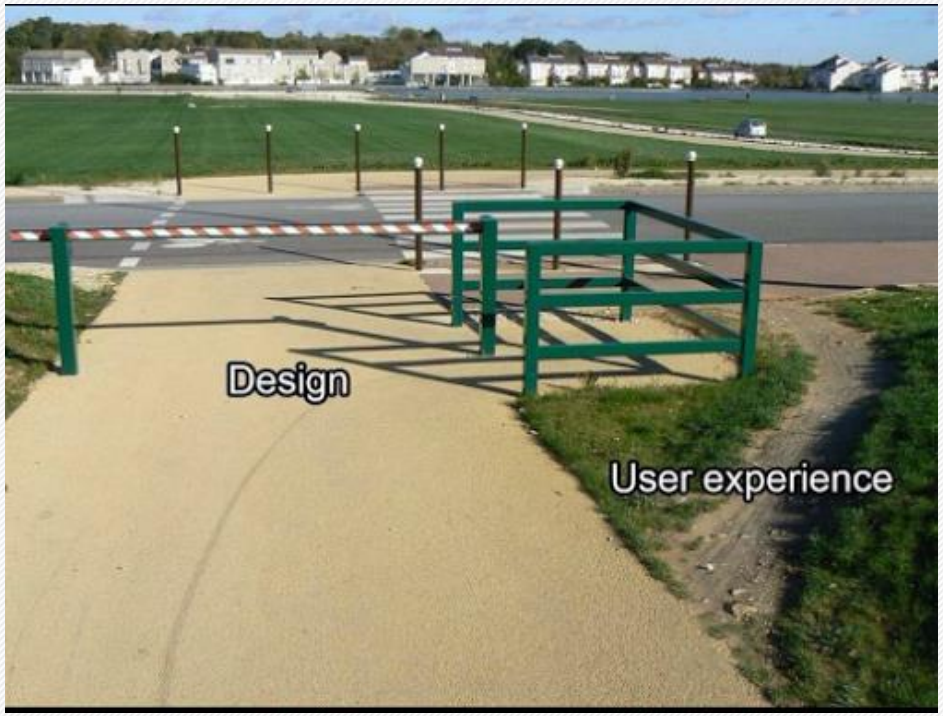
Quels enjeux pour une migration?

- Augmenter le Trafic
- Dépasser la Concurrence
- Améliorer le CA
- Ambition à l'international
- Amélioration de la Visibilité
- Repenser la Navigation
- Tout remettre à plat
- Et des freins à lever …

David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

Les freins au développement d'un site complet

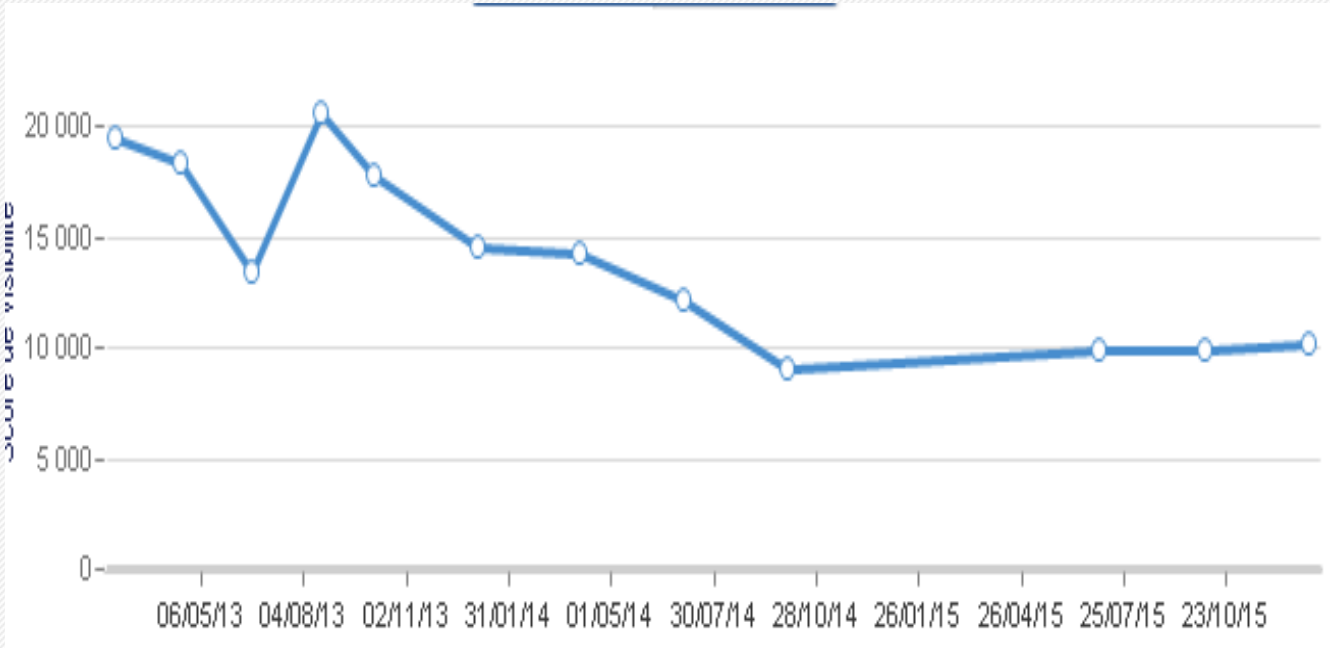
- Ça coûte cher → est ce que le but est le prix
- On ne sait pas faire → qui peut le faire ?
- On n'a pas le temps → 5 jours en plus, est ce un problème ?
- On verra plus tard → plus tard, c'est souvent trop tard
- On n'a pas envie → les émotions et le business ne sont pas bons amis



David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

On verra plus tard

- Sous estimer les enjeux
- Négliger des optimisations
- Economiser sur le développement



David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

Refonte limité par le budget

Si votre choix est dicté par le tarif, vous risque d'avoir une plaquette sur le web et c'est tout.

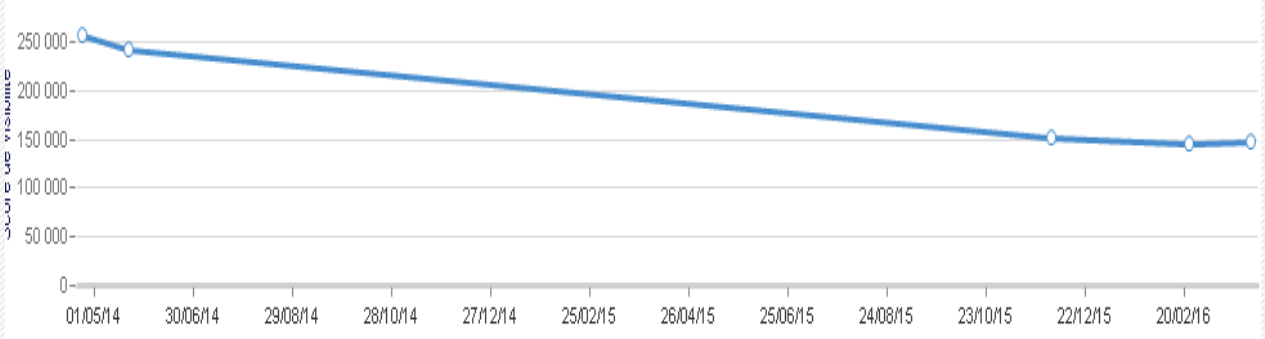
C’est l'enjeu de votre business qui doit déterminer les moyens et non l’inverse.

500 euros pour générer 500.000 euros de plus ? → Loterie ?

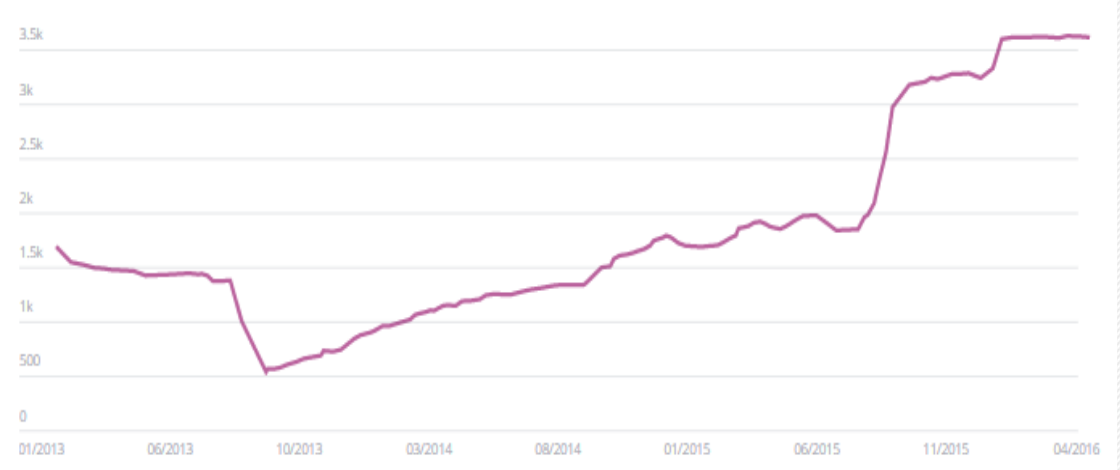
David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

Ça marche ≠ c'est performant

Moins cher

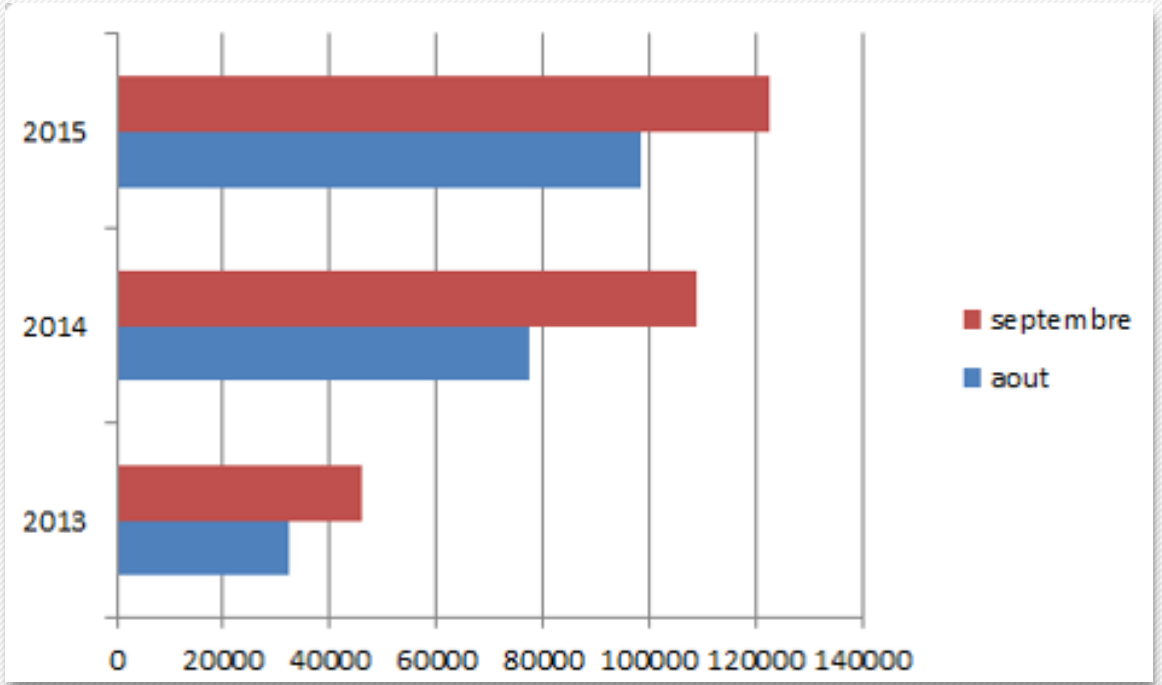


Ressources internes et externes



David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

Plus de trafic



- Oui mais du trafic qualifié
- Qui vous fait connaitre
- Qui vous apporte des prospects
- Qui transforme vos visiteurs en clients fidèles

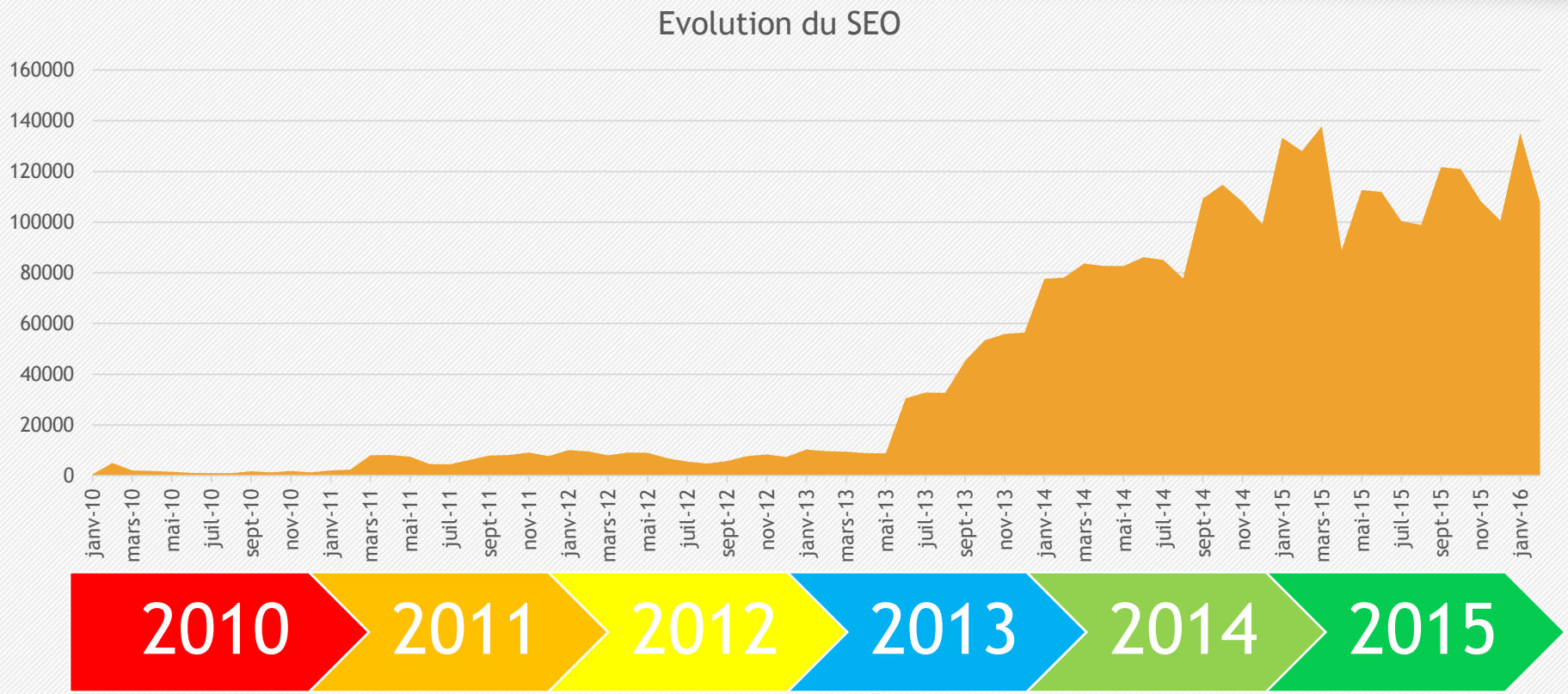
Evaluez la concurrence

- Univers
- Acteurs
- Engagement
- Moyens

1	ateliers-lofts.com	9 351	197 / 200
2	espaces-atypiques.com	4 384	173 / 200
3	pap.fr	2 246	194 / 200
4	fr.wikipedia.org	1 872	3 / 200
5	seloger.com	1 720	164 / 200
6	explorimmo.com	1 329	186 / 200
7	loftdesignby.com	1 024	10 / 200
8	loft.fr	750	39 / 200
9	paruvendu.fr	582	123 / 200
10	logic-immo.com	361	142 / 200
11	bellesdemeures.com	321	87 / 200
12	proprietesdefrance.com	316	34 / 200
13	loft-atelier.fr	160	6 / 200
14	loft-paris.fr	132	3 / 200
15	immostreet.com	125	58 / 200
16	immo.travil.fr	103	46 / 200
17	orpi.com	79	17 / 200
18	cotemaison.fr	46	3 / 200
19	parisattitude.com	39	4 / 200
20	parisattitudevente.com	31	18 / 200
21	avendrealouer.fr	29	24 / 200

David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

Impact d’une refonte

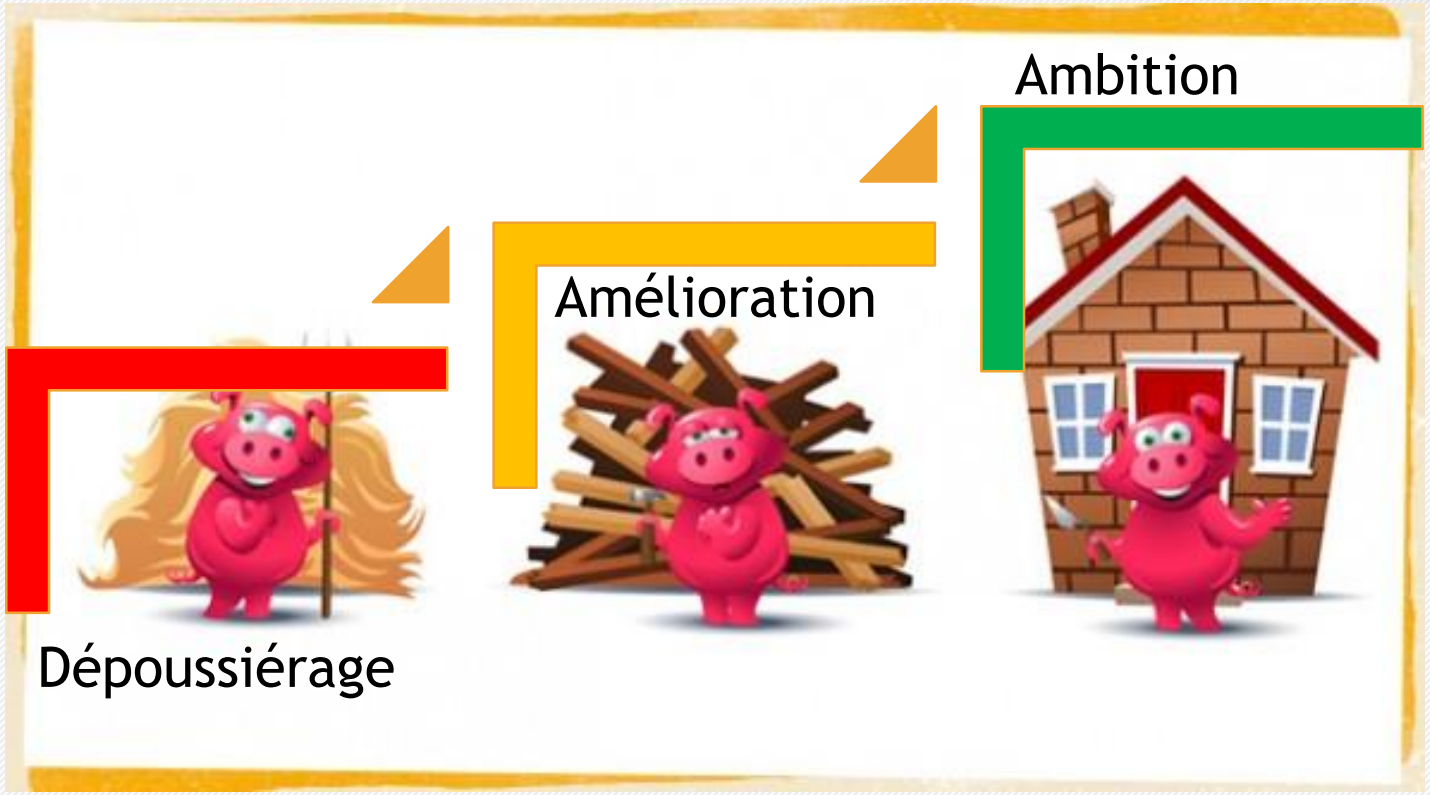


David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

Navigation

- Comme dans un centre commercial, l'internaute ne doit pas essayer de deviner comment il fonctionne.
- Cela doit être intuitif.
- Utilisez une logique besoins et pas uniquement Catalogue de produits ou nommage « métiers »

Quel niveau d’engagement ?



David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

Comment déménager un site?

- Comme dans la vrai vie!

> *“ Déménager en priorité ce dont on se sert le plus, faire le tri ”*

Un peu de méthodo

- Liste des URL à migrer: un crawl ne suffit pas!

Liste du contenu des cartons

- Utiliser un maximum de sources pour tout recenser

	B	E	G	H	I	J	K	L	M	N
1	REQUEST_URI	Dest URL	Catégorie	A rediriger vers	Nouvelle page prévue?	Impressions	Clics	CTR	Backlinks	Position moy.
2	[illegible]	[illegible]	[illegible]		non	9298	888	10 %	1	6,4
3	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	oui redir dynamique	142175	777	1 %	1	8,7
4	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	oui redir dynamique	20985	281	1 %	1	7
5	[illegible]	[illegible]	[illegible]		non	1791	211	12 %	1	6,5
6	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	Oui	3392	202	6 %	1	38
7	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	non	949	189	20 %	1	1,9
8	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	non	473	189	40 %	1	3,4
9	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	non	754	175	23 %	1	3,5
10	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	non	1366	120	9 %	1	13
11	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	Oui	508	90	18 %	1	7
12	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	oui redir dynamique	3288	79	2 %	1	9,6
13	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	Oui	635	70	11 %	1	10
14	[illegible]	[illegible]	[illegible]		non	514	70	14 %	1	3,4
15	[illegible]	[illegible]	[illegible]		non	182	41	23 %	1	8,6
16	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	oui redir dynamique	571	38	7 %	1	10
17	[illegible]	[illegible]	[illegible]		non	256	38	15 %	1	3,4
18	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	oui redir dynamique	140	37	26 %	1	4,4
19	[illegible]	[illegible]	[illegible]		non	39	24	62 %	1	1
20	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	oui redir dynamique	103	22	21 %	1	5,4
21	[illegible]	[illegible]	[illegible]		non	96	22	23 %	1	5,7
22	[illegible]	[illegible]	[illegible]		Oui	58	21	36 %	1	9,8
23	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	non	105	20	19 %	1	5,1
24	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	oui redir dynamique	75	17	23 %	1	3,5
25	[illegible]	[illegible]	[illegible]		non	59	17	29 %	1	1,7

Mise en place d'un suivi pré et post déménagement

- Pleins de KPI!
- Suivre ses positions par catégorie et typologie de page

“*Paré pour le décollage ?*”

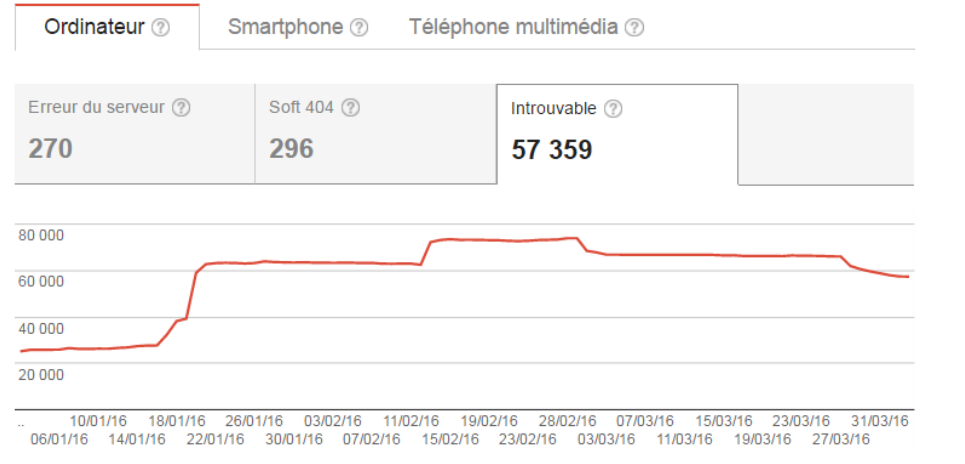
David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

Organiser ses cartons!

- Analyse des schéma d'URL: à chaque URL, sa règle
  - Page à page (/contact.php → /contact.html)
  - Dynamique (/cat/47/253/products/ → /bougies/exterieur/)
  - Au placard (URL inutiles et ne générant pas de trafic)
- On régroupe (paramètres d'URL qui ne modifient pas le contenu)
- **On priorise (clics et impressions dans les SERP, backlinks, crawl Googlebot)**

Les papiers qu’on ne retrouvent jamais…

- Nettoyage des 404: on fait du rangement pour mieux s’y retrouver après le déménagement



David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

On se débarrasse de l’inutile

- Backlinks de mauvaise qualité ou NSEO vers une même URL: pas de 301!

- Un coffre vide et jamais utilisé: de la place perdu pour rien!

- Et si on recyclait?

Prendre soin de certains objets

Comment rediriger une URL encodée ?

http://www.resoneo.com/nom%20-accentu%E9.html

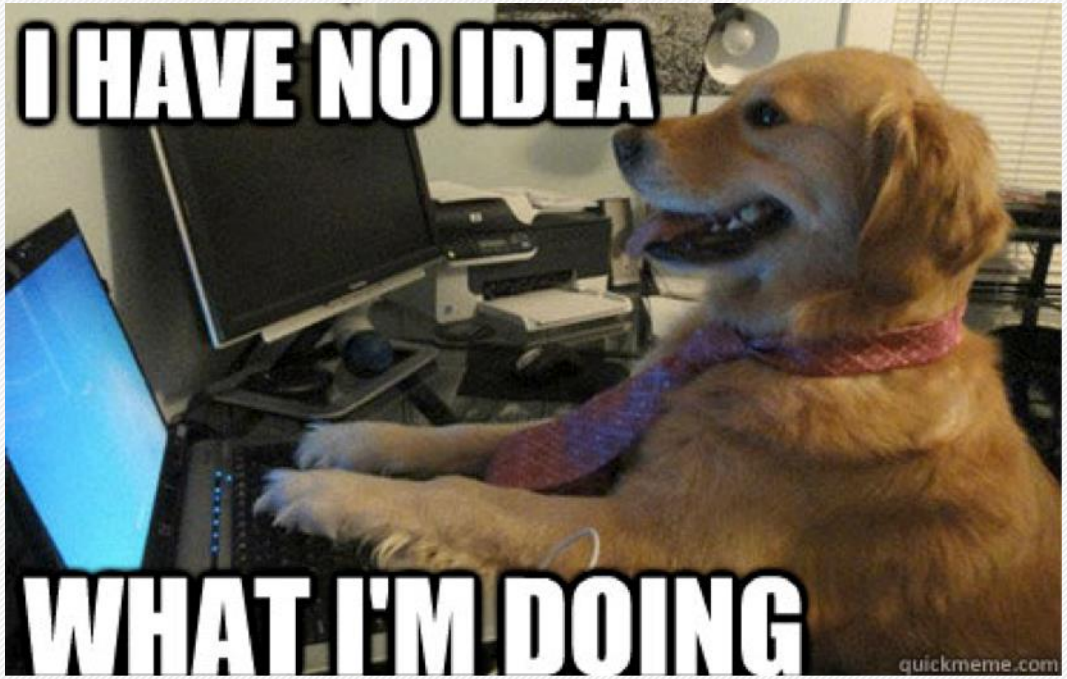
RewriteRule ^/url-%C3%A0-tra%C3%AEter-avec-soin/ $ /url-a-traiter-avec-soin.html [L,R=301]

ne fonctionnera pas ☹

- Il suffit de remplacer le signe % par \x

→ RewriteRule ^/url-\xC3\xA0-tra\xC3\xAEter-avec-soin/ $ /url-a-traiter-avec-soin.html

Les grands oubliés: paramètres d'URL



- Souvent négligés, il peuvent être le premier échec d'une migration
  - ?xtor=
  - ?order=
  - ?orderby=
  - ?page=
- Et toutes les combinaisons qui s'en suivent se retrouver sur la nouvelle plateforme!
- Soyez précis auprès de l'IT

Pas de correspondance = pas vers la home!

- Sous peine de pénalité algorithmique…

On ne plaisante pas avec Mr Apache

Comment rediriger une URL sans conserver la %{QUERY_STRING}?
http://www.resoneo.com/references?annee=2012

- Apache 2.4: avec le drapeau [QSD]

RewriteRule ^/references$ /nos-clients [L,QSD,R=301]

- Apache 2.2 et versions antérieures:

RewriteRule ^/references$ /nos-clients? [L,R=301]

Pour faire des redirections en fonction de la query_string: **RewriteCond**

On optimise son fichier de redirection

- Attention aux boucles de redirections (HTTP/HTTPS)
- Mes anciennes règles dans le .htaccess sont elles toujours pertinentes? (risque de conflit ou mise à jour pour limiter les doubles redirections)
- Ma redirection liée au top URL: en tête de file!

David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

Et les images

- Hey chef, vous n'avez pas oublié quelque chose?

→Les images aussi ça se redirige!

« Attention au duplicate » (ex: CDN)

→ Canonical dans les en-têtes HTTP

robots.txt ?

- Google connait de nombreuses URL qu'il ne doit pas visiter…
- Post migration, il tentera sa chance…

Ne pas le laisser s'engouffrer dans une brèche!

URL d'un jour, URL toujours!

“Quand Google rencontre une URL, c'est pour la vie!”

David Durand Pichard, Aymeric Bouillat

Refonte et migration SEO?

- Quitte à faire une migration , autant la faire à fond!