Pratique professionnelle

Comment améliorer son référencement internet (SEO) ?

RÉSUMÉ : Nous le savons tous, le site internet est une vitrine, le bouche à oreille des temps modernes. Mais au-delà, il peut être un formidable vecteur de recrutement de patients… à une condition, celle d'être trouvé ! Quelle plateforme choisir pour avoir un site réellement performant sur Google ? Quels outils utiliser pour communiquer le mieux possible avec ce moteur de recherche ?
Cet article est un tour d'horizon complet afin de connaître les enjeux, les moyens et la méthode d'une stratégie digitale axée sur le renforcement du référencement naturel pour, *in fine*, développer sa patientèle.

S. TONG
Dirigeant de la société Scarabe, PARIS.

Les prérequis

Avant de se lancer dans l'optimisation du référencement naturel (SEO : *search engine optimization*) d'un site web, il faut s'assurer que le site est compatible avec les exigences des moteurs de recherche pour une bonne indexation. Si ce n'est pas le cas, il faudra sans doute d'abord refaire le site web.

1. Fabrication du site

Pour les sites de praticiens de santé, il existe 3 formes de fabrication :
– le site "statique", codé directement en html "à la main". On travaillait de cette façon il y a plus de 10 ans. Ces sites sont maintenant obsolètes mais on en trouve encore ;
– le site avec outil d'administration propriétaire. Il s'agit de sites commercialisés par des agences dont les sources sont les propriétés exclusives des agences en question. Cela a une forte incidence car personne d'autre que l'agence ne peut travailler dessus. Bien souvent, ces outils ne sont pas mis à jour régulièrement pour des raisons de coûts et, au bout de quelques années, ils deviennent obsolètes ;
– les sites avec outil d'administration *open source*. Ils ont l'avantage d'être systématiquement à jour en termes de sécurité et de maintenance. Quasiment tous les professionnels peuvent travailler dessus.

Dans ce dernier cas, on a affaire à une communauté de développeurs qui travaille de concert sur le maintien de l'outil. La structure de fabrication est modulaire, ce qui permet d'ajouter des fonctionnalités nouvelles de façon assez simple. On peut citer Wordpress, le leadeur du marché, mais aussi Joomla ou Drupal. Donc si le site est fabriqué avec un outil à jour tel que Wordpress, on peut envisager d'optimiser son SEO.

J'attire l'attention sur les outils de création de site en ligne tels que Wix ou Weebly, que je déconseille fortement. Ce sont des solutions autohébergées aux États-Unis qui ne respectent pas le règlement général de protection des données (RGPD, voir plus loin). Si des données médicales transitent par ce moyen (formulaire par exemple), je vous laisse apprécier les problèmes soulevés.

2. Responsive design

On parle de *responsive design* pour l'affichage d'un site internet sur les

Pratique professionnelle

différents appareils. On en compte 3 : ordinateur, tablette et téléphone. Un site internet doit s'afficher correctement sur chacun des appareils. Si ce n'est pas le cas, Google sanctionne cela en ne référençant pas le site correctement.

Mais au-delà du référencement naturel, plus de 80 % des visites sur un site web proviennent d'un smartphone [1]. Il est donc aujourd'hui impossible d'imaginer un site qui ne soit pas *responsive*.

3. Hébergement du site

Le serveur qui héberge le site doit être à jour avec les dernières versions de php, Linux, etc. [2]. Si le serveur est obsolète, Google pénalise et le SEO s'en trouve impacté.

Le site doit répondre à ces prérequis pour pouvoir se lancer dans un travail de référencement naturel.

Le référencement naturel

1. De quoi s'agit-il ?

>>> Le résultat de recherche desktop

La ***figure 1*** indique les résultats sur Google pour la recherche "injection Botox Paris". Ces résultats s'affichent sous les résultats Adword (publicité payante) et Google my Business (si la recherche est géolocalisée). Dans le cas présent, le site le mieux positionné est celui du centre Victoire Haussmann. Une page de résultats de Google contient 10 items par page. L'enjeu du référencement est de se placer en première page, idéalement dans les 3 premiers résultats.

>>> Le résultat de recherche mobile

La ***figure 2*** présente les résultats pour "médecine esthétique". Ceux-ci diffèrent quelque peu des résultats desktop car ils sont bien souvent géolocalisés. Ce type

Fig. 2 : Résultats mobile pour "médecine esthétique".

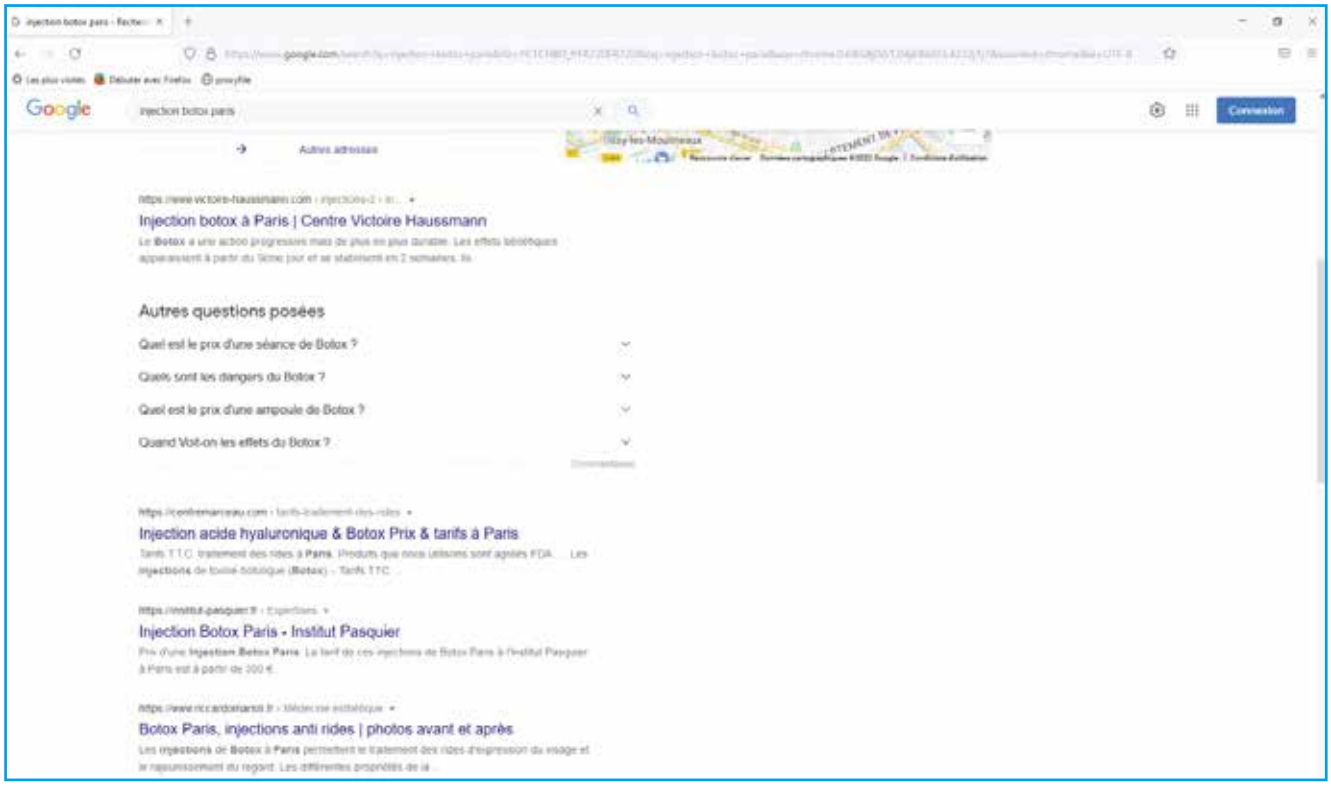

Fig. 1 : Résultats desktop pour "injection Botox Paris".

Fig. 3.

de résultats présente des informations issues des données structurées. Cela dit, les résultats sont souvent similaires d'un écran à l'autre.

>>> Quelques chiffres

La 1re page de Google représente à elle seule un taux de clic de plus de 91 %, la 2e seulement 4,8 %, la 3e 1,1 % et la 4e 0,4 % [3]. La ***figure 3*** montre que les 3 premiers résultats captent principalement les clics [4].

2. Le marché français de la recherche web [5]

Google représente 91,99 % du marché, Bing 3,77 %, Yahoo 1,36 % et Ecosia 1,11 %. Il est évident que les enjeux de référencement pour un site web se situent principalement chez Google. Le site web doit donc répondre au mieux aux exigences de ce dernier, ce qui n'est pas sans contraintes en termes de présentation et de contenu rédactionnel.

3. Les enjeux pour le site web

Pour un site bien référencé, Google représente 80 à 90 % du trafic (***fig. 4***). Un site qui enregistre un fort trafic va engendrer davantage de contacts patients par un phénomène d'entonnoir qu'il n'est pas nécessaire d'expliquer.

Améliorer son SEO

1. Homepage ou page d'accueil

C'est la page principale d'entrée du site internet. Cette page est déterminante puisque c'est à partir de celle-ci que le robot va suivre le reste du site. Elle doit contenir un résumé du site web avec la mise en avant de son contenu. On doit y retrouver des titres, textes, images, films, liens (***fig. 5***)…

2. Nombre de pages

Selon la région dans laquelle on exerce, la concurrence sur les résultats de recherche est plus ou moins grande. À Paris par exemple, se positionner en première page sur l'augmentation mammaire est devenu très compliqué. De ce fait, plus la concurrence est grande, plus il va falloir rédiger des pages sur le site car c'est avant tout le volume de contenu qui permet d'avoir un bon référencement. Un site internet de chirurgien plasticien doit contenir une quarantaine de pages pour espérer bien se positionner dans les résultats de recherche : comme l'a dit Bill Gates, "*content is king*" [6].

3. Rédaction

Les textes d'un site doivent contenir au moins 300 mots pour viser un bon référencement [7]. Une titraille (balises Hn) est

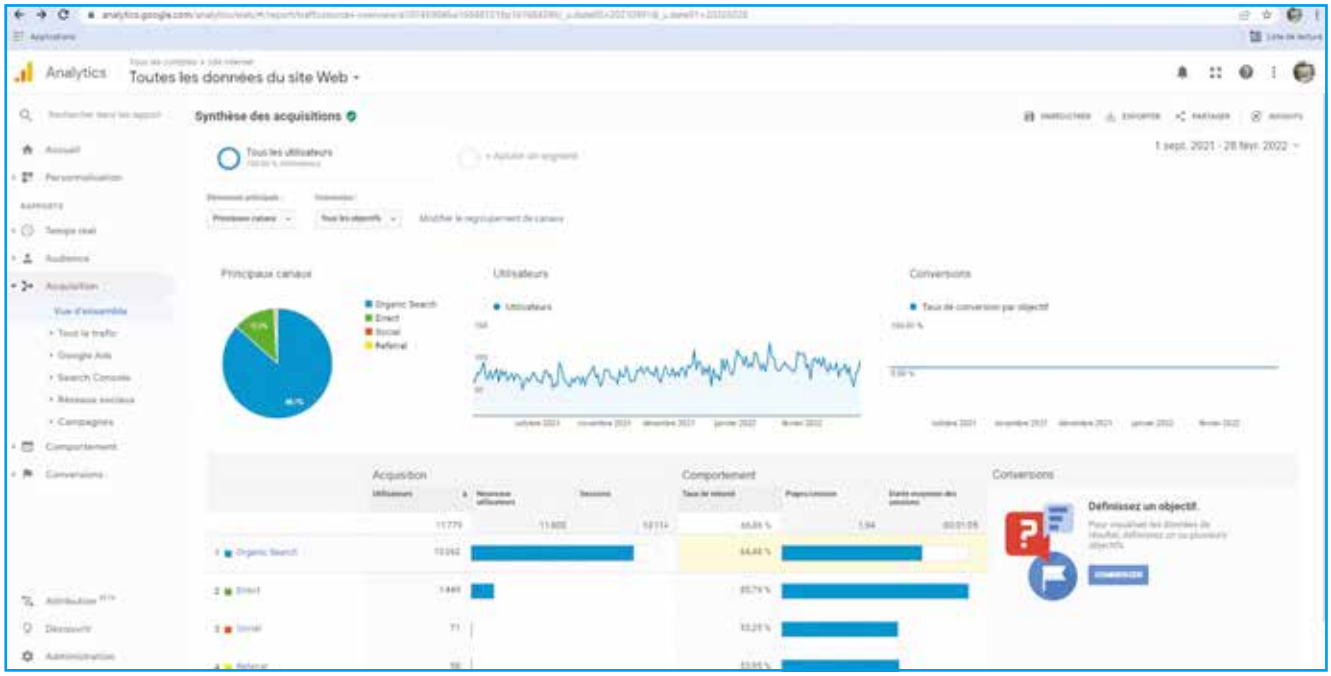

Fig. 4 : Sources Analytics pour le Dr X : plus de 86 % de son trafic provient des moteurs de recherche.

Pratique professionnelle

Fig. 5 : Exemple d'une page d'accueil compatible SEO. Site www.maclinic.eu arrivant en 3e position lors d'une recherche "chirurgie esthétique Bruxelles".

fondamentale. Les titres devront contenir les mots clés sur lesquels on veut être positionné avec 40 caractères maximum.

Pour une meilleure indexation, il faut créer du maillage interne, c'est-à-dire des liens entre les pages du site.

4. Visuels

Les visuels du site doivent être nommés de façon cohérente. Ainsi, le visuel qui accompagne le texte sur l'augmentation mammaire d'un médecin exerçant à Lille devra être nommé : augmentation-mammaire-lille-dr-tong.jpg.

Lorsque le visuel est inséré dans le texte, il est primordial de remplir la balise ALT de l'image. Historiquement, cette balise sert aux malvoyants. Un logiciel lit cette balise, ce qui leur permet d'imaginer le visuel sans le voir. Les moteurs de recherche utilisent également cette balise pour référencer les images.

5. Vidéos

Les vidéos sont de plus en plus tendance au sein des sites web. La meilleure stratégie pour le SEO est d'utiliser YouTube en créant une chaîne. On télécharge ensuite des vidéos sur sa chaîne YouTube et on les insère dans le site web.

Les intérêts sont évidents :
– Google et YouTube sont la même entité, donc communiquent très bien de l'un à l'autre ;
– il n'y a pas de problématique d'hébergement de vidéos lourdes en Mo puisque c'est YouTube qui gère cela.

6. Implémentation du site : importance de la géolocalisation

Chaque page du site doit communiquer le mieux possible avec le Bot de Google. Pour cela, il faut parler sa langue. On utilise les balises méta : title et description. Par exemple, si on choisit une page sur le lifting cervicofacial, voici ce à quoi doit ressembler cette implémentation :

Titre : nom du soin + nom docteur + ville (40 caractères max).

Description : détail du soin + nom docteur + ville.

7. Respect du RGPD

Le RGPD est une directive européenne de 2019 visant à protéger la collecte des données personnelles *via* un site Internet. Cette directive a été créée suite au scandale de Cambridge Analytica pendant la campagne présidentielle américaine de 2016. Cette réglementation impose des règles strictes à respecter dans le cadre d'une visite sur le site web.

Il faut ainsi informer l'utilisateur de toutes les données qui peuvent être collectées et stockées *via* le site web : analytics (on va en reparler), formulaire, commentaires, prise de rendez-vous en ligne. L'utilisateur doit pouvoir faire supprimer ou modifier toute information le concernant et doit avoir les coordonnées du responsable des données dans la société [8].

8. Un site en https

Le https est un système de sécurisation de site internet. Google a décidé de pénaliser dans ses résultats de recherche les sites qui ne suivent pas ce protocole [9].

9. Outils : Google Search Console et Analytics

La Google Search Console permet de suivre l'évolution du positionnement d'un site web en fonction des recherches effectuées par les utilisateurs (***fig. 6***).

Google Analytics permet de mesurer le trafic du site. C'est l'outil le plus utilisé dans le monde. Toutefois, il vient d'être interdit au sein de l'Union européenne [10]. À terme, tous les sites web vont être concernés et il sera bientôt nécessaire d'utiliser un autre outil tel que Matomo (fr.matomo.org).

POINTS **FORTS**

- Prérequis pour se lancer dans le SEO : un outil à jour tel que Wordpress, un site *responsive design*, un serveur qui héberge le site à jour.
- Un bon référencement nécessite le respect de bonnes pratiques et de faire travailler tous les supports dans le même sens : site, réseaux sociaux, Google my Business. Ce sont des outils vivants qu'il faut ensuite mettre à jour régulièrement.
- Il est préférable de faire appel à des professionnels afin de se concentrer sur la forme plutôt que sur le fond.

10. PageSpeed Insight

Le Google PageSpeed Insight calcule la vitesse d'affichage du site web. Plus il est bon, mieux le site est référencé. Google attribue une note de 0 à 100. Un score au-delà de 80 % est conseillé (***fig. 7***).

11. Backlinks

Il s'agit des liens qui pointent vers le site web. Magazine, télé, labo, etc., plus il y a de liens qui pointent vers le site, plus Google considère que ce site est populaire, donc lui attribue une prime à l'indexation.

12. Réseaux sociaux

Insistons rapidement sur l'importance d'utiliser Facebook pro et Instagram. Les posts doivent toujours présenter des liens vers le site web, c'est du référencement à moindre coût.

13. Google my Business

Le bloc Google my Business connaît un formidable essor ces dernières années. Il présente l'établissement, son adresse, ses horaires mais aussi de nombreuses informations : description, produits, posts et notation des utilisateurs. Un bloc Google my Business optimisé permet un fort recrutement mais aussi de référencer le site web s'il est bien lié à celui-ci.

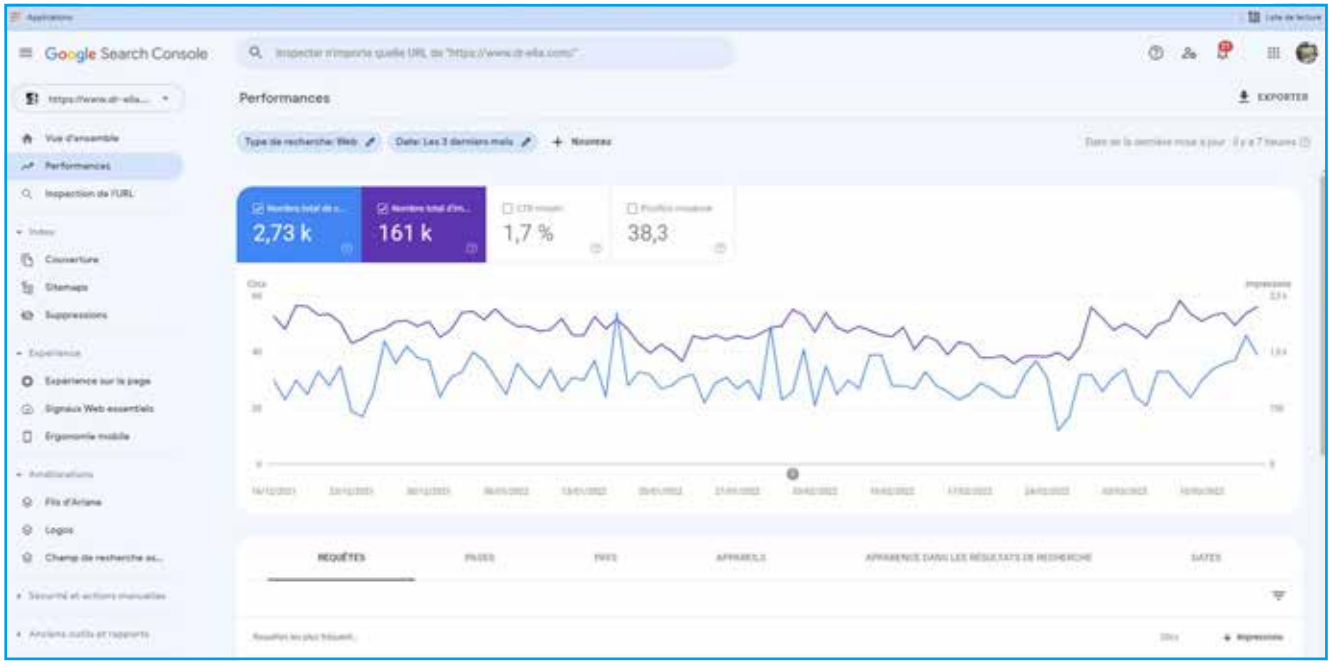

Fig. 6 : Exemple d'écran Google Search Console.

Pratique professionnelle

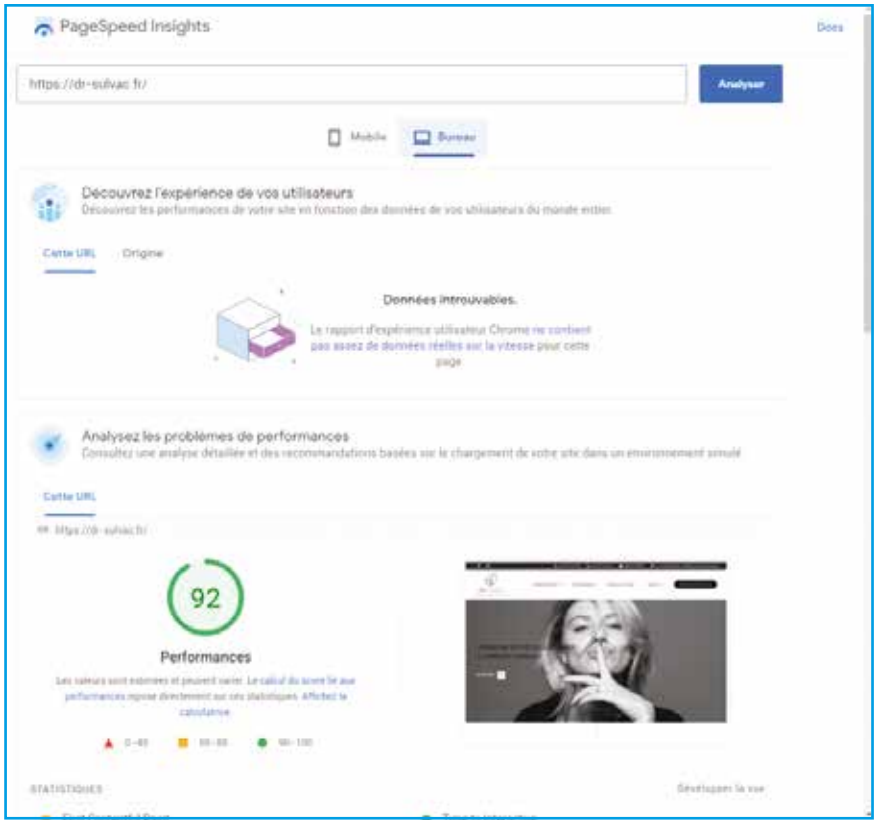

Fig. 7 : Exemple de vitesse d'affichage.

14. Doctolib

Doctolib dispose d'un annuaire fort bien référencé. Donc si la fiche Doctolib est bien renseignée, bien implémentée et qu'elle est liée au site web du médecin, on peut assimiler cela à du backlink (expliqué plus haut), donc forcément bénéfique au SEO.

Et ensuite ?

Une fois que tout est en place et le site en ligne dans le respect de toutes les recommandations, il est impératif de :

1. Mettre régulièrement son site à jour

Une rubrique Blog ou Actualités permet de rajouter des contenus : une nouvelle technique, une tendance, une saisonnalité, un salon… L'idée est de dire à Google que le site est vivant et qu'il est donc pertinent de le faire remonter dans les résultats de recherche.

2. Solliciter des retours patients

Proposer à ses utilisateurs de poser des questions en bas des pages de soins est une façon de créer de l'expérience utilisateur dont Google raffole. Cela permet de mettre à jour régulièrement les textes en question puisqu'on pourra y lire les questions et les réponses.

3. Récolter des avis sur Google my Business

Plus on obtient d'avis (positifs ou négatifs d'ailleurs), mieux le bloc Google my Business sera positionné.

Conclusion

Vouloir améliorer le référencement naturel d'un site web pose d'abord la question de sa propre stratégie numérique et des outils à disposition. Un bon référencement nécessite le respect de bonnes pratiques et de faire travailler tous les supports dans le même sens : site, réseaux sociaux, Google my Business. Ce sont des outils vivants qu'il faut ensuite mettre à jour régulièrement. Il est recommandé de faire appel à des professionnels afin de se concentrer sur la forme plutôt que sur le fond.

BIBLIOGRAPHIE

1. www.blogdumoderateur.com/chiffres-cles-internet-reseaux-sociaux-france-2022/
2. www.opportunites-digitales.com/hebergement-et-referencement-seo/
3. www.consulting-web.com/taux-de-clics-sur-les-pages-google/#:~:text=91%25%20des%20clics%20se%20concentrent,la%204%C3%A8me%200%2C4%25
4. www.blogdumoderateur.com/etude-taux-de-clics-et-les-performances-des-liens-selon-la-position-dans-les-serps/
5. www.leptidigital.fr/webmarketing/seo/parts-marche-moteurs-recherche-france-monde-11049/
6. www.1ere-position.fr/blog/content-is-king-importance-contenu-pour-seo/
7. yellowdolphins.com/publications/articles/checklist-pour-bien-ecrire-sur-le-web/
8. www.cnil.fr/fr/reglement-europeen-protection-donnees
9. www.webrankinfo.com/dossiers/conseils/https-critere-seo
10. www.magazine-decideurs.com/news/mise-en-demeure-d-un-hebergeur-web-la-cnil-juge-l-utilisation-de-google-analytics-illegale

L'auteur a déclaré ne pas avoir de conflits d'intérêts concernant les données publiées dans cet article.