

Le manifeste sur les moteurs de recherche

CLASSEZ VOS PAGES EN
HAUT DES RÉSULTATS DES
MOTEURS DE RECHERCHE
POUR UNE EXPOSITION
MAXIMALE

www.gagner-sur-internet.com

Le manifeste sur les moteurs de recherche

"Classez vos pages en HAUT des résultats des moteurs de recherche pour une exposition maximale !"

Avis juridique

L'éditeur s'est efforcé d'être aussi précis et complet que possible dans la création de ce rapport, bien qu'il ne garantisse ni ne déclare à aucun moment que le contenu de ce rapport est exact en raison de la nature rapidement changeante d'Internet.

L'éditeur ne sera pas responsable des pertes ou dommages de toute nature subis par le lecteur, qu'ils soient directs ou indirects, résultant de l'utilisation des informations contenues dans ce rapport.

Ce rapport n'est pas destiné à être utilisé comme une source de conseils juridiques, commerciaux, comptables ou financiers. Il est conseillé à tous les lecteurs de faire appel aux services de professionnels compétents dans le domaine juridique, commercial, comptable et financier.

Aucune garantie de revenu n'est donnée. Le lecteur assume la responsabilité de l'utilisation des informations contenues dans ce document. L'auteur se réserve le droit d'apporter des modifications sans préavis. L'éditeur n'assume aucune responsabilité de quelque nature que ce soit au nom du lecteur de ce rapport.

Table des matières

Les moteurs de recherche et leur fonctionnement	5
Choisir une société de référencement	7
Sélection de mots-clés pour les moteurs de recherche	10
Améliorer votre classement dans les moteurs de recherche	13
Renforcer la popularité de vos liens	16
Protéger votre classement dans les moteurs de recherche	19
Principaux moteurs de recherche	22

Le manifeste sur les moteurs de recherche

Les moteurs de recherche et leur fonctionnement

Les moteurs de recherche sont des sites spéciaux sur le Web qui sont conçus pour aider les gens à trouver des informations stockées sur d'autres sites. Il existe des différences dans le fonctionnement des différents moteurs de recherche, mais ils accomplissent tous trois tâches de base :

- ✓ Ils effectuent des recherches sur Internet - ou sélectionnent des morceaux d'Internet - sur la **base de mots importants**,
- ✓ Ils **gardent un index des mots qu'ils trouvent**, et où ils les trouvent, et
- ✓ Ils **permettent aux utilisateurs de rechercher des mots** ou des combinaisons de mots trouvés dans cet index.

Les premiers moteurs de recherche avaient un index de quelques centaines de milliers de pages et de documents et recevaient peut-être un ou deux milliers de demandes par jour. Aujourd'hui, un moteur de recherche de premier plan indexe des centaines de millions de pages et répond à des dizaines de millions de requêtes par jour.

Avant qu'un moteur de recherche puisse vous dire où se trouve un fichier ou un document, il faut le trouver. Pour trouver des informations sur les centaines de millions de pages Web qui existent, un moteur de recherche emploie des robots logiciels spéciaux, appelés araignées, pour établir des listes de mots trouvés sur les sites Web.

Lorsqu'un araignée construit ses listes, le processus est appelé "**web crawling**".

Afin de construire et de maintenir une liste de mots utiles, les araignées d'un moteur de recherche doivent examiner un grand nombre de pages. Comment une araignée commence-t-elle ses voyages sur le Web ? Les points de départ habituels sont les listes de serveurs très utilisés et les pages très populaires. L'araignée commencera par un site populaire, indexera les mots de ses pages et suivra chaque lien trouvé sur le site. De cette façon, le système d'araignée commence rapidement à voyager, se répandant sur les parties les plus utilisées du Web.

Une fois que les araignées ont achevé la tâche de trouver des informations sur les pages Web, le moteur de recherche doit stocker les informations de manière à les rendre utiles.

Pour rendre les données recueillies accessibles aux utilisateurs, deux éléments essentiels sont à prendre en compte :

- ✓ Les informations stockées avec les données, et
- ✓ La méthode par laquelle l'information est indexée.

Dans le cas le plus simple, **un moteur de recherche pourrait simplement stocker le mot et l'URL où il a été trouvé**. En réalité, cela donnerait un moteur d'une utilité limitée, car il n'y aurait aucun moyen de savoir si le mot a été utilisé de manière importante ou triviale sur la page, s'il a été utilisé une ou plusieurs fois ou si la page contient des liens vers d'autres pages contenant le mot. En d'autres termes, il n'y aurait aucun moyen de construire la liste de classement qui tente de présenter les pages les plus utiles en haut de la liste des résultats de recherche.

Pour obtenir des résultats plus utiles, la plupart des moteurs de recherche stockent plus que le mot et l'URL. Un moteur de recherche peut enregistrer le nombre de fois où le mot apparaît dans une page. Le moteur peut attribuer un poids à chaque entrée, avec des valeurs croissantes pour les mots qui apparaissent en haut du document, dans les sous-titres, dans les liens, dans les balises META ou dans le titre de la page. Chaque moteur de recherche commercial utilise une formule différente pour attribuer un poids aux mots de son index. C'est l'une des raisons pour lesquelles une recherche d'un même mot sur différents moteurs de recherche produira des listes différentes, avec des pages présentées dans des ordres différents.

Un index n'a qu'un seul but : **permettre de trouver des informations aussi rapidement que possible**. Il existe plusieurs façons de construire un index, mais l'une des plus efficaces consiste à construire une table de hachage. Dans le hachage, une formule est appliquée pour attacher une valeur numérique à chaque mot.

La formule est conçue pour répartir uniformément les entrées sur un nombre prédéterminé de divisions. Cette répartition numérique est différente de la répartition des mots dans l'alphabet, et c'est la clé de l'efficacité d'une table de hachage.

Lorsqu'une personne demande une recherche sur un mot-clé ou une expression, le logiciel du moteur de recherche cherche dans l'index les informations pertinentes. Le logiciel fournit ensuite un rapport à la personne qui effectue la recherche, avec les pages Web les plus pertinentes en premier.

Choisir une société de référencement

Une société d'optimisation des moteurs de recherche peut être un atout inestimable dans votre campagne de marketing sur Internet. Elle est spécialisée dans l'amélioration de la position de votre site dans les moteurs de recherche, dans le suivi régulier de cette position et dans l'ajustement de ses stratégies pour tenir compte des résultats indésirables d'un mois donné.

Comme cela demande beaucoup de temps, d'efforts et de connaissances spécialisées, il peut être dans votre intérêt de faire appel à une source extérieure plutôt que d'essayer de maintenir des positions élevées dans les moteurs de recherche par vous-même.

Cependant, comme dans toute entreprise, il y a de bonnes entreprises et d'autres qui ne le sont pas. Connaître les bonnes questions à poser et les critères à rechercher vous aidera à choisir une société d'optimisation des moteurs de recherche abordable et efficace.

Lorsque vous examinez différentes entreprises, commencez par considérer l'approche qu'elles emploient pour améliorer vos positions dans les moteurs de recherche. Tenez-vous à l'écart des entreprises qui utilisent des pages masquées, des pages passerelles ou des pages de transition pour améliorer vos positions.

Ces techniques violent la plupart des politiques des moteurs de recherche et, dans le pire des cas, ne feront que pénaliser gravement votre site Web, voire le supprimer entièrement de l'index d'un moteur de recherche.

Une page masquée est une page qui est créée et qui est invisible pour le visiteur habituel de votre site Web. La page masquée est codée de manière à détecter les robots des moteurs de recherche et à les diriger vers cette page spéciale, qui est configurée pour améliorer artificiellement votre position dans les moteurs de recherche.

Les pages de type "Doorway" ou "Bridge" utilisent le même concept, mais se trouvent souvent sur un serveur totalement différent. [Google](#), le plus grand et le plus important des moteurs de recherche sur Internet, supprimera votre site Web de son index s'il détecte que vous avez des pages masquées. **Ne faites donc jamais, jamais, appel à une entreprise qui utilise cette technique !**

Un autre élément important est d'obtenir la garantie que la société que vous engagez ne travaillera pas avec vos concurrents pendant qu'elle travaille pour vous. De toute évidence, cela compromettrait sérieusement l'efficacité de la campagne d'optimisation des moteurs de recherche.

Sachez que certaines sociétés utiliseront le succès qu'elles obtiennent pour votre site Web pour vendre leurs services à vos concurrents. Mettez donc votre garantie par écrit et assurez-vous qu'elle est juridiquement contraignante.

Bien entendu, l'un des facteurs les plus importants à vérifier est l'historique des résultats de l'entreprise. Toutefois, ne vous fiez pas aux dires de l'entreprise. Il ne fait aucun doute qu'elle déformera ses résultats afin de vendre ses services à des clients potentiels.

vous. Pour aller au-delà de leur simple déclaration de réussite, posez-leur quelques questions pertinentes, et vérifiez leurs réponses.

Demandez-leur sur quels moteurs ils ont obtenu les meilleurs résultats. Ceux qui sont importants sont les moteurs les plus populaires, et ce sont ceux sur lesquels vous voulez voir de bons résultats.

Comme la popularité des moteurs de recherche peut changer avec le paysage de l'Internet en général, consultez la page Nielsen Netratings sur Search Engine Watch.

Vous pouvez y accéder à l'adresse suivante : <https://searchenginewatch.com/?s=Netratings>

Ensuite, découvrez quels sont les mots-clés et les expressions avec lesquels ils obtiennent de bons résultats. Il est facile d'obtenir un classement élevé avec des mots impopulaires. Par exemple, le mot-clé "laisses pour chats" obtiendra un classement élevé parce que personne d'autre ne penserait à l'utiliser. Ce que vous recherchez, ce sont de bons résultats avec des mots clés populaires.

Consultez le logiciel Wordtracker, disponible sur <http://www.wordtracker.com>. Vous pouvez commander un essai gratuit, ou un abonnement allant de 1 jour à 1 an. Ce logiciel évalue la popularité des mots-clés et des phrases en fonction de l'utilisation réelle des moteurs de recherche.

Ensuite, recherchez de bons résultats sur l'ensemble d'un site pour lequel l'entreprise prétend avoir travaillé avec succès. Vous voulez voir un large éventail de positions sur un certain nombre de moteurs de recherche différents en utilisant différents mots-clés ou expressions pour l'ensemble du site.

Demandez un rapport pour tout client pour lequel l'entreprise prétend avoir obtenu de bons résultats. Ce rapport doit indiquer de bonnes positions sur un certain nombre de moteurs de recherche parmi les plus populaires pour une variété de mots-clés et d'expressions populaires.

Lorsque vous vous renseignez sur les sociétés d'optimisation des moteurs de recherche, assurez-vous qu'elles ont réellement effectué le travail qu'elles

prétendent avoir fait. Certaines sociétés utiliseront les résultats d'autres sociétés pour vous inciter à signer avec elles.

Si vous avez des doutes, appelez la société pour laquelle elle vous montre des résultats et demandez-lui le nom de sa société d'optimisation des moteurs de recherche.

Il est important de garder à l'esprit qu'une campagne d'optimisation des moteurs de recherche réussie se traduira par une exposition maximale sur un large éventail de moteurs de recherche populaires en utilisant une variété de mots-clés et de phrases.

C'est la formule d'une campagne réussie, et vous devez la garder au premier plan de votre stratégie marketing.

Demandez à la société d'optimisation des moteurs de recherche que vous envisagez de créer un rapport indiquant votre classement dans un certain nombre de moteurs de recherche populaires sur une période d'au moins six mois.

N'oubliez pas : Le marketing par moteur de recherche est un processus continu, et vous avez besoin d'une société qui non seulement le comprend, mais qui garde un œil constant sur vos positions dans les moteurs de recherche. Cette société doit également être en mesure d'ajuster sa stratégie en cas de baisse du classement dans les moteurs de recherche.

Le marketing par moteur de recherche étant un processus **continu**, vos positions doivent être constamment surveillées. Si vous voulez que votre société d'optimisation des moteurs de recherche le fasse pour vous, demandez un échantillon d'un rapport mensuel.

Il est essentiel que ce rapport indique les classements pour les moteurs de recherche les plus populaires. Ne vous laissez pas impressionner par un rapport qui ne montre que d'excellents résultats pour un nombre limité de petits moteurs de recherche.

Ces résultats sont assez faciles à obtenir. Vérifiez également que les résultats des moteurs de recherche populaires qu'ils vous montrent sont bien les moteurs de recherche populaires actuels.

Assurez-vous que l'exemple de rapport que l'entreprise vous présente est dans un format que vous pouvez **facilement comprendre**. Par exemple, il peut s'agir d'un graphique couvrant une période d'au moins six mois et présentant des données telles que les 50 premières positions ventilées sur une base mensuelle ou les 5 premières pages chaque mois.

Ensuite, vérifiez que la société que vous envisagez surveille effectivement ces positions ou ces pages chaque mois, et que le rapport type qu'elle vous présente comprend des conclusions et des recommandations pour le site en question. Cela garantit que l'entreprise surveillera activement et ajustera sa stratégie en permanence, au lieu de se contenter de recueillir des statistiques sur vos positions.

Vous avez besoin d'une entreprise qui participe activement à votre campagne de marketing sur les moteurs de recherche, et pas seulement d'un collecteur d'informations.

Il est évident que vos finances doivent entrer en ligne de compte dans le choix de votre société, mais n'oubliez pas qu'une société d'optimisation des moteurs de recherche est essentielle au succès de votre campagne de marketing. Il ne s'agit pas d'un simple accessoire.

Si vous n'avez pas les moyens de vous payer une société qui fera un travail complet et fiable pour votre site Web, vous pourriez envisager d'attendre d'avoir les moyens financiers nécessaires.

Si vous devez trouver une entreprise et que vous ne pouvez pas attendre que vos finances se rattrapent, vous pouvez peut-être trouver une entreprise abordable qui sera également capable de fournir un travail de qualité et fiable, comme une entreprise assez récente.

Rappelez-vous simplement qu'il y a des risques à faire appel à une entreprise qui n'a pas fait ses preuves - et ce risque, c'est votre argent ! Ne faites pas le grand saut si l'entreprise ne peut vous fournir au moins quelques références.

Les références sont l'indicateur le plus fiable d'une bonne entreprise. N'utilisez pas une entreprise qui refuse de montrer vos références pour quelque raison que ce soit, y compris la confidentialité. N'oubliez pas que même les médecins fournissent des références !

L'entreprise que vous choisirez doit vous fournir au moins deux références, une ancienne et une actuelle.

Lorsque vous contactez ces références, préparez-vous à poser des questions précises et spécifiques afin de ne pas perdre de temps. Demandez-leur comment s'est passée leur expérience avec l'entreprise, par exemple leur disponibilité pour répondre aux questions et traiter les problèmes et leur capacité à respecter les délais. Demandez à la référence d'évaluer la performance globale de l'entreprise.

Découvrez si la société a demandé à la référence d'apporter des changements significatifs à ses pages web qui ont affecté les visiteurs venant sur son site. Vous recherchez une société d'optimisation des moteurs de recherche capable

d'équilibrer les besoins des moteurs de recherche et des visiteurs du site sans compromettre l'un ou l'autre.

La question la plus essentielle à poser est de savoir si le travail de la société d'optimisation des moteurs de recherche a permis d'augmenter les bénéfices de la référence. Sans profits, il importe peu que vos positions soient en tête de liste ou non.

Sélection de mots-clés pour le moteur de recherche

Les moteurs de recherche sont les véhicules qui **conduisent les clients potentiels vers vos sites web**. Mais pour que les visiteurs atteignent leur destination - votre site web - vous devez leur fournir des signes spécifiques et efficaces qui les dirigeront directement vers votre site. Pour ce faire, vous devez créer des mots-clés soigneusement choisis.

Considérez les bons mots-clés comme le " *Sésame ouvre-toi !* " de l'internet. Trouvez exactement les bons mots ou expressions, et *presto !* Des foules de visiteurs se présenteront devant votre porte. Mais si vos mots-clés sont trop généraux ou trop utilisés, la possibilité que les visiteurs se rendent jusqu'à votre site - ou que les visiteurs qui arrivent fassent de réels profits - diminue considérablement.

Vos mots-clés constituent la base de votre stratégie de marketing. S'ils ne sont pas choisis avec une grande précision, quelle que soit l'agressivité de votre campagne de marketing, les bonnes personnes n'auront peut-être jamais l'occasion d'en prendre connaissance.

La première étape de l'élaboration de votre stratégie consiste donc à rassembler et à évaluer les mots et expressions clés.

Vous pensez probablement que vous connaissez déjà EXACTEMENT les bons mots pour vos phrases de recherche. Malheureusement, si vous n'avez pas suivi certaines étapes spécifiques, vous vous trompez probablement.

Il est difficile d'être objectif lorsque vous êtes au cœur de votre réseau d'affaires. C'est la raison pour laquelle vous ne serez peut-être pas en mesure de choisir les mots-clés les plus efficaces de l'intérieur. Vous devez être capable de penser comme vos clients. Et comme vous êtes un propriétaire d'entreprise et non un consommateur, votre meilleure chance est d'aller directement à la source.

Au lieu de vous plonger et de griffonner vous-même une liste de mots et de phrases de recherche potentiels, demandez des mots à autant de clients potentiels que possible. Vous découvrirez très probablement que votre compréhension de votre activité et celle de vos clients sont sensiblement différentes.

Le consommateur est une ressource inestimable. Vous découvrirez que les mots que vous accumulez auprès d'eux sont des mots et des phrases que vous n'auriez probablement jamais envisagés en étant au plus profond des tranchées de votre entreprise.

Ce n'est qu'après avoir rassemblé autant de mots et d'expressions provenant de ressources extérieures que vous devez ajouter votre propre mot-clé à la liste. Une fois que vous avez cette liste en main, vous êtes prêt pour l'étape suivante :

l'évaluation.

L'objectif de l'évaluation est de réduire votre liste à un petit nombre de mots et de phrases qui dirigeront le plus grand nombre de visiteurs de qualité vers votre site Web. Par "visiteurs de qualité", j'entends les consommateurs qui sont les plus susceptibles d'effectuer un achat plutôt que de se contenter de parcourir votre site et de partir vers d'autres horizons.

Pour évaluer l'efficacité des mots-clés, gardez à l'esprit trois éléments : la **popularité, la spécificité et la motivation**.

La popularité est la plus facile à évaluer car il s'agit d'une qualité objective. Plus votre mot-clé est populaire, plus il y a de chances qu'il soit tapé dans un moteur de recherche qui fera apparaître votre URL.

Il est désormais possible d'acheter un logiciel qui évalue la popularité des mots et des expressions en leur attribuant une cote numérique basée sur l'activité réelle des moteurs de recherche.

Des logiciels tels que WordTracker suggèrent même des variantes de vos mots et expressions. Plus le logiciel attribue un chiffre élevé à un mot clé donné, plus vous pouvez logiquement vous attendre à ce que le trafic soit dirigé vers votre site.

Le seul défaut de ce concept est que plus le mot-clé est populaire, plus la position dans les moteurs de recherche que vous devez obtenir est importante. Si vous vous trouvez en bas des résultats de recherche, le consommateur ne fera probablement jamais défiler les pages pour vous trouver.

La popularité ne suffit pas pour déclarer qu'un mot clé est un bon choix.

Vous devez passer au critère suivant, qui est la **spécificité**. Plus votre mot-clé est spécifique, plus la probabilité que le consommateur prêt à acheter vos biens ou services vous trouve est grande.

Prenons un exemple hypothétique. Imaginez que vous ayez obtenu des classements de popularité pour le mot-clé "entreprises automobiles". Cependant, votre entreprise est spécialisée dans la carrosserie uniquement. Le mot clé "ateliers de carrosserie automobile" serait moins bien classé sur l'échelle de popularité que "entreprises automobiles", mais il vous servirait néanmoins beaucoup mieux.

Au lieu d'obtenir une foule de personnes intéressées par tout, de l'achat d'une voiture au remplacement de leur filtre à huile, vous n'obtiendrez que les consommateurs dont le pare-chocs avant est abîmé ou les ailes froissées qui seront dirigés vers votre site. En d'autres termes, les consommateurs prêts à acheter vos services sont ceux qui vous trouveront immédiatement.

En outre, plus votre mot-clé est spécifique, moins vous serez confronté à la concurrence.

Le troisième facteur est la **motivation du consommateur**. Là encore, il faut se mettre dans la tête du client plutôt que dans celle du vendeur pour comprendre ce qui pousse une personne à la recherche d'un service ou d'un produit à taper un mot ou une phrase particulière.

Prenons un autre exemple, celui d'un consommateur qui cherche un emploi de responsable informatique dans une nouvelle ville. Si vous devez choisir entre "offres d'emploi à Seattle" et "recruteurs informatiques à Seattle", lequel des deux sera le plus avantageux pour le consommateur ?

Si vous étiez à la recherche de ce type d'emploi spécifique, quel mot-clé tiendriez-vous ? Le deuxième, bien sûr ! L'utilisation du deuxième mot-clé cible les personnes qui ont décidé de leur carrière, qui ont l'expérience nécessaire et qui sont prêtes à vous engager comme recruteur, plutôt que quelqu'un qui vient de sortir de l'école et qui essaie de trouver ce qu'il va faire de sa vie entre deux parties de bière.

Vous voulez trouver des personnes qui sont prêtes à agir ou à faire un achat, ce qui nécessite de modifier subtilement vos mots clés jusqu'à ce que vous trouviez les expressions les plus spécifiques et les plus directement ciblées pour amener le trafic le plus motivé sur votre site.

Une fois que vous avez choisi vos mots-clés, votre travail n'est pas terminé. Vous devez continuellement évaluer les performances sur une variété de moteurs de recherche, en gardant à l'esprit que les temps et les tendances changent, tout comme le jargon populaire. Vous ne pouvez pas vous fier

uniquement à l'analyse du trafic de votre journal, car elle ne vous dira pas combien de vos visiteurs ont effectivement effectué un achat.

Heureusement, de nouveaux outils ont été inventés pour vous aider à juger de l'efficacité de vos mots-clés dans les différents moteurs de recherche. Il existe désormais des logiciels

qui analyse le comportement des consommateurs par rapport au trafic des consommateurs. Cela vous permet de discerner les mots-clés qui vous apportent les clients les plus précieux.

Il s'agit d'un concept essentiel : les chiffres seuls ne font pas un bon mot-clé ; les profits par visiteur le font. Vous devez trouver des mots-clés qui dirigent vers votre site des consommateurs qui achètent effectivement votre produit, remplissent vos formulaires ou téléchargent votre produit.

C'est le facteur le plus important pour évaluer l'efficacité d'un mot-clé ou d'une expression, et il devrait être l'épée que vous brandissez lorsque vous écartez et remplacez des mots-clés inefficaces ou inefficients par des mots-clés qui rapportent davantage.

L'analyse continue de mots-clés testés est la formule du succès dans les moteurs de recherche. Cela peut sembler être beaucoup de travail - et ça l'est ! Mais la quantité d'efforts informés que vous mettez dans votre campagne de mots-clés est ce qui va finalement générer les récompenses de votre entreprise.

Améliorer votre classement dans les moteurs de recherche

Les méthodes employées pour améliorer le classement de votre site dans les moteurs de recherche peuvent vous sembler très complexes, et vous avez donc probablement évité de vous occuper de ce problème. Je suis ici pour vous le dire - le temps est venu de faire face à votre site Web ! Un classement élevé de votre site Web dans les moteurs de recherche est tellement essentiel que si vous avez le moindre désir de réussir dans votre activité, vous ne pouvez pas continuer à éviter ce problème.

Au moins 85 % des personnes qui recherchent des biens et des services sur Internet trouvent des sites Web par le biais de moteurs de recherche tels que Google, Yahoo et MSN.

L'idée d'optimiser vos pages pour qu'elles soient bien classées dans les moteurs de recherche est d'attirer sur votre site des clients ciblés qui seront plus que susceptibles de faire un achat. Plus votre page est bien placée dans les résultats des moteurs de recherche, plus le trafic dirigé vers votre site Web est important. C'est l'objectif de l'optimisation des moteurs de recherche.

Vous pouvez vous plonger dans toutes les informations techniques disponibles en ligne pour savoir comment optimiser vos pages Web afin d'obtenir un meilleur classement. Vous pouvez aussi examiner quelques éléments simples de vos pages, faire quelques petits ajustements et constater très rapidement une amélioration du classement. Le premier élément à examiner est la barre de titre de votre page d'accueil.

La barre de titre est la barre colorée située en haut de la page. Regardez les mots qui y apparaissent lorsque vous accédez à votre page d'accueil. Pour améliorer le référencement

Les mots figurant dans la barre de titre de votre page d'accueil doivent comprendre les mots ou expressions clés les plus importants, dont le nom de votre entreprise.

Cliquez ensuite sur tous vos liens et examinez les barres de titre des pages auxquelles vous accédez. Chaque barre de titre de chaque page de votre site doit contenir les mots-clés et les expressions les plus importants tirés de la page elle-même.

Toutefois, évitez les très longues chaînes de mots clés, en les limitant à six mots ou moins. Évitez de répéter les mots clés plus d'une fois dans les barres de titre et veillez à ce que des mots identiques ne soient pas accolés les uns aux autres.

Le prochain élément à passer au microscope est le contenu de votre site Web. Les moteurs de recherche répertorient généralement les sites qui contiennent un contenu de qualité plutôt que des graphiques scintillants. Le texte de votre site doit contenir les mots clés les plus importants - les mots que les clients potentiels vont taper dans les moteurs de recherche pour trouver votre site.

Essayez d'avoir environ 250 mots sur chaque page, mais si cela n'est pas souhaitable en raison de votre conception, visez **au moins 100** mots soigneusement choisis. Si vous voulez obtenir un bon classement dans les moteurs de recherche, ce texte est essentiel.

Toutefois, les moteurs de recherche doivent être en mesure de lire le texte, ce qui signifie que le texte doit être en HTML et non en format graphique.

Pour savoir si votre texte est au format HTML, prenez votre curseur et essayez de mettre un ou deux mots en surbrillance. Si vous y parvenez, le texte est au format HTML. Si le texte ne s'affiche pas en surbrillance, il est probablement sous forme graphique. Dans ce cas, demandez à votre webmaster de modifier le texte au format HTML afin d'améliorer votre classement dans les moteurs de recherche.

Nous en arrivons ensuite à ce que l'on appelle les balises META. Je sais que cela semble sortir de la science-fiction, mais il s'agit en fait d'un simple code. Beaucoup de gens pensent que les balises META sont la clé d'un classement élevé dans les moteurs de recherche, mais en réalité, elles n'ont qu'un effet limité. Néanmoins, cela vaut la peine de les ajouter au cas où un moteur de recherche utiliserait les balises META dans sa formule de classement.

Pour savoir si votre page est configurée avec des balises META, vous devez accéder au code. Pour ce faire, cliquez sur le bouton "Afficher" de la barre de menu du navigateur, puis sélectionnez "Source". Cela fera apparaître une fenêtre révélant le code sous-jacent qui a créé la page. S'il y a des balises META, elles apparaissent généralement en haut de la fenêtre.

Par exemple, une balise META pourrait être la suivante : META name="keywords" content=. Si vous ne trouvez pas de code de ce type, demandez à votre webmaster de les insérer. Cela ne fera peut-être pas grand-chose pour votre classement dans les moteurs de recherche, mais chaque petit coup de pouce compte.

Enfin, nous en venons à la question de la popularité des liens. Il s'agit d'un facteur extrêmement important pour le classement des moteurs de recherche. Presque tous les moteurs de recherche utilisent la popularité des liens pour classer votre site Web. La popularité des liens est basée sur la qualité des sites vers lesquels vous avez établi des liens à partir de votre page de liens.

Si vous tapez "vérification gratuite de la popularité des liens" dans un moteur de recherche populaire, le moteur de recherche vous montrera alors quels sont les sites liés à votre site. S'il n'y a pas beaucoup de sites liés au vôtre, ou si les sites qui sont liés sont mal classés dans les moteurs de recherche, envisagez de lancer une campagne de popularité des liens.

Il s'agit essentiellement de contacter des sites de qualité et de leur demander d'échanger des liens avec votre site. Bien entendu, il faut pour cela vérifier le classement des sites avec lesquels vous souhaitez établir des liens.

L'établissement de liens avec des sites populaires et de qualité permet non seulement d'améliorer votre classement dans les moteurs de recherche, mais aussi de diriger davantage de trafic de qualité vers votre site Web.

Le classement dans les moteurs de recherche est extrêmement important pour la réussite d'une campagne de marketing sur Internet. Avant de faire appel à une société d'optimisation des moteurs de recherche, essayez de suivre certaines des étapes simples énumérées ci-dessus et voyez si vous ne pouvez pas améliorer vous-même votre classement. N'ignorez jamais ce facteur essentiel du marketing Internet. N'oubliez pas que plus votre classement dans les moteurs de recherche est élevé, plus vous recevrez de clients de qualité.

Construire votre lien de Popularité

Les moteurs de recherche sont la porte d'entrée de l'Internet ; ils sont le premier outil que les clients potentiels utilisent pour trouver les produits et services dont ils ont besoin. **C'est pourquoi la popularité des liens est si impérative.** Si les clients ne trouvent pas votre site web, vous n'avez aucune chance de réaliser des ventes.

Vous vous demandez probablement ce qu'il y a de populaire dans un lien ! Eh bien, en un mot - beaucoup ! La popularité d'un lien fait référence au classement attribué à votre site Web par les moteurs de recherche, et elle détermine le classement de votre page lorsque des mots clés sont saisis dans un moteur de recherche. Alors, vous vous demandez probablement comment rendre mon lien populaire ?

Les moteurs de recherche sont discrétionnaires et accordent un statut et un classement aux sites qui ont des liens vers leurs pages à partir de sites connexes de qualité. Il s'agit d'une formule simple, mais très importante. Google a créé ce système et, aujourd'hui, pratiquement tous les moteurs de recherche les plus populaires l'utilisent pour classer vos pages Web dans leurs index.

Plus votre mot-clé est utilisé, plus il sera difficile d'atteindre la popularité des liens, mais sans cette étape, il est presque certain que votre site ne sera jamais bien classé sur aucun moteur de recherche. Mais ne vous découragez pas ; il existe des moyens éprouvés d'obtenir la popularité des liens en utilisant les mots clés les plus concurrentiels.

Il y a quelques points dont vous devez être conscient. La première est qu'il ne suffit pas d'établir des liens avec un grand nombre d'autres sites Web pour gagner en popularité. En fait, cela peut avoir l'effet inverse.

C'est particulièrement vrai pour les sites Web qui ne sont rien d'autre que des "fermes de liens" - des pages contenant ligne après ligne des liens sans discernement. Les moteurs de recherche peuvent agressivement discriminer votre site Web si vous êtes associé à une ferme de liens, alors évitez-les !

L'élément suivant à prendre en compte est la qualité du site vers lequel vous établissez un lien. Ne créez jamais de lien vers une page que vous ne voulez pas que vos visiteurs voient. La dernière chose que vous voulez, c'est que votre site Web apparaisse comme étant sans discernement et bon marché.

La création de liens vers des sites de mauvaise qualité ne fera que diminuer votre popularité, voire la détruire complètement.

Voyons donc ce que vous devez faire pour atteindre une popularité de lien suprême et améliorer vos classements jusqu'à un statut stellaire sur tous les moteurs de recherche populaires.

La première étape, et le moyen le plus rapide de mettre un pied dans la porte, est de s'inscrire dans un annuaire populaire, tel que Open Directory Project et Yahoo. Si votre site est lié au monde des affaires, vous voudrez être inscrit sur Yahoo, et malgré le fait que cela vous coûtera environ 300 \$ par an, ce sera de l'argent bien dépensé.

Si votre site est non commercial, l'inscription sera gratuite, mais il faudra du temps et du suivi pour l'obtenir. L'Open Directory vous offre une inscription gratuite, que votre site soit lié à une entreprise ou non, mais soyez prêt à faire de nombreuses demandes de suivi avant de voir votre site inscrit.

Votre objectif est de figurer dans la catégorie appropriée la plus élevée, ce qui demande un peu de bon sens. Par exemple, si votre entreprise expédie de la laine d'alpaga provenant d'une ferme d'alpagas située au milieu de Nowhere, Tiny State, ne soumettez PAS votre annonce dans la catégorie "Détaillants de Nowhere, Tiny State".

GROSSE ERREUR ! Il vous suffit de regarder un peu plus loin - et de soumettre votre inscription dans la catégorie "Laine d'alpaga fine". Non seulement vous vous associez à la culture et à la qualité, mais vous serez inscrit dans une catégorie nationale.

Une fois que vous avez obtenu des inscriptions dans les annuaires, l'étape suivante consiste à trouver d'autres sites de qualité qui augmenteront la popularité de vos liens. Essayez de trouver des sites qui sont d'une certaine manière liés au vôtre. Ainsi, non seulement la popularité de vos liens augmentera, mais vos clients seront plus satisfaits.

La base peut également être élargie. Vous voulez éviter vos concurrents et rechercher des sites qui sont utiles aux visiteurs de votre site. Reprenons l'exemple du site Alpaca Wool.

Un lien vers un site qui vend des fournitures de tricotage serait utile à vos visiteurs, et les chances que le site de fournitures de tricotage veuille établir un lien vers votre site sont également plus grandes. En établissant un lien vers un site connexe qui sera pertinent pour le trafic de votre site, vous augmentez les perspectives commerciales de votre site - et la popularité des liens de vos deux sites.

Tous les sites ne souhaitent pas créer des liens vers d'autres sites. Vous devrez donc faire des recherches pour trouver des partenaires potentiels. Google est un excellent point de départ pour votre recherche. Veillez à saisir des mots-clés que des clients de qualité saisiront également pour trouver votre propre site.

N'oubliez pas que vos critères sont des sites Web de qualité, bien classés et non concurrents, qui possèdent une page de liens ou de ressources. Allez sur ces sites et évaluez-les objectivement. Examinez la qualité du produit, les graphiques et la facilité d'utilisation. Ensuite, vérifiez les autres sites auxquels ils sont liés et déterminez si votre propre site pourrait se fondre dans la masse.

Lorsque vous décidez que vous avez trouvé un bon prospect, vous devez commencer à le courtiser. La première chose à faire est d'ajouter un lien vers son site sur votre propre page de liens. Il s'agit d'une première étape essentielle ; elle témoigne de votre bonne foi et augmente considérablement vos chances d'obtenir la réciprocité.

Après avoir ajouté leur lien, vous devez contacter le webmaster de leur site. Comme cela se fait presque toujours par courrier électronique, vous devez vous assurer qu'il est immédiatement clair que votre message n'est pas un courrier indésirable. Pour cela, vous devez leur dire dès le départ que vous avez ajouté un lien vers leur page sur votre site. Une telle accroche garantit presque toujours que le lecteur lira le message.

Ensuite, veillez à être flatteur et à leur faire savoir à quel point vous appréciez leur site Web. Veillez à souligner que vous avez réellement visité leur site et qu'il ne s'agit pas d'un choix aléatoire.

Donnez-leur l'adresse de votre page de liens et demandez-leur de vérifier le lien par eux-mêmes. Il est bon de mentionner qu'ils ne bénéficieront pas seulement de l'augmentation du trafic que votre site Web leur apportera, mais que vous augmenterez également la popularité de leur lien.

Expliquez brièvement pourquoi la popularité des liens est si essentielle, mais faites-le en une phrase ou deux pour ne pas avoir l'air d'un professeur ! Enfin, dites-leur que vous leur seriez très reconnaissant s'ils ajoutaient réciproquement un lien vers votre site Web sur leur propre page de liens.

Effectuez ce processus avec autant de sites appropriés que vous pouvez trouver, en gardant à l'esprit les critères de qualité et de non-compétitivité. Après avoir envoyé un courriel à tous les sites pertinents, assurez-vous de vérifier fréquemment ces sites pour voir s'ils ont ajouté un lien vers votre page. Donnez-leur un mois environ, et si aucun lien n'apparaît, essayez un autre courriel de charme.

Puis donnez-lui un autre mois, et si votre site est toujours absent de leur page de liens, il est temps de supprimer leur lien de votre propre page de liens. La seule fois où vous souhaitez poursuivre un lien plus loin est si vous pensez qu'un site est crucial pour votre popularité et vos besoins commerciaux.

N'oubliez pas que toutes vos communications doivent être cordiales et gratuites.

Ensuite, établissez un calendrier pour vérifier fréquemment votre classement dans les moteurs de recherche afin de voir si la popularité de vos liens s'est améliorée. Ceci n'est pas réalisable en un clin d'œil. Cela prendra du temps et beaucoup de travail. L'amélioration de la popularité de vos liens est un travail de longue haleine, c'est pourquoi les moteurs de recherche y accordent une telle importance.

Au fait, assurez-vous d'avoir un site magnifique et épuré, sinon vous ne convaincrez jamais personne de créer un lien vers vous. Soyez prêt à poursuivre ce processus, aussi longtemps qu'il le faudra, jusqu'à ce que vous atteigniez la célébrité en matière de popularité des liens !

Protéger votre classement dans les moteurs de recherche

Le classement de votre site Web dans les moteurs de recherche est un élément essentiel de votre campagne de marketing globale, et il existe des moyens d'améliorer la popularité de vos liens par des méthodes légitimes.

Malheureusement, l'**Internet est peuplé de bandes de webmasters malhonnêtes** qui cherchent à améliorer la popularité de leurs liens en trompant les moteurs de recherche.

La bonne nouvelle est que les moteurs de recherche l'ont compris et qu'ils sont désormais à l'affût des pages de "spam" et des sites qui ont augmenté leur classement par des méthodes artificielles. Lorsqu'un moteur de recherche trouve un tel site, il le rétrograde ou le supprime complètement de son index.

La mauvaise nouvelle, c'est que certains sites de grande qualité, tout à fait honnêtes, sont confondus avec ces criminels du Web. Votre page risque d'être prise dans le filet du "spam" et rejetée de l'index d'un moteur de recherche, même si vous n'avez rien fait pour mériter un traitement aussi dur. Mais il y a des choses que vous pouvez faire - et des choses que vous devez vous assurer de ne PAS faire - qui empêcheront ce genre d'erreur de perception.

La popularité des liens est principalement basée sur la qualité des sites auxquels vous êtes lié. Google a été le premier à utiliser ce critère pour attribuer un classement aux sites Web, et pratiquement tous les moteurs de recherche sur Internet l'utilisent désormais.

Il existe des moyens légitimes d'accroître la popularité de vos liens, mais vous devez en même temps être scrupuleusement attentif aux sites auxquels vous choisissez de vous lier. Google impose fréquemment des pénalités sur les sites qui ont créé des liens vers d'autres sites dans le seul but d'augmenter artificiellement la popularité de leurs liens. Ils ont en fait qualifié ces liens de "mauvais voisinage".

Vous pouvez porter un toast au fait que vous ne pouvez pas être pénalisé lorsqu'un mauvais voisin établit un lien vers votre site ; la pénalité n'intervient que lorsque c'est vous qui envoyez le lien vers un mauvais voisin. Mais vous devez vérifier, et revérifier, tous les liens qui sont actifs sur votre page de liens pour vous assurer que vous n'avez pas créé de lien avec un mauvais voisin.

La première chose à vérifier est de savoir si les pages vers lesquelles vous avez établi des liens ont été pénalisées ou non. Le moyen le plus direct d'y parvenir est de télécharger la barre d'outils Google à l'adresse <http://toolbar.google.com>.

Vous constaterez alors que la plupart des pages reçoivent un "Pagerank", représenté par une échelle verte coulissante sur la barre d'outils Google.

Ne créez pas de lien vers un site qui n'affiche aucun **vert** sur l'échelle. Ceci est particulièrement important lorsque l'échelle est complètement **grise**. Il est plus que probable que ces pages ont été pénalisées. Si vous êtes lié à ces pages, vous risquez d'attraper leur pénalité, et comme la grippe, il peut être difficile de se remettre de l'infection.

Il ne faut pas avoir peur de créer des liens vers des sites dont la balance ne présente qu'une infime partie de vert. Ces sites n'ont pas été pénalisés, et leurs liens peuvent gagner en valeur et en popularité.

Cependant, veillez à surveiller de près ce type de liens pour vous assurer qu'ils ne subiront pas de pénalité une fois que vous les aurez reliés à votre page de liens.

Une autre astuce maléfique que les webmasters illicites utilisent pour augmenter artificiellement la popularité de leurs liens est l'utilisation de texte caché.

Les moteurs de recherche utilisent généralement les mots des pages Web comme facteur de classement, ce qui signifie que si le texte de votre page contient vos mots clés, vous avez plus de chances d'améliorer votre classement dans les moteurs de recherche qu'une page qui ne contient pas de texte incluant des mots clés.

Certains webmasters ont contourné cette formule en cachant leurs mots-clés de manière à ce qu'ils soient invisibles pour les visiteurs de leur site. Par exemple, ils ont utilisé les mots-clés mais les ont fait de la même couleur que la couleur de fond de la page, comme une pléthore de mots-clés blancs sur un fond blanc.

Vous ne pouvez pas voir ces mots avec l'œil humain - mais l'œil de l'araignée du moteur de recherche peut les repérer facilement ! Une araignée est le programme que les moteurs de recherche utilisent pour indexer les pages web,

et lorsqu'il voit ces mots invisibles, il remonte et augmente le classement des liens de cette page.

Les webmasters peuvent être brillants et parfois sournois, mais les moteurs de recherche ont compris ces astuces. Dès qu'un moteur de recherche perçoit l'utilisation de texte caché - splat ! La page est pénalisée.

L'inconvénient est que, parfois, l'araignée est un peu trop zélée et pénalise une page par erreur. Par exemple, si la couleur de fond de votre page est grise, et que vous avez placé du texte gris à l'intérieur d'une boîte noire, le spider ne prendra note que du texte gris et supposera que vous employez du texte caché. Pour éviter tout risque de fausse pénalité, demandez simplement à votre webmaster de ne pas attribuer au texte la même couleur que la couleur de fond de la page - jamais !

Un autre problème potentiel qui peut entraîner une pénalité est appelé "bourrage de mots-clés". Il est important que vos mots clés apparaissent dans le texte de votre page, mais parfois vous pouvez aller un peu trop loin dans votre enthousiasme pour plaire à ces araignées.

Un moteur de recherche utilise ce que l'on appelle la "*densité de mots clés*" pour déterminer si un site tente d'améliorer artificiellement son classement. Il s'agit du rapport entre les mots clés et le reste des mots de la page. Les moteurs de recherche fixent une limite au nombre de fois où vous pouvez utiliser un mot clé avant de décider que vous en avez trop fait et de pénaliser votre site.

Ce ratio est assez élevé, il est donc difficile de le dépasser sans avoir l'air de bégayer - à moins que votre mot-clé ne fasse partie du nom de votre entreprise. Si c'est le cas, il est facile pour la densité des mots-clés de monter en flèche. Ainsi, si votre mot-clé est "assurance locataire", veillez à ne pas utiliser cette expression dans chaque phrase. Modifiez soigneusement le texte de votre site afin qu'il s'écoule naturellement et que le mot clé ne soit pas répété sans cesse. En règle générale, votre mot-clé ne doit pas apparaître dans plus de la moitié des phrases de la page.

Le dernier facteur de risque potentiel est connu sous le nom d'**occultation**. Pour ceux d'entre vous qui sont des Trekkies assidus, ce concept devrait être facile à comprendre. Pour les autres ? Le camouflage consiste à ce que le serveur dirige un visiteur vers une page et un moteur de recherche vers une autre page. La page que voit l'araignée est "masquée" parce qu'elle est invisible pour le trafic normal et délibérément mise en place pour améliorer le classement du site dans les moteurs de recherche. Une page masquée tente de fournir au moteur de recherche tout ce dont il a besoin pour faire grimper le classement de cette page en tête de liste.

Il est naturel que les moteurs de recherche aient réagi à cet acte de tromperie avec une extrême inimitié, en imposant de lourdes pénalités à ces sites. Le

problème pour vous est que, parfois, les pages sont masquées pour des raisons légitimes, telles que

la prévention contre le vol de code, souvent appelé "page jacking". Ce type de protection est inutile de nos jours en raison de l'utilisation d'éléments "hors page", tels que la popularité des liens, qui ne peuvent être volés.

Pour plus de sécurité, assurez-vous que votre webmaster est conscient qu'absolument aucune dissimulation n'est acceptable. Assurez-vous que le webmaster comprend que le cloaking, quel qu'il soit, fait courir un grand risque à votre site Web.

Tout comme vous devez faire preuve de diligence pour accroître la popularité de vos liens et votre classement, vous devez également faire preuve de diligence pour éviter d'être injustement pénalisé. Veillez donc à surveiller votre site de près et à éviter toute apparence de renforcement artificiel de votre classement.

Principaux moteurs de recherche

Vous savez peut-être comment fonctionnent les moteurs de recherche et vous savez peut-être que vous devez être référencé auprès d'eux, mais savez-vous quels moteurs vous offrent le meilleur rapport qualité-prix ?

Google

<http://www.google.com/>

La popularité de Google s'est décuplée au cours des dernières années. Il est passé du stade du test bêta à celui de l'index le plus important de pages Web en très peu de temps. Leur araignée, affectueusement nommée "Googlebot", parcourt le Web et met à jour l'index de Google environ une fois par mois.

Google a commencé comme un moteur de recherche universitaire. Google, de loin, possède un très bon algorithme de classement des pages renvoyées par un résultat, ce qui est probablement l'une des principales raisons pour lesquelles il est devenu si populaire au fil des ans. Google dispose de plusieurs méthodes pour déterminer le classement des pages dans les recherches retournées.

Yahoo

<http://www.yahoo.com/>

Yahoo ! est l'un des plus anciens répertoires et portails Web sur l'Internet aujourd'hui, et le site a été mis en ligne en août 1994. Yahoo ! est un répertoire

édité à 100% par des humains, et fournit des résultats de recherche secondaires à ceux de Google.

Yahoo ! est également l'un des plus grands générateurs de trafic, en ce qui concerne les annuaires Web et les moteurs de recherche. Malheureusement, c'est aussi l'un des plus difficiles à référencer, sauf bien sûr si vous payez pour soumettre votre site. Et même si vous payez, cela ne garantit pas que vous serez inscrit.

Dans tous les cas, si vous suggérez une URL, elle est "examinée" par un éditeur de Yahoo ! et, si elle est approuvée, elle apparaîtra dans la prochaine mise à jour de l'index.

Bing

<http://www.bing.com/>

Up & Coming - de plus en plus populaire
Et puis tout un tas d'autres aspirants à quelque chose moi aussi... mais inférieurs LOL.

Prenez le temps de vous inscrire dans ces moteurs de recherche dès que possible et regardez le trafic augmenter !

**GAGNER DE L'ARGENT AUGMENTEZ VOTRE TRAFIC ET
AMÉLIOREZ VOTRE BUSINESS STRATÉGIQUEMENT**

**Tous pour ce former et gagner de l'argent sur internet SANS
CE CASSER LA TÊTE**

**E-books gratuits «Avec droit de revente INCLUS» astuces et
formations de marketing d'affiliation**

www.gagner-sur-internet.com

GAGNER DE L'ARGENT

Affiliation numéro 1 en France

www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme.io.php

Les Reines de l'affiliation

[www.gagner-sur-internet.com/redirect/
lesreindelaaffiliation.php](http://www.gagner-sur-internet.com/redirect/lesreindelaaffiliation.php)

Gagner de l'argent en automatique

www.gagner-sur-internet.com/redirect/logiciel-IDM.php

Gagner de l'argent avec le Challenge pecunia

www.gagner-sur-internet.com/redirect/challenge-pecunia.php

BEST SELLER – Profit-Hacking

www.gagner-sur-internet.com/redirect/Profit-Hacking.php

Activez votre Robot à Profits et gagnez jusqu'à 2327 € par mois

www.gagner-sur-internet.com/redirect/robot-a-profits-automatique.php

[Make Money💰] SATOSHI le Retour de l'offre BUZZ

www.gagner-sur-internet.com/redirect/faille-Satoshi.php

Le Système 7 Minutes est un système clé en main pour générer des commissions d'affiliation en 7 minutes par jour.

www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme-7-minutes.php

Le Guichet Automatique Privé

www.gagner-sur-internet.com/redirect/le-guichet-automatique-prive.php

Le Système Des 4 Boîtes Secrètes

www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme-des-boites-secretes.php

Votre propre boutique en lignes

[Dropizi \(15 Jours gratuits\): Solution 100% Française pour le Dropshipping](#)

[WiziShop Solution E-commerce \(15 Jours gratuits\) : Créez votre boutique en ligne](#)

[Votre boutique de produits numérique avec ou sans droit de revente](#)

PLUS DE TRAFIC WEB

Pack Ultime de la Prospection Facebook

Jusqu'à 100 Prospects Qualifiés Par Jour, Sans Pub...

www.gagner-sur-internet.com/prospection-facebook.php

Logiciel d'aide au Référencement

www.gagner-sur-internet.com/redirect/longtailpro.php

Le Gagnant - Réseau d'échange gratuit de visiteurs

www.gagner-sur-internet.com/redirect/legagnant.php

S'organiser

Formation sur l'organisation Maitriser les meilleurs outils pour être plus efficace et gagner en rapidité

www.gagner-sur-internet.com/redirect/comment-creer-systeme-sur-mesure-pour-s-organiser.php

TEMPLATES - OUTILS - HEBERGEMENT

HostPro: Système d'hébergement Cloud illimité à vie sans abonnement

www.gagner-sur-internet.com/redirect/systeme-d-hebergement-cloud.php

Votre nom de domaine + hébergement + création de sites + ... Avec plus de **180 modèles de Sites** déjà enregistrés à un **Prix Ridicule** ! Profitez de

Mon Code Promo : **CD45** ⇒ <https://cutt.ly/rUTcJo2>

SIO TEMPLATES est un espace privé regroupant le plus grand nombre de templates pour Systeme IO

www.gagner-sur-internet.com/redirect/sio-templates.php

Spiritualité - Abondance - Make Money

Secret Terra Nova BESTSELLER

ATTENTION : L'ancien monde s'écroule, ceux qui n'élèvent pas leur fréquence RAPIDEMENT vont subir des troubles importants dans les prochains jours...

www.gagner-sur-internet.com/redirect/secret-terra-nova.php

Manifestation Ek Chuah (Abondance d'Argent)

La Science A Toujours Un Temps De Retard...

www.gagner-sur-internet.com/redirect/manifestation-ek-chuah.php

Attraction Shamanique - Et si le pouvoir d'une tradition oubliée pouvait transformer votre vie quand notre monde s'effondre ?

www.gagner-sur-internet.com/redirect/attraction-shamanique.php

Algorithme redistributeur d'impôt

www.gagner-sur-internet.com/redirect/algorithme-redistributeur-d-impot.php

E-books gratuits «**Avec droit de revente INCLUS**» astuces et formations de marketing d'affiliation

www.gagner-sur-internet.com