

SEO BASICS

By VPG

V1.1 29/08/2024

Pratiques minimales pour traiter le SEO avec Wordpress

Partie 01 : les réglages essentiels sous wordpress

Partie 02 : la gestion du SERP

Partie 03 : la Google Search Console

A propos du SEO

Le SEO (Search Engine Optimization) est l'ensemble des techniques et stratégies utilisées pour améliorer la visibilité et le classement d'un site web dans les résultats des moteurs de recherche, comme Google.

L'objectif du SEO est d'attirer plus de visiteurs organiques en rendant le site plus pertinent et accessible pour les utilisateurs et les moteurs de recherche.

SEO (Search Engine Optimization) : Optimisation pour les moteurs de recherche, qui vise à améliorer le classement d'un site dans les résultats de recherche organiques (non payants).

SEA (Search Engine Advertising) : Publicité sur les moteurs de recherche, qui implique l'achat d'espaces publicitaires payants, tels que Google Ads, pour apparaître en haut des résultats de recherche.

SEM (Search Engine Marketing) : Marketing sur les moteurs de recherche, qui englobe à la fois le SEO (optimisation organique) et le SEA (publicité payante) pour augmenter la visibilité et le trafic d'un site web.

SMO (Social Media Optimization) : Optimisation pour les médias sociaux, qui vise à augmenter la visibilité et l'engagement d'un site ou d'une marque sur les plateformes de médias sociaux, comme Facebook, Twitter, et Instagram.

SMM (Social Media Marketing) : Marketing sur les médias sociaux, qui inclut la création et le partage de contenu sur les médias sociaux, ainsi que la publicité payante, pour atteindre un public cible et augmenter la notoriété de la marque.

Les Images



Téléversé le : 21 août 2024

Téléversé par : [test](#)

Téléversé vers : [Projet Crunchy](#)

Nom du fichier : CHECK.webp

Type du fichier : image/webp

Taille du fichier : 2 Ko

Dimensions : 512 pixels par 384

Texte alternatif

[Apprendre à décrire le but de l'image.](#) Laissez vide si l'image est purement décorative.

Titre

Légende

Description

URL du fichier :

<http://demo-elementor-pro-install.local/>

[Copier l'URL dans le presse-papiers](#)

Texte alternatif

- À quoi sert-elle : Le texte alternatif (ou attribut `alt`) fournit une description textuelle de l'image. Il est utilisé par les lecteurs d'écran pour les personnes malvoyantes et s'affiche à la place de l'image si elle ne se charge pas.
- Est-elle importante pour le SEO ? Oui, elle est très importante. Les moteurs de recherche utilisent le texte alternatif pour comprendre le contenu de l'image et indexer la page en conséquence. Un texte alternatif bien rédigé peut améliorer le classement de la page.
- Est-elle importante pour l'accessibilité ? Oui, c'est essentiel. Le texte alternatif permet aux utilisateurs de lecteurs d'écran de comprendre le contenu visuel de la page.

Titre

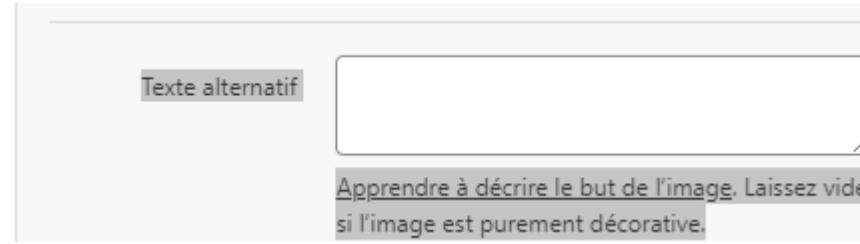
- À quoi sert-il : le titre d'une image est utilisé principalement pour identifier l'image dans la bibliothèque de médias de WordPress. Il peut également apparaître comme infobulle (tooltip) lorsque l'on survole l'image.
- Est-il important pour le SEO ? Non, le titre de l'image a un impact minimal direct sur le SEO. Les moteurs de recherche ne s'appuient pas fortement sur l'attribut de titre pour l'indexation.
- Est-il important pour l'accessibilité ? Non, le titre n'est pas aussi crucial pour l'accessibilité que le texte alternatif. Les lecteurs d'écran ne lisent généralement pas l'attribut de titre des images.

Légende

- À quoi sert-elle : la légende est le texte affiché directement sous l'image. Elle fournit des informations supplémentaires ou des contextes sur l'image pour les utilisateurs.
- Est-elle importante pour le SEO ? Oui, de manière indirecte. La légende fournit du texte contextuel qui est lisible par les moteurs de recherche et peut inclure des mots-clés pertinents. Cela contribue à enrichir le contenu de la page et peut améliorer l'engagement des utilisateurs, ce qui est bénéfique pour le SEO.
- Est-elle importante pour l'accessibilité ? Oui, dans une certaine mesure. Bien que les lecteurs d'écran se concentrent principalement sur le texte alternatif, une légende peut offrir des informations contextuelles utiles à tous les utilisateurs, y compris ceux qui utilisent des lecteurs d'écran.

Description

- À quoi sert-elle : la description fournit des informations détaillées sur l'image. Elle peut être utilisée pour des références internes, des galeries d'images, ou pour documenter des crédits ou des informations supplémentaires.
- Est-elle importante pour le SEO ? Pas directement. La description n'est généralement pas visible sur la page elle-même et n'a pas d'impact direct sur le SEO. Cependant, elle peut être utilisée pour enrichir le contexte autour des images dans certaines situations, comme les galeries.
- Est-elle importante pour l'accessibilité ? Pas directement. La description n'est pas aussi cruciale que le texte alternatif pour l'accessibilité. Cependant, elle peut offrir des informations supplémentaires utiles dans certains contextes.



Une image décorative est une image qui n'a pas de fonction informative ou contextuelle pour le contenu d'une page web. Elle est utilisée principalement pour embellir ou améliorer l'aspect visuel de la page sans ajouter de valeur sémantique ou informative. En d'autres termes, si l'image était absente, le contenu et la compréhension de la page ne seraient pas affectés.

Exemples d'images décoratives :

1. Icônes graphiques ou éléments de design : les images utilisées pour séparer les sections de contenu, des bordures décoratives, ou des icônes qui ne transmettent pas d'information supplémentaire (par exemple, des icônes de puces ou des motifs de fond).
2. Images d'arrière-plan : des images qui sont utilisées uniquement pour rendre le fond d'une page plus attrayant ou pour créer une ambiance visuelle, comme un motif de fond.
3. Images ornementales : des images qui sont présentes uniquement pour ajouter de la couleur ou de l'intérêt visuel à la page, comme des illustrations ou des photos qui ne sont pas liées au contenu textuel.

Pourquoi laisser le texte alternatif vide pour les images décoratives ?

Lorsqu'une image est purement décorative, il est préférable de laisser l'attribut `alt` vide (` alt="" `). Cela indique aux lecteurs d'écran et aux technologies d'assistance que l'image n'est pas importante pour la compréhension du contenu. De cette façon, les utilisateurs malvoyants ne sont pas distraits ou gênés par des descriptions inutiles qui n'apportent pas de valeur ajoutée.

Exemple

Texte alternatif	ceci est le texte alternatif
<p>Apprendre à décrire le but de l'image. Laissez vide si l'image est purement décorative.</p>	
Titre	ceci est le titre
Légende	ceci est la légende
Description	ceci est la description

Exemple GUTENBERG



EXAMPLE SEO images



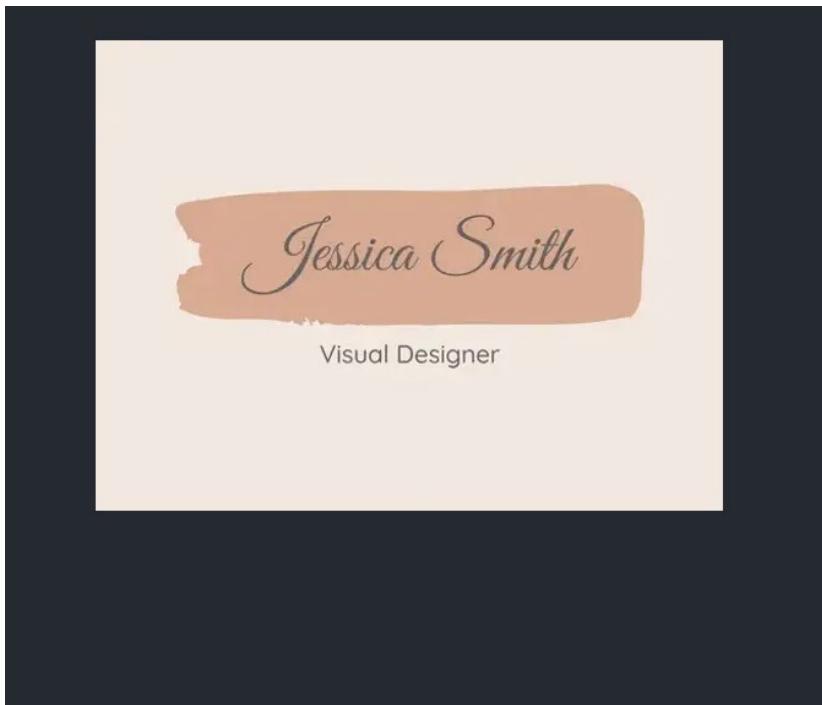
ceci est la légende

Exemple GUTENBERG



```
...  == $0
```

Exemple ELEMENTOR



```
▼ <div class="elementor-widget-container">
  ▶ <style> ... </style>
     == $0
</div>
```

▼ Image

Choisissez une image



Résolution de l'image

Large - 1024 x 1024 ▾

Légende

Aucun ▾

Lien

Aucun

Légende du fichier joint

Légende personnalisée

▼ Image

Choisissez une image



Résolution de l'image

Large - 1024 x 1024 ▾

Légende

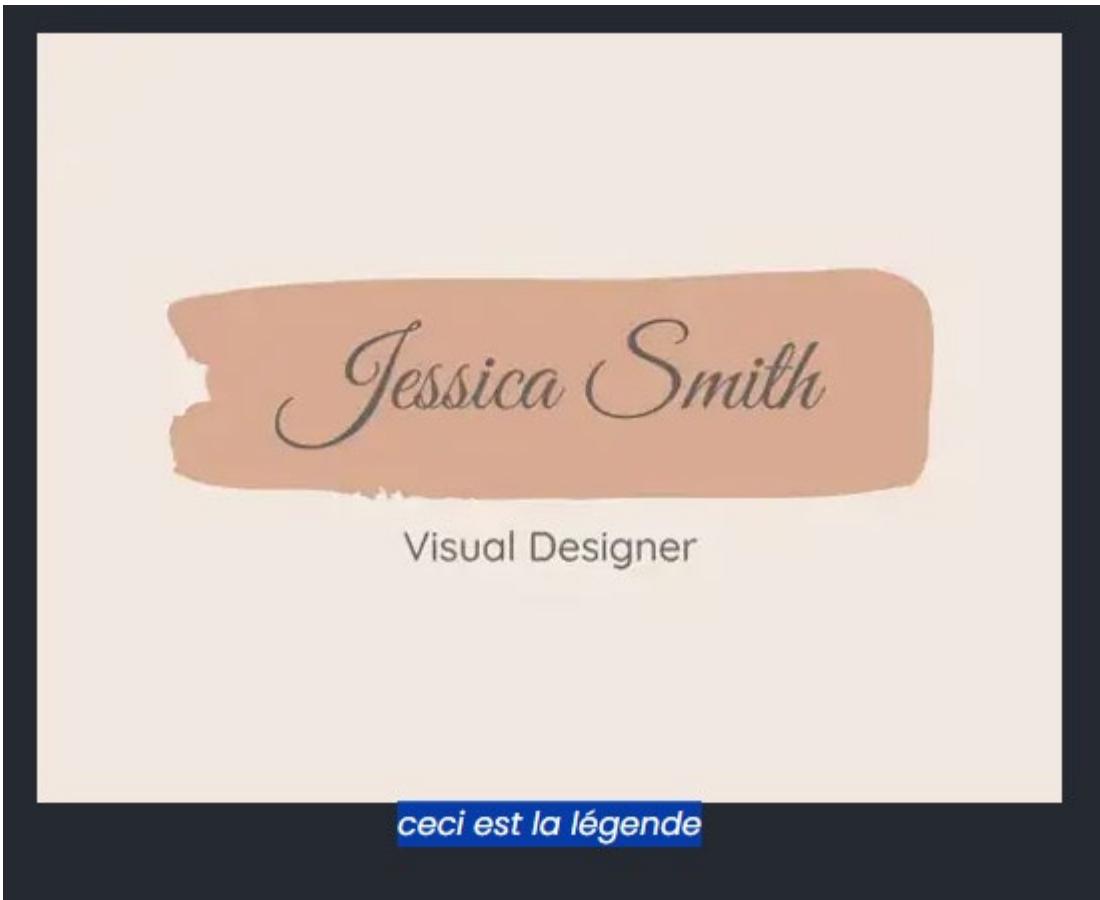
Légende du fichier jc ▾

Lien

Aucun

Légende du fichier joint

Légende personnalisée



Pour que du texte apparaisse au survol d'une image dans un rectangle, il faut utiliser l'attribut title



```
<IMG src="../images/admiral.gif" width="177" height="115" alt="ADMIRAL" title="La jolie Admiral"
```

Si vous voyez apparaître la description, cela peut être dû à des personnalisations spécifiques de votre thème ou plugin. Il est parfois nécessaire de forcer la fonction avec un plugin. (exemple : tooltips)

A screenshot of the WordPress Tooltip plugin settings page. The sidebar on the left shows categories like 'All Tooltips', 'Categories', 'Global Settings', 'Optional Settings', 'Post Types', and 'Import Tooltips'. The main area has sections for 'Enable/Disable Tooltips for image setting' and 'Tooltips for Image Keyword Matching Mode'. Under 'Optional Settings', a dropdown menu is open, showing options: 'Use ALT attribute in img tag as content of tooltips for image' (which is selected), 'Setting tooltip for image running as support NEXT-GEN gallery mode', 'Use REL attribute in img tag as content of tooltips for image', 'Use Title attribute in image link[ref] as content of Tooltips for image', and 'Use Content attribute in image link[ref] as content of Tooltips for image'. At the bottom, it says 'WordPress Tooltip plugin for image Keyword Matching Mode'.

Pourquoi les tooltips ne sont plus natifs dans WordPress ?

Expérience utilisateur : Les infobulles utilisant l'attribut title peuvent avoir une utilité limitée sur les appareils mobiles ou avec certains lecteurs d'écran. Cela peut entraîner une expérience utilisateur incohérente.

Le nom du fichier image est important pour le SEO. Bien que son impact ne soit pas aussi significatif que d'autres éléments comme le texte alternatif (alt) ou la légende, il joue tout de même un rôle dans l'optimisation des moteurs de recherche.

Importance du nom de fichier image pour le SEO :

1. Pertinence et compréhension : les moteurs de recherche utilisent les noms de fichiers pour comprendre le contenu des images. Un nom de fichier descriptif aide les moteurs de recherche à mieux indexer et catégoriser l'image. Par exemple, un nom de fichier comme `chien-jouant-parc.jpg` est plus informatif que `IMG_1234.jpg`.
2. Mots-clés : inclure des mots-clés pertinents dans le nom du fichier peut aider à renforcer le contexte de la page pour ces mots-clés. Cela peut améliorer la visibilité de l'image dans les recherches d'images et, par extension, le trafic vers la page.
3. Expérience utilisateur : un nom de fichier clair et descriptif est également utile pour l'expérience utilisateur, en particulier pour ceux qui téléchargent ou partagent des images. Il donne un aperçu du contenu avant même de voir l'image.

Bonnes pratiques pour nommer les fichiers image pour le SEO :

1. Utiliser des descriptions claires et pertinentes : choisissez des noms de fichiers qui décrivent précisément le contenu de l'image. Par exemple, utilisez `chat-jouant-avec-une-balle.jpg` plutôt que `photo1.jpg`.
2. Utiliser des tirets pour séparer les mots : les moteurs de recherche interprètent les tirets (` - `) comme des séparateurs de mots. Par exemple, `plage-ensoleilee-vacances.jpg` est préférable à `plage_ensoleilee_vacances.jpg` ou `plageensoleilleevacances.jpg`.
3. Éviter les noms génériques : des noms comme `image.jpg` ou `photo.jpg` n'apportent aucune information utile aux moteurs de recherche ou aux utilisateurs.
4. Inclure des mots-clés pertinents : si possible, incluez des mots-clés pertinents pour la page ou le sujet de l'image. Cependant, assurez-vous que cela reste naturel et pertinent, sans abuser des mots-clés (ce qui pourrait être perçu comme du spam).

Il est pertinent d'ajouter le nom, le prénom du designer, et le titre du projet dans le nom du fichier pour un portfolio d'un designer UX/UI.

Avantages d'inclure le nom, prénom, et le titre du projet dans le nom du fichier :

1. Personnalisation et Branding : inclure le nom et le prénom dans le nom du fichier aide à renforcer l'image de marque personnelle du designer. Cela permet aussi de s'assurer que le travail est facilement identifiable comme étant celui du designer, ce qui est important pour établir une réputation en ligne.
2. Facilité de recherche : si quelqu'un recherche spécifiquement les travaux d'un designer particulier, les fichiers contenant leur nom et le titre du projet seront plus facilement trouvés. Cela est utile non seulement pour les moteurs de recherche, mais aussi pour les utilisateurs ou potentiels employeurs qui recherchent des exemples de travail.
3. Meilleure organisation : pour le designer lui-même, et pour ceux qui téléchargent ou partagent les images, avoir des noms de fichiers clairs et informatifs facilite l'organisation et la gestion des fichiers.
4. Référencement du projet : inclure le titre du projet dans le nom du fichier aide à référencer correctement le projet. Cela ajoute du contexte et des mots-clés pertinents qui peuvent améliorer la visibilité de l'image dans les recherches liées au projet spécifique.

Exemple de nom de fichier optimisé pour un portfolio UX/UI :

Supposons que le designer s'appelle Jane Doe et qu'elle présente un projet intitulé "Refonte de l'application de fitness". Un bon nom de fichier pourrait être :

« jane-doe-design-ux-ui-toulouse-refonte-application-fitness.png »

« jane-doe-design-ux-ui-toulouse-refonte-application-fitness.png »

Marque personnelle et profession : inclure "designer-ux-ui" précise la spécialité du designer, ce qui peut être bénéfique pour les recherches spécifiques sur ce type de rôle.

Localisation : mentionner "Toulouse" peut être pertinent si le designer souhaite cibler des clients ou des employeurs locaux, ou s'il y a un avantage stratégique à indiquer la localisation.

Détails sur le projet : en ajoutant des informations spécifiques comme "refonte-application-fitness", cela donne une idée claire du type de projet et des compétences mises en œuvre, ce qui peut être très attrayant pour les employeurs potentiels ou les clients recherchant des exemples spécifiques.

Attention au bourrage de mots-clés : bien que ce nom de fichier soit pertinent et descriptif, il faut veiller à ne pas abuser des mots-clés. Les moteurs de recherche modernes valorisent des noms de fichiers naturels et lisibles, et trop de mots-clés pourraient être perçus comme du bourrage, ce qui pourrait être contre-productif.

Exemple de déclinaison pour couvrir un ensemble de synonyme du métier CDUI

Base d'exemple : « jane-doe-design-ux-ui-toulouse-refonte-application-fitness.png »

Concepteur interface	jane-doe-concepteur-interface-toulouse-refonte-application-fitness.png
Designer UX/UI	jane-doe-designer-ux-ui-toulouse-refonte-application-fitness.png
UI Designer	jane-doe-ui-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png
UX Designer	jane-doe-ux-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png
Webdesigner	jane-doe-webdesigner-toulouse-refonte-application-fitness.png
Graphiste Web	jane-doe-graphiste-web-toulouse-refonte-application-fitness.png
Digital Designer	jane-doe-digital-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png
Interactive Designer	jane-doe-interactive-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png
Webmaster	jane-doe-webmaster-toulouse-refonte-application-fitness.png
Intégrateur Web	jane-doe-integrateur-web-toulouse-refonte-application-fitness.png
Interaction Designer	jane-doe-interaction-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png
Experience Designer	jane-doe-experience-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png
Creative Designer	jane-doe-creative-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png
Interface Designer	jane-doe-interface-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png
Multimedia Designer	jane-doe-multimedia-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png
Motion Designer	jane-doe-motion-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png
Graphic Designer	jane-doe-graphic-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png
App Designer	jane-doe-app-designer-toulouse-refonte-application-fitness.png

Varier la position des éléments comme le nom-prénom, le métier, et le titre du projet dans le nom du fichier peut être bénéfique pour le SEO.

Cela permet de cibler différentes variations de mots-clés et d'améliorer la visibilité sous différents contextes de recherche.

Les moteurs de recherche pourraient interpréter ces variations comme des expressions naturelles et pertinentes, ce qui peut améliorer l'indexation.

refonte-application-fitness-jane-doe-concepteur-interface-toulouse.png
toulouse-designer-ux-ui-jane-doe-refonte-application-fitness.png
app-designer-jane-doe-refonte-application-fitness-toulouse.png
fitness-refonte-application-ux-designer-jane-doe-toulouse.png
jane-doe-graphiste-web-refonte-application-fitness-toulouse.png
webdesigner-toulouse-fitness-refonte-application-jane-doe.png
digital-designer-jane-doe-toulouse-refonte-application-fitness.png
refonte-fitness-application-jane-doe-interactive-designer-toulouse.png
integrateur-web-refonte-application-fitness-jane-doe-toulouse.png
toulouse-interaction-designer-jane-doe-fitness-refonte-application.png
experience-designer-refonte-application-jane-doe-fitness-toulouse.png
toulouse-creative-designer-fitness-refonte-application-jane-doe.png
jane-doe-interface-designer-toulouse-refonte-fitness-application.png
multimedia-designer-toulouse-jane-doe-fitness-refonte-application.png
motion-designer-refonte-application-fitness-toulouse-jane-doe.png
jane-doe-graphic-designer-toulouse-refonte-fitness-application.png
app-designer-toulouse-jane-doe-fitness-refonte-application.png

Varier la place du nom, du métier, et du projet dans les noms de fichiers est une stratégie intelligente pour améliorer le SEO. Cela permet de mieux cibler les différentes façons dont les utilisateurs pourraient rechercher et découvrir le contenu. En appliquant cette approche de manière cohérente et naturelle, les fichiers ont une meilleure chance de bien se classer dans les résultats de recherche.

Pourquoi cette approche est-elle utile ?

Ciblage de différentes requêtes : les utilisateurs peuvent rechercher des informations en utilisant différents ordres de mots. Varier l'ordre dans les noms de fichiers peut aider à capturer un plus large éventail de recherches potentielles.

Naturel et pertinent : les moteurs de recherche valorisent le contenu qui semble naturel et pertinent. Des noms de fichiers variés peuvent montrer que le contenu est riche et diversifié.

Optimisation des mots-clés : en variant les positions des mots-clés, il est possible d'optimiser pour des mots-clés principaux et secondaires sans sur-optimiser un seul terme, ce qui pourrait être perçu comme du bourrage de mots-clés.



Media File Renamer: Rename for better SEO (AI-Powered)

✓ Installée !

[Plus de détails](#)

Rename filenames and media metadata for SEO and tidyness. Using AI, manually, in bulk, or in so many other ways!

Par [Jordy Meow](#)

Media File Renamer

Pour renommer les noms des images dans la bibliothèque de médias de WordPress, vous pouvez utiliser le plugin "Media File Renamer". Le plugin met également à jour les liens des fichiers renommés dans tout le site pour éviter les liens brisés.

Utilité pour le SEO : En renommant les fichiers médias avec des noms pertinents et optimisés pour le SEO, vous pouvez améliorer la lisibilité des URL des fichiers, ce qui peut contribuer à une meilleure indexation par les moteurs de recherche.

Fonctionnalités principales :

Renommer automatiquement les fichiers en fonction du titre du média.

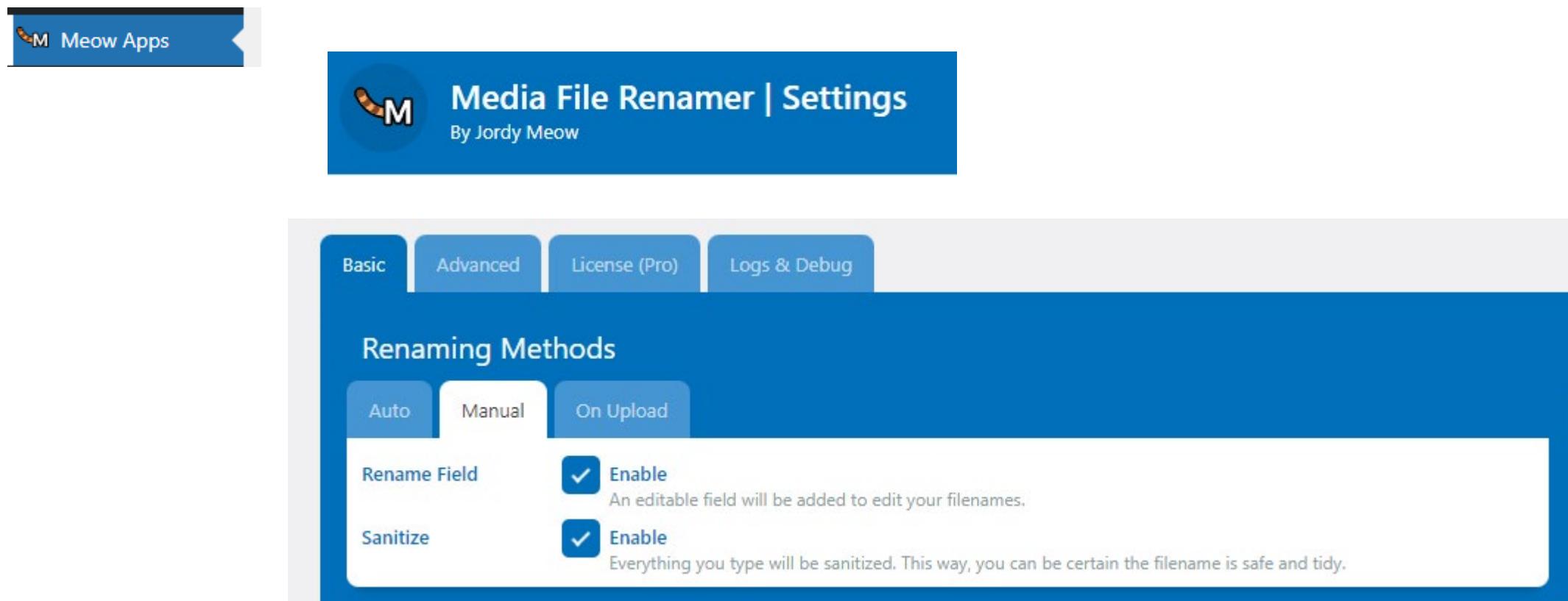
Renommer manuellement les fichiers selon les besoins.

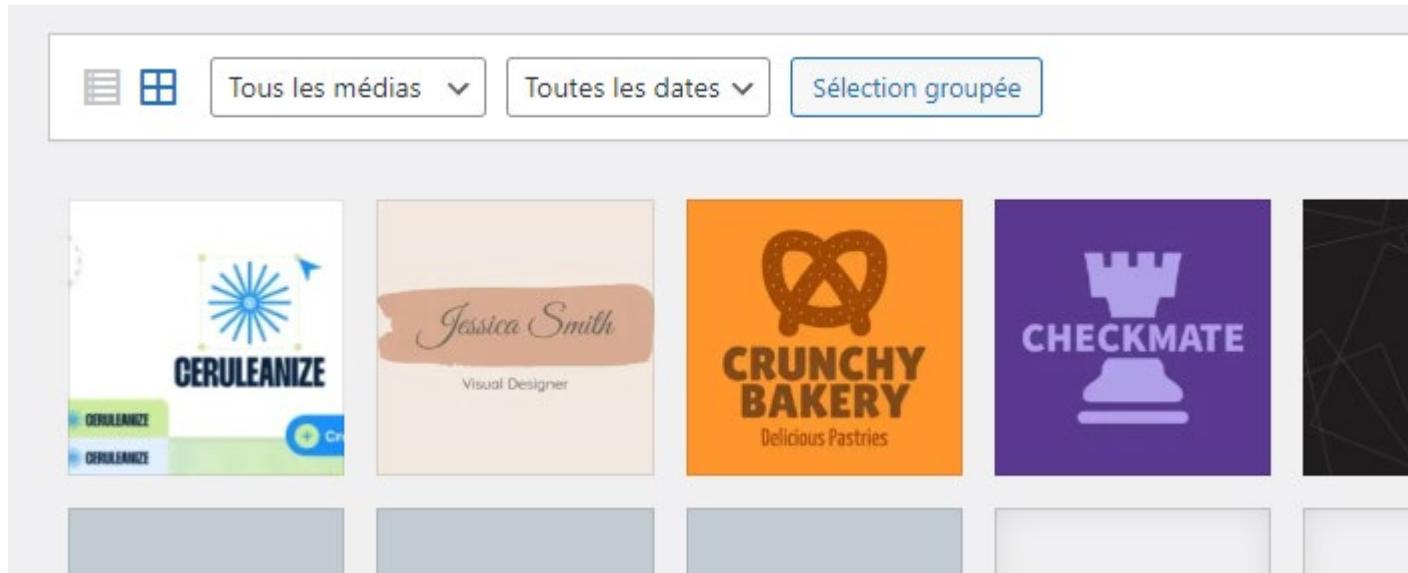
Mettre à jour les références des fichiers dans le contenu du site, y compris les articles, les pages, et les shortcodes.

Compatibilité avec les types de fichiers multimédias courants (images, PDF, etc.).

Une fois l'extension activé, allez dans les réglages de l'extension pour activer l'affichage dans la partie UI de « médias ».

Une fois l'affichage UI enclenché, allez dans votre bibliothèque de médias. Vous verrez de nouvelles options pour renommer les fichiers. Vous pouvez choisir de renommer manuellement ou automatiquement selon les règles définies.





The screenshot shows a media management interface with a red circle highlighting the 'grid' view icon in the top navigation bar.

Top navigation bar:

- Tous les médias
- Toutes les dates
- Sélection groupée

Search bar: Chercher parmi les médias

Filter buttons: Actions groupées, Appliquer, Filtrer

Table header:

Fichier	Auteur/autrice	Téléversé sur	Date	Renommer
---------	----------------	---------------	------	----------

Table data:

| ARTICLE ARTICLE.webp | test | CECI EST UN ARTICLE Détacher | — 21/08/2024 | ARTICLE.webp Auto |
| CRUNCHY CRUNCHY.webp | test | Projet Crunchy Détacher | — 21/08/2024 | CRUNCHY.webp Auto |

Page navigation: 25 éléments, 1 sur 2

<input type="checkbox"/>	 JESSICA	JESSICA.webp	test	Projet Crunchy Détacher	—	21/08/2024	<input type="text" value="le-nouveau-nom-de-mon-image.webp"/>	<input type="button" value="Apply"/>	<input type="button" value="Cancel"/>
--------------------------	---	--------------	------	----------------------------	---	------------	---	--------------------------------------	---------------------------------------

<input type="checkbox"/>	 JESSICA	JESSICA.webp	test	Projet Crunchy Détacher	—	21/08/2024	<input type="text" value="le-nouveau-nom-de-mon-image.webp"/>	
--------------------------	--	--------------	------	----------------------------	---	------------	---	--

Rafraîchir (F5)

<input type="checkbox"/>	 JESSICA	le-nouveau-nom-de-mon-image.webp	test	Projet Crunchy Détacher	—	21/08/2024	<input type="text" value="le-nouveau-nom-de-mon-image.webp"/>	
--------------------------	--	----------------------------------	------	----------------------------	---	------------	---	--

Les URL

Uniform Resource Locators

Les URL (Uniform Resource Locators) sont des éléments cruciaux du SEO (Search Engine Optimization).

Une URL bien structurée peut améliorer la visibilité d'un site web dans les résultats de recherche, faciliter la navigation des utilisateurs et fournir des indications claires sur le contenu de la page.

Pourquoi garder les URL courtes et concises ?

Lisibilité : Les URL plus courtes sont plus lisibles pour les utilisateurs, ce qui facilite la compréhension du contenu de la page avant même de la visiter.

Partage et liens : Les URL courtes sont plus faciles à copier, coller, et partager sur les réseaux sociaux, les emails, et autres plateformes. Elles sont également plus esthétiques dans les liens affichés.

Troncature dans les SERP : Les moteurs de recherche peuvent tronquer les URL longues dans les pages de résultats (SERP), ce qui peut rendre l'URL moins informative ou compréhensible pour l'utilisateur.

Performances et indexation : Les URL plus courtes ont tendance à être mieux indexées par les moteurs de recherche et à améliorer les performances de chargement, surtout lorsque des paramètres complexes sont impliqués.

SERP (Search Engine Results Page) : Il s'agit de la page affichée par un moteur de recherche en réponse à une requête de recherche. La SERP liste les résultats organiques, les annonces payantes, et d'autres éléments comme des extraits enrichis, des images, et des vidéos, en fonction de la requête de l'utilisateur.

Le slug d'URL dans WordPress est la partie de l'URL qui identifie de manière unique une page ou un article.

Il est généralement une version simplifiée et lisible du titre de la page, sans espaces ni caractères spéciaux, utilisée pour créer des permaliens SEO-friendly.

The screenshot shows the WordPress admin interface for editing a page titled 'Home Page'. At the top, there is a checkbox labeled 'Home Page', followed by links for 'Modifier', 'Modification rapide' (which is highlighted with a blue border), 'Corbeille', and 'Voir'. Below this, a section titled 'MODIFICATION RAPIDE' contains two input fields: 'Titre' with the value 'Home Page' and 'Slug' with the value 'home-page'.

MODIFICATION RAPIDE	
Titre	Home Page
Slug	home-page

Exemple pour une home page

MODIFICATION RAPIDE

Titre

Slug

Exemple pour une page satellite présentant le portfolio

[portfolio designer ux ui jane doe paris](#)

MODIFICATION RAPIDE

Titre

Slug

Point de vigilance

Les permaliens sont les URL permanentes attribuées aux pages et articles de votre site WordPress. Ils jouent un rôle crucial pour le SEO, car des URL claires et descriptives aident les moteurs de recherche à comprendre le contenu de votre site.

The screenshot shows the 'Réglages' (Settings) menu selected in the sidebar. Under the 'Réglages les plus courants' (Common Settings) section, the 'Structure des permaliens' (Permalink Structure) is being configured. There are six options listed:

- Simple: `http://demo-elementor-pro-install.local/?p=123`
- Date et titre: `http://demo-elementor-pro-install.local/2024/08/29/exemple-article/`
- Mois et titre: `http://demo-elementor-pro-install.local/2024/08/exemple-article/`
- Numérique: `http://demo-elementor-pro-install.local/archives/123`
- Titre de la publication: `http://demo-elementor-pro-install.local/exemple-article/`
- Structure personnalisée: `http://demo-elementor-pro-install.local/%postname%/`

Pour le SEO, il est recommandé de choisir l'option "Titre de la publication" dans les réglages des permaliens.

Pourquoi choisir "Titre de la publication" ?

Lisibilité : les URL basées sur le titre de la publication sont faciles à lire et à comprendre, à la fois pour les utilisateurs et les moteurs de recherche. Par exemple, www.exemple.com/meilleur-guide-seo est plus clair que www.exemple.com/?p=123.

SEO-friendly : les mots-clés du titre de la publication apparaissent directement dans l'URL, ce qui peut améliorer le classement de la page pour ces mots-clés spécifiques dans les résultats de recherche.

Partage facile : des URL lisibles et descriptives sont plus susceptibles d'être partagées et cliquées sur les réseaux sociaux et autres plateformes.

Le Titre et le Slogan du site

Titre du site	Jane Doe Concepteur Designer UI Webdesigner
Slogan	Site web & interface utilisateurs. Toulouse

Le slogan de WordPress, souvent appelé "Tagline", a également une importance en termes de SEO, bien que moindre par rapport au titre principal du site. Voici comment il peut influencer le SEO :

Description concise : le slogan offre une courte description du site ou de son objectif, aidant les moteurs de recherche et les utilisateurs à comprendre le contenu du site en un coup d'œil.

Mots-clés supplémentaires : inclure des mots-clés pertinents dans le slogan peut renforcer le thème du site et améliorer le classement pour ces mots-clés dans les résultats de recherche.

Apparition dans les SERP : certains thèmes WordPress incluent le slogan dans les balises <title> ou <meta description>, ce qui peut influencer comment le site apparaît dans les résultats de recherche.

Titre du site	Jane Doe Concepteur Designer UI Webdesigner
Slogan	
En quelques mots, expliquez ce que représente ce site. Exemple : « Un site utilisant WordPress ».	

Dans WordPress, le "titre" du site est important pour le SEO car il apparaît dans les balises <title> de chaque page et dans les résultats des moteurs de recherche. Il aide à :

Définir le thème principal du site : un bon titre indique clairement de quoi traite le site, ce qui aide à attirer le bon public.

Améliorer le classement : les mots-clés pertinents dans le titre peuvent améliorer le classement dans les résultats de recherche pour ces termes.

Renforcer l'identité de marque : un titre cohérent avec le contenu et la marque du site contribue à la reconnaissance et à la mémorisation.

Même si le titre du site ou le slogan n'apparaît pas visuellement sur le site avec Elementor, il reste pertinent de les renseigner pour plusieurs raisons :

Balises HTML et SEO : le titre et le slogan sont souvent utilisés dans les balises <title> et <meta description> de la page d'accueil, qui sont importantes pour le SEO. Elles aident les moteurs de recherche à comprendre le sujet du site et à afficher des informations pertinentes dans les résultats de recherche.

Rich Snippets et Open Graph : certains plugins SEO et fonctionnalités de WordPress peuvent utiliser le titre et le slogan pour générer des rich snippets ou des balises Open Graph. Ces balises améliorent la façon dont les pages sont présentées sur les réseaux sociaux et dans les résultats de recherche enrichis.

Navigateur et Favoris : le titre du site peut apparaître dans l'onglet du navigateur et dans les favoris des utilisateurs, contribuant à une meilleure reconnaissance de la marque.

Back-end et Organisation : renseigner le titre et le slogan aide à garder le site bien organisé et structuré. Cela facilite la gestion du site pour les administrateurs et contribue à une meilleure expérience utilisateur globale.