

Document 2 : Le référencement naturel et le référencement payant

Sur le Web, des millions de sites veulent apparaître en premier dans les résultats.

Pour cela, il existe deux manières différentes d'apparaître dans un moteur de recherche :

- le référencement naturel (SEO)
- le référencement payant (SEA)

Le référencement naturel (SEO) => SEO = Search Engine Optimization

C'est la manière gratuite pour un site d'essayer d'apparaître le plus haut possible dans les résultats sans payer.

Le moteur de recherche classe les pages selon ses critères (pertinence, popularité, fraîcheur...).

Un site peut améliorer son référencement naturel en choisissant des mots-clés adaptés, organisant clairement son contenu, obtenant des liens d'autres sites, publiant des pages complètes et mises à jour.

Dans les résultats, ces liens ne portent aucune mention particulière.

L'ordre est décidé par le moteur, selon la qualité estimée de chaque page.

Le référencement payant (SEA) => SEA = Search Engine Advertising

Ici, un site paie pour apparaître en haut des résultats.

Ces liens ressemblent à des résultats classiques, mais ils portent toujours la mention :

“Annonce” ou “Sponsoriisé”

Ces annonces s'affichent au-dessus ou à droite des résultats naturels, changent selon les mots-clés tapés, disparaissent si l'entreprise arrête de payer.

Le moteur encaisse de l'argent à chaque clic ou à chaque affichage.

Les moteurs de recherche, en particulier Google, se financent principalement grâce au référencement payant.

C'est ce qui leur permet de rester gratuits pour les utilisateurs et de financer leurs serveurs, leurs équipes, leurs technologies.

À retenir

- Le référencement naturel classe les pages selon leur contenu et leur qualité.
- Le référencement payant permet d'apparaître en tête en échange d'un paiement.
- Les annonces sont toujours signalées pour être distinguées des résultats naturels.