

Google Search Console Guide

Google

Search Console



Mégane Forestier

Edition janvier 2017

Table des matières

Apparence dans les résultats de recherche.....	3
Données structurées :	3
Cartes enrichies :.....	3
Marqueurs de données :	3
Améliorations HTML :.....	3
Accelerated Mobile Page.....	4
Trafic de recherche.....	4
Analyse de la recherche :.....	4
Liens vers votre site :.....	5
Liens internes :	6
Actions manuelles :	6
Ciblage international :	7
Ergonomie mobile :.....	7
Index Google	7
Etat de l'indexation :	7
Ressources bloquées :	8
URL à supprimer :.....	8
Exploration	8
Erreurs d'exploration :.....	8
Statistiques sur l'exploration :	9
Explorer comme Google :	10
Outil de test du fichier robots.txt :.....	11
Sitemaps :.....	11
Paramètres d'Url :	11
Problèmes de sécurité	12

Autres ressources..... 12



Apparence dans les résultats de recherche

Ce menu vous permet de voir comment vos pages apparaissent dans les résultats de recherche. Cela influence fortement le **taux de clic**, donc cette section est d'autant plus importante. Elle comporte plusieurs sous-sections :

Données structurées :

On parle ici de web sémantique. Vous pouvez vérifier ici si votre balisage sémantique a bien été intégré et s'il y a des erreurs. Dans le moteur de recherche, cela permet d'enrichir votre description sous forme de « rich snippets » : avis, étoiles de notation, etc. L'outil permet d'identifier l'origine des erreurs ;



Cartes enrichies :

Les cartes enrichies sont de plus en plus utilisées et sont des modes d'affichage différents. Il faut en créer une pour pouvoir utiliser cet outil au mieux. L'outil vous permet ensuite de déceler vos erreurs mais aussi d'optimiser vos cartes.

Marqueurs de données :

Cet outil vous permet de mettre en place un balisage et de contrôler l'affichage de vos pages marquées par Google. En somme, vous améliorez l'affichage de votre site sur les moteurs de recherche et gagnez ainsi en visibilité. C'est un outil de plus en plus utilisée, même si pour le moment seuls 0.3% des sites utilisent le balisage sémantique. Il n'est donc pas à négliger pour prendre les devants !

Améliorations HTML :

Cette sous-section vous permet d'améliorer vos balises Meta Description et Title : identification de doublons et balises trop courtes ou trop longues, duplicate content sur votre site. Vous pouvez voir ici si vous avez des erreurs basiques concernant votre optimisation In page. Ce n'est pas à négliger, car ces balises sont primordiales en SEO, notamment pour les robots de Google.

Améliorations HTML

Dernière mise à jour le 5 janv. 2017

Si vous résolvez les problèmes suivants, cela peut vous aider à améliorer le confort d'utilisation et les performances de votre site.

Meta description	Pages
Nous n'avons détecté aucun problème avec les balises META description sur votre site.	
Balise title	Pages
Balises title manquantes	0
Balises title en double	0
Balises title longues	0
Balises title courtes	0
Balises title non informatives	1

Accelerated Mobile Page

Outil vous permettant de mettre en place des pages peu lourdes pour faciliter le chargement sur mobile, notamment lorsqu'il n'y a que peu de couverture réseau. Des liens vous permettent de prendre connaissance des spécificités de l'AMP et ainsi de pouvoir coder ces pages sans erreurs. Vous pouvez ensuite suivre ces pages sur cet onglet. Attention cependant, pour pouvoir coder efficacement vos pages, vous devrez avoir des compétences en programmation.

Trafic de recherche

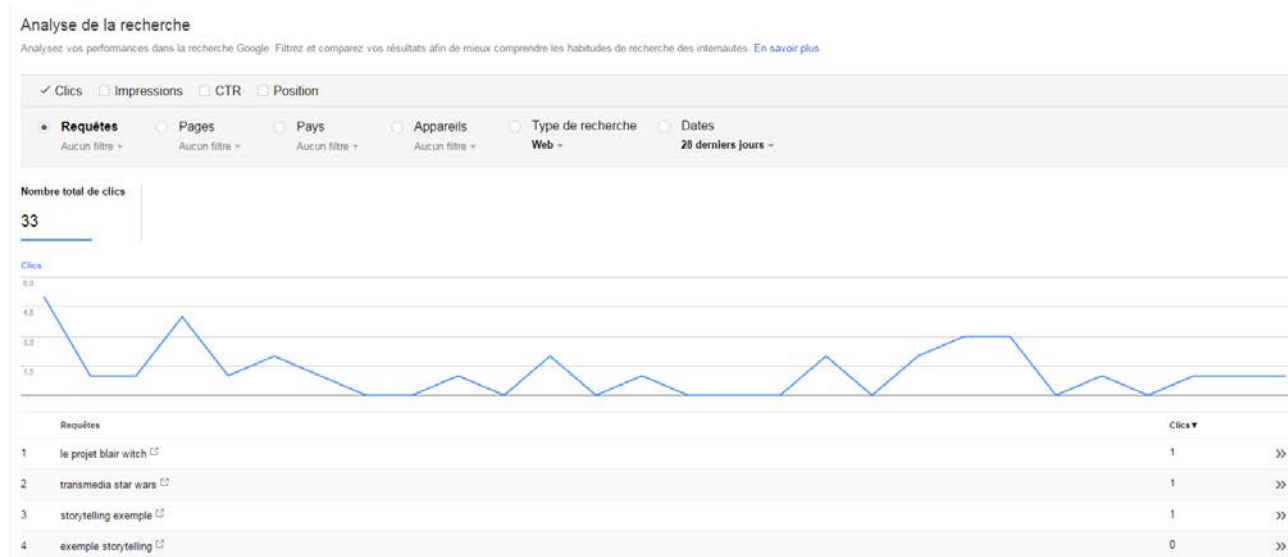
C'est le menu le plus important pour votre SEO puisqu'il permet de voir les backlinks, votre architecture de liens internes et la provenance de vos visiteurs.

Analyse de la recherche :

Il s'agit du rapport de votre trafic. Il existe beaucoup d'

options de filtrage pour pouvoir affiner les statistiques : clics par mots-clé, CTR (clic par impression), mots-clés sur lesquels vos pages se positionnent correctement, etc. De plus,

vous pouvez comparer ces résultats selon le support et même le pays. En somme, il s'agit ici d'effectuer vos premières analyses sans avoir à passer par Google Analytics. De plus, cet outil se concentre pleinement sur le référencement, ce qui vous évite de confondre ces données avec celles données par Analytics. C'est un très bon outil pour commencer à optimiser ses mots clés et vérifier lesquels fonctionnent le mieux et lesquels sont obsolètes.



Liens vers votre site :

Vous pouvez voir ici tous vos backlinks, et exporter ces données en csv ou Google Docs : domaines les plus utilisés, nombre de backlinks sur chacune de vos pages, mots-clés associés à ces liens. Pour un suivi de votre stratégie backlinks, c'est l'outil idéal ! Vous pouvez voir notamment :

- Les sources de trafics qui vous permettent d'être le mieux référencé : cela vous permettra de faire des choix de multiplication de liens sur certains sites ;
- Le contenu le mieux référencés par les liens : vous verrez ici quelles URLs sont les mieux représentées et pourraient améliorer et augmenter ces liens au fur et à mesure ;

- Texte d'ancrage : Vous trouverez ici les titres des liens associés.

Liens vers votre site

Nombre total de liens 67	
Qui référence le plus votre site par le biais de liens	Votre contenu le plus référencé par le biais de liens
scoop.it	45 /interview-stephane-dangel-storytelling/
niooz.fr	12 http://megafolio.fr
theherdlocker.com	4 /storytelling-pourquoi-les-marques-nous-racontent-elles-des-histoires/
myhorsefamily.fr	3 /projet-blair-witch-importance-coherence/
slideshare.net	2 /transmedia-storytelling/
Plus »	Plus »
Manière dont vos données sont associées	
contact	
megafolio	
services	
social media	
stratégie	
Plus »	

Liens internes :

Vous pouvez voir ici les liens internes à votre site. Vous pouvez voir de manière très précise combien de liens pointent sur chacune de vos pages. A noter que plus une page contient de liens internes, plus elle est valorisée par Google. C'est en quelques sortes un aperçu du maillage interne de votre site.

Liens internes

Rechercher des liens internes vers

Afficher 10 lignes 1 à 10 sur 47 < >

Pages cibles	Liens
/contact/	238
http://megafolio.fr/	185
/transmedia-storytelling/	158
/services/transmedia-storytelling/	114
/services/	105
/social-media/	104
/services/web/	104
/strategie/	104
/projects/	102
/services/strategie-de-communication-marketing/	94

Actions manuelles :

Vous pouvez voir ici les pénalités que vous avez reçues par Google. Bien sûr, il est mieux d'éviter d'en avoir, mais le fait de connaître ses erreurs permet de les réparer. Si cela

vous arrive, corrigez votre erreur et cliquez sur « Demander un examen ». Cela supprimera votre pénalité une fois que les équipes de Google auront vérifié que vous l'avez réparée.

Ciblage international :

Ici s'affiche la version traduite de votre site selon le pays que vous sélectionnez (si bien sûr vous avez une version en langue étrangère). Vous pouvez notamment voir vers quels pays votre site est indexé et affiché. A noter que la mise en place d'un site traduit est complexe et ne se fait pas facilement, même sous Wordpress.

Ergonomie mobile :

Ici vous pouvez voir les erreurs d'affichage sur mobile de votre site. Ce point est maintenant très important pour votre référencement mobile, mais aussi pour l'expérience de vos utilisateurs. 50% des recherches se font en effet sur mobile maintenant. A noter que cette question est spécifique au positionnement des sites sur les moteurs de recherche mobiles et non sur ordinateur. Cependant, le référencement mobile et le référencement via ordinateur sont liés, il est donc important d'avoir un site qui ait une ergonomie adaptée au mobile, soit responsive.

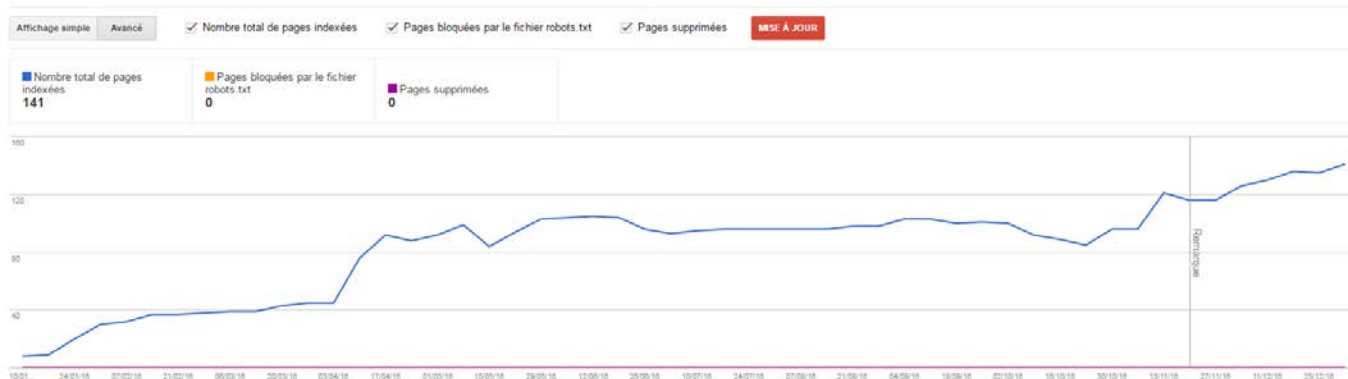
Index Google

Cela vous permet de gérer l'indexation de vos pages sur Google :

Etat de l'indexation :

Vous pouvez voir une courbe avec le nombre de vos pages indexées. Une seconde courbe peut apparaître si vous utilisez un fichier robots.txt correspondant à vos pages bloquées. Vous pouvez donc vérifier ici si Google indexe bien toutes vos pages.

État de l'indexation Affichage des données de l'année dernière



Ressources bloquées :

Vous pouvez voir ici les ressources (css, javascript, jquery) bloquées par robots.txt. Cela a une incidence sur votre référencement, assurez-vous donc de suivre les bonnes pratiques de Google. Il est surtout important, ici, de faire une veille sur les derniers critères bloquants de Google afin d'éviter toutes mauvaises surprises.

URL à supprimer :

Vous pouvez ici choisir de désindexer certaines pages de votre site. A noter qu'il peut être bon pour votre référencement de bloquer certaines pages qui n'ont que peu d'intérêt pour les internautes. En somme, vous rajouter un fichier robot.txt temporaire. En effet, cette suppression n'est pas valable à vie. Il vous faudra pour cela soit supprimer votre page, soit créer un fichier robot.txt. Mais cet outil est intéressant si vous devez mettre à jour une page, il agit comme un mode de maintenance évitant ainsi aux robots de la parcourir.

Exploration

Ici on s'intéresse à la manière dont vos pages sont analysés par les robots de Google :

Erreurs d'exploration :

Ici se trouvent toutes les erreurs rencontrées par les robots. Vous pouvez les réparer facilement et rapidement. Le tableau se décompose en deux parties : erreurs serveurs

(les fichiers ne sont pas présents ou accessibles sur votre serveur pour les robots), introuvable (page non trouvée ou erreur 404). Cet outil vous permet donc de voir si certaines de vos pages ne sont plus trouvables à leur adresse. C'est notamment utile de vérifier après avoir changé des URLs. De plus, l'outil vous offre ce service pour ordinateur et pour smartphone.

Erreurs au niveau du site

Affichage des données des 90 derniers jours

DNS ✔ Connectivité du serveur ✔ Exploration du fichier robots.txt ✔

Erreurs au niveau des URL

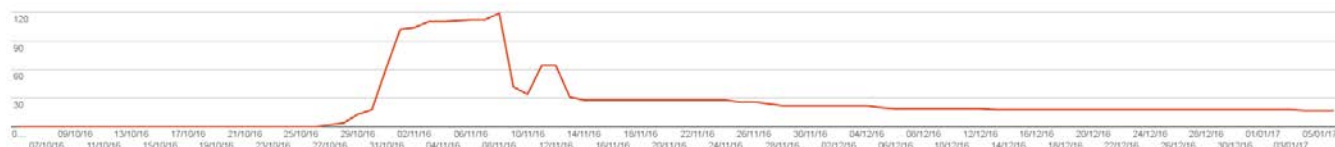
État : 06/01/17

Ordinateur ? Smartphone ?

Erreur du serveur ? Introuvable ?

17

32



Statistiques sur l'exploration :

Vous pouvez voir ici le nombre de pages explorées par les robots, ce qu'ils ont téléchargés et le temps de chargement de chaque page. Le but est d'augmenter le nombre de pages explorées tout en baissant leur temps de chargement. Vous avez en vue 3 courbes :

- Pages explorées par jour : Google vous donne le jour où il a le plus exploré vos pages et le jour où il en a moins exploré. Il effectue ensuite une moyenne ;
- Kilo-octets téléchargés par jour : ce tableau fonctionne de la même manière que le premier, à part que vous pouvez voir ici les données téléchargées par les robots ;

- Temps de téléchargement d'une page : le temps est compté en millisecondes. La donnée la plus importante ici est la moyenne. Plus elle sera basse, meilleur sera votre site et donc votre référencement !

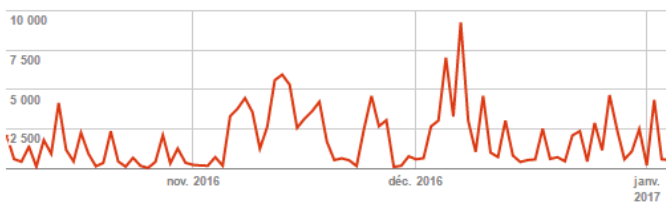
Statistiques sur l'exploration

Activité Googlebot durant les 90 derniers jours

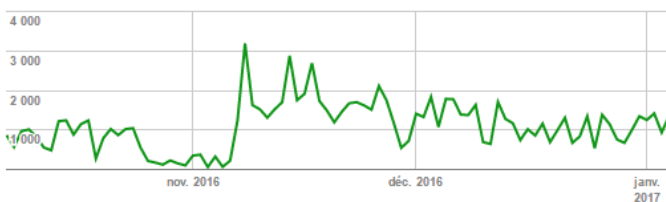
Pages explorées par jour	Élevé	Moyenne	Faible
	450	88	5



Kilo-octets téléchargés par jour	Élevé	Moyenne	Faible
	9 261	1 861	53



Temps de téléchargement d'une page (en millisecondes)	Élevé	Moyenne	Faible
	3 192	1 107	61



Explorer comme Google :

En choisissant une URL puis en cliquant sur « Explorer » et ensuite « Explorer et afficher » vous pouvez voir les erreurs et la manière dont Google affiche vos pages. Vous pouvez alors demander une indexation pour des pages particulières, par exemple des pages que vous venez d'ajouter et pour lesquelles les robots ne sont pas encore passés.

Explorer comme Google

Découvrez comment nous affichons les pages de votre site Web. [En savoir plus](#)

http://megafolio.fr

Pour indiquer la page d'accueil, ne renvoyez pas ce champ. Le traitement des demandes peut prendre quelques minutes.

Cliquez sur une ligne pour afficher les détails d'une tentative d'exploration

Afficher 25 lignes 1 à 4 sur 4 < >

Chemin	Type Googlebot	Affichage demandé	État	Date
/definitiondelacom-etoutsame/	Ordinateur		Terminé	Indexation demandée pour l'URL et les pages liées 07/01/2017 06:15 >>
/blog/social-media	Ordinateur		Introuvable	07/01/2017 06:14
/services	Ordinateur		Redirection	Demander une indexation 07/01/2017 06:14 >>
/	Ordinateur	✓	Terminé	22/12/2016 06:11 >>

1 à 4 sur 4 < >

Outil de test du fichier robots.txt :

Ici vous pouvez voir si votre fichier robots.txt contient des erreurs et lesquelles pour pouvoir les réparer. Plus encore, vous pouvez ajouter des lignes sur ce fichier et tester directement si cela fonctionne.

Outil de test du fichier robots.txt

Modifier votre fichier robots.txt et vérifier l'absence d'erreurs. [En savoir plus](#)

Dernière version vue le 14/12/2016 12:50 OK (200) 67 octets

[Afficher le fichier robots.txt en ligne](#)

```
1 User-agent: *
2 Disallow: /wp-admin/
3 Allow: /wp-admin/admin-ajax.php
4
```

0 erreurs 0 avertissements

Envoyer

http://megafolio.fr Saisissez une URL pour tester si elle est bloquée

Googlebot

TESTER

Sitemaps :

Ici vous pouvez soumettre votre sitemap à Google et détecter des erreurs éventuelles. Google détaille très bien le type d'erreurs dont il s'agit.

Paramètres d'Url :

Elle n'est utile que pour les personnes qui s'y connaissent en programmation car elle permet de modifier le paramétrage de vos URL.

Problèmes de sécurité

Vous pouvez voir ici par exemple si votre site a été hacké. A chaque problème rencontré, Google vous donne des conseils pour le réparer.

Autres ressources

Ici sont répertoriés des outils Google qui peuvent vous être utiles :

Autres ressources

Outil de test des données structurées	Grâce à l'outil de test des données structurées, vous pouvez vérifier que Google analyse correctement votre balisage de données structurées afin d'afficher celles-ci dans les résultats de recherche.
Outil d'aide au balisage	Si vous ne savez pas par où commencer pour ajouter un balisage de données structurées dans votre code HTML, essayez cet outil de type pointer-et-cliquer.
Outil de test du balisage d'e-mails	Validez les données structurées d'un e-mail au format HTML à l'aide de l'outil de test du balisage d'e-mails.
Google My Business	Soignez gratuitement l'image de votre entreprise dans la recherche Google, sur Google Maps et sur Google+.
Google Merchant Center	Grâce à cette plate-forme, vous pouvez importer les données relatives à vos produits sur Google et les proposer dans Google Shopping ainsi que dans d'autres services Google.
PageSpeed Insights	Utilisez PageSpeed Insights pour savoir comment optimiser la vitesse de vos pages Web sur tous les appareils.
Recherche personnalisée	Exploitez la puissance de Google et créez une expérience de recherche personnalisée pour votre propre site Web.
Google Domains	Trouvez un nom de domaine et créez un site Web à l'aide de Google Domains.
Webmaster Academy	Apprenez à créer un site Web avec un contenu de qualité et à le référencer dans la recherche Google.