La guerre est déclarée !

Google vient de se doter des moyens de rester le moteur de recherche privilégié des internautes en les retenant le plus longtemps possible grâce aux hameçons de son nouvel algorithme.
Embarquement immédiat pour découvrir "Colibri" et la révolution du "web sémantique" …
Le nouvel algorithme de Google traduit une profonde mutation et amène une nouvelle approche du SEO.

Google veut conforter son avance et créer durablement l'écart avec ses concurrents.
Pour conforter son leadership, son nouvel algorithme Hummingbird (Colibri !), mis en place un mois avant la communication officielle de son lancement par Google, est de nature résolument différente des précédents.
Il ne fait plus la part belle aux seuls mots clefs et privilégie désormais la cohérence et la qualité du contenu.
En effet, il a désormais pour objectif, en restant au plus près de la communication écrite et orale des internautes, de comprendre le plus clairement possible leurs intentions afin répondre au mieux à leurs attentes. Il peut même aller jusqu'à anticiper leurs requêtes !

En bref, cet algorithme est l'aboutissement d'un challenge ambitieux et traduit une puissante invitation à créer un contenu pertinent, élaboré et … unique.
Même si Hummingbird n'affecte pas techniquement le **SEO (Search Engine Optimization)**, ne vous y trompez pas : il modifie bel et bien en profondeur la façon d'aborder le référencement naturel sur le web.

De l' avancée du " web sémantique" …

L'évolution de **Google** vers une approche toujours plus complexe et intelligente de son moteur de recherche épouse clairement la tendance du web sémantique.

L' objectif est double : garder les internautes le plus longtemps possible sur son site, mais aussi leur fournir les meilleures réponses possibles aux questions posées, notamment lorsque la requête est demandée en langage naturel (*conversational search*).
Grâce au nouvel algorithme Hummingbird de Google, il devient impossible d'optimiser un **référencement (SEO)** en l'absence de contenu rédactionnel de qualité représentant une réelle valeur, un aspect ludique, un contenu informatif et exclusif pour l'internaute.
Avec Google nous sommes désormais passés à la vitesse supérieure du "SEO Copywriting".
Les mots clés " Not Provided " marquent la fin d'une ressource gratuite précédemment offerte par Google, et confortent l'orientation sémantique en contraignant le SEO à ne plus se focaliser sur les seuls mots-clés tout en l'obligeant à s'intéresser au contenu global.
Avec l'algorithme Hummingbird, Google s'est transformé en véritable "moteur de recherche sémantique".

A la naissance du “ SEO sémantique ” …

Les moteurs de recherches sémantiques permettent d’obtenir une information structurée : chaque groupe d’information contient un ensemble d’informations structurées (“ structured data entity ”), permettant d’apporter une réponse pertinente à une question donnée.
Un ensemble permet de mieux comprendre une requête. Bien au delà du simple mot-clé, l’ensemble d’informations structurées englobe une représentation beaucoup plus large qui regroupe plusieurs concepts reliés à des mots, permettant ainsi de comprendre le sens d’une requête pour y apporter la réponse la plus précise.
Désormais, les ensembles remplacent les mots-clés, mettent en avant le contexte et les relations des mots, des personnes et des objets entres eux : en bref, ils permettent de bien comprendre l’intention derrière la requête.
Cerise sur le gâteau, “Knowledge Graph”, base de données propre à Google capable de comprendre et d’interpréter les mots, permet l’analyse et le tri de toutes les données circulant sur le web en offrant une lecture complémentaire des informations disponibles.
Google étant désormais en mesure de sélectionner la page la mieux adaptée à une requête donnée parmi une série de pages traitant du même sujet, certains parlent déjà de “moteur de connaissances” (“Knowledge Search Engine”), par opposition au “moteur de recherche”.
En conclusion, un bon **SEO** ne peut exister qu’avec une rédaction attractive, un contenu riche et pertinent pour ses cibles, un “long tail keywording”, un linkbuilding de qualité, et une synergie avec **Google +** et les **réseaux sociaux**.

En passant par l’explosion de l’Internet mobile et du “Voice Search”.

Du fait de la très forte croissance de l’Internet mobile, Google privilégie désormais les sites “responsive”, seuls en mesure de s’adapter aux différents supports (“devices”) que sont le smartphone, la tablette, l’ordinateur portable.
Avec sa solution Voice Search (Assistant Vocal), Google confirme, s’il en était besoin, sa volonté de se concentrer sur la compréhension du langage naturel et des phrases complexes afin d’être capable à terme, de suivre de véritables conversations, en anticipant les questions et les réponses. L’expression orale étant sensiblement différente de l’expression écrite, il va sans dire le “Voice Search” constitue un nouveau défi pour le SEO.

Le SEO est la clef de votre réussite sur le web : ne prenez pas de retard !

Le **référencement** ne s’improvise pas : c’est un métier qui connaît des évolutions

rapides et s’acquiert moyennant un accompagnement. Expertisme et ses Experts vous proposent un accompagnement à la fois pédagogique et opérationnel, en groupe ou sur mesure.
EXPERT is Me est l’agence de marketing et de communication digitale, spécialisée dans la formation aux métiers du web marketing.
Son équipe de professionnels expérimentés animent des formations de SEO, SMO, Netlinking. Son **PDG Laurent Rignault** est Modérateur du “Cycle “Avancé” et “Spécial SEO” de la série de conférences en Search Marketing, la plus importante au monde qui présente les meilleurs Experts en la matière au salon **SMX Paris.**
Aussi n’hésitez pas, donnez-vous les moyens réussir et contactez-nous pour mettre en oeuvre votre projet de formation SEO ou de mise en oeuvre de votre référencement naturel.