

Les **tendances** du netlinking

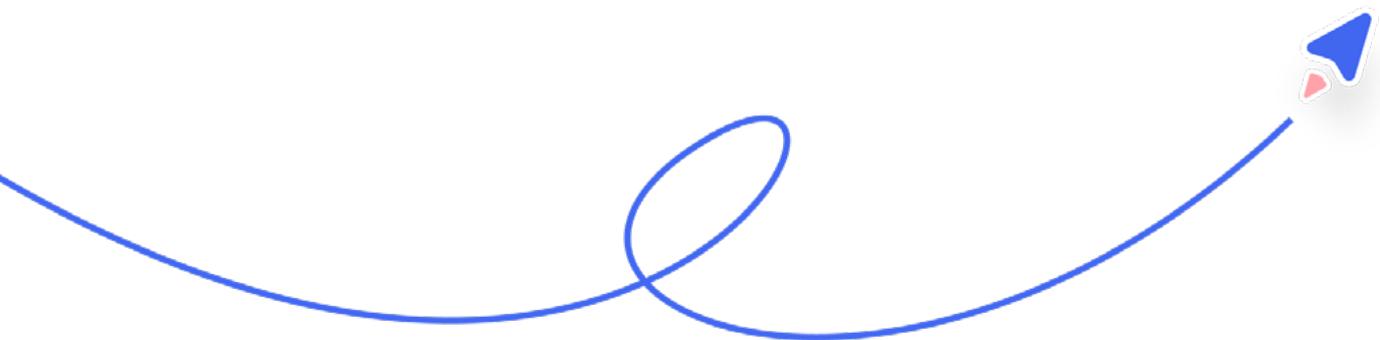
2024

Découvrez les leviers complémentaires à
actionner pour booster votre stratégie SEO

00

Sommaire

- 01 Introduction
- 02 Les liens sur des articles existants
- 03 Les liens sitewide
- 04 Les liens de second niveau
- 05 Les liens via les réseaux sociaux
- 06 Les rubriques sponsorisées
- 07 Conclusion
- 08 Pourquoi choisir RocketLinks ?



01

Introduction

En SEO, il ne faut pas mettre tous ses oeufs dans le même panier. Les algorithmes des moteurs de recherche évoluent rapidement, et les stratégies doivent suivre le rythme.

Pour éviter de voir tous vos efforts réduits à néant, il est indispensable d'actionner plusieurs leviers d'optimisation, notamment en ce qui concerne les backlinks.

Si l'efficacité des articles sponsorisés n'est plus à prouver, d'autres techniques tout aussi puissantes peuvent être mises en place. À l'heure où les entreprises sont face à des enjeux à la fois netlinking et branding, cette prise de hauteur s'avère particulièrement importante.

C'est pourquoi RocketLinks vous permet de déployer plusieurs dispositifs complémentaires à votre stratégie de netlinking. Dans ce guide, nous vous emmenons à la découverte de chacun d'entre eux, accompagnés de :



Sacha Tyzon

Senior Netlinking Project Manager chez RocketLinks

02

Les liens sur des articles existants

- Ajouter un lien sur un article existant d'un media
- Sur des pages qui se positionnent sur des **mots-clés cibles**
- Varier les articles sponsorisés et les liens sur des articles déjà existants pour **+ d'efficacité**
- Coût d'achat de liens **moindre**



Savez-vous qu'il est possible d'acheter un lien sur une page déjà bien positionnée sur Google ?

L'avantage des liens sur des articles existants, c'est que vous connaissez, à l'avance, **la position et la pertinence des mots-clés** du contenu sur lequel vous placez le lien, ainsi que **la popularité de la page**.

En somme, vous avez accès à toutes les métriques clés sur la performance du contenu, ce qui s'avère essentiel pour choisir le plus justement possible l'article sur lequel faire votre backlink.



PRO-TIP :

« Soit le contenu a du jus SEO parce qu'il a un bon maillage, soit il enregistre un fort trafic et il est positionné sur des mots-clés qui nous intéressent. Le Graal, c'est d'avoir les deux ! »



Sacha Tyzon

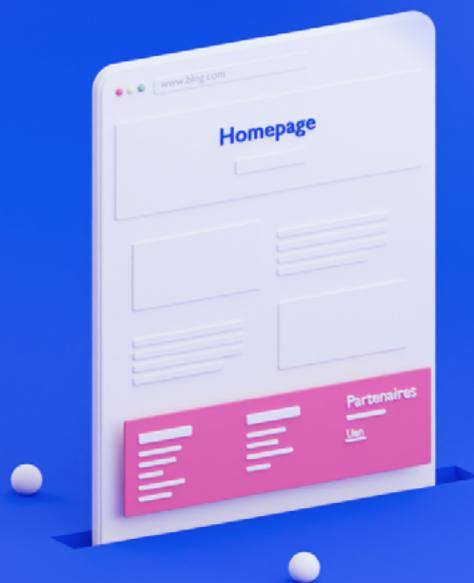
Senior Netlinking Project Manager chez RocketLinks

03

Les liens Homepage & Sitewide

- Acheter un lien en page d'accueil voire sur toutes les pages du site (lien sitewide)
- Gagner en **autorité**
- Coût récurrent (mensuel ou annuel)

Le **Graal** dans une stratégie netlinking !



Le lien sitewide apparaît sur la quasi-totalité des pages d'un site web, généralement dans une section fixe comme le footer. Cela permet d'envoyer le maximum de jus SEO possible, soit vers l'article sponsorisé qui fait un backlink, soit directement vers le site client.

Il faut s'intéresser à deux éléments :

01

Les ancres doivent être simples et avoir une approche «branding».

02

La thématique du média doit être proche de la vôtre. Si vous avez une entreprise de carrosserie et que vous placez votre backlink sur le site d'un organisme d'écologie, cela n'aura aucun sens aux yeux des moteurs de recherche et de l'audience.



PRO-TIP :

Une fois que vous avez choisi votre média et votre ancre, deux techniques sont proposées sur RocketLinks.

Vous pouvez placer le lien plus haut dans le corps de la page d'accueil pour obtenir une meilleure sémantique, bien qu'il soit généralement dans le footer.

Il est aussi possible de créer un lien sitewide vers un article sponsorisé, qui contient lui-même un backlink vers le site de la marque.

04

Les liens de second niveau

La création de liens de second niveau, c'est :

- Acheter des liens vers vos articles sponsorisés
- Distinguer aussi les articles exceptionnels des autres
- Un coût d'achat faible

C'est un **signal fort** pour les algorithmes des moteurs de recherche !



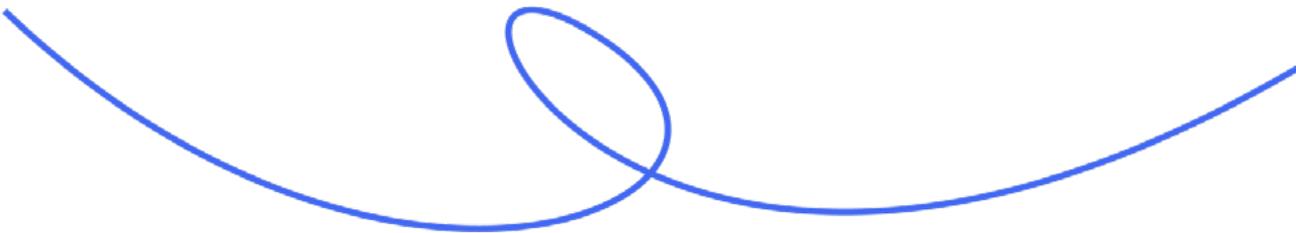
En netlinking, il est possible de créer **une structure de backlinks** qui pointent vers votre site sur plusieurs niveaux. Le jus SEO est envoyé du niveau 1 vers le niveau 2, qui à son tour le transmet au niveau 3. En fin de compte, la page cible bénéficie de l'accumulation de ce «jus», ce qui permet, à votre marque, **d'accroître sa visibilité et sa popularité.**



PRO-TIP :

Il est possible de concentrer vos efforts sur **la conception de liens de second niveau**. Vous pouvez acheter des articles sur d'autres médias pointant non pas vers votre propre site, mais vers les articles sponsorisés.

Grâce à cette méthode, les articles et leurs backlinks **ont toujours autant de poids**, même s'ils descendent dans la pagination.



05

Les liens via les réseaux sociaux

Les liens via les réseaux sociaux **amplifient la portée de votre contenu à travers le web** et ce, même s'ils sont configurés en nofollow. Ils permettent non seulement de générer du trafic qualitatif supplémentaire, mais aussi de **booster la notoriété de votre marque**. Tous ces indices renvoient, in fine, un signal positif à Google.



PRO-TIP :

Une page avec un contenu qui bénéficie d'une amplification sociale aura plus de chances d'être lue par les visiteurs que celle avec un contenu "simplement" sponsorisé. Et parmi ces visiteurs en masse, il est fort probable que le contenu soit lu via Chrome ou Android. Ainsi, Google remontera davantage la page au contenu poussé sur les réseaux sociaux, et le nombre de clics sur le backlink vers le site de la marque sera boosté.

« Cela permet de rajouter bien plus d'efficacité à une stratégie de netlinking que ce que nous pouvons imaginer ».



Sacha Tyzon

Senior Netlinking Project Manager chez RocketLinks

06

Les rubriques sponsorisées

Les rubriques sponsorisées vous permettent de **positionner un ensemble d'articles sponsorisés** dans la catégorie choisie d'un média et ce, en pointant vers votre site.

Comme l'explique Sacha Tyzon, « **vous pouvez aussi faire seulement un ou deux contenus avec un lien pointant vers votre site et populariser ces backlinks avec des liens provenant des autres articles de la rubrique** ».

Vous jouissez de l'**autorité globale** du média, ainsi que d'une **visibilité accrue** auprès d'un large public.



PRO-TIP :

« Certains médias permettent de faire un backlink depuis l'accueil de la catégorie, qui sera automatiquement popularisé via les fils d'Ariane des articles de la même rubrique, en plus du lien sitewide dans le menu ».



Sacha Tyzon

Senior Netlinking Project Manager chez RocketLinks

Conclusion

Bien que l'article sponsorisé soit un puissant moteur dans une stratégie de netlinking, d'autres leviers doivent être actionnés pour qu'elle soit au maximum de ses performances.

Maintenant que vous avez pleinement connaissance des rouages de chacun d'entre eux, il ne vous reste plus qu'à sélectionner ceux qui composeront votre plan d'action et vous aideront à atteindre vos objectifs. Tout cela, accompagné des experts de RocketLinks.



08

Pourquoi choisir RocketLinks ?

Créée en 2010, RocketLinks est la première plateforme d'achat d'articles sponsorisés et ce, dans le monde entier.

Véritable assistant netlinking, nous co-construisons avec vous vos campagnes en vous proposant des services complémentaires pour booster votre stratégie SEO et notoriété de marque :

Articles sponsorisés

Liens sur articles existants

Rubriques sponsorisées

Liens homepage & sitewide

Amplification SEO & sociale

Nos 30 expert·es vous accompagnent tout au long de votre projet netlinking et vous conseillent sur un large choix de media internationaux (+80 000 sites et blogs disponibles !)

Faire appel à RocketLinks, c'est également bénéficier d'un accompagnement technologique car nous développons en continu des fonctionnalités pour vous permettre d'atteindre vos objectifs marketing :

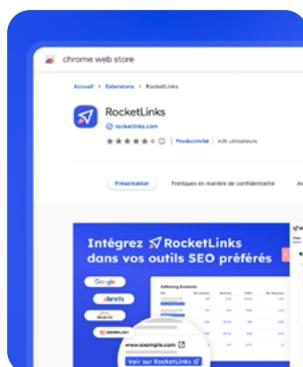


RocketLinks AI

- Analyser les résultats Google de + 500 mots clés
- Identifier les meilleurs referring domains de vos concurrents
- 2x moins de temps pour sélectionner vos media
- Extraire les sites les plus pertinents

RocketLinks Benchmark

- Identifier les stratégies netlinking les plus efficaces parmi vos concurrents
- Concentrer votre analyse sur les backlinks qui ont un impact grâce à notre filtre anti-bruit
- Estimer le coût d'une campagne netlinking plus performante que celle de vos concurrents



Plug-in RocketLinks

- Prospection de media à la demande
- Valable aussi pour des besoins spécifiques & internationaux
- Reporting de suivi des sites prospectés
- Intégration dans vos outils SEO

Besoin d'en
savoir plus ?

Contactez-nous



sales@rocketlinks.net

+33 (0)1 84 20 06 68

www.rocketlinks.com