

Table des matières

Avant-propos	9
Introduction	11
Chapitre 1. Baidu, ses services et ses concurrents	13
1.1. Historique de Baidu	13
1.2. Des SERPs très « riches »	14
1.3. Baidu <i>versus</i> HaoSou et Sogou	15
1.4. Les services de Baidu	17
1.5. <i>Eye tracking</i> sur Baidu <i>versus</i> Google	18
1.6. Comment fonctionne « BaiduSpider » ?	19
1.7. Comprendre la différence entre <i>crawl</i> et indexation sur Baidu	21
Chapitre 2. Les conseils et les astuces techniques pour se référencer sur Baidu	23
2.1. Achat du nom de domaine avec une extension en « .cn »	23
2.2. Choix du nom de domaine	23
2.3. Hébergement d'un site à Hong Kong et/ou en Chine	24
2.3.1. Les hébergeurs recommandés	26
2.3.2. Etude de cas	26
2.4. Ligne de téléphone mobile chinoise	28
2.5. Optimiser un code HTML pour Baidu	28

2.6. Le protocole HTTPS serait-il incompatible avec Baidu ?	29
2.7. « Baidu MIP », une nouveauté 2016 pour les pages mobiles . . .	31
2.8. Encodage d'un site chinois	33
2.9. « Webmaster Tools » de Baidu	34
2.10. Vérifier si le robots.txt est conforme aux <i>guidelines</i> de Baidu	35
2.11. Comment traiter un robots.txt avec un nombre de restrictions élevé ?	36
2.12. Les balises et les attributs non compatibles avec Baidu	38
2.12.1. L'attribut <i>rel="canonical"</i> ne marche pas chez Baidu	38
2.12.2. L'attribut <i>hreflang</i> ne marche pas chez Baidu	39
2.12.3. Les balises <i>micro data</i> (Schema.org) ne fonctionnent pas chez Baidu	40
2.13. Les icônes V1, V2 et V3 de Baidu	41
2.14. L'icône « site officiel » de Baidu (官网)	43
2.15. L'algorithme Pomegranate (石榴)	44
2.16. L'algorithme Money Plant contre les liens externes spam	45
2.17. Sitemap pour Baidu	46
2.18. Soumettre des URLs à Baidu automatiquement	47
2.19. Avoir un site mobile adapté à Baidu	49
2.20. Déclarer un site mobile dans les Webmaster Tools	50
2.21. Bonnes pratiques officielles de Baidu pour optimiser un site mobile	51
2.22. Pourquoi faut-il avoir un site <i>Responsive Design</i> ?	52
2.23. Gérer la refonte d'un site pour Baidu	53
2.24. Des URLs simples et ordinaires pour Baidu	55
2.25. Format des URLs des sites de presse pour Baidu News	56
2.26. Impact négatif des pages de résultats internes vides	57
2.27. Problématique sur l'analyse des liens et de <i>Rapid Positioning</i> .	57

Chapitre 3. Les conseils et les astuces sémantiques et éditoriaux pour se référencer sur Baidu 59

3.1. Baidu Index, une plateforme utile pour étudier les tendances de recherches	59
3.2. L'outil de génération de mots-clés de Baidu	60
3.3. Mots-clés et référencement : statistiques TF-IDF	61

3.4. La longueur des méta-tags title et meta descriptions	62
3.5. L'influence des mots-clés sur le SEO Baidu	64
3.6. L'importance de la densité de mots-clés	65
3.7. Stratégie de mots-clés et analyse de SERPs	66
Chapitre 4. Les sujets connexes au SEO sur Baidu	69
4.1. Les certifications Baidu <i>Certified Marketing Specialist</i> (BCMS).	69
4.2. Le navigateur de Baidu	70
4.3. Se connecter à un réseau social directement depuis les SERPs	72
4.4. E-commerce chinois et SEO Baidu : les tendances actuelles . . .	72
4.5. AutoNavi dépasse Baidu Map.	74
4.6. Les réseaux sociaux et Baidu	75
Chapitre 5. Méthodologie d'une campagne SEO sur Baidu	79
5.1. Première étape : <i>Kick-off meeting</i>	79
5.2. Le rétroplanning projet SEO	80
5.2.1. Comment créer un diagramme de Gantt ?	81
5.3. L'audit technique pour le SEO chinois sur Baidu	83
5.4. L'audit sémantique pour le SEO chinois sur Baidu	84
5.5. L'analyse de mots-clés	85
5.6. L'optimisation des méta-tags en chinois	86
5.7. L'optimisation des <i>headings tags</i>	88
5.8. L'optimisation des contenus textuels.	89
5.9. L'optimisation des URLs en chinois	91
5.10. L'optimisation des ancrs de texte	92
5.11. L'optimisation des images	93
5.12. L'optimisation du fil d'Ariane.	94
5.13. Dragon Metrics : un outil de suivi de positionnements spécial pour la Chine	95
5.14. <i>Netlinking</i> : la recherche de liens externes.	96

- Chapitre 6. Au-delà du SEO sur Baidu 99**
 - 6.1. Conseils d’optimisation SMO pour WeChat 100
 - 6.2. Conseils pour faire du marketing social sur Weibo 102
 - 6.3. Les Mei Nu en Chine, un moyen marketing 105
 - 6.4. Wang Hong (网红) : le nouveau modèle de promotion
en ligne. 107

- Conclusion 113**

- Glossaire 115**

- Bibliographie. 121**

- Index 123**