

SE  **BYTES**

LIONBRIDGE WEBINAR SERIES



CONSEILS SUR HREFLANG

Août 2024

 LIONBRIDGE

J'UTILISE DES TLD LOCAUX

AI-JE BESOIN DE HREFLANG ?

Avez-vous un site Web .com ou un autre domaine de premier niveau (TLD, top level domain) international dans le cadre de votre infrastructure ?



Si oui, vous avez besoin de Hreflang.

Nous voyons souvent des entreprises américaines cibler les utilisateurs locaux avec un site .com et cibler les utilisateurs non américains avec des TLD locaux. Mais le site .com a un « droit de classement » international. Ainsi, si Google ne comprend pas la relation entre le site Web .com et les TLD locaux, le site Web .com s'affichera dans les résultats de la recherche locale, en particulier pour les demandes de marque.

LA PAGE X-DEFAULT EST-ELLE TOUJOURS NÉCESSAIRE ?

QUEL EST SON BUT ?

Lorsque vous utilisez x-default, vous indiquez à Google que si l'utilisateur ne respecte pas l'une des autres règles hreflang, il doit être envoyé vers la page x-default.

C'est une action dangereuse dans une implémentation partielle de hreflang (toutes les versions ne sont pas incluses) : l'URL x-default a un droit de classement dans les régions qui n'ont pas été incluses.

Si vous avez une implémentation langue-région, la page x-default peut poser problème. Par exemple, si vous avez une page en arabe codée « ar-sa », et si vous avez une page x-default qui pointe vers une page anglaise, vous dites à Google de montrer la page anglaise aux utilisateurs en dehors de l'Arabie saoudite, même s'ils parlent l'arabe.



NIVEAU DE LANGUE RÉGIONAL ?

UTILISER « EN » OU « EN-US » ?

Adaptez votre approche selon votre choix de

localisation. Si vous avez une seule version pour chaque langue, accédez au niveau de la langue. Si vous ciblez deux ou trois régions avec la même langue, vous devez accéder au niveau régional. Mais demandez-vous toujours comment vous pouvez cibler le public le plus étendu et variez l'approche, le cas échéant.

Si vous ciblez les utilisateurs au niveau régional, pensez également à ajouter une page de repli au niveau de la langue. Par exemple, si vous ciblez la France (« fr-fr ») et le Canada (« fr-ca ») en français, vous pouvez penser à d'autres utilisateurs francophones (par ex., suisses ou belges) et les diriger vers l'une des pages françaises existantes avec « fr ».



PARFOIS, GOOGLE N'EST PAS D'ACCORD.

QUE DOIS-JE CORRIGER ?

Parfois, il est difficile de déterminer pourquoi une implémentation hreflang ne fonctionne pas. Il arrive que Google n'accepte pas les règles que vous mettez en place et croie savoir mieux que vous ce qu'il faudrait mettre.

Par exemple, imaginons un site Web dans lequel le contenu source est l'espagnol, qui utilise le contenu espagnol en tant que page x-default, mais qui possède du contenu en anglais. Google peut remplacer la règle x-default et afficher la page anglaise aux utilisateurs non hispanophones.

Chaque version de la page est-elle incluse dans la solution ? La nouvelle version de la page a-t-elle été publiée, mais pas incluse dans la solution ?

Chaque site Web est-il inclus dans la solution ? Vérifiez si une équipe marketing locale a créé un nouveau site pour cibler les utilisateurs locaux.

COMMENT TESTER HREFLANG ?

OÙ SE TROUVENT LES OUTILS ?

Google intégrait un outil hreflang dans Google Search Console, mais il générait beaucoup de faux positifs pendant le traitement des balises. Elles étaient généralement obsolètes.

L'audit du site Semrush révisé hreflang dans les implémentations <head>, mais génère également beaucoup de faux positifs et n'ajoute pas des codes valides tels que « zh-hans ». Screaming Frog révisé <head> et les implémentations de plan du site.

Il est facile de voir si Google tient compte de vos balises. Accédez à la recherche locale (plusieurs marchés) et effectuez une recherche de marque ou de produit pour laquelle le ou les sites ont des droits de classement importants. Si vous voyez deux versions de la même page, ou des pages provenant de différentes régions, pour la même requête, hreflang ne fonctionne pas correctement.

ACTUALITÉS SUR HREFLANG

GOOGLE SUIT GÉNÉRALEMENT GARY.

« Gary Illyes, un analyste de Google, estime que les moteurs de recherche devraient moins s'appuyer sur les annotations telles que hreflang et s'appuyer davantage sur les signaux appris automatiquement. »

<https://www.searchenginejournal.com/google-may-rely-less-on-hreflang-shift-to-auto-language-detection/523224/>

Gary Illyes est une personne intéressante à suivre. Il donne d'excellents conseils sur l'avenir du référencement naturel (SEO) et de Google. Le nombre de sites utilisant hreflang étant très réduit, il est essentiel que Google essaie de comprendre les sites qui ne l'emploient pas. Mais sur le court à moyen terme (voire sur le long terme), hreflang reste la meilleure manière de dire à Google quelle page présenter sur chaque marché.





NOUS CONTACTER

BRENDAN WALSH, EXPERT EN SEO INTERNATIONAL

BRENDAN.WALSH@LIONBRIDGE.COM

SEO@LIONBRIDGE.COM