

Je corrige immédiatement le titre qui n'est pas 100% vrai. Ce client a résilié son contrat de référencement dans un premier temps avec nous. Nous pensions qu'il s'agissait d'un arrêt simple de la campagne mais après coup, il a fini par nous dire qu'il souhaitait tout simplement voir si il pouvait obtenir de meilleurs résultats ailleurs, dans le cas présent, chez brioude. Libre à lui je dirai.

Le dossier

Le client dont le site vend en ligne des produits pour préparer son code à la maison de chez soi via internet, nous a confié son référencement au mois de septembre 2012.

Il s'agit d'une boutique prestashop sur laquelle nous avons immédiatement détecté une énorme quantité d'url indexée par google n'étant que du pur duplicate content ce qui est « normal » sur prestashop puisque rien n'est fait nativement sur cette solution pour l'empêcher.

Nous avons donc mis en place immédiatement notre solution anti DC afin de corriger le tire. Des demandes de retrait des urls concernés ont également été faites. Après quelque temps, nous nous apercevions que notre linking n'avait aucun effet sur ce site. Nous demandons au client si son site avait rencontré une forte chute de positionnement avant de nous confier son référencement (puisque'il nous avait dis le suivre quotidiennement) et il nous confirme que ça a bien été le cas. Le site avait donc probablement été pénalisé par Panda. Le DC étant éradiqué, il fallait attendre la prochaine mise à jour pour espérer une sortie de pénalité.

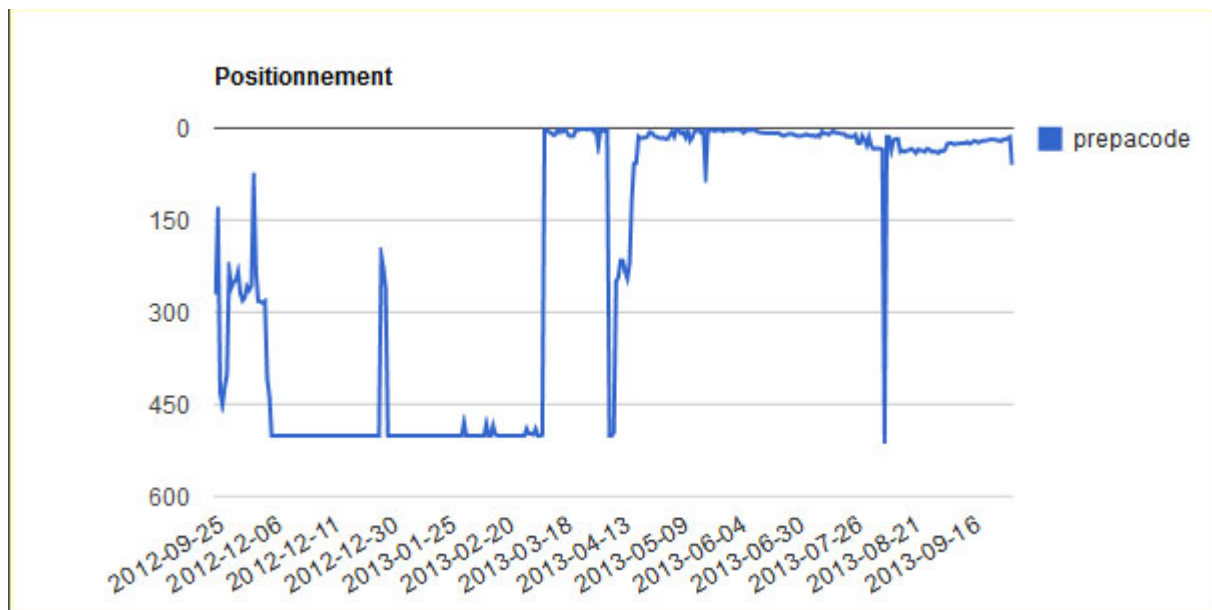
La mise à jour de panda arrive, mais le site ne bouge pas ! Incroyable ! Il faut dire que la chute de positionnement avait eu lieu fin juillet 2012 ce qui ne correspond à aucune mise à jour officielle d'algorithme de google.

Si ce n'est pas panda, c'est forcément pingouin, puisqu'il n'y a que 2 animaux chez google qui peuvent taper si fort de manière si brutale. Nous entreprenons alors une recherche sur le profil de lien. Seul arrivée de lien pouvant être incriminée, un partenariat tissé par le client début juillet 2012 pour lequel le partenaire a inséré un lien en pied de page, donc sur tout son site, vers le client alors même qu'il n'y a aucun lien thématique entre les deux.

Nous demandons au client de faire une demande de retrait qui a été honoré. Nous attendions alors avec impatience la mise à jour de pingouin qui fini par arriver en octobre 2012. Là aussi, aucune modification. Le moral est au plus bas.

Je propose au client de changer de nom de domaine, puisque manifestement celui ci est pénalisé et qu'il sera plus simple de partir de zero que de chercher avec le risque de ne pas trouver la cause de la sanction. Le client hésité et fini par dire non.

Miraculeusement le 09 mars le site monte en flèche sur tous les mots clés, exemple :



C'est pas une montée en flèche ça ? !

On se dit, ouf, sauvé, le linking a payé ! Mais, parce qu'il y a un mais. Cette remontée qui ne correspond à aucune mise à jour de google, va retomber, elle aussi sans qu'aucune mise à jour de google n'intervienne, seulement un mois après.

Je relance le client sur le changement de nom de domaine. Le client fini par se décider à changer et nous reprenons immédiatement le travail sur un domaine neuf. Les résultats ne se font pas attendre comme vous pouvez le voir sur le graphique ci dessus. Le site monte rapidement en première page de google.

Le client content change de référenceur

Courrier recommandé, paf, je suis content du résultat mais je résilie...

Je met immédiatement le client en garde sur les conséquences de l'arrêt de notre prestation sur son positionnement futur. Il dit vouloir essayer quand même. Bref, chacun son choix, après tout il est libre de faire ce qu'il veut de son business.

Afin de ne pas choquer google, nous commençons à ralentir le rythme sur le linking. La réaction ne se fait pas attendre, le site commence à chuter comme vous pouvez le voir sur le graphique ci dessus.

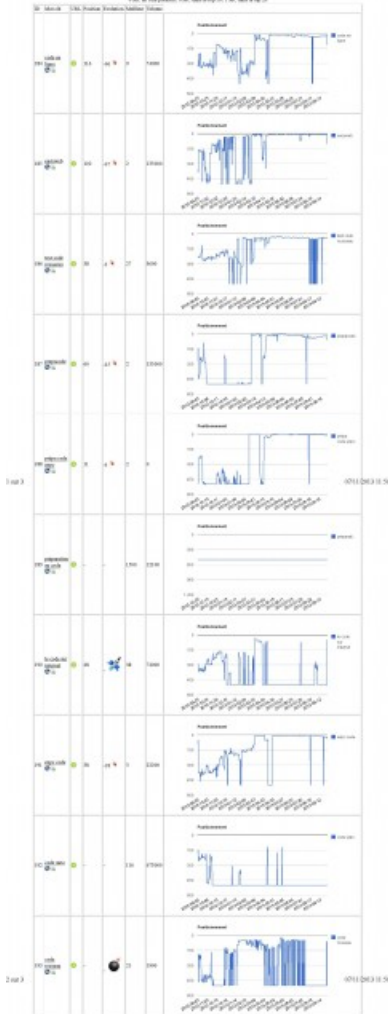
Je rappelle le client à plusieurs reprises pour le mettre en garde et lui faire constater les conséquences déjà mesurables. Il fini par avouer qu'il n'arrêtera pas le référencement, qu'il change juste de crémerie pour voir si un autre pourrait mieux faire.

Je désactive donc le suivi du positionnement du site du client le 04 octobre puisqu'il n'y avait plus aucun intérêt, notre prestation étant terminée.

Mais, et oui, il y a de nouveau un mais. Je suis curieux. Je réactive donc ce matin le suivi de positionnement du site du client pour voir les résultats de la concurrence. Peut être sont ils

meilleurs et aurais-je des choses à apprendre de l'étude de leur stratégie sur ce site ?

Résultat :



Le résultat se passe de commentaire. Encore une preuve que

ralentir une campagne de linking est dangereux. Son arrêt, c'est pire, ce serait carrément du suicide.

Be Sociable, Share!



[Tweet](#)