



Guide de référencement

Améliorer son positionnement sur Google





E-monsite, outil de création de site SEO friendly	3
Le référencement et Google	4
Découverte du SEO	6
Optimiser le SEO technique	7
Optimiser le contenu SEO	10
Optimiser son netlinking	16
Communiquer pour être visible	17
Les outils SEO	18
Des ressources d'aide en ligne	20
Des offres adaptées pour aller plus loin	21



E-monsite permet de créer un site naturellement bien référencé sur Google

Vous avez [créé un site Internet](#) ou [créé une boutique en ligne](#) : vous disposez donc d'un excellent support de communication. Mais si votre site n'est pas mis en avant, il restera dans l'ombre. [Référencer un site web](#), c'est faire en sorte qu'il soit **visible dans les moteurs de recherche**.

Nous avons conçu un CMS en ligne qui vous permet de créer des sites appréciés des moteurs de recherche, sans aucune connaissance en référencement. En terme de code et de structure, notre outil de création de site est SEO friendly : **conçu pour plaire aux moteurs de recherche !**



Accessibilité

Un outil facile à prendre en main, du débutant à l'expert



Activité

Un outil conçu pour faire un site efficace, bien référencé



Accompagnement

Une équipe support réactive pour répondre à vos questions

Les sites créés avec notre logiciel de création de site sont ainsi optimisés pour se référencer naturellement sur Google. Cependant, cela ne se fait pas tout seul. La meilleure personne en charge du référencement de votre site, c'est vous !

Le référencement d'un site web passe aussi par un travail de rédaction web et d'échange de liens : c'est pourquoi à travers ce guide SEO, nous vous donnons des conseils pour vous aider à référencer vous même votre site web dans Google.



Ce guide du référencement est un recueil de bonnes conduites, ce n'est pas une liste de choses à faire pour être en première position dans les moteurs de recherche. Voici donc quelques **conseils pour apparaître dans les moteurs de recherche et pour gagner des positions.**



Qu'est-ce qu'un moteur de recherche ?

Un moteur de recherche est un **site sur lequel vous recherchez des informations en tapant des mots clés**. Il permet de localiser un contenu correspondant à un terme de recherche.

Les résultats d'un moteur de recherche reposent sur une base de données contenant des liens vers des pages des sites web, **organisés hiérarchiquement par chaque moteur de recherche** selon leurs propres algorithmes.

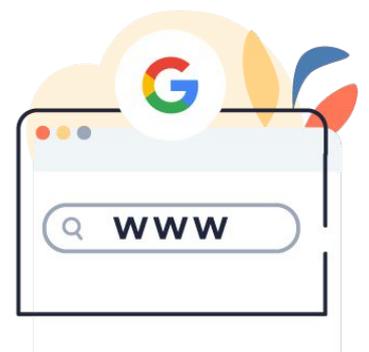
Comment fonctionne Google ?

Le fonctionnement Google se résume à **4 grandes phases** :

1. **Collecte des données** : le robot de Google visite les pages du web et suit les liens des pages pour découvrir d'autres pages du site ou vers des sites extérieurs.
2. **Indexation** : le contenu des pages parcourues par le robot est copié par les robots qui indexent ces informations dans la base de données du moteur : l'index Google.
3. **Traitement des « copies »** : toutes les données copiées dans l'index sont classées informatiquement pour en permettre la restitution.
4. **Ranking et restitution** : Google restitue les résultats qu'il classe par ordre de pertinence selon les critères de son algorithme. Les résultats sont présentés dans les pages de résultats contenant une liste de 10 réponses les plus pertinentes.

Comment faire apparaître un site sur Google ?

Cela correspond à la **phase d'indexation**. Une fois que votre site est créé, il est en ligne ! C'est à dire qu'il est accessible en tapant l'adresse dans la barre d'adresse. Mais il n'est pas indexé le jour même : vous ne le trouverez pas si vous effectuez une recherche en tapant son adresse URL ou le nom de votre marque.



Il faut laisser le temps aux **robots des moteurs de recherche** de passer sur votre site et de **l'indexer dans leurs bases de données**.

Pour faire connaître votre site et le voir sur Google, 2 solutions s'offrent à vous :



Soumettre votre site aux moteurs de recherche : Plutôt que d'attendre que votre site figure tout seul dans un moteur de recherche, vous pouvez lui soumettre directement. Sur [Google](#) et sur [Yahoo et Bing](#).



Se faire connaître par d'autres sites : Faites en sorte d'avoir un maximum de liens entrants de qualité pointant vers votre site (backlinks) et vous aurez ainsi plus de chance de recevoir la visite des robots des moteurs de recherche.

Une fois que votre site est indexé (que vous le trouvez sur Google), place maintenant à la phase d'**optimisation du référencement**, pour améliorer sa visibilité. Pour cela, il est nécessaire de répondre aux critères de l'algorithme de Google.

L'algorithme de Google

L'[algorithme](#) de Google est un **ensemble de formules utilisées par Google pour analyser les sites Internet** du monde entier et déterminer leur **Page Rank**. L'algorithme les classe en fonction de leur pertinence et détermine ceux qui apparaîtront sur les pages de résultats – aussi appelées **SERP** (Search Engine Results Page). Cet algorithme est tenu secret et évolue en permanence. **Plus de 200 paramètres** seraient pris en compte.

Les principaux critères de l'algorithme Google sont :

- L'ensemble des **mots contenus sur la page**, leur contexte et leur position
- La présence de **mots clés** dans le contenu et dans le titre de la page
- Le nombre et la qualité des **backlinks** (liens pointant vers cette page)



Mais Google prend aussi en considération :

- Les signaux sociaux : **partages** sur les réseaux sociaux
- La fraîcheur du contenu : les contenus **récents**, mis à jour
- Les articles de fond : du contenu "**persistant**" et plutôt long
- Le protocole sécurisé https : les sites **sécurisés** avec un certificat SSL
- Mobile friendly : les sites qui **s'adaptent aux formats** des appareils mobiles
- La vitesse de chargement : les sites dont les pages se **chargent rapidement**

Qu'est-ce que le Search Engine Optimization

Le SEO (Search Engine Optimization qui signifie **Optimisation pour les moteurs de recherche**) ou référencement naturel est l'ensemble des techniques mises en œuvre pour optimiser le positionnement d'un site web sur les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP).

Le but est de répondre aux exigences des algorithmes des moteurs de recherche, afin de gagner en visibilité. Autrement dit, il s'agit de **l'art de positionner un site**, une page web **dans les premiers résultats naturels des moteurs de recherche**.



Le lexique du SEO



Backlink :
aussi appelé lien entrant, un lien présent sur un autre site amenant vers le vôtre.

Lien interne :
lien hypertexte qui lie deux pages différentes d'un même site.

Mot clé :
mot tapé par un internaute lors d'une requête sur un moteur de recherche.

Nom de domaine :
identifiant de domaine Internet, adresse d'un site web.

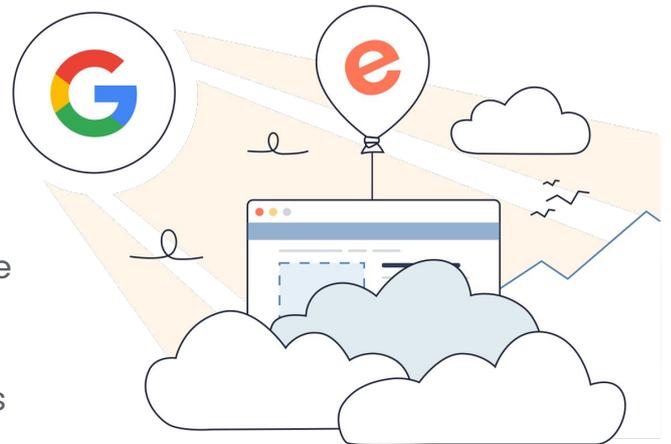
Page rank :
notation de popularité (0 à 10) attribuée par Google, selon la nature et la qualité des backlinks.

Redirection 301 :
substitution d'une URL par une autre URL, pour indiquer que la page a définitivement changé d'adresse.

Sitemap :
fichier XML qui recense toutes les pages d'un site web et facilite l'accès à toutes les adresses URLs.

Le SEO repose sur 3 piliers :

- **La technique** : squelette du site, arborescence, vitesse de chargement, conformité du code HTML, [nom de domaine](#) et certificat SSL
- **Le contenu** : qualité des contenus, balises titre et meta description, titres h1 à h6, urls, maillage interne, mots clés pertinents
- **La popularité** : stratégie de netlinking avec des liens externes de qualité pointant vers son site



L'optimisation technique a pour but d'**améliorer l'exploration et l'indexation de votre site web** par les robots des moteurs de recherche. Il faut ainsi optimiser la structure de votre site pour en faciliter l'exploration. Si votre site est facile à explorer pour un être humain, il le sera également pour un moteur de recherche.

Faciliter l'indexation de son site

Optimisez votre **fichier robots.txt** qui indique aux robots de Google les pages de votre site qu'ils doivent indexer. Optimisez également votre **fichier sitemap XML** qui répertorie les pages de votre site web. Le sitemap représente la structure de votre site Internet et y inclut ses catégories et pages. Il permet aux robots Google de comprendre l'organisation et le contenu de votre site. Ces deux fichiers permettent de faciliter la navigation des robots des moteurs de recherche sur votre site Internet.

Créer une arborescence

Si la navigation est claire pour l'internaute, elle le sera aussi pour le moteur de recherche. Les pages de votre site doivent être **organisées, hiérarchisées et connectées** entre elles. Rangez vos contenus dans des **catégories et sous-catégories**, selon des thématiques. Organisez vos contenus dans un [menu](#), accessible depuis toutes les pages de votre site.



Facilitez également la navigation avec un **fil d'ariane** sur votre site. Cela permet à l'internaute (et aussi au moteur de recherche) de toujours savoir à quel niveau il se trouve. Et ainsi naviguer facilement entre vos catégories et sous-catégories.

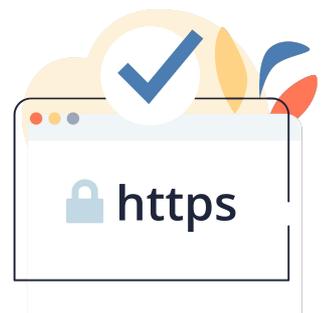
Optimiser le maillage interne

Le maillage interne consiste à **intégrer des liens internes entre les pages** de votre site web. De façon à permettre aux internautes de passer facilement d'une page à l'autre. Et ainsi les garder sur votre site et **augmenter le nombre de pages vues**. Le maillage permet aussi de répartir la popularité de vos pages.

Les liens doivent permettre d'accéder à des pages en rapport avec le contenu de la page visitée. Quand vous ajoutez un lien, privilégiez l'utilisation d'**ancres sur des mots clés**.

Sécuriser son site

Migrez votre site en **https** pour le sécuriser. Ajoutez un certificat SSL pour protéger les échanges des données personnelles. Ainsi, les informations des visiteurs sont protégées. Et les internautes sont rassurés sur la fiabilité et crédibilité de votre site.



Rediriger les internautes

Rien de plus frustrant qu'une page introuvable. Il est possible que les internautes voient apparaître une page d'erreur 404 lorsqu'ils souhaitent accéder à un contenu de votre site, qui est inaccessible. Cela peut être dû à la suppression de ce contenu, ou à un changement d'URL.

Il est dans ce cas impératif de faire une redirection sur une autre page web, pour éviter ces liens cassés. C'est à dire remplacer l'URL du contenu inaccessible par une autre URL d'un contenu accessible. De façon à rediriger l'internaute et ainsi éviter de le voir partir.

Sans cela, les moteurs de recherche ne peuvent pas savoir que l'ancien contenu n'existe plus. En effet, même si vous supprimez une page de votre site, l'URL continue malgré tout d'exister dans les bases de données des moteurs de recherche. Ce qui peut ainsi être **pénalisé par les moteurs de recherche**.



Pour repérer vos pages 404, vous pouvez utiliser la Google Search Console.

Personnaliser sa page d'erreur 404

Optimisez votre **page d'erreur 404** qui s'affiche quand une page n'existe plus. [Personnalisez votre page 404](#) avec un message clair et amical.

Intégrez une redirection vers la page d'accueil de votre site Internet ou une page populaire. De façon à ce que l'internaute (et les moteurs de recherche) restent sur votre site.



Optimiser son site sur mobile

De plus en plus d'internautes recherchent de l'information et achètent depuis leur mobile. Pensez à mettre en place une **version mobile de votre site** ou à **utiliser un thème responsive** (qui s'adapte à la taille de l'écran de l'internaute).

Pour vérifier que votre site est mobile friendly ou connaître les modifications à apporter, vous pouvez vous aider du [test d'optimisation mobile](#) disponible sur la Google Search Console.

Réduire le temps de chargement

En moyenne, les internautes s'attendent à visualiser le contenu intégral d'une page en **2 secondes seulement**. Le temps de chargement de vos pages doit donc être minimisé. Plus un site met de temps à charger, plus vous risquez de faire fuir vos visiteurs. Et ainsi voir vos conversions baisser.

Accélérez le temps de chargement des pages de votre site. Vérifiez la **taille de vos images et le poids de vos vidéos**, pour les minimiser au maximum. Pour réduire la taille de vos images, vous pouvez utiliser l'outil [TinyPNG](#). Vous pouvez vous aider de l'outil [PageSpeed Insight](#) pour connaître la vitesse de chargement de vos pages web. Et obtenir des recommandations pour l'améliorer.



Bien rédiger son contenu

Pour optimiser le référencement de son site, il est nécessaire de proposer du **contenu de qualité en quantité** :

- Du contenu **original, unique** : évitez les [contenus dupliqués](#), pénalisés par Google. Privilégiez du contenu original qui a plus de chance d'être populaire et d'être mieux référencé
- Du contenu **récent, mis à jour** : Google apprécie les contenus actualisés, et les sites mis à jour régulièrement avec de nouveaux contenus. Qui offrent ainsi plus de chances de ressortir sur différentes requêtes
- Du contenu dans un **langage approprié** : avec des phrases courtes, structurées, sans faute d'orthographe, avec des termes simples et accessibles et surtout utilisés par vos clients (pour qu'ils vous trouvent facilement)
- Du contenu avec des **liens internes de qualité** : pour accéder à des pages en rapport avec le contenu de la page visitée
- Du contenu **organisé par thématiques** : pour être facilement compréhensible par Google
- Du contenu **structuré** : avec des titres et sous-titres pour organiser sa page en paragraphes

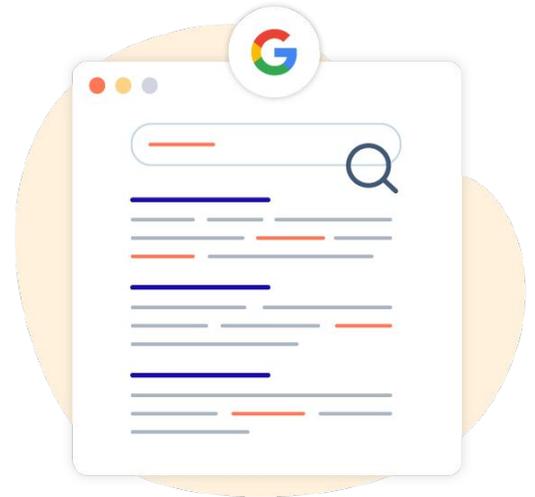


Pour en savoir plus sur la rédaction de contenus, consultez notre tutoriel pour [écrire du contenu optimisé pour le référencement](#).

Les mots clés

Lorsqu'un internaute fait une **recherche en ligne**, il utilise des **mots clés**, ou **expressions clés**.

Le moteur de recherche lui propose alors une liste de contenus, basée sur ces mots clés, qu'il juge les plus pertinents et répondant au mieux à sa requête. Pour qu'un site Internet soit visible dans les moteurs de recherche et "recommandé" à l'utilisateur, il faut que ce celui-ci **utilise ces mêmes mots clés** en les intégrant dans son contenu.



Trouver et choisir les **mots clés les plus pertinents** pour son site dépend de plusieurs facteurs, et principalement du thème de la page web. Il convient de sélectionner des mots clés **pertinents pour la recherche et populaires** sur Internet. L'idée étant de se positionner sur des requêtes populaires, pour **recevoir du trafic sur son site**.

Choisir ses mots clés

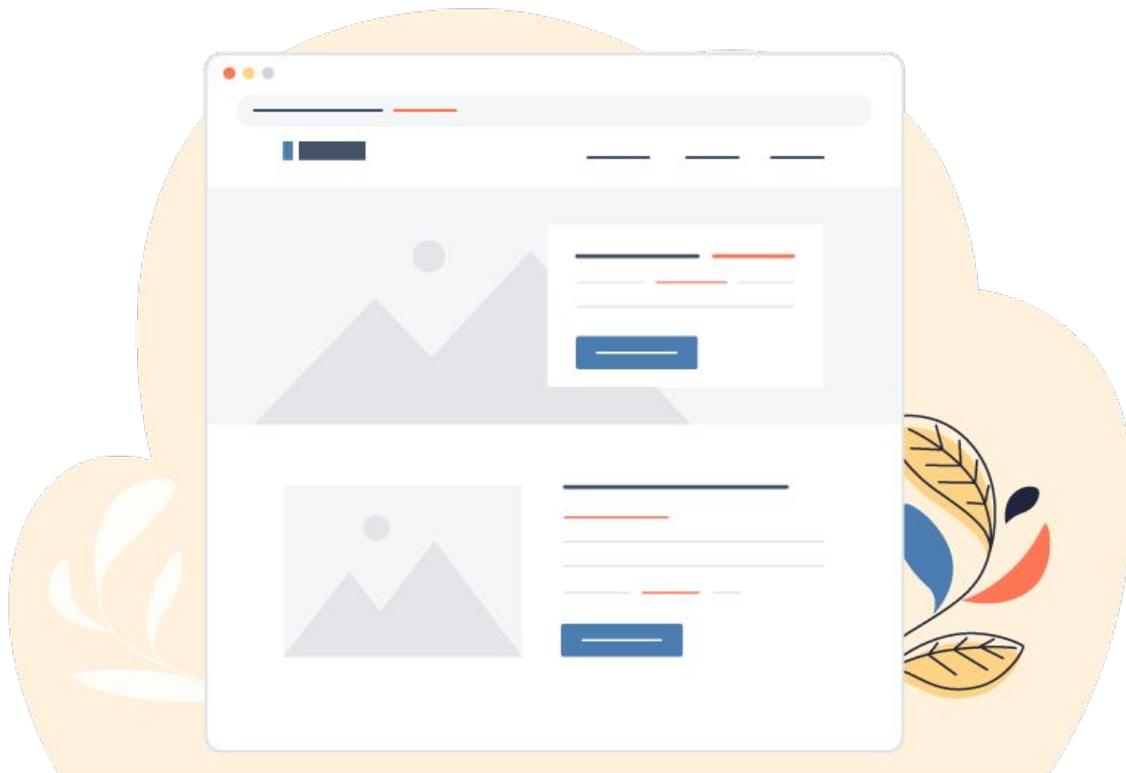
Pour être bien positionné sur les requêtes liées à votre activité, vous devez :

- Connaître le **langage de votre coeur de cible** et utiliser les termes que vos clients utilisent pour effectuer une recherche
- Utiliser les mots clés de sujets en **rapport avec votre activité**
- Définir des **mots clés principaux** (les plus utilisés) et des mots clés secondaires (du champ lexical de votre activité et les synonymes)
- Vérifier si les mots clés sont **populaires**, en analysant le volume de recherche et le trafic estimé
- Regarder les mots clés **utilisés par les concurrents** (pour s'en inspirer)
- Miser sur les mots clés **longue traîne** (avec plus de mots et donc plus précis)
- S'inspirer des suggestions de mots clés et des recherches associées sur Google
- Utiliser des outils de recherche de mots clés ([Google Ads](#), [UberSuggest](#), [Ahrefs](#))

Utiliser ses mots clés

Une fois que vous avez défini vos mots clés, veillez à les utiliser correctement :

- Intégrez votre mot clé principal dans la **balise title** de votre page web
- **Une page = un mot clé**, il ne s'agit pas de bourrer ses pages de mots clés, mais de créer une page selon une thématique précise, avec un objectif, et ses mots clés adaptés
- Intégrez votre mot clé principal dans l'**URL** de votre page web
- Intégrez vos mots clés (principal, secondaires, longue traîne et synonymes) dans le **contenu** de votre page web
- Intégrez des mots clés dans les **titres et sous-titres** de votre page web
- N'ajoutez **pas de listes de mots clés** (dans le footer de votre site ou dans une page, en blanc, pour que ce soit caché, Google va pénaliser votre site)
- Intégrez vos mots clés dans les **balises alt** de vos images



Du contenu organisé et structuré

Un moteur de recherche ne lit pas une page comme un être humain, il faut lui présenter le **contenu de façon structurée**, avec une démarche logique. Pour cela, utilisez les **balises H1 à H6**, pour structurer vos textes en paragraphes.

Une page doit comporter un **titre (le H1)** et peut contenir (ou non) des **sous-titres (les balises H2, H3 etc. jusqu'à H6)**. Le H1 est le titre principal de la page, c'est le titre le **plus important**. Il correspond au titre de l'élément dans votre manager (ex : titre de la page, titre du billet, titre de la photo).

Les titres suivants (H2 H3 H4 etc.) permettent d'**organiser une page en paragraphes**. Ils servent à aérer la page et à renforcer l'idée du contenu. Si vous utilisez l'outil de création de page, sachez que nous vous simplifions la tâche. En effet, **chaque titre de ligne correspond au H2 dans la page**. Pour insérer un H3 ou H4 dans une page, il faut sélectionner le texte puis choisir "Titre 3, Titre 4 etc." dans les outils de l'éditeur visuel. Dans le contenu, vous pouvez également **utiliser la fonction "gras"** pour indiquer à l'internaute (mais aussi au moteur de recherche) qu'un mot est important dans la page.

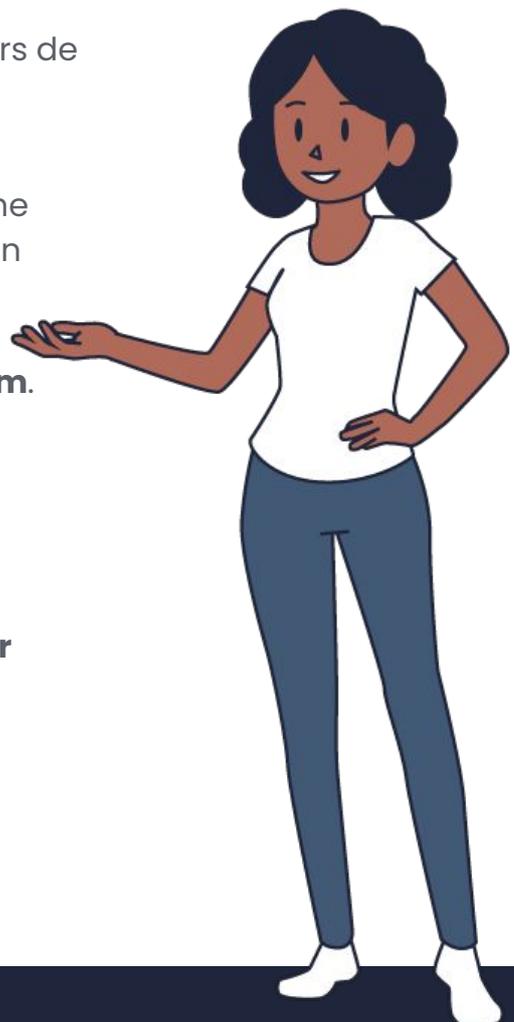
Optimiser ses balises meta

Les **balises META** donnent des informations aux moteurs de recherche sur le contenu d'une page web.

La **balise titre** correspond au titre cliquable qui peut apparaître dans les résultats des moteurs de recherche et dans la barre de titre en haut du navigateur. C'est un élément important pour le référencement. Le titre doit être **unique, explicatif avec des mots clés pertinents**. Cette balise titre doit contenir **65 caractères maximum**.

La **balise description** correspond à la phrase qui peut apparaître en dessous du titre sur les moteurs de recherche.

La description doit être rédigée avec soin, pour **donner envie aux internautes de cliquer** pour visiter la page. Cette balise description doit contenir **160 caractères maximum**.

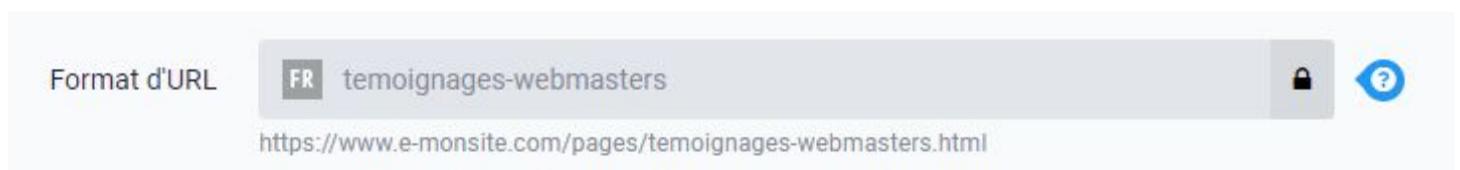


Optimiser ses URLs

Ne négligez pas le **format des URLs de votre site Internet**, qui a aussi son importance pour un bon référencement. Vous pouvez modifier le format d'URL en cliquant sur le petit cadenas au bout de la ligne dans les options de référencement de votre page web.

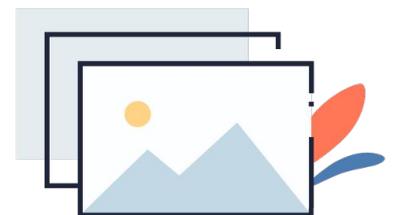
- Privilégiez une URL **propre, courte et composée de mots clés pertinents**, qui a du sens, en cohérence avec le titre de votre page
- **Supprimer les mots inutiles** (les mots vides) pour ne garder que les mots clés
- Utilisez des **tirets** ("-", pas de tirets bas) pour séparer chacun des mots
- **Supprimez les accents** et les signes de ponctuation

Si vous modifiez l'URL d'une page publiée, veillez à bien faire une redirection vers la nouvelle URL, pour éviter une page d'erreur 404.

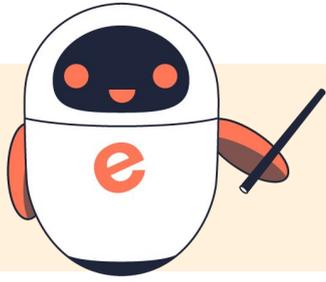


Optimiser ses images

En plus d'optimiser le poids de vos images, vous pouvez également les optimiser pour être bien référencé sur Google. En effet, il s'agit d'un critère pris en compte dans le classement des sites par le moteur de recherche.



Il convient ainsi de **nommer correctement vos images**, avec un nom de fichier contenant des mots clés pertinents. Mais aussi de **compléter la balise alt** pour décrire votre image en y intégrant également des mots clés qui ont du sens.



Pour en savoir plus sur l'optimisation des images, consultez notre tutoriel pour [optimiser ses images pour le référencement](#).

Les erreurs à éviter :

- Les balises meta manquantes
- Choisir de mauvais mots clés
- Bourrer son site de mots clés
- Dupliquer le contenu
- Les fautes d'orthographe
- Mettre des titres similaires
- Faire un site en images
- Négliger le maillage interne
- Mettre son site en maintenance
- Les liens cassés

Le netlinking

Il s'agit d'une technique fondamentale en SEO, qui consiste à **multiplier le nombre de liens hypertextes**, appelés **backlinks** pointant vers son site Internet.

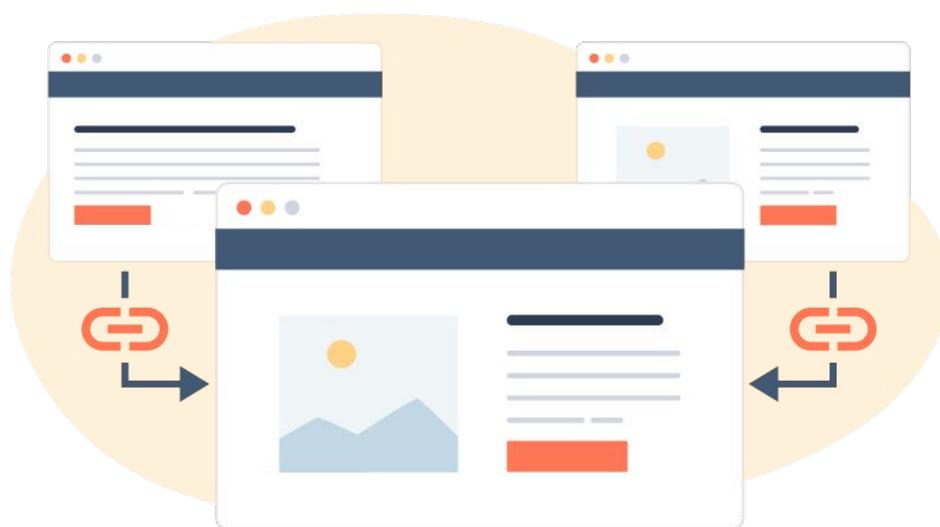
Afin d'améliorer sa visibilité et son positionnement dans les résultats de recherche.

En effet, pour les moteurs de recherche, les liens reçus par un site web lui donnent de la valeur, car ils montrent que d'autres sites approuvent son contenu et y font référence. Il s'agit d'un critère de **popularité**.

Obtenez des bons liens vers votre site

Les liens pointant vers votre site peuvent être obtenus naturellement si vous proposez du contenu de qualité. Mais n'hésitez pas non plus à inscrire votre site dans des annuaires et multiplier ainsi les liens vers celui-ci.

- **Faites des échanges de liens** : entrez en contact avec d'autres webmasters pour les convaincre de faire un échange de liens. Pour cela, vous pouvez utiliser des outils prévus à cet effet sur e-monsite, comme le **module Liens**, le **widget partenaires** ou tout simplement en créant une page dédiée avec l'outil de création de page.
- **Inscrivez-vous dans des annuaires** : comme [Dmoz](#), [Webrankinfo](#) ou encore [Gralon](#). Il existe des milliers de sites Internet qui pourraient vous permettre d'obtenir un lien vers le vôtre. Cherchez par exemple des annuaires spécialisés dans votre activité ou des sites régionaux. Il ne s'agit pas de vous inscrire dans quelques annuaires les premiers jours puis d'arrêter. Faites des inscriptions régulièrement, en **priviliégiant la qualité des inscriptions à la quantité**. Fuyez les services qui vous proposent d'ajouter des centaines d'inscriptions en une fois. Il est plus intéressant de le faire manuellement, pour vous assurer que ce soit bien fait et que le lien soit créé (avec de préférence des titres et des descriptions différentes à chaque inscription). Essayez d'obtenir des **liens sur des mots stratégiques**. Ainsi, quand vous allez vous inscrire sur des annuaires ou faire des échanges de liens, essayez d'obtenir un lien composé de mots-clés.



Pour en savoir plus sur le netlinking, consultez notre tutoriel sur les [backlinks](#).

Partager sur les réseaux sociaux

Donnez la possibilité à vos internautes de **partager votre contenu**. En ajoutant des **boutons de partage** sur les réseaux sociaux sur votre site Internet.

Que ces liens aient un impact ou non en terme de SEO sur les réseaux sociaux, cela aura au moins l'effet viral d'attirer du trafic "intéressé" sur votre site web.



Nous vous recommandons la lecture du tutoriel : [activer les boutons de partage sur les réseaux sociaux](#).

Communiquer sur les réseaux sociaux

Animez une **communauté** en ayant une présence sur les réseaux sociaux. Créez une page entreprise sur Facebook, un compte professionnel sur Instagram, Twitter, LinkedIn ou même tiktok. Créez du contenu original pour promouvoir vos produits, votre activité, votre marque. Tout en veillant à rediriger les internautes vers votre site pour créer du trafic.

Vous avez la possibilité de rediriger vers n'importe quelle page de votre site web. Mais aussi directement vers vos pages produits, si vous avez un [site e-commerce](#).

Donnez la possibilité aux internautes de vous rejoindre sur ces réseaux depuis votre site, en **intégrant les widgets de Facebook**, ou encore des **liens vers vos réseaux sociaux**.



Nous vous recommandons ces tutoriels : [intégrer le widget Facebook](#) et [intégrer Instagram sur son site](#).



Myposeo un outil de suivi du référencement. Insérez l'adresse URL de votre site et des mots clés puis étudiez la progression de votre site sur chaque requêtes. Consultez facilement le volume de trafic que peut vous apporter un mot clé.

<https://fr.myposeo.com/>



Avec Google Developers effectuez le test de Google pour savoir si votre site est mobile-friendly - Appliquez un thème responsive puis suivez nos conseils pour avoir un site mobile-friendly

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>



Google Keyword Planner est un outil de planification de mots clés gratuit de Google.

Il permet de chercher des termes ou des expressions clés pertinents en rapport avec vos produits ou services.

<https://ads.google.com/aw/keywordplanner/home?pli=1>



La Search Console est un outil gratuit de Google pour comprendre comment s'affiche votre site sur Google et diagnostiquer les problèmes techniques, pour optimiser son classement dans les résultats de recherche.

Cet outil fournit des informations sur les liens pointant vers votre site et des rapports sur l'indexation de vos pages.

<https://search.google.com/search-console?hl=fr>



Woorank propose des conseils marketing personnalisés pour améliorer votre site et augmenter votre trafic

<https://www.woorank.com/fr/>



Ahrefs est un outil SEO complet pour suivre et améliorer sa visibilité sur Internet. Il s'agit d'un outil d'analyse du référencement naturel tout-en-un pour améliorer son positionnement dans les moteurs de recherche.

<https://ahrefs.com/fr>



Cocolyze est un outil SEO français pour analyser le référencement naturel de son site web. Il s'agit d'un outil de référencement naturel très complet pour analyser sa visibilité en ligne et celle de ses concurrents.

<https://cocolyze.com/>



Ubersuggest est un outil de référencement naturel gratuit pour effectuer des recherches de mots-clés pour son site. C'est l'outil gratuit de recherche de mots clés le plus complet pour trouver des mots clés et expressions clés pour la rédaction de contenus web.

<https://neilpatel.com/fr/ubersuggest/>



Semrush est un outil SEO pour analyser le référencement naturel de son site web. Il s'agit de l'outil de référencement gratuit le plus complet pour suivre la visibilité de son site et de sa marque sur Internet.

<https://fr.semrush.com/dashboard/>



Retrouvez en détail notre sélection des meilleurs outils SEO pour améliorer le référencement de votre site Internet.

Vous n'êtes pas seul(e) pour la création de votre site web, nous vous aidons grâce à :



Un [support en ligne](#) très réactif et professionnel



Un service de consulting par [téléphone](#)



Un [chatbot](#) disponible 24h/24 7j/7



200 [tutoriels](#) super bien détaillés



Des [guides](#) très précis



Une [chaîne YouTube](#) et des [formations en ligne](#)

Et de nombreuses ressources utiles pour la création de site web :



[Ressources graphiques libres de droit](#)



[Éditeurs de photos en ligne](#)



[Banques de photos gratuites libres de droits](#)



[Outils de référencement SEO](#)



[Logiciels emailing](#)



[Logiciels de facturation](#)

Avec e-monsite, vous pouvez créer un site Internet gratuit à vie. Mais aussi **souscrire à une offre payante pour créer un site professionnel**. Chaque option payante est indépendante, ce qui vous permet de choisir à la carte ce dont vous avez besoin. Les offres payantes sont facultatives, sans engagement, et sans renouvellement automatique. Vous êtes libre de renouveler d'année en année.



Version Pro

60€ par an

Idéale pour commencer à être présent en ligne et créer un site vitrine à votre image, en toute sérénité.

Version Business

144€ par an

Parfaite pour créer un site puissant, en tant que véritable outil de travail ou de conquête commerciale.

Version E-commerce

288€ par an

La solution pour créer une boutique en ligne et vendre vos produits et services sur Internet.



Nom de domaine à 35€ par an

Il vous permet d'obtenir une adresse de site personnalisée et de créer 10 adresses e-mail professionnelles.

Certificat SSL à 45€ par an

Il vous permet de sécuriser votre site avec le protocole HTTPS, qui est un élément indispensable pour être bien référencé.



Retrouvez tout le détail de nos [offres payantes](#) sur notre site, pour consulter les fonctionnalités détaillées.

