



# **Comment migrer votre site web vers le domaine .eus**

Version : 1.1

Avril 2015

PUNTUEUS FUNDAZIOA - ARRIOLA PASEALEKUA 2 - 20008 DONOSTIA (GIPUZKOA)

943085051- [INFO@DOMEINUAK.EUS](mailto:INFO@DOMEINUAK.EUS) - [WWW.DOMEINUAK.EUS](http://WWW.DOMEINUAK.EUS)



## **Sommaire**

Introduction	3
Les étapes	3
Après la migration	7
Terminologie	7
Liens utiles	9
Information complémentaire	10



## Introduction

Avec la création du domaine .EUS, c'est un nouveau domaine qui vient s'ajouter aux extensions qui existaient déjà. C'est un domaine qui représente la langue basque et la communauté bascophone, et il a suscité un grand intérêt depuis le court laps de temps qu'il fonctionne. Cependant, cet intérêt a soulevé une certaine inquiétude auprès de quelques utilisateurs à cause du travail ainsi que l'impact que suppose un tel changement de domaine. Avec ce document, nous tenterons de dissiper cette inquiétude en démontrant que se mettre à utiliser le domaine .eus est facile et que la migration n'entraîne aucun effet négatif. Ce manuel présente d'une façon générale en quoi consiste la migration puisque chaque site web est différent, mais les étapes que nous détaillerons devraient servir pour tous les sites web.

Généralement, se mettre à utiliser le domaine .eus est une étape qui se fait rapidement et facilement, mais si vous souhaitez maintenir le positionnement de votre site web dans les moteurs de recherche, certaines étapes doivent être prises en compte afin que le changement se fasse correctement. Le positionnement fait référence à la place où votre site web apparaîtra dans les résultats de recherche réalisée par un moteur de recherche comme Google. En d'autres termes, la position que votre site web occupera dans les résultats de recherche. Pour avoir un bon positionnement, il est primordial de tirer le meilleur parti de vos sites web ; si vous avez plusieurs domaines pour le même site, il serait souhaitable de rediriger les visites reçues vers un seul domaine.

## Les étapes

Pour commencer à utiliser le domaine .eus, il suffit de transférer les fichiers de votre site web actuel sur le serveur hébergeant le domaine et de rediriger vers votre serveur ceux qui tentent d'accéder à votre domaine par le biais des paramètres DNS<sup>(1)</sup> (dans la plupart des cas, les administrateurs se chargeront de mettre en place vos paramètres DNS). Cependant, cela ne serait pas le plus approprié si vous voulez maintenir le positionnement de votre site web.

Avant toute chose, sachez que lors des migrations, il est conseillé de faire le moins de changements possible. C'est-à-dire qu'il ne serait pas opportun de modifier le domaine et le site web en même temps, car dans ce cas le changement sera plus complexe. Il est conseillé de faire un changement à la fois, afin de le vérifier plus facilement, et le cas échéant, d'identifier les erreurs plus aisément.

D'autre part, avant d'effectuer la migration, il est recommandé que le fichier actualisé sitemap.xml<sup>(2)</sup>, qui représente la structure du site web, soit accessible sur le serveur durant un temps, ainsi que d'en informer les visiteurs (à travers Google Webmaster Tools<sup>(3)</sup>). Ainsi, les moteurs de recherche auront connaissance de la structure de celui-ci, et cela aidera à indexer les pages de l'ancien domaine<sup>(4)</sup>. Ce travail permettra de maintenir plus facilement le positionnement lors de la migration vers le domaine .eus. N'oubliez pas que la migration est un processus qui doit se faire lentement, sans se presser, en faisant attention à chaque étape, afin que l'opération se déroule correctement. Ainsi, vous réduirez le temps que vous mettrez à corriger les erreurs qui pourraient apparaître lors de la migration.

Ci-dessous, vous trouverez les étapes à suivre pour effectuer la migration. A la fin du document, vous trouverez quelques concepts évoqués dans les étapes à suivre pour faire la migration (dans la section *Terminologie*), ainsi que des informations complémentaires à propos des actions mentionnées dans ces étapes (sections *Liens utiles* et *Information complémentaire*).

1. Documentez votre site web, pour connaître ses sections, pages et fichiers (audio, vidéo, etc). Ainsi, après avoir terminé la migration, vous aurez une référence afin de vérifier que tout a bien marché.
2. Analysez les informations suivantes en utilisant des outils tels que Google Webmaster Tools et Google Analytics<sup>(5)</sup> :
  - Quelles sont les pages de votre site web les plus visitées
  - Vers quelles pages sont dirigés les liens qui viennent d'autres sites web vers le vôtre
  - Quel est le lien par lequel la plupart des visiteurs arrivent d'autres sites web vers le vôtre
  - Quelles sont les pages qui sont indexées
  - Le classement de vos mots clés<sup>(6)</sup>.
3. Lors de la migration, des erreurs de type 404 se produiront (Not Found)<sup>(7)</sup>. Créez une page personnalisée qui s'affichera lorsqu'une erreur 404 se produira (afin que ne s'affiche pas le message d'erreur par défaut créé par le serveur), afin d'en informer le visiteur, et surtout, pour lui proposer des liens vers d'autres sections de votre site. Ainsi le visiteur pourra continuer à utiliser le site jusqu'à ce que le problème soit réglé.
4. Jusqu'à présent nous n'avons apporté aucun changement au domaine. Avant

d'apporter des modifications, sauvegardez une copie de votre site web, pour pouvoir revenir en arrière en cas de problème.

5. Ajoutez un fichier robots.txt<sup>(8)</sup> à l'endroit où est situé le nouveau domaine, afin que les moteurs de recherche ne montrent pas le site web dans leurs résultats de recherche. Ce fichier restera à cet endroit jusqu'à ce que la migration soit complètement terminée, afin que les moteurs de recherche ne prennent pas en compte les modifications qui y seront apportées jusqu'à ce que celles-ci soient définitives. Nous placerons le fichier robots.txt à la racine de l'emplacement des fichiers du site web. Grâce à ce contenu, nous obtiendrions que les moteurs de recherche ne montrent pas le nouveau domaine dans les résultats de recherche :

User-agent : \*

Disallow : /

6. Configurez Google Analytics pour le nouveau domaine. Le mieux c'est d'utiliser le même code de suivi que pour l'ancien domaine, ainsi, vous pourrez comparer les données des deux domaines. De même, ajoutez à la page personnalisée qui s'affichera lorsqu'une erreur 404 se produira, le code dont Google Analytics a besoin pour faire le suivi. Ainsi, lorsque cette page s'affichera à un visiteur, grâce à Google Analytics vous pourrez contrôler à quel moment cette erreur s'est produite, et quel lien en a été la cause, et vous pourrez trouver le problème plus facilement.
7. Si dans le code du site web, vous utilisez un lien absolu pour accéder à une section du site (par exemple, si pour consulter la section *actualités*, au lieu de mettre /actualités, vous mettez [www.mondomaine.com/actualités](http://www.mondomaine.com/actualités)), modifiez ces liens et mettez un lien relatif (/actualités). Si ce n'est pas possible, actualisez ces liens absolus dans le nouveau domaine.
8. Lancez les redirections 301<sup>(9)</sup> de l'ancien site vers le nouveau. Dans la mesure du possible, il est conseillé que les redirections aient un rapport de 1 : 1, c'est-à-dire que le mieux c'est de rediriger chaque page de l'ancien domaine vers une page du nouveau domaine, et si ce n'était pas possible, vers une page qui aurait un contenu semblable. En d'autres termes, il n'est pas conseillé de rediriger toutes les pages de l'ancien domaine vers la page d'accueil du nouveau domaine. De même, il est conseillé d'effectuer les redirections par segments et non en une seule fois, au cas où un problème se produirait. Il existe de nombreuses manières d'effectuer les redirections 301, mais dans ce manuel nous les ferons par le biais du fichier .htaccess. Ce fichier doit être placé à la racine de l'emplacement des fichiers de l'ancien domaine (il est possible que le fichier soit déjà créé). Pour que la redirection soit effective il faudra ajouter le contenu suivant au fichier .htaccess, afin qu'en consultant une adresse de l'ancien domaine, on la consulte dans le nouveau :

RewriteEngine on

RewriteCond %{HTTP\_HOST} ^www.votreanciendomaine.com [NC,OR]

RewriteCond %{HTTP\_HOST} ^votreanciendomaine.com [NC]

RewriteRule (.\*) http://www.votrenouveaudomaine.eus/\$1 [R=301,L]

9. Une fois établi les redirections 301 et vous être assuré que Google Analytics recueille les informations du nouveau domaine, et que le site fonctionne correctement, faites savoir aux moteurs de recherche que vous avez changé de domaine via des outils tels que Google Webmaster Tools.
10. Effacez le fichier robots.txt, afin que les moteurs de recherche se mettent à indexer le nouveau domaine.
11. Envoyez le fichier sitemap.xml qui décrit la structure de votre site web vers le serveur, et informez-en les moteurs de recherche via des outils tels que Google Webmaster Tools.

A ce moment-là, les visiteurs qui vont vers l'ancien site seront redirigés vers le domaine .eus, et les moteurs de recherche auront connaissance de votre nouveau domaine. A partir de ce moment-là, les moteurs de recherche se mettront à indexer votre nouveau domaine. Pour faciliter cela, il est conseillé d'actualiser l'information se trouvant dans les autres sites web, afin que les moteurs de recherche et les visiteurs prennent votre domaine .eus comme domaine de référence, et non plus votre ancien domaine.

12. Mettez à jour l'adresse affichée dans le profil de vos réseaux sociaux, et mettez-y l'adresse du nouveau domaine. Faites savoir également ce changement aux personnes qui vous suivent dans les réseaux sociaux. Assurez-vous également de remplacer l'adresse de votre ancien domaine dans la signature de vos messages électroniques, dans les documents de votre entreprise etc. Enfin, si vous avez une campagne de marketing en ligne – avec Google Adwords par exemple –, mettez à jour l'adresse qui y est affichée.
13. Vérifier les liens des sites web extérieurs qui redirigent le visiteur vers votre site (information recueillie dans la deuxième étape), et lorsque cela est possible, demandez à l'administrateur de ces sites de mettre les liens à jour. Ainsi, le visiteur qui clique sur le lien ira directement sur le nouveau domaine. Pour effectuer ces changements, il se pourrait que les personnes à contacter soient nombreuses, alors si vous ne comptez pas ou vous n'avez pas le temps de tous les contacter, privilégiez les administrateurs des sites attirant le plus de trafic, et les administrateurs avec qui vous êtes en rapport étroit. Que les premiers administrateurs fassent le changement sera très utile pour le référencement du nouveau domaine. Puisque vous avez un

rapport de confiance avec les seconds, il leur sera facile de vous rendre ce service. Dans le cas des liens que vous ne pouvez pas changer, assurez-vous que le visiteur soit bien redirigé vers le nouveau site web, que des erreurs ne se produisent pas.

Une fois ces étapes effectuées, la migration vers le domaine .eus sera effective.

## **Après la migration**

Après avoir effectué la migration, il faut observer le comportement du site web, afin de s'assurer que celui-ci fonctionne correctement. Le plus commun serait de réduire le nombre de pages indexées de l'ancien domaine et d'augmenter celles du nouveau domaine. Une fois la modification terminée, les données d'indexation du nouveau domaine devraient être identiques à celles de l'ancien domaine avant la migration.

Après avoir terminé la migration, les erreurs 404 qui se sont produites sur le site web doivent être vérifiées à travers Google Webmaster Tools, et dans la mesure du possible, les corriger. En suivant les étapes précédentes la migration devrait s'effectuer correctement. De toute façon, pour vérifier si quelque chose fonctionne mal, il existe différents indicateurs : une baisse significative du trafic, une diminution du nombre de pages indexées, une régression du positionnement des mots clés, une augmentation des erreurs 404, et la non-indexation du nouveau domaine. Pour faire face à cela, vérifier les étapes ci-dessus, et assurez-vous que les redirections fonctionnent correctement et que les moteurs de recherche aient l'autorisation d'accéder au site.

Enfin, il est recommandé de continuer à utiliser l'ancien domaine (même si celui-ci a été redirigé vers le domaine .eus), d'une part pour donner aux visiteurs l'occasion de connaître le nouveau domaine, et leur permettre d'y accéder même s'ils se trompent ; d'autre part, pour donner le temps de migrer vers le nouveau domaine les pages indexées et le positionnement de l'ancien domaine. Nous conseillons de maintenir l'ancien domaine en activité encore pendant 6 mois (une fois ce délai passé, il n'est pas obligatoire de supprimer l'ancien domaine), mais ce délai peut changer en fonction de la taille du site web.

## **Terminologie**

(1) DNS : Le *Domain Name System* est une sorte d'index de noms de domaines.

Chaque domaine a ses paramètres DNS, et ceux-ci définissent dans quel serveur le domaine peut être accessible, s'il a des sous-domaines, quel serveur administre les messages électroniques du domaine (s'il y en a), etc. Ces paramètres sont indispensables, car sinon le domaine ne serait pas disponible.

- (2) *Sitemap.xml* : C'est un fichier de format XML décrivant la structure d'un site web. Toutes les pages d'un site web y sont mentionnées. Lors de l'indexation du site web, les moteurs de recherche prennent ce fichier comme référence.
- (3) *Google Webmaster Tools* : C'est un service gratuit offrant des informations à propos de notre site web. Il fournit la visualisation des robots de Google. A travers ce service, nous pouvons avoir un aperçu de la vision qu'ont les robots sur notre site (s'il contient des erreurs, son niveau d'indexation, etc.), et à quelle fréquence ils effectuent l'indexation. De plus, il permet de télécharger le fichier sitemap.xml afin d'améliorer l'indexation, et vérifier que le fonctionnement du fichier robots.txt est correct. Pour utiliser ce service, il suffit de s'y inscrire (c'est un service gratuit) et d'ajouter notre domaine. Le Google Webmaster Tool examine le rendement de notre site sur Google et nous aide à l'améliorer. Afin de voir le rendement dans d'autres moteurs de recherche, il faudra utiliser l'outil de chaque moteur (par exemple, Bing Webmaster Tools pour le moteur de recherche Bing).
- (4) *Indexation* : Les moteurs de recherche utilisent des robots pour connaître les sites web existant sur Internet, et prendre connaissance de leur contenu. Pour ce faire, ils indexent les contenus des sites web et les ajoutent à une liste (une sorte d'index). On utilise cet index pour obtenir les résultats des recherches. Il convient donc que les moteurs de recherche aient indexé les pages du site web, car sinon elles n'apparaîtront pas dans les résultats.
- (5) *Google Analytics* : C'est le service proposé par Google pour suivre le comportement des visiteurs d'un site web. Il permet de savoir quelles pages consultent les visiteurs, combien de temps ils restent sur chaque page, le nombre de visiteurs, etc. Afin de recueillir ces informations, en plus de vous inscrire au service (gratuit), il faudra ajouter un fragment du code à chaque page de notre site web.
- (6) *Les mots clés* : Il s'agit des mots qui définissent l'activité d'un site. Ainsi, les mots clés d'un magasin vendant des vélos pourraient être BH, Orbea, vélo et équipement de cyclisme. Lorsqu'on cherche un de ces mots clés, il est important que le site web soit bien placé dans les résultats des moteurs de recherche.
- (7) *L'erreur 404 Not Found* : Il s'agit de l'erreur qui se produit lorsqu'on essaye de consulter une page qui n'existe pas ou qui n'a pas pu être trouvée. C'est une erreur assez courante, notamment lorsqu'on l'on fait une erreur en écrivant

de mémoire une adresse. Si en effectuant la migration on fait une erreur sur une redirection, une erreur de ce type se produira.

- (8) [Robots.txt](#) : Grâce à ce fichier, on peut dire aux robots qui indexent les sites web de ne pas indexer le site en entier ou une partie du site. On peut appliquer cette restriction à un seul robot (par exemple au Googlebot qu'utilise Google), ou à tous les robots. Ensuite, ce sera à eux de décider s'ils obéissent à l'instruction ou pas, mais en principe, les robots le font.
- (9) [Les redirections 301](#) : Elles sont utilisées dans les serveurs Apache, pour rediriger vers une autre adresse (du même domaine ou d'un autre domaine) un visiteur qui a voulu consulter un site ou une page web. Si votre serveur n'est pas Apache, vous devrez utiliser une redirection similaire qui fonctionne dans votre serveur. On considère que les redirections 301 sont permanentes. Par conséquent, les moteurs de recherches les prendront en considération, et dans leur résultats de recherche, ils prendront en compte non pas l'adresse à laquelle le visiteur a voulu accéder, mais l'adresse à laquelle il a accédé après la redirection.

## Liens utiles

- [Comment créer un fichier Sitemap.xml \(en anglais\)](#)
- [Google Analytics](#)
- [Lancement de Google Analytics](#)
- [Obtenir les informations de trafic via Google Analytics \(en anglais\)](#)
- [Google Webmaster Tools](#)
- [Google Webmaster Tools, manuel d'utilisation \(en anglais\)](#)
- [Guide pour créer une page personnelle d'erreur 404](#)
- [To create a Comment créer un fichier Robots.txt \(en anglais\)](#)
- [Comment faire les redirections 301 \(en anglais\)](#) Deuxième étape du manuel.
- [Faire savoir à Google Webmaster Tools que vous avez changé de domaine](#)

## **Information complémentaire**

- <http://www.slideshare.net/elixabetegarcia/migracion-web-como-abordar-un-cambio-de-dominio> (en basque)
- [http://www.slideshare.net/jl\\_picard/migracin-web-a-dominios-eus](http://www.slideshare.net/jl_picard/migracin-web-a-dominios-eus) (en espagnol)
- <http://moz.com/blog/web-site-migration-guide-tips-for-seos> (en anglais)
- <http://www.tentacleinbound.com/articles/website-domain-migration-guide> (en anglais)
- <http://searchenginewatch.com/sew/news/2067216/the-step-site-migration-process> (en anglais)