

La position 0, parfois appelée « ranking 0 » fait référence à un résultat naturel des SERP (pages de résultats de recherche) qui figure au-dessus des résultats affichés habituellement.

Elle ne doit pas être confondue avec la position occupée par les annonces publicitaire Adwords.

Le résultat situé en position 0 peut prendre plusieurs formes particulières et figure dans une boîte textuelle (ou encadré).

Il a pour vocation de donner une réponse précise et immédiate à une question formulée par l'internaute, sans que celui-ci ait à cliquer sur un quelconque lien.

Les différentes formes des résultats en position 0

- **Les Answerbox** (ou boîtes à réponse) : elles affichent la réponse à une question posée par les internautes, par exemple : Qui sont les parents d'Énée ?
- Les **onebox** ont une vocation utilitaire. Ils permettent de convertir directement une devise, de renseigner l'internaute sur les horaires d'un film près de chez lui, d'afficher le numéro de téléphone d'une entreprise ou encore d'afficher la météo du jour. Ces espaces sont réservés aux partenaires de Google.
- Les **featured snippets** sont de petits extraits d'une page web qui répondent de manière pertinente à une question des internautes. Ces extraits sont sélectionnés et formatés par Google, qui les met en valeur d'un point de vue graphique. Ils sont présentés de manière à offrir la réponse la plus concise et la plus précises possible.

Les informations figurant dans les features snippets s'apparentent le plus souvent à un extrait, complété du titre de la page web et d'une URL vers la source. Une image est parfois ajoutée (rarement).

Toutefois, d'autres formatages sont possibles :

- Les paragraphes
- Les listes à puces (c'est le cas des recettes de cuisine, par exemple)
- Les tableaux
- Les vidéos (dans la plupart des cas, ce sont des tutoriels)

Quels sont les avantages de la position 0 ?

En matière de référencement naturel, obtenir une position 0 est très avantageux. Non seulement un tel positionnement vous permet d'obtenir du trafic de qualité, mais elle soutient la crédibilité de votre site, qui sera considéré comme une source « sérieuse » et de confiance.

La position 0 génère davantage de clics, et donc de trafic. D'autre part, apparaître en position zéro confère à votre site une valeur ajoutée dans le cadre des recherches vocales.

De nombreux assistants vocaux, comme Echo et Alexa d'Amazon, Siri d'Apple, Djingo d'Orange et Google Assistant, prennent uniquement en compte ce résultat pour apporter des réponses aux requêtes des utilisateurs.

Sur mobile, Les **features snippets** sont les seuls résultats immédiatement lisibles, qui s'affichent sans que l'utilisateur ait besoin de scroller.

Comment apparaître dans une Answer Box de Google ?

Bien qu'il soit impossible de prévoir quels contenus seront sélectionnés par Google, il est possible d'optimiser ses chances d'atteindre la position 0 :

- Privilégiez la rédaction de contenus plus longs (au moins 400 mots) et de qualité
- Utilisez des questions dans les titres de vos articles et le corps du texte, comme « quel est », « combien de », « pourquoi », « comment faire », « quand », « qu'est-ce que », « comment », etc.
- Structurez vos contenus avec des listes à puces et des tableaux

- Optimisez vos contenus pour le SEO, en plaçant des mots-clés dans les zones stratégiques les plus accessibles pour l'internaute (zone de chaleur de l'eye tracking) et utilisez des champs lexicaux
- Passez votre site au https, si ce n'est pas encore le cas

La position 0 apporte une kyrielle d'avantages aux sites qui souhaitent améliorer leur visibilité sur le web. Quelques bonnes pratiques peuvent favoriser votre mise en avant par Google.

Expertise est une agence spécialisée dans la rédaction de contenu et la création de contenus optimisés pour le référencement naturel (SEO).

N'hésitez pas à solliciter nos Experts pour mettre en œuvre votre stratégie de contenu optimisé pour la position 0, le search vocal et le référencement naturel (SEO) !