



Purecllic - Agence Marketing en Tunisie



LE REFERENCEMENT NATUREL

EN 5 ETAPES

... et en 30 minutes !

novembre 2019





Annonce · www.gsm55.com/protections/smartphones ▾

Protection écran smartphone | Protection écran smartphone

★★★★★ Note associée à gsm55.com : 4,6 - Commandes correctes: 95 - 100 %

Entreprise française basée à Paris. 9,3/10 de satisfaction client. Paiement sécurisé

[Identifiez-Vous](#) · [Nos Codes Promos](#) · [Qui Sommes-Nous](#) · [Contactez-Nous](#)

Annonce · www.amazon.fr/Hightech/protege+écran ▾

Protege écran sur Amazon | Protege écran à petits prix

★★★★★ Note associée à amazon.fr : 4,6 - 451 avis - Délai moyen de livraison: 1 - 3 jours

Large sélection de produits high-tech. Livraison gratuite (voir cond).

force-mobility.fr > [force-glass](#) ▾

Force Glass - Le protège-écran garanti à vie - Force Mobility

Force Glass, le protège-écran garanti à vie pour iPhone et Samsung Galaxy, est probablement le plus résistant après le diamant.

[Original](#) · [Force Case](#) · [Force Mobility](#) · [Boutique Officielle Force Glass](#)

rhinoshield.fr > [pages](#) > [protection-ecran-resistance-aux-chocs](#) ▾

Protection écran anti-chocs RhinoShield - La protection ultime ...

Protection d'écran emblématique de RhinoShield. Composée d'un matériau anti-chocs propriétaire intégrant notre technologie ShockSpread™, elle est capable ...

www.amazon.fr > [protections-ecran-smartphones](#) ▾

Films et protections d'écran pour téléphones ... - Amazon.fr

Achetez des protections d'écran et vitres de protection pour smartphone ✓ Achetez des protecteurs en verre trempé ou film de protection ✓ Livraison gratuite ...

[2Pack x Protecteur écran Vitre ...](#) · [Verre Trempé Galaxy S8 ...](#) · [High-tech](#)

www.fnac.com > [Protection-ecran-pour-telephone-mobile](#) ▾

[Protection écran pour téléphone mobile](#) ... [achat/vente](#) ... [Fnac](#)

SEA

Search Engine Advertising
Annonces payantes
Adwords

SEO

Search Engine Optimization
Référencement naturel



5 étapes



1. Choisir les bons **mots clés**
2. Créer une **arborescence** favorable au SEO
3. Optimiser les **éléments clés** du SEO
4. Créer les bons **contenus**
5. Gagner des **liens**



Etape 1

Choisir les
bons
mots clés



1 – Choisir les bons mots clés



Trouver des mots clés

Mettez-vous à la place de l'utilisateur

Brainstorming

Résultats Google (+ Google Suggest + Recherches associées)

Outil de planification des mots clés Google (+/- gratuit)

Semrush (payant), Ubersuggest (gratuit),...



1 - Choisir les bons
mots clés



Pertinents

Accessibles

Recherchés



1 – Choisir les bons mots clés



Pertinents

Reflète l'intention de vos clients potentiels

Suffisamment précis

En phase avec votre positionnement produit / vos compétences distinctives

Cohérence mots clés vs marketing

Pensez aussi à la recherche vocale (questions,



Accessibles

Objectif : 1^{ère} page Google.

Quels sites occupent les top positions ?
Pensez-vous pouvoir passer devant ?

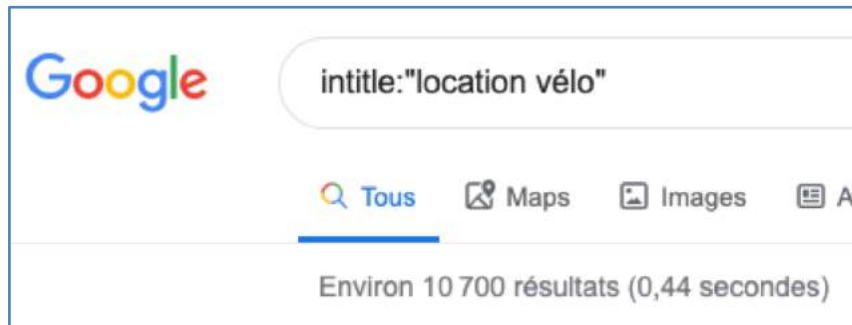
Commande Google intitle:«mot clé».

Outil Semrush : score de « Keyword Difficulty ».



1 - Choisir les bons mots clés

Accessibles



1 - Choisir les bons mots clés



Recherchés

Nombre de recherches / mois (Outil de suggestion des mots clés Google, Semrush, Ubersuggest...)

Mots clés souvent recherchés : homepage ou page d'accueil des catégories.

Mots clés longue traîne : pages plus profondes





Etape 2

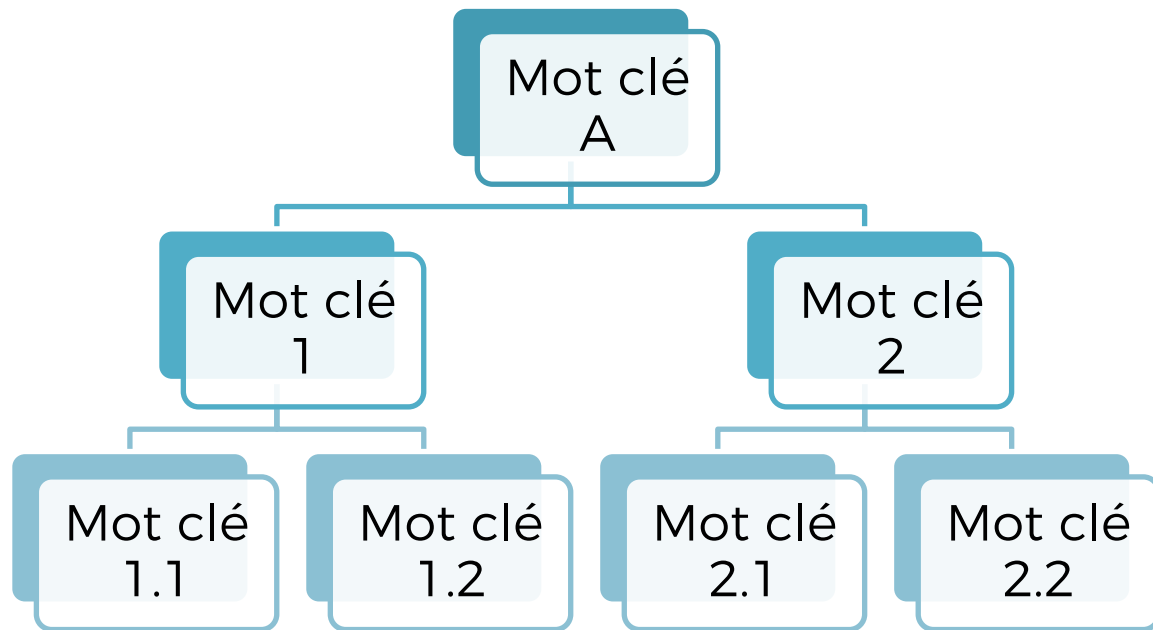
Créer une
arborescence
favorable au
SEO

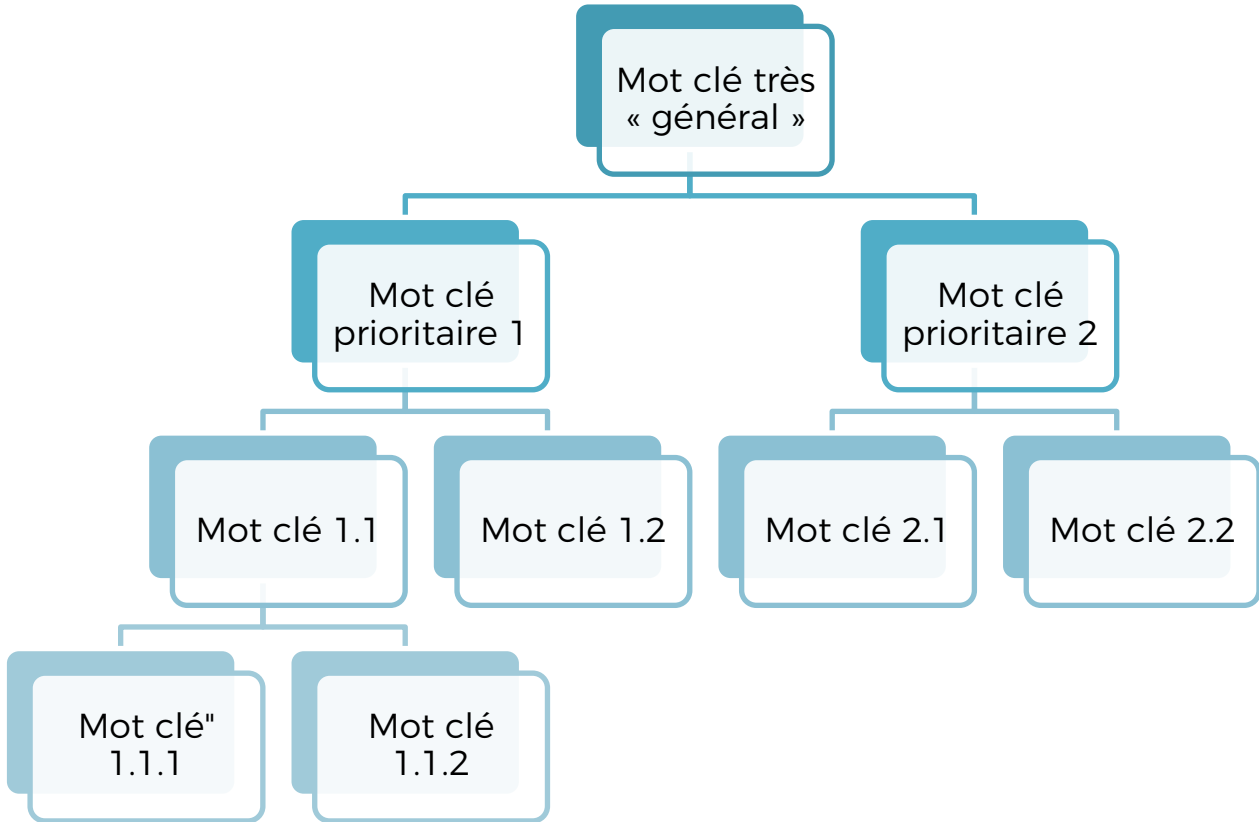




1 URL = 1 mot clé

et ses variantes / 1 thématique bien précise





Homepage et principales rubriques

Nombre de recherches / mois : élevé

Niveau de concurrence : élevé

Sous-rubriques

Nombre de recherches / mois : moyen

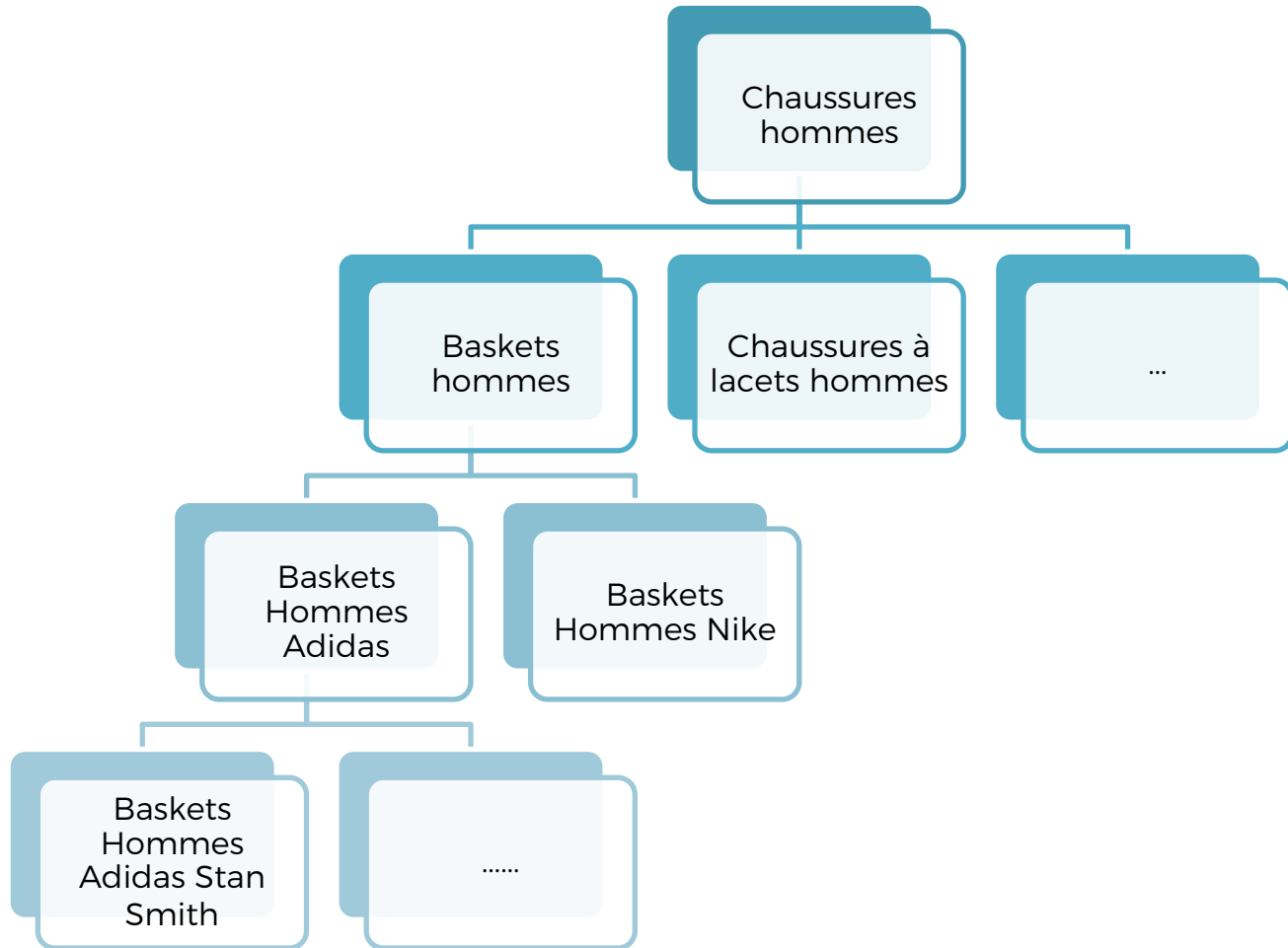
Niveau de concurrence : moyen

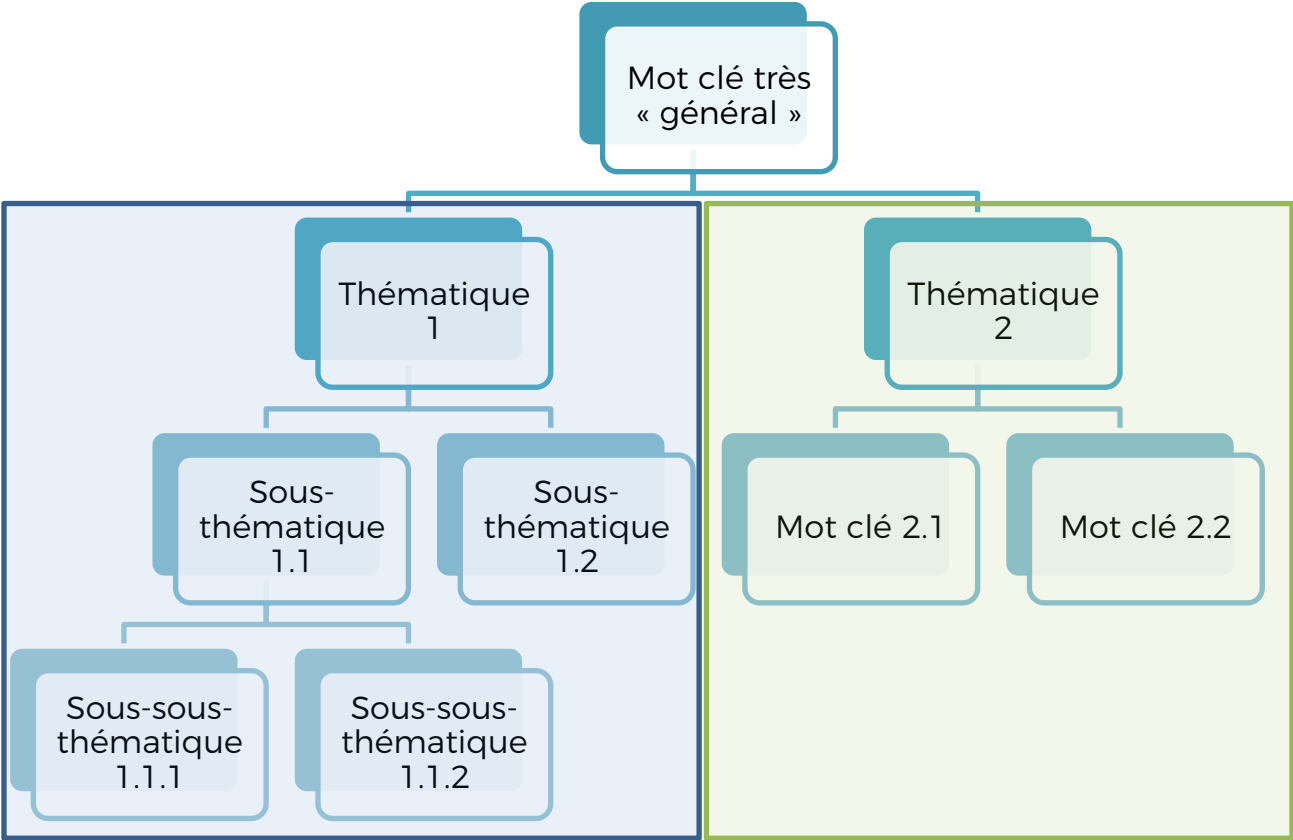
Fiches produits

Nombre de recherches / mois : Faible (longue traîne)

Niveau de concurrence : faible



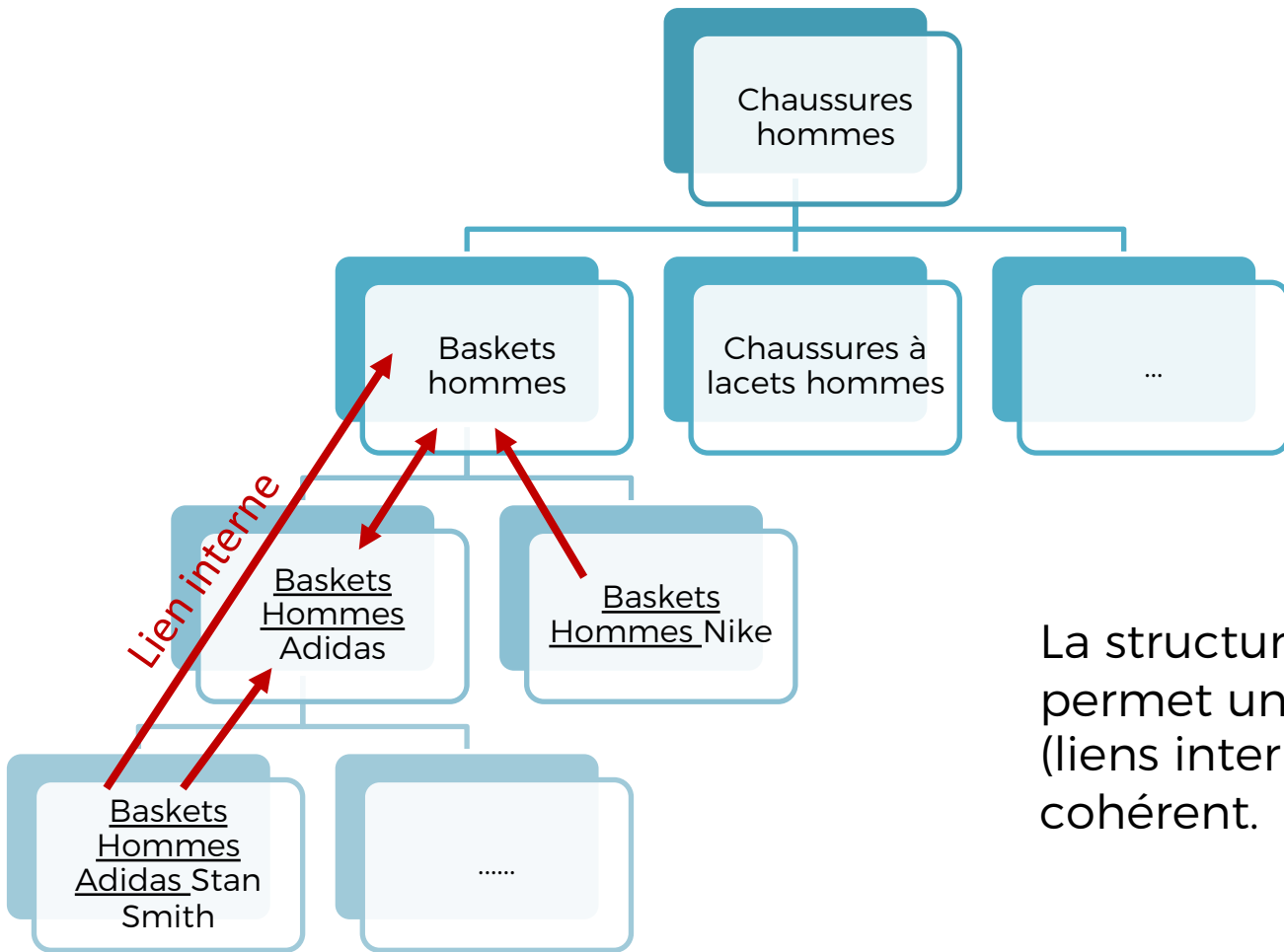




Silo thématique 1

Silo thématique 2





La structure en silos thématiques permet un « maillage interne » (liens internes) particulièrement cohérent.





Etape 3

Optimisez les
éléments clés
de vos pages



3 – Éléments clés de votre page



Éléments clés

Le mot clé prioritaire de la page (et ses variantes)
doit se retrouver :

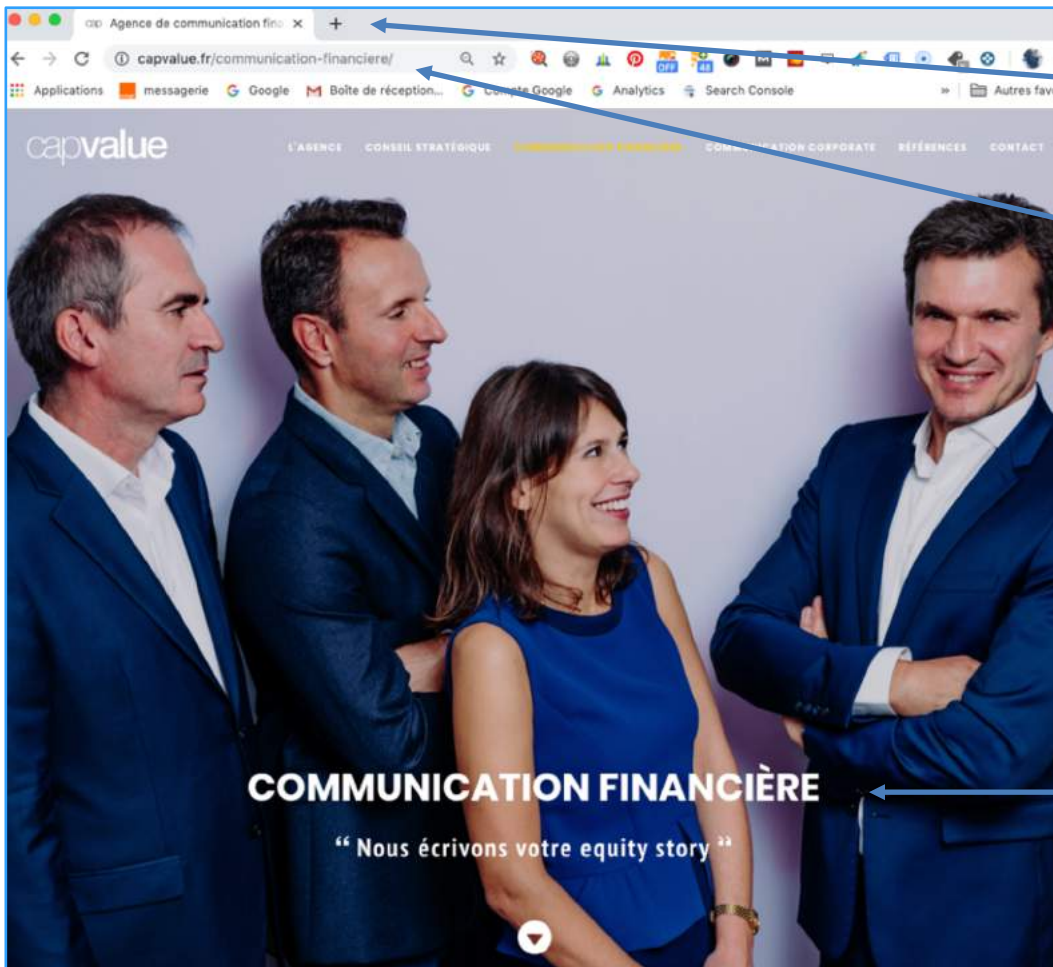
En début de **balise title**

En **titre h1**, h2...

Eventuellement dans l'URL

Dans les **textes**

Désignations des fichiers images et **attributs** 



Balise title

Agence de communication financière
à Paris : CapValue

URL

Capvalue.fr/communication-financiere

Titre h1

Communication financière





Éléments clés

Balise [title](#), [titre h1](#), [sous-titres H2](#), [H3...](#) [URL](#), [textes...](#)

Eviter d'être trop « caricatural ». Utilisez des synonymes, des variantes (singulier vs pluriel, masculin vs féminin,...)

La lecture doit rester fluide



Éléments clés

Eviter de mettre exactement les mêmes mots dans la balise title, l'URL et le titre H1 (on parle de « triplète du bourrin »)

Le mot clé doit être présent mais sans abus (inutile de répéter le mot clé à de multiples reprises)





Etape 4

Créer les bons contenus



Contenus



Content marketing

Qualité > quantité



T

Textes

Google a besoin de **textes**

Pertinents / qui suscitent l'intérêt de vos lecteurs

Exclusifs (pas de contenu dupliqué... que ce soit avec d'autres sites web ou avec d'autres pages de votre propre site)

Cohérents avec votre **positionnement marketing** (fond et forme)



Textes

Structurés et faciles à lire : des paragraphes courts, précédés d'un sous-titre h2, h3...)

Régulièrement mis à jour (homepage et pages stratégiques notamment)





Images et Vidéos

YouTube est le 2^{ème} moteur de recherche au monde

Intégrer vos vidéos (exclusives) dans vos pages

Images optimisés (désignation, attribut alt, poids du fichier)



Autres contenus

Infographies

Présentations Power Point

PDF téléchargeable

Livre blanc

Outils gratuits



Expérience Utilisateur

UX... bien plus importante que les textes, les balises, les titres ou les vidéos...

Certaines des pages web les plus visitées du monde n'ont ni texte, ni image, ni vidéo

Mais elles offrent une excellente expérience utilisateur



Google

🔍



Recherche Google

J'ai de la chance





Etape 5

Netlinking



Netlinking

Optimiser votre site, c'est bien... mais ce ne sera probablement pas suffisant

Google prend en compte la « notoriété » de votre site.

« Backlinks » (liens) que d'autres sites font vers votre site





Netlinking

Optimiser votre site, c'est bien... mais ce ne sera probablement pas suffisant

Google prend en compte la « notoriété » de votre site.

« Backlinks » (liens) que d'autres sites font vers votre site



Netlinking

Quels sont les liens déjà existants vers votre site web ?

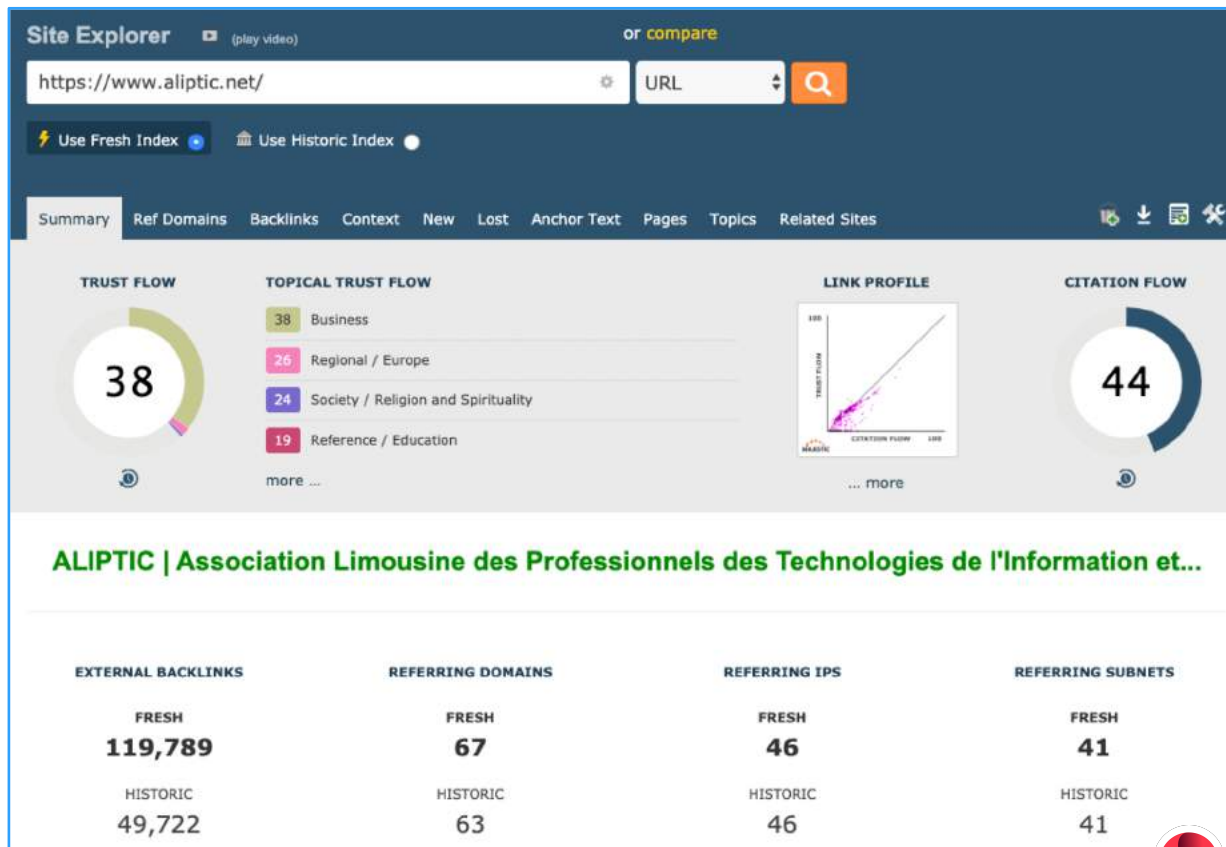
Liste de quelques-uns de vos backlinks dans la Google Search Console

Majestic SEO



5 - Netlinking

Majestic SEO



Netlinking

Qu'est-ce qu'un lien de qualité?

Lien provenant d'une page d'un site traitant d'une thématique proche de la votre

Lien provenant d'un site de bonne notoriété

Lien sur le « bon mot clé » et pointant vers la « bonne page » de votre site (« rotation des ancres »).



Netlinking

Comment obtenir des liens ?

Qualité / originalité du contenu (infographies, vidéos, livres blancs...)

Demander à des partenaires ou à des sites qui traitent de votre thématique

Achat de liens





Conclusion



Conclusion



SEO : une facette de la stratégie marketing

Choix de mot clés pertinents

Optimisation des éléments clés de vos pages

Richesse des contenus

Expérience utilisateur

Gagner des liens

Suivre vos résultats (Google Analytics, Search Console, Semrush, Majestic SEO...)

Conclusion

Présentation à télécharger sur :

www.olivier-corneloup.com/ressources/presentation





Fin

Purecllic - Agence Marketing Digital

