

COMMENT OPTIMISER
SON RÉFÉRENCEMENT

EN 2019 ?

SEO



STUDIOIKADIA

Marketing, Web & Communication

SOMMAIRE.

1 | QU'EST CE QUE LE SEO ?

- DÉFINITION
- LES OBJECTIFS
- CHIFFRES CLÉS 2018

2 | LA BONNE RECETTE

- LA TECHNIQUE
- LE POPULARITÉ
- LA SÉMANTIQUE

3 | FOCUS SUR LES MOTS-CLÉS

- LE MOT CLÉ C'EST QUOI ?
- QU'EST CE QU'UN BON MOT CLÉ ?
- LA RÈGLE : 1 MOT PAR PAGE

4 | FOCUS ARTICLE

- LES BONNES PRATIQUES POUR CRÉER UN ARTICLE OPTIMISÉ SEO
- #LESTIPSDUSTUDIO
- EXEMPLE D'ARTICLE OPTIMISÉ SEO

5 | FOCUS WORDPRESS

6 | FOCUS E-COMMERCE

7 | OUTILS SEO

LE SEO C'EST QUOI ?

SEO : SEARCH ENGINE OPTIMIZATION
En français on parle de « Référencement Naturel »

Définition Wikipedia :

« Ensemble des techniques visant à favoriser la compréhension de la thématique et du contenu d'une ou de l'ensemble des pages d'un site web par les moteurs de recherche ».

MAIS...
PLUS SIMPLEMENT :

C'est grâce au SEO
que l'on positionne
les pages de son site
dans le classement
des moteurs de recherche !

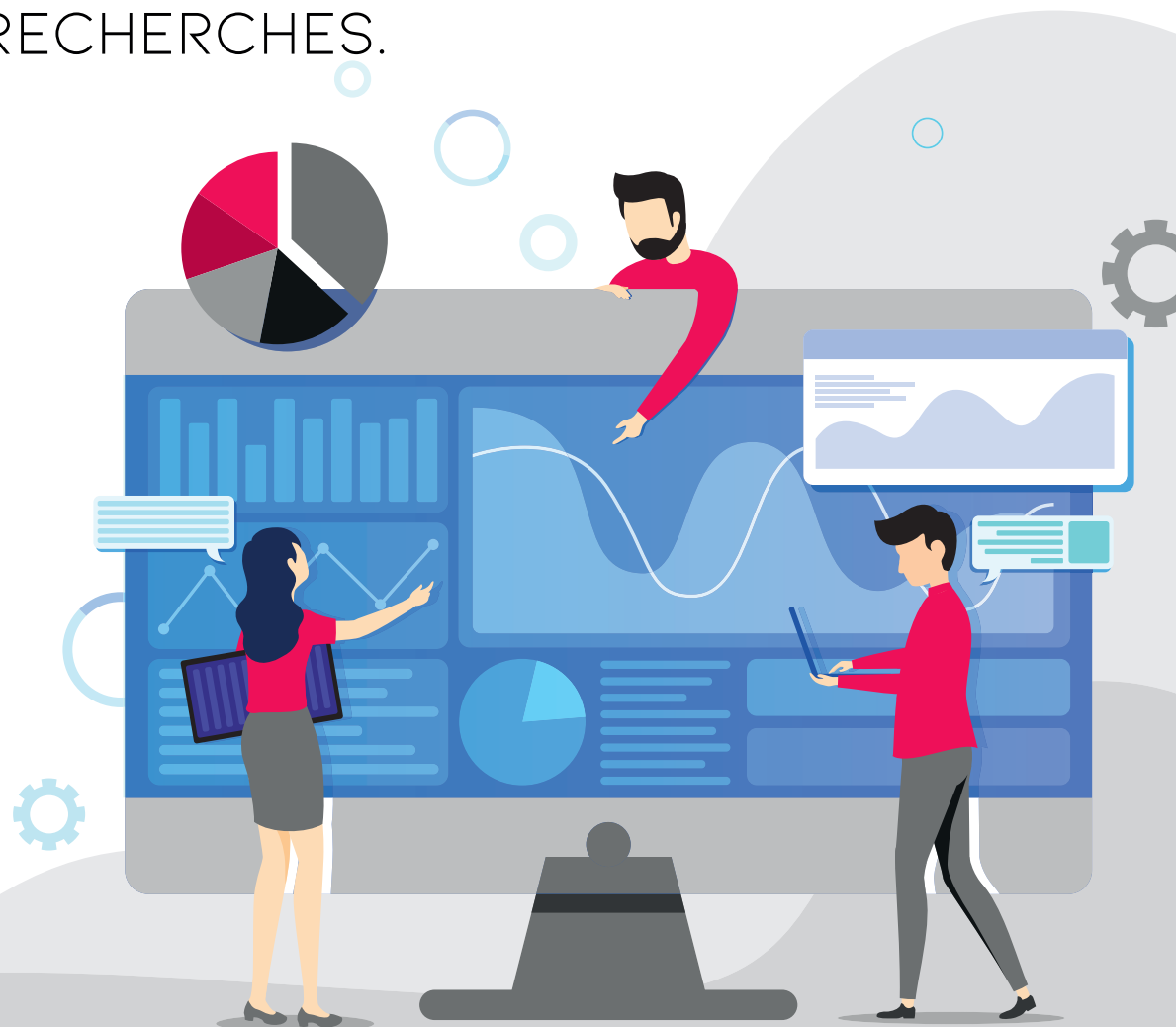


LES OBJECTIFS DU SEO.

AMÉLIORER LE POSITIONNEMENT DE VOS PAGES WEB AFIN DE LES FAIRE APPARAÎTRE DANS LES PREMIERS RÉSULTATS DES MOTEURS DE RECHERCHES.

Les conséquences :

- Augmenter la **visibilité** de votre site internet
- Générer **davantage de trafic** sur votre site internet
- Augmenter votre **taux de conversion**
- Travailler sur votre **e-réputation**



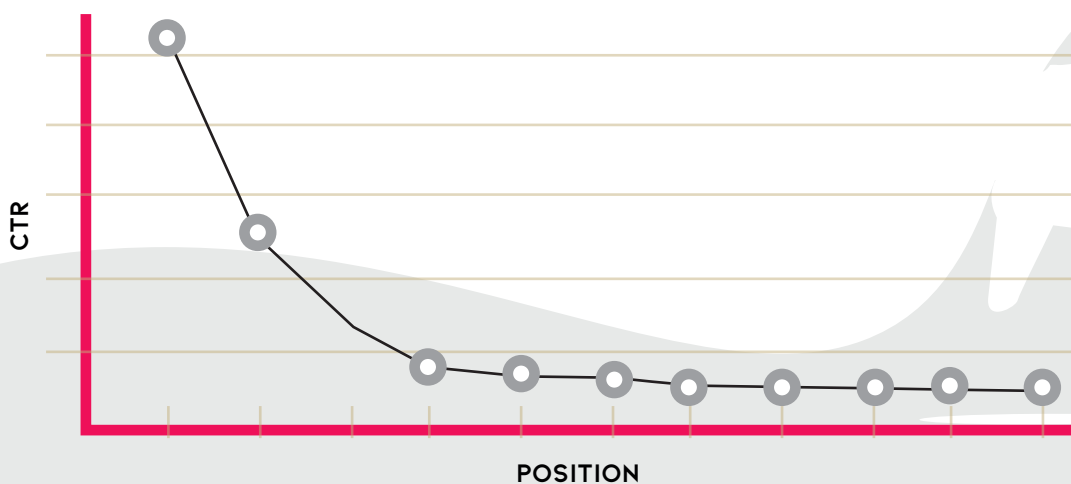
ON VISE LA 1^{ÈRE} PAGE.

...JE DIRAI MÊME LA 1^{ÈRE} PLACE !

LE RÉSULTAT N°1 OBTIENT DEUX FOIS PLUS DE TRAFIC

Tout simplement parce que l'on observe une baisse du taux de clics sur les liens, en fonction de leur profondeur.

Le 1^{er} résultat récoltera plus de clics que le second, et ainsi de suite...



LES CHIFFRES CLÉS.

REQUÊTES GOOGLE :

**30 000
MILLIARDS**

DE PAGES SONT INDEXÉES
PAR GOOGLE.

**20
MILLIARDS**

DE SITES SONT VISITÉS
(CRAWLÉS) PAR GOOGLE,
CHAQUE JOUR.

**3,3
MILLIARDS**

DE REQUÊTES SONT
EFFECTUÉES CHAQUE JOUR
(100 MILLIARDS PAR MOIS).

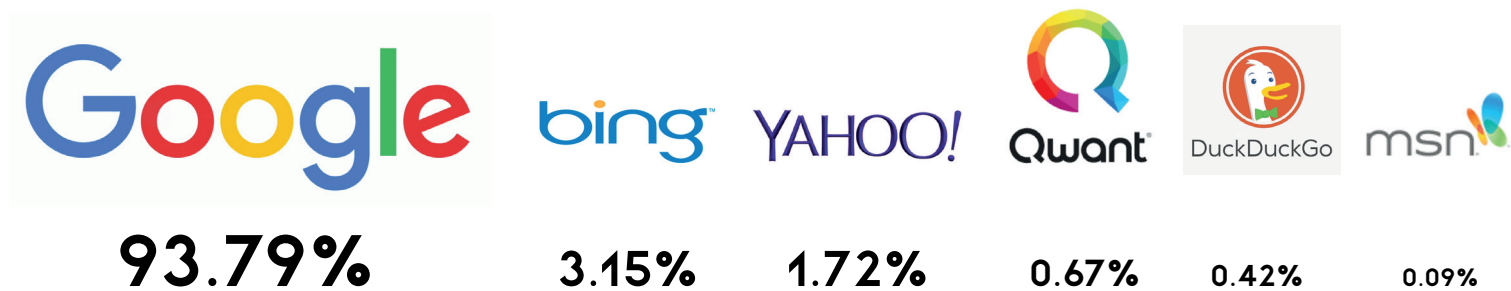
**500
MILLIONS**

DE NOUVELLES REQUÊTES
PAR JOUR
SOIT 15%

SOURCE : [HTTPS://WWW.BLOGDUMODERATEUR.COM/CHIFFRES-GOOGLE/](https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-google/)

LES CHIFFRES CLÉS.

PARTS DE MARCHÉ DES MOTEURS DE RECHERCHE EN 2018 :
OÙ EN SOMMES-NOUS EN FRANCE ?



← En France, en 2018, Google a repris des parts de marché depuis 2017 avec 3 points. La concurrence s'organise et grapille quelques petites parts de marché, à l'image de Qwant, Bing, Yahoo et DuckDuckGo qui représentent toutefois ensemble moins de 6% des parts de marché de la recherche en France.

SOURCE : [HTTPS://WWW.LEPTIDIGITAL.FR/WEBMARKETING/SEO/PARTS-MARCHE-MOTEURS-RECHERCHE-FRANCE-MONDE-11049/](https://www.leptidigital.fr/webmarketing/seo/parts-marche-moteurs-recherche-france-monde-11049/)

LA BONNE RECETTE.

POUR OBTENIR UN SITE INTERNET BIEN RÉFÉRENCÉ

DES CENTAINES DE CRITÈRES RENTRENT EN COMPTE QUI PEUVENT SE RÉSUMER EN 3 AXES :

POPULARITÉ

Les liens depuis des sites tiers sont perçus comme des votes et influent sur le classement des pages

TECHNIQUE

Rendre accessible les pages aux moteurs pour que les internautes puissent les trouver dans Google

SÉMANTIQUE

Google doit comprendre le contenu pour l'afficher en fonction des mots clés des internautes



LA TECHNIQUE.

FAITES LE CHOIX D'UN SITE «GOOGLE FRIENDLY»

- Optimisez la vitesse de chargement de votre site
- Créez une version responsive
- Respectez la compatibilité à la norme W3C
- Assurez-vous que chacune de vos pages soient optimisées pour le SEO :
 - URL
 - Titre
 - Meta description
 - Balise alt images et vidéos
 - Balises : H1, H2, H3,
 - Etc...
- Créez un sitemap optimisé SEO
- Mettez des liens de partage pour les Réseaux Sociaux



LA POPULARITÉ.

À NE SURTOUT PAS NÉGLIGER

LA POPULARITÉ D'UN SITE WEB SE MESURE AU NOMBRE ET À LA QUALITÉ DES LIENS QUI POINTENT VERS LUI.

- Gagnez des liens externes venant de sites à haute autorité et dans le même Domaine / Sémantique
- Créez des liens à partir de forum, de blogs, d'annuaires, de réseaux sociaux, de sites partenaires.
- Travaillez quotidiennement sur votre campagne de netlinking :

Linkbaiting : Stratégie qui consiste à proposer du contenu très qualitatif qui incite les internautes à partager, et à créer des liens pointant vers celui-ci.

Guest blogging : Le créateur d'un blog invite un « expert » à contribuer sur son blog, lui permettant d'enrichir et diversifier son contenu et générer du trafic. L'expert quant à lui bénéficie de la popularité du blogueur.

L'échange de lien : Partenariat avec un site ayant une activité similaire pour proposer des échanges réciproques.



LA SÉMANTIQUE.

LES RÈGLES DE BASE

- **Travaillez sur la présence de vos mots clés dans les pages de votre site**
- **Choisissez bien votre «mot clé»**
Concurrence Vs Trafic
- **Privilégiez une stratégie de longue traîne**
- **Parlez à des humains et non à des robots**
- **Restez dans la sémantique**
- **Veillez à la longueur de votre article**
(Minimum 800 mots)

- **Soignez votre article :**
Bold, italic, liens externes...
- **Rythmez votre texte**
Titre, sous-titre, photos, vidéos, infographies...
- **Veillez à ne pas avoir de contenu dupliqué**
(Copier / Coller)
- **Dynamisez votre site avec du contenu frais :**
Mise à jour ou création de contenu régulier

LE «MOT CLÉ» C'EST QUOI ?

LA BASE DE VOTRE STRATÉGIE SEO



Définition :

Mot ou suite de mots tapés ou dictés par un internaute pour effectuer une recherche sur Google.

3,5 MOTS

en moyenne dans les recherches
Un tiers des expressions de recherche utilisées sur Google.fr par les internautes contiennent 3 mots.



QU'EST CE QU'UN BON «MOT CLÉ»? ?

UN BON MOT CLÉ EST CELUI QUI VOUS APPORTE
UN TRAFIC QUALIFIÉ.

Un bon mot clé doit répondre aux critères suivants :

○ **La pertinence :**

Le ou les mots clés doivent décrire au mieux votre activité et être utilisés par vos clients.

○ **Le potentiel :**

Le mot clé doit générer du trafic qualifié sur votre site. S'il n'est jamais tapé sur Google, son potentiel sera nul.

○ **La concurrence :**

Si la concurrence est trop forte sur un mot clé, il faudra envisager de trouver une variante et d'exploiter la longue traîne.



LA RÈGLE DE BASE

UN MOT CLÉ = 1 PAGE



LES BONNES PRATIQUES.

POUR CRÉER UN ARTICLE OPTIMISÉ POUR LE SEO

○ 1 - Choix du mot clé

ex : «Article optimisé»

○ 2 - Structurez votre contenu

avec une «Balise Title» et une «Méta description»

« Comment créer un article optimisé SEO

Découvrez comment rédiger un article optimisé pour le SEO pour apparaître en première page sur Google »

○ 3 - Les balises H1, H2, H3 etc....

Google apprécie les articles structurés

- H1 : Titre d'un livre
- H2 : Titres de chapitres
- H3 : Sous-chapitres
- H4 : Titres de paragraphes

○ 4 - La balise «Strong»

Elle indique à Google que ce mot est important

○ 5 - Prévoir entre 300 et 800 mots minimum

« Le bon nombre de mots est celui qui donne du plaisir à l'internaute »

○ 6 - La pondération du mot clé dans votre article.

Il varie selon les référenceurs...

Important de le retrouver dans votre H1 et dans certaines H2 et H3.

○ 7 - Créez des liens externes

○ 8 - Ajoutez des images pour illustrer vos propos

en pensant à renseigner la balise ALT de vos images

○ 9 - Réalisez un maillage interne :

Faites des renvois vers vos précédents articles



LE SEO ET WORDPRESS ?



○ **Installation du module Yoast :**

Outil ludique pour l'optimisation de votre référencement

○ **Astuce :** Désindexez les pages qui ne sont pas pertinentes pour Google (page de remerciement par exemple)

○ **Installation du module WP Rich Snippets :**

- Mise en avant des avis, du contenu, ou des images, sur les moteurs de recherche
- Potentiel de conversion plus important

○ **Schéma de balisage :**

- Installation du module WP SEO Structured Data Schema
- Facilite l'exploration, l'indexation et l'affichage du contenu par les moteurs de recherche

○ **Mise en cache :**

- Installation du module WP Rocket ou WP Fastest Cash : gagner en temps de chargement

○ **Petite statistique :** 1 seconde en plus, 7% de conversion en moins

QUELQUES CONSEILS POUR VOTRE SITE E-COMMERCE.

- 1 - Respectez les mêmes règles que pour l'optimisation de votre site et pages piliers
- 2 - Pour vos pages produits :
 - Créez votre propre contenu pour la description des produits (et non celle des fournisseurs)
 - Faites preuve d'originalité et de créativité
 - Densifiez les contenus pour donner de la matière pour l'indexation
 - Maillage interne (produits similaires, liens dans la description vers d'autres produits)
 - Déclinaisons : ne pas créer de fiches produits différentes si seulement la couleur ou la taille diffèrent (risque de duplicate content)
 - Ajoutez les avis clients
 - Définissez des mots clés en tenant compte de l'intention de recherche des consommateurs sur ces produits



DES OUTILS SEO TRÈS UTILES !



- **Ubber Suggest :**

Trouver des mots clés, et analyser la concurrence ainsi que trouver les recherches mensuelles (checker le planificateur de mots clés de Google)

- **Answer the public :**

Trouver mots clés de longue traîne (avoir l'intention du chercheur)

- **SERP robot :**

5 mots clés + concurrence

- **Dead link checker :**

Permet de voir les liens cassés

- **GT Metrix :**

Voir la rapidité du site

- **Duplicate content :**

Copyscape (entre domaine externes) et siteline (domaine interne)

- **Sémantique :**

SEO-hero.tech

EN BREF !

- **Utilisez un vocabulaire adapté à ce que l'on veut dire, et une bonne sémantique**
- **Utilisez les mots clés de longue traine (4 mots ou plus) :**
 - Peu concurrentiel,
 - Taux de conversion élevé : potentiel de conversion plus élevé car il vise l'intention de recherche,
 - Base du SEO
- **Rien ne vaut un bon contenu :
Rédaction, qualité, appréciation du contenu**
- **Apportez de la valeur à vos abonnés**



BESOIN D'AIDE POUR VOTRE RÉFÉRENCIEMENT SEO ?

CONTACTEZ-NOUS

Studio Ikadia

- **03.10.95.26.39**
- **contact@ikadia.fr**

- **www.ikadia.fr**