Un exemple d’article de blog optimisé pour le SEO

requête-clé : "contenu seo"

Métadonnées :

title

Du Contenu SEO sur votre Site : Suivez le Guide ! Marie Pro SEO

métadescription

Vous voulez être visible sur Google et vous avez entendu parler de contenu SEO. Qu’est-ce que c’est et comment l'utiliser sur votre site web ? Suivez le guide, Marie Pro SEO, votre experte freelance à Arras.

H1 Du contenu SEO sur votre site web : suivez le guide !

Il paraît que vous devez avoir du contenu SEO sur votre site Internet pour gagner de la visibilité sur les moteurs de recherche… et donc des visiteurs.
Si vous en êtes là de votre réflexion, bravo ! Vous avez déjà compris un point que beaucoup de vos concurrents ignorent ou négligent.
Maintenant, passons à l’étape suivante : l’action. Je vous donne les clés essentielles pour intégrer ce fameux SEO dans les textes de votre site web !

→ Pour info : je suis Marie, experte en écriture de visibilité stratégique sur sites web et blogs et freelance à Arras.

Marie Pro SEO - https://marieproseo.fr/ -marie@marieproseo.fr

H2 Qu'est-ce que ça veut dire, « SEO » ?

Pour bien faire les choses, on doit savoir de quoi on parle. Voici donc une petite définition d'un texte SEO friendly :

« contenu écrit d'un site internet qui intègre des techniques spécifiques visant à améliorer son positionnement dans les résultats de Google »

On parle aussi de « référencement naturel ». (Oh, et tant qu'on est dans la théorie, SEO signifie « Search Engine Optimization ».)

Voilà quel est l'intérêt du SEO : vous permettre de remonter dans les résultats de Google, impérativement sur la première page et idéalement dans les trois premiers résultats.

Pourquoi une telle précision ? Parce que plus vous êtes bas dans les résultats, moins les internautes cliquent sur celui qui mène à votre site.

→ 35 % sur le premier résultat
→ 5 % sur le 5e résultat (1)

Je ne vous parle même pas de la 2e page et des suivantes.

On va donc viser le positionnement en 1ère page. C'est impératif pour votre business !

À noter : dans cet article, je ne vais vous parler que de rédaction SEO. Pour l'optimisation d'un site web, il y a aussi des paramètres techniques à respecter. Toutefois, le rédactionnel est CA-PI-TAL pour attirer cette visibilité que vous recherchez. C'est le facteur le plus important pour performer.

Bon, vous avez compris quel est l'objectif principal du SEO : votre visibilité sur les moteurs de recherche et du trafic sur votre site Internet. Voyons maintenant comment rédiger un bon contenu SEO.

H2 Un bon contenu SEO, c'est quoi ?

Qu'est-ce qu'un bon article SEO ? Ou une bonne page SEO ? (Car on peut optimiser aussi bien un article de blog qu'une page d'accueil, une page À propos ou encore une page Services, par exemple.)

Bref, comment faire du SEO rédactionnel propre et qui va attirer des prospects qualifiés sur votre site web ?

J'attire votre attention sur les mots « prospects qualifiés ». Vous vous fichez d'attirer une masse de trafic si ce trafic est composé uniquement de touristes. Vous, vous voulez des gens intéressés par votre propos, parce que ça résonne avec leurs envies et leurs besoins.
→ Des gens curieux et qui vont avoir envie de vous contacter.

H3 Un texte qui répond à une intention de recherche

L'intention de recherche, c'est le plus important.
Votre internaute a cliqué sur le lien dans Google parce que le titre lui a donné l'impression que vous répondiez à la question qu'il se posait.

Il ne faut surtout pas le décevoir !

Balayez toute la question, dans toutes ses dimensions. Soyez précis et exhaustif. Ne sortez pas du cadre de la question. Visez juste, vous taperez fort.

Vous savez que nous papillonnons tous sur le Web. Vous aussi. Moi aussi. Et votre visiteur aussi. Si vous ne le captivez pas rapidement en montrant que vous connaissez votre sujet, vous allez le perdre.

Et, en passant… des tas d'experts vous diront d'être original pour garder le lecteur.

Je suis OK avec ça. On est tous séduit quand on rencontre une voix et un propos différents, qui sortent de la masse.

Mais ne soyez pas original à tout prix. Ça ne doit pas être votre objectif n°1. Vous risquez de vous perdre en chemin et de passer à côté de la QUESTION (n'oubliez jamais la question, le WHY de l'internaute, comme on dit en anglais).

Votre contenu SEO sera original en étant sincère et en ayant à cœur de répondre à cette question que votre visiteur se pose. Honnêtement, il y a tellement de contenus nullissimes sur le Web, qui ne pensent qu'à plaire à Google sans prendre en compte l'humain, que vous vous démarquerez clairement du lot rien qu'avec ça : SINCÉRITÉ et PERTINENCE.

H3 Un texte avec les bons mots-clés

Les mots-clés. Le B.A-BA du SEO.

Mais tous les mots-clés ne vous apporteront pas un trafic qualifié. Alors réfléchissez d'abord aux expressions et aux mots pertinents pour vous :

→ ceux qui ont un rapport étroit avec votre expertise et les services que vous proposez
→ ceux qui répondent à un besoin et une envie de votre prospect qualifié

Faites une liste sur Excel, tout bêtement. Puis, quand vous serez sûr de la pertinence de tout ça, choisissez une expression-clé pour une page ou un article. (On appelle ça une requête-clé.)

Travaillez le contenu de cette page ou de cet article autour de cette requête-clé.

Une seule requête-clé par contenu. Ça ne veut pas dire qu'il n'y aura pas d'autres mots stratégiques dans le texte, au contraire. Mais on se focalise sur une seule expression à la fois.

H3 Un texte bien structuré et bien balisé

Vous vous souvenez des dissertations au lycée et à la fac ? (C'est peut-être un mauvais souvenir pour vous ?)

Quand vous écrivez pour le Web, vous devez respecter la même logique argumentaire et, du coup, la même structuration.

Un titre.
Une intro.
Des grandes parties.
Un titre pour chaque grande partie.
Des sous-parties.
Un sous-titre pour chaque sous-partie.
Etc.
Et une conclusion.

C'est super important pour Google et pour l'internaute.

→ Pour l'internaute, ça lui permet de mieux comprendre votre propos et de suivre le déroulé de votre raisonnement rien qu'en scannant le texte d'un regard.
→ Pour Google, c'est pareil. Il va comprendre de quoi parle votre contenu SEO en suivant le balisage que vous mettrez sur les titres et les sous-titres.
Car pour chaque titre répond une balise :
H1 sur le titre principal (le titre de l'article ou de la page)
H2 sur les titres des grandes parties
H3 sur les titres des sous-parties
Etc.

(Ce que je vous explique là, c'est du balisage HTML. Je vous assure que c'est un jeu d'enfants une fois qu'on a compris le truc.)

C'est super important, alors faites-le. Vraiment.

avec vidéo sur le balisage HTML

H3 Un texte lisible sur le Web

On ne lit pas un texte sur écran comme sur du papier. On a tous l'attention volatile sur Internet.

On scrolle rapidement la page jusqu'à la fin pour voir si ça répond à notre question (→ l'intention de recherche). Et aussi pour vérifier si ça ne va pas être trop pénible à lire.

Faites en sorte que cette lecture soit confortable pour l'internaute.

Aérez le texte. Pas de pavé de plusieurs lignes, surtout pas ! Allez à la ligne régulièrement.
Faites des phrases assez courtes et actives. Pas de tournures compliquées.

Mettez un saut de ligne entre les paragraphes pour plus de confort. Usez également des listes à puces, si le texte s'y prête : ils aident à la bonne lisibilité du contenu.

Je vous invite enfin à utiliser le balisage « gras » et « italique » de manière stratégique, afin de casser la monotonie de la lecture et d'attirer l'attention de l'internaute sur les points importants du texte. Beaucoup de personnes lisent en diagonale. Les mots en gras sont des repères utiles.

H2 Les étapes essentielles de votre rédaction web : check-list

Voici un mémo qui va vous aider à écrire un texte correctement optimisé pour le SEO.

H3 Rédaction du contenu

Vous vous basez sur tout ce que j'ai dit plus haut :

intention de recherche
mots-clés
structuration
simplification pour la lecture sur écran

H3 Rédaction des métadonnées

C'est quoi la balise métadescription d'un contenu SEO ? Et le title ?

→ Ce sont les métadonnées, et vous devez les rédiger pour optimiser le SEO du contenu. Exemple avec cette image :

(image)

Pour faire ça, un plugin suffit : c'est Yoast SEO, sur Wordpress. Il vous permet de rédiger ces métadonnées. Si vous ne le faites pas, elles seront générées aléatoirement à partir de votre texte.

C'est mieux de vous en occuper, car les métadonnées sont importantes dans le SEO. Glissez-y votre requête-clé !

H3 Intégration des liens

Vous avez intégré votre texte sur votre CMS. Vous avez mis le balisage HTML (les Hn, le gras, les listes à puces, l'italique).
Maintenant, pensez au maillage interne.
Ce sont tous les liens qui font voyager le lecteur d'une page à l'autre. Vous devez en mettre dans votre contenu pour renforcer sa puissance SEO et pour garder votre lecteur.
C'est comme si moi, dans ce paragraphe, je mettais un lien sur l'expression « maillage interne » pour vous diriger vers un article qui parle spécifiquement de ça. (Ça viendra !)
À la fin du contenu, mettez un lien vers une page importante pour amener votre lecteur à une action. Par exemple, à la fin de mon article, je vous invite à me contacter pour au audit gratuit de votre site. ;-)

H3 Optimisation des images

Vous avez mis des images dans votre contenu ? Des infographies, des photos ? Des vidéos ?

Super ! Ça augmente l'attractivité des contenus, de manière générale.

N'oubliez pas de les optimiser.

Pour ça, rendez-vous dans la partie Médias de votre CMS et renseigner le champ « Attribut ALT ». D'ailleurs, pensez aussi à remplir celui de la description et de la légende (n'oubliez pas les crédits !).

C'est l'endroit où vous allez mettre des mots-clés pertinents par rapport à ce que représente l'image en question. Voire même directement la requête-clé travaillée dans le texte.

H2 Texte SEO : un exemple ?

Un exemple de contenu web qui a été optimisé pour le référencement naturel ?

Cet article. :-)

Il répond à une intention de recherche précise : la compréhension d'un internaute qui se demande ce qu'est un contenu SEO et comment le produire.
Il est construit autour d'une requête-clé précise et comporte plusieurs mots- et expressions-clés associés.
Il est structuré jusqu'à une profondeur de H3.
Il est volontairement très aéré.

Métadonnées, images optimisées, etc. : tout a été fait dans les règles de l'art.

Si vous êtes en train de le lire, c'est grâce à tout ça.

À vous de jouer.

→ Vous n'avez peut-être pas fait votre site et ses contenus vous-même. Comment savoir si on a un bon SEO quand on a délégué la tâche à quelqu'un d'autre ? Ou qu'on a essayé de le faire en suivant des conseils ici ou là ?
Contactez-moi : je vous propose un audit gratuit du contenu SEO de votre site et de sa capacité à gagner du trafic qualifié. Visio ou petit café à Arras (62) pour vous expliquer tout ça !

Sources :
(1) https://semji.com/fr/blog/chiffres-cles-seo/#Taux_de_clic_sur_la_SERP_de_Google