

Rédiger les 1ers contenus de votre site internet

Introduction

Avec le guide "Qu'est-ce que le référencement", nous vous avons expliqué en quoi consiste le **référencement naturel**. Vous savez maintenant que ce sujet est encore plus important que l'aspect esthétique de votre site internet.

Pour être visible sur les moteurs de recherche, il faut donc créer du contenu unique et pertinent, qui intéressera les internautes. L'objectif de ce guide est de vous expliquer **la méthodologie** pour rédiger du contenu adapté à Internet.

Définir vos mots clés

Commençons tout d'abord par un petit test.

Si vous ne savez pas, ne vous inquiétez pas, l'objectif de ce guide est justement de vous apporter la méthodologie nécessaire.

1. Quelles sont les demandes d'internautes pour lesquelles je veux rendre visible mon **site internet**?
2. Pour trouver le site de mon entreprise, quels sont les **mots clés** qu'utilisent les internautes?
3. Sur quels **mots clés** mes concurrents apparaissent-ils ?

Accordez-vous 10 à 15 minutes et **notez spontanément les 15 groupes de mots clés** auxquels vous pensez.

Ce petit travail n'est pas forcément naturel.

Il convient d'appliquer une méthode qui a fait ses preuves et permet de nombreuses entreprises d'être sur la première page de Google sans avoir à investir en référencement payant.

Découvrez maintenant comment définir les mots clés les plus pertinents.

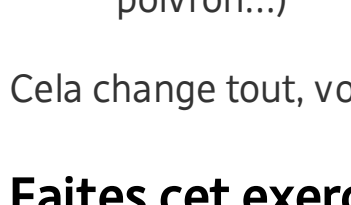
1. Qui suis-je ?

Cette question a pour objectif de vous permettre de définir sur quel type de demandes vous voulez être visible. Elle peut paraître anodine, d'ailleurs vous vous l'êtes certainement déjà posée, mais cette étape est essentielle pour construire un **site internet de qualité**.

Alors pourquoi cela est-il utile pour votre site internet ?

A partir des résultats liés à sa demande, l'internaute va décider en **moins de 1 seconde** sur quel site il va se rendre parmi les centaines de réponses possibles.

Il convient donc de définir précisément ce qui **caractérise le mieux votre activité, ce qui fait votre spécificité, ce qui pourrait inciter un visiteur à venir sur votre site plutôt que sur celui d'un de vos concurrents.**



Prenez un exemple :
Vous vendez des confitures. C'est assez banal mais celles-ci sont fabriquées :

- De manière artisanale
- Dans le Périgord
- Avec des recettes originales et une variété de saveurs particulières (rhubarbe, poivron...)

Cela change tout, votre offre devient de fait spécifique et il va devenir plus facile d'être visible.

Faites cet exercice pour votre entreprise.

Demandez l'avis à vos collaborateurs, clients ou familles. Leurs expressions seront souvent **plus descriptives et plus fidèles** aux expressions utilisées par les internautes en général.

- Quelle est l'activité de votre entreprise ?
- Quels sont les offres ou services que vous proposez ?
- Quels sont les éléments qui caractérisent ces produits ou services ?
- Quel(le)s sont les **mots ou expressions** que les internautes vont taper pour chercher vos produits ?

Rédiger maintenant une phrase de **3 lignes maximum pour définir précisément votre entreprise.**

2. Qui sont vos concurrents ?

L'idée est de réaliser le même travail sur vos principaux concurrents de manière à comprendre les principales expressions et mots clés qu'ils utilisent. Analysez en particulier ceux qui se positionnent le mieux sur internet en **référencement naturel**.

Ils sont là parce qu'ils ont travaillé les contenus de leur site internet pour que celui-ci soit visible.

Qu'est-ce que vous aimez dans leur site internet concernant :

- Leur manière de se présenter, leurs arguments ?
- Leurs offres ?
- Les services qu'ils apportent ?

Qu'est ce qu'ils proposent que vous aimeriez avoir ?

Ce travail va vous aider à compléter votre réflexion sur les mots et expressions pertinents, ceux qui définissent vos points forts et vous rendent unique.

C'est sur ces éléments que vous allez communiquer et mettre l'accent dans **vos contenus**. Chaque différence constituera une **page de votre site**.

3. Quel est l'objectif de votre site internet ?

Lorsqu'un visiteur arrive sur votre site, qu'est ce que vous aimeriez qu'il fasse ? :

- Trouve l'adresse de votre entreprise ?
- Vous contacte, vous envoie un e-mail, s'inscrit à votre newsletter ?
- Vous achète un produit/un service ?
- Devienne membre de votre association, fasse une donation ?
- Se familiarise avec vos produits ?

Quel que soit votre objectif, faites en sorte que la demande de l'internaute lui permette d'arriver **directement sur la page de votre site** qui lui apporte la réponse. Vous serez **PERTINENT**.

Revenons à notre exemple :

- Notre internaute souhaite acheter de la confiture de framboise traditionnelle fabriquée en France, il pourrait taper : "*Achat confiture de Framboise traditionnelle origine France*"
- Si j'ai créé une page qui présente l'offre "Confiture de framboise traditionnelle", mon entreprise est pertinente en lui présentant cette page immédiatement.

En créant une page pour chaque type de parfum, l'entreprise est ainsi plus pertinente pour répondre à la demande d'un internaute qui recherche : "*confiture artisanale de xxx*". L'internaute va vous adorer, car il n'aura pas à naviguer sur votre site pour trouver sa réponse.

4. Rédiger votre liste de mots ou expressions clés

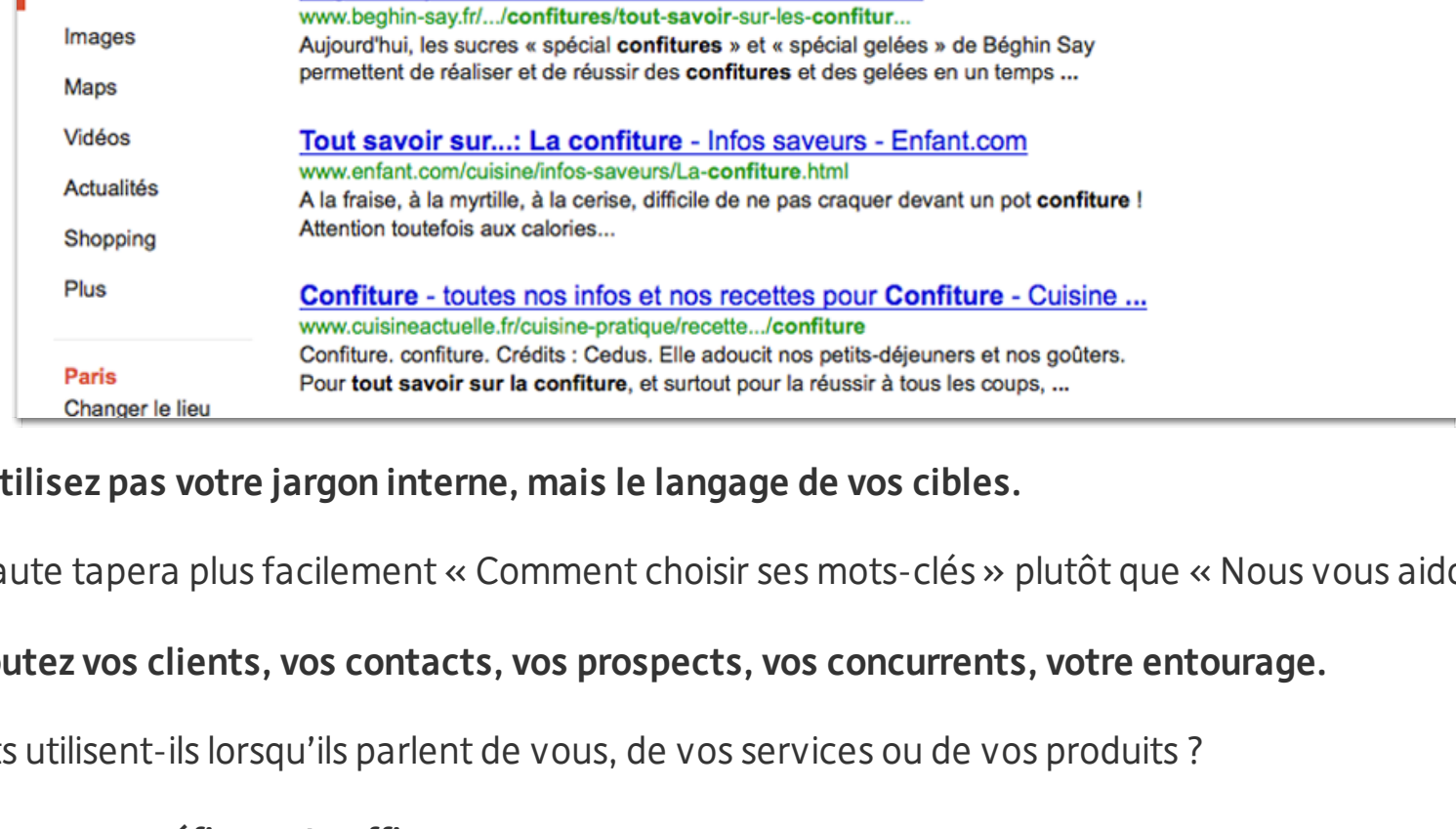
Utilisez l'ensemble du travail que vous venez de réaliser et listez en fonction des conseils suivants **15 expressions clés sur lesquelles vous souhaiteriez apparaître**.

- **Raisonnez en groupes de mots clés, pas en mot clé seul**

Les internautes tapent généralement 2, 3 mots clés lors d'une recherche. Ils vont plutôt taper "Acheter confiture de framboise en ligne" que "Framboise" ou "Confitures" seul.

- **Restez concret. Formulez comme le ferait le client.**
- **Tenez compte de l'objectif de votre site internet.**

Vous voulez vendre en ligne, votre visiteur utilisera certainement "Acheter en ligne...". Vous voulez informer, votre visiteur tapera certainement "Tout savoir sur ..."



- **N'utilisez pas votre jargon interne, mais le langage de vos cibles.**

Un internaute tapera plus facilement « Comment choisir ses mots-clés » plutôt que « Nous vous aidons à ... »

- **Écoutez vos clients, vos contacts, vos prospects, vos concurrents, votre entourage.**

Quels mots utilisent-ils lorsqu'ils parlent de vous, de vos services ou de vos produits ?

- **Pensez aux préfixes et suffixes.**

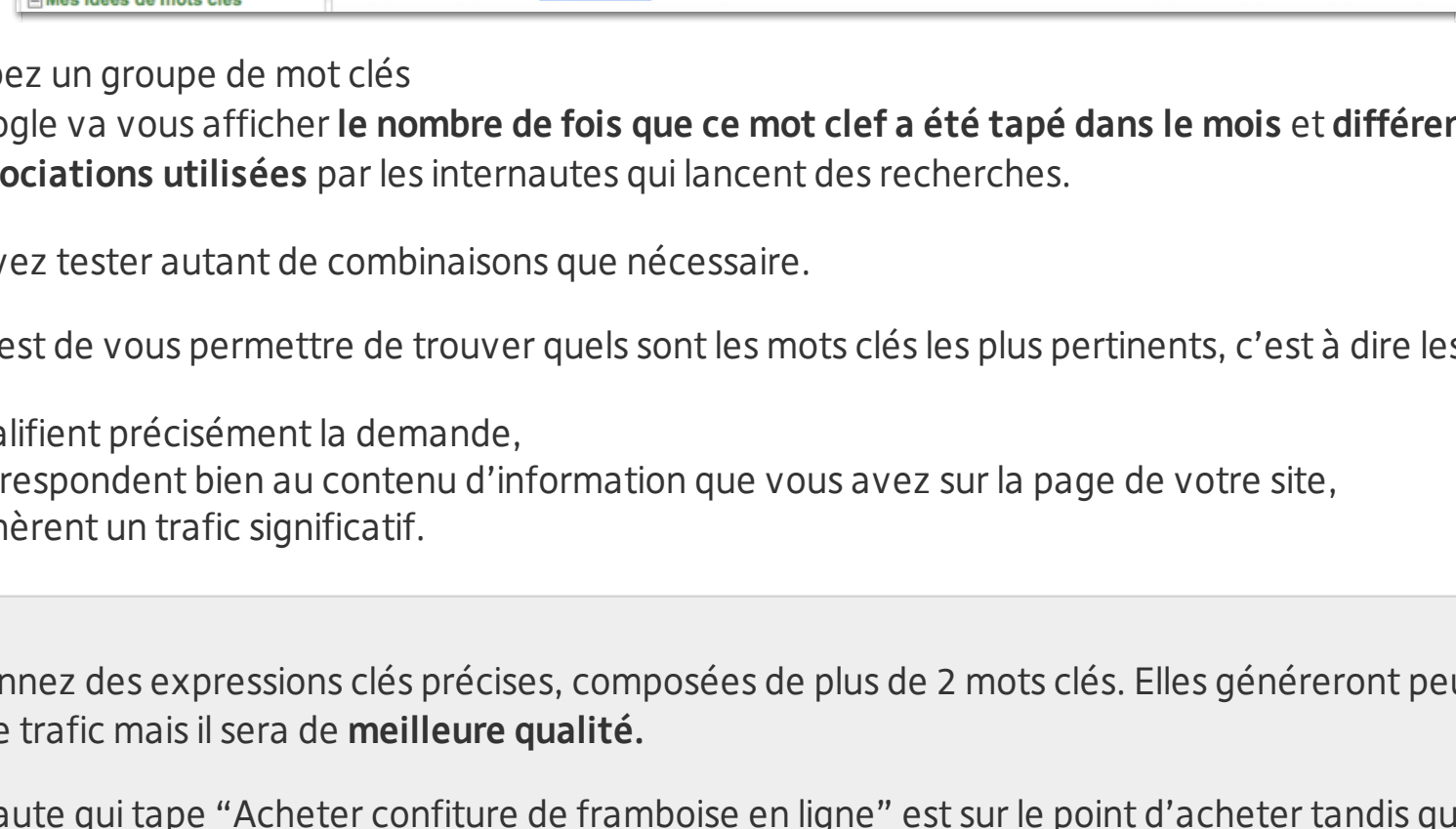
Pensez aux expressions comportant un préfixe d'action ou bien des suffixes liés à votre ville, département ou région.

5. Définir votre liste de mots ou expressions clés

C'est bien d'avoir votre liste de mots clés mais : **Est ce que ce sont les mots clés tapés par les internautes ?**

Nous allons maintenant filtrer votre liste pour en garder le meilleur. L'objectif est d'avoir au **final 5 - 10 mots clés par activité** que vous allez réutiliser lors de la rédaction de votre contenu.

Pour vous aider à définir des mots clés pertinents, Google met à votre disposition : "Google Adwords Keyword" à cette adresse : <https://adwords.google.com/o/KeywordTool>



- Tapez un groupe de mot clé
- Google va vous afficher le **nombre de fois que ce mot clé a été tapé dans le mois et différentes associations utilisées** par les internautes qui lancent des recherches.

Vous pouvez tester autant de combinaisons que nécessaire.

L'objectif est de vous permettre de trouver quels sont les mots clés les plus pertinents, c'est à dire les mots qui :

- Qualifient précisément la demande,
- Correspondent bien au contenu d'information que vous avez sur la page de votre site,
- Génèrent un trafic significatif.

Sélectionnez des expressions clés précises, composées de plus de 2 mots clés. Elles généreront peut-être moins de trafic mais il sera de **meilleure qualité**.

L'internaute qui tape "Acheter confiture de framboise en ligne" est sur le point d'acheter tandis qu'un internaute qui tape "Confiture de framboise" seul peut rechercher une recette, un magasin, une définition ...

6. Définir le plan de votre site internet

L'arborescence de votre site va largement influencer votre **référencement naturel**. Il permettra aux internautes de se repérer facilement et ainsi de trouver rapidement l'information qu'ils recherchent.

Un site internet est un livre qui présente quelques particularités :

- un site ce sont des pages **sans ordre prédéfini**,
- le contenu **évolue en permanence**. Ce contenu est infini et multi médias,
- les pages sont en **liens** avec d'autres pages voire d'autres sites pour faciliter la navigation du visiteur,
- une page est présentée à un internaute si **elle est jugée pertinente** par les moteurs de recherche.

Conséquence : Un internaute doit pouvoir arriver sur la page de votre site qui **correspond à son besoin et pas forcément sur la page d'accueil de votre site**.

Son expérience sera agréable, car il ressentira positivement le fait d'avoir la réponse qu'il attend de manière **PERTINENTE et RAPIDE**..

1 - Les pages incontournables

Un site doit pouvoir répondre aux 5 questions suivantes : Qui ? Quoi ? Comment ? Où ? Quand ?

C'est la raison pour laquelle, on retrouve sur l'ensemble des sites, les pages:

- Accueil
- Produits et services
- Qui sommes-nous
- Contact
- Mentions légales

2 - Les pages qui rendent votre site internet spécifique

Votre site, même mis en ligne **évoluera dans le temps**. Il sera toujours possible d'ajouter des pages de contenus, de concevoir de nouvelles rubriques. Pour autant il est idéal, dès le démarrage, de concevoir des pages spécifiques pour tout ce que vous avez identifié comme spécifique dans vos offres.

A titre d'exemple voici quelques idées. Cette liste n'est pas exhaustive :

- Concevoir une page pour présenter chaque produit ou une gamme de produits (Ex : une page confiture de Framboise, une page confiture de citron - ...)
- Concevez une page pour parler d'un événement, d'une promotion, d'une nouveauté dans votre offre
- Concevez une page pour les commentaires de vos clients

En procédant ainsi, vous allez pouvoir être indexé de manière très précise par Google qui va pouvoir apporter une réponse très précise à la demande des visiteurs.

7. Rédiger le contenu de votre site internet

Vous avez maintenant tous les ingrédients pour rédiger un contenu unique et pertinent pour les internautes. Chaque page de votre site aura une thématique et les mots clés qui y sont liés.

- **Adaptez votre contenu existant(entreprise / extérieur)**

Comme dirait l'un de nos associés, "il ne sert à rien de recréer la roue". Collectez tout le contenu existant sur votre entreprise :

- Du contenu rédigé par votre entreprise pour des fins différentes (brochures, newsletters, e-mailings...)
- Du contenu rédigé par des personnes extérieures (magazines, avis de consommateurs, blogs...)

- **Allez à l'essentiel et rédigez simplement**

Si votre site est destiné à un grand public, évitez le jargon trop technique ou trop professionnel afin de rester clair et simple.

Faites relire vos textes par une personne qui ne connaît rien à votre secteur d'activité et demandez-lui de résumer au bout de la 1ère lecture.

- **Structurez votre contenu pour une meilleure compréhension et lisibilité**

Utilisez des titres, des sous-titres, des espaces, des listes, de la mise en gras des mots importants.

- **Utilisez les mots clés définis auparavant**

L'idée n'est pas de faire des listes de mots clés, faites des phrases en utilisant au maximum les mots clés définis précédemment.

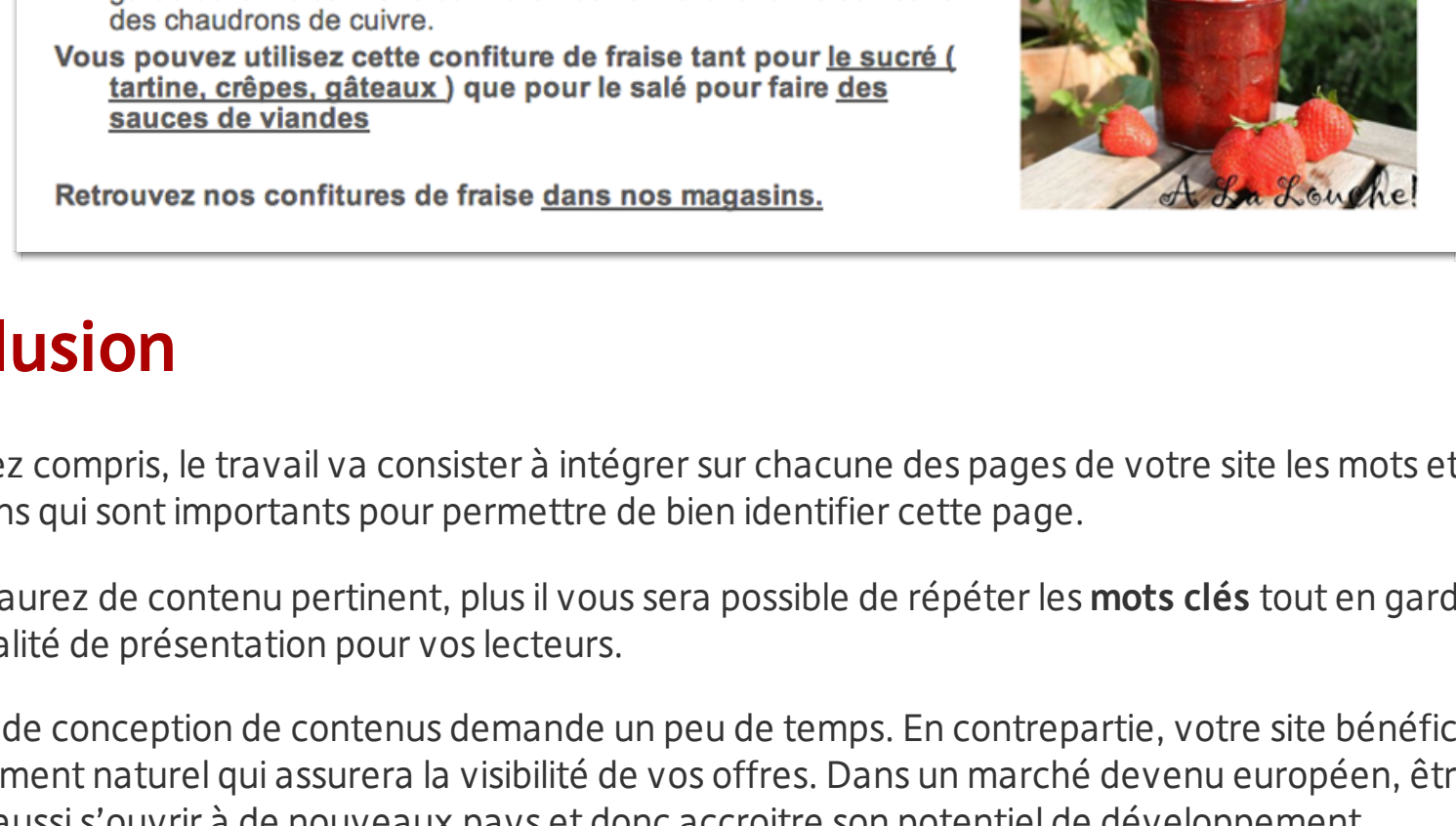
- **Diversifiez le type de contenu (texte, image, vidéo...)**

Une image est beaucoup **plus explicite** qu'un long paragraphe.

Pourtant les images sont souvent **peu considérées sur Internet**. Des photos de pauvre qualité peuvent **discréditer** un site à la base attractif. Parfois, il vaudrait mieux ne pas en mettre.

- **Complétez votre contenu par des liens internes et externes**

Voici la mise en pratique finale sur notre exemple.



Conclusion

Vous l'avez compris, le travail va consister à intégrer sur chacune des pages de votre site les mots et expressions qui sont importants pour permettre de bien identifier cette page.

Plus vous aurez de contenu pertinent, plus ils vous sera possible de répéter les **mots clés** tout en gardant une bonne qualité de présentation et de contenu.

Ce travail de conception de contenus demande un peu de temps. En contrepartie, votre site bénéficiera d'un référencement naturel qui assurera la visibilité de vos offres. Dans un marché devenu européen, être visible veut dire aussi s'ouvrir à de nouveaux pays et donc accroître son potentiel de développement.

Bonnes ventes

Accordez-nous maintenant quelques minutes pour nous communiquer vos impressions et nous faire part de vos suggestions

Note sur l'auteur

Ce document a été rédigé par François. Si vous avez des questions ou des remarques vis à vis de son contenu, vous pouvez le contacter directement en écrivant à contact@pikock.com



Table des matières

- Rédiger les 1ers contenus de votre site internet
- Introduction
- Définir vos mots clés
- 1. Qui suis-je ?
- Faites cet exercice pour votre entreprise.
- 2. Qui sont vos concurrents ?
- 3. Quel est l'objectif de votre site internet ?
- 4. Rédiger votre liste de mots ou expressions clés
- 5. Définir votre liste de mots ou expressions clés
- 6. Définir le plan de votre site internet
- 7. Rédiger le contenu de votre site internet
- Conclusion
- Note sur l'auteur