4 JUIN 2020 – 14H00

COMMENT TIRER PROFIT DU RÉFÉRENCEMENT NATUREL POUR COMMUNIQUER SUR SES OFFRES ET SES SERVICES ?

id-rezo
l'expertise e-tourisme

"A vos côtés !"

UN DEVOIR – UNE NÉCESSITÉ

id-rezo

Arnaud MAES

Fondateur du cabinet Web2 Conseil.
Co-fondateur de la marque « id-rezo ».
Professeur Associé - Consultant en e-tourisme

www.web2-conseil-formation.com

www.id-rezo.com

arnaud.maes.consulting@gmail.com

Facebook.com/Arnaud.Maes.Consulting

Linkedin.com/in/ArnaudMaes/

id-rezo
l'expertise e-tourisme

Web2 Conseil Formation

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

COMMENT TIRER PROFIT DU RÉFÉRENCEMENT NATUREL POUR COMMUNIQUER SUR SES OFFRES ET SES SERVICES

Quelle méthodologie suivre ?
Quelles sont les bonnes techniques ?
Sur quels outils peut-on s'appuyer ?

Comment ré-écrire ses offres sous l'angle du référencement naturel ?

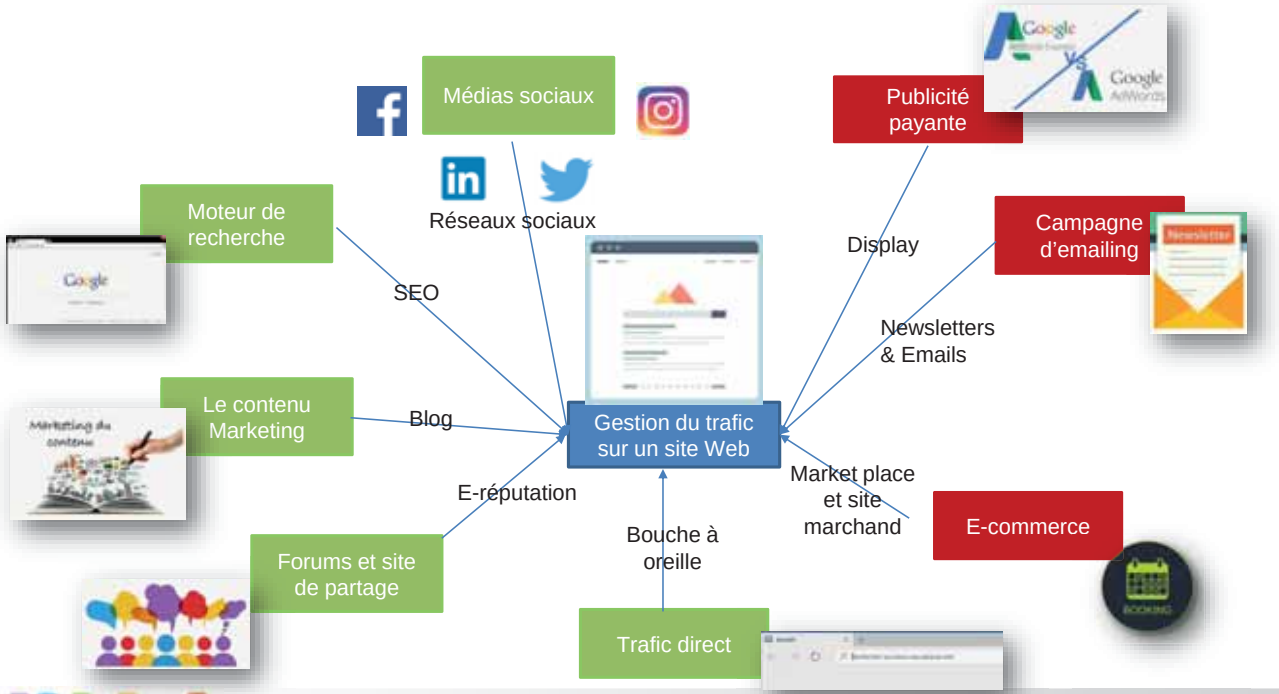
Comment travailler sur le maillage interne de son site web ?
Comment obtenir des liens externes ?

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Quelle méthodologie suivre ?

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Faire venir du trafic sur son site : quels leviers « naturel » ?



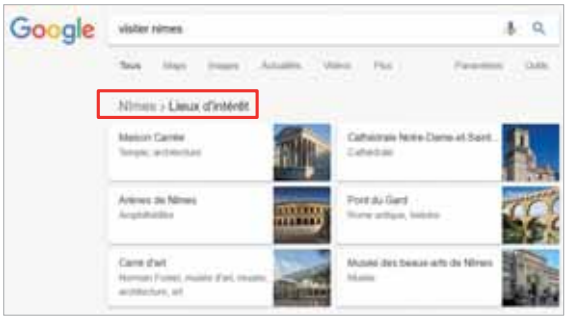
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

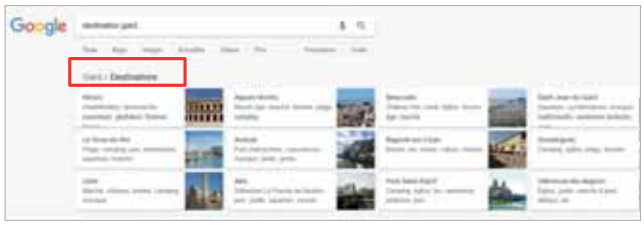
Quelles sont les techniques pour rendre populaire vos contenus sur les moteurs de recherche?

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Google et le monde du tourisme

Destinations, My Business, Trips, Flight, Local Guides… Ajoutez Google devant chacun de ces mots et vous avez un petit aperçu de la panoplie des services de Google dans le domaine du voyage…. Google se positionne très clairement sur **toutes les étapes du cycle du voyageur et l'information touristique/guidage….**



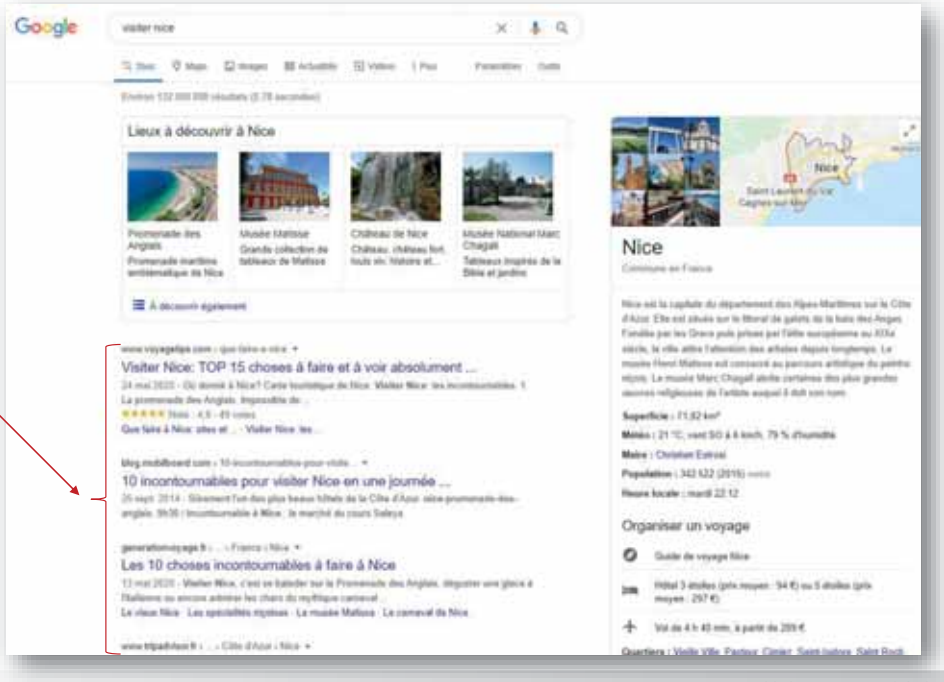


Google facilite la recherche de l'internaute en l'orientant vers des POIs incontournables et territoires touristiques…

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Google et le monde du tourisme

Supports 2.0 (blog, forum,…) avec du contenu généré par des utilisateurs

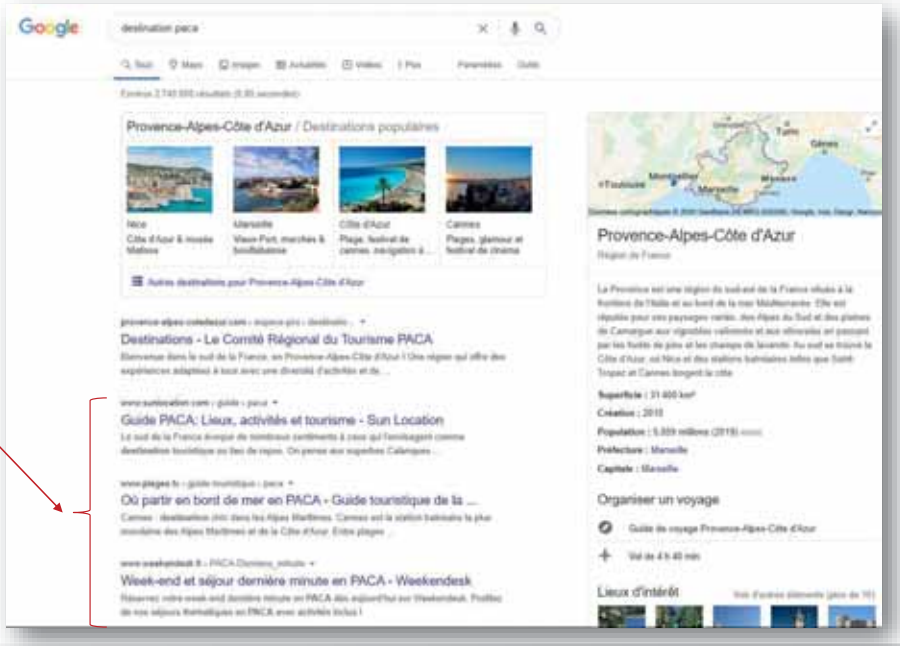


© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Google et le monde du tourisme

id-rezo

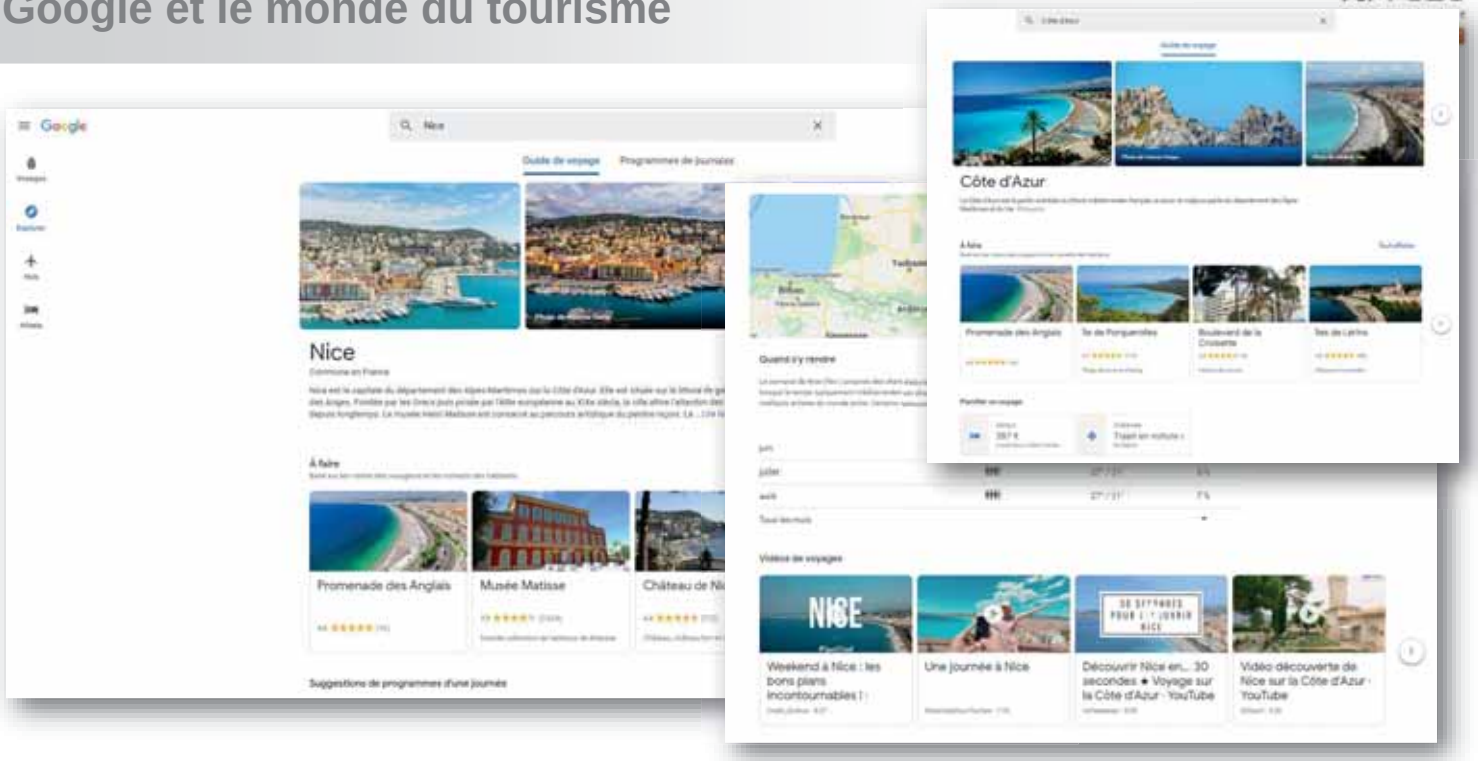
Support 2.0 avec du contenu généré par des utilisateurs



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

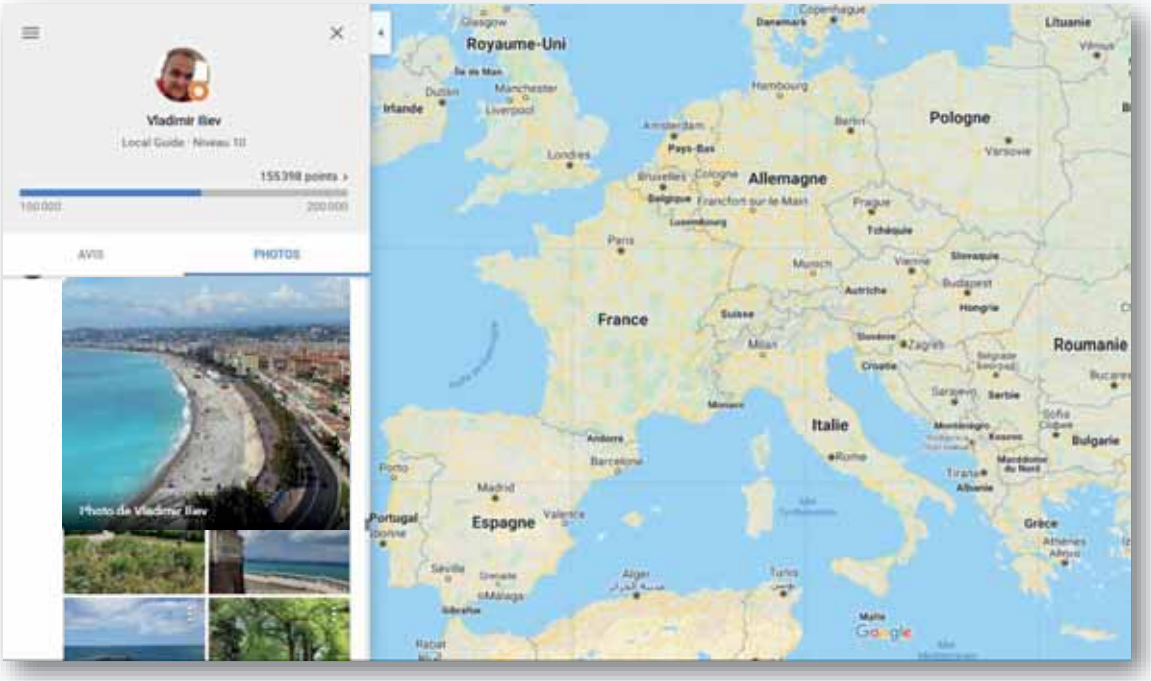
Google et le monde du tourisme

id-rezo



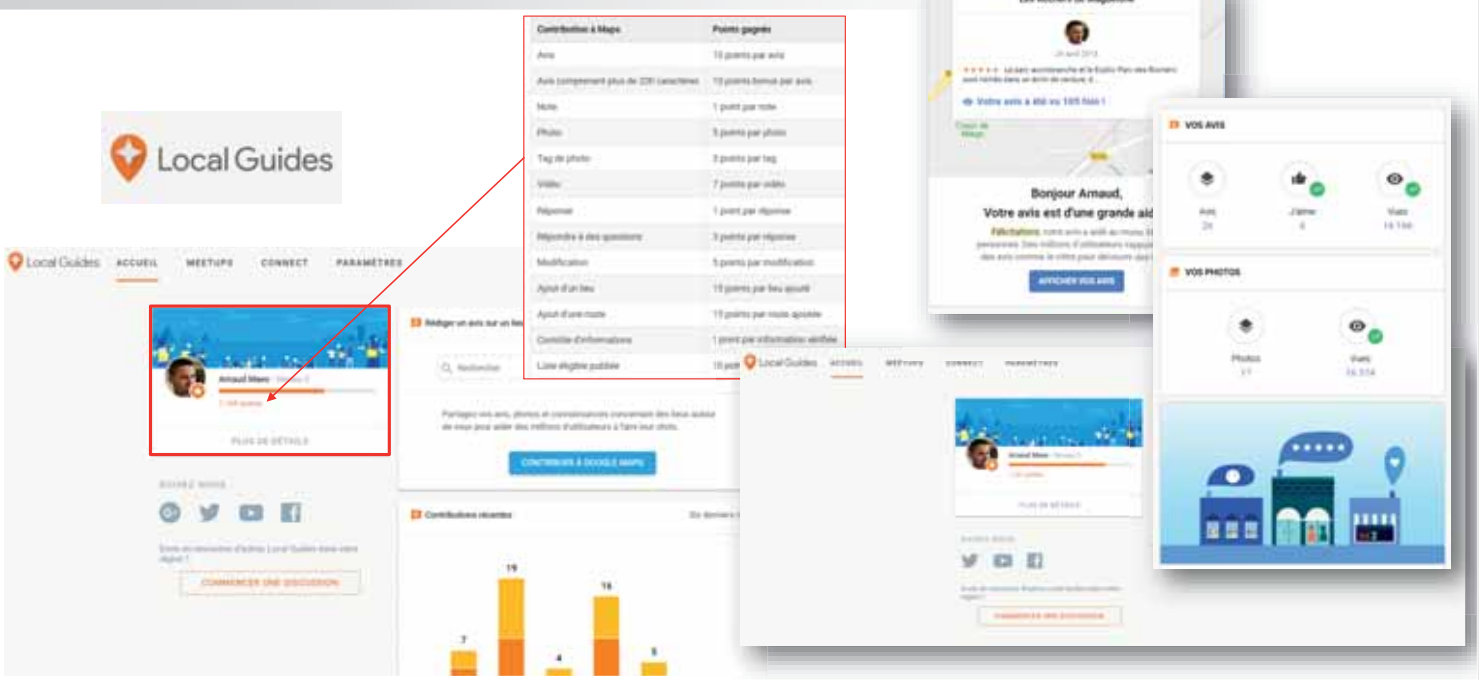
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Google et le monde du tourisme



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

L'écosystème Google



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

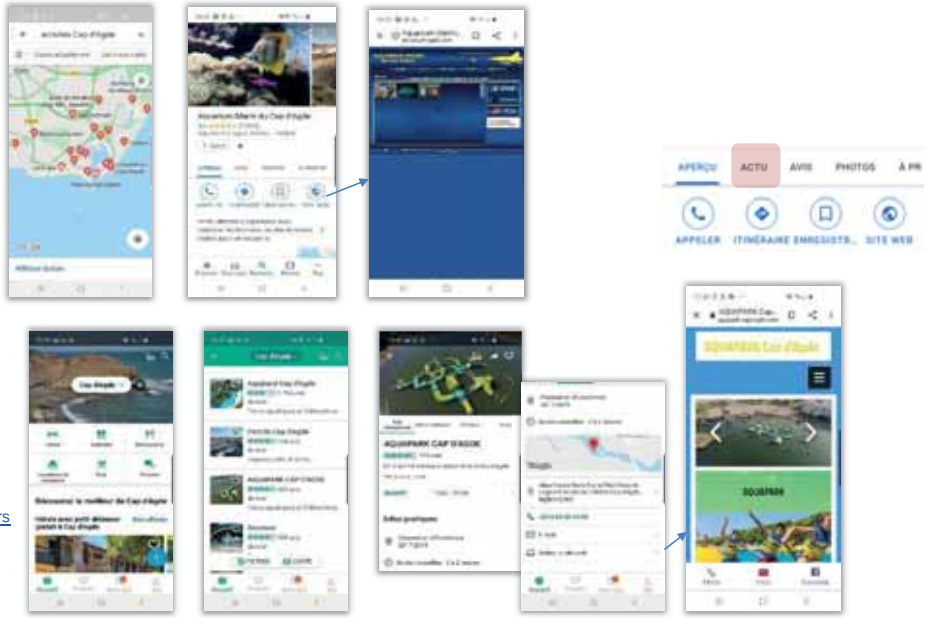
Jouer avec des leviers prioritaires pour la reprise…

id-rezo

Être présent sur les principaux supports web utilisés par les clientèles en séjour.

Google

Google My Business



tripadvisor

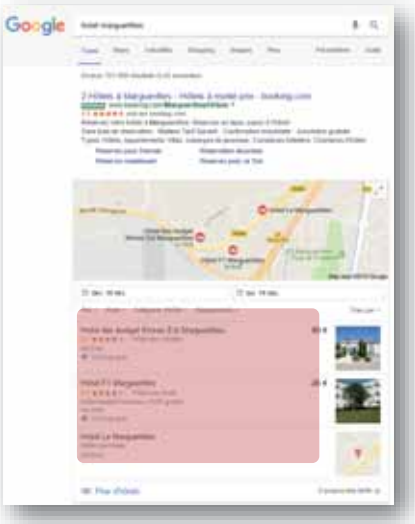
Tripadvisor.fr/Owners

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Les leviers prioritaires pour la reprise : Google MY Business

id-rezo

Bien plus qu'un site d'avis, c'est la visibilité d'une entreprise sur le web, maps et sur mobile !



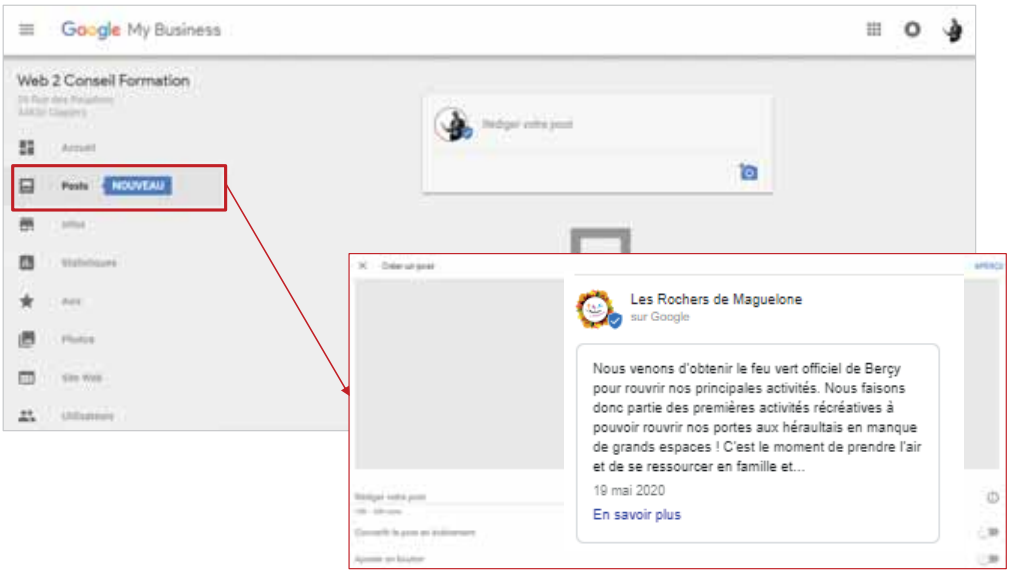
Les fiches Google My business commencent à prendre de plus en plus de place….

✗ laisse la main aux prestataires pour alimenter leur propre fiche.

✗ laisse le soin aux internautes de « valider » les descriptifs des dites prestations à travers leurs notes et avis.

© Copy right id-rezo - Tous droits de reproduction réservé 2019

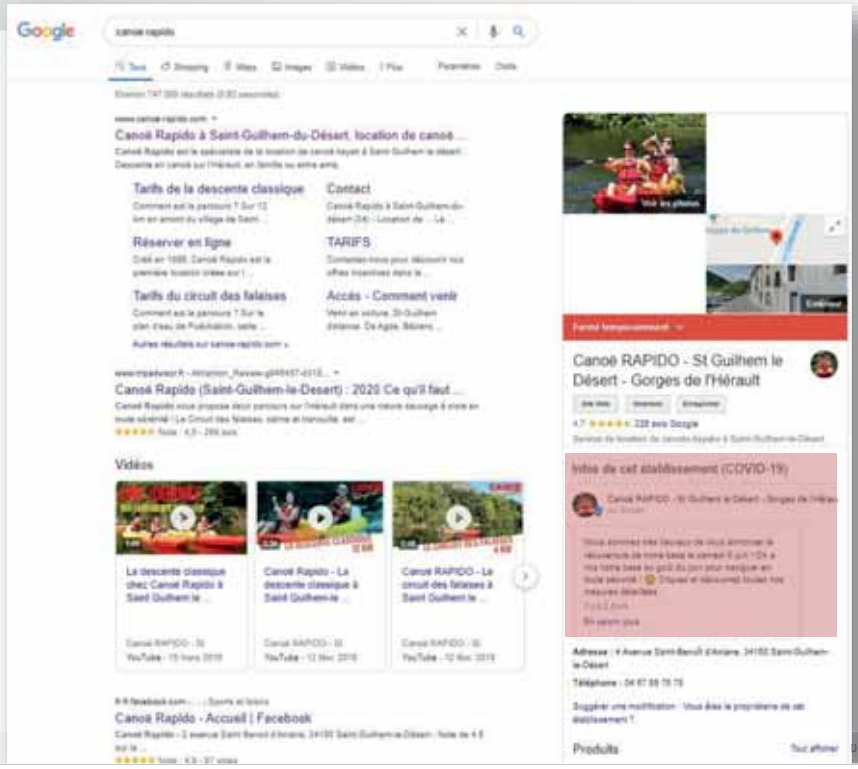
Focus : Google MY Business !



Important : Google Post pour mettre en avant ses promos et ses actus directement dans les résultats de recherche de Google !

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

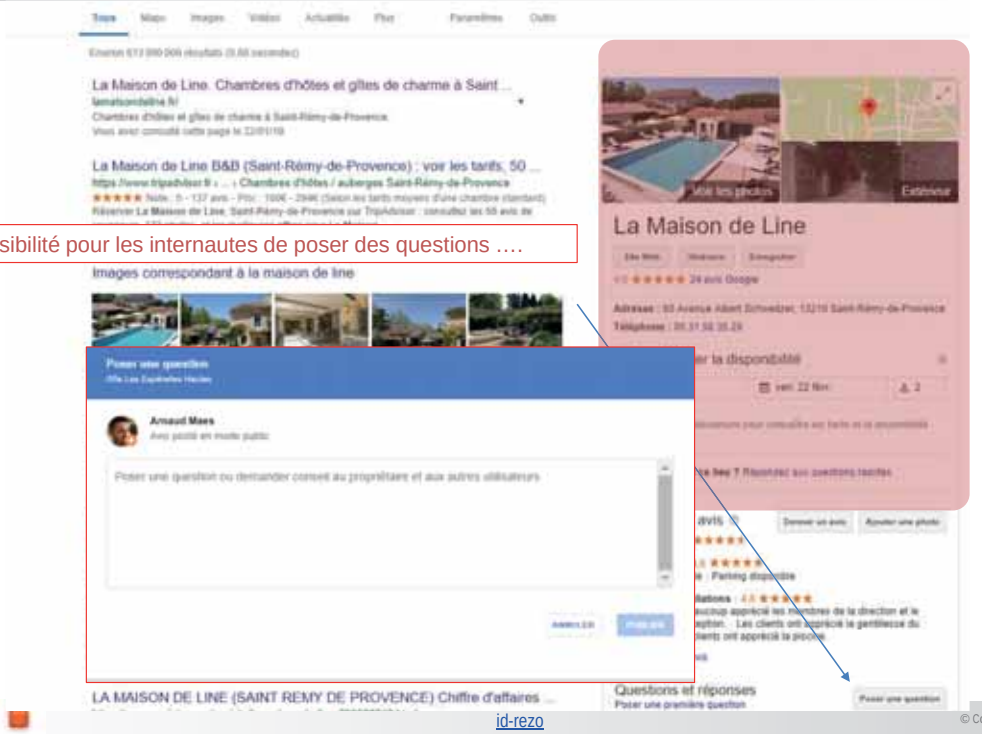
Focus : Google MY Business !



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Focus : Google MY Business !

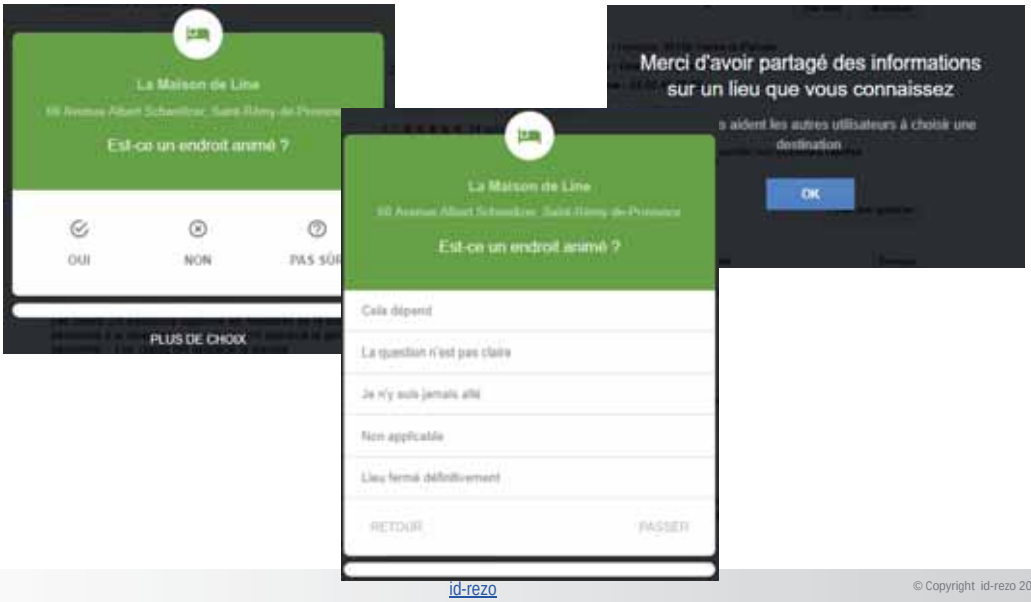
Possibilité pour les internautes de poser des questions ….



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

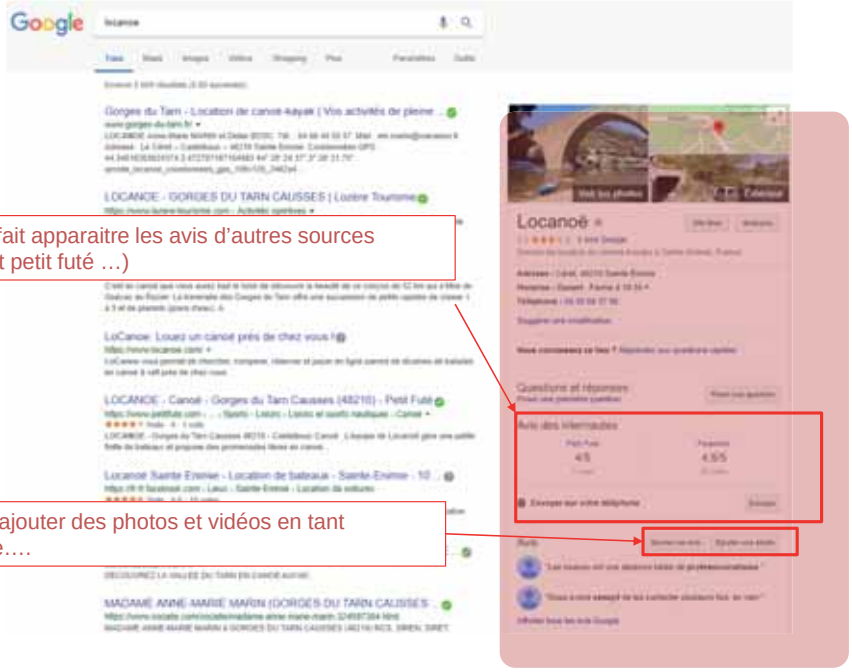
Focus : Google MY Business !

Vous connaissez ce lieu ? Répondez aux questions rapides



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Focus : Google MY Business !

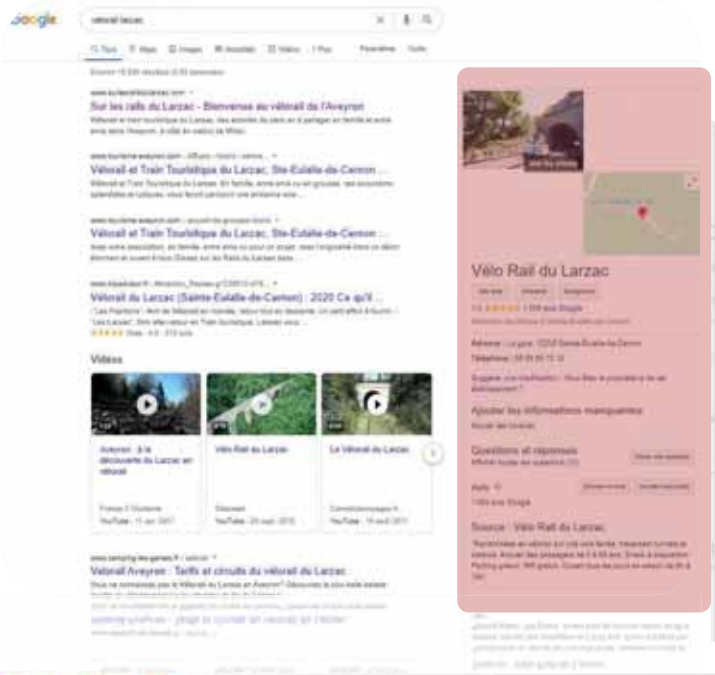


Remonte et fait apparaitre les avis d'autres sources (Facebook et petit futé …)

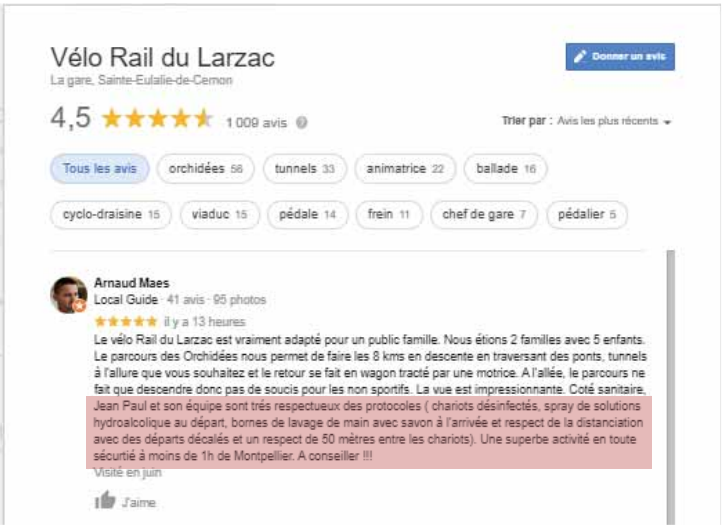
Possibilité d'ajouter des photos et vidéos en tant qu'internaute….

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Focus : Google MY Business !



Conseil : Insister sur les avis avec des mentions « sanitaire » ou répondez en mettant en évidence vos protocoles

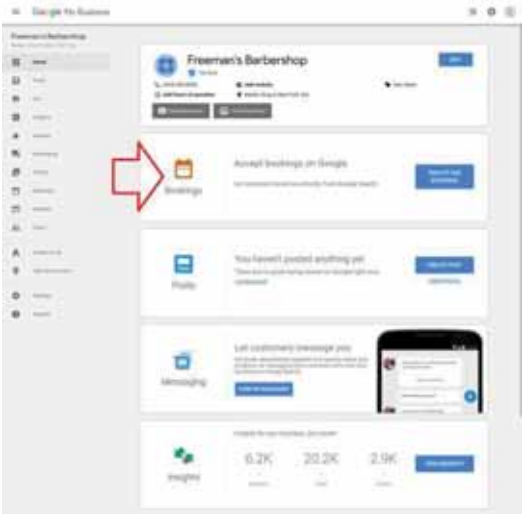


© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Reserve with Google

id-rezo

Un bouton réserver sur Google sur les fiches Google My Business accessibles dans les résultats de recherche Google et de Google Maps.



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

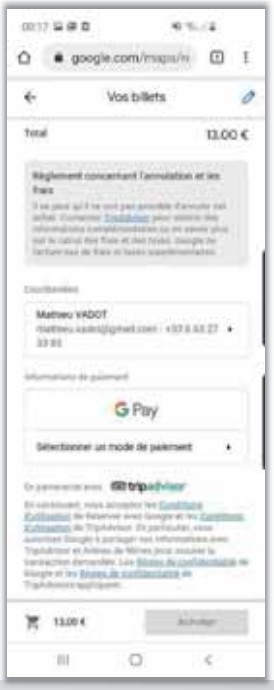
Focus sur « **Réserver** avec Google »

Reserve with Google

id-rezo

Google permet la vente en direct pour les activités, sites de visite, restaurants et commerces.

La porte ouverte aux OTA, potentiellement…



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Reserve with Google

id-rezo

Conditions (pour le moment, à vérifier) :

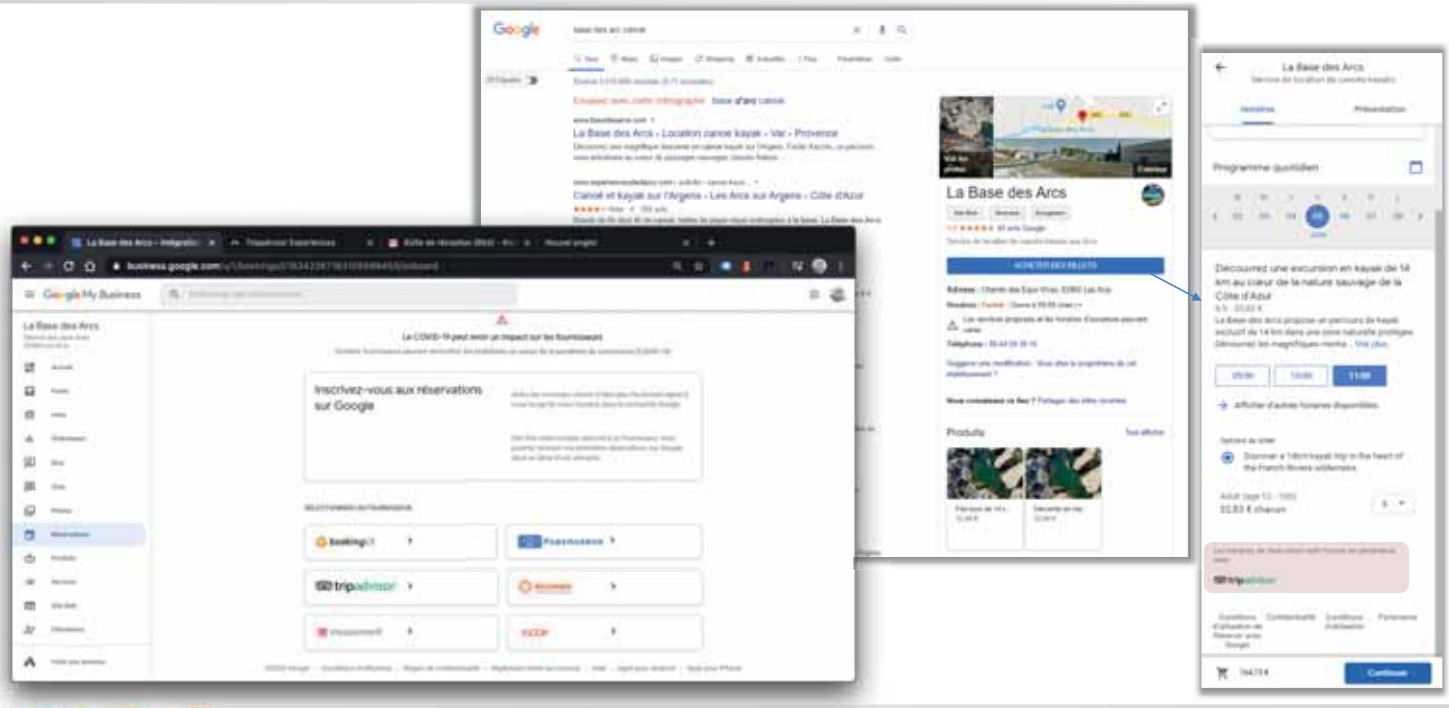
- Avoir la fonctionnalité « Réserver » dans son back-office Google My Business.
- Avoir un système de réservation compatible ou connecter un distributeur compatible (voir liste).
- Pas de commission ou de frais fixes par ticket vendu, pris par Google.

Partenaires permettant d'utiliser la fonctionnalité « réserver avec Google»

© Copyright Marketing & Tourisme - id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Focus sur « Réserver avec Google »

id-rezo



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

FONCTIONNEMENT D'UN MOTEUR

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment fonctionne les moteurs de recherche ?

Crawling des pages trouvées → **Analyse de l'index** →

Création dans l'index

Mise à jour de l'index

Base de données de GOOGLE

Requête d'un internaute

Affichage des résultats

Analyse des mots demandés
Le moteur recherche dans sa base tous les résultats (pages) pour chacun des mots-clés.

→

Ranking - classement
Le moteur va classer ses résultats du plus au moins pertinent
Environ 200 critères analysés par page

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

A retenir

id-rezo

On ne référence pas un site web,

on référence des pages web !

Le bon travail de référencement passe par

un travail spécifique

sur chacune des pages

que l'on souhaite optimiser

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

A retenir

id-rezo

La différence entre

REFERENCEMENT et **POSITIONNEMENT**

REFERENCEMENT
d'une page web

- Le moteur de recherche « connait » une page
- Il la répertorie
- Il l'indexe
- Il la connait
- Il l'a en mémoire…

POSITIONNEMENT
d'une page web

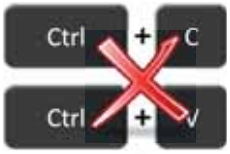
- Le moteur de recherche « aime » une page
- Il la fait remonter « haut » dans les résultats de recherche sur certaines expressions

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Evitez le copier-coller !

Pas adapté, pas beau et surtout pas SEO…

Plaquette ou site concurrent



Un simple « copier coller »…

Site web

… ne plaît pas à Google…

…est du plagiat !

… ni à l'utilisateur !

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

OPTIMISER SON RÉFÉRENCEMENT

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Optimiser le référencement naturel de ses pages « offres et produits »

id-rezo

Trois types de critères de pertinence pour les moteurs

Critères « on page »

- Titre des pages,
- Contenus textuels,
- Titres de paragraphes,
- Expressions ciblées sur une page,
- balises des images,
- balises des liens, etc...

Le contenu est ROI

Critères « off page »

- Backlinks : intitulés des liens pointant vers les pages, format de ces liens, sites d'origine, contexte des liens...

Soyez populaire

Critères « on site »

- URL
- Age du site,
- nom de domaine,
- Qualité de l'hébergement
- Rapidité d'accès aux pages
- etc…

Soyez « pro »

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Priorité #1 : Adapter au mobile et vitesse de chargement

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Les comportements de recherche de produits et services

Le requêtes de recherche se font majoritairement avec le mobile

30 à 90 % de l'accès aux sites internet
le sont via les mobiles ou les tablettes

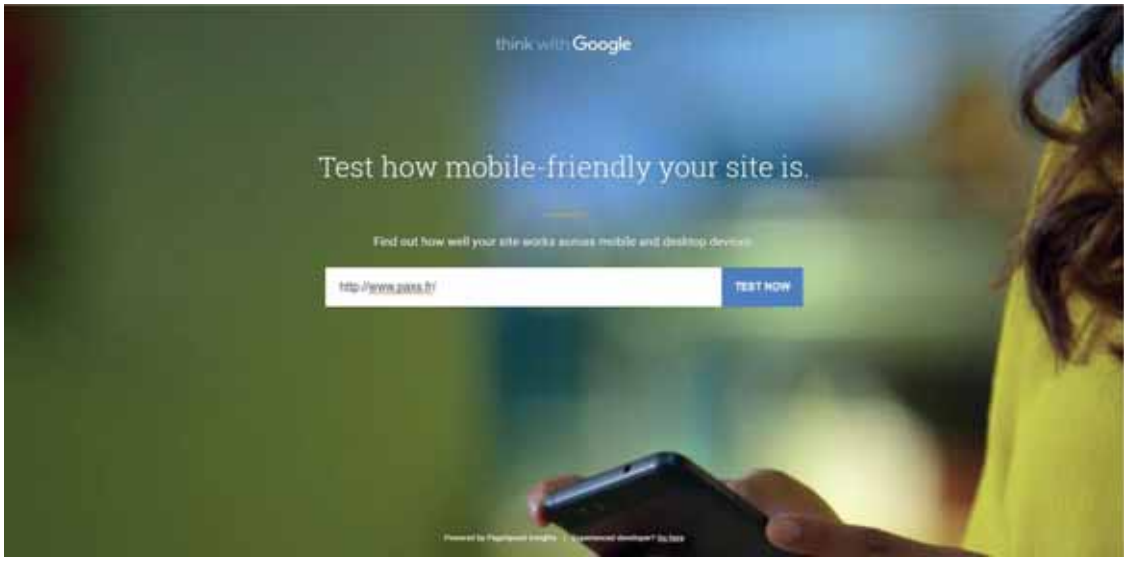
vs +

Un usage simultané

55% des transactions impliquent au moins 2 appareils ou plus

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Faites le TEST : Etes-vous « MOBILE FRIENDLY »
Google vous donne quelques clés :
https://testmysite.thinkwithgoogle.com/

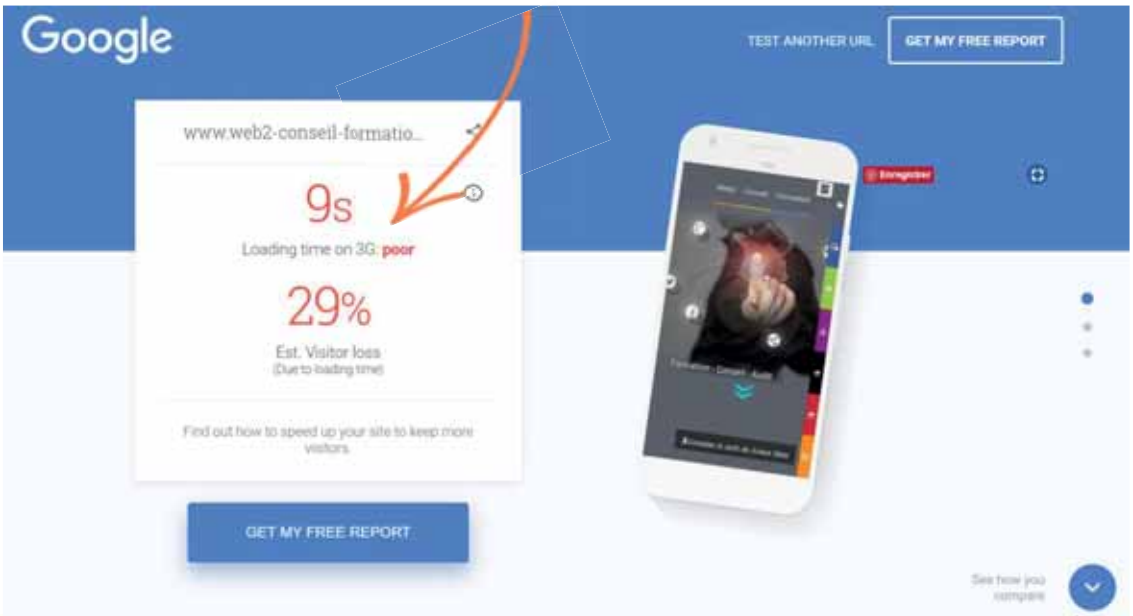


© Copy right id-rezo - Tous droits de reproduction réservé 2019

Faites le TEST : Etes-vous « MOBILE FRIENDLY »

https://testmysite.thinkwithgoogle.com/

Et voilà le résultat !

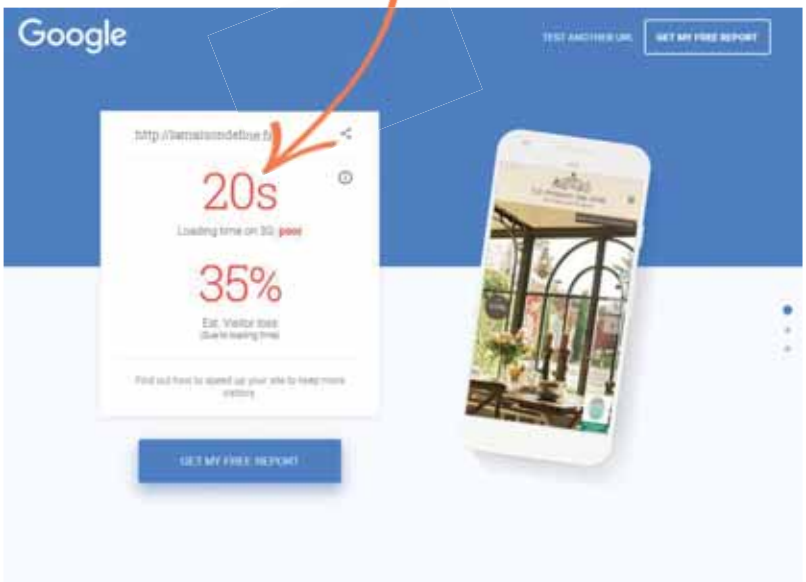


© Copy right id-rezo - Tous droits de reproduction réservé 2019

Faites le TEST : Etes-vous « MOBILE FRIENDLY »

https://testmysite.thinkwithgoogle.com/

Et voilà le résultat !



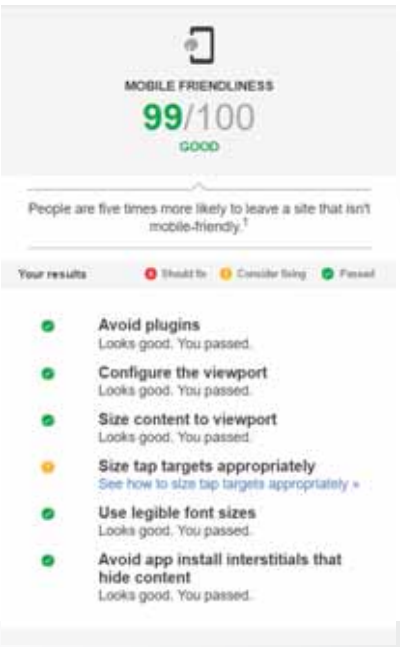
© Copy right id-rezo - Tous droits de reproduction réservé 2019

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Faites le TEST : Etes-vous « MOBILE FRIENDLY »

https://testmysite.thinkwithgoogle.com/

Vous recevez même un rapport sur votre mail



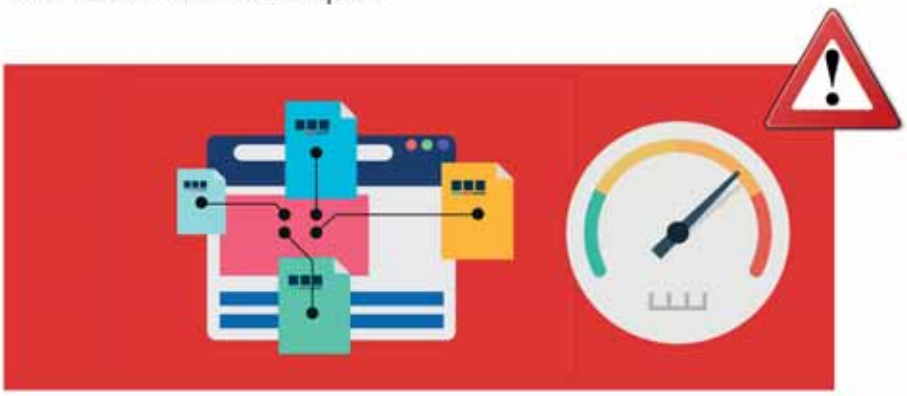
id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Priorité #2 : Passer votre site au contrôle technique

id-rezo

La partie invisible mais visible par Google

Passer votre site au contrôle technique !



Priorité #3 : Passer votre site au contrôle technique

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Outil utile….

id-rezo

woorank

Analyses de site web

http://www.woorank.com/ est un outil gratuit (version de base) et assez précis aux dires des spécialistes du référencement.

Il vous attribue une note en fonction de l'évaluation de nombreux critères.

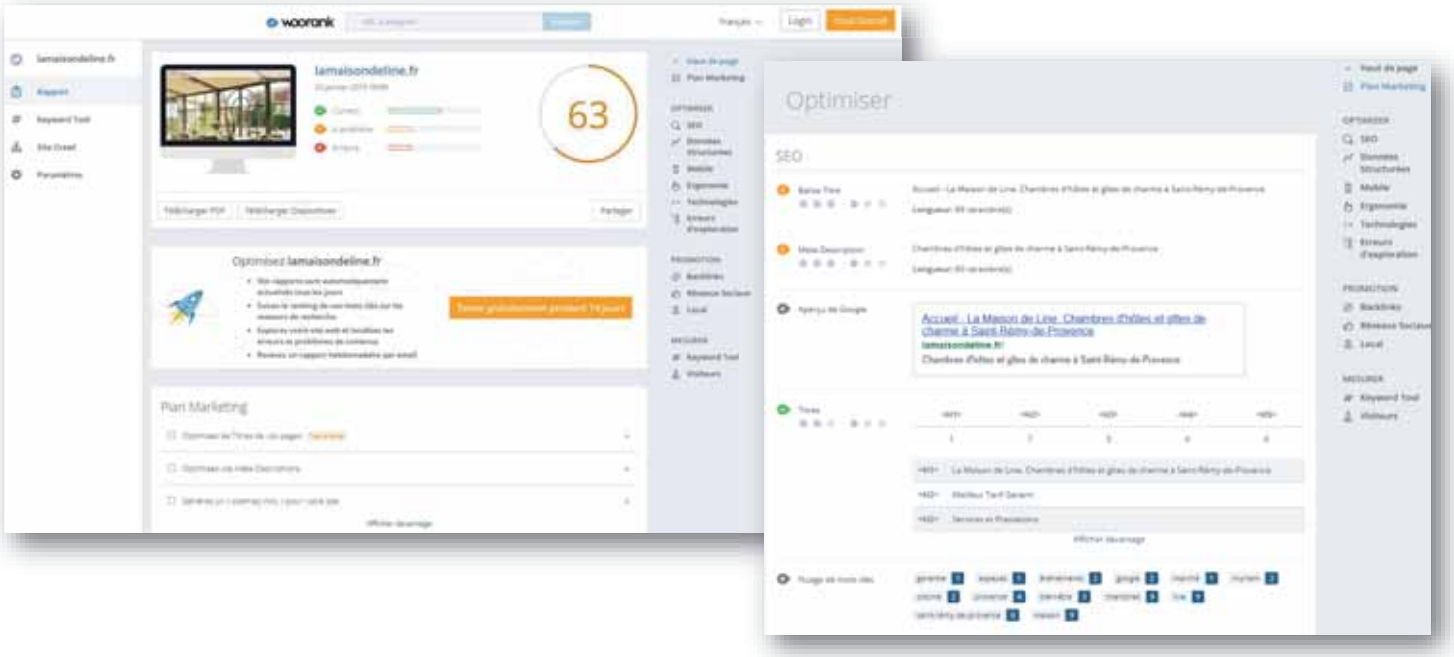
Et surtout vous permet de voir quels sont vos point forts et vos points faibles sur les principaux leviers d'amélioration de votre référencement.

NB: ce n'est pas exhaustif, mais c'est déjà vraiment pas mal.

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

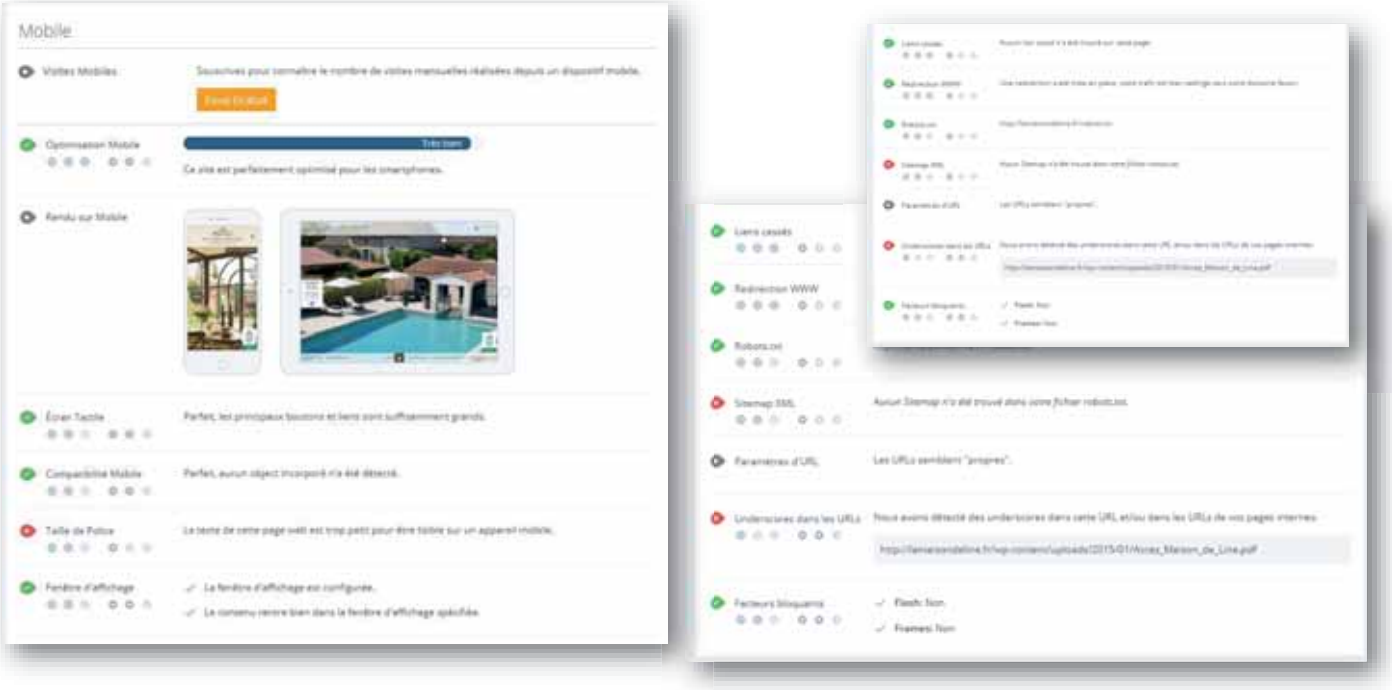
Exemple d'audit….

id-rezo



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

id-rezo



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Analyser votre site et les stratégies de référencement de vos concurrents

https://www.similarweb.com/fr

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Autres outils pratiques….

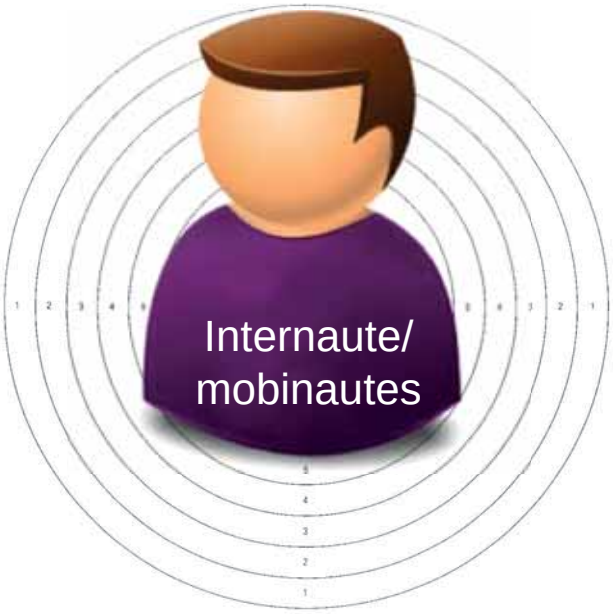
https://www.semrush.com

https://ahrefs.com/fr/

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Priorité #3 : Prendre en compte l'internaute et ses préoccupations….. sanitaires

L'individu au centre



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

L'enjeu….

Etre référencé

Etre lu

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Coté internaute

Comportement de lecture observé…

- **Temps** moyen passé **sur un site = 2 minutes**
- **Sur une page** = **30 à 60 secondes**
- Les **titres 5 fois plus lus** que les textes
- Les **chapeaux**, s'ils existent : **95% de lecture**
- **Pour 80%** : la lecture du **chapeau suffit!!!**

- **16%** des internautes **lisent mot à mot**
- **On lit** de façon **saccadée** : bondit de mots (ou groupe de mots) à l'autre (on zappe les mots « vides ») = 200 à 400 mots par minutes
- **L'internaute lit** en moyenne **20 à 28% des mots** sur une page
- Les **2 premiers mots** d'une liste, un titre, un paragraphe **déclenchent** (ou pas) la suite de la lecture

- Les **encadrés, chronologie, puces, rappel**, etc… **stimulent l'envie de lire**

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Avoir un positionnement marketing affirmé

Le positionnement Marketing

Raisonner client!!!

Marketing de la demande :

Qui est ma clientèle ?
Que demande-elle?
De quels services a-t-elle besoin ?
Quels sont ses préoccupations sanitaires ?
Quels sont mes avantages concurrentiels ?

A revoir : Webinaire avec Véronique Vidal

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comportements et attentes…

id-rezo

4

Raisonnez Clientèle locale

Si les profils de ces clientèles sont variés, leurs comportements et leurs attentes sont également pluriels :

Les familles en quête de ressourcement entre soi, moments différents et privilégiés

Des enfants seuls en colonies de vacances ou centres aérés, des courts ou longs séjours…

Des groupes de jeunes adultes en recherche de fun / de sensations ensemble, d'activités sportives à sensations

De la découverte active de territoires pour les plus âgés, de la recherche de nature et de culture à la fois

Comportements et attentes…

id-rezo

Raisonnez Clientèle locale

Le bien être, le mieux être, le sensoriel

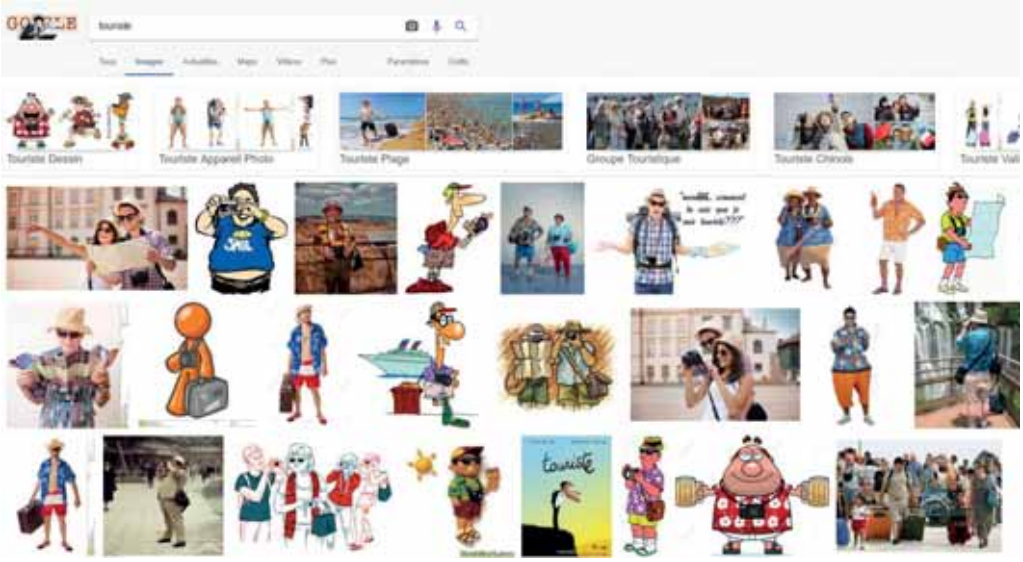
Les sensations fortes

L'accessibilité, la sécurité sanitaire

Le challenge personnel : physique et psychique

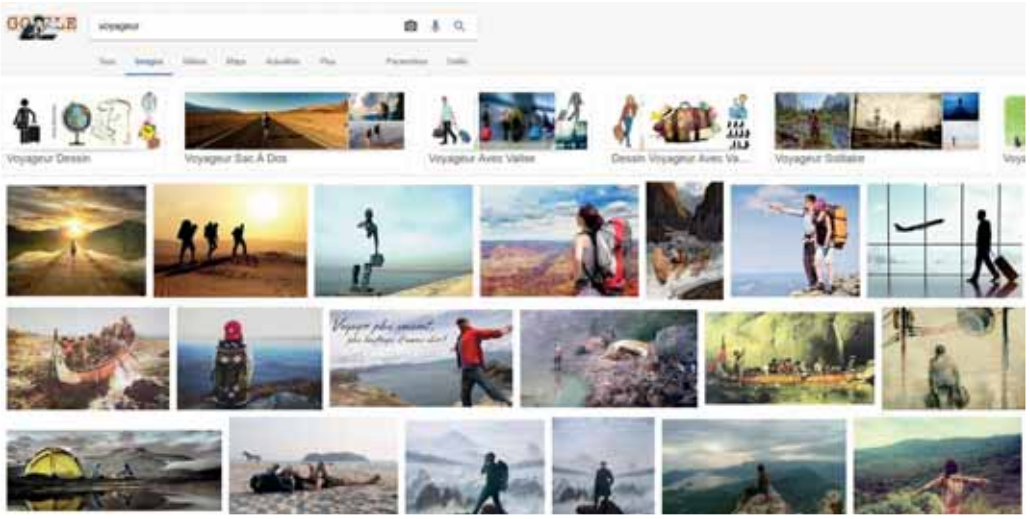
Voir le Webinaires de Mathieu Vadot en Replay

Ex. Taper « touriste » sur Google Image



© Copyright id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Et…. Si on écrivait pour eux …



© Copyright id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Soignez vos mises en scène

https://www.tourisme-saint-cyprien.com

© Copy right id-rezo - Tous droits de reproduction réservé 2019

Soignez vos mises en scène

De la mise en scène - De l'humain...

© Copy right id-rezo - Tous droits de reproduction réservé 2019

Soignez vos mises en scène

http://www.luz.org/fr/

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Soignez vos mises en scène

De la mise en scène - De l'humain...

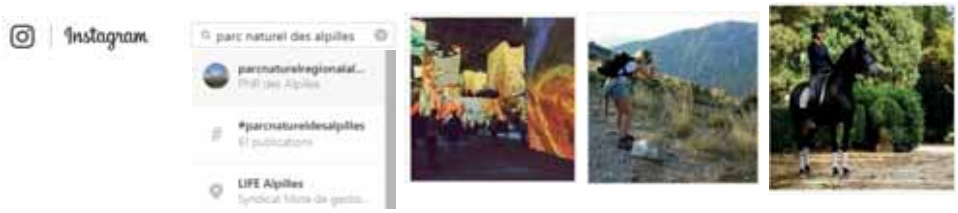
© Copy right id-rezo - Tous droits de reproduction réservé 2019

Le codes bougent

Du Faux

Du vrai

Le « vrai » existe sur les réseaux sociaux, il faut l'encourager, le valoriser !



Vive l'authentique, l'émotion vraie

© Copy right id-rezo - Tous droits de reproduction réservé 2019

Comment réécrire ses offres sous l'angle du référencement naturel ?

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement

id-rezo
l'expertise e-tourisme

Adapter vos contenus aux besoins d'espace, de nature, de liberté

Enrichir la présentation de son offre et valoriser son environnement :

- ✓ Choix des images.
- ✓ Balades « nature » au départ de l'établissement.
- ✓ Spots naturels à découvrir absolument à proximité.
- ✓ Spots de pique-nique (+ mise à disposition d'équipement)
- ✓ Bénéfice de l'usage des espaces « privatifs » à disposition (sur demande).
- ✓ Communiquer sur la densité de population au km² ?
- ✓ Expériences à vivre chez vous ou juste à côté
- ✓ …

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement

id-rezo
l'expertise e-tourisme

https://www.tourisme-couserans-pyrenees.com/index.html

© Copyright id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement

id-rezo

En répondant aux besoins « post confinement » :

Avec une réflexion sur les mots clefs que l'internaute peut taper dans sa recherche

Champs lexical et sémantique de la nature, retour au source ….

Et faire le lien avec son offre…

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement

id-rezo

Répondre aux besoins « post confinement » :

Avec une réflexion sur les mots clefs que l'internaute peut taper dans sa recherche

Champs lexical et sémantique du partage, ensemble, en tribu, famille….

Et faire le lien avec son offre…

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement

id-rezo

Répondre aux besoins « post confinement » :

Avec une réflexion sur les mots clefs que l'internaute peut taper dans sa recherche

Champs lexical et sémantique du partage, de vivre ensemble, des retrouvailles…

Et faire le lien avec son offre…

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement

id-rezo

Répondre aux besoins « post confinement » :

Avec une réflexion sur les mots clefs que l'internaute peut taper dans sa recherche

Champs lexical et sémantique de la relation à l'humain et à soi et ses proches …. …

Et faire le lien avec son offre…

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement

id-rezo
l'expertise e-tourisme

Répondre aux besoins « post confinement » :

Avec une réflexion sur les mots clefs que l'internaute peut taper dans sa recherche

Champs lexical et sémantique du digital Detox pour se déconnecter et se reconnecter…. …. …

© Copyright id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement

id-rezo
l'expertise e-tourisme

Répondre aux besoins « post confinement » :

Avec une réflexion sur les mots clefs que l'internaute peut taper dans sa recherche

Contenu à valeur ajoutée : créer des nouvelles rubriques « ensemble »

© Copyright id-rezo - Tous droits de reproduction réservés 2020

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement

id-rezo

Pratique sportive à proximité

[Exemple de page à créer : Back to basic en VTT]

- **Parce que juste à coté de chez vous, vous croyez connaître par cœur le massif du XXX … et que je vais vous prouver l'inverse**
- **Parce qu'il y a tout à côté des boucles VTT impossible à faire en une journée**
- **Parce que vous avez besoin de vous retrouver entre potes et passionné.e.s de VTT et de nature**
- **Parce qu'organiser son bivouac et dormir avec son VTT est une expérience à vivre**
- **Parce que je m'occupe de tout**
- **…**

Avec une réflexion sur les mots clefs que l'internaute peut taper dans sa recherche

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement

id-rezo

Produire du contenu web qui réponde au « quoi faire à destination ? »

- Les «incontournables »
  - Valent-ils vraiment le coup ? (cf. avis + tarifs)
  - Faut-il réserver avant en ligne ?
  - Ou trouver le meilleur prix ? Tarifs enfants ?
  - Est-ce que les enfants ne vont pas s'ennuyer ? …
- L'agenda du moment
  - Que se passe-t-il pendant mon séjour ?
  - Y a-t-il des animations gratuites ? Des concerts ?
  - Y a-t-il des événements adaptés aux enfants ? …
- Les balades, les randos, …
- La situation géographique des activités potentielles…
  - Quelles sont les balades sympas à proximité ?
  - Quel programme de visite demain ?
  - Quel itinéraire pour le programme de demain ?
  - Que fait-on en premier ? Y a-t-il des choses à faire, à voir, à proximité, adaptées aux enfants ? …
- Les bons plans
- Les recommandations
- Les astuces
  - Quelles activités gratuites sympas à faire en famille ?
  - Quel est le meilleur bar à tapas du coin ?
  - Où acheter de vrais bons produits locaux pas cher ?
  - Y a-t-il des parkings gratuits à xxx ? Peut-on venir à xxx depuis xxx en transport en commun ?
  - Est-il préférable de louer des vélos ? Est-ce bien sécurisé pour les enfants ? …
- La réservation d'activités
  - Peut-on gagner du temps en réservant en ligne ?
  - Y a-t-il toujours de la place demain ?
  - Y a-t-il des tarifs promo ? Famille ? …

Avant → Pendant

[enjeux]

Produire le contenu éditorial qui répond aux problématiques des visiteurs en séjour

Optimiser le référencement de ce contenu au regard des requêtes des visiteurs

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement

id-rezo

Sélectionner les expériences à vivre chez vous/sur votre destination et écrire en pensant au problématique de recherche sur les moteurs de recherche !

https://www.chilowe.com/
https://www.audetourisme.com/fr/experiences/

https://www.reunion.fr/nos-experiences
https://www.avoriaz-aventures.com/micro-aventures

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Ré-écrire ses offres sous l'angle de référencement et de l'expérience

id-rezo

Prenez le temps de réfléchir à votre stratégie de contenu et à vos mots clefs !

Répondre aux besoins de vos cibles en « déconfinement »

Quels comportements et usages en matière de tourisme dans le contexte actuel ?

Quels besoins/attentes en termes de services ?

Quelles attentes en termes d'expériences ?

Prendre en compte les contraintes sanitaires et préoccupations de vos cibles

Quels éléments de rassurance apporter sur les mesures sanitaires prises, sur les conditions de réservation ?
…

Projeter mon offre et mes services dans le contexte actuel

Quels sont mes atouts dans le contexte actuel ?

Quelles adaptation/évolution de mon offre dans le contexte actuel ?

Sous quels angles puis-je valoriser mon offre et ses adaptations ?

S'adapter à l'actualité

Quels sont les évènements à venir ?

Quelles opportunités de communication m'offre l'actualité ?
…

Voir le Webinaires de Mathieu Vadot en Replay

Site web
Dois-je produire un contenu, une page dédiée pour ce message ?

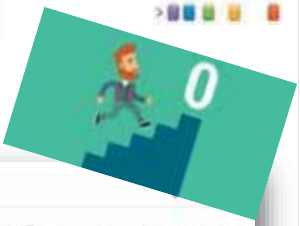
Sites de partenaires
Quelles mises à jours des information sur les sites partenaires ?
Quels sites pour relayer mon message, mon offre ?

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Trouver les opportunités & rendre populaire ses contenus…

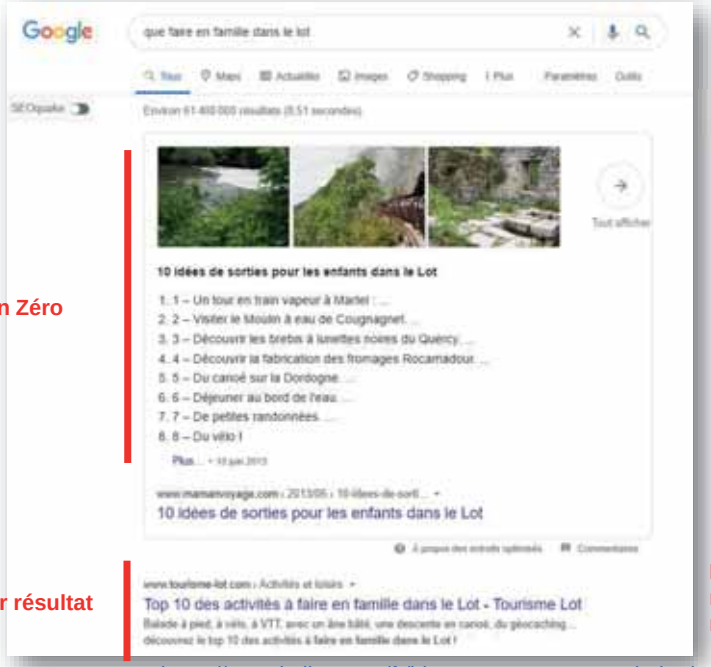
id-rezo

Atteindre la position « 0 »



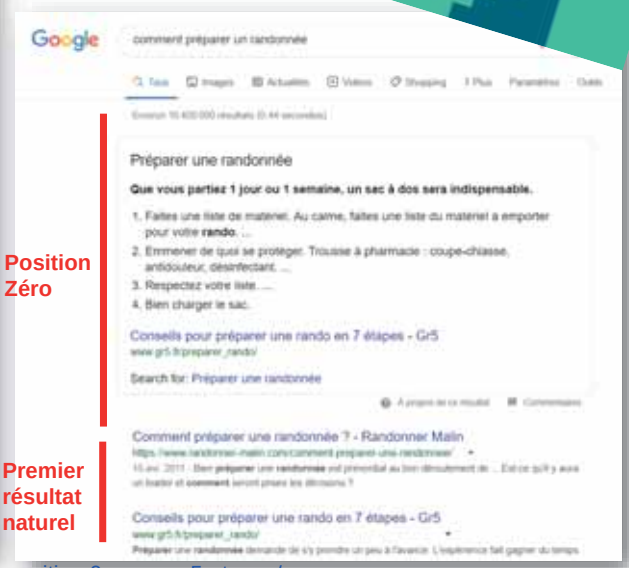
Position Zéro

Premier résultat naturel



Position Zéro

Premier résultat naturel



https://www.kaliop.com/fr/blog-seo-comment-atteindre-la-position-0-zero-en-5-etapes/

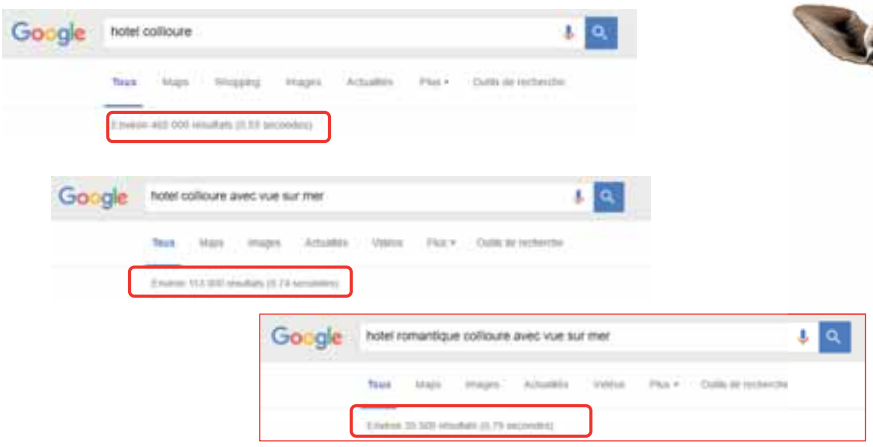
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Choisir efficacement ses expressions stratégiques

id-rezo

Vérifier le potentiel concurrentiel des mots clefs sélectionnés!

1/**Choisissez des mots clés stratégiques.**
> Vérifiez le potentiel concurrentiel pour sélectionner votre mot clé.
« Combien de sites concurrents sortent avec ces mots clefs là ? »



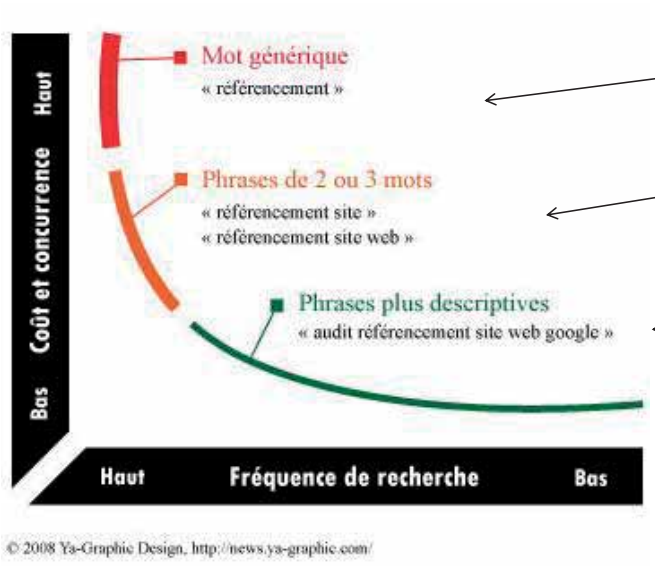
Prenons de la hauteur, puis optimisons …

Et placer les mots clés des requêtes sur lesquelles vous souhaitez être positionné dans le titre de votre page de site web dans vos contenus,…

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Choisir efficacement ses expressions stratégiques

Longue Traîne :



« hotel » : impossible
(550 millions de pages indexées - Google.fr)

« Hotel Provence: Très très difficile
(98 millions de pages indexées - Google.fr)

« Hotel de charme provence vue sur mer » : jouable
(152 000 de pages indexées - Google.fr)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Choisir efficacement ses expressions stratégiques

Attention, le niveau de concurrence sur certains mots clés ou combinaisons de mots clés doivent pondérer vos choix

#Résultats des concurrents dans les moteurs de recherche

#Google Suggest

#Related Searches

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

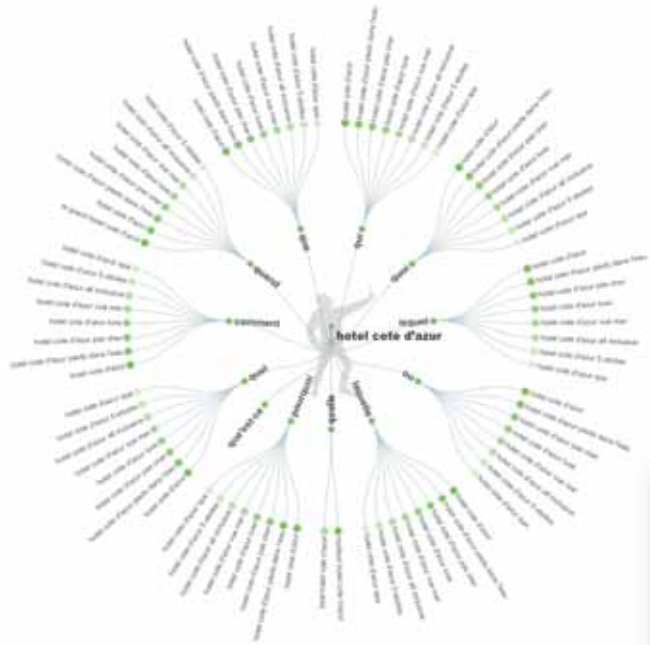
Outil pratique : answerthepublic.com

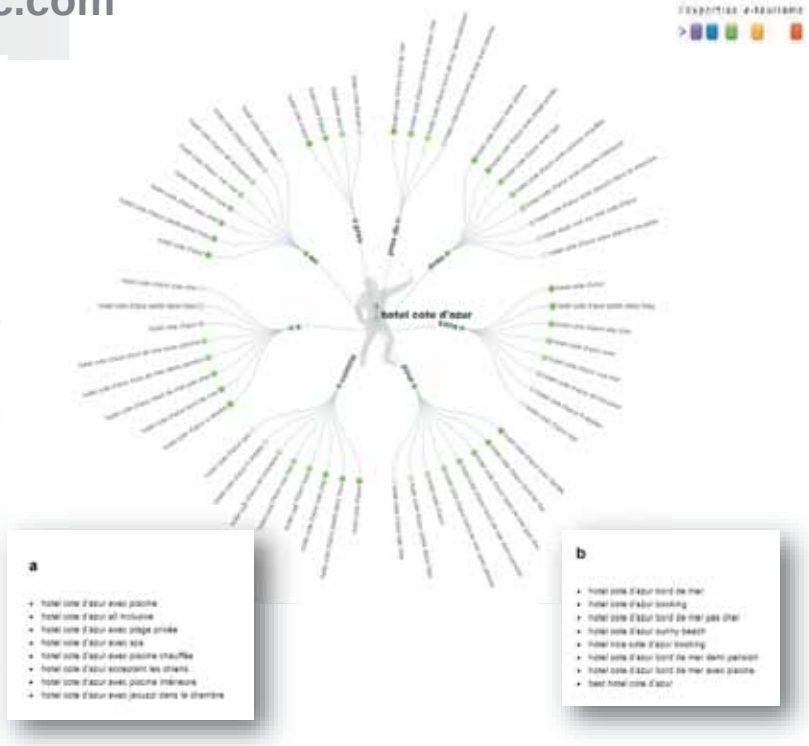
https://answerthepublic.com

Outil capable d'identifier toutes les questions possibles liées à une recherche sur les moteurs de recherche

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

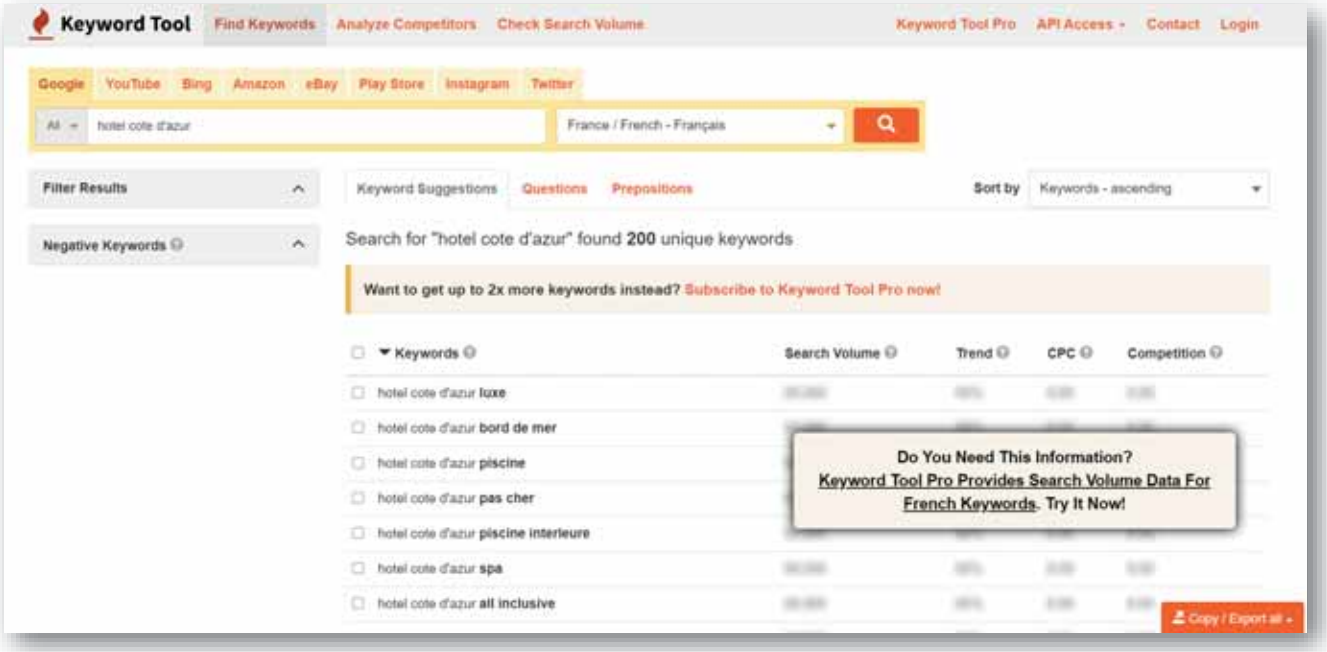
Outil pratique : answerthepublic.com





© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Audit des expressions stratégiques de la thématique



https://keywordtool.io

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Audit des expressions stratégiques des concurrents

https://www.similarweb.com/fr

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Je fais quoi avec ses mots clefs et expressions identifiés ?

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

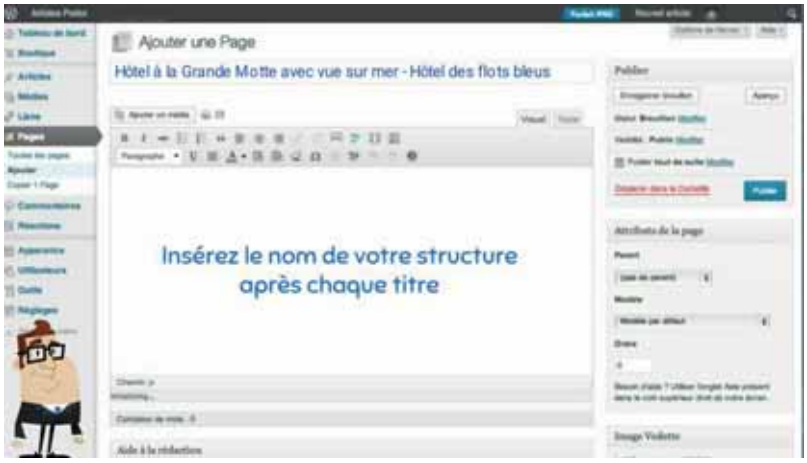
Mettre vos mots et expressions identifiés dans vos pages

Placer les mots clés des requêtes sur lesquelles vous souhaitez être positionné dans <u>le titre de votre page de site web.</u>

> Insérez le nom de votre structure après chaque titre (exemple : « Hotel à la Grande motte avec vue sur mer– Hotel les flots bleus »)

> Détente et Soin personnalisé à l'Espace Zen du Spa - Hotel Terre Blanche en Provence

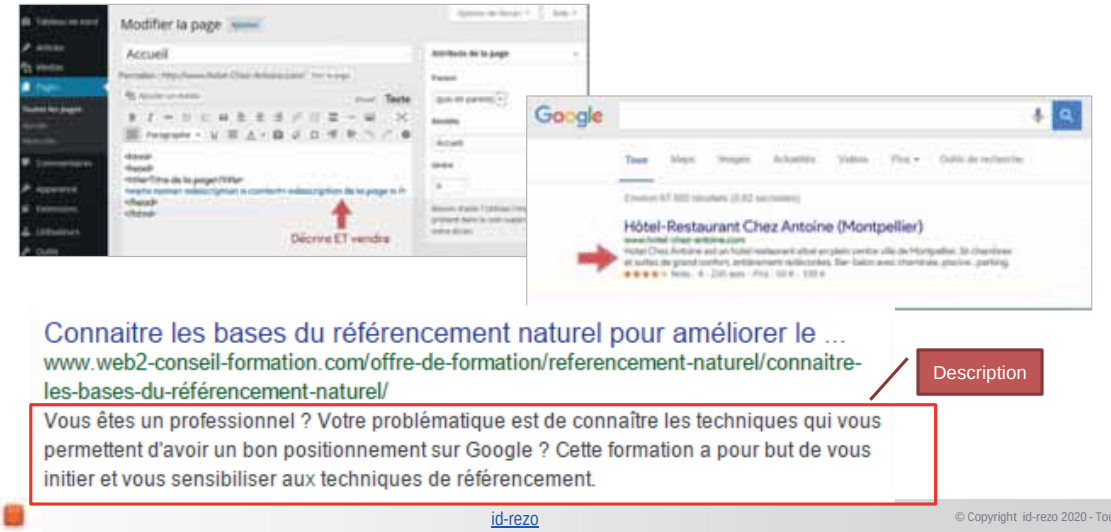
>.....



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Rédiger une méta description cohérente avec votre page

La description ne doit pas seulement décrire une page web, elle doit également la « vendre ».
La description de votre page est affichée dans les résultats de recherche, c'est donc elle qui doit inciter l'internaute à cliquer sur votre lien plutôt qu'un autre.



Connaitre les bases du référencement naturel pour améliorer le ...
www.web2-conseil-formation.com/offre-de-formation/referencement-naturel/connaitre-les-bases-du-référencement-naturel/
Vous êtes un professionnel ? Votre problématique est de connaître les techniques qui vous permettent d'avoir un bon positionnement sur Google ? Cette formation a pour but de vous initier et vous sensibiliser aux techniques de référencement.

Description

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Soigner titres et chapô dans vos pages produits

Dans le descriptif produit

- Le chapô
- Le texte

Renseigner les balises de vos images

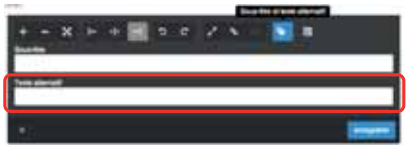
Renseignez les balises “alt” des images insérées sur vos pages

Les images doivent également être optimisées en rajoutant un élément de description dans le code de la page (l’attribut ALT) pour chaque élément graphique de la page.

> Le renseignement des balises “alt” de vos images va aider Google à identifier vos images.
> Les images seront indexées dans le moteur de recherche d’image (très utilisé par les internautes)
> Cette description textuelle doit être en cohérence avec les contenus textuels de la page.

```
<img src="mon_fichier.jpg" alt="le contenu de mon alt"/>
```

```
<img src=« camping_saint_cyprien.jpg" alt="location de
vacances en camping à Antibes"/>
```



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Ecrire un seul titre et un seul sujet par page

Rédiger pour vos lecteurs et non pour les robots des moteurs de recherche.

> Créez du contenu thématique en vérifiant que le contenu de votre page correspond bien au sujet de la page,

> Ecrivez un seul titre et un seul sujet (ou thème) par page.

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Construire vos contenus avec les expressions ciblées

id-rezo

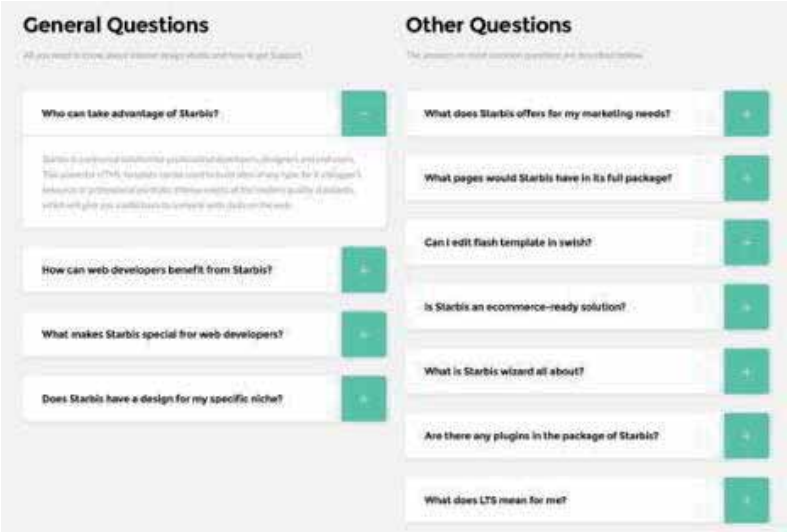
Construire vos « contenus importants » sur votre site web avec les expressions ciblées

[Principe vis-à-vis des mesures sanitaires]

Annonce évidente
sur votre page d'accueil

Page dédiée

FAQ sur les fiches « produit »
« Je touche quoi ? Je croise qui ? Je mange quoi ? » …



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Construire vos contenus avec les expressions ciblées

id-rezo

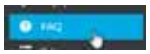
La FAQ

Techniquement, plusieurs possibilités :

Plugin avec une interface d'administration

Plugin avec un simple Short Code
[tg_accordion title="*question ?*" close="1"]*réponse*[/tg_accordion]

FAQ native de son CMS



JIMDO WiX

Plus d'info pour les sites sous Worpress

Pour le contenu :

#1 Identifier les questions que se posent les visiteurs de votre site web

- ✓ Synthèse des contacts email, téléphone, avec ses clients.
- ✓ Discussion avec ses clients.
- ✓ Analyse des questions sur son moteur de recherche interne, analyse des commentaires sur ses réseaux sociaux, analyse des discussions sur les forums pertinents, etc..

#2 Formuler les questions avec les termes qu'ils utilisent.

- ✓ Tester vos questions avec vos proches ou vos bons clients.
- ✓ Utiliser les recherches associées Google ou des outils comme Answeryhepublic Keywordtool.io (YodaInsight ou SEM Rush si vous avez un petit budget) pour vous inspirer.

#3 Structurer les questions et les réponses associées par thème (> plusieurs FAQ)

- ✓ Pensez « **parcours client** » :
  - ✓ Par quelles étapes passent vos clients pour consommer votre offre ?
  - ✓ Quelles sont leurs problématiques ?
  - ✓ Sur quoi ont-ils besoin d'être rassurés ?
  - ✓ À partir de là, comment pouvez organiser les réponses aux questions qu'ils se posent.

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Exemple de Foire aux Questions sur un site web

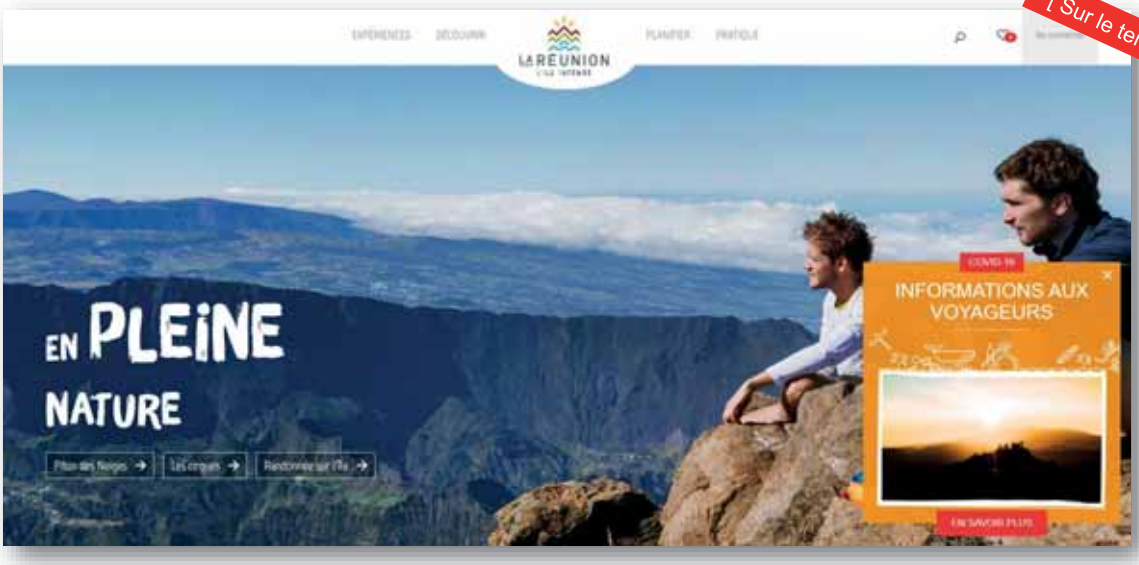
[Sur le terrain]

https://www.terre-blanche.com/fr/pages-landing/faq-covid-19_cpa331_d8c1.htm

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Exemple de Foire aux Questions sur un site web

[Sur le terrain]



Anticiper les questions avec la mise en place de FAQ
Des questions / Réponses

https://www.reunion.fr/

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

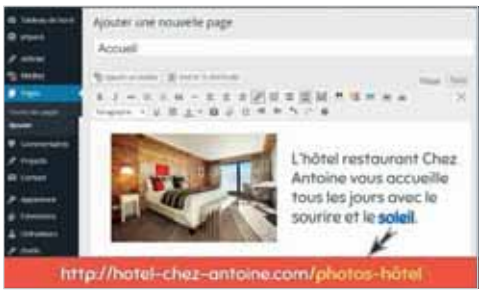
Comment travailler sur le maillage interne de son site web ?

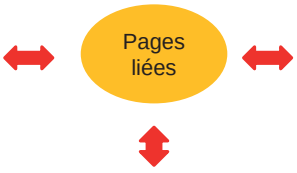
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

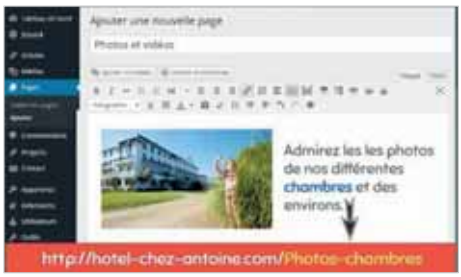
Mailler vos liens internes et externes

Les liens internes reliant vos pages entre elles **sont souvent tout aussi importants que les liens externes.**

> Indiquez précisément dans le lien le type de contenu à découvrir,





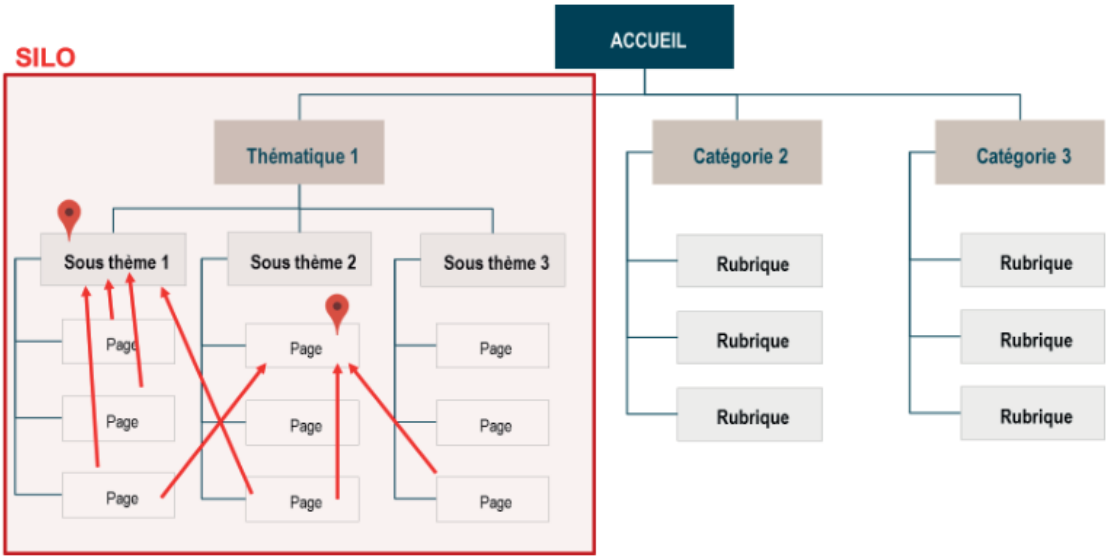


© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Mailler vos liens internes et externe

id-rezo

Maximaliser **les liens internes par thématique** (silo de mots clefs)



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Mailler vos liens internes et externes

id-rezo

Maximaliser **les liens externes** pertinents et qualitatifs

Ne rater pas une occasion de créer de bons [backlinks] vers les pages de son site web

- ✓ Il est absolument **indispensable d'avoir un grand nombre de liens pointant vers les pages stratégiques de votre site**.
- ✓ **Utilisez les sites centrés sur des thématiques intéressantes pour vous**
- ✓ Proposez aux propriétaires de sites ciblés d'échanger des liens.
- ✓ Demandez des backlinks ciblés en l'échange de services….
- ✓ Tirez profit des médias sociaux, blog et forums

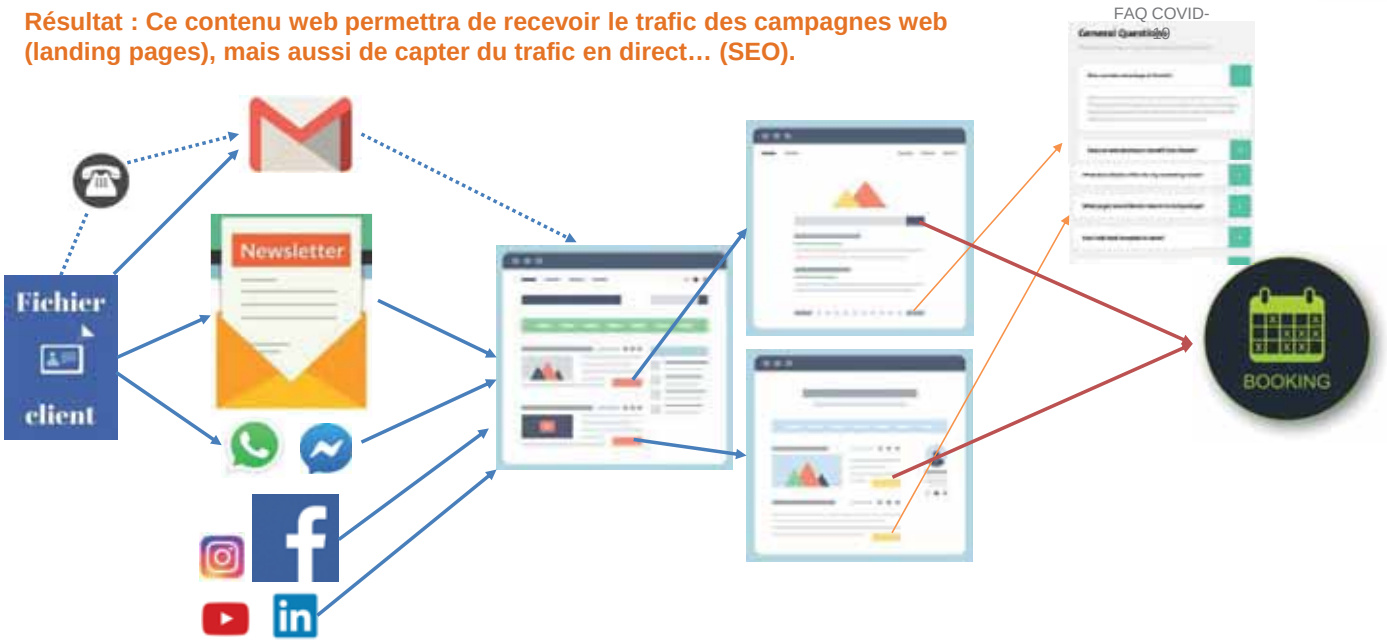
BLOG FORUM YouTube

© Copy right id-rezo - Tous droits de reproduction réservé 2019

Mailler vos liens internes et externe

id-rezo

Résultat : Ce contenu web permettra de recevoir le trafic des campagnes web (landing pages), mais aussi de capter du trafic en direct… (SEO).



Exemple de liens externes pertinents

id-rezo

Via vos sites de destination

Offices de Tourisme

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

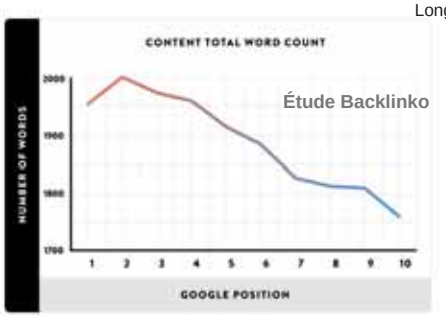
Un contenu texte riche, pertinent et unique

id-rezo

Le contenu est ROI

Il ne faut jamais perdre de vue que le plus important dans votre page web reste le contenu. Les moteurs de recherche doivent y trouver les mots clés, mais le **contenu doit aussi être lisible** et **donner l'envie aux internautes de revenir sur votre site Internet.**

Le SEO est là pour mettre en avant votre contenu et le valoriser dans les moteurs de recherche et non l'inverse. Un minimum de **300 mots est recommandé pour une page web.**



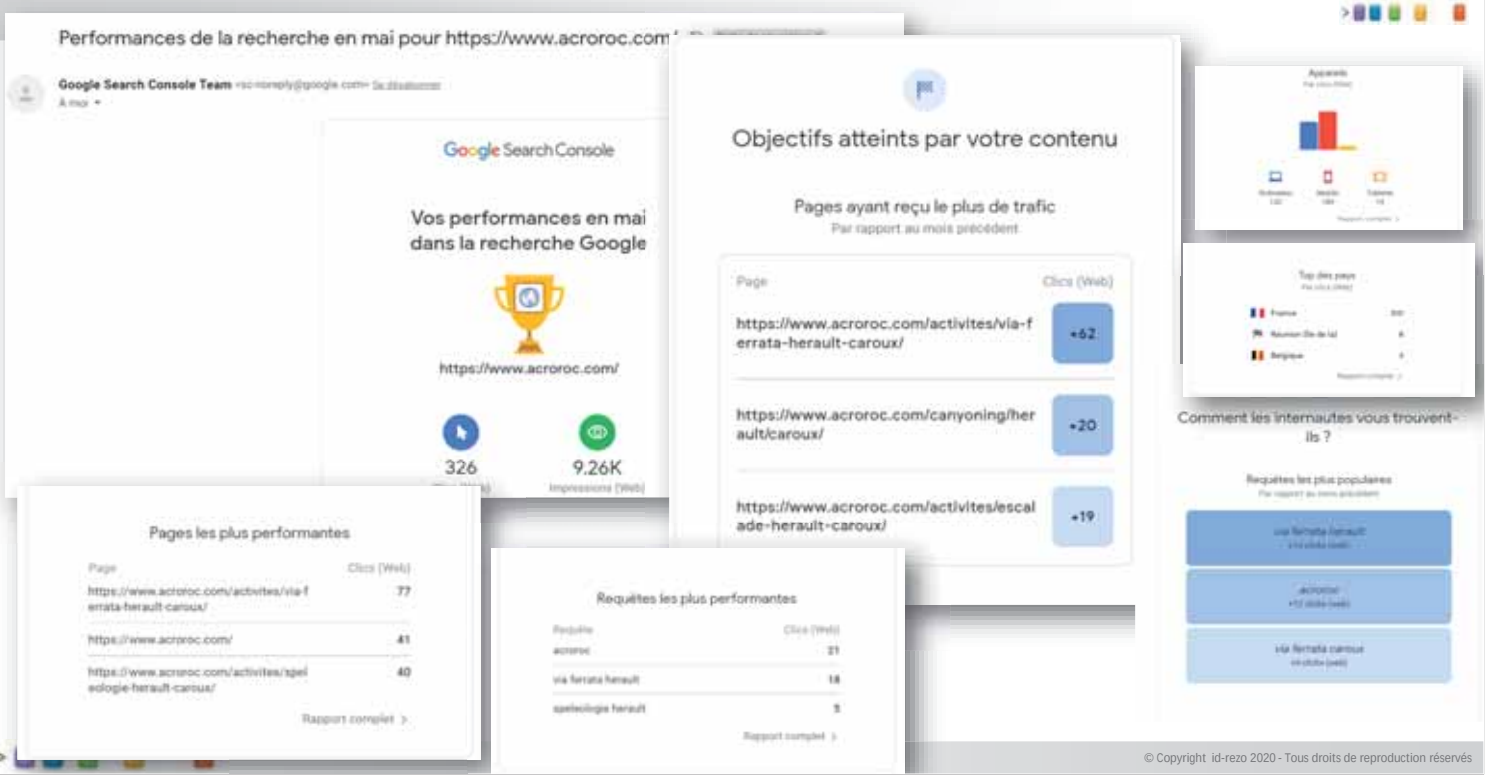
Longueur de contenu

Etude SEMRUSH
Sur les facteurs de positionnement sur Google en SEO

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Penser à analyser vos résultats

id-rezo



© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

4 JUIN 2020 – 14H00

COMMENT TIRER PROFIT DU RÉFÉRENCEMENT NATUREL POUR COMMUNIQUER SUR SES OFFRES ET SES SERVICES ?

Merci de votre attention !

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés