

# Le P4 LachouetteAgence



DocumentLightHouse.pdf

2 MB

Les mots-clés d'intention indiquent un désir de passer à l'action. Ces mots-clés vous rapporteront donc des prospects qualifiés. Les mots-clés de longue traîne sont souvent des sujets d'interrogation pour le visiteur, et indicatifs eux aussi d'un intérêt fort.

**Title & Description** : ces balises indiquent aux moteurs de recherche de quoi traite la page. Elles sont aussi affichées dans les résultats. Elles doivent donc non seulement **contenir le mot-clé** visé, mais aussi **donner envie** au visiteur de cliquer pour lire votre page.

**Robots** : vérifiez que le contenu de cette balise est bien en "index, follow". Cela indique aux moteurs de recherche qu'ils doivent **indexer la page** (index) et **suivre les liens** présents sur celle-ci (follow).

- Vérifiez qu'il n'y a qu'**un et un seul h1** sur la page, et qu'il contient le mot-clé ;
- Vérifiez que le contenu est segmenté en plusieurs **sous-parties par des h2** et qu'ils contiennent soit le mot-clé, soit un synonyme proche.

Vérifiez également que toutes les images contiennent **des balises "alt"** pour les non voyants et aussi en cas de problème de chargement

Visez grand **minimum 400 mots** pour les pages de votre site (lorsque c'est cohérent) et 600 mots pour vos articles de blog, vos pages d'expertise ou d'actualités.

Commencez par vérifier si les comptes de réseaux sociaux ont bien été créés et liés au site Internet. Si des liens ont déjà été constitués de cette façon, vous pouvez en déduire qu'un effort de partage et de distribution du site a déjà été fait. Sinon vous saurez que vous devrez y consacrer un peu de temps !

- Vérifiez qu'il n'y a **pas de problèmes conséquents** ;
- Faites le tour des principaux points de la check-list de votre **audit On Page rapide** du site ;
- Surveillez que le **trafic évolue** dans le bon sens ;
- Analysez les **liens** existants.

Les balises meta title et description ont une taille maximum :

- Title : 70 caractères ;
- Description : Google affiche entre 132 et 160 caractères. Il est conseillé d'**en écrire un peu plus**, pour que Google ait le choix de ce qu'il souhaite afficher.
- 

Ne négligez pas l'importance du linking interne ! En effet, le fait de lier les pages similaires entre elles permettra à Google de comprendre que vous traitez du sujet **en détail**, ce qui améliorera la cohérence de votre site.

## Roadmap SEO

	Semaine 01					Semaine 02					Semaine 03				
	Jour 01	Jour 02	Jour 03	Jour 04	Jour 05	Jour 06	Jour 07	Jour 08	Jour 09	Jour 10	Jour 11	Jour 12	Jour 13	Jour 14	Jour 15
Audit préalable															
Recherche de mots clés															
Optimisations et création de contenu															
Recherche de liens et de partenaires															
Mise en place de reporting															

## Types de mots clés

- ① de marque
- ② généralistes
- ③ d'information
- ④ d'intention
- ⑤ locaux

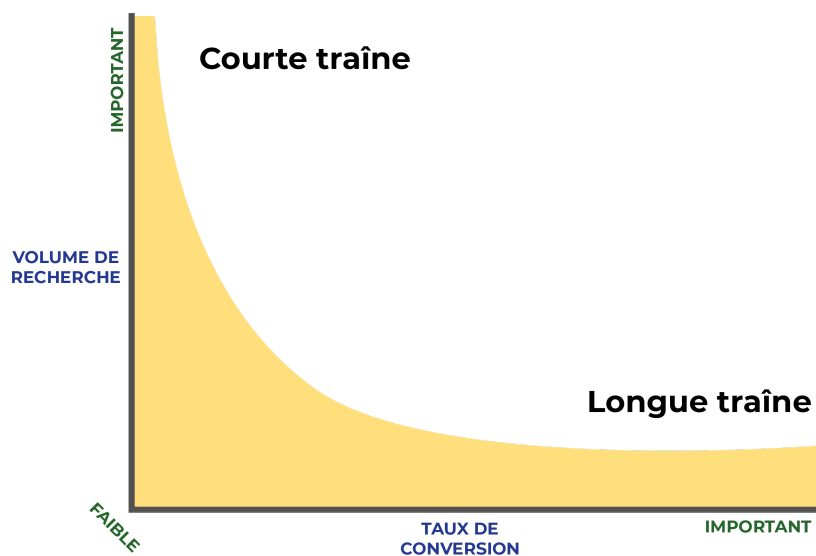
## Localisez votre site

- ① Google My Business
- ② Pages locales
- ③ Citations
- ④ Avis

## Optimiser un contenu

- Meta-titles et descriptions
- Structuration correcte
- Champ sémantique
- Pas de suroptimisation
- Un sens pour les visiteurs

- Trouvez vos mots-clés de base et regroupez-les en thèmes ;
- Décuplez vos idées de mots-clés ;
- Étudiez votre concurrence ;
- Analysez vos résultats ;
- Trouvez des opportunités.



- 2 **outils sont indispensables** à installer sur tout site web :
  - **Google Analytics** permet de tout savoir sur vos visiteurs ;
  - **Google Search Console** permet de suivre l'évolution de vos positions et de vos mots-clés dans les résultats de recherche Google.
- N'oubliez pas d'effectuer les **paramétrages de base** de ces outils.

*Vous êtes désormais équipé avec des outils professionnels, vous pouvez commencer votre audit ! Le processus est détaillé dans le chapitre suivant.*

Google Analytics vous donne des données incroyablement riches sur le trafic de votre site Web. Pour tout savoir sur Google Universal Analytics, vous pouvez consulter : [Google Universal Analytics, le guide complet](#).

Google Search Console se concentre sur l'analyse du trafic organique et des problèmes techniques du site. Pour tout savoir sur Google Search Console, vous pouvez consulter : [Google Search Console, le guide complet](#).