

Webinaire • 24 Mars 2020

En 2020, le contenu est toujours roi !

7 tendances SEO pour optimiser votre référencement organique

A photograph of a wooden desk in a dimly lit room. In the foreground, a silver laptop is open, showing its keyboard. To the left of the laptop is a white ceramic mug filled with dark coffee. To the right of the mug is a small, open notebook with a pen resting on it. Further right is a black smartphone. The background is dark and out of focus, showing a window and a brick wall.

Sommaire

- 01. **Ce que vous savez déjà !**
- 02. Google Bert & Google EAT
- 03. Mots clés et longue traîne
- 04. Balises et structure des articles
- 05. Contenus longs et qualitatifs
- 06. Vidéo
- 07. Recherche locale
- 08. Recherche vocale
- 09. Position zéro

Ce que vous savez déjà !

« Content is King »

Continuez de rédiger des contenus

- ★ Temps passé sur Internet a été multiplié par 4 en 10 ans
- ★ Temps d'attention sur le web en chute libre
- ★ 10.000 messages publicitaires par jour

Ce que vous savez déjà !

La démarche inbound marketing appliquée au content marketing



1. Attirez

Soyez visible dans les moteurs de recherche
Publiez des contenus en réponses
aux besoins de votre audience et aux exigences de
Google

2. Convertissez

Ciblez les enjeux de votre audience
Captez l'attention des internautes

3. Transformez

Créez de la valeur
Apportez des solutions aux *pain points*

4. Fidélisez

Tissez du lien avec vos clients
Générez de l'engagement partout

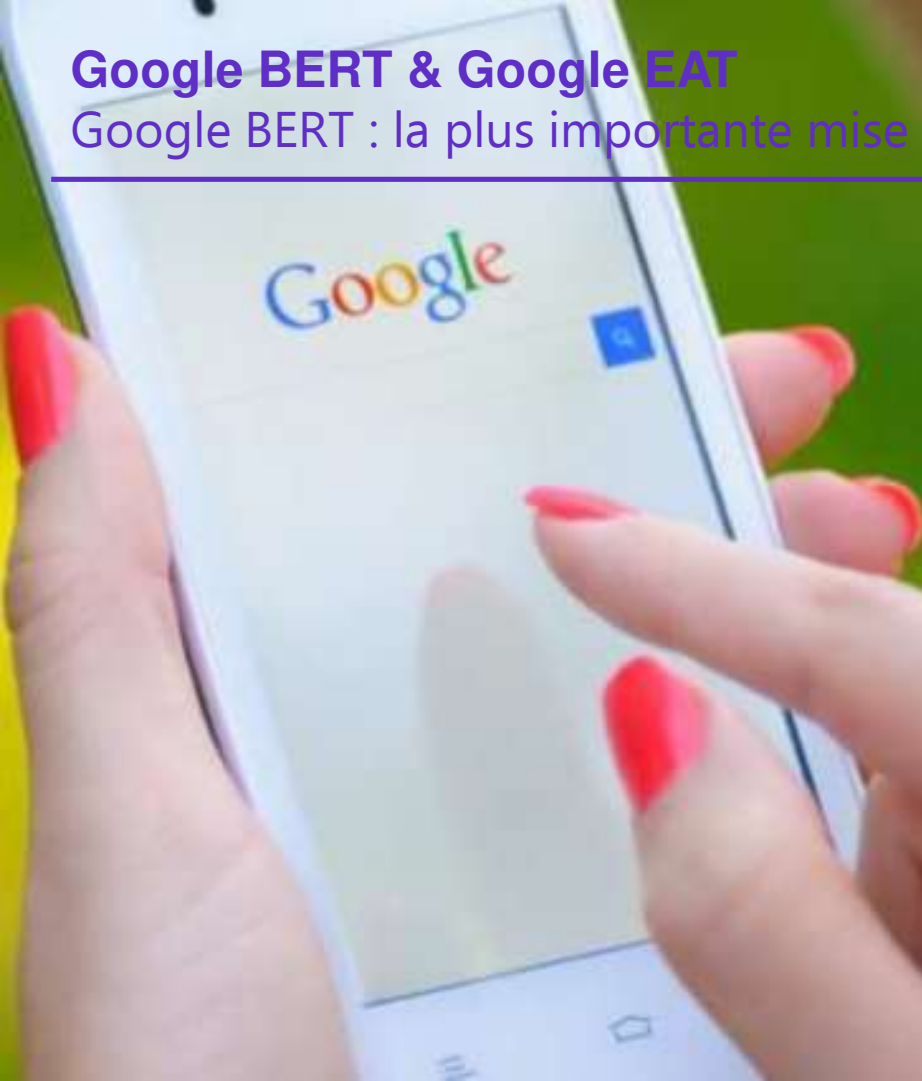
A photograph of a wooden desk in a dimly lit room. In the foreground, a silver laptop is open, showing its keyboard. To the left of the laptop is a white ceramic mug filled with dark coffee. To the right of the mug is a small, open notebook with a pen resting on it. Further to the right is a black smartphone. The background is dark and out of focus, showing a brick wall and a window with light coming through.

Sommaire

- 01. Ce que vous savez déjà !
- 02. Google Bert & Google EAT**
- 03. Mots clés et longue traîne
- 04. Balises et structure des articles
- 05. Contenus longs et qualitatifs
- 06. Vidéo
- 07. Recherche locale
- 08. Recherche vocale
- 09. Position zéro

Google BERT & Google EAT

Google BERT : la plus importante mise à jour des algorithmes



Un impact sur 10% des requêtes

- ★ Enjeu : mieux comprendre les recherches des internautes et leurs réelles intentions
- ★ Objectif : proposer des résultats de recherches plus pertinents
- ★ Moyen : analyser tous les mots qui forment une requête et non plus uniquement les principaux comme cela pouvait être le cas auparavant

Google BERT & Google EAT

Google EAT : trois critères pour évaluer la pertinence de vos contenus



EAT

- ★ Expertise • Expertise
- ★ Authority • Autorité
- ★ Trust • Crédibilité

A photograph of a wooden desk in a dimly lit room. In the foreground, a silver laptop is open, showing its keyboard. To the left of the laptop is a white ceramic mug filled with dark coffee. To the right of the mug is a small, open notebook with a pen resting on it. Further right is a black smartphone. The background is dark and out of focus, showing a brick wall and a window with light coming through.

Sommaire

- 01. Ce que vous savez déjà !
- 02. Google Bert & Google EAT
- 03. Mots clés et longue traîne**
- 04. Balises et structure des articles
- 05. Contenus longs et qualitatifs
- 06. Vidéo
- 07. Recherche locale
- 08. Recherche vocale
- 09. Position zéro

Identifiez votre univers sémantique



Mots clés et longue traîne

Affinez vos listes avec les plateformes et éditeurs en ligne



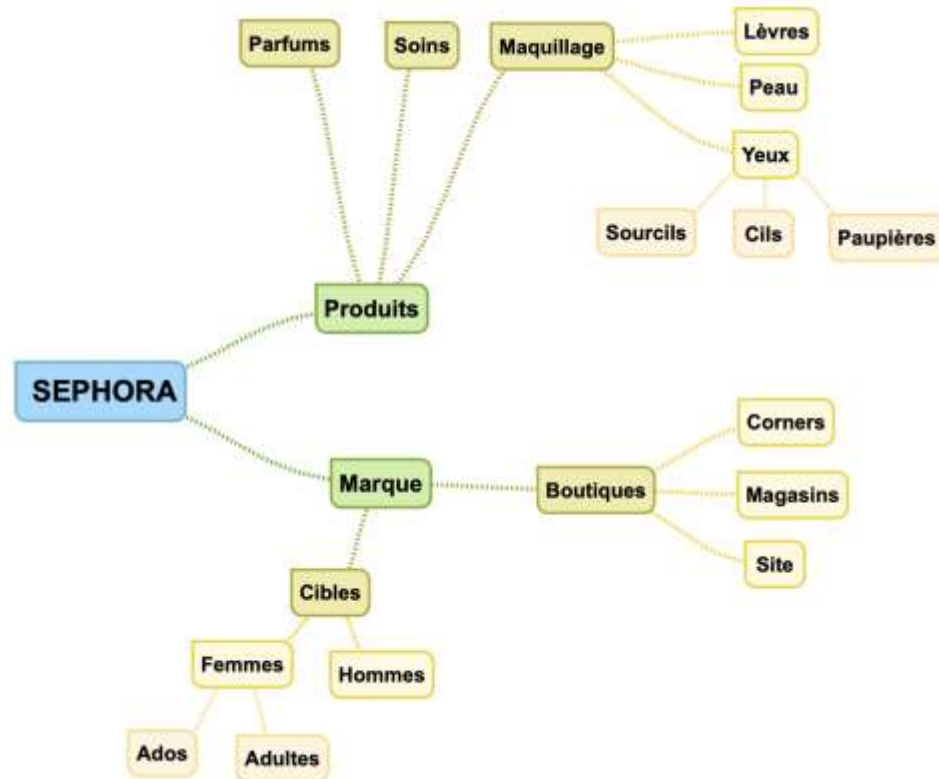
Ubersuggest



SEMRUSH

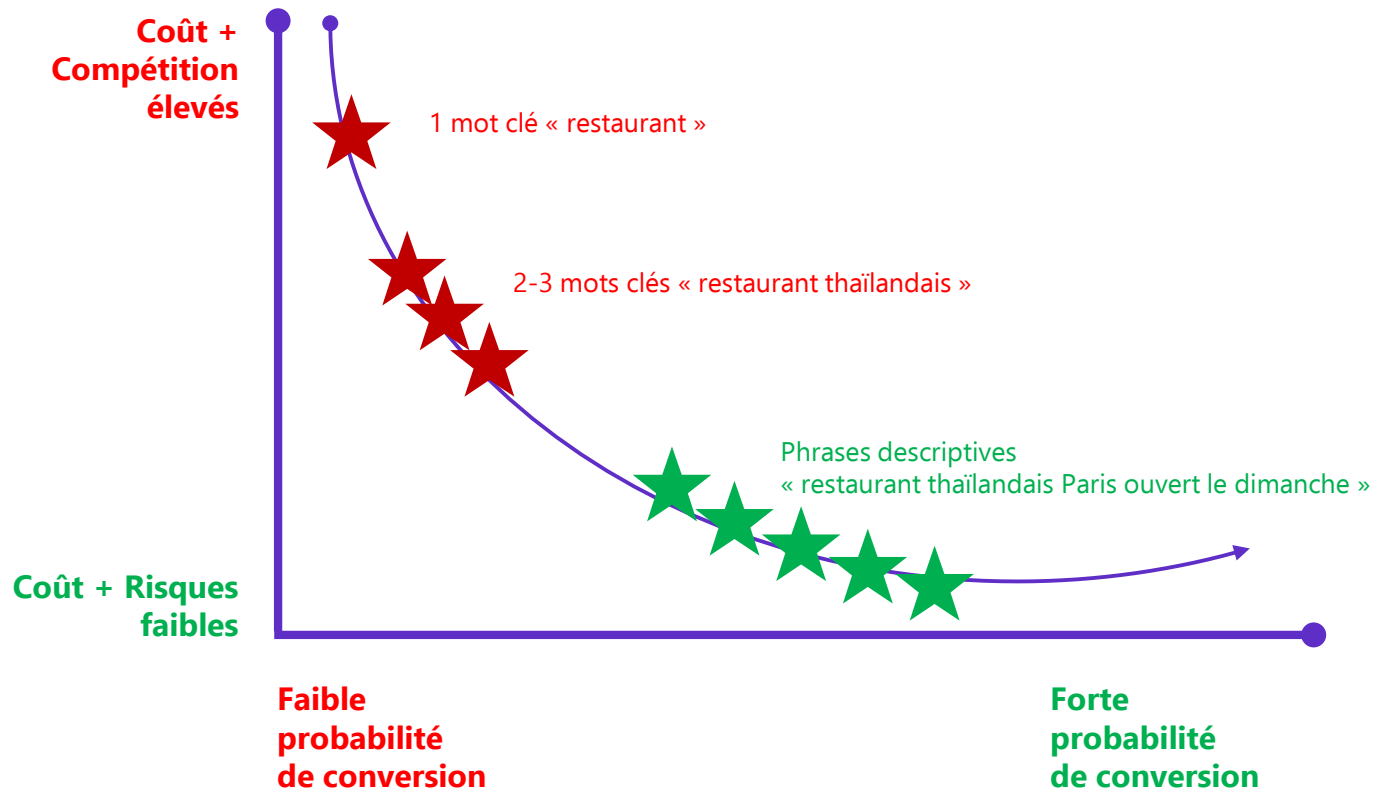
Mots clés et longue traîne

Le mindmapping pour identifier son univers sémantique



Mots clés et longue traîne

Le SEO longue traîne représente 70% des requêtes



A photograph of a wooden desk in a dimly lit room. On the desk, there is a white laptop, a white mug filled with dark coffee, a small open notebook with a pen resting on it, and a black smartphone. The background is a dark, textured wall.

Sommaire

- 01. Ce que vous savez déjà !
- 02. Google Bert & Google EAT
- 03. Mots clés et longue traîne
- 04. Balises et structure des articles**
- 05. Contenus longs et qualitatifs
- 06. Vidéo
- 07. Recherche locale
- 08. Recherche vocale
- 09. Position zéro

Balises et structure des articles

Comment arriver dans les premiers résultats sur Google ?

Google

funnel marketing

Tous Images Actualités Vidéos Shopping Plus Paramètres Outils

Environ 45 900 000 résultats (0,37 secondes)

www.lafabriquedunet.fr » blog » funnel-marketing-definition ▾
Qu'est ce qu'un funnel marketing ? [Définition & Étapes]
18 déc. 2018 - Le funnel marketing est une manière de se représenter le parcours d'achat de vos clients ou, ce qui revient au même, le funnel d'acquisition.

www.e-strategic.fr » blog » funnel-marketing ▾
Quelles sont les 3 étapes du funnel marketing ? Attirer ...
29 mai 2018 - Le funnel marketing est un concept-clé de l'Inbound Marketing et du Growth hacking qui permet de représenter visuellement le parcours client.

www.plezi.co » Content marketing ▾
Quel est le contenu idéal pour chaque étape du funnel ... - Plezi
2 oct. 2018 - Le funnel marketing représente la colonne vertébrale d'une bonne stratégie d'inbound marketing B2B. Il permet d'envoyer le bon contenu au ...


Sales process
Traduit de l'anglais - L'entonnoir d'achat, ou entonnoir d'achat, est un modèle de marketing axé sur le consommateur qui illustre le parcours théorique du client vers l'achat d'un bien ou d'un service. En 1898, E. St. Wikipédia (anglais)
Afficher la description d'origine ▾

Balises et structure des articles

Soignez le fond et la forme



Placez les mots clés aux bons endroits

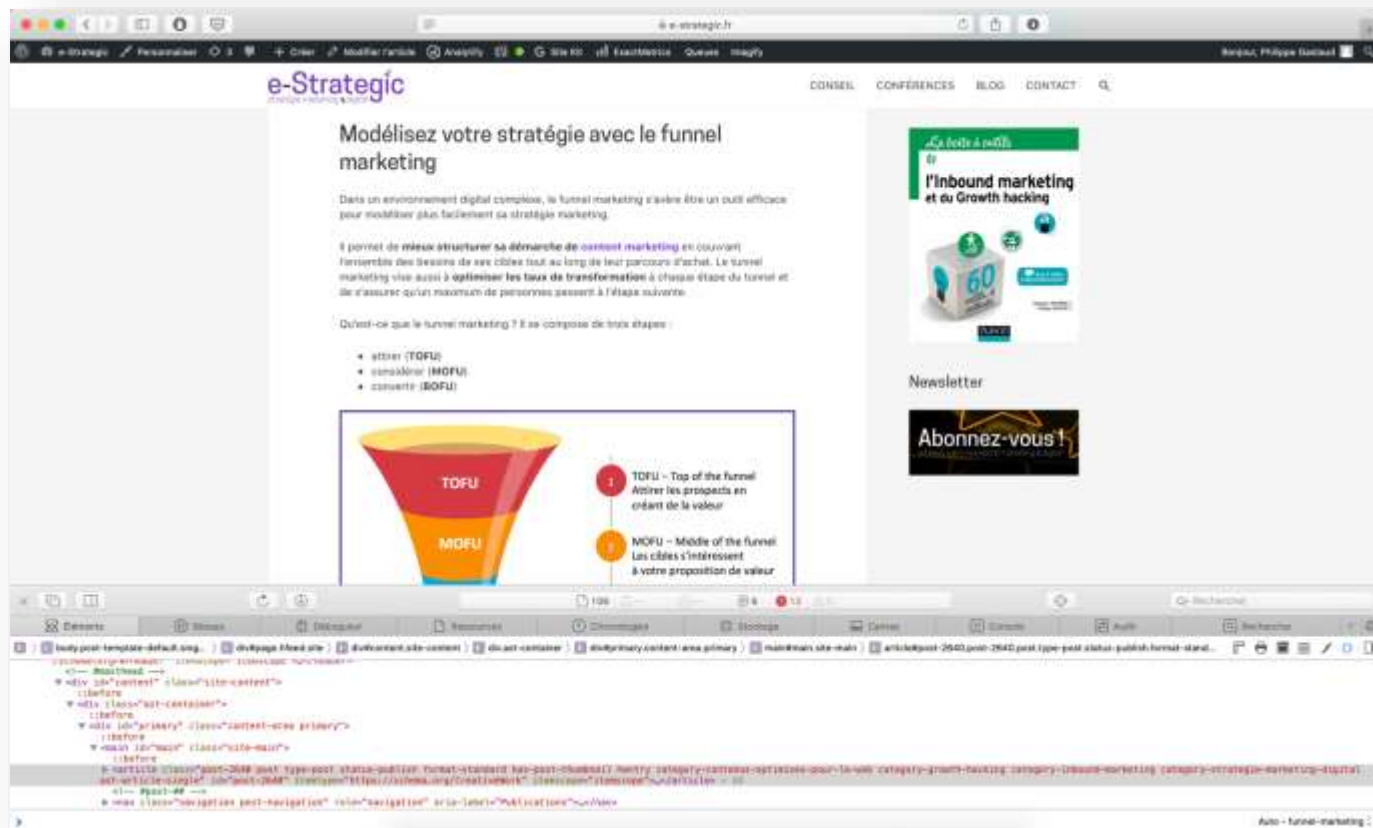
- ★ Titre H1, sous-titres H2 H3...
- ★ Dès le premier paragraphe
- ★ Dans les balises alt. des images
 - ★ Dans la meta-description

Structurez votre texte

- ★ Plusieurs paragraphes et sous-titres
 - ★ Des visuels et des vidéos
 - ★ Listes à puces
- ★ CTA – Boutons d'appel à l'action
- ★ Liens internes (ancres) et externes (redirections)
 - ★ Catégories et étiquettes

Balises et structure des articles

Un peu de tech' </div>



A photograph of a wooden desk setup. On the left, a silver laptop is open. Next to it is a white ceramic mug filled with dark coffee. To the right of the mug is an open notebook with a pen resting on it. Further right is a black smartphone. The background is a dark, textured wall.

Sommaire

- 01. Ce que vous savez déjà !
- 02. Google Bert & Google EAT
- 03. Mots clés et longue traîne
- 04. Balises et structure des articles
- 05. Contenus longs et qualitatifs**
- 06. Vidéo
- 07. Recherche locale
- 08. Recherche vocale
- 09. Position zéro

Contenus longs et qualitatifs

Faites en plus !



WORK HARDER

- ★ Les longs articles de blog génèrent 9x plus de leads que des publications de forme plus courte

Contenus longs et qualitatifs

Facilitez la lecture et favorisez le partage



Contenus longs et qualitatifs

Adoptez les bonnes pratiques

Quels types de Contenus ?

- ✓ données chiffrées
- ✓ avis : pour ou contre ?
- ✓ questions
- ✓ Pédagogie : comment faire
- ✓ storytelling et émotionnel

7 étapes pour mener efficacement une stratégie sur les réseaux sociaux

Une TPE sur trois n'a toujours pas de site web

 **Philippe Gastaud**
Digital Partner - Consultant Marketing - Gagnez en visibilité, générez des ...
6 j • 🌐

Ça vous parle l'Inbound Sales ? 😊

Encore un mot anglais compliqué utilisé par les équipes marketing et ...voir plus

 **Philippe Gastaud**
Digital Partner - Consultant Marketing - Gagnez en visibilité, générez des ...
2 sem. • Modifié • 🌐

La confiance des français envers certains usages numériques stagne à 40% depuis 5 ans ! 😊 Et pourtant...

...voir plus

A photograph of a wooden desk in a dimly lit room. On the left, a silver laptop is open, showing its keyboard. In the center, a white ceramic mug filled with dark coffee sits on the desk. To the right of the mug is an open notebook with a pen resting on it. Further right is a black smartphone. The background is a dark, textured wall.

Sommaire

- 01. Ce que vous savez déjà !
- 02. Google Bert & Google EAT
- 03. Mots clés et longue traîne
- 04. Balises et structure des articles
- 05. Contenus longs et qualitatifs
- 06. Vidéo**
- 07. Recherche locale
- 08. Recherche vocale
- 09. Position zéro

Vidéo

85% du trafic web



★ Une vidéo sur une landing page augmenterait de +53% les chances d'apparaître sur la 1ère page des résultats de recherche

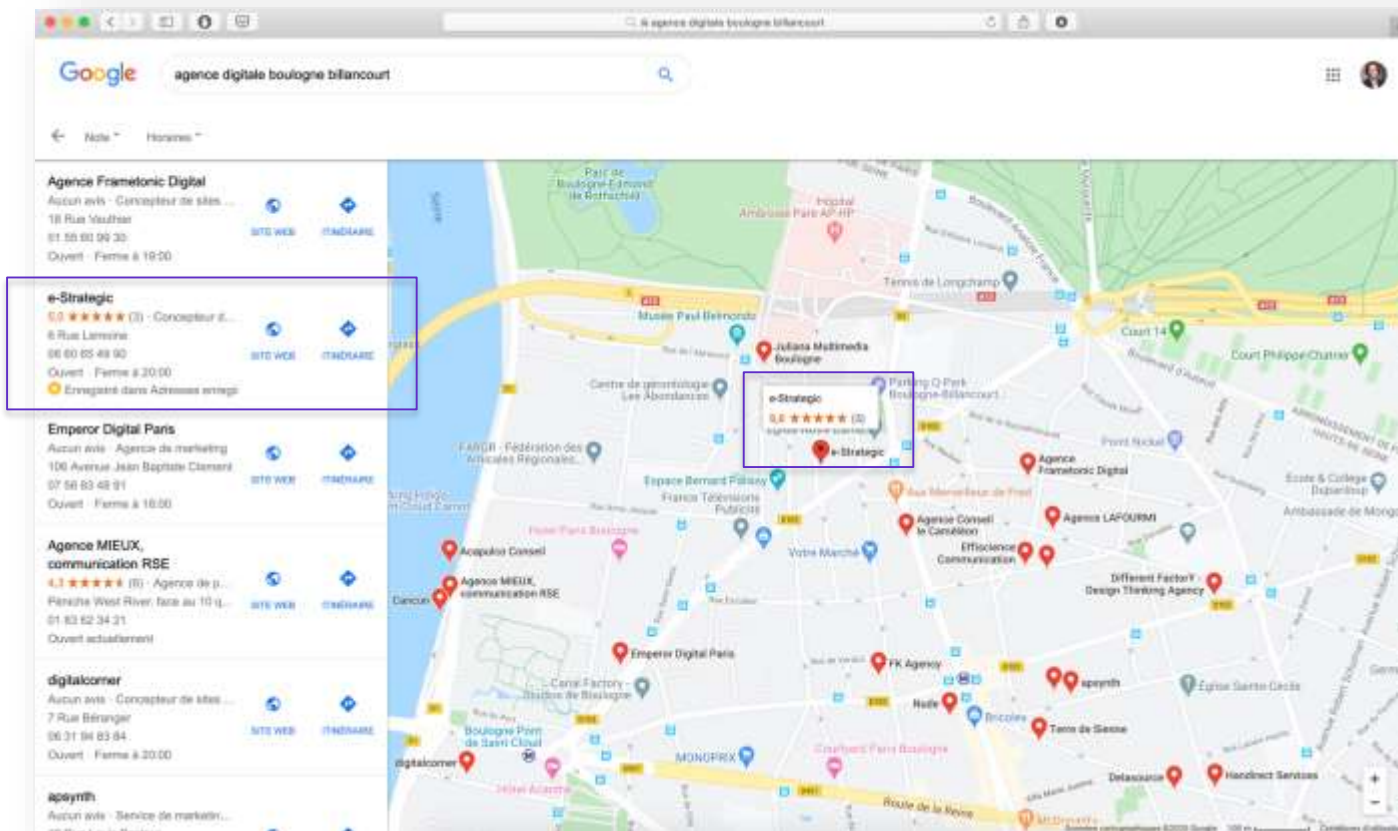
A photograph of a wooden desk in a dimly lit room. In the foreground, a silver laptop is open, showing its keyboard. To the left of the laptop is a white ceramic mug filled with dark coffee. To the right of the mug is a small, rolled-up white notepad with a black pen resting on it. Further to the right is a black smartphone. The background is dark and out of focus, showing a brick wall and a window with light coming through.

Sommaire

- 01. Ce que vous savez déjà !
- 02. Google Bert & Google EAT
- 03. Mots clés et longue traîne
- 04. Balises et structure des articles
- 05. Contenus longs et qualitatifs
- 06. Vidéo
- 07. Recherche locale**
- 08. Recherche vocale
- 09. Position zéro

Recherche locale

Les recherches Google « autour de moi » ont doublé entre 2019 et 2020



Recherche locale

Boostez votre SEO local avec Google My Business

Complétez votre fiche Google My Business

- ★ Permet de donner toutes les infos sans quitter Google
 - ★ Favorise votre référencement local
 - ★ Optimise votre SEO sur des mots clés
 - ★ Les posts permettent de communiquer

Référez votre établissement partout

- ★ Cartes en ligne : Google Maps, Plan, Mappy...
 - ★ Itinéraires en ligne : Waze...
 - ★ Shopping en ligne : SERP Google...



A photograph of a wooden desk in a dimly lit room. On the desk, there is a white laptop, a white mug filled with dark coffee, a small open notebook with a pen resting on it, and a black smartphone. The background is a dark, textured wall.

Sommaire

- 01. Ce que vous savez déjà !
- 02. Google Bert & Google EAT
- 03. Mots clés et longue traîne
- 04. Balises et structure des articles
- 05. Contenus longs et qualitatifs
- 06. Vidéo
- 07. Recherche locale
- 08. Recherche vocale**
- 09. Position zéro

Recherche vocale

Près d'une requête digitale sur deux s'effectue par la voix en 2020

Deux manières de rechercher

- ★ Digital : Magasin sport Lyon
- ★ Vocal : Dis Siri, « Où puis-je acheter des chaussures de running à proximité ? »



Recherche vocale

Référez plusieurs questions – réponses dans des « FAQ »



Listez des questions
Et répondez-y

- ★ Qu'est-ce...
- ★ Pourquoi...
- ★ Quelle est la différence...
- ★ Comment faire...

Recherche vocale

Les chatbots et l'IA pour répondre aux questions des internautes



Appuyez-vous sur l'IA pour diriger les réponses

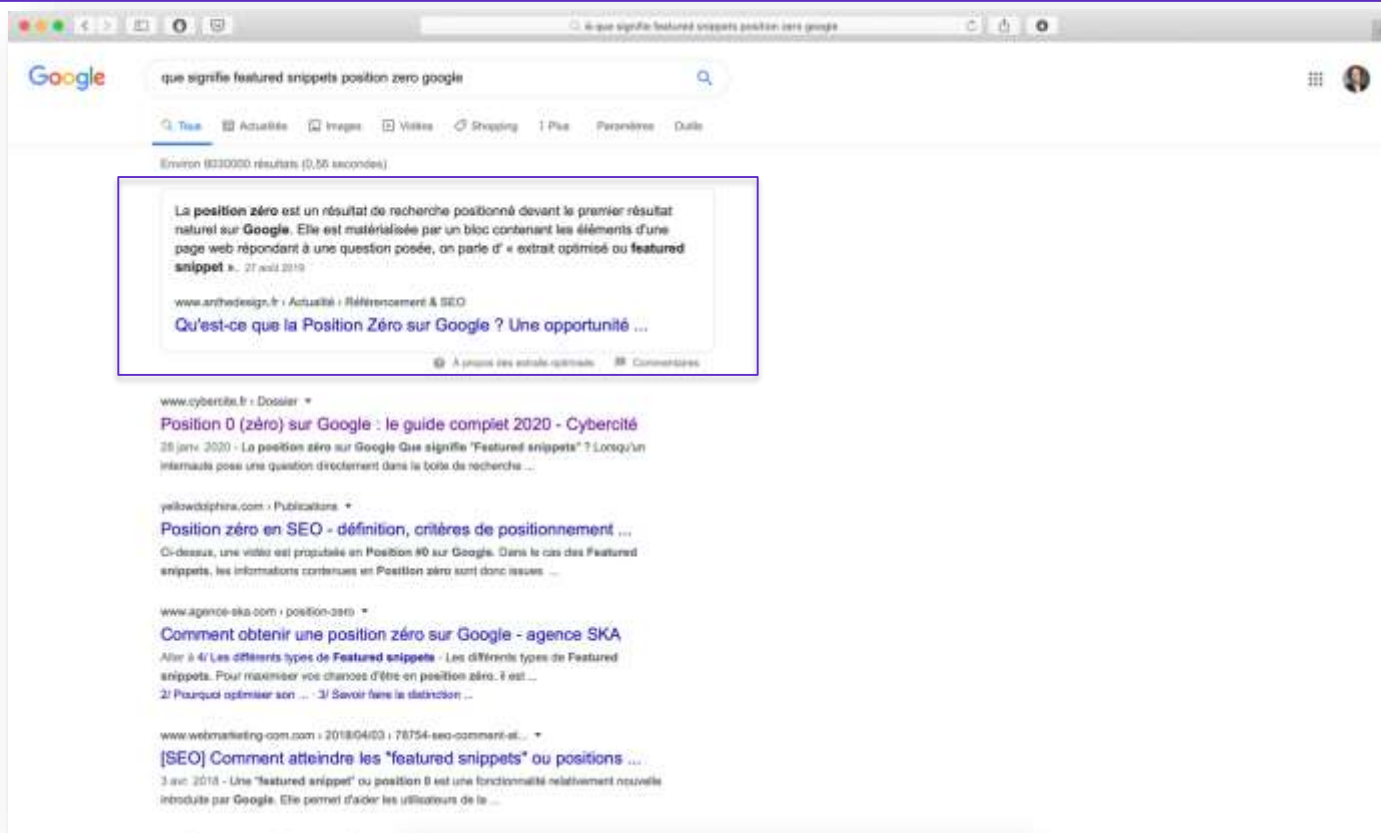
- ★ Chatbots avec des niveaux de propositions de réponses en fonction des questions
- ★ Prise de relais par un être humain et gestion des discussion dans des applications tierces (WP, Slack, WhatsApp...)

Sommaire

- 01. Ce que vous savez déjà !
- 02. Google Bert & Google EAT
- 03. Mots clés et longue traîne
- 04. Balises et structure des articles
- 05. Contenus longs et qualitatifs
- 06. Vidéo
- 07. Recherche locale
- 08. Recherche vocale
- 09. **Position zéro**

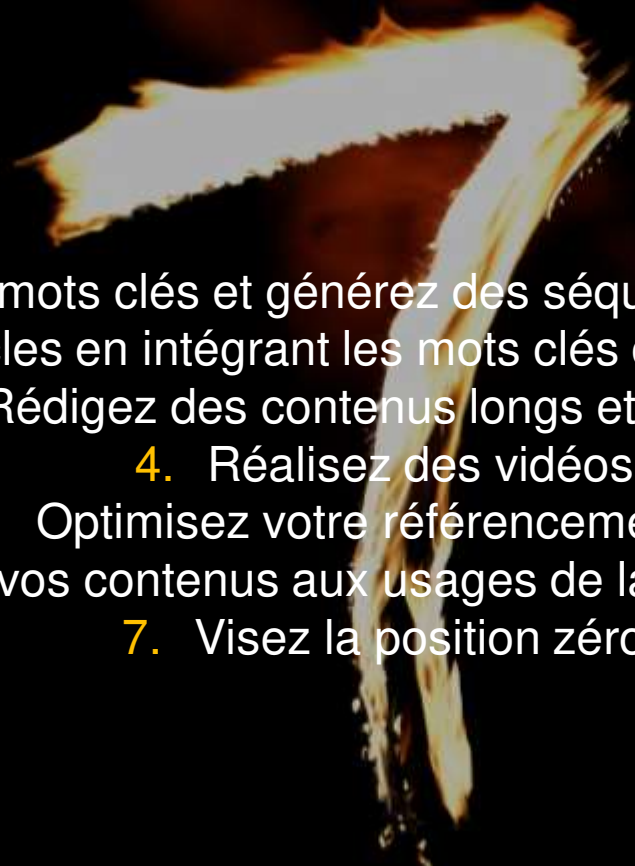
Position zéro

Le graal SEO du positionnement



En synthèse

Les 7 tendances SEO pour satisfaire les exigences de Google & des internautes

- 
1. Identifiez vos mots clés et générez des séquences de longue traîne
 2. Structurez vos articles en intégrant les mots clés dans vos contenus et balises
 3. Rédigez des contenus longs et de qualité
 4. Réalisez des vidéos
 5. Optimisez votre référencement local
 6. Adaptez vos contenus aux usages de la recherche vocale
 7. Visez la position zéro

Merci pour votre attention

RDV sur les réseaux ou #IRL



Philippe Gastaud
Digital Partner • Consultant marketing et web
06.60.65.49.90
philippe@e-strategic.fr
www.e-strategic.fr

Je vous accompagne, TPE – PME – Grands Comptes, dans la conception et le déploiement de votre stratégie marketing digital pour vous permettre de gagner en notoriété, d'accroître vos performances commerciales et fidéliser vos clients.

Fondateur de e-Strategic, plus de 15 ans d'expérience en stratégie marketing et webmarketing, marketing opérationnel, communication interne / externe et conception-rédaction pour des directions et médias off-line et on-line.

