

# COMMENT BIEN RÉDIGER POUR LE WEB ?



**SEO**


Découvrez à partir des conseils de nos experts comment rédiger  
des textes optimisés pour les moteurs de recherche

**AD**MAKER™

18 rue Gounod, 92210 Saint-Cloud  
+33(0)1 47 10 11 12 / [contact@admaker.fr](mailto:contact@admaker.fr)

# SOMMAIRE

---

- 1** INTRODUCTION
  - 2** UN TEXTE ORIGINAL : LA CLÉ DU SUCCÈS
  - 3** DÉFINITION DE LA STRATÉGIE
  - 4** CHOISIR LES BONS MOTS CLÉS
  - 5** OPTIMISER LA STRUCTURE DE VOTRE ARBORESCENCE
  - 6** COMMENT RÉDIGER ?
  - 7** BONUS POUR OPTIMISER LE SEO DE VOTRE SITE WEB
  - 8** LES RÉGLES À PRENDRE EN COMPTE EN RÉFÉRENCIEMENT NATUREL
  - 9** STRUCTURE TYPE D'UN TEXTE OPTIMISÉ
  - 10** COMMENT SUIVRE AU MIEUX LE TRAVAIL DE VOTRE CONSULTANT ?
- 

# 1 INTRODUCTION

Découvrez à partir des conseils de nos experts en référencement naturel, comment rédiger des textes optimisés pour les moteurs de recherche. Nos consultants partagent avec vous ce livre blanc pour vous apporter toutes les connaissances de base et vous fournir les outils et repères pour gérer ce travail par vous-même. En bonus, nous vous proposons de télécharger, une structure type qui vous aidera à rédiger vos articles optimisés pour le web. Retrouvez aussi les détails d'une page web optimisée pour le référencement en une infographie réalisée par notre équipe.

Au-delà de la simple rédaction, ce livret a pour objectif de vous donner les notions qui vont vous permettre de réfléchir à une réelle stratégie éditoriale, et d'avoir une vision plus globale du référencement naturel.

Rédiger des textes optimisés pour le référencement naturel est primordial dans le cadre d'une campagne marketing digitale. Contrairement à une campagne marketing classique, elle implique la rédaction d'un contenu optimisé et original dans le but de réaliser une bonne prospection en ligne et pour renforcer la visibilité du site sur les résultats des moteurs recherche (Google, Yahoo, Bing).

Les internautes vont sur les moteurs de recherche pour trouver de l'information pertinente. Pour produire du contenu optimisé pour le référencement naturel, il faut connaître leurs requêtes, mais aussi le fonctionnement des moteurs de recherche. Afin de vous accompagner dans le travail de rédaction, notre équipe de consultants récapitule ci-dessous nos recommandations et rappelle les connaissances de base à savoir pour vous aider. En effet, à partir de ces conseils, vous pourrez vous concentrer dans un premier temps sur l'optimisation des contenus existants et vous pourrez ensuite utiliser ces conseils pour en développer de nouveaux.



**Bonne lecture !**

# 2 DÉFINITION DE LA STRATÉGIE

---

Avant de commencer, voici quelques étapes à respecter pour que les bases d'une rédaction optimisée soient bien fondées :

## DÉFINIR LES CIBLES

Déterminer vos cibles est primordiale lorsque vous souhaitez produire du contenu. Il s'agit des personnes auxquelles le texte optimisé est destiné : enfants, hommes, femmes, jeunes, adultes, travailleurs, étudiants...

## DÉFINIR LES OBJECTIFS

Il est ensuite indispensable de définir ce que l'on veut réellement transmettre. Ceci signifie qu'il faut déterminer la nature de l'information que l'on compte transmettre au lecteur. L'auteur doit aussi cerner son objectif par rapport à son texte, c'est-à-dire qu'il doit se demander quelle est la réaction attendue du lecteur : l'achat ? l'abonnement ? des commentaires ou des partages...



# 3 UN TEXTE ORIGINAL : LA CLÉ DU SUCCÈS

---

Il est important d'avoir en tête que le référencement est une question de logique. Google a développé un programme très puissant qui a pour objectif d'analyser la pertinence de vos contenus. Comme il a été exprimé en avant-propos, le rôle et le service des moteurs de recherche est d'apporter l'information la plus pertinente pour l'internaute.

## LE COPIÉ/COLLÉ UNE MAUVAISE IDÉE

Il faut proscrire le copié collé : les textes dupliqués sont pénalisés par les moteurs de recherche, ce type de manipulation ne vous apportera rien de bon. Il n'y a pas de raccourci ou de possibilité de berner Google

## UNE VALEUR AJOUTÉE VALORISÉE

Il faut prendre le temps de rédiger des textes de qualité que votre cible va apprécier et un texte qui se différencie et/ou apporte une valeur ajoutée par rapport à vos concurrents.

Si les internautes ne trouvent pas une information complète qui répond à leurs attentes, ils cliqueront sur « précédent » et partiront à la recherche d'une page qui répond à leur demande. Google analyse au quotidien ces comportements et optimise son programme en fonction.

Le texte doit être de bonne qualité, dans un français correct. Il faut aussi bien répartir les mots-clés dans le contenu en ciblant les zones les plus pertinentes afin que les robots des moteurs de recherche les repèrent facilement.

De plus, entre experts du référencement naturel, nous estimons qu'un texte, doit comporter au minimum 500 mots pour avoir plus de chances d'être bien référencé. Bien entendu, le référencement naturel n'est pas une science exacte. Un texte de 250 mots peut très bien se retrouver en première page des moteurs de recherche, mais autant mettre toutes les chances de son côté.

# 4 COMMENT CHOISIR LES BONS MOTS CLÉS

---

Pour bien organiser la rédaction de vos textes optimisés, il faut commencer par définir les mots-clés les plus pertinents sur lesquels vous positionner. Quel est le mot-clé qui décrit le mieux votre activité ? Il est important d'avoir en tête que votre activité peut être perçue différemment par votre prospect.

Dans cette étape, il est important de bien cibler les requêtes sur lesquelles les internautes peuvent s'orienter afin qu'ils puissent atteindre vos pages le plus simplement possible à partir des moteurs de recherche.

Il faut toujours se mettre à la place de votre prospect pour traduire la requête.



**Exemple :** Mot clé perçu par le professionnel «Référencement naturel SEO»

Traduction

Mot clé recherché par le prospect/ besoins exprimé : « Apparaître en première page sur google », « Améliorer le trafic de mon site internet » ; « avoir plus de clients »...

Des outils tels que le planificateur de mots-clés et Google Trends peuvent vous aider à obtenir des idées de mots-clés, connaître les mots-clés recherchés, leur volume de recherche par mois et leur degré de concurrence.

En parallèle, nous recommandons de réaliser un sondage rapide auprès de clients et prospects. En effet, leur regard extérieur peut être précieux pour déterminer les mots-clés les plus pertinents qui évoquent votre activité.

À partir de cette analyse, vous pourrez déterminer une liste de mots clés pertinents sur lesquels travailler.

Ensuite, il est important de déterminer des priorités, vous pouvez réaliser une analyse plus complète en étudiant :

- Le volume de recherche qui vous permet d'avoir une idée du potentiel pour les mots-clé retenus,
- La concurrence vous permet de déterminer l'intérêt de vos concurrents pour un mot-clé donné. Ce degré de concurrence vous permet aussi d'étudier la faisabilité. En effet, en début de stratégie, nous préconisons généralement de travailler sur une stratégie de longue traîne. Ce type de stratégie vise à développer en priorité des mots-clés composés (ciblés) qui sont peu concurrentiels et développent donc à très court terme un nouveau potentiel de visite tout en insérant régulièrement vos mots-clés génériques dans vos pages.

# 5 OPTIMISER LA STRUCTURE DE VOTRE ARBORESCENCE

---

Le référencement naturel, c'est aussi réfléchir à une organisation logique de vos contenus. Cela passe par une arborescence de votre site parfaitement optimisée pour le référencement naturel.

Il existe deux grandes stratégies pour structurer votre arborescence :

- Le cocon sémantique : C'est un concept initié par le référenceur français Laurent Bourrelly, fondé sur une architecture de site internet mêlant une structure arborescente, un maillage interne et une amélioration des contenus, élaborés sur la base d'une analyse sémantique des besoins du visiteur.
- La structure en silo : le siloing est une technique d'organisation et de structuration des informations d'un site internet par laquelle les pages aux mêmes thématiques de contenus sont regroupés au sein de silos thématiques. Un travail de maillage interne est effectué au sein de chaque silo mais pas entre les silos.

Afin que les moteurs de recherche référencent correctement votre site Internet, celui-ci doit se positionner sur ses pages prioritaires sur des mots-clés génériques et plus on descend en profondeur dans l'arborescence, plus les mots-clés devront être ciblés.



# 6 COMMENT RÉDIGER ?

Les recommandations qui vont suivre vont vous aider à rédiger les contenus de vos pages pour le référencement naturel. Nous rappelons que ces optimisations doivent être réalisées sur l'ensemble de vos pages pour être efficaces. En effet, chaque page présente un contenu différent et se doit d'être optimisée sur un mot-clé spécifique.

Pour consulter notre infographie, cliquez ici : [Structure d'une page optimisée pour le référencement naturel](#)

## EXPLICATIONS

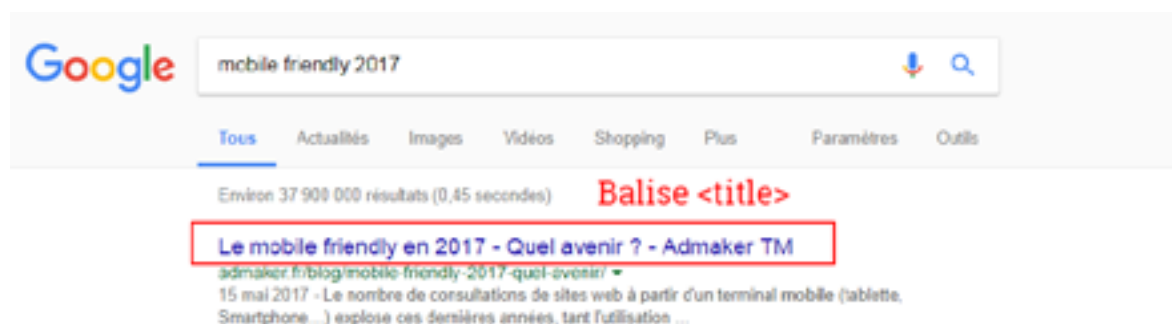
Rédiger des textes optimisés pour le référencement naturel, c'est aussi insérer les mots-clés dans un texte de manière stratégique de façon à ce que les robots d'indexation répertorient facilement vos pages référencées parmi tant d'autres.

Voici la liste des zones stratégiques, dites zones chaudes qu'il faut toujours garder en tête lors de la rédaction d'un texte optimisé pour le référencement naturel.

### Le titre de votre page optimisée : La balise < TITLE >

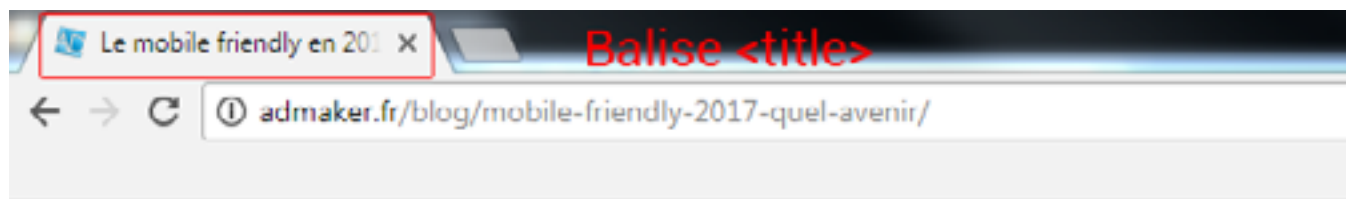
Le titre de votre page est le critère le plus important dans l'optimisation de votre texte. C'est le premier élément visuel qu'un internaute voit dans les résultats des moteurs de recherche. Dans un premier temps il a pour but de donner envie aux internautes de cliquer.

Dans un deuxième temps il aide au référencement car il doit contenir votre mot-clé. Le titre de votre page web est encadré par la balise HTML <title> comme ceci :





Cette information est aussi reprise au niveau de l'onglet de votre navigateur (Internet Explorer, Mozilla, Chrome, Opéra ...)

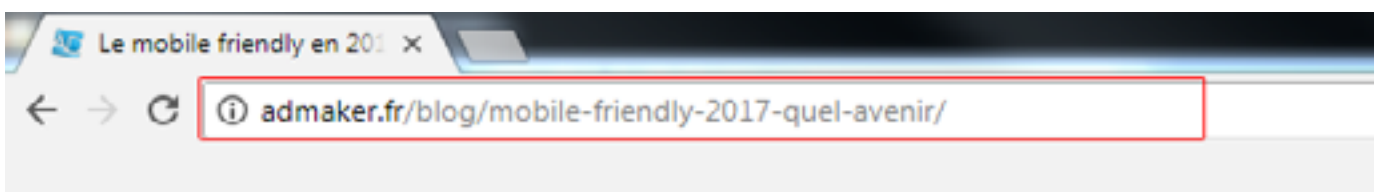


## L'adresse URL de votre page : [www.mon-site.fr](http://www.mon-site.fr)

Sur le web n'importe quel contenu est accessible depuis son URL. Elle joue un rôle majeur dans le référencement de votre page, c'est pour cette raison que le mot-clé doit impérativement s'y trouver. nous vous recommandons aussi de proposer une adresse URL mémorable pour votre visiteur. Du point de vue des moteurs de recherche, un internaute peut taper directement l'adresse URL complète pour accéder directement au contenu qu'il souhaite. Aidez-le à gagner du temps.

**EXEMPLE:** <http://www.mon-site.fr/Mon-compte>

Un petit conseil, évitez les mots d'arrêt ou « Stop words » dans les URL « de », « le », « les », « des », etc...

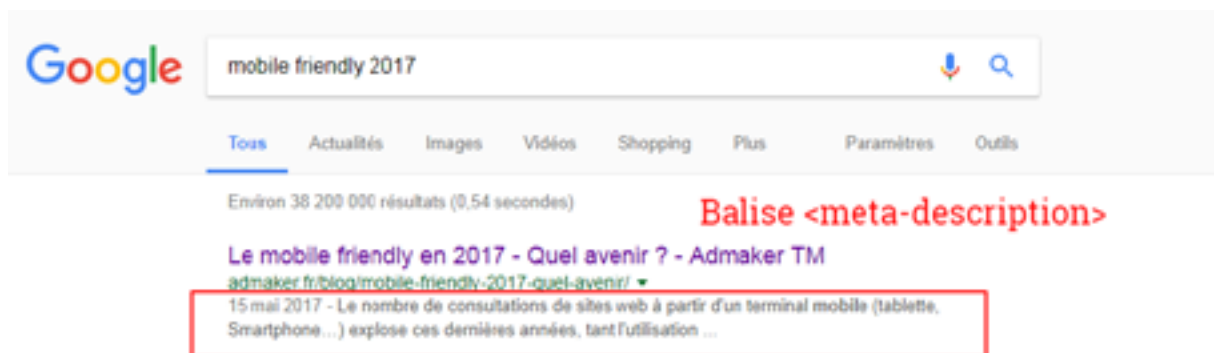


## La description de votre page : la balise <Meta Description>

La description de votre page est la 3e et dernière information visible par l'internaute au moment de sa recherche. Ce contenu n'est pas utilisé pour le calcul de vos positions sur les moteurs de recherche, il n'y a donc pas d'impératif à y intégrer des mots-clés.

Elle présente deux objectifs :

- En premier lieu, cette information doit être incitative, c'est le contenu de cette balise qui incitera l'internaute à cliquer chez vous plutôt que chez un de vos concurrents.
- Ensuite, l'insertion d'un mot-clé peut s'avérer pertinente car celui-ci ressortira en gras et peut donc attirer visuellement l'internaute (CF. Exemple ci-dessous)



Un petit conseil, en général une méta-description ne doit pas dépasser 140 caractères pour éviter d'être tronquée comme sur l'exemple ci-dessus.

## Le titre de votre texte optimisé : la balise <h1>

Nous allons maintenant aborder les optimisations à réaliser directement sur le contenu de votre page. Les éléments abordés plus haut dans cet article correspondaient à des informations visibles avant même que l'internaute accède à votre page.

Une fois sur votre page, l'objectif est de donner envie à l'internaute de rester sur votre site et dans l'idéal l'amener à découvrir d'autres contenus.

Le choix du titre est essentiel dans la rédaction, il est le premier élément qui attire l'attention de l'internaute lors de sa lecture. Il ne s'utilise qu'une seule fois et est unique. Il doit aussi comporter un mot-clé afin d'être optimisé pour le référencement. En général il comporte entre 5 et 10 mots. Un bon titre doit être accrocheur, simple à comprendre et explicite pour le lecteur.

Pour spécifier aux moteurs de recherche qu'il s'agit bien de votre titre, il est encadré par la balise HTML <h1> comme ceci :



## L'introduction ou le chapô de votre texte optimisé

Écrire pour le web c'est aussi travailler l'introduction en profondeur, car c'est le second élément qui poussera l'internaute à poursuivre sa lecture. En général, cette partie ne doit pas dépasser les 60 mots. Elle doit être en mesure de résumer toutes les informations qui seront développées dans le reste du texte et donner envie au lecteur d'aller plus loin.

Nous vous invitons donc à intégrer une introduction en guise d'accroche qui résume et apporte une information exhaustive sur le contenu de vos textes. Pour vous aider dans la rédaction du chapô, tentez de résumer en 3-4 lignes maximums et utilisez la technique du QQOCQP (Quoi? Qui? Où? Quand? Comment? Pourquoi?)



Il est important d'avoir en tête que le comportement de lecture sur Internet est très différent de la lecture papier. Sur le papier, l'information est délivrée de manière crescendo tandis que celle-ci doit répondre à des visiteurs toujours plus exigeants et qui veulent obtenir une information claire rapidement sur Internet. Le chapô est donc la meilleure manière de capter l'attention du lecteur et de l'inciter à poursuivre sa lecture.

## Les intertitres de votre texte optimisé : la balise <h2>

Rédiger un texte optimisé pour le référencement, c'est aussi découper les informations. Pour que la lecture soit agréable pour l'internaute il faut écrire de manière fluide. Par ailleurs, une bonne rédaction, c'est aussi garder à l'esprit qu'il faut toujours associer un paragraphe à une idée.

## Les intertitres sont les deuxièmes zones chaudes les plus importantes

Ils aident à référencer votre texte en contenant votre mot-clé, et à le structurer en plusieurs parties pour retenir l'attention du lecteur. Plus un texte est aéré et plus l'internaute sera motivé à poursuivre sa lecture.

Ils sont encadrés par la balise HTML <h2> comme ceci :

**< h2>Votre intertitre avec le mot clé< /h2>.**

## Les sous-titres de votre texte optimisé : de la balise <h3> à <h6>

Afin de présenter un texte toujours plus lisible et d'apporter aux moteurs de recherche des variantes de mots-clés, il peut être bon d'intégrer des sous-titres en utilisant les balises HTML <h3> à <h6>.

Puisque les balises <h2> à <h6> peuvent être réutilisés en fonction de la structure de votre l'article, pour éviter les pénalités de la part des moteurs de recherche et avoir un texte optimisé pour le référencement naturel, vous devez respecter l'ordre des balises HTML <h>.

Ce qui est possible :

```
<body>
<h1>Le référencement naturel vu par Admaker</h1>
Ici le contenu du chapô...
<h2>Qu'est-ce que le référencement naturel (SEO)?</h2>
Ici le contenu du paragraphe...
<h3>Définition du référencement naturel</h3>
Ici le contenu du paragraphe...
<h3>Quelle différence entre SEO et SEA?</h3>
Ici le contenu du paragraphe...
<h2>Comment optimiser son site pour le référencement naturel?</h2>
Ici le contenu du paragraphe...
<h3>1. du contenu de qualité</h3>
Ici le contenu du paragraphe...
<h3>2. l'aspect technique indispensable</h3>
Ici le contenu du paragraphe...
</body>
```

Ce qu'il ne faut pas faire :

```
<body>
<h1>Le référencement naturel vu par Admaker</h1>
Ici le contenu du chapô...
<h3>Définition du référencement naturel</h3>
Ici le contenu du paragraphe...
<h3>Quelle différence entre SEO et SEA?</h3>
Ici le contenu du paragraphe...
<h2>Qu'est-ce que le référencement naturel (SEO)?</h2>
Ici le contenu du paragraphe...
</body>
```

## Les listes à puces & les sommaires cliquables

### 1. Les listes à puces

Toujours dans un souci de lisibilité, nous vous préconisons d'avoir recours aux listes à puces ou aux listes chiffrées si nécessaire.

Ces listes présentent de nombreux avantages et sont encadrées de la sorte :

- Elles simplifient et améliorent la lecture pour vos visiteurs
- Les listes sont facilement mémorisables pour mettre en avant des arguments,
- Les listes sont facilement mémorisables pour mettre en avant des arguments,

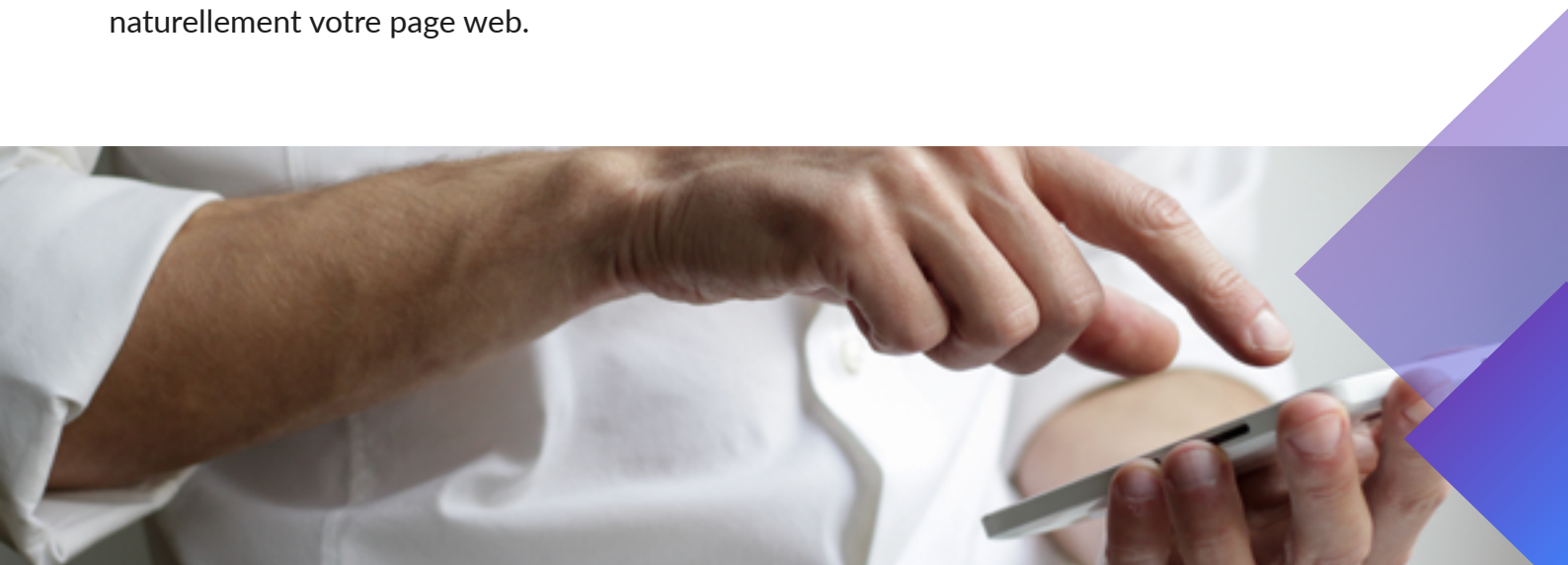
Il est vrai que les listes à puces et les listes chiffrées sont un bon atout pour l'ergonomie de votre texte, dans la mesure où celles-ci restent cohérentes avec une bonne syntaxe et possèdent une courte phrase introductive.

### 2. Les sommaires cliquables

Dans le cas de contenus volumineux, vous pouvez même aller plus loin et intégrer des liens à votre sommaire. Vous pouvez intégrer en haut de page le sommaire de votre texte et permettre à votre visiteur d'accéder directement à la section qui l'intéresse en un simple clic.

Voir exemple en haut de cette page.

Cette technique permet de découper votre page en sous-sections afin d'améliorer l'expérience utilisateur à la fois pour les internautes qui trouveront plus rapidement l'information dont ils ont besoin, mais aussi pour les moteurs de recherche comme Google qui auront moins de mal à référencer naturellement votre page web.



## Le code HTML de votre image se structurera donc de cette manière :

```
<img src=»img/rediger-pour-le-web.jpg» alt=»infographie montrant les zones chaudes d'une page web» />
```

La recherche sur google Image est très faible effectivement, vous pouvez vous dire que cette optimisation n'est pas nécessaire. Mais il est important de travailler d'une part la cohérence en répétant régulièrement les mots importants et d'autre part la densité de votre mot clé en le répétant dans les zones stratégiques pour améliorer votre référencement naturel.

N'oubliez pas non plus la légende de vos images ainsi que de citer la source si celle-ci ne vous appartient pas.

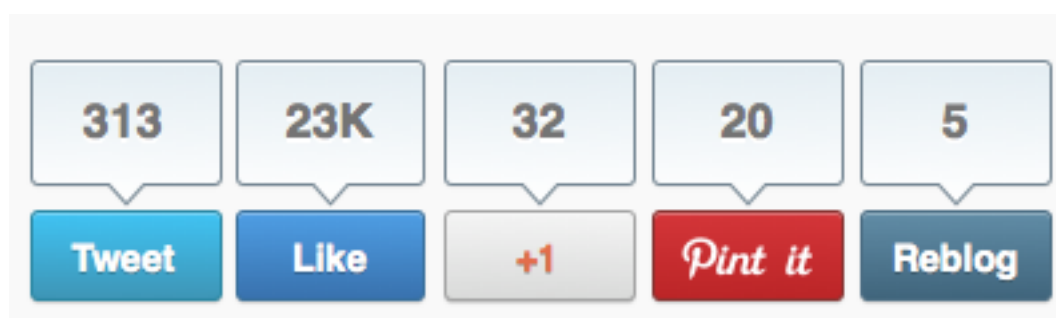
## Les paragraphes de votre texte optimisé

Comme précisé précédemment, votre mot-clé et ses variantes doivent être éparpillés dans toutes les zones chaudes de votre texte optimisé. les paragraphes en font partie. Il existe deux manières de faire ressortir des mots-clés aux yeux des internautes et des moteurs de recherche dans vos paragraphes :

- L'utilisation du gras : en toute logique les mots en gras ressortent et sont donc plus visibles. Ils sont considérés comme des mots importants pour les internautes mais aussi pour les moteurs de recherche. Attention cependant à ne pas trop en abuser.
- L'utilisation de l'italique : historiquement le style italique est utilisé pour les citations, les titres de livres, les textes de loi ou encore lors de l'utilisation d'une langue étrangère. Et bien sur le web c'est pareil, on spécifie aux moteurs de recherche qu'il s'agit d'un mot technique ou d'une phrase spécifique.

## CONCLUSION DE VOTRE TEXTE

Dans votre conclusion vous devrez réussir à résumer de manière définitive, l'idée principale que vous avez durement développée durant tout votre texte optimisé. Un internaute qui n'a pas lu votre texte doit être capable de savoir ce qu'il en est et ce qu'il apporte. Effectivement, dans certains cas extrêmes mais rares, l'internaute file tout droit à la conclusion, vous devrez donc lui donner envie de faire machine arrière pour lire votre contenu.



Dans cette conclusion c'est aussi le bon moment d'inviter vos lecteurs à interagir avec vous, en les incitant par exemple à l'achat, à s'abonner à votre newsletter, à donner leur avis en commentaire ou encore à partager votre contenu sur les réseaux sociaux. Si vous avez suivi les étapes préalables à la rédaction de votre texte optimisé pour le référencement naturel, vous devriez vite vous rendre compte que la conclusion est une manière de répondre à l'objectif que vous vous étiez fixé.

À savoir que pour l'objectif de partage sur les réseaux sociaux, les boutons de partages doivent impérativement être mis en avant et facilement utilisables. Le plus souvent ils se situent en bas de page, mais vous pouvez très bien en mettre aussi en haut de votre page (cf. infographie : Structure de page optimisée pour le référencement SEO).



# 7 BONUS POUR OPTIMISER LE SEO DE VOTRE SITE WEB

---

Dans cet article ci-dessus, nous avons énuméré les zones chaudes dans lesquelles votre mot-clé doit apparaître. Parfois cela n'est pas suffisant pour vous assurer la première place dans les résultats de recherche.

Voici donc 2 autres conseils d'experts pour optimiser le référencement naturel de vos textes.

## Les liens internes ou maillage interne

Les liens internes ou la stratégie de maillage interne, sont les liens qui lient vos pages entre elles. Le maillage interne joue un double rôle :

- Faciliter la navigation à l'intérieur de votre site,
- Optimiser le référencement naturel de votre site

En insérant un lien interne dans une page A pointant vers une page B, vous transférez de la popularité vers votre page B ce qui améliore automatiquement son référencement naturel.

À savoir que pour que cette stratégie de maillage interne soit efficace, il faut que vos liens interne de votre page A mènent vers une page B de votre site internet qui apportera des informations complémentaires à votre page A.

## Les liens externes ou liens sortants

Les liens externes ou liens sortants, désignent l'ensemble des liens pointant depuis votre site vers des pages quelconques d'autres sites.

Les liens externes jouent aussi un double rôle :

- Ils répondent au principe même du web qui n'est autre que de connecter le monde et les sites entre eux.
- Ils vous octroient un statut de référent aux yeux des moteurs de recherche qui se disent que les internautes vont trouver ce qu'ils cherchent même si votre texte n'est pas complet.



En insérant un lien externe dans votre page A pointant vers un site A, B ou C, vous prouvez aux moteurs de recherche que votre texte apporte des sources complémentaires que les internautes vont pouvoir étudier afin d'approfondir votre sujet. Vous serez donc récompensé avec une page A mieux positionnée si tel est le cas.

De manière générale, si vous souhaitez que vos liens s'ouvrent dans un nouvel onglet automatiquement, vous devrez le spécifier à l'aide de l'attribut « target="\_blank" ».

Ce qui donne dans le code HTML quelque chose comme cela :

```
<a href="http://admaker.fr/accueil" target="_blank">Visitez Admaker</a>
```



# 8 LES RÉGLES À PRENDRE EN COMPTE EN RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

---

Afin de favoriser la compréhension du lecteur (et pour qu'il ne s'ennuie pas pendant sa lecture), rédiger un texte optimisé consiste également à opter pour des phrases simples à la voix active. Le ton de l'article à écrire doit également s'adapter au profil de la cible.



La rédaction d'un contenu optimisé se base ainsi sur le respect de quelques règles de référencement faciles à suivre. Cela consiste à optimiser le contenu pour Google et les autres moteurs de recherche, mais avant tout à se focaliser sur les requêtes des internautes afin de répondre à leurs besoins. Enfin, écrire pour le web, c'est donc rédiger des textes de qualité, avec les bonnes informations tout en étant rigoureux dans la structure !

# 9 STRUCTURE TYPE D'UN TEXTE OPTIMISÉ

---

Félicitation vous êtes arrivé au bout de notre article. A présent vous possédez toutes les connaissances de base pour rédiger des textes optimisés pour le référencement naturel. Veuillez trouver ci-joint un canevas récapitulatif de l'ensemble des éléments évoqués dans ce guide.



## Canevas de rédaction article

On peut utiliser ce tableau pour rédiger un article, en écrivant dans les cases surlignées en jaunes du tableau

- Faire la recherche de mot clé
- Rédiger / penser : mot clé + déclinaison, synonymes, sémantique, champ lexical.  
Une fois validé, recopier dans WP case par case en attribuant le tag défini.

### Rappel conseil

- Pages fondatrices (menu principal) = 500 à 800 mots.
- Pages profondes = 350 mots minimum.
- Article de blog = 400 / 800 mots, leur optimisation est moins contraignant que pages de site.



# 10 COMMENT SUIVRE AU MIEUX LE TRAVAIL DE VOTRE CONSULTANT ?

Afin d'optimiser la relation avec votre consultant ou agence, nous souhaitons vous donner quelques conseils pour vous permettre de rédiger un brief complet. Ces étapes faciliteront le travail de votre consultant.

Afin de rédiger un brief efficace, nous vous proposons de procéder par étapes :

## **Etape1:** Définition du contexte et de la problématique à laquelle vous êtes confrontée

Contexte:

- Présentez votre entreprise et votre activité,
- Quelles sont les ressources humaines et compétences disponibles (Rédacteurs, Marketeurs, Développeurs, Chef de Projet ...),
- Comment est organisée et structurée votre équipe ?
- Quelle technologie a été utilisée pour le développement de votre site Internet ?
- Est-ce qu'une agence détient la propriété de votre site Internet et n'autorise pas un tiers à réaliser des modifications sur le code source ? Il est aussi possible que ces contraintes d'accès soient liées à des problématiques de sécurité,
- Avez-vous déjà eu recours au référencement naturel ?
- Avez-vous déjà missionné une entreprise pour du netlinking ? ou de l'achat de liens ?

## **Actions Marketing :**

Quelles actions réalisez vous en parallèle (Liens sponsorisés, Display, Campagnes E-mailing ...) ?

## **Etape2 :** Définir votre l'objectif

Cette étape est la plus importante dans la rédaction de votre brief, vous devez vous assurer que les objectifs fixés répondent parfaitement à la problématique que vous rencontrez. Vos objectifs doivent être précis et pertinents.

Exemple:

- Vous souhaitez développer le trafic vers vos contenus ?
- Vous souhaitez que vos visiteurs visitent plus d'une page sur votre site ?
- Vous souhaitez améliorer vos taux de conversion ?

## **Etape3 :** Maintenez une relation régulière avec votre consultant et tenez le informé des évolutions de votre entreprise.

Ce suivi vous permettra de donner des instructions à votre consultant et de l'aider à ajuster la stratégie en fonction des évolutions de votre entreprise. Est-ce que vous développez de nouveaux produits ? Ouvrez de nouvelles filiales ?

Attention, pour rappel, aucune évolution au niveau de votre site Internet ne doit être réalisée sans demander les bonnes pratiques à votre site consultant.  
Toute évolution est une nouvelle occasion de prendre la parole. N'oubliez pas que les mises à jour régulières sont nécessaires pour obtenir des résultats efficaces.



**VOUS SOUHAITEZ OPTIMISER LE RÉFÉRENCEMENT  
NATUREL DE VOTRE SITE ?**

**CONTACTEZ NOUS**