

COMMENT CONVAINCRE GOOGLE **D'AIMER** VOTRE SITE WEB

25 avril 2018

13 h 15

Étienne Denis

Consultant en stratégie de contenu

- ✓ 30 ans d'expérience en rédaction
- ✓ 20 ans en rédaction web
- ✓ 14 ans en stratégie de contenu



KEURIG



 UNIVERSITÉ DE
SHERBROOKE

 AUTORITÉ
DES MARCHÉS
FINANCIERS



[intact]
ASSURANCE

 Ordre
des infirmières
et infirmiers
du Québec

Contenu de la présentation

1. Intro
2. Qui est Google?
3. Vocabulaire
4. AdWords
5. Rang
6. Comment Google pense
7. Comment se faire aimer
8. Choix des mots-clés
9. Placez vos mots-clés
10. Mot de la fin

Contenu de la présentation

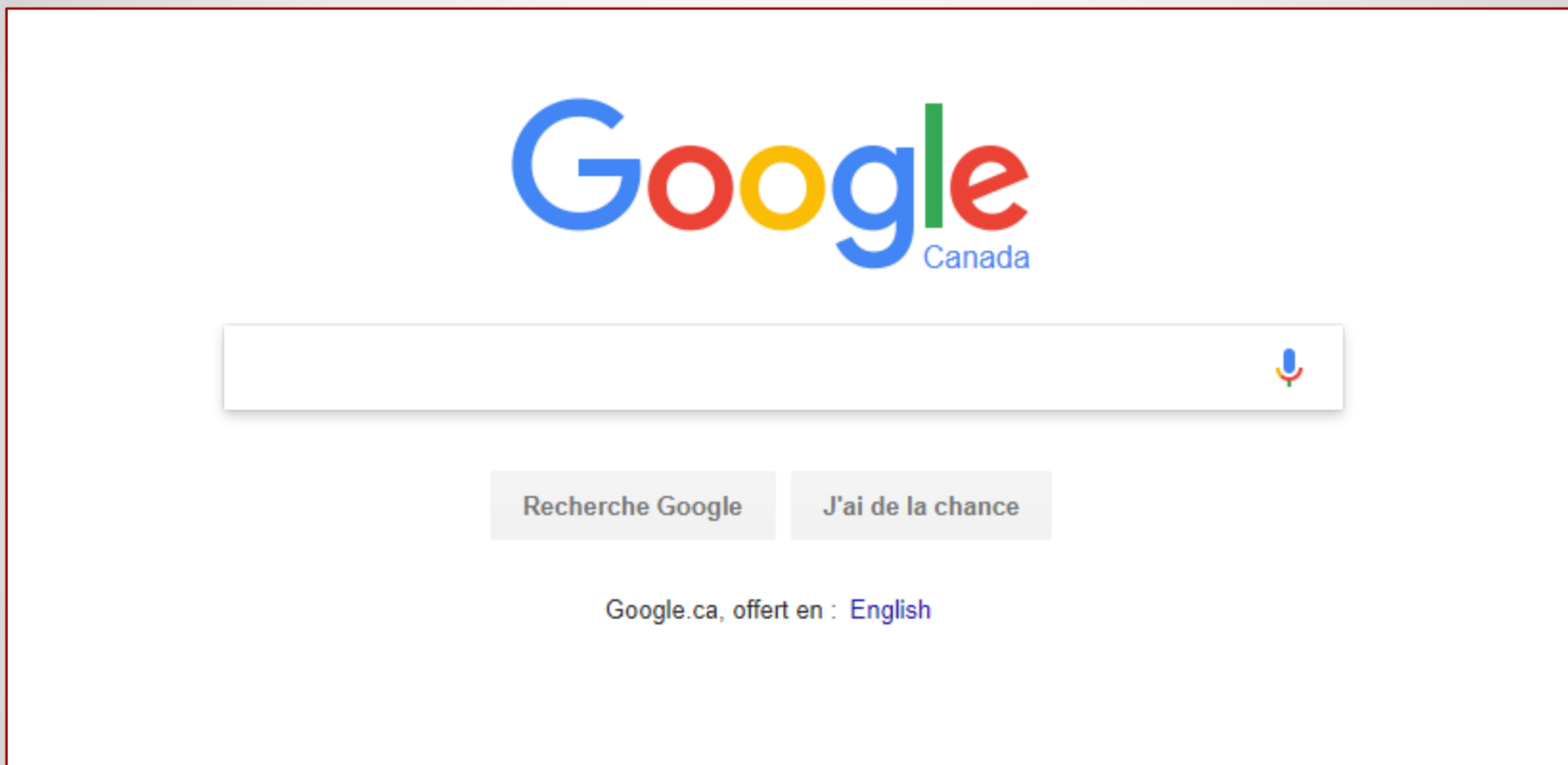
- ✓ 107 diapos
- ✓ 50 minutes + 10 minutes de questions
- ✓ 30 secondes par diapo

Présentation volontairement **dense**... Vous aurez une copie de la présentation pour revoir tout cela à tête reposée.

À la fois machine et entreprise

QUI EST GOOGLE?

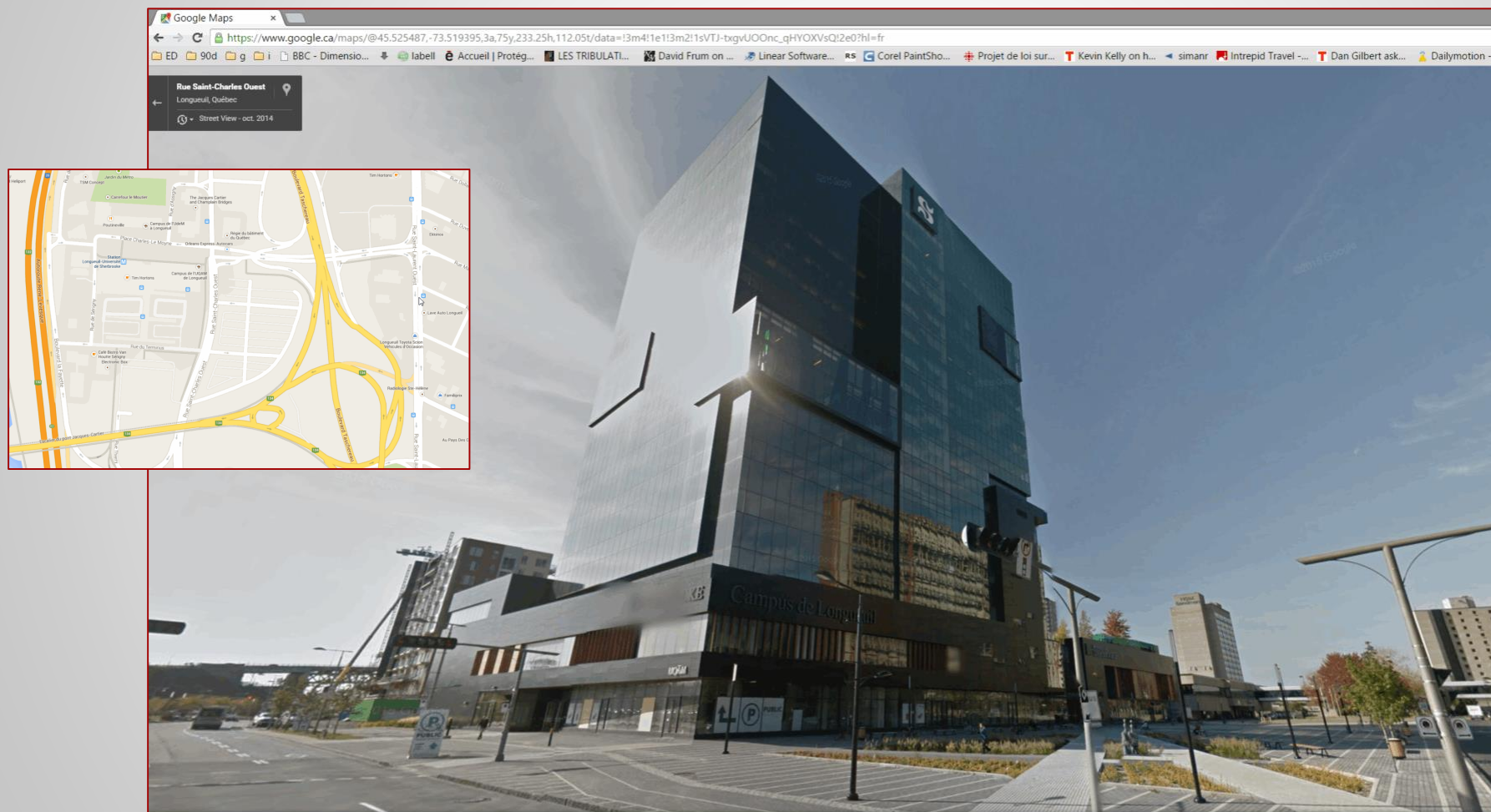
2. Qui est Google?



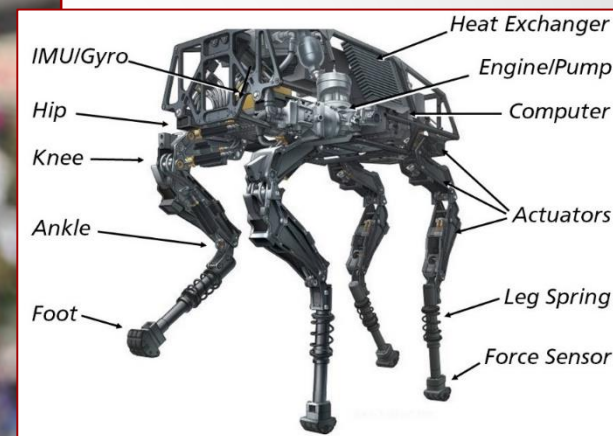
2. Qui est Google?



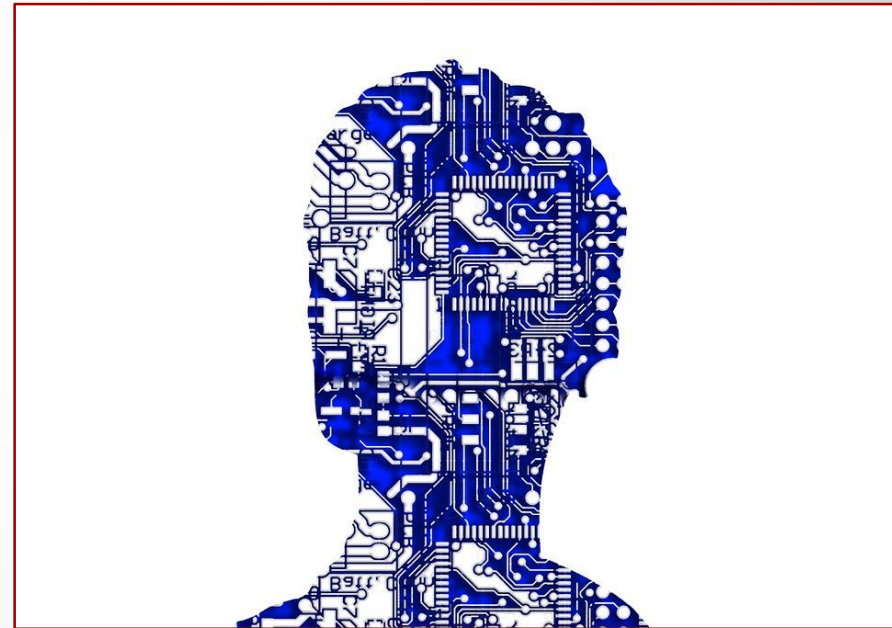
2. Qui est Google?



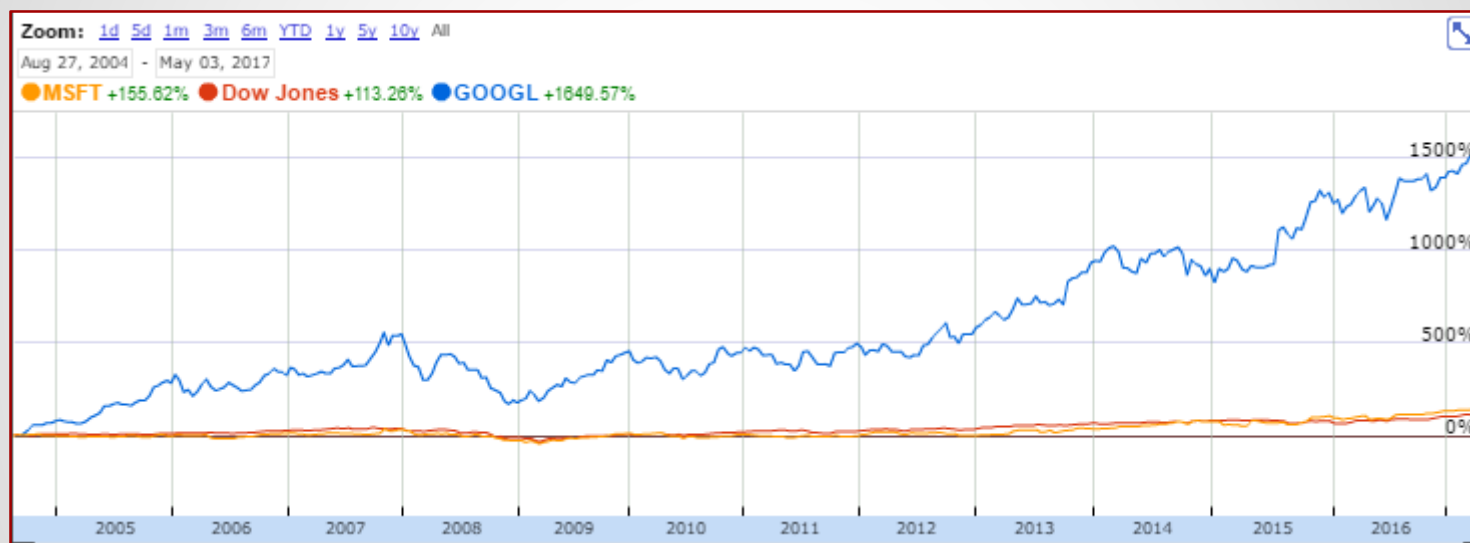
2. Qui est Google?



2. Qui est Google?

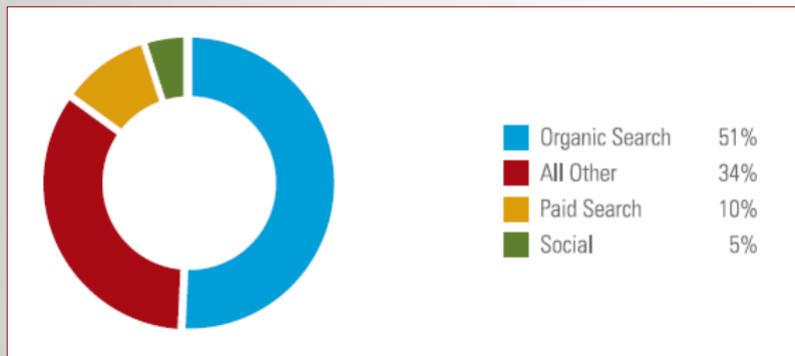


2. Qui est Google?

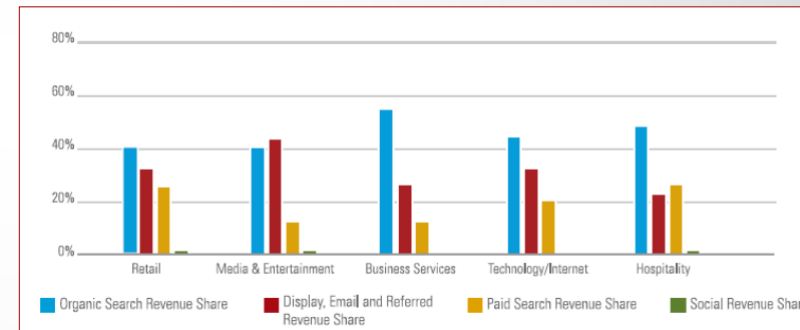


2. Qui est Google?

Sources de **trafic**



Sources de **revenu**



2. Qui est Google?

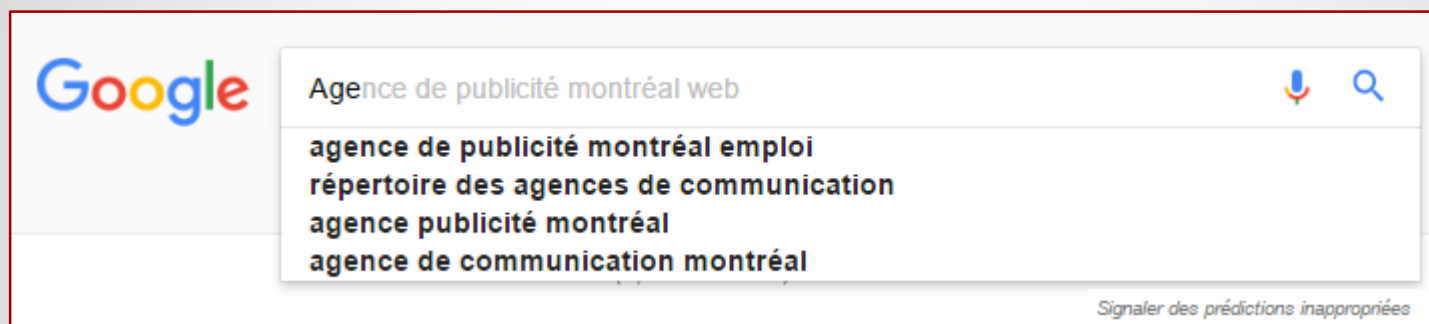
- > Google est une machine (un logiciel).
- > Google est une entreprise (qui réalise un plan stratégique).
- > Comment cette machine/entreprise pense-t-elle?
- > Comment se faire aimer par elle?

Se faire aimer de Google

UN PEU DE VOCABULAIRE

3. Vocabulaire

Mot-clé

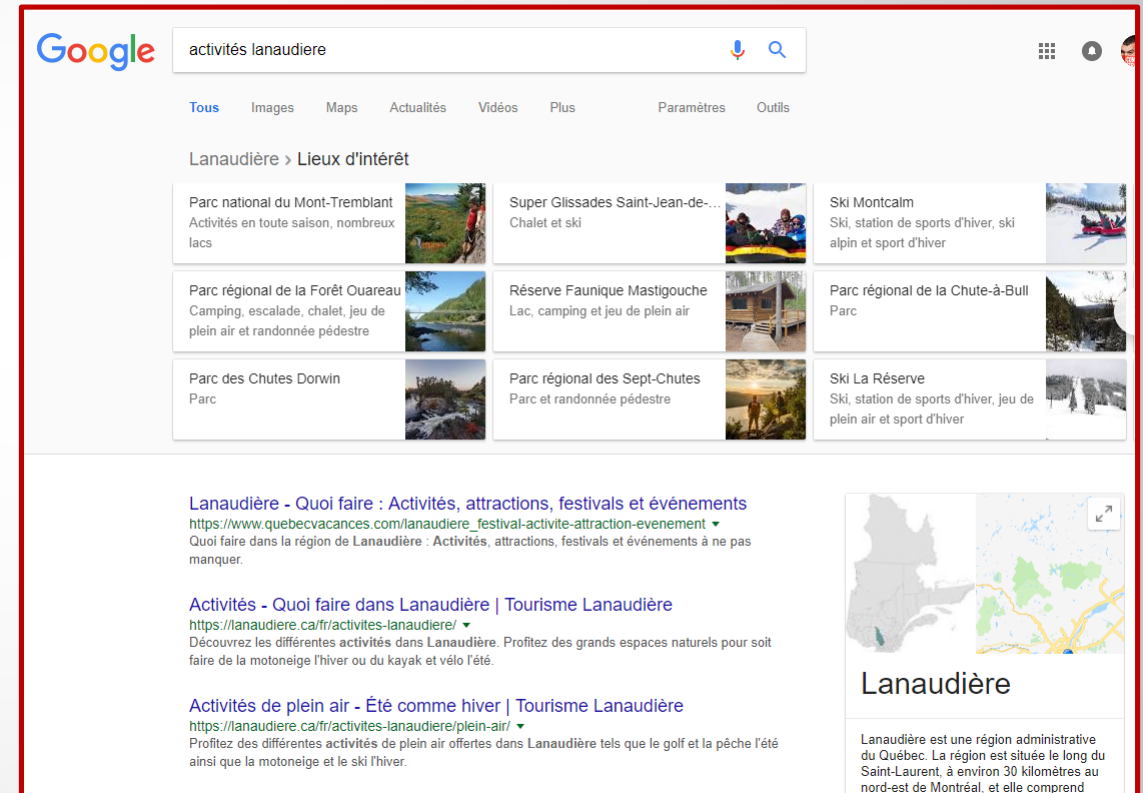


conseil investissement		conseils investissement	
<p>Web Images Actualités Maps Vidéos Plus ▾ Outils de recherche</p> <p>Environ 41 700 000 résultats (0,38 secondes)</p> <p>ConseilDirect - BMO.com Annonce www.bmo.com/conseilDirect ▾ Obtenez de l'aide et des conseils impartiaux en matière de placement. Ouverture de compte Bienvenue à ConseilDirect Pourquoi nous choisir? Communiquez avec nous</p> <p>Conseils de placement TD - tdwaterhouse.ca Annonce www.tdwaterhouse.ca/ ▾ Répondez à deux petites questions et la TD vous aidera à choisir.</p> <p>Échangez des idées - Communauté en ligne de placement Annonce www.rbcplacementsendirect.com/ ▾ Vous pourriez gagner 1 000 \$</p> <p>Ce qu'il faut savoir avant d'investir Desjardins www.desjardins.com/coopmoi/plans...conseils/.../faut-savoir-avant-invest... ▾ Suivez une démarche d'investissement en 5 étapes afin de prendre des décisions éclairées en ... Lire le conseil - Fonds de placement : ce qu'il faut savoir ...</p> <p>Banque Nationale Investissements https://www.bnc.ca/fr/a.../banque-nationale-investissements.html ▾ Équipe constituée de spécialistes en investissement offrant des renseignements et des conseils aux investisseurs afin de leur permettre d'élaborer un ...</p> <p>CFIQ IFIC.ca https://www.ific.ca/fr/articles/who-we-are-regional-council-cfiq/ ▾ CFIQ. Conseil des fonds d'investissement du Québec. Le Conseil des fonds d'investissement du Québec (CFIQ) la voix au Québec de l'Institut des fonds ...</p> <p>Conseil en investissement www.conseil-en-investissement.com/ ▾ conseil-en-investissement.com est un site indépendant de conseil global en matière d'investissement.</p> <p>Investissement locatif : 10 conseils pour réussir - Esprit Riche esprit-riche.com/investir-dans-limmobilier-locatif-10-conseils-pour-reuss... ▾ 15 juil. 2009 - Il est toujours intéressant d'investir lorsqu'on sait ce que l'on fait. Voici 10 conseils clés pour réussir. L'immobilier est un sujet qui me passionne ...</p>		<p>Web Actualités Images Vidéos Maps Plus ▾ Outils de recherche</p> <p>Environ 40 700 000 résultats (0,53 secondes)</p> <p>ConseilDirect - BMO.com Annonce www.bmo.com/conseilDirect ▾ Obtenez de l'aide et des conseils impartiaux en matière de placement. Communiquez avec nous Ouverture de compte Pourquoi nous choisir? Bienvenue à ConseilDirect</p> <p>Conseils de placement TD - tdwaterhouse.ca Annonce www.tdwaterhouse.ca/ ▾ Répondez à deux petites questions et la TD vous aidera à choisir.</p> <p>Entrez en Bourse - Découvrez le courtage simplifié - bncd.ca Annonce www.bncd.ca/investcube ▾ Aucune commission avec InvestCube!</p> <p>Ce qu'il faut savoir avant d'investir Desjardins www.desjardins.com/coopmoi/plans...conseils/.../faut-savoir-avant-invest... ▾ Suivez une démarche d'investissement en 5 étapes afin de prendre des décisions ... Les entreprises ou les personnes qui donnent des conseils financiers ou ...</p> <p>Mes finances/Placement - LesAffaires.com www.lesaffaires.com > Mes finances ▾ Courtage en ligne : des services pour les investisseurs actifs ... 12/05/2015 Finance et Investissement ... 3. 10 conseils financiers à donner à ses enfants. 4.</p> <p>Investissement locatif : 10 conseils pour réussir - Esprit Riche esprit-riche.com/investir-dans-limmobilier-locatif-10-conseils-pour-reuss... ▾ 15 juil. 2009 - Il est toujours intéressant d'investir lorsqu'on sait ce que l'on fait. Voici 10 conseils clés pour réussir. L'immobilier est un sujet qui me passionne ...</p> <p>10 conseils pour réussir un investissement locatif - Linternaute www.linternaute.com/argent/.../reussir-son-investissement-locatif/ ▾ 14 janv. 2014 - 10 conseils pour réussir un investissement locatif. Immobilier. Le succès d'un investissement locatif repose sur la qualité du bien et un loyer ...</p> <p>Fiches conseils investissement immobilier - Nexity www.nexity.fr/immobilier/.../investir/...l-investissement/fiches-conseils ▾ Nexity vous livre tous ses conseils en investissement immobilier à travers des fiches claires et vous aide dans les démarches d'un investissement immobilier.</p>	<p>=</p> <p>≠</p> <p>≠</p> <p>≠</p> <p>≠</p>

3. Vocabulaire

❏ SERP :

- Search Engine Result Page
- Page de résultats d'une recherche



Environ 11 440 000 000 résultats (0,59 secondes)

Google

<https://www.google.fr/> ▼

Version française du moteur de recherche. Propose des outils et des services pour les internautes.

[Google Actualités](#) · [Google Maps](#) · [Google Images](#) · [Google Flights](#)

À la une



Google, Pharmaprix et Canadian Tire, les plus admirées du public

TVA Nouvelles · Il y a 1 jour



En direct : les candidats de l'Eurovision les plus populaires sur Google

Paris Match · Il y a 7 heures



Meet Catherine Courage, Newfoundlander in top ranks at Google

CBC · Il y a 8 heures

[→ Plus de résultats pour "google"](#)

Google

www.google.ca/?hl=fr ▼

Solutions publicitaires Solutions d'entreprise À propos de GoogleGoogle.com. © 2017 - Confidentialité -

Conditions d'utilisation.

Actualités

Knowledge Graph

Google

Entreprise



Google est une entreprise américaine de services technologiques fondée en 1998 dans la Silicon Valley, en Californie, par Larry Page et Sergueï Brin, créateurs du moteur de recherche Google. C'est une filiale de la société Alphabet depuis août 2015. [Wikipédia](#)

Création : 4 septembre 1998, Menlo Park, Californie, États-Unis

PDG : Sundar Pichai (2 oct. 2015–)

Sièges sociaux : Mountain View, Californie, États-Unis

Filiales : YouTube, Nik Software, AdMob, ITA Software, plus...

Fondateurs : Larry Page, Sergueï Brin

[Avis de non-responsabilité](#)[Commentaires](#)

3. Vocabulaire

Rang


- ❑ Ordre d'apparition dans le SERP
- ❑ « Rang zéro » : premier, à part

Google social justice warrior

Tous Images Actualités Vidéos Livres Plus Paramètres Outils

Environ 1 730 000 résultats (0,70 secondes)

On appelle ce type de personne un « guerrier de la **justice sociale** », et en bon français : un-e **Social Justice Warrior (SJW)**. Le terme n'a pas toujours eu une connotation péjorative, et comme le terme troll, il faut bien faire attention à ne pas en abuser sous peine de le vider de son sens. 7 mars 2016



[Le Social Justice Warrior - La Menace Théoriste](http://menace-theoriste.fr/social-justice-warrior/)
menace-theoriste.fr/social-justice-warrior/

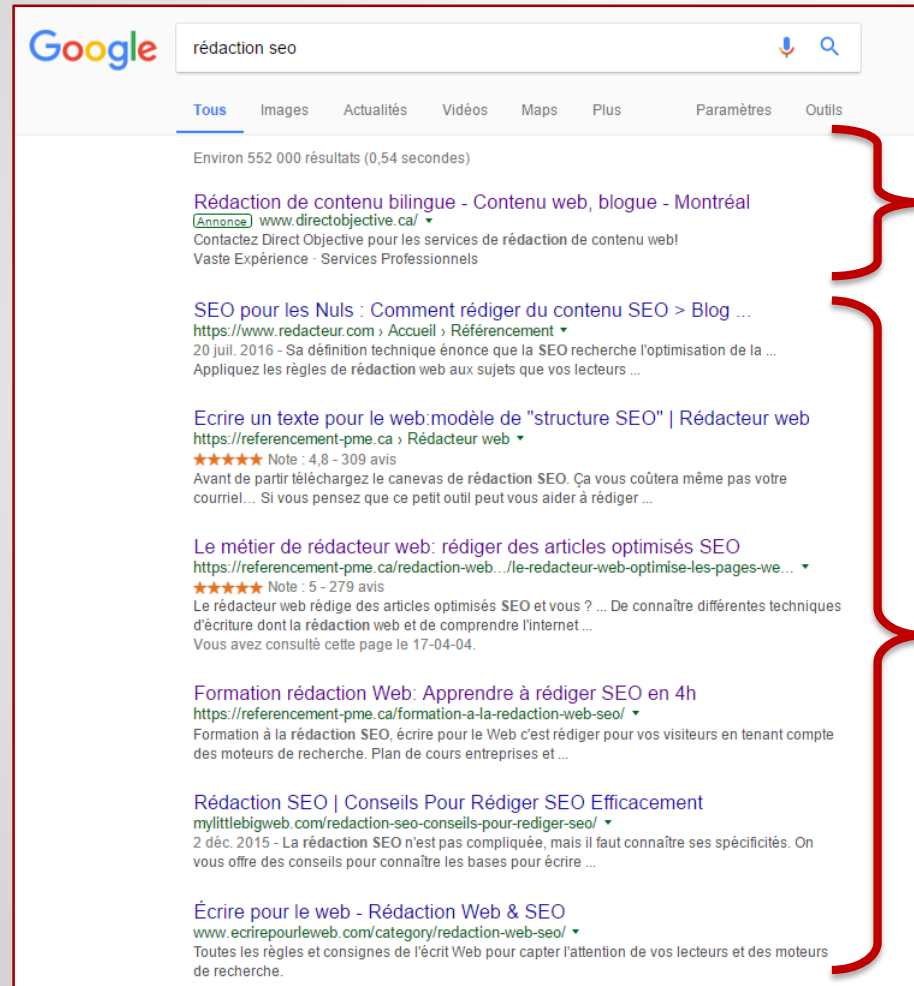
À propos de ce résultat • Commentaires

Social justice warrior — Wikipédia
https://fr.wikipedia.org/wiki/Social_justice_warrior ▼
Social justice warrior (couramment abrégé SJW, et que l'on peut traduire littéralement par guerrier de la justice sociale) est un terme péjoratif désignant un type ...
Vous avez consulté cette page le 17-03-13.

Social justice warrior - Wikipedia
https://en.wikipedia.org/wiki/Social_justice_warrior ▼ [Traduire cette page](#)
"Social justice warrior" (commonly abbreviated SJW) is a pejorative term for an individual promoting socially progressive views, including feminism, civil rights, ...
[Feminazi](#) · [Virtue signalling](#) · [Identity politics](#) · [Moonbat](#)

Urban Dictionary: social justice warrior
www.urbandictionary.com/define.php?term=social%20justice%20warrior ▼ [Traduire cette page](#)
A social justice warrior, or SJW, does not necessarily strongly believe all that they say, or even care about the groups they are fighting on behalf of. They typically ...

3. Vocabulaire



Payants

Naturels

3. Vocabulaire

□ **SEO** : Search Engine Optimization

- optimisation du site
 - actions hors site
- } Pour avoir un meilleur rang

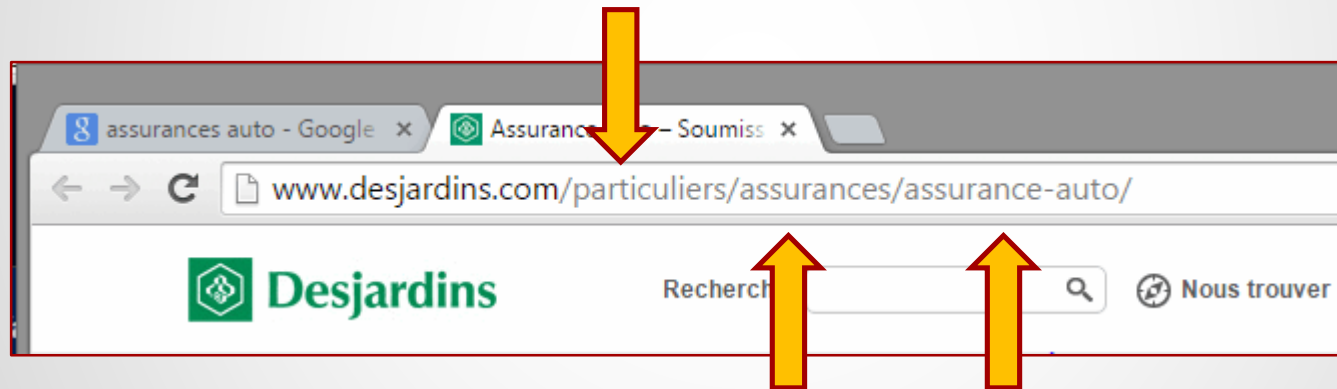
3. Vocabulaire

- ❑ **AdWords** : Publicité payante de Google apparaissant dans la page des résultats
- ❑ **PPC** : Pay Per Click (AdWords est le PPC de Google)
- ❑ **SEM** : Search Engine Marketing = SEO + AdWords

3. Vocabulaire

URL

- ☐ "Uniform Resource Locator"
- ☐ Adresse web de la page



3. Vocabulaire

HTML

```
<html>
<head>
<Title>Ceci est mon titre</Title>
<meta name="description" content="Ceci est mon Meta
description!">
</head>
<body>
<H1>Ceci est mon titre H1</H1>
<p>Voici un paragraphe, sans aucune mise en forme. Notez qu'il
ne faut pas confondre le title (ici : "Ceci est mon title") et
le H1 (ici : "Ceci est mon Meta description!")</p>
<p>Et un deuxième paragraphe...</p>
<H2>Ceci est mon titre H2</H2>
<p>Troisième paragraphe, blablabla, blablabla, blablabla,
blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla,
blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla,
blablabla, blablabla, blablabla. Fin du paragraphe...</p>
<p>Une bonne source pour début en SEO est <a
href="http://moz.com/beginners-guide-to-seo">Beginners guide to
SEO</a> de MOZ. </p>
</body>
</html>
```

Ceci est mon titre H1

Voici un paragraphe, sans aucune mise en forme. Notez qu'il ne faut pas confondre le title (ici : "Ceci est mon title") et le H1 (ici : "Ceci est mon Meta description!")

Et un deuxième paragraphe...

Ceci est mon titre H2

Troisième paragraphe, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla, blablabla. Fin du paragraphe...

Une bonne source pour début en SEO est [Beginners guide to SEO](http://moz.com/beginners-guide-to-seo) de MOZ.

3. Vocabulaire

Meta données

- ❑ "meta data"
- ❑ code non visible sur la page elle-même
- ❑ inclut dans le « header » de la page web
- ❑ exemple :
 - <title>
 - meta description

```
<head>  
<meta charset="UTF-8">  
<meta name="description" content="Free Web tutorials">  
<meta name="keywords" content="HTML,CSS,XML,JavaScript">  
<meta name="author" content="Hege Refsnes">  
</head>
```

Meta data

La poule aux œufs d'or de Google

QUELQUES MOTS SUR LES ADWORDS

4. AdWords

AdWords / PPC

- ❑ Permet d'être premier.
- ❑ ... si on paie le prix!

Environ 578 000 résultats (0,67 secondes)

Hôtels Lanaudière | Meilleur Tarif Garanti | booking.com

Annonce www.booking.com/Lanaudière/Hôtels ▼

4,5 ★★★★★ avis sur booking.com

Réservez votre hôtel à Lanaudière. Réservez en ligne, payez à l'hôtel.

Réservez pour ce Soir

Confirmation immédiate !

Service Clients 24h/24 et 7j/7

Réservez maintenant

Rapide, simple, facile à utiliser

Réservez en ligne, payez à l'hôtel.

Joliette Hotels: Top 10 Hôtels à partir de 60 \$C | Expedia.ca

Annonce www.expedia.ca/ ▼

4,2 ★★★★★ avis sur expedia.ca

Reservez et Economisez Jusqu'à 50% Reservez Hôtels Pas Chers Ici.

Équipements: Boutique Hôtels, Animaux acceptés, Services de spa, Appart Hotels, Wifi gratuit, Cham...

Hôtels a moins des C\$99 · Offres de dernière minute · Hôtels de luxe · Bonnes Offres de l'hôtel

4. AdWords

AdWords / PPC

- ☐ Afficher : gratuit.
- ☐ Cliquer : entre 10 cents et 20 dollars par clic... ou plus!

4. AdWords

AdWords / PPC

- ❑ L'annonceur contrôle tous les paramètres :
 - ✓ Prix maximum par clic
 - ✓ Mots-clés
 - ✓ Budgets par jour
 - ✓ Etc.

4. AdWords

AdWords / PPC

- ❑ Prix réel par clic déterminé par une enchère.
 - ✓ En fonction du prix maximal des autres annonceurs.
 - ✓ Moindre que votre prix maximal par clic (sauf exception).

4. AdWords



AdWords / PPC

- Le rang de l'annonce AdWords est déterminé par une formule. En simplifiant :
 - ✓ **Plus le prix par clic est élevé**, plus l'annonce est placée haut.
 - ✓ **Plus l'annonce est pertinente** (répond au besoin de l'internaute), plus l'annonce est placée haut.

4. AdWords

AdWords / PPC

- ☐ Plus l'annonce est placée haut, plus l'annonceur paie cher par clic ET plus il a de clics.

4. AdWords

(Données fictives)

Environ 578 000 résultats (0,67 secondes)

Hôtels Lanaudière | Meilleur Tarif Garanti | booking.com

Annonce www.booking.com/Lanaudière/Hôtels ▼

4,5 ★★★★★ avis sur booking.com

Réservez votre hôtel à Lanaudière. Réservez en ligne, payez à l'hôtel.

Réservez pour ce Soir

Confirmation immédiate !

Service Clients 24h/24 et 7j/7

Réservez maintenant

Rapide, simple, facile à utiliser

Réservez en ligne, payez à l'hôtel.

Joliette Hotels: Top 10 Hôtels à partir de 60 \$C | Expedia.ca

Annonce www.expedia.ca/ ▼

4,2 ★★★★★ avis sur expedia.ca

Reservez et Economisez Jusqu'à 50% Reservez Hôtels Pas Chers Ici.

Équipements: Boutique Hôtels, Animaux acceptés, Services de spa, Appart Hotels, Wifi gratuit, Cham...

Hôtels a moins des C\$99 · Offres de dernière minute · Hôtels de luxe · Bonnes Offres de l'hôtel



1 000 clics à 1\$ = 1 000 \$



500 clics à 50 cents = 250 \$

4. AdWords

AdWords / PPC

- ❑ On peut lier les AdWords avec les ventes sur le site web.
 - ✓ L'annonceur sait combien ses AdWords lui rapportent.
 - ✓ Gestion du ROI très précise.

4. AdWords

AdWords / PPC

- ❑ Source d'information très riche.
 - ✓ Annonces qui vendent le plus
 - ✓ Mots-clés qui vendent le plus

4. AdWords

(Données réelles : annonces)

Stratégie de contenu
Consultant à Montréal
www.90degres.ca/contenu
Pour PME ambitieuses et grandes entreprises.
Expertise reconnue.



3 % de clic

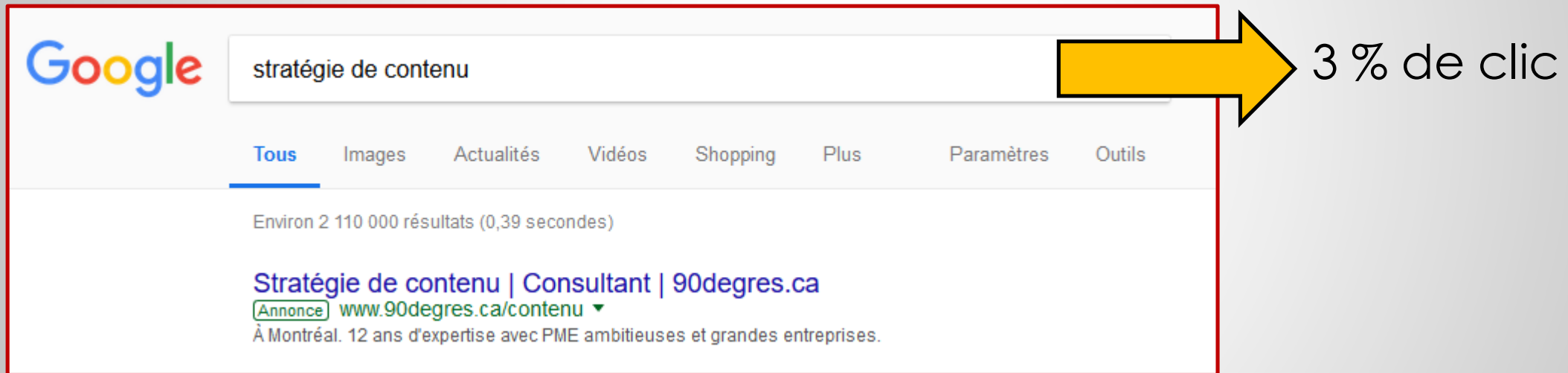
Stratégie de contenu
Consultant
www.90degres.ca/contenu
À Montréal. 12 ans d'expertise avec PME
ambitieuses et grandes entreprises.



8 % de clic : **2,7 x plus efficace!**

4. AdWords

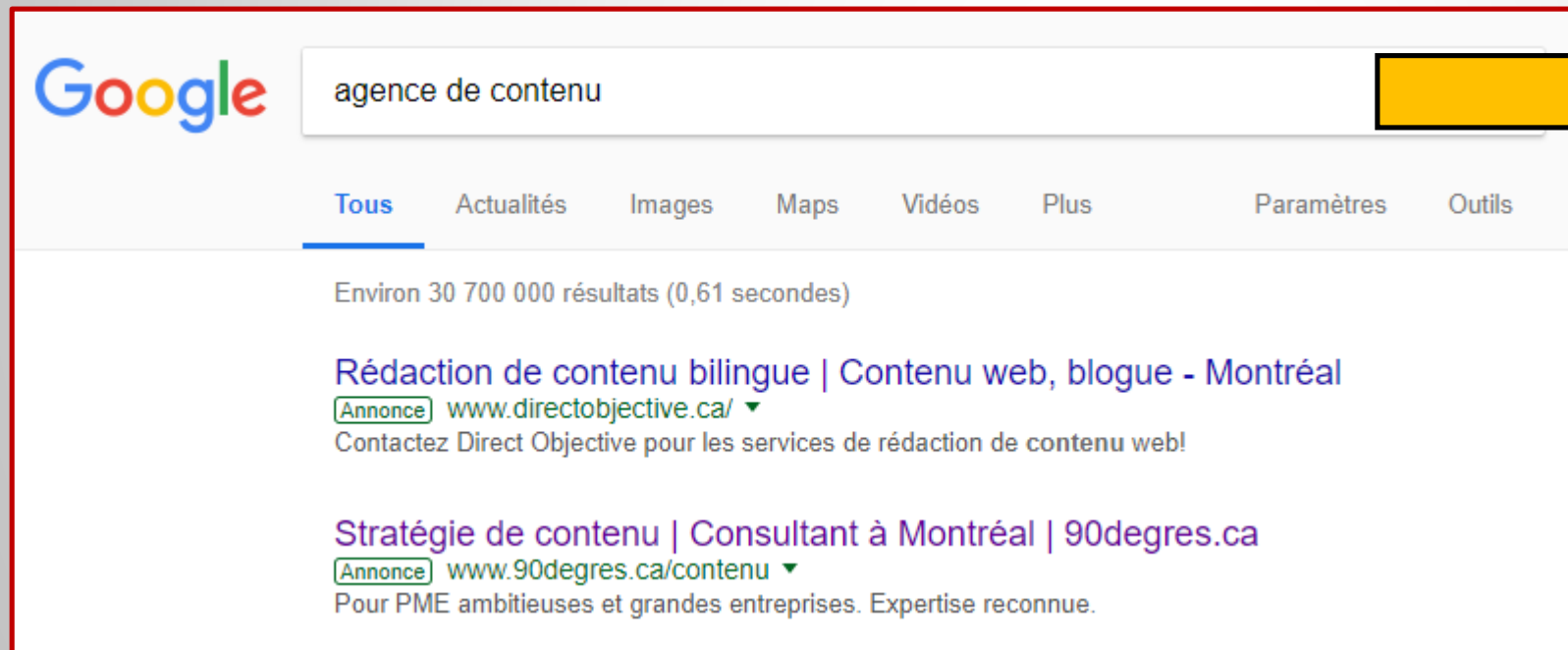
(Données réelles : mots-clés)



The image shows a Google search interface with the query "stratégie de contenu". A yellow arrow points from the search bar to the text "3 % de clic". Below the search bar, the "Tous" tab is selected. The search results show "Environ 2 110 000 résultats (0,39 secondes)". The first result is "Stratégie de contenu | Consultant | 90degres.ca", marked as an "Annonce" (Ad). The description for this ad is "À Montréal. 12 ans d'expertise avec PME ambitieuses et grandes entreprises."

4. AdWords

(Données réelles : mots-clés)



9 % de clic

3 x plus efficace!

4. AdWords

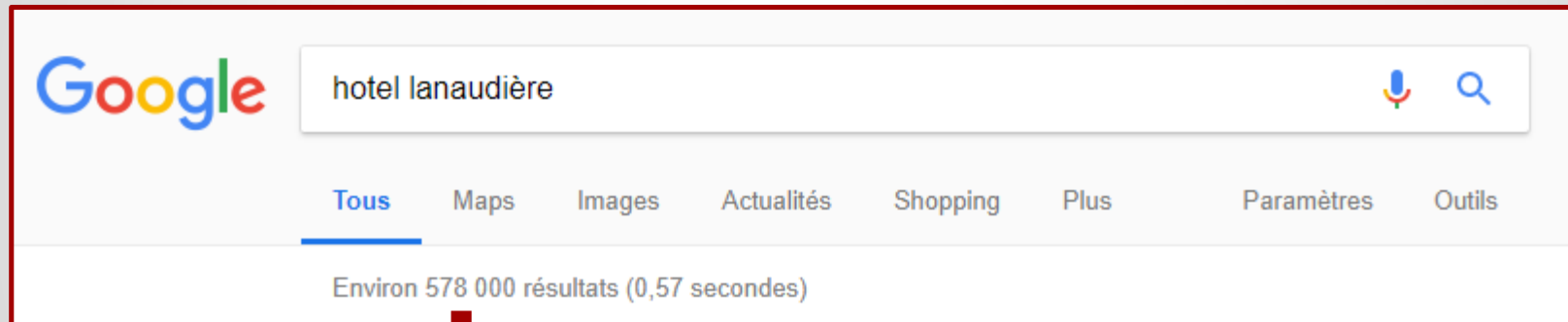
Vos AdWords vous permettent de mieux comprendre :

- ✓ ce que vos clients cherchent
- ✓ les arguments qui les convainquent
- ✓ la meilleure façon d'écrire ces arguments

Votre objectif : premier rang

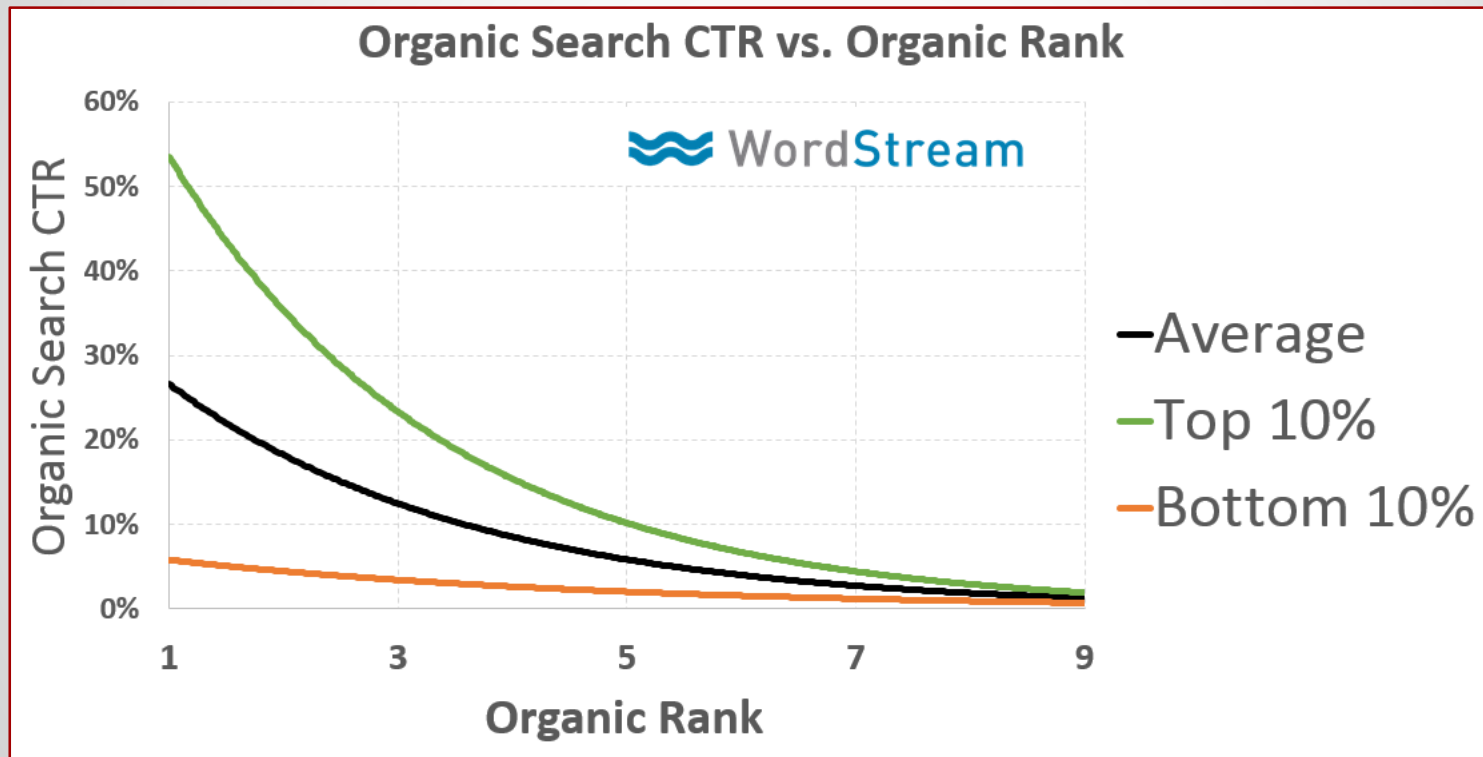
IMPORTANCE DU RANG

5. Rang



578 000 résultats!

5. Rang

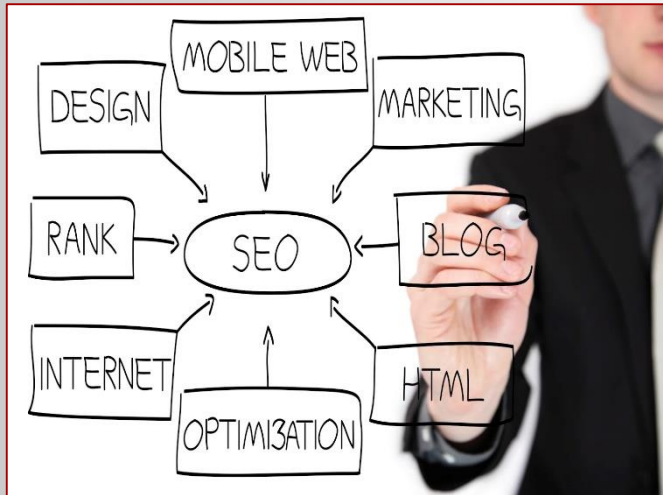


5. Rang

Le premier rang a :

- ✓ 25 % du trafic
- ✓ **2 fois plus** de trafic que le rang #3
- ✓ **10 fois plus** de trafic que le rang #10

5. Rang



Vos buts :

1. acquérir le rang #1
2. conserver le rang #1
3. convertir

C'est une machine ET une entreprise

COMMENT GOOGLE PENSE

6. Comment Google pense



**Les résultats naturels sont classés
par ordre de pertinence
pour l'internaute.**

Si votre contenu n'est pas le meilleur,
pourquoi Google le placerait-il
en premier?

Good
is not
good enough.

Best is good enough.

6. Comment Google pense



1. Tapez dans Google le mot-clé que vous visez .
2. Consultez les 10 premiers résultats.
3. Assurez-vous que votre page web est **meilleure** que ces 10 résultats.

6. Comment Google pense

Meilleur contenu = répond le mieux aux besoins

- ✓ pertinence du contenu
- ✓ réputation de la source
- ✓ désirabilité
 - est-ce que les internautes cliquent?
 - est-ce qu'ils consultent la page après avoir cliqué?

Tapez "**rédaction web**" dans Google
pour savoir comment faire du « bon » contenu.

(Ou engagez un pro.)

6. Comment Google pense



Google analyse :

- ☐ La page elle-même
 - mots-clés et autre texte
 - liens

- ☐ Le site web dans son ensemble
 - autres contenus du site
 - liens (internes et sortants)

- ☐ Les liens externes qui entrent (**très important**)

6. Comment Google pense

Google analyse (suite) :

- ❑ Les comportements des internautes
 - le CTR (taux de clic sur un lien) semble très important
- ❑ Les préférences de l'utilisateur
- ❑ Des dizaines d'autres variables...

Votre plan de travail

COMMENT SE FAIRE AIMER (DE GOOGLE)

7. Comment se faire aimer



7. Comment se faire aimer



Votre plan de travail SEO en trois étapes

1. Vérifiez si vous utilisez une technologie fonctionnelle. Au besoin, corrigez cela.
2. Publiez de meilleurs contenus que ceux proposés par Google pour vos mots-clés.
3. Très important : obtenez des liens externes.

7. Comment se faire aimer

Étape 1 : Vérifiez si vous utilisez une technologie fonctionnelle

- ✓ Pages perméables aux moteurs de recherche
- ✓ Possibilité d'utiliser les balises
- ✓ Structure d'url (adresse) et de html (codage de la page) pensée en fonction du SEO
- ✓ Sitemap, robots.txt, etc. (Pour plus d'info : tapez ces mots dans Google).
- ✓ Pages qui se chargent rapidement

7. Comment se faire aimer

Étape 2 : Publiez de meilleurs contenus que ceux proposés par Google pour vos mots-clés

- ✓ Meilleur = répond mieux aux besoins de l'internaute
- ✓ ... mais il faut aider Google à associer votre contenu à vos mots-clés.

Nous en reparlerons dans quelques minutes!

7. Comment se faire aimer

Étape 3 : Obtenez des liens externes

Liens d'un autre site vers le vôtre.

Visez des sites :

- si possible, connus
- ayant un point commun avec le vôtre, par exemple :
 - sujet similaire
 - même industrie
 - même région

✓ À éviter :

- ✗ Sites médiocres (répertoires sans intérêt, etc.)
- ✗ Acheter des liens qui sont offerts à qui veut payer.

7. Comment se faire aimer

Étape 3 : Obtenez des liens externes (suite)

Comment obtenir des liens?

- s'inscrire dans les répertoires sérieux, par exemple :
 - ✓ Bonjour Québec
 - ✓ Municipalité
 - ✓ Association professionnelle
 - ✓ Etc.
- échanger des liens avec un partenaires
- publier un article
- etc.

Plus d'information : "**SEO link building**" dans Google.

7. Comment se faire aimer

Étape 3 : Obtenez des liens externes (suite)

- ✓ Aussi :
 - liens entre vos pages web
 - liens entre vos sites web (si vous en avez plusieurs)

Au cœur de votre stratégie

CHOIX DES MOTS-CLÉS

8. Choix des mots-clés

Choisir les mots-clés de votre site web

- ✓ qui seront utilisés dans vos pages
- ✓ qui seront utilisés (si possible) dans les liens qui pointent vers vos pages

8. Choix des mots-clés

Quels mots-clés choisir?

- ✓ Mots-clés utilisés par vos clients pour chercher vos produits et services
- ✓ Première page de Google avec ces mots-clés : des compétiteurs que vous pouvez battre
 - « hôtel canada » : en compétition avec **Hilton**
 - « hôtel Rawdon » : en compétition avec **La Source bains nordiques**

8. Choix des mots-clés

Méthode pour choisir vos mots-clés

1. Listez tous les mots-clés possibles d'une catégorie.
2. Obtenez les volumes de recherche.
3. Analysez la concurrence.
4. Choisissez vos mots-clés (volume vs concurrence vs importance).
5. Attribuez une page de votre site web à chaque mot-clé.

8. Choix des mots-clés

Méthode pour choisir vos mots-clés

1. Listez tous les mots-clés possibles d'une catégorie

- ✓ page blanche
- ✓ recherche de synonyme
- ✓ analyse de vos résultats
- ✓ analyse des concurrents
- ✓ analyse des tendances
- ✓ recherches associées de Google
- ✓ **demandez à vos client!**

Recherches associées à location canot lanaudière

kayak lanaudiere

école du canot

canot volant

kayak en famille

descente de riviere en kayak

cours de canot

kayak activité

location kayak rawdon



8. Choix des mots-clés

Pour analyser...

Vos résultats : Google Search Console

Vos concurrents : Alyze.info

Les tendances : Trends.Google.ca

Recherches associées : en bas de la page des résultats de Google.

8. Choix des mots-clés

Méthode pour choisir vos mots-clés

1. Listez tous les mots-clés possibles d'une catégorie
- 2. Obtenez les volumes de recherche**
 - ✓ Outils de planification des mots-clés de Google AdWords (voir pages suivantes)

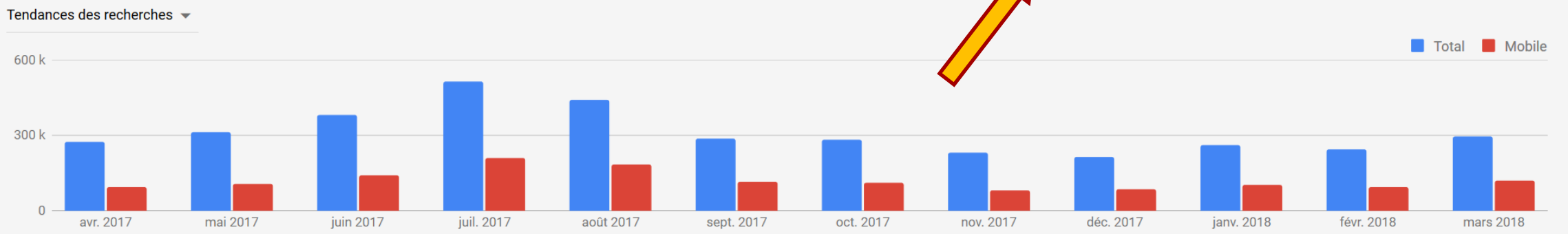
Idées de mots clés

Plan – Vue d'ensemble

Lieux : Canada Langue : Français Réseaux de recherche : Google

Idées de mots clés

TÉLÉCHARGER LES IDÉES DES MOTS CLÉS Les 12 derniers mois
avr. 2017 – mars 2018



☐ Exclure les idées réservées aux adultes

<input type="checkbox"/> Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence	Taux d'impressions des annonces	Enchère de haut de page (fourchette basse)	Enchère de haut de page (fourchette haute)	État du compte
<input type="checkbox"/> tourisme lanauidière	720	Faible	—	1,44 \$	2,53 \$	
<input type="checkbox"/> tourisme lanauidiere	260	Faible	—	1,29 \$	2,37 \$	
<input type="checkbox"/> voyage quebec	1 600	Moyen	—	0,07 \$	1,19 \$	

B16		3600
	A	B
1	Keyword	Avg. monthly searches
2	quebec	74 000
3	gaspésie	18 100
4	québec	18 100
5	hébergement	14 800
6	activité montreal	12 100
7	parc de la mauricie	12 100
8	chalet à louer	8 100
9	auberge du lac taureau	8 100
10	joliette	8 100
11	lac taureau	6 600
12	montreal canada	6 600
13	outaouais	6 600
14	quoi faire à montréal	4 400
15	laurentides	4 400
16	st donat	3 600
17	lanaudière	3 600
18	tourisme québec	2 900
19	chateau joliette	2 900
20	musée montréal	2 400
21	activités quebec	2 400
22	tourisme montreal	2 400
23	ville quebec	2 400
24	bas st laurent	2 400
25	lanaudiere	2 400
26	musée des beaux arts montréal	1 900
27	tourisme charlevoix	1 900
28	tourisme quebec	1 900
29	golf lanaudiere	1 900
30	tourisme gaspésie	1 900
31	saint donat	1 900
32	voyage quebec	1 600
33	tourisme montréal	1 600
34	camping lanaudiere	1 600
35	activité laval	1 600
36	chalet a louer lanaudiere	1 300
37	visiter montreal	1 300



8. Choix des mots-clés

Méthode pour choisir vos mots-clés

1. Listez tous les mots-clés possibles d'une catégorie
2. Obtenez les volumes de recherche
- 3. Analysez la concurrence**
 - ✓ Meilleur contenu que les pages suggérées par Google?
 - ✓ Meilleure réputation? (nombre de liens)

8. Choix des mots-clés

Site web qui font de l'analyse automatique en SEO...

- > Moz.com
- > Ahrefs.com
- > SEranking.com
- > ... et quelques autres.

image de marque

Canada (French) - fr-CA



3 of 5 queries available daily

Overview

Keyword Suggestions

SERP Analysis

Keyword Lists **PREVIEW**

Overview: image de marque

201-500Monthly Volume [Learn](#)**21**Difficulty [Learn more](#)**61%**Opportunity [Learn more](#)**61**Priority [Learn more](#)

Keyword Suggestions >

Keyword	Monthly Volume ⁱ
image de marque exemple	no data ⁱ
comment améliorer l'image de marque d'une entreprise	no data ⁱ
objectif d'image d'une entreprise	no data ⁱ

SERP Analysis >

Rank	Title & URL	PA ⁱ	DA ⁱ
1	L'image de marque, ou l'art de ... http://bastacomunication.ca...	23	32
2	Image de marque — Wikipédia https://fr.wikipedia.org/wiki/L...	59	100
	Développer une image de mar	24	10

8. Choix des mots-clés

Méthode pour choisir vos mots-clés

1. Listez tous les mots-clés possibles d'une catégorie
2. Obtenez les volumes de recherche
3. Analysez la concurrence
- 4. Choisissez vos mots-clés (volume vs concurrence vs importance)**

Exemple :

- quelle est votre chance de convaincre un internaute ayant cherché « st donat »?
- pouvez-vous battre l'Auberge du Lac Taureau pour « lac taureau »?

Vos campagnes AdWords
vous informent
sur les mots-clés qui fonctionnent
pour vous.

8. Choix des mots-clés



Méthode pour choisir vos mots-clés

1. Listez tous les mots-clés possibles d'une catégorie
2. Obtenez les volumes de recherche
3. Analysez la concurrence
4. Choisissez vos mots-clés (volume vs concurrence vs importance)
- 5. Attribuez une page de votre site web à chaque mot-clé**
 - ✓ À chaque page importante son mot-clé!
 - ✓ À chaque mot-clé sa page!

La partie la plus facile

PLACER VOS MOTS-CLÉS

13 h 55

9. Placer vos mots-clés

Suivez la
recette
à la lettre!

Note : ces règles peuvent évoluer.

9. Placer vos mots-clés

Où placer le mot-clé dans la page?

1. <title>
2. texte de la page
3. ancres
4. URL
5. méta description
6. "alt" des images

9. Placer vos mots-clés

1. <title>

St-Donat - Activités hiver - Tourisme Saint-Donat - Lanaudière - Québec

www.tourismesaint-donat.com/activites-hiver/ ▼

Le village plein air de Saint-Donat est un lieu idéal pour les amateurs de sports d'hiver. Venez y pratiquer de très nombreuses activités hivernales pour toute la famille sur le Mont-Garceau, la Réserve, la Montagne Noire ou encore le Mont-Sourire. Nos sentiers de motoneige et de VTT sont aussi à la disposition des ...

9. Placer vos mots-clés

Ne pas confondre <title> et <H1>.



9. Placer vos mots-clés

1. <title>

```
<title>Cégep Saint-Jean-sur-Richelieu -- Programmes et admission</title>
```

WordPress SEO par Yoast

Généraux Analyse de page Avancé Réseaux sociaux

Aperçu de l'extrait ?

Formation rédaction web ▷ 90 degrés = **Formation** sur me...

www.90degres.ca/formation-redaction-web/

Sur mesure pour votre entreprise : exemples tirés de vos textes, sujets prioritaires pour vous. **Formation** en rédaction web donnée par Étienne Denis.

Mot-clé principal : ?

Formation rédaction web

Utilisation du mot-clef mis en avant

Votre mot-clef principal a été trouvé dans :

- Intitulé de l'article :**No**
- Titre de la page :**Yes (1)**
- URL de la page :**Yes (1)**
- Contenu :**No**
- Méta description :**No**

Titre SEO :

?

Formation rédaction web ▷ 90 degrés = Formation sur mesure en rédaction web

Attention : La longueur d'affichage du titre est limitée par Google, votre titre est trop long.

Méta description: ?

Sur mesure pour votre entreprise : exemples tirés de vos textes, sujets prioritaires pour vous. Formation en rédaction web donnée par Étienne Denis.

La **méta** description est limitée à 156 caractères, **8** caractères restants.

9. Placer vos mots-clés

1. <title>

C'est la balise
la **plus importante**
pour Google!

9. Placer vos mots-clés

1. <title>

- ✓ Mot-clé au début du <title> (si possible exact)
- ✓ Information pertinente : avant le 56^e caractère
- ✓ Longueur maximale : 70 caractères
 - ✓ 78 pour mobile
- ✓ Un <title> différent pour chaque page

Le nombre de caractères inclut toujours les espaces.

9. Placer vos mots-clés

2. Texte de la page

- ✓ Écrire sans compromis pour le lecteur.
- ✓ Ensuite, mais ensuite seulement, on pense aux moteurs de recherche.

Assurance auto

DESJARDINS ASSURANCES
EST LÀ QUAND ÇA COMPTE

Demandez une **soumission d'assurance auto en ligne**

Code postal

Allez-y! →

1 888 277-8726
[Récupérez votre soumission](#)



REMISE ANNUELLE DE 50 \$ PAR AUTO ASSURÉE ET ASSISTANCE ROUTIÈRE GRATUITE POUR LES 25 ANS ET MOINS†

Ces produits d'assurance auto sont offerts uniquement au Québec.

» [En savoir plus sur les produits d'assurance auto offerts en Ontario](#)

Caractéristiques

Rabais

Protections

Ajusto

Avantages

Desjardins Assurances est là quand ça compte avec des avantages et des prix compétitifs

En optant pour l'assurance auto de Desjardins Assurances, vous bénéficierez de plusieurs avantages :

- Une des meilleures [protections de base](#) offertes sur le marché
- Une protection sur mesure vous permettant d'ajouter les [protections optionnelles](#) adaptées à vos besoins et à votre budget
- Un [service à la clientèle](#) de qualité et personnalisé
- Des [rabais sur mesure](#) vous permettant d'économiser sur votre assurance auto

† Ajusto : jusqu'à 25 %

Service à la clientèle

- » Réclamation
- » Services d'assistance
- » Autres demandes et formulaires

Trouver un véhicule

Cherchez parmi nos détaillants accrédités



Choix de la marque

Choix du modèle

Recherche

espaceauto.com

Personnaliser un véhicule

Personnalisez et comparez vos options



9. Placer vos mots-clés

2. Texte de la page

Le mot-clé doit être présent dans le texte

- ✓ si possible, dans le titre <h1>
- ✓ si possible, au début du texte
- ✓ utilisez le mot-clé exact, mais aussi des variations (synonymes, expressions proches, pluriels, etc.)

9. Placer vos mots-clés

2. Texte de la page (suite)

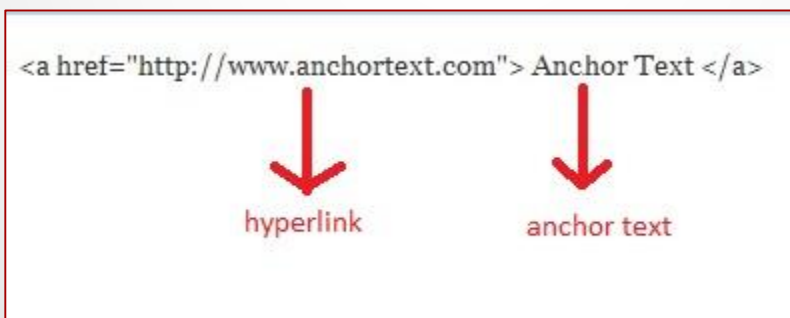
Nombre de répétitions du mot-clé et de ses variations :

- ✓ le plus possible
- ✓ **très important** : sans jamais donner l'impression d'avoir volontairement ajouté des mots-clés

9. Placer vos mots-clés

3. Ancre

Dans un lien, l'ancre est le texte est formé des mots sur lesquels on peut cliquer.



9. Placer vos mots-clés

3. Ancre

Vous aimez

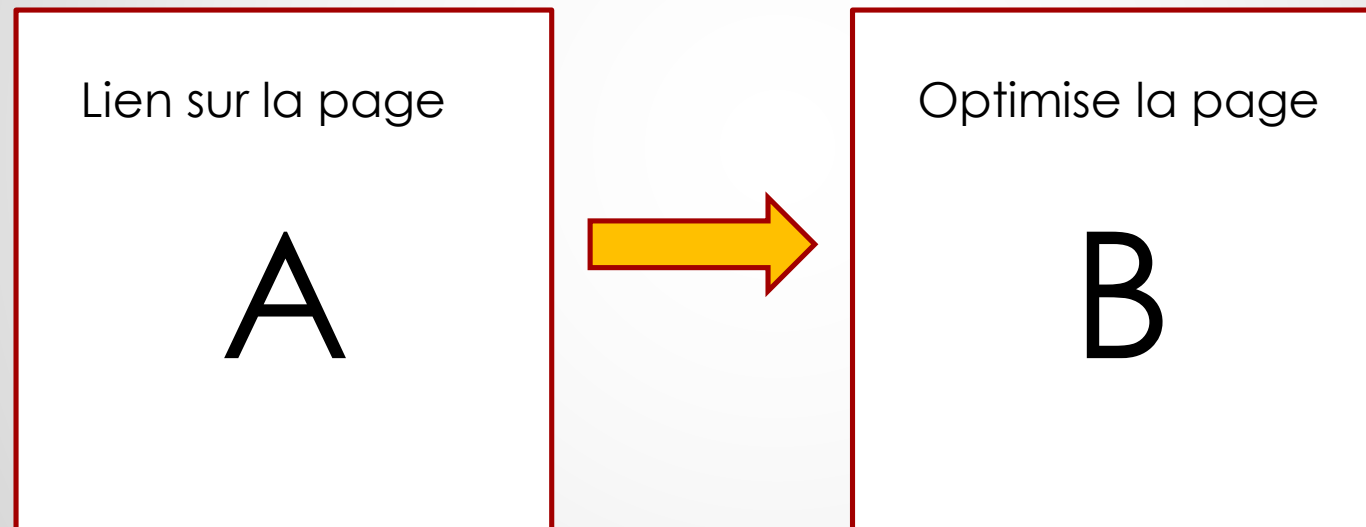
- Travailler avec les chiffres?
- Convaincre les autres et vendre vos idées?
- Explorer les questions économiques?
- Organiser et diriger des activités?
- Développer des projets?

Le profil **Administration et économie**, axé sur l'économie, la gestion, le marketing et les mathématiques est fait pour vous!

Ici, l'ancre est
« Administration et économie ».

9. Placer vos mots-clés

3. Ancre



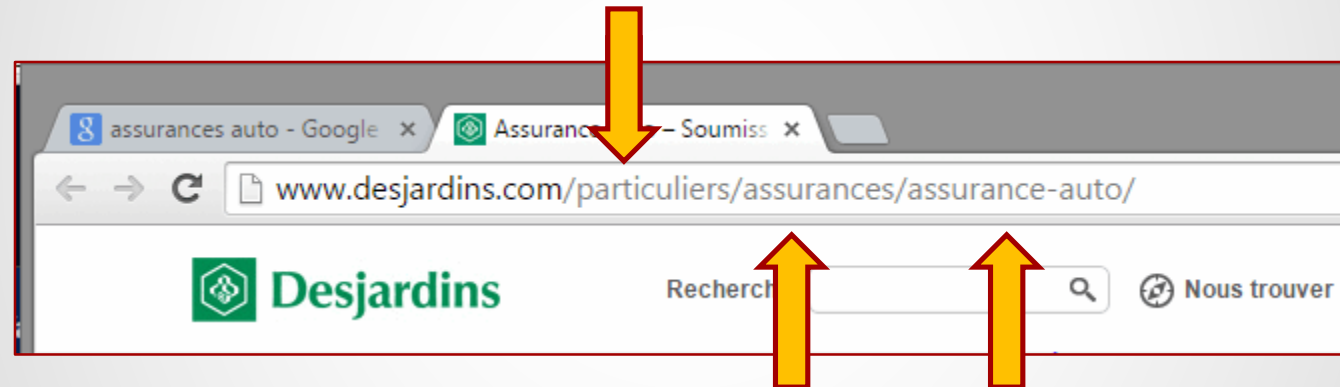
9. Placer vos mots-clés

3. Ancre

- ✓ Optimise un peu la page en cours.
- ✓ Optimise **beaucoup** la page de destination.
- ✓ Utilisez le mot-clé de la page de destination.

9. Placer vos mots-clés

4. URL



9. Placer vos mots-clés

4. URL

Inclure des mots-clés dans :

- ✓ nom du répertoire
- ✓ nom du fichier
- ✓ noms des fichiers d'image

Utilisez le trait d'union (-) plutôt que le tiret bas (_).

9. Placer vos mots-clés

4. URL

`www.MEC.ca/[mot-clé catégorie]/[mot-clé exact page]`

9. Placer vos mots-clés

5. Meta description

```
124
125 <meta name="description" content="Desjardins Assurances générales offre une assurance automobile sur mesure pour vos besoins! Faites une
soumission d'assurance auto en ligne dès maintenant." /> <meta name="keywords" content="assurance auto, assurance
126 automobile, desjardins assurance auto, assurance desjardins auto, assurance auto desjardins, assurances auto, assurance voiture, assurances
desjardins auto, desjardin assurance auto, desjardins assurances auto, assurances automobile, assurance automobile
127 desjardins, assurances auto desjardins" />
128
```

Assurance auto - Desjardins

www.desjardins.com/.../assurances/assurance-auto/ ▼ Translate this page

Desjardins Assurances générales offre une assurance automobile sur mesure pour vos besoins! Faites une soumission d'assurance auto en ligne dès ...

WordPress SEO par Yoast

Généraux Analyse de page Avancé Réseaux sociaux

Aperçu de l'extrait ?

Formation rédaction web ▷ 90 degrés = **Formation** sur me...

www.90degres.ca/formation-redaction-web/

Sur mesure pour votre entreprise : exemples tirés de vos textes, sujets prioritaires pour vous. **Formation** en rédaction web donnée par Étienne Denis.

Mot-clé principal : ?

Formation rédaction web

Utilisation du mot-clef mis en avant

Votre mot-clef principal a été trouvé dans :

- Intitulé de l'article :**No**
- Titre de la page :**Yes (1)**
- URL de la page :**Yes (1)**
- Contenu :**No**
- Méta description :**No**

Titre SEO :

?

Formation rédaction web ▷ 90 degrés = Formation sur mesure en rédaction web

Attention : La longueur d'affichage du titre est limitée par Google, votre titre est trop long.

Méta description: ?

Sur mesure pour votre entreprise : exemples tirés de vos textes, sujets prioritaires pour vous. Formation en rédaction web donnée par Étienne Denis.

La **méta** description est limitée à 156 caractères, **8** caractères restants.



9. Placer vos mots-clés

5. Meta description

Pas d'influence sur le rang dans les résultats de Google.

55 % de probabilité d'être choisie comme snippet

- ✓ Inclure le mot-clé pour maximiser les chances

But : convaincre que la page répond au besoin

- ✓ Sera lue après le <title>, donc l'écrire en fonction du <title>

9. Placer vos mots-clés

5. Meta description

- ✓ Longueur maximale : 300 caractères.
- ✓ Complète le <title> pour convaincre de cliquer.
- ✓ Pas obligatoire sur toutes les pages.

9. Placer vos mots-clés

6. "Alt" des images

- ✓ Théoriquement pour les personnes qui lisent avec un appareil de lecture.
- ✓ Peut servir à placer des mots-clés.
- ✓ Impact faible sur le rang.

DÉTAILS DU FICHIER ATTACHÉ



Etienne_Denis_AMF_29_sept_2017.jpg

3 octobre 2017

381 kB

886 × 660

[Modifier l'image](#)

[Supprimer définitivement](#)

Adresse web

Titre

Légende

Texte alternatif

Description

Votre plan de travail SEO en trois étapes

1. Vérifiez si vous utilisez une technologie fonctionnelle. Au besoin, corrigez cela.
2. Publiez de meilleurs contenus que ceux proposés par Google pour vos mots-clés.
3. Très important : obtenez des liens externes.

Mot de la fin



QUESTIONS?
COMMENTAIRES?
SUGGESTIONS?
PLAINTES?

MERCI



Étienne Denis

514 844-0333

edenis@90degres.ca

90degrés.ca

linkedin.com/in/etiennedenis