L'anatomie d'un article qui ranke

Suis ce plan d'article de blog SEO pour ranker sur Google sans te faire des nœuds au cerveau.

1	**Intention de recherche**	trouver clients freelance	Tape ta requête dans Google : le format du top 3 (guide, liste, comparatif…) est le format attendu.
2	**Balise title**	**Trouver ses premiers clients en freelance : 7 méthodes**	Mot-clé principal au début, 55 à 60 caractères, une promesse claire.
3	**Meta description**	Les méthodes qui marchent pour décrocher tes premiers clients…	Environ 150 caractères qui donnent envie de cliquer : c'est ton levier de CTR.
4	**URL**	`tonsite.fr/clients-freelance`	Courte, avec le mot-clé, sans date ni mots vides.
5	**H1**	**H1 · Comment trouver ses premiers clients en freelance**	Un seul, au plus près de la requête tapée par ton lecteur.
6	**Intro**		La réponse en 2 ou 3 phrases dès le début. C'est ce passage que l'IA peut citer.
7	**H2 et H3**	**H2 · Où chercher ses premiers clients ?** H3 · Sur LinkedIn H3 · Dans des réseaux	Un H2 = une sous-question de ton lecteur. Pioche dans « Autres questions posées ». Le H3 = un sous-sous-titre.
8	**Preuves**	Retour d'expérience · Exemple client	Ton expérience, un cas client, un chiffre, une capture : ce que l'IA ne peut pas inventer.
9	**Images**	`alt="freelance en appel client"`	Nom de fichier et texte alternatif descriptifs, image légère.
10	**Maillage interne**	→ fixer ses tarifs de freelance	2 ou 3 liens vers des pages proches + 1 vers ta page qui convertit, ancres explicites.
11	**Conclusion + CTA**	Réserve ton appel	Une seule action claire : réserver, télécharger, demander un devis.

LE TEST. En lisant seulement le intro et les H2, ton lecteur a-t-il sa réponse ? Si non, reprends le plan avant de rédiger.

Le brief SEO parfait

À remplir AVANT d'écrire.

CLIENT : ..... **PAGE :** ..... **DATE :** ..... **RÉDACTRICE :** .....

01 Mot-clé principal

+ son volume de recherche mensuel

.....

.....

02 Mots-clés secondaires

Synonymes, variantes, champ lexical

.....

.....

03 Intention

- [ ] S'informer
- [ ] Comparer
- [ ] Acheter / réserver
- [ ] Trouver près de chez moi

04 Lecteur cible

Qui ? Quel niveau ? Quel problème veut-il régler ?

.....

.....

05 Top 3 des concurrents sur ce mot-clé, aujourd'hui

	URL	ANGLE	CE QUI MANQUE
1.	.....	.....	.....
2.	.....	.....	.....
3.	.....	.....	.....

06 Questions à couvrir

« Autres questions posées », forums, réponses des IA

.....

.....

07 Plan Hn validé un H2 = une sous-question

H1

.....

H2

.....

H2

.....

08 Angle unique

Expérience, données, avis tranché : ce que les autres n'ont pas

.....

09 Maillage interne

Liens vers :

.....

Liens depuis :

.....

10 Longueur cible

Proche de la médiane du top 3, pas un chiffre arbitraire

.....

11 Title et meta description proposées

Title (55-60 car.) :

.....

Meta (≈ 150 car.) :

.....

12 Objectif et CTA

Quelle action après la lecture ?

.....

ASTUCE. Garde ce brief en modèle et duplique-le pour chaque page. Un champ vide = une question à poser au client.

Le SEO sur Instagram

8 endroits où glisser tes mots-clés pour être trouvée sur Instagram, sur Google… et dans les IA.



1. **Le @.** Simple, lisible, avec ton métier ou ta marque.
2. **Le champ Nom.** Ton prénom + ton métier + ta ville si tu vises du local. C'est ce que tes clients tapent dans la loupe.
3. **La bio.** Pour qui, quel résultat, avec les mots de ton client (pas ton jargon).
4. **La légende.** Ton mot-clé dans la 1re phrase, écrit naturellement. Seuls les ~125 premiers caractères s'affichent avant « plus ».
5. **Texte à l'écran et sous-titres.** Écris ET dis ton mot-clé dans la vidéo.
6. **Le texte alternatif.** Paramètres avancés › Accessibilité. Décris l'image, mot-clé compris.
7. **Les hashtags.** 5 maximum par post depuis fin 2025 : choisis-les précis, pas génériques.
8. **Le lieu.** Ajoute la localisation si ta clientèle est locale.

LES QUESTIONS QU'ON ME POSE TOUT LE TEMPS

Mes posts peuvent sortir sur Google ?

Oui, si ton compte est pro et public, mais rien n'est garanti. Vérifie que le réglage « Autoriser l'affichage dans les résultats des moteurs de recherche » est bien activé.

Je dois changer mon @ pour y caser un mot-clé ?

Pas forcément. Un @ que tes clientes retiennent vaut mieux qu'un @ à rallonge. Mets plutôt ton mot-clé dans le champ Nom, juste au-dessus de ta bio.

Ça m'aide à passer dans Explorer ?

Ça aide Instagram à comprendre de quoi tu parles. Mais sans interactions juste après la publication, le SEO ne fera pas tout le boulot.

Je mets combien de mots-clés dans ma bio ?

Un ou deux, glissés naturellement. Une bio bourrée de mots-clés fait fuir les humains… et ce sont eux qui te contactent.

Réécrire au lieu de publier

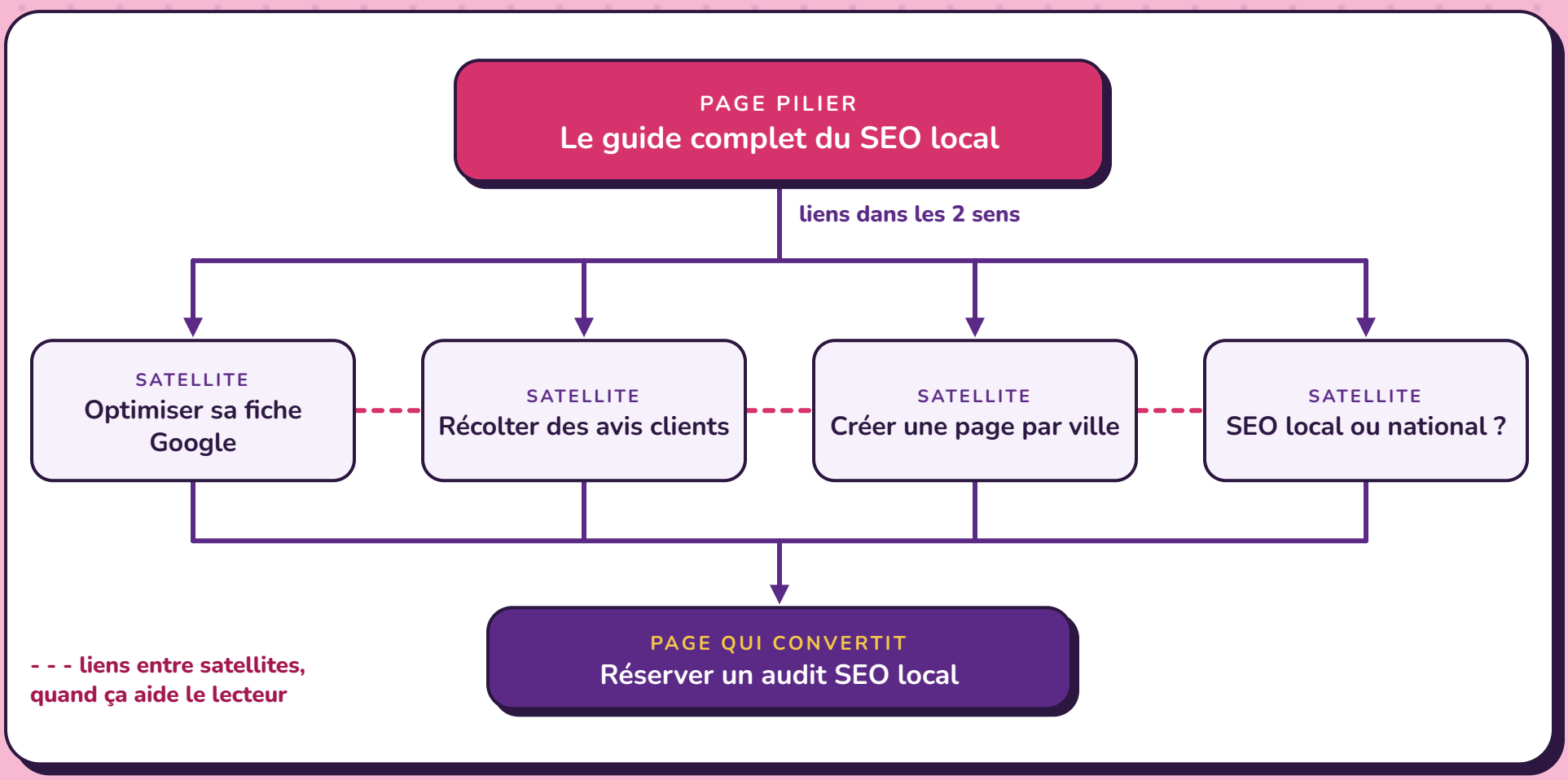
Tes pages en position 5 à 15 sont presque arrivées. Les pousser demande moins d'efforts qu'un nouvel article.

1	REPÈRE	Search Console › Performances › Résultats de recherche. 3 derniers mois, coche « Position moyenne ».
2	FILTRE	Onglet Requêtes : garde celles en position 5 à 15 avec beaucoup d'impressions. Clique dessus, puis onglet Pages pour voir l'URL qui ranke.
3	COMPARE	Ouvre le top 3 actuel : quelles sous-questions, quel format, quelles preuves te manquent ?
4	RETRAVAILLE	Title et intro alignés sur la requête · sous-questions manquantes ajoutées · chiffres et captures à jour · ton expérience · 2 ou 3 liens internes depuis tes pages fortes.
5	GARDE L'URL	Ne la change pas. Mets à jour la date seulement si le contenu a vraiment changé.
6	SIGNALE-LA	Inspection de l'URL › Demander une indexation. Note la date de mise à jour.
7	MESURE	4 à 6 semaines plus tard : filtre sur la page, puis Date › Comparer, avant / après.

LE SIGNAL DANS LA SEARCH CONSOLE	L'ACTION
Beaucoup d'impressions, CTR faible	Réécris le title et la meta description
Position 5 à 15	Enrichis le contenu (étapes ci-dessus)
Clics en baisse depuis 3 mois	Rafraîchis l'article en priorité
2 pages sur la même requête	Fusionne-les + redirection 301

Le maillage interne en 1 schéma

Le levier SEO le plus simple et le plus oublié : les liens entre tes propres pages pour mieux ranker sur Google.



LES 4 RÈGLES

1. Chaque satellite renvoie au pilier, et inversement.
2. Les satellites se lient entre eux si c'est utile au lecteur.
3. Tout le cluster mène à la page qui convertit.
4. Le pilier est à 3 clics maximum de l'accueil.

L'ANCRE = LE TEXTE CLIQUABLE

- ✗ « cliquez ici », « en savoir plus »
- ✓ « optimiser sa fiche Google » : on sait où on va

STOP · LES ERREURS CLASSIQUES

- ✗ Des pages orphelines : aucun lien ne pointe vers elles
- ✗ Des liens vers des pages en 404 ou redirigées
- ✗ La même ancre exacte copiée partout
- ✗ Lier des pages sans rapport « pour le SEO »

Les 5 KPI SEO à suivre chaque mois

Les chiffres qui te disent vraiment si ton SEO marche, et quand t'inquiéter.

KPI	CE QU'IL TE DIT	OÙ LE TROUVER	ALERTE SI…
1 **Clics**	Combien de personnes arrivent depuis Google.	**Search Console › Performances**	Ils baissent 3 mois d'affilée. Vérifie les pages qui perdent du trafic, analyse les impressions et le CTR + vérifie la saison.
2 **Impressions**	Combien de fois tu apparais. Elles montent avant les clics : bon signe sur un contenu récent.	**Search Console › Performances**	Chute brutale : vérifie s'il y a eu une mise à jour Google ou un problème technique.
3 **CTR**	Clics ÷ impressions : ton résultat donne-t-il envie de cliquer ?	**Search Console, coche « CTR moyen »**	Il est faible sur une page bien classée : réécris le title et la meta.
4 **Position moyenne**	Ta place moyenne. À lire par requête et par page, jamais en global.	**Search Console › onglets Requêtes et Pages**	Une page clé recule de plusieurs places : améliore le contenu, ajoute des liens internes et externes.
5 **Conversions**	Devis, inscriptions, ventes venus du SEO. Le seul KPI qui parle euros.	**Ton outil d'emailing ou ton formulaire de contact**	Le trafic monte sans conversions : tu vises les mauvais mots-clés ou tes pages ne sont pas assez convaincantes.

LE RITUEL DU MOIS

Compare toujours deux périodes : les 28 derniers jours vs la période précédente…

… et le même mois l'an dernier, pour ne pas confondre une baisse avec la saisonnalité.

La checklist de ta fiche Google Business Profile

C'est ta vitrine dans Google Maps et dans le bloc local. Repasse dessus 1x par mois pour la mettre à jour.

LES BASES

- [ ] Fiche revendiquée et validée
- [ ] Le vrai nom de l'entreprise, **sans mots-clés ajoutés** (contraire aux règles Google)
- [ ] Catégorie principale la plus précise possible + catégories secondaires
- [ ] Adresse ou zone desservie, téléphone, horaires (et horaires exceptionnels)
- [ ] Lien vers la page la plus pertinente de ton site

LE CONTENU

- [ ] Description complète (750 caractères max) : qui, quoi, où
- [ ] Services ou produits listés, chacun avec sa description
- [ ] Attributs remplis (accessibilité, moyens de paiement...)
- [ ] De vraies photos (locaux, équipe, réalisations) ajoutées régulièrement
- [ ] Des posts (actus, offres, événements) publiés régulièrement

LES AVIS

- [ ] Demander un avis après chaque prestation (lien court ou QR code)
- [ ] Répondre à tous les avis, positifs comme négatifs
- [ ] Jamais d'avis achetés, ni d'avis contre une récompense

HORS DE LA FICHE

- [ ] Nom, adresse, téléphone identiques partout : site, annuaires, réseaux
- [ ] Une page dédiée à ta ville ou ta zone sur ton site
- [ ] Les mêmes infos sur Bing Places et Apple Business Connect

BON À SAVOIR. Google a retiré le module Questions-réponses fin 2025. Réponds aux questions fréquentes de tes clients directement dans ta description et tes services.

✦ **Et pour optimiser ton site pour le SEO local ?** Direction **colibri-redac.com** → Formations SEO → **Formation SEO local**.

Les meilleurs outils SEO gratuits

De quoi auditer, rédiger et suivre tes résultats sans payer d'abonnement.

DONNÉES GOOGLE

Search Console
clics, requêtes, indexation

Google Analytics 4
trafic et conversions

Google Trends
saisonnalité d'un sujet

Planificateur de mots-clés
volumes (compte Google Ads gratuit)

Looker Studio
tableaux de bord clients

MOTS-CLÉS ET QUESTIONS

Google lui-même
suggestions + « Autres questions posées »

AnswerThePublic
les questions autour d'un mot-clé

AlsoAsked
l'arbre des questions liées

Ubersuggest
volumes et idées, quelques recherches par jour

Haloscan
outil français, plan gratuit pour tester

TECHNIQUE

Screaming Frog
crawl gratuit jusqu'à 500 URL

PageSpeed Insights
vitesse, mobile et desktop

Ahrefs Backlink Checker
vois qui fait des liens vers tes concurrents : tes idées de backlinks

Mode responsive de Chrome
clic droit › Inspecter › icône mobile : ton site sur tous les écrans

EXTENSIONS CHROME

Detailed SEO Extension
title, Hn, liens d'une page en 1 clic

Web Developer
balises Hn avec code couleur, repère les images sans alt

Keyword Surfer
le volume de recherche d'un mot-clé, direct dans Google

IA ET RÉDACTION

Claude
plans, briefs, relecture SEO

ChatGPT ou Perplexity
voir les sous-questions qu'une IA se pose

LanguageTool
orthographe et grammaire

EXTENSIONS WORDPRESS

Really Simple Security
(ex-Really Simple SSL) passe ton site en HTTPS

Yoast SEO ou Rank Math
title, meta, sitemap en quelques clics

Wordfence
pare-feu et scan de sécurité

✦ **Par où commencer ?** La Search Console : c'est la seule donnée qui vient directement de Google. Les autres outils estiment, elle mesure.