

KL
EMPIRE

TOUS LES PROMPTS DE GPT POUR UNE STRATEGIE MARKETING SEO ASSURÉ



REJOINS-NOUS!

 contact@healthempirekl

 yourbusinessempire@gmail.com

20 Prompts pour une stratégie SEO parfaite (et gratuite)

Phase 1 : Compréhension Fine de l'Audience et du Marché Cible

- 1. Profil Persona Opérationnel :** "Construis un profil de 'Buyer Persona' principal pour [Nom du Produit/Service Spécifique], ciblant le segment [Segment Client Spécifique] dans le marché [Marché Géographique/Langue]. Structure la réponse en tableau incluant : Démographie Clé, Objectifs Principaux (liés à notre offre), Défis/Points de Douleur Majeurs (que notre offre résout), Canaux d'Information Préférés (blogs, forums, réseaux sociaux spécifiques où ils recherchent activement des solutions), Termes de Recherche Initiaux Probables qu'ils utiliseraient, et Critères de Décision Clés pour choisir une solution comme la nôtre."

2. Cartographie du Parcours de Recherche :

"Pour le persona défini, cartographie son parcours de recherche typique pour [Résoudre Problème X lié à notre offre]. Identifie les types de questions posées et les intentions de recherche (Informationnelle, Investigation Commerciale, Transactionnelle) à chaque étape (Prise de conscience, Considération, Décision). Associe des exemples de mots-clés probables à chaque étape."

3. Génération de Mots-Clés Stratégiques : "En partant des '**seed keywords**' [liste de 3-5 mots-clés principaux], utilise [Outil SEO Préféré, ex: SEMrush, Ahrefs, Google Keyword Planner] pour générer un univers sémantique pertinent. Focus sur : a) Mots-clés de longue traîne (>4 mots) avec intention claire, b) Mots-clés sous forme de questions ('Comment', 'Pourquoi', 'Quel est'), c) Mots-clés 'vs' ou comparatifs, d) Mots-clés locaux si pertinent [Spécifier la localité]."

4. Matrice de Priorisation Mots-Clés : "Évalue les 50 mots-clés les plus prometteurs de la liste précédente. Crée une matrice de priorisation basée sur : a) Volume de recherche mensuel (précis ou fourchette), b) Score de difficulté (KD - [Source Outil]), c) Potentiel business (alignement avec nos offres clés), d) Intention de recherche (classifiée). Attribue un score de priorité global (1-5) à chaque mot-clé."

5. Architecture par Clusters Thématiques : "Organise les mots-clés priorisés en clusters thématiques sémantiquement cohérents (minimum 5 clusters). Pour chaque cluster, définis : a) Le mot-clé 'pilier' principal, b) Les mots-clés 'satellites' secondaires, c) L'intention de recherche dominante du cluster, d) Le type de contenu idéal pour cibler ce cluster (ex: page pilier, article de blog détaillé, comparatif). "

Phase 2 : Analyse Concurrentielle Actionnable

1. Identification et Profilage Concurrents SEO

: "Identifie les 3-5 concurrents qui se classent le plus fréquemment dans le Top 10 de Google [Marché Spécifique] pour nos clusters de mots-clés prioritaires. Pour chacun, fournis : a) URL principale, b) Estimation du trafic organique mensuel ([Source Outil]), c) Autorité de Domaine (DA/DR - [Source Outil]), d) Leur proposition de valeur principale apparente."

2. Analyse Tactique du Contenu Concurrent :

"Pour les 3 principaux concurrents et pour [Cluster Thématique Prioritaire Spécifique], analyse leurs 2-3 pages les mieux classées. Identifie : a) Format et structure du contenu, b) Angle d'attaque / Arguments clés, c) Utilisation d'éléments multimédias (vidéos, infographies), d) Présence de 'Call-to-Actions' (CTA), e) Lacunes ou points faibles exploitables dans leur contenu."

3. Audit des Backlinks Concurrents

(Opportunités) : "Pour les 3 concurrents SEO directs identifiés ([Concurrent 1 URL], [Concurrent 2 URL], [Concurrent 3 URL]), analyse leur profil de backlinks via [Outil SEO Préféré]. Identifie spécifiquement : a) Top 10 domaines référents répliquables (haute autorité ET pertinence thématique), b) Leurs 'Linkable Assets' (contenus générant le plus de liens de qualité), c) Modèles de liens communs (ex: beaucoup de liens depuis des ressources 'best of', des interviews...), d) Sites qui lient vers 2 ou 3 de ces concurrents mais pas vers nous."

Phase 3 : Stratégie de Contenu Ciblée et Optimisation On-Page Précise

1. **Calendrier Éditorial Orienté SEO** : "Développe un calendrier éditorial trimestriel basé sur les clusters thématiques et les opportunités de 'content gap'. Pour chaque contenu planifié (minimum 8 pièces), spécifie : a) Cluster thématique ciblé, b) Mot-clé principal + 2-3 secondaires, c) Format proposé (article, guide, vidéo...), d) Persona cible, e) Intention de recherche visée, f) KPI de succès principal (ex: position moyenne, trafic organique, leads générés). "

2. **Blueprint d'Optimisation On-Page** : "Crée un 'blueprint' (modèle détaillé) d'optimisation on-page pour un [Type de Contenu Spécifique, ex: article de blog standard]. Liste tous les éléments à optimiser avec des instructions précises : Balise Title (structure, longueur, mots-clés), Méta-description (incitation au clic, longueur), URL (structure, mots-clés), Structure Hn (H1 unique, H2/H3 logiques avec mots-clés sémantiques), Densité et placement des mots-clés (naturel, LSI), Maillage interne (vers/depuis pages piliers/pertinentes), Optimisation Images (nom fichier, alt text descriptif), Données Structurées (Schema.org pertinent)."

3. Audit de Contenu Existant et Plan

d'Action : "Effectue un audit rapide de notre contenu existant [Section du site ou liste d'URLs]. Identifie les 10 pages avec le plus de potentiel d'amélioration SEO (ex: contenu obsolète, faible classement pour des mots-clés importants, faible engagement). Pour chaque page, propose une action spécifique : Mettre à jour, Consolider (fusionner avec une autre page), Réoptimiser On-Page, ou Supprimer/Rediriger (si plus pertinent)."

4. Intégration E-E-A-T Pratique : "Liste des

actions concrètes et vérifiables pour améliorer les signaux E-E-A-T sur notre site [Votre Site Web] dans le contexte de [Votre Niche]. Exemples : Mettre en avant les auteurs et leurs qualifications, obtenir des certifications/labels reconnus, citer des sources faisant autorité, recueillir et afficher des avis clients authentiques, corriger rapidement les erreurs factuelles."

Phase 4 : SEO Technique Ciblé

- 1. Checklist d'Audit Technique Priorisée :**
"Génère une checklist d'audit SEO
technique priorisée par impact potentiel sur le classement et l'expérience utilisateur.
Focus sur : Indexabilité (erreurs d'exploration, sitemap XML soumis et à jour, gestion des redirections), Performance (scores Core Web Vitals sur mobile/desktop via PageSpeed Insights), Mobile-Friendliness (test Google), Sécurité (HTTPS et absence de contenu mixte), Données Structurées (validation et pertinence), Identification et correction des liens internes brisés."

- 2. Optimisation Stratégique du Maillage Interne :** **"Identifie nos 5 'pages piliers'** (contenus les plus importants/stratégiques). Propose un plan pour renforcer leur autorité via le maillage interne : a) Identifier les pages existantes pertinentes qui devraient pointer vers elles, b) Définir les textes d'ancre optimisés à utiliser, c) Assurer que ces pages piliers redistribuent aussi le 'jus' vers des pages satellites pertinentes."

Phase 5 : Stratégie de Link Building Ciblée et Outreach Efficace

1. Prospection Qualifiée pour Backlinks : "En utilisant les données concurrentielles (prompt 8) et une recherche via [Opérateurs de recherche Google avancés OU Outil SEO], génère une liste de 20 prospects de backlinks hautement qualifiés pour notre niche [Votre Niche]. Pour chaque prospect, fournis : URL du site, Raison spécifique de la pertinence (ex: a lié à un concurrent sur sujet X, a une page ressource sur Y, accepte les articles invités Z)."

2. Sélection et Planification Tactiques de Liens : "Choisis les 2 tactiques de link building les plus adaptées à notre [Type de Site/Ressources] et à notre niche [Votre Niche], basées sur l'analyse concurrentielle et nos capacités. Pour chaque tactique choisie, décris le processus étape par étape pour la mettre en œuvre efficacement."

3. Template Email - Guest Post

Persuasif : "Rédige un template d'email pour proposer un article invité, personnalisable en [champs variables]. Structure : a) Objet accrocheur et personnalisé, b) Introduction mentionnant la personnalisation (point c du prompt 17), c) Présentation brève de notre expertise, d) Proposition de 2-3 titres d'articles spécifiquement adaptés à leur audience et ligne éditoriale, e) Mise en avant du bénéfice mutuel (contenu de qualité pour eux, visibilité pour nous), f) Appel à l'action clair."

4. Template Email - Obtention de

Lien Contextuel : "Rédige un template d'email concis et direct pour : a) Suggérer l'ajout de notre ressource

Systeme de Suivi et Reporting

Link Building : "Mets en place un système de suivi (ex: Google Sheets ou outil CRM) pour la campagne de link building. Définis les colonnes clés : Site Prospect, Contact, Date du 1er Email, Date de Suivi, Statut (Contacté, Répondu, Négociation, Lien Obtenu, Refusé), URL du Lien Obtenu, Métrique d'Autorité du Domaine Référent. Décris comment mesurer le ROI de cette campagne (ex: suivi du trafic référent vers les pages liées, amélioration des classements)."

Voila Buildyourimpire!

TU AS TOUS LES CLÉS
EN MAIN CLIQUE ICI

tu veux aller plus loin?