

CAHIER DE VACANCES

SEO

2024



**CAMILLE DUFOSSEZ
ET NELLY KEMPF**

LES MONOS DE LA COLO



Camille, dans la vie, elle aime certaines choses par-dessus tout : la sauce ranch, se la couler douce sur un bateau et l'IA.

Nelly, elle, n'est jamais loin de son kitesurf, d'une salade de fruits tropicaux ou d'un contenu à optimiser.

On est toutes les deux consultantes SEO. Et on pourrait se tirer dans les pattes, mais on préfère se partager nos tips et avancer ensemble !

À défaut de pouvoir partager une partie de pétanque et un barbecue en direct avec toi, on a mis toute notre bonne humeur dans ce cahier de vacances.

Il t'accompagnera dans l'avion, dans les bouchons, au bord de la piscine ou en terrasse tout l'été.

Dans les prochaines pages, tu trouveras des astuces SEO, des quiz, des infos utiles.

Mais aussi la recette du mojito ou notre playlist pour t'ambiancer les oreilles.

Parce que même si on vit SEO, c'est les vacances !

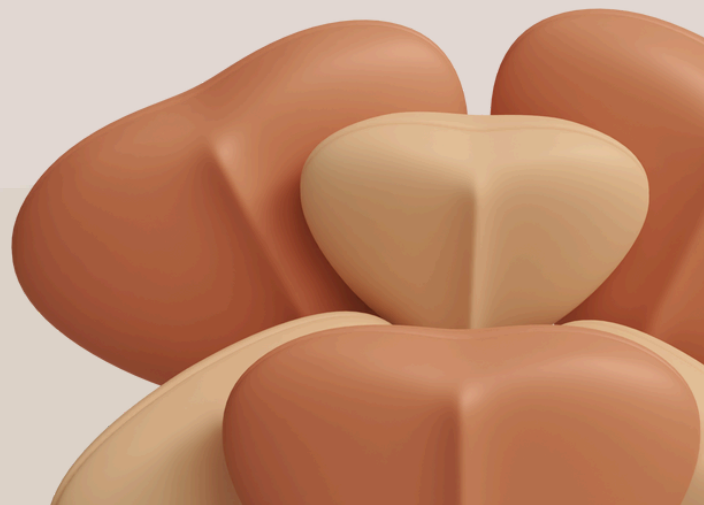
On espère que tu apprécieras autant feuilleter notre cahier qu'on a aimé le faire.

Et si tu aimes bien, tu peux nous suivre sur les réseaux sociaux :

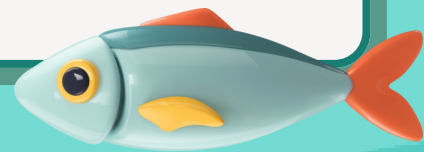
Le LinkedIn de Nelly :



Le LinkedIn de Camille :



LES ANIMATEURS



On le sait bien, plus on est de fous, plus on rit !
Et ça, pour des vacances réussies, c'est important.

On a donc invité l'équipe de Linksgarden à se joindre à la fête.
Ils sont venus avec des jeux de société, un pack de bières bien fraîches et
un énorme plateau de fromages affinés à la perfection.
Les amis qu'on veut tous avoir !

Et en plus, ils ont chargés leurs valises avec des tonnes de backlinks, c'est
leur spécialité à eux.

Moi je fais un très bon crumble aux pommes. Mais dans la communauté
SEO, un gros backlink, ça détrône tout.

Si tu ne les connais pas encore, Linksgarden, c'est une plateforme d'achat
de liens qui cumule les points forts, tout pour nous plaire :

- ✓ 3 500 sites exclusifs uniques, soignés, thématiques et privés
- ✓ Un super rapport qualité-prix
- ✓ Une confidentialité et une discrétion au top

Et pour 10 liens achetés, c'est un arbre planté !

Mais ce qui fait vraiment la différence avec Linksgarden, c'est leur service de gestion de projet pour déléguer tes campagnes. Tu ne t'occupes de rien et tu reçois un reporting régulier en respectant les objectifs et budgets. Ils t'aident à trouver les sites adaptés à tes besoins, les ancres qui vont bien et peuvent tout planifier pour toi.

C'est pas un peu un avant-gout des vacances ça ?

Tu peux les retrouver :

Sur leur site internet



Sur LinkedIn



Sur X



Sur Youtube





LE QUIZ SEO

On attaque en douceur avec un petit quiz pour se mettre en jambes !
Retrouve les réponses à la fin du cahier.

1

Qu'est-ce qu'un featured snippet ?

- A. Un extrait de réponse affiché en position zéro dans les résultats de recherche
- B. Une plateforme de création et de gestion de sites Web
- C. Une fonction cachée dans un logiciel

2

Combien de temps faut-il pour qu'un site améliore sa position sur les moteurs de recherche ?

- A. Quelques heures
- B. 2 à 6 mois en moyenne
- C. Ça dépend de la météo

3

Que signifie l'acronyme de SERP ?

- A. Search Engine Result Page
- B. Search Efficiency Report Proactivity
- C. Spritz Et Repos Paisible

4

Quels sont les critères les plus importants pour le référencement de ton site ?

- A. La qualité des backlinks et la pertinence du contenu
- B. La longueur des paragraphes et le nombre de smileys
- C. La couleur de fond du site et la taille de la police

5

Qu'est-ce qu'un surfeur aléatoire ?

- A. Une modélisation mathématique du comportement de l'internaute
- B. Un surfeur qui ne sait pas vraiment ce qu'il fait
- C. Un fan de SEO qui passe ses journées à lire des blogs

6

Le pogosticking est :

- A. Une méthode pour faire apparaître des popup après X secondes sur le site
- B. Quand les utilisateurs cliquent rapidement sur plusieurs résultats de recherche
- C. Une nouvelle danse TikTok

7

Un blog est-il indispensable pour améliorer ton référencement ?

- A. Oui, c'est vital, comme les glaçons dans le Ricard
- B. Non, tu peux t'en passer, comme l'ananas sur la pizza
- C. Ça aide beaucoup, mais ce n'est pas indispensable, comme le mètre à la pétanque

8

Que signifie le code de réponse HTTP 404 ?

- A. Page non trouvée
- B. Le site est parti en vacances
- C. La requête est incorrecte



9

À quoi sert le fichier robots.txt ?

- A. À guider les robots des moteurs de recherche
- B. À communiquer avec les extra-terrestres
- C. À coder le site



10

Qu'est-ce qu'un backlink ?

- A. Un lien hypertexte provenant d'un autre site
- B. Un lien qui fait des allers-retours
- C. Un nouveau style de danse urbaine

11

Combien de mots dois-tu écrire pour espérer référencer ton article de blog ?

- A. 300 mots
- B. 600 à 1500 mots
- C. Ça dépend (la réponse à tout !)

12

Qu'est-ce qu'une balise meta description ?

- A. Un outil d'insertion de mots-clés lors de la création des annonces Google Ads
- B. Une balise du codage HTML qui permet de donner un titre à une page Web
- C. Une balise HTML qui fournit au moteur le texte de résumé du contenu de la page qu'il va afficher dans ses résultats de recherche

13

Qu'est-ce qu'un sitemap XML ?

- A. Un fichier qui liste toutes les pages importantes de ton site pour aider les moteurs de recherche à les explorer
- B. Un plan de ton site pour les visiteurs
- C. Une carte interactive pour trouver des trésors cachés sur ton site

14

Qu'est-ce qu'un audit SEO ?

- A. Une vérification approfondie de la santé SEO de ton site
- B. Un contrôle de l'orthographe et de la grammaire de ton contenu
- C. Une fête annuelle pour célébrer les meilleures pratiques SEO



5

Quelle est la différence entre SEO et SEA ?

- A. SEO est organique, SEA est de la publicité
- B. SEO est pour les sites web, SEA pour les applications mobiles
- C. Il n'y en a pas, c'est juste une question de préférence de terminologie

16

Qu'est-ce qu'un fichier .htaccess ?

- A. un fichier de configuration permettant de gérer des fonctionnalités d'un serveur
- B. Un document pour enregistrer les accès des utilisateurs
- C. Un manuel secret des hacks SEO

17

Qu'est-ce que le contenu dupliqué ?

- A. Du contenu identique ou très similaire présent sur plusieurs pages d'un même site ou sur différents sites
- B. Un article réécrit avec des synonymes
- C. Une copie de sauvegarde de ton site web

18

Qu'est-ce que le design responsive ?

- A. Un design qui s'adapte automatiquement à toutes les tailles d'écran
- B. Un design qui répond aux emails de tes utilisateurs
- C. Un design qui ajuste la réponse en fonction de la question des utilisateurs



15 ERREURS COURANTES EN SEO

1

BALISES META NON OPTIMISÉES

Balises **meta description et title manquantes ou mal rédigées** réduisant le taux de clic

2

CONTENU DUPLIQUÉ

Pages ayant le **même contenu**, créant une confusion pour les moteurs de recherche

3

KEYWORD STUFFING

Texte **bourré de mots-clés**, rendant la lecture difficile et non naturelle

4

LIENS CASSÉS

Liens menant à des pages inexistantes, frustrant les utilisateurs et diminuant l'expérience

5

IMAGES NON OPTIMISÉES

Images non compressées et sans attributs alt, ralentissant le site

6

SITE LENT

Site trop lent, entraînant une mauvaise expérience utilisateur et un taux de rebond élevé

7

SITE NON RESPONSIVE

Site non adapté aux mobiles, perdant des visiteurs et des opportunités de trafic

8

URL NON OPTIMISÉES

URL trop longues et compliquées, sans mots-clés, difficiles à lire et à mémoriser

9

BALISES HN CHAOTIQUES

Mauvaise utilisation des balises H1, H2, H3, désorganisant le contenu

10

MAUVAISE ANALYSE DES DONNÉES

Données mal configurées, fournissant des informations inexactes sur les performances du site

11

CONTENU DE MAUVAISE QUALITÉ

Contenu peu informatif et non engageant, n'attirant ni ne retenant les visiteurs

12

SITE NON SÉCURISÉ

Site non sécurisé, sans certificat SSL, créant un manque de confiance

13

BALISES CANONICAL

Problèmes de contenu dupliqué non résolus, confusion pour les moteurs de recherche

14

SITEMAP ET ROBOTS.TXT

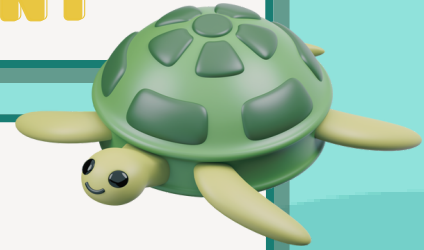
Sitemap XML et robots.txt mal configurés, affectant l'indexation du site

15

PARTAGE SOCIAL

Contenu peu partagé sur les réseaux sociaux, limitant la visibilité et le trafic

LES CHIFFRES CLÉS D'UN SITE PERFORMANT



LE TEMPS DE CHARGEMENT



73 %

des utilisateurs mobiles trouvent certains sites **trop lents**

3 sec



Un temps de chargement de 3 secondes fait grimper le **taux d'abandon à 40 %**

1 sec



Un délai de 1 seconde peut **réduire les conversions de 7 %**

LES AVIS



72 %

des **utilisateurs satisfaits** partagent leur expérience



44 %

des **clients insatisfaits** en parlent à leur entourage

LA CRÉDIBILITÉ



75 %

des clients jugent la **crédibilité** d'un site par son design

L'ESTHÉTIQUE



94 %

des premières impressions sont liées au **design**

L'UX/UI ET LA CONVERSION



70 %

des paniers sont **abandonnés**

x 2

L'**amélioration de l'UI** peut doubler le taux de conversion

x 4

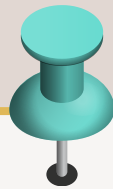
L'**optimisation de l'UX** peut quadrupler le taux de conversion.



RECETTE SECRÈTE POUR UN SITE WEB AU TOP EN SEO

Ingrédients

- 1 stratégie de mots-clés bien définie
- 300 g de contenu de qualité, frais et original
- 250 ml de backlinks de haute qualité trouvés chez Linksgarden
- 150 g de balises méta optimisées
- 100 g de vitesse de chargement rapide
- 12 cuillères à soupe de responsive mobile
- 1 pincée de maillage interne
- Une dose de réseaux sociaux actifs
- Une poignée de données structurées



Conseil du chef

Garde à l'esprit que le SEO nécessite de la patience et de la constance.

N'oublie pas de surveiller régulièrement la cuisson et d'adapter ta stratégie en conséquence pour maintenir ton site web au top côté SEO !

Préparation

Préchauffe ta stratégie SEO en recherchant et en choisissant les bons mots-clés pour chaque page de ton site web. Assure-toi qu'ils sont pertinents et bien ciblés.

1

Prépare ton contenu avec soin : mélange des informations utiles, des conseils pratiques et des réponses aux questions fréquemment posées par vos visiteurs. Évite le plagiat et privilégie l'originalité.

2

Assure-toi d'obtenir des backlinks de qualité provenant de sites réputés et pertinents dans votre domaine. Évite les backlinks toxiques qui pourraient nuire à votre classement.

3

Saupoudre tes pages de balises méta bien écrites, incluant des titres et des descriptions attractifs contenant tes mots-clés principaux.

4

Règle la vitesse de chargement de ton site web en compressant les images, en utilisant un bon service d'hébergement et en minimisant les scripts.

5

Incorpore la version mobile en utilisant un design responsive qui s'adapte à tous les appareils et en optimisant la vitesse de chargement sur mobile.

6

Intègre un maillage interne cohérent en reliant tes pages de manière logique et en utilisant des ancres de liens pertinentes.

7

Décore ta recette SEO avec une présence active sur les réseaux sociaux, en partageant ton contenu et en interagissant avec ton audience.

8

Garnis ton site web avec des données structurées pour aider les moteurs de recherche à comprendre et à afficher ton contenu de manière optimale.

9

Cuis ton site web à feu doux en surveillant régulièrement ses performances SEO, en ajustant ta stratégie en fonction des analyses et des tendances du marché.

10



CHECKLIST

LA FICHE GOOGLE BUSINESS PROFILE

Si tu es en contact avec tes clients et que ton activité n'est pas 100 % en ligne, la fiche Google Business Profile est une super alliée pour te rendre visible localement !

C'est elle qui te permet d'apparaître dans les résultats localisés de Google. Par exemple, quand tu tapes "pizzeria", c'est grâce aux fiches Google que tu peux trouver l'adresse, le téléphone et une photo de 4 fromages directement depuis Google Maps.

Les bases

- L'adresse de l'entreprise est exacte et complète.
- L'adresse correspond à celle utilisée sur le site web et autres annuaires.
- Le nom de l'entreprise est correct et sans ajout de mots-clés superflus.
- Le numéro de téléphone est local, accessible et actuel.
- L'URL du site web principal est incluse et fonctionnelle.
- Les heures d'ouverture sont clairement indiquées, y compris les jours fériés et périodes de vacances.
- La description de l'entreprise est claire, concise et inclut des mots-clés pertinents.



Les catégories

- La catégorie principale de l'entreprise est précise et reflète l'activité.
- Les catégories supplémentaires sont pertinentes.

Les photos

- Il y a des photos de haute qualité de l'établissement, des produits, des services et de l'équipe.
- Si possible, il y a des vidéos



CHECKLIST

LA FICHE GOOGLE BUSINESS PROFILE

Les avis clients

- Les clients sont encouragés à laisser des avis positifs.
- Les avis sont tous traités de manière professionnelle et courtoise, qu'ils soient positifs ou négatifs.

Les publications

- Il y a des posts réguliers (mises à jour, offres spéciales, événements, actualités).
- Les publications utilisent des images attractives et des appels à l'action clairs.

Les produits

- Les produits et services sont listés avec des descriptions détaillées et des prix.
- Chaque produit ou service est accompagné d'une photo.

Le suivi

- Les statistiques de la fiche sont consultées régulièrement pour suivre les performances (visites, appels, demandes d'itinéraires, etc.).
- La stratégie est ajustée en fonction des données collectées.
- Toutes les informations de la fiche sont maintenues à jour (heures d'ouverture, produits, services, photos).
- La cohérence des informations est vérifiée régulièrement sur toutes les plateformes.

CHOISIS L'OPTIMISATION SEO À FAIRE EN PREMIER

Voici une liste d'optimisations SEO pour améliorer le référencement de ton site web. Laquelle ferais-tu en 1e ?

Optimisations SEO

- Recherche de mots-clés
- Optimiser les balises titre
- Améliorer la vitesse du site
- Créer du contenu de qualité
- Obtenir des backlinks de qualité
- Optimiser les balises alt des images
- Mettre à jour les méta descriptions
- Implémenter du SSL/HTTPS
- Analyser la concurrence
- Créer un sitemap XML

Quel est ton choix ?

COCHE L'INTRUS

Dans chaque groupe de termes, trouve l'intrus qui ne correspond pas aux autres éléments et coche-le.

OPTIMISATION ON-PAGE

- Balises de titre
- Méta descriptions
- Mots-clés
- Backlinks
- Contenu de qualité

OPTIMISATION OFF-PAGE

- Partage sur les réseaux sociaux
- Backlinks
- Optimisation des images
- Articles invités
- Signaux sociaux

OPTIMISATION TECHNIQUE SEO

- Vitesse de chargement
- Balises de titre
- Fichiers robots.txt
- Sitemap XML
- SSL/HTTPS

CONTENU

- Articles de blog
- Infographies
- Liens internes
- Études de cas
- Vidéos

MESURES DE PERFORMANCE SEO

- Taux de rebond
- Durée moyenne des sessions
- Temps de chargement
- Optimisation des balises alt
- Nombre de pages vues

STRATÉGIES DE LINKING

- Backlinks
- Liens internes
- Partage sur les réseaux sociaux
- Référencement naturel
- Articles invités

LA POLICE DU SEO

Le keyword stuffing



C'est une technique de référencement qui consiste à surcharger une page web avec un mot-clé spécifique dans le but de manipuler le classement du site dans les résultats des moteurs de recherche. Cette pratique peut rendre le contenu difficile à lire et est souvent pénalisée par les moteurs de recherche, car elle nuit à l'expérience utilisateur et à la qualité du contenu.

Le mauvais élève

Les **vacances à l'île Maurice** sont les **vacances à l'île Maurice** parfaites pour des **vacances à l'île Maurice** inoubliables. Pour vos **vacances à l'île Maurice**, profitez des plages de sable fin de l'île Maurice et des eaux turquoise de l'île Maurice. Lors de vos **vacances à l'île Maurice**, explorez la culture unique de l'île Maurice et dégustez la cuisine locale de l'île Maurice. Les **vacances à l'île Maurice** offrent des activités variées pour tous. Réservez vos **vacances à l'île Maurice** dès aujourd'hui pour vivre des **vacances à l'île Maurice** de rêve.

Rédige un contenu optimisé sur le mot-clé
“vacances Ile Maurice”



Le champ sémantique

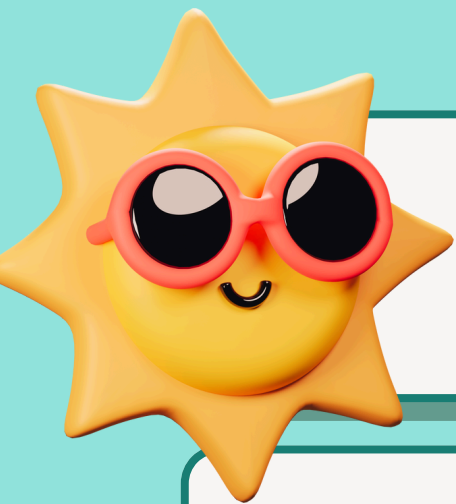
- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> océan indien | <input type="checkbox"/> roupie mauricienne | <input type="checkbox"/> blue bay |
| <input type="checkbox"/> lagons turquoise | <input type="checkbox"/> lune de miel | <input type="checkbox"/> morne brabant |
| <input type="checkbox"/> jardin botanique | <input type="checkbox"/> l'océan indien | <input type="checkbox"/> mont choisy |
| <input type="checkbox"/> île aux cerfs | <input type="checkbox"/> belles plages | <input type="checkbox"/> île maurice |
| <input type="checkbox"/> séjour à l'île maurice | <input type="checkbox"/> climat tropical | <input type="checkbox"/> voyage à l'île maurice |
| <input type="checkbox"/> sables fins | <input type="checkbox"/> port louis | <input type="checkbox"/> cascade de chamarel |

À toi de jouer !



À toi de jouer !





LA PLAYLIST SEA, SEO AND SUN

Pour t'ambiancer tout l'été

PARTIE 1

Quand tu as un gros taux de rebond sur ta landing page

→ "Don't Leave Me Now" - Pink Floyd

Quand tu analyses tes statistiques pendant des heures

→ "Working for the Weekend" - Loverboy

Quand tu découvres que ton site a été pénalisé par Google

→ "Suspicious Minds" - Elvis Presley

Quand tu perds tes positions après un changement d'algo

→ "I Will Survive" - Gloria Gaynor

Quand ton client te demande si sa stratégie SEO va marcher

→ "Let Us Pray" - Elvis Presley

Quand tu es absorbé par les données analytiques

→ "Under Pressure" - Queen & David Bowie

Quand tu rêves de devenir l'expert SEO incontournable

→ "Simply the Best" - Tina Turner

Quand tu remarques une chute soudaine de ton trafic

→ "Down" - Jay Sean ft. Lil Wayne

Quand tu commences à trouver des mots-clés de niche

→ "Under the Bridge" - Red Hot Chili Peppers

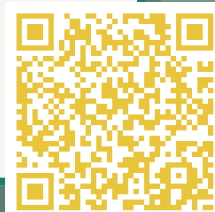
Quand tu es bloqué sur un problème technique

→ "I Can't Get No Satisfaction" - The Rolling Stones

Quand tu remarques l'importance des réseaux sociaux

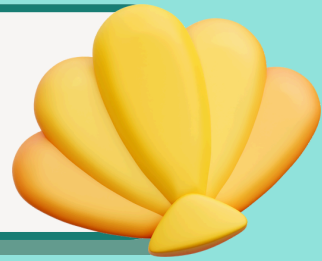
→ "With a Little Help from My Friends" - The Beatles

Direct dans tes oreilles



CHECKLIST

AVANT DE PARTIR CET ÉTÉ



- ➔ **Vide tes mails**
 - Réponds aux trucs importants.
 - Range les autres dans des dossiers.
 - Supprime le bazar.

- ➔ **Prépare ton message d'absence**
 - Active la réponse automatique : "Je suis en vacances, à bientôt !".
 - Donne un contact de secours pour les urgences.
 - Précise les dates de ton absence.

- ➔ **Backup de ton site**
 - Sauvegarde tous les fichiers du site.
 - Fais pareil pour la base de données.
 - Vérifie que tout est bien stocké et accessible.

- ➔ **Planifie ton contenu à l'avance**
 - Programme tes articles de blog, posts sur les réseaux sociaux, newsletters, tout ça.
 - Utilise des outils de planification pour être serein.

- ➔ **Check la sécurité du site**
 - Mets à jour tous les plugins, thèmes et logiciels.
 - Active les alertes de sécurité.
 - Vérifie que ton certificat SSL est en ordre.

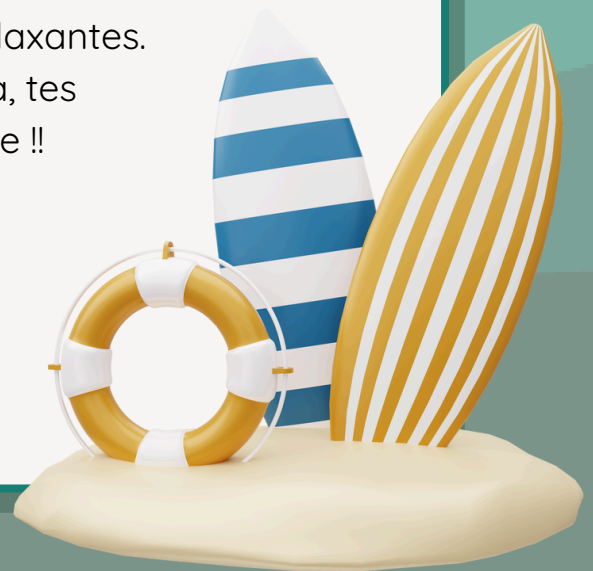
- ➔ **Informe ton équipe ou tes clients**
 - Fais savoir que tu pars en vacances.
 - Partage les dates et la personne de contact en ton absence.
 - Assure-toi que tout est délégué et géré.

- ➔ **Désactive les notifications**
 - Coupe les notifications d'e-mails, de messagerie et d'applis de boulot sur ton téléphone.
 - Mets ton téléphone en mode "Ne pas déranger" pour éviter les interruptions.

- ➔ **Check la sécurité de tes comptes**
 - Mets à jour tes mots de passe si besoin.
 - Active l'authentification à deux facteurs pour tes comptes importants.

- ➔ **Prépare ton plan de retour**
 - Note les tâches à faire à ton retour.
 - Prévois du temps pour traiter les mails et messages accumulés en ton absence.

- ➔ **Relax et profite**
 - Planifie des activités fun et relaxantes.
 - Prépare ton masque, ton tuba, tes chaussures de rando et profite !!



L'INSTANT ÉNIGME

5 experts SEO ont leurs sites positionnés différemment sur Google. Trouve leur positionnement exact.

Le site de Luc, avec ses backlinks de haute qualité, est toujours devant celui de Jeanne. Jeanne, grâce à une excellente optimisation de contenu, est juste une place devant Paul. Michel a utilisé une stratégie de manipulation du CTR et se trouve deux places derrière Luc. Sophie, avec une campagne de netlinking agressive, est juste derrière Michel. Claire a amélioré son temps de chargement et se trouve trois places devant Sophie.

Quel est l'ordre de positionnement des sites de chacun sur la SERP ?



Indices supplémentaires

- Luc est à la première place.
- Le site de Claire est trois places devant celui de Sophie.
- Jeanne est immédiatement après Luc.
- Paul est une place derrière Jeanne.

Ta réponse



LE TEXTE À TROUS

Complète les phrases suivantes avec les termes appropriés liés au SEO.

Le champ sémantique

- | | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> signaux | <input type="checkbox"/> chargement | <input type="checkbox"/> méta |
| <input type="checkbox"/> backlinks | <input type="checkbox"/> mots-clés | <input type="checkbox"/> site |
| <input type="checkbox"/> performances | <input type="checkbox"/> analytics | <input type="checkbox"/> original |



1. Pour améliorer le classement de votre site, il est crucial d'obtenir des _____ de qualité.
2. L'utilisation de _____ pertinents dans votre contenu aide à attirer le bon public.
3. Une balise _____ bien rédigée peut augmenter le taux de clics sur votre site.



4. La vitesse de _____ de votre site est un facteur important pour l'expérience utilisateur et le classement SEO.

5. Le contenu _____ est préféré par les moteurs de recherche et peut améliorer le positionnement.

6. L'analyse des _____ de votre site permet de suivre et d'ajuster vos stratégies SEO.

7. Les _____ sociaux peuvent également influencer votre classement SEO.

8. Une bonne structure de _____ facilite la navigation sur votre site et aide les moteurs de recherche à indexer votre contenu.

9. L'outil _____ de Google est utile pour analyser et optimiser les performances de votre site.



LECTURE À LA PLAGE

LES LIVRES SEO INDISPENSABLES

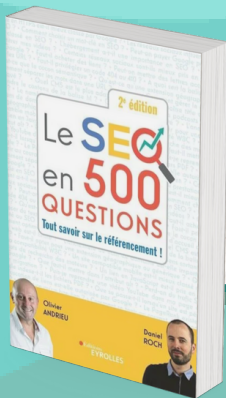
ANDREA BENSARD

Le Guide Complet du SEO



OLIVIER ANDRIEU

Le SEO en 500 questions



BILKHER DIAKHATÉ

Prospère et Libre grâce au SEO



NELLY KEMPF

Le SEO depuis Zéro



C'est LE livre de référence pour apprendre le référencement. Le gros plus de cet ouvrage ce sont ses illustrations et infographies qui permettent de comprendre les notions très facilement, même en lecture de bord de mer !



L'ÉTÉ POUR APPRENDRE LE TOP FORMATIONS SEO

ABONDANCE
FormaSEO



REMI MONDINA
Réussir Son SEO

BILKHER DIAKHATÉ
SEO Pareto



CAMILLE DUFOSSEZ
L'École du SEO™



La seule formation 100% en cours particulier en ligne, où chaque apprenant dispose de son formateur dédié. Fini les formations SEO théoriques, tu pratiques directement sur ton site. Finançable CPF - certifié d'État à la clé !





C'EST QUOI LE HTML ?



Le HTML (HyperText Markup Language) est le langage de base utilisé pour créer et structurer le contenu sur le web. En d'autres termes, c'est ce qui permet de transformer du texte brut en pages web organisées, avec des titres, des paragraphes, des images, des liens, etc.

Pour le SEO, bien structurer ton HTML est essentiel pour aider les moteurs de recherche à comprendre et indexer correctement ton contenu.

Un bon balisage HTML permet :

- ✓ Une meilleure compréhension du contenu par les moteurs de recherche.
- ✓ Une meilleure organisation de l'information, facilitant la lecture pour les utilisateurs.
- ✓ L'optimisation des éléments clés comme les titres, les descriptions et les images pour améliorer le référencement.

<TITLE>

Rôle : Définit le titre de la page, qui apparaît dans les résultats de recherche.

Exemple :

```
<title>Les Meilleures Plages de  
France pour l'Été</title>
```


Rôle : Insère des images et utilise l'attribut alt pour décrire l'image.

Exemple :

```

```

<META DESCRIPTION>

Rôle : Fournit une description concise de la page, utilisée par les moteurs de recherche pour afficher des extraits.

Exemple :

```
<meta name="description" content="Découvrez les meilleures plages de France pour vos vacances d'été. Conseils, photos et informations pratiques.">
```

<H1> À <H6>

Rôle : Structurent le contenu en titres et sous-titres, avec <h1> pour le titre principal et <h2> à <h6> pour les sous-titres.

Exemple :

```
<h1>Les Meilleures Plages de France</h1>
<h2>Plages du Sud</h2>
<h3>La Côte d'Azur</h3>
```

 ET

Rôle : Crée des listes à puces () et des listes numérotées (), avec des éléments de liste .

Exemple :

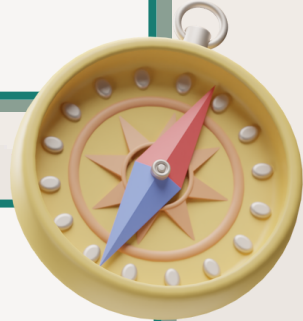
```
<ul>
  <li>Préparer les valises</li>
  <li>Vérifier les billets</li>
  <li>Ne pas oublier la crème solaire</li>
</ul>
```

<A>

Rôle : Crée des liens hypertextes vers d'autres pages ou sites web.

Exemple :

```
<a href="https://www.exemple.com">Les plus belles plages de France</a>
```





QUIZ HTML

1

Quel est le code HTML correct pour ajouter une image avec un texte alternatif ?

- a) ``
- b) ``
- c) `<image src="plage.jpg" alt="Bientôt la plage, patience !">`
- d) ``

2

Quel est le code HTML correct pour ajouter une balise de titre de niveau 1 ?

- a) `<heading1>Je pars en vacances</heading1>`
- b) `<head1>Les meilleures destinations</head1>`
- c) `<title>À moi les vacances !</title>`
- d) `<h1>Planification des vacances</h1>`

3

Quel est le code HTML correct pour créer une liste à puces ?

- a) `<list> <item>Préparer les valises</item> <item>Vérifier les billets</item> <item>Ne pas oublier la crème solaire</item> </list>`
- b) ` Préparer les valises Vérifier les billets Ne pas oublier la crème solaire `
- c) `<bullet> Pourquoi coder quand on peut voyager ? Adieu bureau, bonjour sable fin ! </bullet>`
- d) ` <item>Plongée sous-marine</item> <item>Rando en montagne</item> <item>Dormir sous un palmier</item> `





LA BOITE À OUTILS DU SEO

LES EXTENSIONS



WEB DEVELOPER

Afficher les **Hn**, **désactiver le javascript** et les **styles**, **infos des images** et des **liens**...



TOOLS QUICKVIEW

Accéder à **des tonnes d'outils SEO** en un clic (PageSpeed, Wayback Machine, Schema.org...)



CHECK MY LINKS

Vérifier **les liens de la page** et trouver les liens cassés.



WAPPALYZER

Afficher **toutes les technologies** utilisées par le site.



CONDUCTOR FOR CHROME

Checker les **balises**, **images**, **liens**, **indices de lisibilité**, **la technique**, **le sitemap**...



SIMILARSITES

Afficher **les sites concurrents** et le nombre de visites.



THOT SEO

Vérifier **l'optimisation sémantique** d'une page.



KEYWORD SURFER

Voir le **volume de recherche** directement depuis la SERP.



MAJESTIC BACKLINK ANALYZER

Vérifier le **Trust Flow** ou le **Citation Flow** de la page.



DETAILED SEO

Checker les **Hn**, **liens**, **images**, **schémas** et **infos sociales**.

À QUELLES MARQUES CORRESPONDENT CES LOGOS ?

1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



RELIS LES MOTS DU SEO ET LEURS DÉFINITIONS



SEO ON-PAGE

Balise HTML donnant des infos aux moteurs de recherche

BALISE META

Processus d'exploration des pages web par les moteurs de recherche

CRAWL

Ajout de pages web dans l'index d'un moteur de recherche

INDEXATION

Classement de la popularité des pages selon les liens entrants

PAGERANK

Optimisation du contenu et des balises d'une page web

URL CANONIQUE

Page de résultats affichée après une requête de recherche

SERP

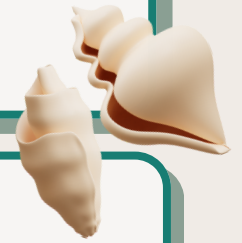
Balise indiquant l'URL préférée parmi plusieurs versions

TAUX DE REBOND

Pourcentage de visiteurs quittant le site après une seule page vue

CHECKLIST

POUR UN ARTICLE PARFAIT



LES BASES

- ✓ Pas de coquilles ni de répétitions qui pourraient être évitées
- ✓ Des phrases courtes : max 25 mots. Des mots simples ou adaptés au lecteur.
- ✓ Un contenu aéré
- ✓ Des réponses claires et précises le plus rapidement possible
- ✓ Des textes logiques. On ne répond pas à une question par d'autres questions
- ✓ Un contenu prenant en compte ce que cherche vraiment le lecteur

LE TITLE

- ✓ La requête clé est placée au début. Attention à ne pas la déformer
- ✓ Il n'y a pas de mots vides ni répétitions pour éviter de diluer le poids des mots importants
- ✓ Entre 40 et 70 caractères
- ✓ Camel case et pour attirer l'attention (majuscule sur la première lettre des mots importants)
- ✓ Copywrité pour donner envie de cliquer

LA MÉTADescription

- ✓ Bonne taille de méta (130/170 caractères)
- ✓ Inclus la requête clé
- ✓ Résume le contenu et donne envie de cliquer grâce au copywriting
- ✓ Éléments distinctifs par rapport aux concurrents (livraison gratuite, X clients satisfaits...)



LE H1

- ✓ Différent du titre
- ✓ Inclus la requête principale ou son équivalence
- ✓ Copywrité (chiffré, spécifique, inattendu...)

LA CONCLUSION

- ✓ Un CTA conclut l'article
- ✓ Si + de 1 000 mots on peut utiliser un encart "à retenir" et/ou une liste à puces

L'INTRODUCTION

- ✓ Comprend la requête clé (en gras)
- ✓ Développe le champ sémantique
- ✓ Permet d'identifier le problème
- ✓ Promet de répondre aux questions
- ✓ Interpelle le lecteur (mais oui, j'ai ce problème)
- ✓ Spécifique par rapport à l'article:
5W2H (What, Who, When, Where, Why, How, How much)

LES H2

- ✓ Si le titre est "comment", pas de définition
- ✓ La requête principale est présente
- ✓ Le champ lexical est développé
- ✓ Les H2 sont harmonisés
- ✓ Le H2 permet de comprendre le paragraphe
- ✓ Si le titre promet des étapes on donne des étapes. Et on numérote les H2

LE CORPS DE L'ARTICLE

- ✓ Le contenu est aéré : 300 mots par paragraphe maximum
- ✓ Il y a des listes à puces, tableaux ou encarts
- ✓ Les mots-clés sont en gras
- ✓ Chaque phrase apporte quelque chose de nouveau.
- ✓ Technique du "So what" ⇒ et donc ? Et alors ?
- ✓ L'article répond aux questions posées en intro/title sans s'égarer

LES LIENS

- ✓ Le maillage interne est pertinent et soutient les pages piliers
- ✓ Les sources externes sont de qualité (max 2 ou 3)
- ✓ Les ancres de liens sont optimisées

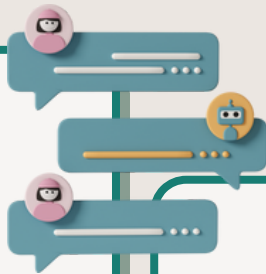
LES IMAGES

- ✓ Titre de l'image cohérent avec la RC, sans accent, sans espace (tirets), sans mots vides
- ✓ Attribut Alt renseigné (description de l'image)
- ✓ Format d'image optimisé
- ✓ Image unique (à défaut au moins libre de droits)



JE SUIS CONSULTANT SEO, BIEN SÛR QUE

Ma famille pense
que **je travaille**
chez **Google**



Ma phrase préférée
est "**ça dépend**"

J'utilise l'anglais
toute la journée



J'ai un
double écran avec
Linksgarden ouvert

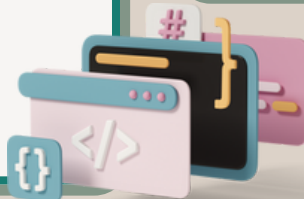


On me demande si je
peux **créer un site** ou
gérer un compte Insta

Je fais ma
veille SEO au petit
déjeuner



Je vérifie les balises
Hn des sites que je
visite, par réflexe





LA BOITE À OUTILS DU SEO

Tout comme on ne fait pas de beaux chateaux de sable sans une pelle et un seau, on ne fait pas de SEO sans les bons outils !



SEMRUSH

Trouver des **mots-clés**,
suivre tes positions et
espionner tes
concurrents



GOOGLE SEARCH CONSOLE

Suivre **la santé** et
l'indexation de ton
site



LINKSGARDEN

Gérer les campagnes
de netlinking



ANTIDOTE

Vérifier
l'orthographe et le
style de tes textes



YOURTEXTGURU

Optimiser
sémantiquement
tes textes



ANSWER THE PUBLIC

Comprendre **ce que**
cherchent les gens



SCREAMING FROG

Crawler ton site et
identifier les points
bloquants

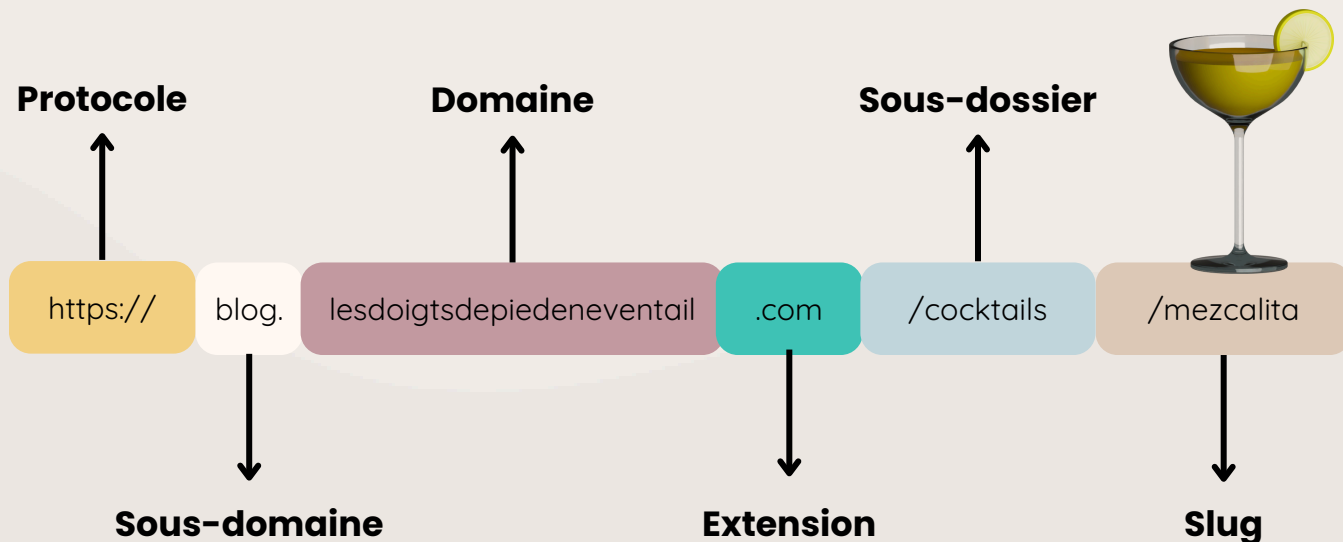


RANK MATH

Mettre en place les
optimisations pour
WordPress



ANATOMIE D'UNE URL



Le protocole

C'est la première partie de l'URL et elle indique le protocole utilisé pour accéder à la ressource. Les plus courants sont **http** et **https**.

L'extension (ou TLD - Top Level Domain)

C'est la dernière partie du nom de domaine. Elle donne des infos sur **le type de site ou sa localisation géographique**.

Le sous-domaine

C'est une subdivision du domaine principal. Il peut être utilisé pour **organiser plusieurs types de contenu** ou pour cibler différents publics.

Le sous-dossier

Après le domaine et l'extension, l'URL peut contenir **des sous-dossiers pour organiser le contenu**. C'est presque toujours le cas sur les e-commerces.

Le domaine

C'est **le nom du site**, généralement associé à une entreprise ou une marque.

Le slug

C'est la dernière partie de l'URL, qui est souvent **une version simplifiée et lisible du titre** de la page.

ANATOMIE D'UNE URL



Avant toute chose : ne modifie jamais l'URL d'une page qui est déjà créée sans faire de redirection.

Une bonne URL doit être courte, descriptive, inclure des mots-clés pertinents et être facile à lire et à mémoriser :

- ✓ Utilise HTTPS : c'est plus sécurisé et favorisé par Google.
- ✓ Opte pour un domaine facile à retenir : tu peux choisir ta marque, ton mot-clé principal...
- ✓ Choisis un TLD adapté : par exemple, .com pour international, .fr pour la France. Ça dépend de ton marché.
- ✓ Établis une hiérarchie avec des sous-dossiers : ils donnent du contexte à l'URL, mais n'en abuse pas. Affiche seulement les sous-dossiers pertinents pas toute ton arborescence.

LE SLUG

- ✓ Supprime les caractères spéciaux
- ✓ Réduis l'URL à un mot-clé principal
- ✓ Utilise des minuscules
- ✓ Remplace les espaces par des tirets
- ✓ Élimine les numéros et dates : Ça évite des modifications futures si tu veux ajouter des conseils ou actualiser l'article pour l'année suivante.



CRÉÉ UNE BONNE URL

C'est l'heure de la mise en pratique !

Tu gères un blog de voyage et tu écris un article sur les meilleures plages de France en 2024. Ton objectif est de créer une URL optimisée pour cet article.

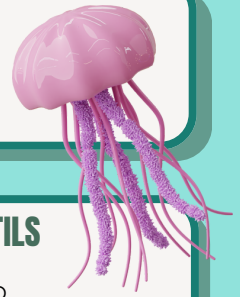


TA PROPOSITION

LA CHECKLIST DE VÉRIFICATION

- ✓ L'URL est-elle courte et descriptive ?
- ✓ Inclut-elle les mots-clés principaux ?
- ✓ Est-elle facile à lire et à mémoriser ?
- ✓ Évite-t-elle les dates pour rester pertinente chaque année ?

LA CHECKLIST SEO



LES BASES

- ✓ Installe un plugin SEO pour WordPress (Yoast, Rank Math...)
- ✓ Installe Google Search Console et Bing Webmaster Tools
- ✓ Configure Google Analytics, Matomo ou équivalent
- ✓ Demande l'indexation sur la Search Console
- ✓ Génère un sitemap et un fichier robots.txt

LES OUTILS

- ✓ GA4 / Matomo
- ✓ Bing Webmaster Tools
- ✓ Yoast SEO / Rank Math
- ✓ Google Search Console

LA TECHNIQUE

- ✓ Vérifie que le site est indexé
- ✓ Utilise le certificat SSL (https)
- ✓ Ajoute les données structurées
- ✓ Vérifie que ton site est responsive
- ✓ Utilise une structure d'URL SEO friendly
- ✓ Optimise les performances de ton site
- ✓ Assure-toi que tu n'as pas d'erreurs 4xx
- ✓ Vérifie les balises canonical, Hreflang, Hn...

LES OUTILS

- ✓ Semrush
- ✓ Screaming Frog
- ✓ Page Speed Insights
- ✓ Google Search Console
- ✓ Structured Data Markup Helper

LES MOTS-CLÉS

- ✓ Identifie tes concurrents
- ✓ Liste les mots-clés à fort potentiel
- ✓ Détermine les mots-clés business, qui vont convertir
- ✓ Identifie l'intention de recherche et ce qui est attendu
- ✓ Cherche des variations longues traînes et trie-les en clusters
- ✓ Priorise en fonction du volume de recherche et de la difficulté

LES OUTILS

- ✓ Semrush
- ✓ Google Search
- ✓ Answer the public
- ✓ Google Keyword planner

LE CONTENU

- ✓ Vérifie que les balises titles et H1 soient uniques et optimisées
- ✓ Mets à jour le contenu obsolète et améliore-le régulièrement
- ✓ Vérifie que tu réponds bien à l'intention de recherche
- ✓ Ajoute ton mot-clé aux points chauds de la page
- ✓ Optimise tes images (poids, alt...)
- ✓ Crée un maillage interne pertinent

LES OUTILS

- ✓ Antidote
- ✓ Semrush
- ✓ YourTextGuru
- ✓ Google Search

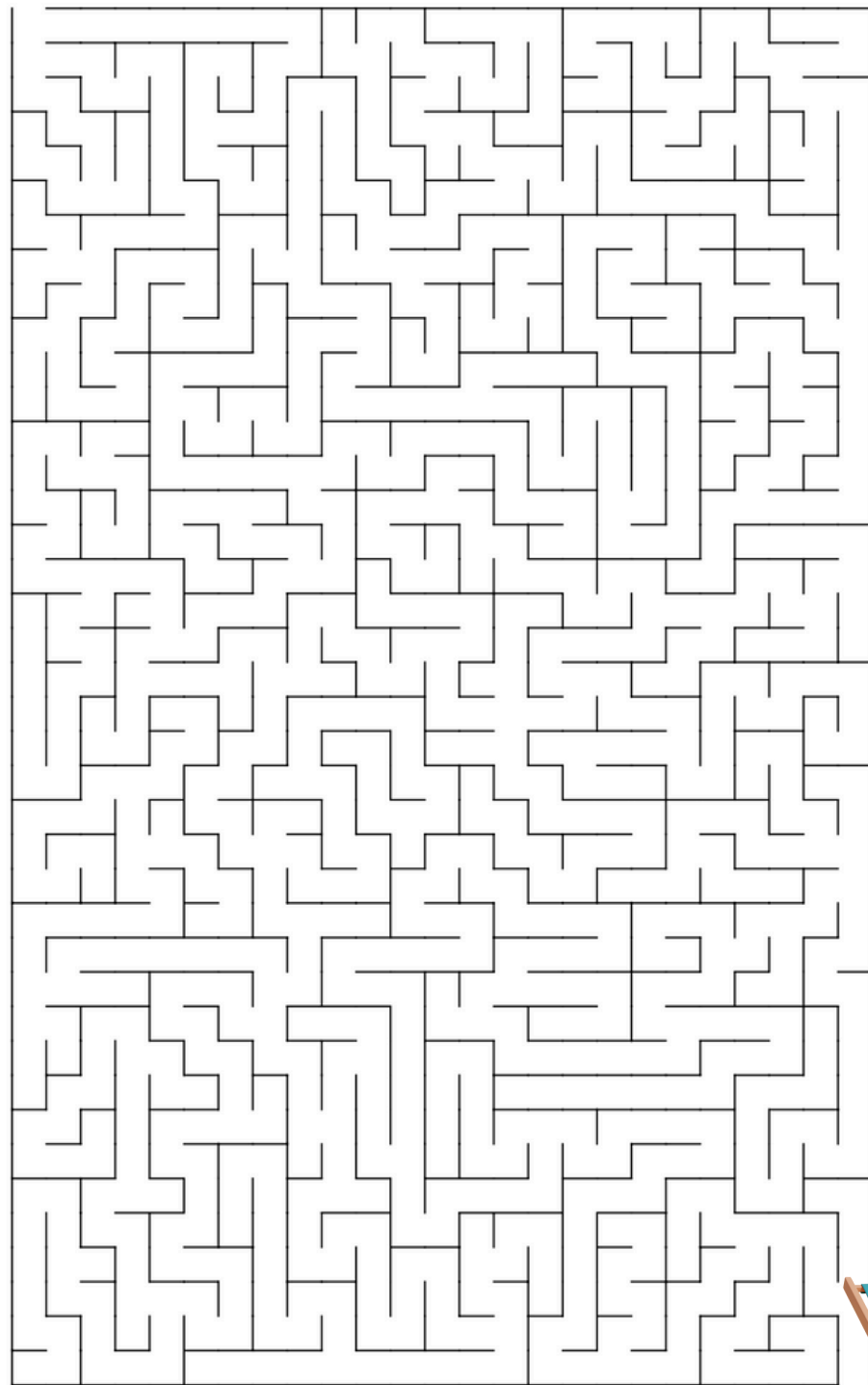
LE OFF-PAGE

- ✓ Crée du contenu qui donne envie d'être partagé (skyscraper)
- ✓ Récupère les backlinks rompus de tes concurrents
- ✓ Transforme les mentions sans liens en backlinks
- ✓ Analyse le profil de liens de tes concurrents
- ✓ Diffuse ton contenu sur les réseaux sociaux
- ✓ Crée des partenariats avec d'autres sites
- ✓ Optimise ta fiche Google Business Profile

LES OUTILS

- ✓ Linksgarden
- ✓ Ahrefs
- ✓ Majestic
- ✓ Semrush
- ✓ Google Business Profile
- ✓ Google Search Console

TROUVE TON CHEMIN VERS TON TRANSAT



LES PODCASTS SEO

Pour se détendre les oreilles au soleil

POSITION 0

Thomas Meyer
Luca Fancello

Découvre les conseils concrets des meilleurs SEO de France



MVP

Paul Vengeons
Antoine Veyrieres

Entre dans la peau d'un chef d'agence et d'un freelance pour discuter business, SEO et lifestyle



ZÉRO À HÉROS EN SEO

Dimitri Ageon

Profite d'une astuce SEO quotidienne pour améliorer ton référencement en quelques minutes



MARKETING SQUARE

Caroline Mignaux

Booste ta visibilité et tes ventes avec des méthodes et astuces concrètes chaque lundi et vendredi



WIZARDS PODCAST

Anthony, Arthur et Franck

Trois passionnés de web discutent monétisation, acquisition de trafic et business en toute franchise



BIZ'CARE PODCAST

Bilkher Diakhaté

Explore les recettes du succès en business et bien-être avec Bilkher et ses invités pour des conseils actionnables.



LES CRITÈRES EEAT



EXPERIENCE

La connaissance et l'expertise de l'auteur sur le sujet traité.

EXPERTISE

L'expérience vécue ou pratique de l'auteur dans le domaine concerné.

GOOGLE EEAT

AUTHORITATIVENESS

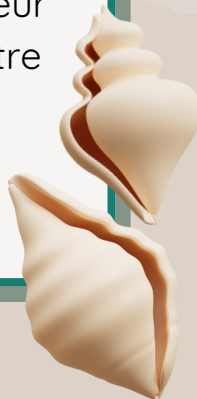
Authorité

La réputation de l'auteur ou du site web pour être une source fiable et respectée dans leur domaine.

TRUSTWORTHINESS

Fiabilité

La confiance dans le contenu, basée sur la précision, la transparence et la cohérence des infos.



15 ASTUCES POUR BOOSTER TON SEO SANS CRÉER DE NOUVEAU CONTENU



IMPACT

Si ça fonctionne, quelle est l'ampleur de l'impact ?

CONFIANCE

Quelle est la probabilité de réussite de ce projet ?

FACILITÉ

Plus il y a d'étoiles plus c'est facile

	IMPACT	CONFIANCE	FACILITÉ
Optimiser les balises de titre	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆
Actualiser le contenu	★★★★★	★★★★☆	★★★☆☆
Comblar les lacunes du contenu	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆
Ajouter des liens internes	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆
Corriger les liens cassés	★★★☆☆	★★★☆☆	★★★★☆
Optimiser pour les featured snippets	★★★★★	★☆☆☆☆	★★★★☆
Inclure des FAQs	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆
Réclamer des mentions sans lien	★★★☆☆	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆
Améliorer les Core Web Vitals	★★★★★	★★★☆☆	★★★★☆
Optimiser les images	★★★★☆	★★★☆☆	★★★★☆
Recycler du contenu	★★★☆☆	★★★☆☆	★★★☆☆
Obtenir des sitelinks	★★★☆☆	★☆☆☆☆	★★★★☆
S'inscrire dans des annuaires	★★★☆☆	★★★★☆	★★★★☆
S'assurer que les pages sont indexées	★★★★★	★★★★★	★★★★☆
Revendiquer la fiche Google Business Profile	★★★★★	★★★★☆	★★★★★

LA CHECKLIST DU BACKLINK PARFAIT



LE SITE

- ✓ Le site est **de qualité**
- ✓ Les **mentions légales** sont publiées et à jour
- ✓ Il n'y a pas de contenu casino, adulte, cbd...
- ✓ Les articles sont maillés et avec des médias
- ✓ **Le site est vivant** et avec des publications régulières

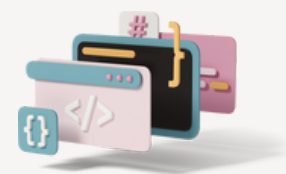
- ✓ Haute **autorité** de domaine
- ✓ Pas d'historique de **pénalités** Google
- ✓ **Sécurisé** avec un protocole SSL
- ✓ **Trafic organique** significatif
- ✓ **Trust flow** et **citation flow** élevés
- ✓ **Variété de backlinks** entrants venant de nombreux domaines différents

L'EMPLACEMENT

- ✓ La page est **indexée** (naturellement, c'est mieux)
- ✓ La page est **dans la bonne catégorie** du site et **reçoit des liens internes**
- ✓ La page **reçoit du trafic** (ou est suffisamment qualitative pour en recevoir)
- ✓ Le contenu se positionne sur plusieurs **mots-clés dans le top 50**
- ✓ Le paragraphe (et même la page) est **proche sémantiquement** de la page de destination
- ✓ Il n'y a **pas trop de liens sortants** pour transmettre le plus de jus possible
- ✓ Le lien est dans le corps du texte, idéalement en haut (pas de sidebar, de header ou de footer)

LE LIEN

- ✓ Le lien est en **DoFollow**
- ✓ L'**ancrage est optimisée** et participe à un profil de liens varié
- ✓ Le texte d'ancrage est **contextuellement lié au paragraphe** environnant





LA PLAYLIST SEA, SEO AND SUN

Pour t'ambiancer tout l'été

PARTIE 2

Quand tu réalises que tu as oublié d'optimiser les balises alt

→ "Oops!... I Did It Again" - Britney Spears

Quand tu essaies de comprendre les mises à jour de Google

→ "Changes" - David Bowie

Quand tu as enfin réussi à décrocher un backlink de qualité

→ "We Are the Champions" - Queen

Quand tu attends que ta stratégie porte ses fruits

→ "Patience" - Guns N' Roses

Quand tu récupère un nouveau backlink

→ "Another Brick in the Wall" - Pink Floyd

Quand tu te rends compte qu'on a copié ton contenu

→ "Somebody's Watching Me" - Rockwell

Quand tu es ravi de ton classement après des mois d'efforts

→ "Eye of the Tiger" - Survivor

Quand tu te lances dans la création de contenu viral

→ "Livin' on a Prayer" - Bon Jovi

Quand ton CPC est ridicule

→ "It Only Costs A Dime" - The Everly Brothers

Quand tu t'aperçois que ton CTR est en baisse

→ "Help!" - The Beatles

Quand tu as tout misé sur Yahoo à la place de Google

→ "Loser" - Beck

Direct dans tes oreilles



OPTIMISATION DES IMAGES



L'ORIGINALITÉ

- ✗ Une image stock vue 1 000 fois
- ✓ Une illustration originale et libre de droit

LA QUALITÉ

- ✗ Une image floue ou pixelisée
- ✓ Une illustration de bonne qualité sans être trop lourde

LE POIDS

- ✗ Un fichier très lourd et trop grand pour l'affichage final
- ✓ Une illustration à la bonne taille et compressée

LE FORMAT

- ✗ Un format pas adapté à l'affichage web
- ✓ Un fichier au format WebP - éventuellement jpg, png ou gif



Titre : dromadaire-apprenti-cuisinier.webp

Alt : Dromadaire apprenti cuisinier à l'école La première bosse

Légende : Champollion, un dromadaire apprenti cuisinier récemment diplômé de La première bosse

Crédit : Nelly Kempf

LE NOM

- ✗ Un nom générique et non descriptif
- ✓ Un fichier renommé en incluant le mot-clé sans caractères spéciaux ni espaces

L'ATTRIBUT ALT

- ✗ Pas d'attribut ou bien sur-optimisé
- ✓ Un attribut descriptif incluant naturellement le mot-clé

LA LÉGENDE

- ✗ Pas de légende
- ✓ Une légende incluant la source, les droits d'auteur et un court descriptif

LE CONTEXTE

- ✗ Une image qui n'a rien à voir
- ✓ Une image qui est pertinente par rapport au sujet de la page

BINGO DU SEO

Chaque fois qu'une de ces situations arrive, coche une case. Le premier à remplir sa grille est déclaré maître incontesté des vacances !



« Une IPA stp »

« On fait un tricount ? »

« Le SEO est mort »

« T'as pris la crème solaire ? »

Regarder le prix des apparts sur le lieu des vacances

« Ça dépend »

Tomates, burrata, rosé

Tongs au pieds

« Je le fais contre un backlink »

Se tapoter sur la nuque avant de plonger. Parce qu'on sait jamais

« C'est une belle niche SEO ça »

« Qui vient avec moi au marché ? »

Vérifier ses positions entre deux parties de pétanque

« Le reach sur LinkedIn est éclaté en ce moment »

« Petit footing demain matin ? »

« C'est la playlist de qui avec Tragédie là ? »

« J'espère que mes plantes vont bien »

« Qui veut une tisane ? »



ANATOMIE D'UN BON ARTICLE DE BLOG



1

H1 : C'est la première chose que Google et le lecteur voit. faut que ce soit clair, accrocheur et inclure le mot clé principal.

2

Image : Elle attire l'œil et aère ton contenu, mais elle peut aussi booster ton SEO. Ajoute un attribut alt descriptif avec tes mots clés.

3

Intro : C'est ta chance de captiver tes lecteurs et Google. Assure-toi de faire ressortir ton mot clé principal pour montrer le sujet de ton article.

4

H2 : Ils aident Google à comprendre la structure de ton article. Inclus des mots-clés secondaires pour optimiser.

5

Contenu : Chaque paragraphe répond à son titre. Fais des phrases courtes et passe à la ligne à chaque nouvelle idée.

1

<h1 Titre </h1>

2



Introduction

3

4

<h2> Sous-titre</h2>

6

<h3> Sous-titre moins important</h3>

7

8

Call to action

<h3> Sous-titre moins important</h3>

9

<h2> Sous-titre</h2>

10

Conclusion

Call to action

6

Liens : Les liens internes boostent le SEO en guidant Google et les visiteurs sur ton site. Les liens externes, s'ils sont de qualité, augmentent ta crédibilité..

7

H3 : Ils structurent ton article en sections. Utilise des mots-clés secondaires pour optimiser leur impact SEO.

8

Call-to-action : Il n'a pas d'impact sur le SEO mais c'est le moment d'inviter le lecteur à télécharger un lead magnet ou à s'inscrire à la newsletter.

9

Liste à puces : Google et les lecteurs les adorent, car elles sont lisibles facilement. Elles peuvent même apparaître en position zéro dans les résultats de recherche, alors n'oublie pas tes mots-clés.

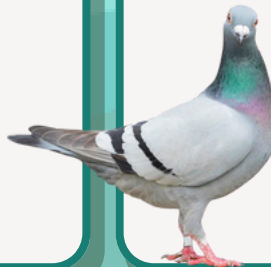
10

Conclu : C'est ton dernier coup pour résumer l'essentiel et inclure une dernière fois ton mot-clé principal. Fais-le subtilement. Si ton article est long tu peux ajouter une section "ce qu'il faut retenir".

LESQUELS DE CES ANIMAUX NE SONT PAS DES ALGOS GOOGLE ?



Panda



Pigeon

Frog



Hummingbird



Penguin



Axolotl

LES ALGOS DE GOOGLE

2012 - VENICE & PENGUIN

Venice a permis d'obtenir des **résultats de recherche localisés**.

Penguin a **mis fin aux spams et aux mauvaises stratégies d'établissement de liens**.

2014 - PIGEON & EAT

Pigeon met l'accent sur les **recherches localisées**.

L'EAT trace les lignes directrices garantissant que les sites offrent un **contenu expert et digne de confiance**.

2018 - MOBILE FIRST & MEDIC

Mobile 2018 a annoncé l'index **"Google Mobile First"**.

Medic a amélioré l'autorité et l'**EAT** des sites de santé et de bien-être.

2021 - PAGE EXPERIENCE

Incorporer les indicateurs de base des **Core Web Vitals** ainsi que **l'expérience de l'utilisateur**.

2023 - FAQ & STRUCTURED DATA

Moins d'importance accordée au **how to et aux FAQ**.

Les résultats enrichis en FAQ ne s'affichent plus que pour les sites gouvernementaux et de santé.

2011 - PANDA

L'une des plus importantes mises à jour qui a **réduit la visibilité des fermes de contenu** et les a remplacées par des sites uniques de qualité.

2013 - HUMMINGBIRD

Aide à **identifier les résultats de recherche les plus pertinents** par requête et **introduire des recherches complexes** comme les mots-clés de longue traîne.

2015 - MOBILE & RANKBRAIN

Mobile a marqué le début de **l'indexation mobile first**.

Rankbrain est le **système d'apprentissage automatique** qui vise à donner la meilleure réponse.

2019 - BERT

Vise à **mieux comprendre les requêtes** de recherche grâce au traitement du langage naturel.

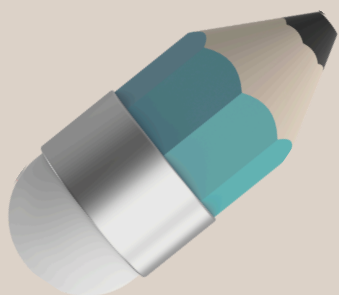
2022 - HELPFUL CONTENT

Récompense **les contenus qui répondent de manière utile** aux besoins des utilisateurs

2024 - CORE UPDATE

Cette mise à jour s'est vraiment **attaquée au spam et à l'importance d'un contenu utile** pour les utilisateurs, remettant ainsi en question le contenu IA.

LE COLORIAGE DE L'ÉTÉ



LES MOTS DU SEO



HORIZONTAL

2. Attribut HTML utilisé pour indiquer la langue et la zone géographique d'une page web
3. Fichier listant les pages d'un site web pour aider les moteurs de recherche à les indexer
6. Navigation secondaire permettant aux utilisateurs et aux moteurs de recherche de comprendre la structure d'un site
9. l'expérience utilisateur sur un site web
11. Projet de Google visant à créer des pages web ultra-rapides pour les appareils mobiles
12. Technique de SEO "black hat" consistant à présenter un contenu différent aux moteurs de recherche et aux utilisateurs
14. Balise HTML indiquant l'URL préférée pour une page web afin d'éviter le contenu dupliqué
15. Acronyme pour "Click-Through Rate", le taux de clics sur un lien ou une annonce

VERTICAL

1. Vitesse de chargement d'une page web, un facteur crucial pour le SEO
4. Capacité d'une page web à être indexée par les moteurs de recherche
5. Code HTML ajouté à une page pour fournir des informations structurées aux moteurs de recherche
7. Lien hypertexte pointant vers une page d'un autre site, utilisé pour améliorer le référencement
8. Conception de sites web qui s'adaptent automatiquement à la taille de l'écran
10. Processus par lequel les moteurs de recherche parcourent et indexent les pages web
12. Acronyme pour "Coût Par Clic", modèle de tarification de la publicité en ligne

L'INSTANT QUIZ

Qui sont les créateurs de Google ?

- A. Larry Page et Sergey Brin
- B. Jake Sully et Neytiri
- C. Marty McFly et Doc Brown
- D. Tony Stark et Bruce Wayne
- E. Sheldon Cooper et Leonard Hofstadter
- F. Tim Berners-Lee et Vinton Cerf

Retrouve les mots cachés parmi les lettres mélangées.

1. ECQITUONA ED NETLU
2. KLABCKNIS
3. SDTIMIPECAREONT

Trouve l'intru :

- A. Title et méta description
- B. Balises alt des images
- C. Balises Hn
- D. Backlinks



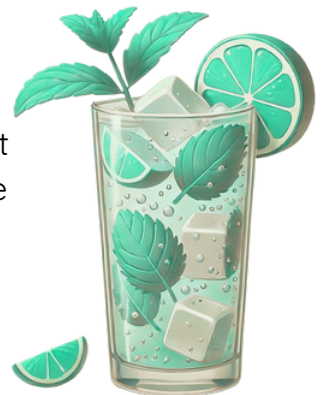
LA RECETTE DU MOJITO

C'est l'heure de faire une petite pause !

On te donne notre recette de mojito pour buler tranquillement au bord de la piscine.

LES INGRÉDIENTS

- 2 cl de rhum blanc
- 1 cl de sirop de sucre de canne
- feuilles de menthe
- ½ citron vert
- eau gazeuse
- glaçons

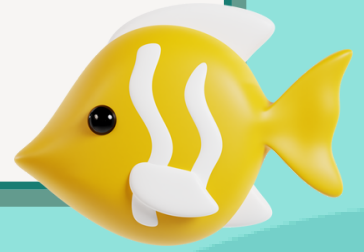


LA PRÉPARATION

- **Prépare les verres** : Dépose les feuilles de menthe au fond de chaque verre. Ne les déchire pas pour éviter les petits morceaux.
- **Ajoute le citron** : Coupe le citron en deux puis chaque demi-citron en 6 morceaux et mets les au fond du verre.
- **Ajoute le sucre de canne** : Verse le sirop de sucre de canne dans chaque verre. Ça évite de sentir les cristaux du sucre.
- **Pile le mélange** : Écrase le citron avec un pilon spécial cocktail, en veillant à ce que la menthe reste au fond du verre, protégée par le sirop et les morceaux de citron.
- **Ajoute les glaçons** : Ajoute les glaçons en laissant environ 2 cm de libre en haut du verre.
- **Complète le cocktail** : Verse le rhum puis complète avec l'eau gazeuse. Mélange pour bien mêler les saveurs.

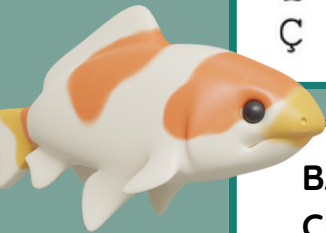
SANTÉ !

MOTS MÉLÉS



Retrouve les mots cachés à l'horizontal, à la verticale et en diagonale

G D W Q J V V B I S X K B A N Ç E U W S
X R K O B V A J E X R C P X I L P A O N
Y I O W F S E O P L F V R Ç N B P Ç M K
D W X G T C W O S S P A M S F Q Ç F W K
Y D O F O L L O W W E M I I A O B F S E
D Y R P B O X O E G Q P S T I E O U S Y
B U G A P F G X A A L O Q E N I N T Ç W
Z O A I O J B L E S O Ç K M D O V Y E O
Q W N J P J L T E D C L I A E H G G N R
E A I O X I S I R Ç R L M P X E C J N D
C O Q P A F Q N W U H O U N O T Q S T P
Z B U M V F M T I K S F U C G L L W S Q
T A E Q C A C H E P Ç T W Z W W P Q A P
D C F T F S K F G B P V F A V I C O N S
T K Y K P D M A G B P E R L Y J A Z T P
N L R K C T R Q M H R C T G O H N O B A
E I I N D E X A T I O N Z L Z W B N G R
J N Ç J U P A G E R A N K L N O L S G J
Q K M L D H G V S S C K D L R V M N K C
Ç T R A F I C V W T Z U Y P Y C D V B X



BACKLINK
CRAWL
INDEXATION
PAGERANK
GOOGLE
DOFOLLOW

SITEMAP
INDEX
URL
SNIPPET
SEO
TRAFIC

TRUSTFLOW
CACHE
CSS
FAVICON
FOOTER
MAILLAGE

CTR
KEYWORD
ORGANIQUE
ROBOTS
SPAM





LA PLAYLIST SEA, SEO AND SUN

Pour t'ambiancer tout l'été

PARTIE 3

Quand tu reçois trop de spams dans tes commentaires

→ "Toxic" - Britney Spears

Quand tu optimises tes pages pour la recherche vocale

→ "Say My Name" - Destiny's Child

Quand tu passes une journée entière à déboguer ton site

→ "Hard Day's Night" - The Beatles

Quand tu espères toujours atteindre la position zéro

→ "I Still Haven't Found What I'm Looking For" - U2

Quand on te demande ce que va devenir AI overviews

→ "No One Knows" - Queens of the Stone Age

Quand tu veux comprendre la stratégie de ton concurrent

→ "Search & Destroy" - Iggy Pop & The Stooges

Quand tu es prêt à faire ton analyse de log

→ "The Crawl" - Placebo

Quand tu veux tester ta nouvelle stratégie de référencement

→ "Google Me" - Kim Zolciak

Quand tu tentes une approche pour des backlinks

→ "We're Going to Be Friends" - The White Stripes

Quand tu te rends compte que tes pages rament pas mal

→ "Slow" - Kylie Minogue

Quand tu as tout misé sur Bing à la place de Google

→ "I'm a Loser" - The Beatles

Quand tu commences à faire un peu de black hat

→ "Am I Evil?" - Metallica

Direct dans tes oreilles



LES RÉPONSES

NE TRICHE PAS, HEIN !



LE QUIZ SEO

LES RÉPONSES

Qu'est-ce qu'un featured snippet ?

Réponse : A. Un extrait de réponse affiché en position zéro dans les résultats de recherche

Combien de temps faut-il pour qu'un site améliore sa position sur les moteurs de recherche ?

Réponse : B. 2 à 6 mois en moyenne

Que signifie l'acronyme de SERP ?

Réponse : A. Search Engine Result Page

Quels sont les critères les plus importants pour le référencement de ton site ?

Réponse : A. La qualité des backlinks et la pertinence du contenu

Qu'est-ce qu'un surfeur aléatoire ?

Réponse : A. Une modélisation mathématique du comportement de l'internaute

Le pogosticking est :

Réponse : B. Quand les utilisateurs cliquent rapidement sur plusieurs résultats de recherche

Un blog est-il indispensable pour améliorer ton référencement ?

Réponse : C. Ça aide beaucoup, mais ce n'est pas indispensable, comme le mètre à la pétanque

Que signifie le code de réponse HTTP 404 ?

Réponse : A. Page non trouvée

À quoi sert le fichier robots.txt ?

Réponse : A. À guider les robots des moteurs de recherche

Qu'est-ce qu'un backlink ?

Réponse : A. Un lien hypertexte provenant d'un autre site

Combien de mots dois-tu écrire pour espérer référencer ton article de blog ?

Réponse : C. Ça dépend (la réponse à tout !)

Qu'est-ce qu'une balise meta description ?

Réponse : C. Une balise HTML qui fournit au moteur le texte de résumé du contenu de la page qu'il va afficher dans ses résultats de recherche

Qu'est-ce qu'un sitemap XML ?

Réponse : A. Un fichier qui liste toutes les pages importantes de ton site pour aider les moteurs de recherche à les explorer

Qu'est-ce qu'un audit SEO ?

Réponse : A. Une vérification approfondie de la santé SEO de ton site

Quelle est la différence entre SEO et SEA ?

Réponse : A. SEO est organique, SEA est de la publicité

Qu'est-ce qu'un fichier .htaccess ?

Réponse : A. un fichier de configuration permettant de gérer des fonctionnalités d'un serveur

Qu'est-ce que le contenu dupliqué ?

Réponse : A. Du contenu identique ou très similaire présent sur plusieurs pages d'un même site ou sur différents sites

Qu'est-ce que le design responsive ?

Réponse : A. Un design qui s'adapte automatiquement à toutes les tailles d'écran

RÉSULTATS :

14 à 18 bonnes réponses :

Bravo, tu es un pro du SEO ! Tu maîtrises le sujet avec brio, tout comme un pro du référencement en vacances avec une piña colada à la main. Tu as ouvert ce cahier de vacances pour les blagues et la playlist de l'été, c'est une bonne stratégie !

9 à 14 bonnes réponses :

Tu es une étoile montante du SEO. Avec encore un peu d'entraînement, tu deviendras un véritable gourou du référencement. Continue sur cette voie et bientôt, les algorithmes te craindront !

0 à 9 bonnes réponses :

Tu es un explorateur en SEO. Pas de panique, Rome ne s'est pas faite en un jour. Avec un peu plus de pratique et quelques lectures de plus, tu seras bientôt un expert.

Et en attendant, profite bien de tes vacances !



CHOISIS L'OPTIMISATION SEO À FAIRE EN PREMIER

LES RÉPONSES

Question : Quelle est l'optimisation à faire en premier selon toi ?

Réponse : La recherche de mots-clés !

Pourquoi ?

- **Fondement du SEO :** La recherche de mots-clés est la base de toute stratégie SEO. Sans connaître les mots-clés que ton audience cible utilise, il est difficile de créer du contenu pertinent et de structurer ton site de manière efficace.
- **Orientation des Contenus :** Elle te permet de déterminer quels sujets aborder et quelles expressions utiliser pour attirer plus de visiteurs.
- **Optimisation Globale :** Avec une bonne recherche de mots-clés, tu peux ensuite optimiser les balises de titre, les méta descriptions, le contenu, et même structurer ton site pour répondre aux attentes de ton audience.

Exemple :

Mots-clés trouvés : "vacances à l'île Maurice", "meilleurs hôtels île Maurice", "activités à faire à l'île Maurice".

Utilisation : Créer du contenu centré sur ces mots-clés, optimiser les balises de titre et les méta descriptions avec ces termes, et chercher des backlinks de sites parlant des mêmes sujets.

COCHE L'INTRUS

LES RÉPONSES

Groupe 1 : Optimisation on-page

Intrus : Backlinks (car les backlinks sont une optimisation off-page)

Groupe 2 : Optimisation off-page

Intrus : Optimisation des images (car l'optimisation des images est une optimisation on-page)

Groupe 3 : Optimisation technique SEO

Intrus : Balises de titre (car les balises de titre sont une optimisation on-page)

Groupe 4 : Contenu

Intrus : Liens internes (car les liens internes font partie de la structure du site et sont une optimisation on-page)

Groupe 5 : Stratégies de linking

Intrus : Référencement naturel (car le référencement naturel englobe toutes les stratégies SEO, alors que les autres termes se rapportent spécifiquement aux stratégies de linking)

Groupe 6 : Mesures de performance SEO

Intrus : Optimisation des balises alt (car l'optimisation des balises alt est une tâche on-page, tandis que les autres termes sont des mesures de performance)

L'INSTANT ÉNIGME

LES RÉPONSES

Solution :

1. Luc est à la première place grâce à ses backlinks de haute qualité.
2. Jeanne est à la deuxième place grâce à son excellente optimisation de contenu.
3. Paul est à la troisième place, une place derrière Jeanne.
4. Michel est à la quatrième place, deux places derrière Luc et juste derrière Sophie.
5. Sophie est à la cinquième place avec sa campagne de netlinking agressive.
6. Claire est à la sixième place après avoir amélioré son temps de chargement.

En résumé :

- Luc (1ère place)
- Jeanne (2ème place)
- Paul (3ème place)
- Michel (4ème place)
- Sophie (5ème place)
- Claire (6ème place)

LE TEXTE À TROUS

LES RÉPONSES

1. Pour améliorer le classement de votre site, il est crucial d'obtenir des BACKLINKS de qualité.
2. L'utilisation de MOTS-CLÉS pertinents dans votre contenu aide à attirer le bon public.
3. Une balise META bien rédigée peut augmenter le taux de clics sur votre site.
4. La vitesse de CHARGEMENT de votre site est un facteur important pour l'expérience utilisateur et le classement SEO.
5. Le contenu ORIGINAL est préféré par les moteurs de recherche et peut améliorer le positionnement.
6. L'analyse des PERFORMANCES de votre site permet de suivre et d'ajuster vos stratégies SEO.
7. Les SIGNAUX sociaux peuvent également influencer votre classement SEO.
8. Une bonne structure de SITE facilite la navigation sur votre site et aide les moteurs de recherche à indexer votre contenu.
9. L'outil ANALYTICS de Google est utile pour analyser et optimiser les performances de votre site.

QUIZ HTML

LES RÉPONSES

Quel est le code HTML correct pour ajouter une image avec un texte alternatif ?

Réponse : B. ``

Quel est le code HTML correct pour ajouter une balise de titre de niveau 1 ?

Réponse : D. `<h1>Planification des vacances</h1>`

Quel est le code HTML correct pour créer une liste à puces ?

Réponse : B. ` Préparer les valises Vérifier les billets Ne pas oublier la crème solaire `

À QUELLES MARQUES CORRESPONDENT CES LOGOS ?

LES RÉPONSES

1. Bing
2. Linksgarden
3. Brave
4. Yoast SEO
5. Screaming Frog
6. YourTextGuru
7. Wordpress
8. Shopify
9. Majestic
10. Semrush
11. Imagify
12. Yandex
13. Webflow
14. WP rocket
15. Looker studio

RELIS LES MOTS DU SEO ET LEURS DÉFINITIONS

LES RÉPONSES

- **SEO On-Page** - Optimisation du contenu et des balises d'une page web
- **Balise Meta** - Balise HTML donnant des infos aux moteurs de recherche
- **Crawl** - Processus d'exploration des pages web par les moteurs de recherche
- **Indexation** - Ajout de pages web dans l'index d'un moteur de recherche
- **PageRank** - Classement de la popularité des pages selon les liens entrants
- **URL canonique** - Balise indiquant l'URL préférée parmi plusieurs versions
- **SERP** - Page de résultats affichée après une requête de recherche
- **Taux de rebond** - Pourcentage de visiteurs quittant le site après une seule page vue

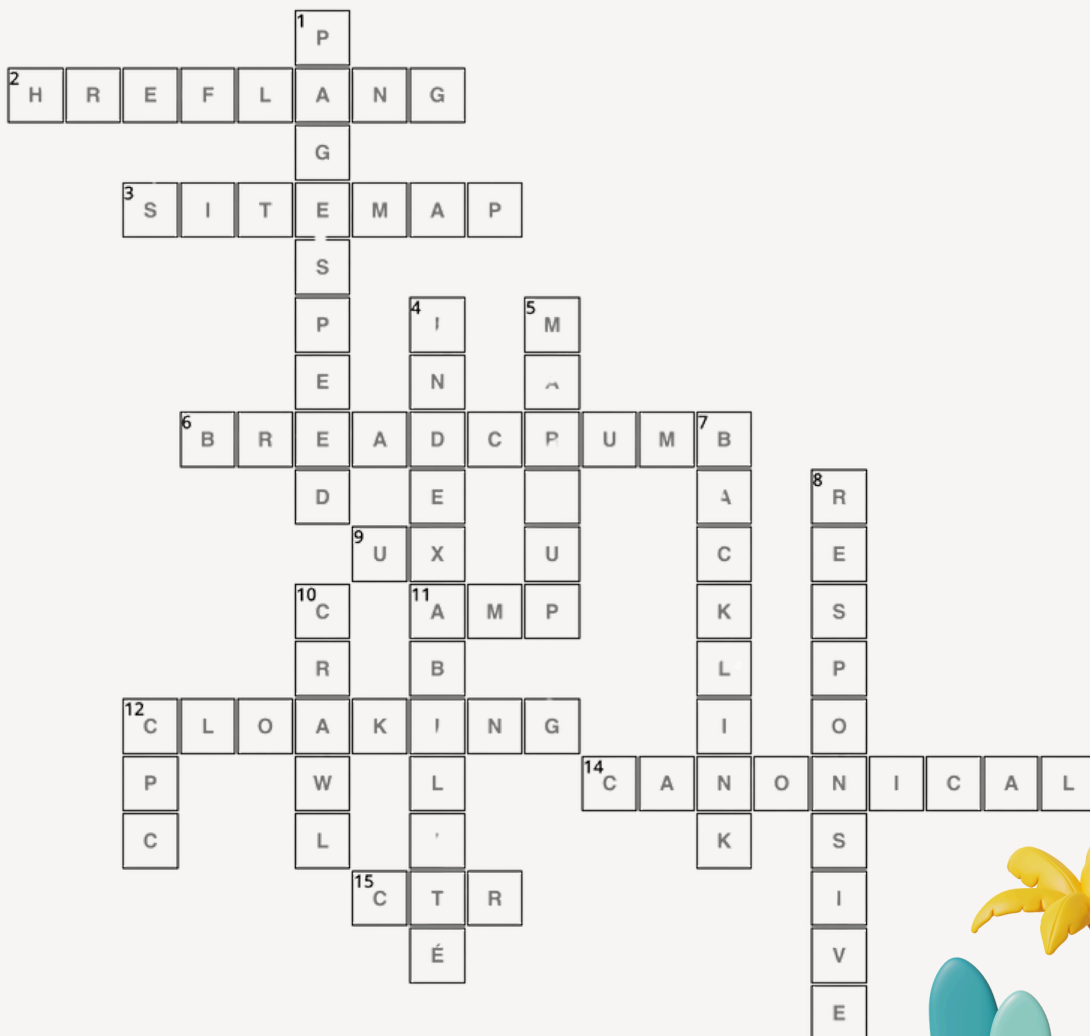
LESQUELS DE CES ANIMAUX NE SONT PAS DES ALGOS GOOGLE ?

LES RÉPONSES

Frog et Axolot ne sont pas des algos, mais ça reste des animaux mignons !

LES MOTS DU SEO

LES RÉPONSES



L'INSTANT QUIZ

LES RÉPONSES

Qui sont les créateurs de Google ?

A. Larry Page et Sergey Brin

Retrouve les mots cachés
parmi les lettres mélangées.

Trouve l'intru

D. Backlinks, qui n'est pas une
optimisation on-page

1. contenu de qualité
2. backlinks
3. métadescription

MOTS MÉLÉS

LES RÉPONSES

G	D	W	Q	J	V	V	B	I	S	X	K	B	A	N	Ç	E	U	W	S
X	R	K	O	B	V	A	J	E	X	R	C	P	X	I	L	P	A	O	N
Y	I	O	W	F	S	E	O	P	L	F	V	R	Ç	N	B	P	Ç	M	K
D	W	X	G	T	C	W	O	S	S	P	A	M	S	F	Q	Ç	F	W	K
Y	D	O	F	O	L	L	O	W	W	E	M	I	I	A	O	B	F	S	E
D	Y	R	P	B	O	X	O	E	G	Q	P	S	T	I	E	O	U	S	Y
B	U	G	A	P	F	G	X	A	A	L	O	Q	E	N	I	N	T	Ç	W
Z	O	A	I	O	J	B	L	E	S	O	Ç	K	M	D	O	V	Y	E	O
Q	W	N	J	P	J	L	T	E	D	C	L	I	A	E	H	G	N	R	
E	A	I	O	X	I	S	I	R	Ç	R	L	M	P	X	E	C	J	N	D
C	O	Q	P	A	F	Q	N	W	U	H	O	U	N	O	T	Q	S	T	P
Z	B	U	M	V	F	M	T	I	K	S	F	U	C	G	L	L	W	S	Q
T	A	E	Q	C	A	C	H	E	P	Ç	T	W	Z	W	W	P	Q	A	P
D	C	F	T	F	S	K	F	G	B	P	V	F	A	V	I	C	O	N	S
T	K	Y	K	P	D	M	A	G	B	P	E	R	L	Y	J	A	Z	T	P
N	L	R	K	C	T	R	Q	M	H	R	C	T	G	O	H	N	O	B	A
E	I	I	N	D	E	X	A	T	I	O	N	Z	L	Z	W	B	N	G	R
J	N	Ç	J	U	P	A	G	E	R	A	N	K	L	N	O	L	S	G	J
Q	K	M	L	D	H	G	V	S	S	C	K	D	L	R	V	M	N	K	C
Ç	T	R	A	F	I	C	V	W	T	Z	U	Y	P	Y	C	D	V	B	X

Tu rêves de plages paradisiaques et de cocktails ensoleillés, mais tu ne peux pas t'empêcher de penser à ton site web ? On a la solution parfaite pour toi !

Camille Dufosse et Nelly Kempf t'ont concocté l'allié idéal pour un été plein de bonne humeur et de référencement: le cahier de vacances du SEO !

Que tu sois un pro du SEO ou que tu découvres à peine ce qu'est une métadescription, ce cahier est fait pour toi.

Plonge dans un univers où les balises HTML se mêlent aux châteaux de sable et où les backlinks s'accrochent aux cocotiers. Ce cahier est rempli de quiz, d'astuces et d'exercices ludiques. Le tout sur fond de soleil et de jeux de mots absurdes.

On a aussi ajouté plein d'infographies, parce que c'est toujours plus parlant avec des images. Et puis on ne veut pas lire L'Assommoir sur un transat.

Alors attrape ton cahier, un crayon et ne laisse pas ton SEO prendre des vacances, emporte-le avec toi !

