



ACCOMPAGNEMENT THÉRAPEUTE VISIBLE

LIVE PÉDAGOGIQUE - SEO

Le SEO

POUR THÉRAPEUTES

*3 piliers pour être trouvée sur Google
sans rien y comprendre techniquement*

LIVE - SEMAINE PROCHAINE



CE QU'ON VA VOIR ENSEMBLE

EN 75 MINUTES

01

**POURQUOI LE SEO
CHANGE TOUT**



L'effet cumulé sur la durée

02

**LES 3 PILIERS DU
RÉFÉRENCIEMENT**



Mots-clés, structure, netlinking

03

**LE SEO APPLIQUÉ
AU CONTENU**



Articles et pages services

04

**LE SEO SUR LES
RÉSEAUX SOCIAUX**



LinkedIn, IG, TikTok, Reddit

+ *Votre plan d'action 4 actions concrètes en fin de live*



LE SEO DÉCODÉ EN 4 MOTS

FONDATEMENTS - ON POSE LE VOCABULAIRE

SEO

Search Engine Optimization
L'art de bien se positionner sur Google.
En français : référencement naturel.

SERP

La page de résultats que Google
affiche quand vous tapez votre
recherche.

ALGORITHME

La recette de Google pour décider
quel site afficher en 1er, 2e, 3e.
Des règles connues.

ORGANIQUE

Naturel, non payant.
Par opposition aux annonces
publicitaires en haut de page.

Ces 4 mots vont revenir partout. On les pose maintenant.

VOS PROSPECTS VOUS CHERCHENT SUR GOOGLE OU VIA L'IA

POURQUOI LE SEO

80%

*des recherches de thérapeutes
passent par Google ou une IA*

Réflexe n°1 quand on cherche un thérapeute :

✓ **Google** ou ✓ **une IA**

BONNE NOUVELLE

*L'IA s'appuie sur Google et les autres moteurs.
Bien référencée = citée par les IA aussi.*

et SEULEMENT après :

Instagram · LinkedIn · Bouche-à-oreille

Si vous n'êtes pas dans le top 3 Google, vous n'existez pas. Et l'IA ne vous trouvera pas non plus.



UN POST LINKEDIN MEURT EN 3 JOURS

Une page Google vit 5 ans.



LinkedIn

Durée de vie

3 jours



Instagram

Durée de vie

48 heures



TikTok

Durée de vie

1 semaine



Article SEO

Durée de vie

Plusieurs années

Le SEO, c'est de l'investissement. Pas de la consommation.

ALORS C'EST QUOI LE SEO, VRAIMENT ?

DÉFINITION SIMPLE

Faire en sorte que Google montre votre site en haut quand quelqu'un cherche un service comme le vôtre.

Pas plus compliqué que ça. Le reste n'est que technique pour y arriver.



CE QUE GOOGLE REGARDE POUR VOUS CLASSER

LES SIGNAUX CLÉS

Q DÉCODAGE

EEAT = Expérience, Expertise, Autorité, Confiance.
Qui êtes-vous, prouvez-le.

Q DÉCODAGE

Taux de clics = Sur les résultats Google, combien cliquent sur VOTRE titre plutôt qu'un autre.

Q DÉCODAGE

Dwell time = Combien de temps la personne reste sur votre page avant de revenir sur Google.

Q DÉCODAGE

Taux de rebond = Combien de visiteurs quittent immédiatement votre page sans rien lire ni cliquer.

Tous ces signaux disent la même chose : votre contenu est-il utile à celui qui le lit ?

PLUS C'EST INTÉRESSANT, MIEUX VOUS RANKEZ

ET 3 PILIERS POUR Y ARRIVER

Bons signaux = bon ranking. Pour produire de bons signaux :

1

Les mots-clés

Comprendre la demande

2

La structure

Aménager le cabinet

3

Le netlinking

Être recommandée

On les détaille un par un dans la suite.



SEO VS SEA : DEUX FAÇONS D'APPARAÎTRE

ET L'ANALOGIE QU'ON GARDE TOUT LE LIVE

SEO

- Résultats naturels
- Gratuits au clic
- Demande du travail régulier
- **Effet durable (années)**

SEA

- Annonces publicitaires
- Vous payez chaque clic
- Visible immédiatement
- *Disparaît dès que vous arrêtez*

Q DÉCODAGE

SEA = Search Engine Advertising = les annonces Google Ads, payantes.

L'ANALOGIE DU LIVE

Le SEO, c'est ouvrir un cabinet. Vous comprenez vos patients, aménagez bien le cabinet, et êtes recommandée.



PILIER 1

Les mots-clés

Comprendre ce que cherchent vos patients

COMPRENDRE CE QUE CHERCHE VOTRE PROSPECT

AVANT TOUT MOT-CLÉ

Le mot-clé vient APRÈS. D'abord le besoin.

1

Demandez à vos clientes

"Quand tu m'as cherchée sur Google, qu'est-ce que tu as tapé ?"

La source la plus précieuse

2

Tapez vous-même sur Google

Regardez les suggestions automatiques + le bloc "Autres questions"

C'est ce que Google a déjà observé

3

Demandez à une IA

"Quelles questions tape une femme enceinte stressée sur Google ?"

Pour défricher les angles

Sans ces 3 sources, vous optimisez à l'aveugle.

UN MOT-CLÉ N'EST PAS CE QUE VOUS DITES

DE QUOI ON PARLE

C'est ce que VOTRE PROSPECT tape.

VOTRE NOM DE MÉTHODE :

**"Méthode EAG pour
accoucher sereinement"**

VOTRE PROSPECT TAPE :

**"sophrologie périnatale"
ou "accouchement sans stress"**

Personne ne tape le nom de votre méthode.

Vos prospects tapent leur problème.

Le SEO, c'est parler la langue du prospect, pas votre langue professionnelle.

LA QUESTION À SE POSER AVANT TOUT

INTENTION DE RECHERCHE

***Que veut VRAIMENT trouver
la personne qui tape ces mots ?***

Le mot-clé n'est que la pointe de l'iceberg.

L'intention, c'est l'iceberg en dessous.

Q DÉCODAGE

Intention de recherche = Ce que la personne VEUT vraiment trouver quand elle tape ses mots dans Google.

LES 4 INTENTIONS DE RECHERCHE

À RECONNAITRE ABSOLUMENT

INFORMATIONNELLE

(je veux comprendre)

*qu'est-ce que la sophrologie
bienfaits de l'hypnose
comment gérer son stress*

→ Page cible : **Article de blog**

NAVIGATIONNELLE

(je veux un site précis)

*[votre nom]
Resalib sophrologie
[nom du cabinet]*

→ Page cible : **Accueil, page À propos**

COMMERCIALE

(je compare avant d'acheter)

*meilleur sophrologue Paris
tarif séance sophrologie
avis sophrologue Lyon*

→ Page cible : **Tarifs, témoignages**

TRANSACTIONNELLE

(je passe à l'action)

*rdv sophrologue Paris 15
réserver séance
sophrologue entreprise Lyon*

→ Page cible : **Page service avec CTA**

LA RÈGLE D'OR D'UNE PAGE QUI RANKE

À TATOUER

**1 mot-clé = 1 intention =
1 objectif = 1 page**

1 mot-clé : ciblé, choisi avec stratégie

1 intention : informationnelle, navigationnelle, commerciale ou transactionnelle

1 objectif : informer, rassurer, faire prendre RDV...

1 page : dédiée à cette intention, avec un seul CTA cohérent

Une page qui tente de plaire à 3 intentions ne plait à aucune.

CHOISIR LE BON MOT-CLÉ : LE PIÈGE DU GROS VOLUME

SHORT TRAÎNE VS LONG TRAÎNE

OPTION A

Keywords	Volume	KD %
psychologue	60.5K	68 

OPTION B

psychologue emdr marseille	170	19 
----------------------------	-----	--

À votre avis, sur lequel vaut-il mieux se positionner ?

DÉCODAGE

Short traîne = Mot court, énorme volume, ultra-concurrentiel.
Difficile à conquérir.

DÉCODAGE

Longue traîne = Expression longue, petit volume, peu concurrentiel.
Mais prospects TRÈS ciblés.

3 OUTILS GRATUITS POUR TROUVER VOS MOTS-CLÉS

EN
PRATIQUE

1

Google Suggest

Les propositions qui apparaissent sous la barre de recherche quand vous tapez.

Tapez "sophrologue" et regardez.

2

Autres questions

Le bloc "Les internautes posent aussi ces questions" dans la SERP.

Cliquez pour les dérouler.

3

Ubersuggest

Volume mensuel + difficulté de chaque mot-clé.
Le screen vu juste avant.

Gratuit jusqu'à 3 recherches/jour.

ET POUR VOUS, ENCORE PLUS SIMPLE

Un fichier "analyse de mots-clés" dans votre dossier. Vous y mettez vos sujets, je vous renvoie un tableau analysé chaque week-end. On le voit en détail au prochain live.



EXERCICE LIVE

À vos claviers

Listez 5 mots-clés à intention TRANSACTIONNELLE pour votre offre principale.

Ceux qui doivent faire venir un prospect prêt à prendre rendez-vous.

BONUS : repérez 1 mot-clé INFORMATIONNEL sur lequel vous voulez écrire un article.

3 minutes dans le chat



PILIER 2

La structure

Bien aménager votre cabinet



LE VOCABULAIRE DE LA STRUCTURE

4 TERMES À POSER AVANT

Q DÉCODAGE

Balise = Un morceau de code invisible qui indique à Google le rôle d'un élément sur votre page.

Q DÉCODAGE

Title = Le titre bleu cliquable de votre page dans la SERP. La balise la plus importante.

Q DÉCODAGE

Meta description = Le petit texte gris sous le titre dans la SERP. Votre slogan en quelque sorte.

Q DÉCODAGE

URL = L'adresse de votre page (ce qui s'écrit dans la barre du navigateur).

Ces 4 mots vont revenir partout dans les slides suivantes.



VOTRE TITLE ET META : VOTRE ENSEIGNE GOOGLE

STRUCTURE 1/5

monsite.com › sophrologue-entreprise-paris

Sophrologue en entreprise à Paris | Gestion du stress en équipe

Sophrologue certifiée, j'interviens en entreprise sur le stress et la QVT depuis 8 ans. Ateliers, conférences et accompagnement individuel. Devis sous 48h.

← **TITLE**

55-60 caractères

← **META**

140-155 caractères

Si vous ne changez qu'UNE chose cette semaine, changez ça.

Modifiable dans Rank Math ou Yoast sur WordPress.

VOTRE URL AUSSI PARLE À GOOGLE

STRUCTURE
2/5

À ÉVITER

monsite.com/?p=247



À FAIRE

monsite.com/sophrologue-paris/



Google lit l'URL. Vos prospects aussi. Une URL claire = + confiance + meilleur ranking.

DÉCODAGE

Slug = La fin de l'URL après votre nom de domaine. Dans monsite.com/sophrologue-paris/, le slug c'est sophrologue-paris.

ASTUCE WORDPRESS : Réglages > Permalien > 'Titre de la publication'. Action de 30 secondes, impact gros.



LA HIÉRARCHIE DE VOS TITRES

STRUCTURE
3/5

H1 - Sophrologue en entreprise à Paris

H2 - Mes interventions en entreprise

H3 - Ateliers de gestion du stress

H3 - Conférences sur la QVT

H2 - Témoignages d'entreprises clientes

1 SEUL par page

Q DÉCODAGE

Hiérarchie Hn = H1 = titre principal

H2 = sous-titres

H3 = sous-sous-titres

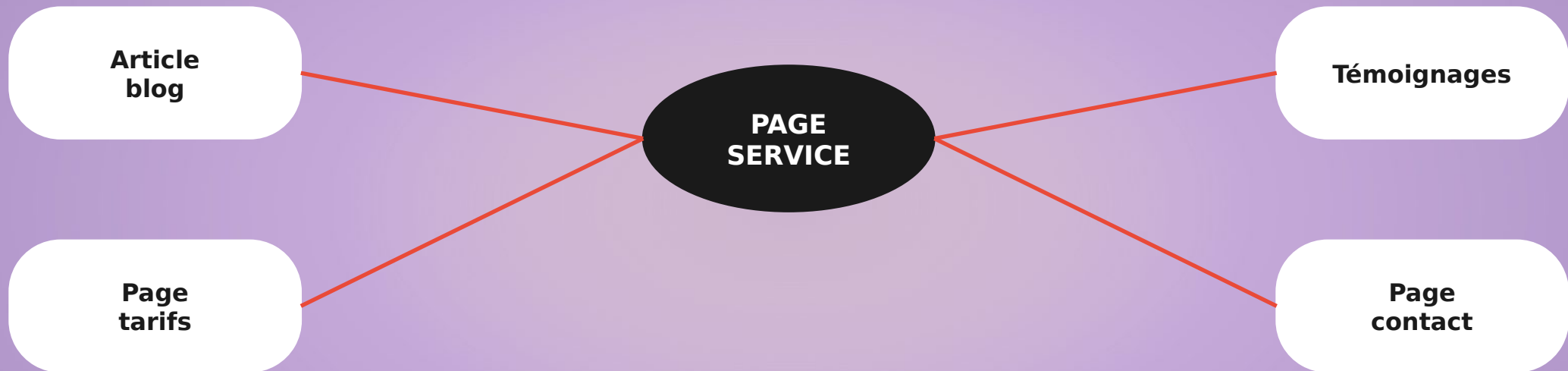
Comme un sommaire de livre.

ATTENTION SUR DIVI

Le titre de page peut sortir en H2 par défaut. À vérifier dans les options du module Title Text et corriger si besoin.

VOS PAGES DOIVENT SE PARLER ENTRE ELLES

STRUCTURE
4/5



Règle d'or : 1 page = 1 mot-clé = 1 intention = 1 CTA

Q DÉCODAGE

Maillage interne = Les liens qui relient vos pages entre elles.

Q DÉCODAGE

CTA = Call To Action. Un bouton qui invite à passer à l'action.

MOBILE ET VITESSE : NON NÉGOCIABLES

STRUCTURE
5/5



60%

des recherches viennent du mobile



3 sec

au-delà, votre prospect quitte la page

Q DÉCODAGE

Mobile-friendly = Qui s'affiche correctement sur téléphone (Google n'a qu'1 seul index, et c'est l'index mobile).

Outil gratuit pour tester : PageSpeed Insights de Google.

LE LEVIER LE PLUS PUISSANT POUR LE LOCAL

SEO LOCAL - GOOGLE BUSINESS PROFILE

80%

*des recherches locales
aboutissent à une visite
en moins de 24h*

CE QUI FAIT VRAIMENT LA DIFFÉRENCE :

- ✓ Réponse aux avis sous 48h
- ✓ Posts hebdomadaires
- ✓ Photos régulières
- ✓ Horaires à jour
- ✓ Catégorie principale précise

Q DÉCODAGE

GMB / Google Business Profile = Votre fiche pro gratuite sur Google.

Q DÉCODAGE

Pack 3 = Les 3 fiches encadrées avec carte en haut des résultats locaux.

LA PÉPITE : FAITES VIVRE VOTRE GMB AVEC DES PHOTOS

SEO LOCAL - LA PÉPITE

+35%

de clics vers votre site

+42%

de demandes d'itinéraire

...quand vous publiez des photos régulièrement



Cabinet



Vous



Ateliers



Coulisses

Rythme conseillé : 1 à 2 photos par semaine. Sans visage de client sans accord écrit.



PILIER 3

Le netlinking

Être recommandée par des consoeurs

LE NETLINKING, C'EST VOTRE NOTORIÉTÉ DIGITALE

L'ANALOGIE QUI VA TOUT CLARIFIER

CE QUE VOUS CONNAISSEZ

Vos followers

=

EN SEO

Vos backlinks

—

*Plus de sites pointent vers vous,
plus Google vous prend au sérieux.*

CE QUE VOUS CONNAISSEZ

Le bouche-à-oreille

=

EN SEO

**Les recommandations
de confrères en ligne**

—

*Une thérapeute qui parle de vous
dans un article = ultra-puissant.*

CE QUE VOUS CONNAISSEZ

Votre réputation

=

EN SEO

L'autorité de votre domaine

—

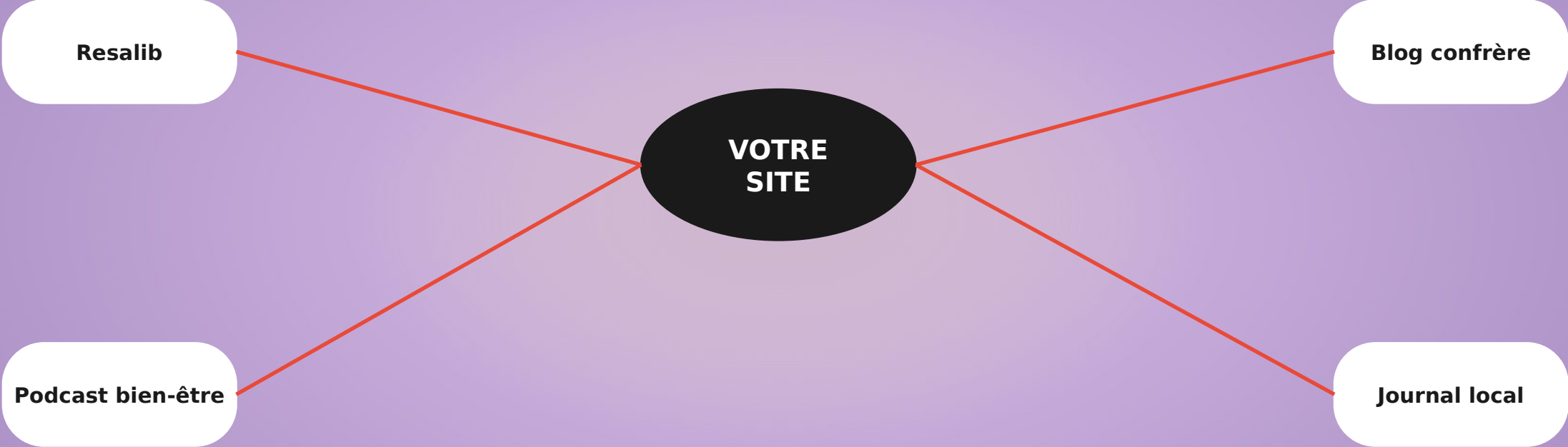
*Construite dans le temps,
impossible à acheter.*

Comme dans la vraie vie : c'est lent à construire, mais ça change tout une fois en place.



UN BACKLINK : UN VOTE DE CONFIANCE

NETLINKING



Q DÉCODAGE
Netlinking = La pratique d'obtenir des liens depuis d'autres sites vers le vôtre.

Q DÉCODAGE
Backlink = Un lien d'un autre site qui pointe vers une page du vôtre.



6 SOURCES NATURELLES POUR VOUS

QUI VA PARLER DE VOUS ?



Annuaire sectoriels

Resalib, Médoucine



Partenariats

Consoeurs, coachs



Podcasts

Interviews thématiques



Articles invités

Blogs santé, RH



Presse locale

Journaux, magazines



Conférences

Événements RH si B2B

Q DÉCODAGE

Annuaire sectoriel = Site qui liste les pros d'un secteur (Resalib, Médoucine pour thérapeutes).

CE QU'IL FAUT FUIR + EXERCICE

ATTENTION

À ÉVITER ABSOLUMENT

- ✘ Fermes à liens / réseaux PBN
- ✘ Échanges massifs A→B / B→A
- ✘ Annuaire douteux à 50€
- ✘ Spam de commentaires sur blogs

EXERCICE LIVE

Listez 3 endroits réalistes où obtenir un lien naturel dans les 3 mois.

Réponses dans le chat

2 minutes

La méthode lente est la seule sûre.

Google sanctionne très durement ces pratiques douteuses.



POURQUOI ÉCRIRE DES ARTICLES ?

SEO +
CONTENU

Vos articles =

autoroutes vers votre site

Chaque article bien optimisé est une porte d'entrée supplémentaire vers vos pages services.

Et il ranke pendant des années.

1 article SEO bien fait = 5 ans de trafic.

Vous l'écrivez UNE fois.



LE RÉFLEXE À ADOPTER

AVANT D'ÉCRIRE

*Cet article répond à quelle
QUESTION précise tapée dans Google ?*

Changement de mindset total :

PAS "ce que j'ai envie de raconter aujourd'hui".
MAIS "à quelle question est-ce que je réponds".

ÉTAPE CLÉ : ANALYSER LA SERP AVANT D'ÉCRIRE

SEO +
CONTENU

Google a DÉJÀ tranché ce qui répond bien à cette intention.

Les 10 premiers résultats sont sa réponse vivante.

1

Quel format domine ?

Articles longs ? Tableaux ? Vidéos ? FAQ ?

2

Quels sujets reviennent partout ?

Les H2 récurrents = sujets obligatoires. Si vous ne les traitez pas, hors-sujet.

3

Qu'est-ce qui manque ?

Votre angle différenciant, votre opportunité.

La SERP n'est pas votre concurrence. C'est votre brief.

LES GRANDES LIGNES D'UN ARTICLE QUI RANKE

TEASING - PROCHAIN LIVE

- ✓ 1 mot-clé principal d'intention informationnelle
- ✓ Plan inspiré de l'analyse SERP + 1 angle différenciant
- ✓ Intro + 5 à 7 H2 + conclusion
- ✓ 1 000 à 1 500 mots
- ✓ Maillage interne vers vos pages services
- ✓ Image avec alt optimisé

DÉCODAGE

Alt = Texte alternatif d'une image. Invisible à l'écran mais lu par Google et par les lecteurs d'écran.

PROCHAIN LIVE

On construit ensemble un article complet en direct à partir d'une vraie SERP.

VOS POSTS RANKENT AUSSI SUR GOOGLE

SEO + RÉSEAUX SOCIAUX

Aujourd'hui, certains posts LinkedIn ou Reddit rankent en 1ère page Google.

Pas grâce au réseau. Grâce à l'intention de recherche.

EXEMPLE

Vous tapez "avis app Cal.com" sur Google.

Les premiers résultats sont souvent des posts Reddit et LinkedIn. Pourquoi ?

Parce qu'ils répondent EXACTEMENT à ce qu'on cherche : des vrais avis.

 LinkedIn



 Instagram



 TikTok



 Reddit



Bien optimiser un post = ranker sur le réseau ET potentiellement sur Google.



LINKEDIN : LE SEO DE VOTRE PROFIL

PLATEFORME
B2B

Votre profil entier est indexé. Optimisez-le comme une mini-page web.

Titre (headline)

Mot-clé principal en début
+ pour qui + bénéfice

À propos

Mots-clés stratégiques dans
les 2 premiers paragraphes

Sélection (featured)

Vos contenus à mettre en avant
avec mots-clés dans les titres

BONUS ÉNORME

Votre profil LinkedIn ranke souvent sur Google quand on tape votre nom. Soignez-le.

INSTAGRAM, TIKTOK, REDDIT : MÊME LOGIQUE

AUTRES PLATEFORMES

Instagram

- Nom + bio = indexés
- Hashtags géolocalisés
- SEO des Reels (titre + transcription)

TikTok

- Devenu moteur de recherche
- Surtout chez les moins de 30 ans
- Bien-être = niche très recherchée

Reddit

- Sous-utilisé en France
- Réponses utiles dans subreddits ranke
- Trafic qualifié à long terme

DÉCODAGE

Transcription = Version texte de ce qui est dit dans une vidéo (TikTok, Reels).

DÉCODAGE

Subreddit = Sous-communauté Reddit dédiée à un thème (r/sophrologie, r/anxiety).

Le secret transverse : utilisez les MÊMES mots-clés sur tous les canaux.

YOUTUBE : LE LEVIER SOUS-EXPLOITÉ

DEUXIÈME MOTEUR DE RECHERCHE AU MONDE

N°2

*moteur de recherche
au monde, derrière Google*

POURQUOI C'EST PUISSANT POUR VOUS :

- ✓ Vos vidéos rankent sur Google
- ✓ Le bien-être = niche très recherchée
- ✓ Confiance instantanée (vous visible)
- ✓ Une vidéo vit aussi des années
- ✓ Peu de concurrence sur la thématique

LES BASES POUR DÉMARRER

Titre avec mot-clé en début + description longue + chapitres + miniature qui donne envie de cliquer.

LES 3 PILIERS À RETENIR

RÉCAP

1

Les mots-clés

Comprendre ce que cherchent vos patients

2

La structure

Bien aménager votre cabinet

3

Le netlinking

Être recommandée par des consoeurs

Le SEO = ouvrir un cabinet bien situé, bien aménagé, et recommandé.



VOS QUESTIONS

À vous



15 minutes pour creuser ce que vous voulez



M E R C I

À *très vite*

PROCHAIN LIVE

Comment écrire un article de blog optimisé SEO

On construit ensemble, en direct, un article complet à partir d'une vraie SERP.

D'ici là : faites vivre votre GMB + choisissez votre mot-clé prioritaire.

TechRappy · Isabelle