



**BILAL SEBAA**

Que faire de plus quand on  
pense avoir déjà tout fait  
en SEO ?





api  
GrowthH



**Bilal Sebaa**

SEO, SEA, & Analytics

**Savoir évaluer  
objectivement sa stratégie  
de référencement naturel**



# Savoir évaluer objectivement sa stratégie de référencement naturel

→ La fiabilité socle technique



# Savoir évaluer objectivement sa stratégie de référencement naturel

- La fiabilité socle technique
- La pertinence du choix des mots-clés



# Savoir évaluer objectivement sa stratégie de référencement naturel

- La fiabilité socle technique
- La pertinence du choix des mots-clés
- La surveillance la concurrence

# Savoir évaluer objectivement sa stratégie de référencement naturel

- La fiabilité socle technique
- La pertinence du choix des mots-clés
- La surveillance la concurrence
- Le suivi de la performance

# Savoir évaluer objectivement sa stratégie de référencement naturel

- La fiabilité socle technique
- La pertinence du choix des mots-clés
- La surveillance la concurrence
- Le suivi de la performance
- L'analyse de l'expérience utilisateur



# Savoir évaluer objectivement sa stratégie de référencement naturel

- La fiabilité socle technique
- La pertinence du choix des mots-clés
- La surveillance la concurrence
- Le suivi de la performance
- L'analyse de l'expérience utilisateur
- L'évaluation des objectifs et des résultats

# Keyword Gap Analysis



# Keyword Gap Analysis :

## Analyser les opportunités des mots-clés en exploitant la concurrence

- Identifier vos concurrents (Spoiler : Ils rank souvent mieux que vous sur vos termes stratégiques)



# Keyword Gap Analysis :

## Analyser les opportunités des mots-clés en exploitant la concurrence

- Identifier vos concurrents (Spoiler : Ils rank mieux que vous sur vos termes stratégiques)
- Utiliser un outil qui simplifie cette tâche (SEMRush, Ahref's, RankingGap, etc)



# Keyword Gap Analysis :

## Analyser les opportunités des mots-clés en exploitant la concurrence

- Identifier vos concurrents (Spoiler : Ils rank mieux que vous sur vos termes stratégiques)
- Utiliser un outil qui simplifie cette tâche (SEMRush, Ahref's, RankingGap, etc)
- Exporter tous les mots-clés possibles (Mots-clés organiques, Mots-clés payants, PLA = Product Listing Ads)



# Keyword Gap Analysis :

## Analyser les opportunités des mots-clés en exploitant la concurrence

- Identifier vos concurrents (Spoiler : Ils rank mieux que vous sur vos termes stratégiques)
- Utiliser un outil qui simplifie cette tâche (SEMRush, Ahref's, RankingGap, etc)
- Exporter tous les mots-clés possibles (Mots-clés organiques, Mots-clés payants, PLA = Product Listing Ads)
- Qualifier cette liste selon :
  - ◆ La pertinence par rapport à la thématique du site
  - ◆ Le volume de recherche mensuel
  - ◆ La part de trafic SEO théorique que ce mot-clé rapporte à vos concurrents
  - ◆ L'indice de difficulté
  - ◆ La disponibilité des contenus existants facilement exploitables pour ces termes



Exploiter les box "Autres questions posées"

-

PAA (People Also Ask)



# Les PAA :

## Exploiter les questions et y apporter des réponses dans vos contenus

### Autres questions posées :

Est-ce que WordPress est gratuit ?



Quelle est l'utilité de WordPress ?



Quels types de sites Peut-on faire avec WordPress ?



Quel est le coût du logiciel WordPress ?



Commentaires

Exemple d'une box PAA pour la requête "WordPress"



## Les PAA :

# Exploiter les questions et y apporter des réponses dans vos contenus

- Opportunité de visibilité en 1ère page sur des requêtes qui étaient trop larges pour être ciblés
- Dans 75% des cas, la box s'affiche dans le TOP 3 (Etude SEMRush)
- Contrairement aux réponses en P0, il est possible pour un site de figurer en résultat classique et en PAA, soit 2 fois
- Comme pour d'autres types de résultats riches, aller droit au but est essentiel, les résultats en PAA ne comportant en moyenne que 41 mots (Etude SEMRush)



# Les PAA :

## Exploiter les questions et y apporter des réponses dans vos contenus

### Comment identifier les opportunités :

- Analyser votre site sur SEMRush et afficher tous les mots-clés sur lesquels vous êtes dans le TOP 10
- Dans les fonctionnalités SERP, afficher "Le site ne se positionne pas" et "PAA"
- Vous avez votre liste



Les PAA :

Exploiter les questions et y apporter des réponses dans vos contenus

**Comment les exploiter :**

- Y répondre dans le contenu (Commencez par 3 questions), brièvement.
- Les utiliser dans la meta description



Retravailler  
(intelligemment) les  
anciens contenus



# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## Le content pruning :

- Y répondre dans le contenu (Commencez par 3 questions), brièvement.
- Les utiliser dans la meta description

# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## Le content pruning :

→ Utiliser la GSC :

- ◆ Faire un export sur les 12 derniers mois
- ◆ Faire l'inventaire des pages n'ayant pas enregistré de clics SEO
- ◆ Catégoriser ces pages par sujet / thématique
- ◆ Identifier les contenus à faible qualité

# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## Le content pruning :

- Utiliser la GSC :
  - ◆ Faire un export sur les 12 derniers mois
  - ◆ Faire l'inventaire des pages n'ayant pas enregistré de clics SEO
  - ◆ Catégoriser ces pages par sujet / thématique
  - ◆ Identifier les contenus à faible qualité
  
- Fusionner les contenus qui s'y prêtent bien pour améliorer la qualité

# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## Le content pruning :

- Utiliser la GSC :
  - ◆ Faire un export sur les 12 derniers mois
  - ◆ Faire l'inventaire des pages n'ayant pas enregistré de clics SEO
  - ◆ Catégoriser ces pages par sujet / thématique
  - ◆ Identifier les contenus à faible qualité
- Fusionner les contenus qui s'y prêtent bien pour améliorer la qualité
- Supprimer les contenus dont la qualité n'est pas au rendez-vous (et faire des redirections!)



# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

**L'optimisation des contenus :**



# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## L'optimisation des contenus :

- Lister les pages dont la position moyenne dans la GSC oscille entre **3,5 et 10** (sur les mots-clés cibles)

# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## L'optimisation des contenus :

- Lister les pages dont la position moyenne dans la GSC oscille entre **3,5 et 10** (sur les mots-clés cibles)
- Identifier l'intention de recherche en observant les premiers résultats sur la SERP

# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## L'optimisation des contenus :

- Lister les pages dont la position moyenne dans la GSC oscille entre **3,5 et 10** (sur les mots-clés cibles)
- Identifier l'intention de recherche en observant les premiers résultats sur la SERP
- Identifier le type de contenu et la structure des pages des premiers résultats

# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## L'optimisation des contenus :

- Lister les pages dont la position moyenne dans la GSC oscille entre **3,5 et 10** (sur les mots-clés cibles)
- Identifier l'intention de recherche en observant les premiers résultats sur la SERP
- Identifier le type de contenu et la structure des pages des premiers résultats
- Analyser / identifier les termes manqués, le nombre de mots moyen à avoir sur la thématique, etc (SEMRush, par exemple)



# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## L'optimisation des contenus :

- Lister les pages dont la position moyenne dans la GSC oscille entre **3,5 et 10** (sur les mots-clés cibles)
- Identifier l'intention de recherche en observant les premiers résultats sur la SERP
- Identifier le type de contenu et la structure des pages des premiers résultats
- Analyser / identifier les termes manqués, le nombre de mots moyen à avoir sur la thématique, etc (SEMRush, par exemple)
- Retravailler le contenu en conséquence



# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

**Affiner le maillage interne :**



# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## Affiner le maillage interne :

- Veiller à avoir des liens vers les contenus recyclés depuis les plus grosses pages du site (GSC / Pages de destination)

# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## Affiner le maillage interne :

- Veiller à avoir des liens vers les contenus recyclés depuis les plus grosses pages du site (GSC / Pages de destination)
- Faire les liens internes les plus thématiques possibles sur ces pages refaites (utiliser la commande site:)



# Retravailler (intelligemment) les anciens contenus

## Affiner le maillage interne :

- Veiller à avoir des liens vers les contenus recyclés depuis les plus grosses pages du site (GSC / Pages de destination)
- Faire les liens internes les plus thématiques possibles sur ces pages refaites (utiliser la commande site:)
- Faire remonter ces nouvelles pages dans les vues archives



Garder un oeil sur les  
acquis



## Garder un oeil sur les acquis

- Les temps de réponse (GSC / Statistiques sur l'exploration / Temps de réponse)
- Les disponibilités des backlinks achetés/échangés
- Les régressions techniques





MERCI !

