Ranking: Création de Contenu Frais et Optimisé pour un meilleur Classement de votre Site

- Partager par email
- Imprimer
- PD
-
- Lien de la page

Soyons brefs, *time is money*. A l'heure ou les plus grosses valorisations sont les toutes-puissantes compagnies américaines du numérique, on pourrait croire que la langue du futur serait constellée de 0 et de 1. Loupé, les **algorithmes de Google** et des autres moteurs ont intégré que pour comprendre les humains et les faire se comprendre entre eux, mieux valaient étudier leurs mots mais aussi, les concepts et idées qu'ils véhiculent.

Sémantique et Entités Nommées

Trivialement pour que votre belle page sur les stalactites et stalagmites avec plein de photos souterraines émergent dans les **meilleures postions d'une recherche** avec le mot-clé "spéléologie", il fallait que les robots de Google puissent finement **analyser le contenu** et fassent le rapport entre ses termes.



il ne s'agit pas là de grammaire ou de **syntaxe**, ni d'orthographe, même si cela revêt une importance non négligeable pour les moteurs qui vous guettent là déjà au tournant, mais de **sémantique**: ce qui signifie sur le fond d'un article, le rapport entre les mots et leur appartenance à des ensembles de termes, dites "**entités nommées**".

Par exemple votre délicieux billet baptisé "Surprises d'Hollande" avec peu de mots dans le texte et des photos non taguées, comment notre moteur fera-t'il pour le classer dans les résultats de requête pertinents sans hésiter entre **François Hollande** et le pays du Gouda, quoiqu'on le sait le premier gourmand.

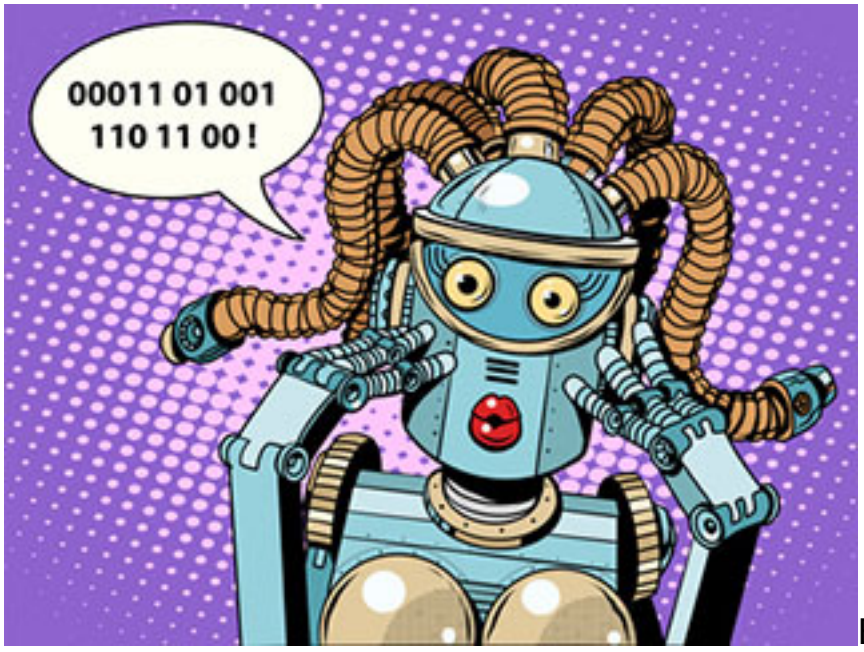
Keywords et Projets X

Et s'il suffisait aux premières années de la prise de pouvoir de Google, de répéter à l'envi les **mêmes mots-clefs** dans un article, la technique du ***keyword stuffing*** en anglais pour ***ranker*** c'est à dire être **le mieux classé dans les *serps***, c'est-à-dire les pages de résultats des moteurs de recherche, aujourd'hui cette méthode de SEO trompe-chrétien ou trompe robot, est pratiquement morte.

En d'autres termes, c'est le cas de le dire, répétez 20 fois le terme gouda

dans un article de 20 lignes, c'est mort pour que votre article ou fiche produit soit bien classée. N'en faites surtout pas un fromage.

Par contre si vous **faites péter la sémantique**, si vous parlez de la Hollande bien sûr mais aussi de la race des vaches qui enchante ce met, du poids des roues produites et de la typologie de ce fromage dit à pâte pressée et non molle, désolé François, alors les robots qui dégustent votre croûte littéraire se rassasieront de la Hollande fromagère jusqu'après le dessert et le pousse café.



Et oui avant les robots étaient bêtes comme la pluie, aujourd'hui ils le sont toujours intrinsèquement mais avec des parapluies et des **algos**, ces **suites mathématiques** qui leurs donnent des instructions pour vous soumettre des informations et qui sont de plus en adéquation avec la pensée humaine.

Si bien qu'on pourrait leur octroyer un certaine intelligence , la fameuse **IA**, l'**intelligence artificielle** qui fait fantasmer depuis "Métropolis" de Fritz Lang et "2001" de Kubrick, jusqu'aux **projets classés X** de... Google.

Ranker à fond dans les Serps

Mais calmons-nous, pour **ranker dans les serps**, c'est vous qui allait faire le boulot. Il faudra lui faire manger de l'info au **robot de *search*** pour qu'il se transforme en magicien du **big data** et paraisse intelligent. Et donc qui l'eût cru? Il ne s'agira pas binairement d'installer un développeur informatique devant ses lignes de codes et 3 boites de hamburgers,même s'il reste indispensable.

Google a en fait donné sa revanche aux lettres, osons même le mot **littérature**, par rapport à l'**informatique** et la technique: aujourd'hui clairement les 3 premières indicateurs de performance dans le top 5 des caractéristiques de performance d'un site sont certes la rapidité et sa compatibilité mobilité, mais surtout dans le top 3, l'organisation de son **contenu**, en deux la fraîcheur de son contenu et, number one, la **richesse de** son **contenu**...



Kings of the Contenu

Soyons brefs, telle est la devise du journaliste. La grande maxime de la communauté des experts SEO est quant à elle: le **contenu est roi,** et en

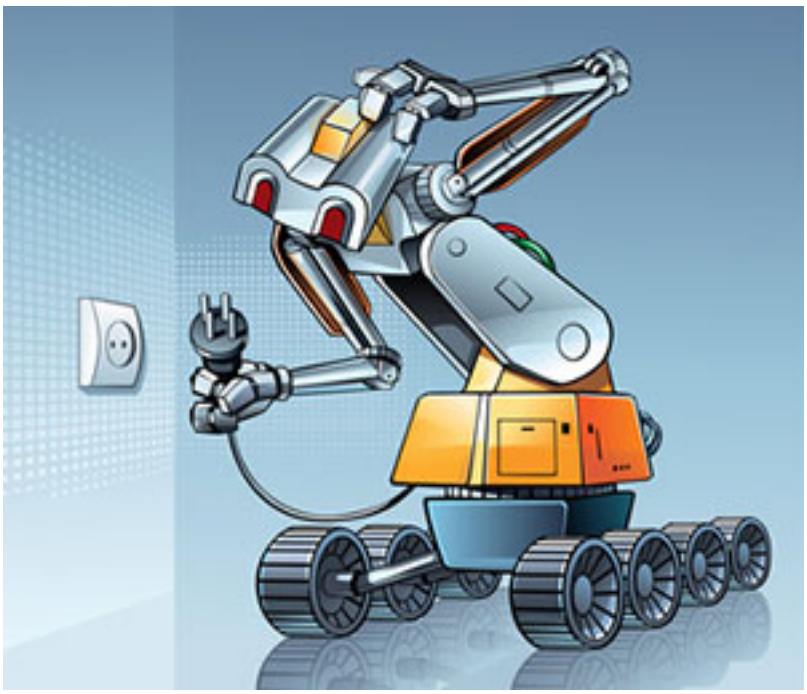
même temps si le content est *king size*, c'est encore mieux. Le contenu? Ceux sont les **articles**, l'**iconographie** mais aussi l'organisation des pages qui se complètent autour de tel ou tel thème.

Et de telle façon que la **page cible**, celle que vous privilégiez pour les recherches des internautes, soit relié à d'autres pages complémentaires qui lui font remonter du jus, c'est la recette du cocon sémantique développé au chapitre linking interne.

Mais d'abord par quoi commence une bonne **campagne de ranking** pour votre site? Par la mobilisation de votre équipe bien en amont du "remplissage" de **contenu de votre site.** Pour un **contenu frais**, pertinent et original, il faut en effet que vos équipes qualité et commerciales aient synthétisées les infos qui vont faire mouche lorsqu'elles seront réécrites par notre équipe de rédacteurs et le designer en chef, tous imprégnés de SEO jusqu'à plus soif pour votre réussite, puisque ceux sont les bonnes recettes et "trucs" d'optimisation de recherche qui vont faire la différence.

La Bible du Ranking

Entre vous et moi, pas de cachotterie et de magie vaudou: le process reste assez simple mais ceux sont ensuite, les outils, l'expérience et le talent qui font la différence, comme un écrivain sur une page blanche attirant déjà un



éditeur de part son talent potentiel. Il faut certes avoir déjà un bon produit et une bonne notoriété, mais surtout il faut **savoir écrire** pour ses lecteurs mais aussi pour les moteurs.

On ne vous dira pas tout biens sûr, mais même si nous vous cédions la **Bible du *ranking***, reste qu'il faut avoir le **talent de la plume** et une sorte d'agilité mathématique qui vous fasse séduire Google et les moteurs en utilisant des figures de style à bon escient au moment et à l'endroit voulu.

En gros, chacune des pages de votre site s'il est commercial, doit répondre à une **requête tapée dans le moteur** par l'internaute. Pour chaque page correspond donc un produit, un ou quelques **mots-clefs** qui le définissent et apprécier l'originalité de votre produit.

L'Efficience des Mots-Clefs et le Poids des Balises

Ces mots-clefs sont donc déterminants mais assez complexes à choisir: leur efficacité dans les résultats de recherche dépendent du **nombre de recherches des internautes** sur ce mot clé mais aussi du **nombre de**

sites mettant en compétition tel mot clé. Si le nombre de recherches est important, cela veut dire que votre produit est prisé, mais si les sites sont nombreux à se battre sur ce mot-clé, alors votre page risque d'être noyée dans les **résultats de recherche du moteur** et le nombre de visites, a fortiori de vos commandes, sera anecdotique.



Au niveau du ***ranking***, le SEO va donc vous apprendre à bien choisir vos **mots-clés** et aussi à bien les introduire au niveau des endroits stratégiques de votre page: telles la **balise *Title***, c'est-à-dire le titre qui apparaît lorsque vous survolez avec votre souris l'onglet de la page en lecture.

Mais aussi, il faudra bien soigner le **titre rédactionnel** de la page que vous lisez; mais encore la **structure de l'url** qui apparaît dans le champ de votre moteur de recherche et puis encore la **balise de description** de votre page apparaissant dans les moteurs en résumé ou celles faisant un portrait descriptif de vos photos pour les moteurs, toujours encore un peu miro.

Et puis ensuite il "suffira" de jongler entre **sémantique** et **style d'écriture**, pour que le contenu de votre page fasse autant plaisir aux moteurs laborieusement heureux de comprendre votre terminologie d'humanoïde lubrique et aussi votre lectorat humain qui a besoin d'originalité, d'intelligence et de pertinence, car personne n'a plus le temps de lire des

articles imbitables pour obtenir l'information incontournable.

Ecrire et faire Partager sur les Réseaux



Allons au fait, disait le rédac chef d'un grand journal... Aujourd'hui même si les outils numériques peuvent vous dire ce qui peut intéresser le plus votre public avide d'émotions, reste que le **talent de la plume** reste inimitable, surtout quand il est doublé d'une bonne **expérience du SEO** pour que votre article puisse apparaître dans les premières pages de résultats.

il sera d'autant plus lu et partagé si votre site dispose d'une **couche sociale**, offrant par exemple des **boutons de partage pour les réseaux sociaux**, et d'autre part s'il est consommé jusqu'à la dernière ligne grâce à vos bons mots et notules.

Cela permettra d'améliorer notamment votre **taux de rebond**, c'est à dire le pourcentage de visiteurs qui quitte le site sans avoir consulté d'autres pages, mais aussi la durée moyenne de session, autrement dit le nombre de minutes passées sur le site. *"It's good to Ranking!"*, Ooh La La! ©



Vous aimerez aussi :

Audit : Contrôle Technique de votre Website par des Spécialistes du SEO



Linking : Construction de Backlinks et Liens Internes pour la Réputation de votre Site Internet



Création ou Refonte de Site Internet eCommerce et Institutionnel

Source URL: https://www.monicamedias.com/ranking-creation-de-contenu-frais-et-optimise-pour-un-meilleur-classement-de-votre-site.html