

NOV 2020

---



Un programme cofinancé par l'Union Européenne



ATOOUTS   
NUMÉRIQUES

# BOOSTEZ

la visibilité de votre site Internet

# LE MOULIN DIGITAL KEZAKO ?



## D É C O U V R I R

Séances collectives gratuites



## F A I R E

Atouts Numériques



## I N N O V E R

French Tech in the Alps



## T R A V A I L L E R

Cedille.pro



Un programme cofinancé par l'Union Européenne



# Prochaines dates

Ven. 6 nov  
9h

Café outils

Linkedin

Optimisez la portée  
de vos publications



Lun. 9 nov  
12h30

La Fabrique

Comment mieux  
travailler son  
référencement local



**beekast**

[www.beekast.live/atouts2020](http://www.beekast.live/atouts2020)

N O U V E L O N G L E T

V O T R E S I T E W E B

**pour des visiteurs que vous ne connaissez pas  
et qui ne vous connaissent pas**

---

L a p r o s p e c t i o n



V O T R E S I T E W E B

pour des visiteurs que vous connaissez  
et qui vous connaissent



L a f i d é l i s a t i o n

# MAIS DANS LES 2 CAS

Ils utiliseront ça

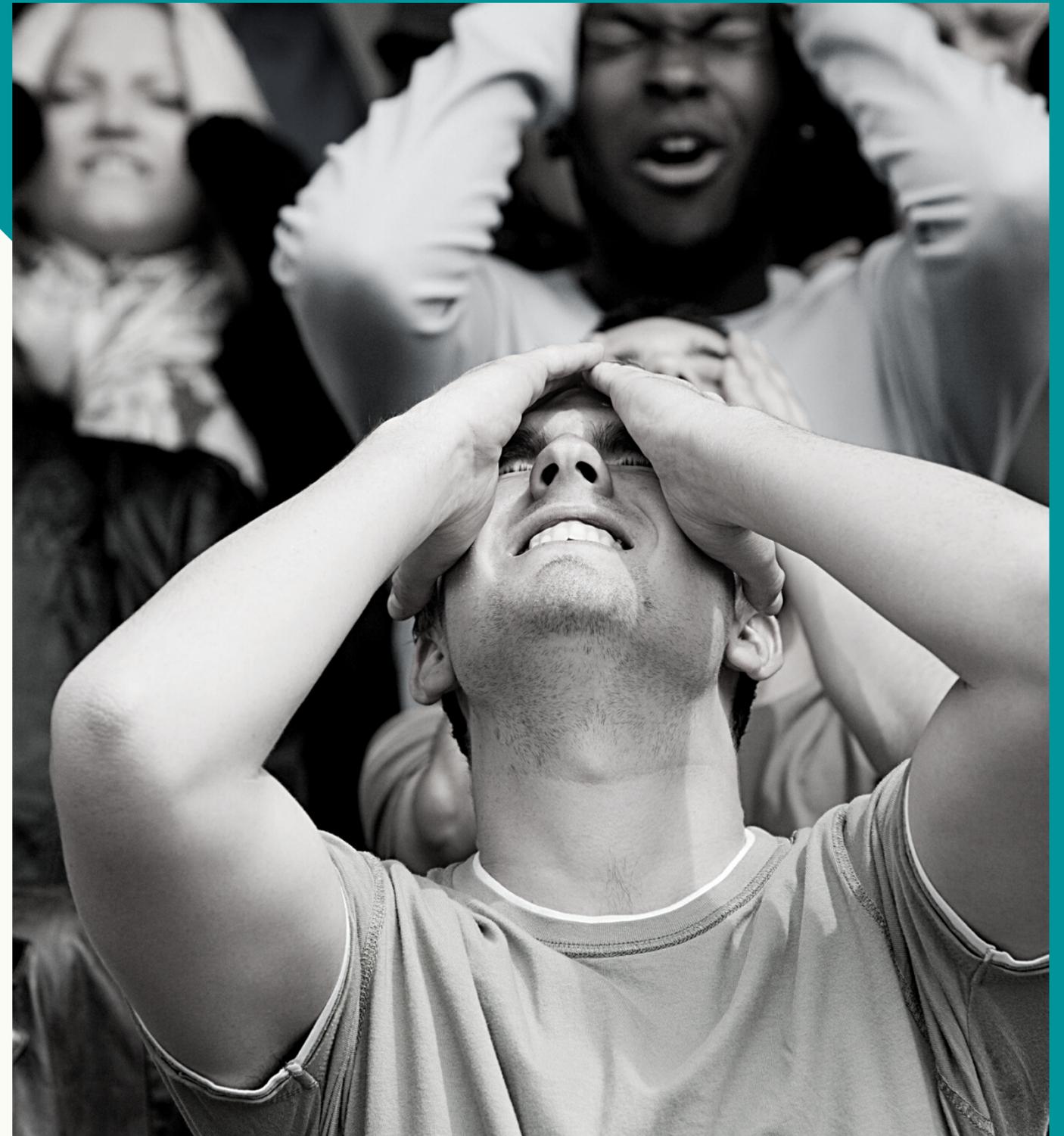


# L'ENJEU

Augmenter le trafic  
de visiteurs sur son site

Via les moteurs  
de recherche

En pensant à la conversion  
et donc à ne pas décevoir



M A I S

A V A N T D E  
S E L A N C E R

La réflexion avant l'action

80% du travail

Offre / Clients





# TOUT PART DE LÀ

---

Quelles **expressions** mes **cibles** devraient saisir sur Google?

Pour que votre site soit la réponse la plus pertinente

# 1 - Réflexion préalable

## Les cibles à adresser



Qui  
leurs profils  
entreprise, grand  
public...



Quoi  
leurs besoins  
leurs attentes et  
objectifs



Comment  
vos réponses  
votre offre adaptée

# Créer vos personas

Objectif : rester centré sur les utilisateurs finaux et leurs besoins plutôt que sur vos produits et services

## Méthode

S'inspirer de personnes réelles

Conduire des entretiens / questionnaires

En conserver 3 ou 4



### Utiliser la méthode des personas en marketing

Définir ses persona est une étape déterminante lors de la mise en place de votre site web et de vos actions marketing. Modèle téléchargeable (pdf)

 Le Moulin Digital / Sep 30, 2019

## 2- QUELLES EXPRESSION RECHERCHEES



### COMPRENDRE L'INTENTION DE RECHERCHE DE L'INTERNAUTE

Information : l'utilisateur utilise Google pour s'informer sur un sujet

Comparaison : l'utilisateur utilise Google avant d'acheter un produit ou un service

Transaction : l'utilisateur utilise Google pour acheter un produit ou un service

**MAL DE VENTRE**

**Depuis quelques temps**

---

Et si j'essayais de me soigner

au naturel ?

Google

# " PLANTES MEDICINALES DROME "



## GÉNÉRIQUES

Recherche élevée  
concurrence forte



## SPÉCIFIQUES

Recherche faible  
concurrence faible



## GÉOGRAPHIQUES

Votre territoire

# Vos expressions

## Génériques

Plantes  
Fenouil  
Cuisine  
...

## SPECIFIQUES

médicinales  
botanique  
Mal de ventre  
...

## Géographiques

Drôme  
Drôme  
26  
...

# Faites vous aider



## VOTRE ENTOURAGE

Un apéro référencement?



## VOS CONCURRENTS

Leurs expressions utilisées



## GOOGLE

Les autres



## HORS WEB

Print (plaquettes etc.)

# RÉFÉRENCEMENT NATUREL

Search Engine Optimization

Optimisation des moteurs de recherche

KEYWORDS

- |                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| 1) CONTENT      | 6) TITLE           |
| 2) WORD DENSITY | 7) SITEMAP.XML     |
| 3) HEADING TAGS | 8) ROBOT.TXT       |
| 4) BACKLINKS    | 9) SOCIAL NETWORKS |
| 5) DESCRIPTION  | 10) LINK BUILDING  |



# O P T I M I S A T I O N

P a t i e n c e

A c t i o n s c o r r e c t i v e s

N e p a s b e r n e r G o o g l e

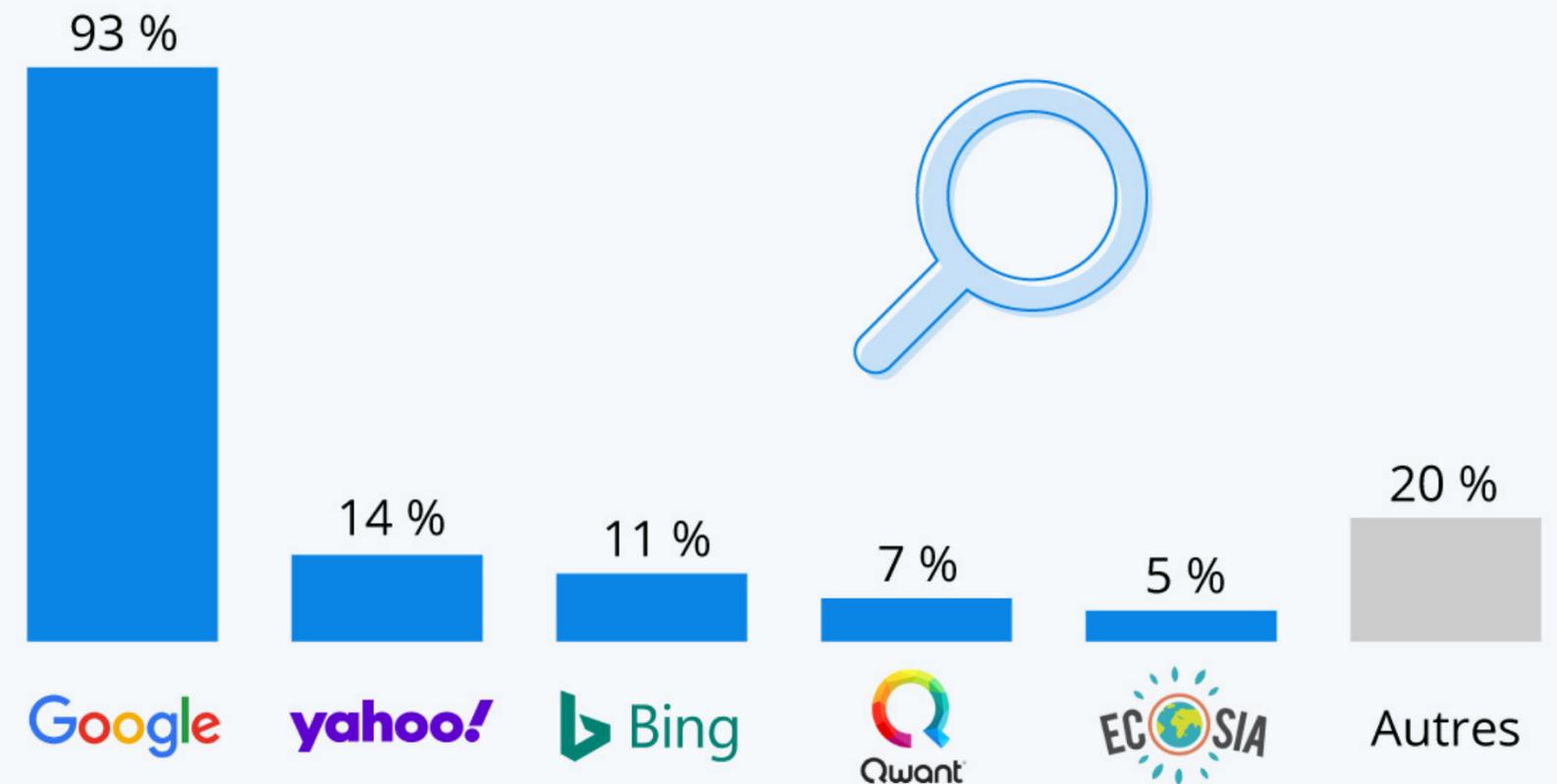
LES MOTEURS DE  
RECHERCHE ?

OU

Le moteur de recherche ?

# Les moteurs de recherche les plus populaires en France

Quels moteurs de recherche avez-vous utilisés au cours des 4 dernières semaines ? \*



\* Question posée à 2 042 internautes âgés de 18 à 64 ans au 1er semestre 2019. Plusieurs réponses possibles.

Source : Statista Global Consumer Survey



statista

# LABASE

## INDEXATION

Page par page

## OPTIMISATION

Améliorer la  
position

## L'ALGORITHME

Pensez visiteur



# LES ÉLÉMENTS À PRENDRE EN COMPTE

---

On page: votre site

Off page: ailleurs sur le web

L'expérience utilisateur

# ONPAGE

# LE CONTENU

## Texte

Dans vos pages

Ecrivez pour le lecteur

Cohérence par page

## Images

Fichiers à renommer

nom\_générique\_spécifique\_géo.jpg

## Vidéos

Titre

Description

Mots clefs

# ONPAGE

## LA QUALITE

Votre page répond elle à vos visiteurs ?

Analyser les intentions de recherche (observer les depuis google)

Analyser les requêtes vers votre page (depuis search console)

Optimiser vos pages

Call to action, formulaire

Rassurance

Titres

# Exemple : Page coworking site le Moulin Digital

Objectif : transaction (réservation)

## Coworking au Moulin Digital (Valence TGV)

♥ COVID19 : nous allons prendre soin de vous

Le Moulin adapte son offre de coworking pour vous accueillir dans de bonnes dispositions et dans le respect des règles sanitaires.

### FAQ

**Comment assurer la distanciation dans le coworking ?**  
Le port du masque, l'hygiène des mains et les mesures de distanciation sont obligatoires dans nos locaux.

**Et la pause café, c'est terminé ?**  
Non, je garde ma propre tasse et la lave avec du produit vaisselle en partant. Le café et la convivialité restent la norme.

**Est-il possible de déjeuner sur place ?**  
Oui, tout en respectant les gestes barrières et la distanciation

**Est-il obligatoire de réserver ?**  
Non, pour l'espace de travail partagé le Moulin  
Oui, pour les salles de réunions et bureaux privés.  
D'autre part, le nombre de personnes par salle est limité.  
le bocal (4 personnes)  
la voile (4 personnes),  
La Turbine (entre 12 et 15 places selon les configurations)

[voir le détails des mesures prises.](#)

### 📍 Les services de proximité

Situé au cœur du parc d'activité ROVALTAIN entre Valence et Romans-sur-Isère, l'espace de coworking bénéficie des services du parc d'activité : [restaurants](#), [crèche](#), [hôtel](#), [services postaux](#), [équipements sportifs...](#)

### 📍 Accès

[Par bus, train, à vélo ou avec votre véhicule \(stationnement à proximité\)](#)

**Nom - Prénom \***

Votre nom complet

**Téléphone**

**Adresse Email \***

Votre adresse email

**Je souhaite réserver l'espace suivant :**

**Date souhaitée**

**Horaire souhaité**

**Nombre de personnes**

1. Quelles sont les intentions  
de recherche ?

"espace de coworking"

"coworking valence"

Observez les premiers résultats  
dans google

## 2. Quels mots clés ont généré du trafic vers ma page ?

Les intentions de recherche correspondent-elles à l'objectif de ma page ?

Requête	↓ Clics	Impressions	P
coworking valence	21	384	
espace coworking valence	5	215	
gare de valence tgv	1	268	
coworking	0	444	
co working	0	314	

Extrait search console

## 3. Quels mots clés potentiels

Pour obtenir des visiteurs à la recherche d'une offre de coworking?

Requête	Clics	↓ Impressions	Position
gare valence tgv	0	109	54,8
bureau partage la reunion	0	91	72,4
salle de réunion valence	0	90	32,4
bureaux a la journee valence	0	89	9,8
bureaux a partager valence	0	88	7,1
bureau a partager valence	0	87	17
réserver un espace de coworking	0	86	86,3
bureau partage ile de la reunion	0	85	62,1
salles formation valence	0	84	32,8
bureau coworking ile de la reunion	0	84	81

Extrait search console

# ON PAGE ELEMENTS

Cheminement  
Entre vos pages  
Arborescence  
Liens internes

Fraicheur  
Des pages vivantes

Unicité  
Contenu dupliqué

ON PAGE

CE QUE LE  
VISITEUR NE  
VOIT PAS

## Les balises

Titre de la page (60-70 car)

Description meta (150 car)

Outil [seomfo.com/snippet-optimizer](https://seomfo.com/snippet-optimizer)

Premier titre de contenu (h1)

Alt pour images

# OFF PAGE

## Etes vous



populaire ?



# Les liens entrants (netlinking)

**Volume**

Nombre  
de liens entrants

**Qualité**

Autorité  
des sites sources  
leur pertinence

**Emplacement**

Où sont  
les ancres de texte  
(sans sur-optimisation)



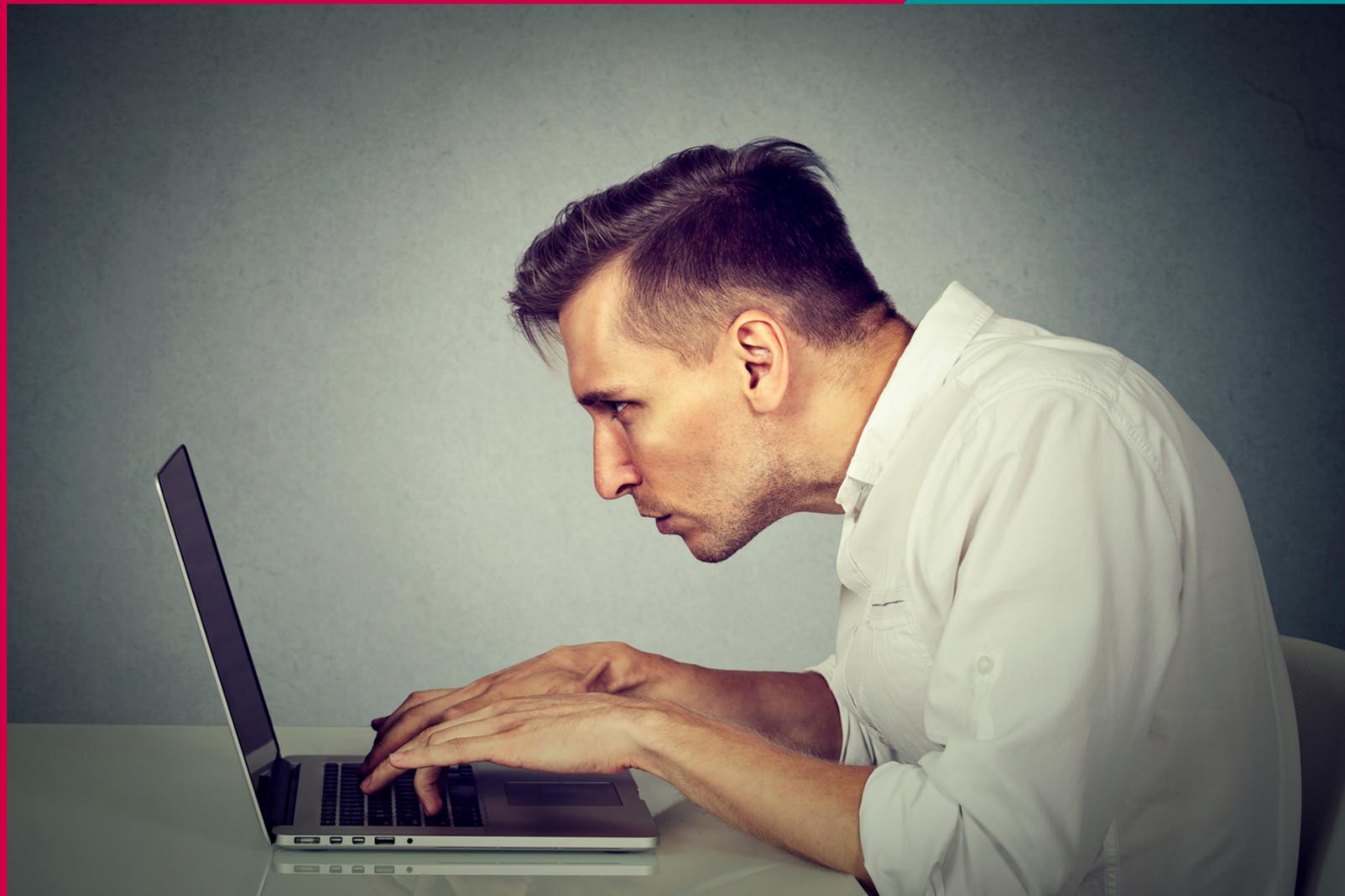
# LES LIENS ENTRANTS

## BACKLINKS

Un lien = "un vote"

Dofollow / Nofollow

# L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR ERGONOMIE



Temps de chargement

Fluidité

Mobile Friendly

# Pour aller plus loin



## GOOGLE ANALYTICS

[Replay](#)

[https://youtu.be/  
kvTaLvOHR-k](https://youtu.be/kvTaLvOHR-k)



## SEARCH CONSOLE

[Café outil](#)

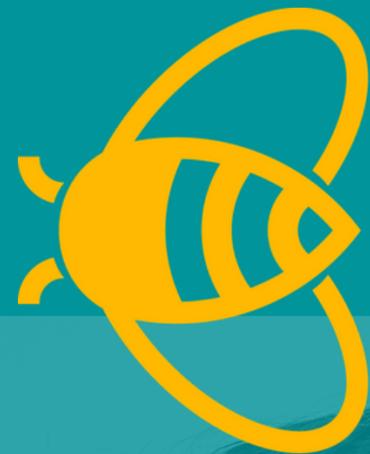
[https://lemoulindigital.fr/  
cafe-outil-16-analyser-recherche-site-search-  
console/](https://lemoulindigital.fr/cafe-outil-16-analyser-recherche-site-search-console/)



## SEOQUAKE

[Replay](#)

[https://youtu.be/  
ogXkOdxDgAU](https://youtu.be/ogXkOdxDgAU)



# beekast

[www.beekast.live/atouts2020](http://www.beekast.live/atouts2020)

N O U V E L O N G L E T



# MERCI

## POUR RESTER EN CONTACT

Mail

[jpfalavel@lemoulindigital.fr](mailto:jpfalavel@lemoulindigital.fr)  
[xmasclaux@lemoulindigital.fr](mailto:xmasclaux@lemoulindigital.fr)

Tél

0 4 . 7 5 . 8 3 . 5 0 . 5 8

Site web

[www.lemoulindigital.fr](http://www.lemoulindigital.fr)