
La découvrabilité appliquée

Producteurs de contenu

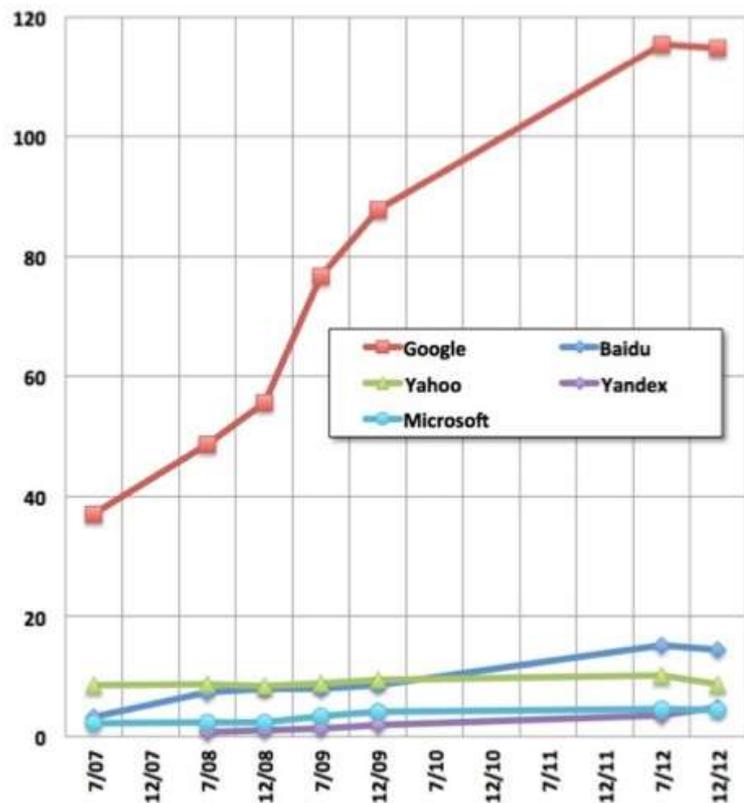
Comment être découverts sur Google

—

1998: je veux voir un film



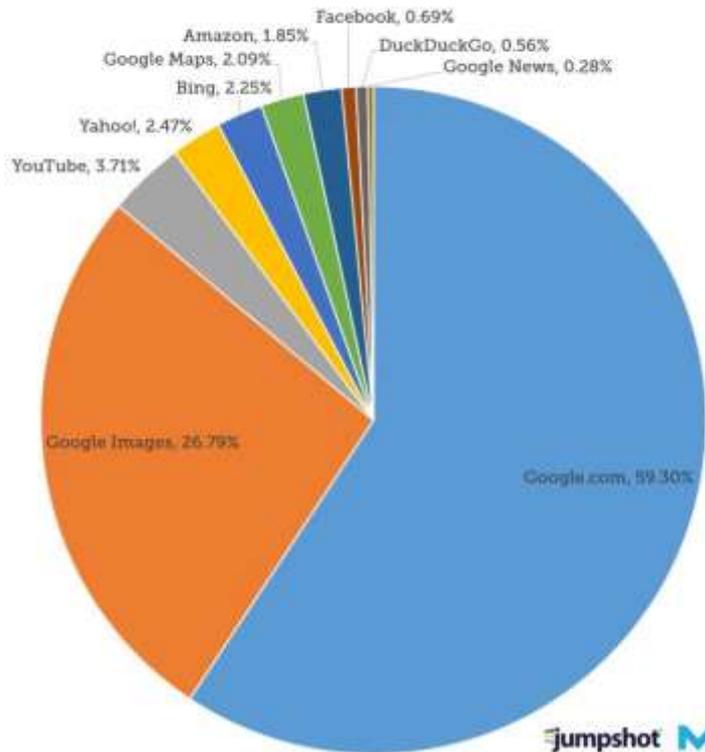
9B de recherches par jour



Google, Google Images, YouTube... et le reste

Distribution of US Searches Across 10 Web Properties

Source: Jumpshot's October 2016 clickstream panel (millions of active US searchers)



YouTube

The image shows a screenshot of the YouTube website's search interface. At the top left, there is a hamburger menu icon followed by the YouTube logo and the text 'YouTube CA'. To the right of the logo is a search bar containing the text 'au secours de bé'. Below the search bar is a dropdown menu displaying several search suggestions. The suggestions are as follows:

- au secours de **béatrice**
- au secours de **béatrice saison 2**
- au secours de **béatrice saison 3**
- au secours de **béatrice saison 4**
- au secours de **béatrice 22 novembre 2017**
- au secours de **béatrice saison 3 streaming**
- au secours de **béatrice épisode 1 complet**
- au secours de **béatrice épisode complet**
- au secours de **béatrice musique**
- au secours de **béatrice saison 3 épisode 1**

On the left side of the interface, there is a navigation menu with the following items:

- Home (with a house icon)
- Trending (with a flame icon)
- Subscriptions (with a play button icon)
- LIBRARY (in all caps)
- History (with a clock icon)
- Watch later (with a clock icon)
- Inbound Marketing (with a list icon)
- Tips and techniq... (with a list icon)

...mais aussi des niches

The image shows a screenshot of the IMDb website search interface. The search bar contains the text "au secours de b". A dropdown menu is open, displaying a list of search results:

- Au secours de Béatrice** (2014) - Sophie Lorain, Gabriel Arcand
- Les baisers de secours** (1989) - Brigitte Sy, Philippe Garrel
- Au secours, les enfants reviennent!** (2006) - Roland Giraud, Fanny Cottencçon
- Au secours Janine** (1998)
- Au secours... ils reviennent!** (2004) - Victoria Abril, Céline Balitran
- L'air et la mer au secours de la Terre** (2005)
- Les Pompiers du Service Départemental d'incendie et de Secours de la Moselle** - Actor, L'envol - Rückkehr (2012)

Below the dropdown, the main search results page is visible, showing "Results for 'au secours de b'" and a list of titles including "Au secours de Béatrice", "Le bon me", "Le plus be", "Post-agre", "Béatrice e", "Peurs (20", and "Cachotteries (2015) (TV Episode)".

On the right side of the page, there is a "Category Search" section with the text "Search for 'Au secours de Béatrice' within a specific category:" and a list of categories: "All", "Name (actor, writer, director, etc)", "Title (movie, TV, video game)", "Movie", "TV", "TV Episode", "Video Game", "Company", "Keyword", "Plot Summaries", "Biographies", and "Quotes". Below this is an "Additional Search Options" section with links for "Advanced Search", "Advanced Title Search", and "Advanced Name Search".

SEM vs SEO

The Google logo is centered on the page, featuring its characteristic multi-colored letters: 'G' in blue, 'o' in red, 'o' in yellow, 'g' in blue, 'l' in green, and 'e' in red.A search input field with a light gray border and a small microphone icon on the right side.

Recherche Google

J'ai de la chance

SEM vs SEO

The image shows a Google search for "life insurance". The search results are divided into two sections: "Paid" (SEM) and "Organic" (SEO). The "Paid" section is highlighted with a yellow border and contains several sponsored links from insurance providers like choosi.com.au, realinsurance.com.au, and lifebroken.com.au. The "Organic" section is highlighted with a red border and contains natural search results from various insurance companies and comparison sites like iSelect, NRMA, Allianz, Suncorp, Compare the Market, AAMI, Bupa, and Medibank.

Google life insurance

80 News Images Videos Maps More Search

Found 161,293,000 results (0.87 seconds)

Paid

Compare Life Insurance - choosi.com.au
www.choosi.com.au/life-insurance
Chance To Win Realworld Savings From Health Money. Get A Life Quote
Compare Income Protection Compare Health Insurance
Compare Funeral Insurance

Real Life Insurance - Limited Time To Win A Year's Worth Of Groceries
www.realinsurance.com.au/life
1 2 3 4 5 6 7 8 9 rating for realinsurance.com.au
Get A Life Quote Now
Apply Don't Wait! No Medical Or Blood Test
Real Life Insurance - Serious Street Cover - Income Protection - Funeral Insurance

Compare Life Insurance - Lifebroken.com.au
www.lifebroken.com.au/life-insurance
Get A Free Online Comparison For 8 of Australia's Leading Insurers
8 Leading Providers - Qualified Consultants - Leading Life Insurers - Free Policy Comparison
Bank, ANZ, AMP, ANZ Life, QBE, TAL, Zurich

Apply for Life Insurance - Get A Quick Quote in Minutes
www.insuranceone.com.au/Life
Cover up to \$1.5 million. Apply Now

Organic

iSelect - Life Insurance | Compare Life Insurance Quotes
www.iselect.com.au/life
Select your life insurance & income protection... We compare and sell products from a range of Australia's leading life insurers, with cover including Life Insurance, Income Protection, TPD and Trauma Insurance... Select to understand the level of cover you need for Life Insurance in Calculators, Life Insurance Products, Income Protection Insurance, FAQs

Life Insurance Quotes Australia | NRMA Life Insurance
www.nrma.com.au/life-insurance
With an NRMA Life Insurance Policy, the financial future of your loved ones is safe and secure. Visit NRMA online to get a Life Insurance quote.

Life Insurance - Life Insurance Quotes - Allianz Australia
https://www.allianz.com.au/life-insurance
Allianz Life Insurance's Awarded 5 Star CAMSTAR Rating For Outstanding Work. Cover Up To \$1.5 Million. Get Your Online Life Insurance Quote Today!
Life Cover - Life Insurance Calculator - Compare Life Insurance - Claims

Life Insurance - Suncorp Insurance
www.suncorp.com.au/insurance/life-insurance
Suncorp offers Life, Income, Funeral and Accidental Injury cover online. Complete a quick online quote in 30 seconds or call us for more info.

Compare Life Insurance | Compare the Market
https://www.comparethemarket.com.au/life-insurance
Protect your family's future by comparing life insurance quotes online at Compare the Market. Life Insurance Calculator - Income Protection Insurance - ANZ Australia - AAMI

Start a Quote & Buy Life Insurance Online Today - AAMI
https://www.aami.com.au/life-insurance.html
Looking for AFFORDABLE Life Insurance? AAMI's Life Insurance Options Help Ensure SECURITY for You & Your Family. Get a Quote and Buy Online Today!

Life Insurance comparison - Bupa
www.bupa.com.au/life-insurance/life-insurance-comparison
Life insurance cover comes in many different shapes and sizes... For simple life insurance products can help you to ease of low-cost. We support you when

Life Insurance, Income Protection & Funeral Cover | Medibank
www.medibank.com.au/life-insurance
Look after yourself & your loved ones with Medibank Income protection, life insurance or funeral cover. Learn more & chat to Medibank today.

SEM

SEO

SEM vs SEO

The image shows a Google search for "life insurance". The search results are divided into two sections: "Paid" (highlighted in orange) and "Organic" (highlighted in red). The "Paid" section contains three search results, and the "Organic" section contains eight search results.

Search Results:

- Paid (3 results):**
 - Compare Life Insurance - chooselife.com.au
 - Real Life Insurance - Limited Time To Win A Year's Worth Of Groceries
 - Compare Life Insurance - Lifebroken.com.au
- Organic (8 results):**
 - iSelect - Life Insurance | Compare Life Insurance Quotes
 - Life Insurance Quotes Australia | NRMA Life Insurance
 - Life Insurance - Life Insurance Quotes - Allianz Australia
 - Life Insurance - Suncorp Insurance
 - Compare Life Insurance | Compare the Market
 - Start a Quote & Buy Life Insurance Online Today - AAMI
 - Life Insurance comparison - Bupa
 - Life Insurance, Income Protection & Funeral Cover | Medibank

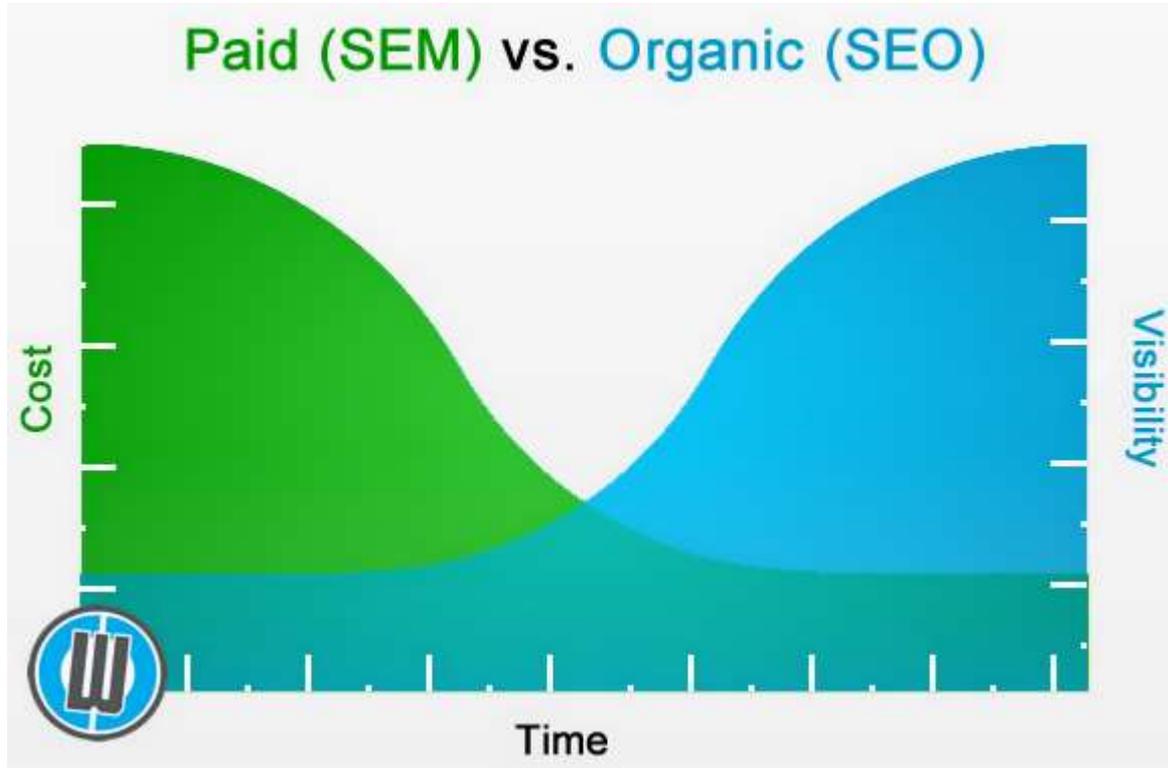
3%

62%

95%

ne dépassent pas la 1ère page des résultats de recherche

SEM vs SEO



3

Le SEO, une histoire d'algorithmes

Crawling - Indexation - Positionnement

Indexation

Les moteurs de recherche peuvent **facilement découvrir et accéder aux pages par une architecture aplatie** et un important maillage interne

Code optimisé (sitemap, urls simples, métadonnées, titre et sous-titres, données structurées, etc.)

Pertinence

Contenus qui inclus les **termes usuels de l'audience**, est uniques, simples à lire, **engageants** et **répond de façon complète** à leurs questionnements et préoccupations

Différents **formats et types de contenus**: d'actualités et fréquemment mis à jour et contenus intemporels

Popularité

Acquérir une variété de liens et mentions en provenance de pages et de **sites populaires** sur des thématiques liés

Le **texte de l'ancre d'un lien** et le texte autour d'un lien sont utilisés pour en comprendre le contexte

Corrélation possible entre les partages sociaux d'un lien et le référencement, mais pas de cause à effet

Popularité?

Donnée relative sur 100

- Comparer votre domaine et vos pages avec vos concurrents
- Représente la présence de la marque à travers le web
- Quantité et (surtout) qualité des liens

<https://moz.com/researchtools/ose/>

> Open Site Explorer

URL:

 Hide Metrics

Authority

DOMAIN AUTHORITY ⓘ

36 /100

PAGE AUTHORITY ⓘ

44 /100

5

Astuces à mettre en place

1. Avoir des contenu spécifiques et les aligner aux besoins des utilisateurs



relation mère fille

relation mère fille à l'adolescence

relation mère fille **fusionnelle**

relation mère fille **adulte**

relation mère fille **toxique**

relation mère fille **psychanalyse**

relation mère fille **difficile**

relation mère fille **compliquée**

relation mère fille **5 ans difficile**

relation mère fille **livre**

relation mère fille **grossesse**

Recherche Google

J'ai de la chance

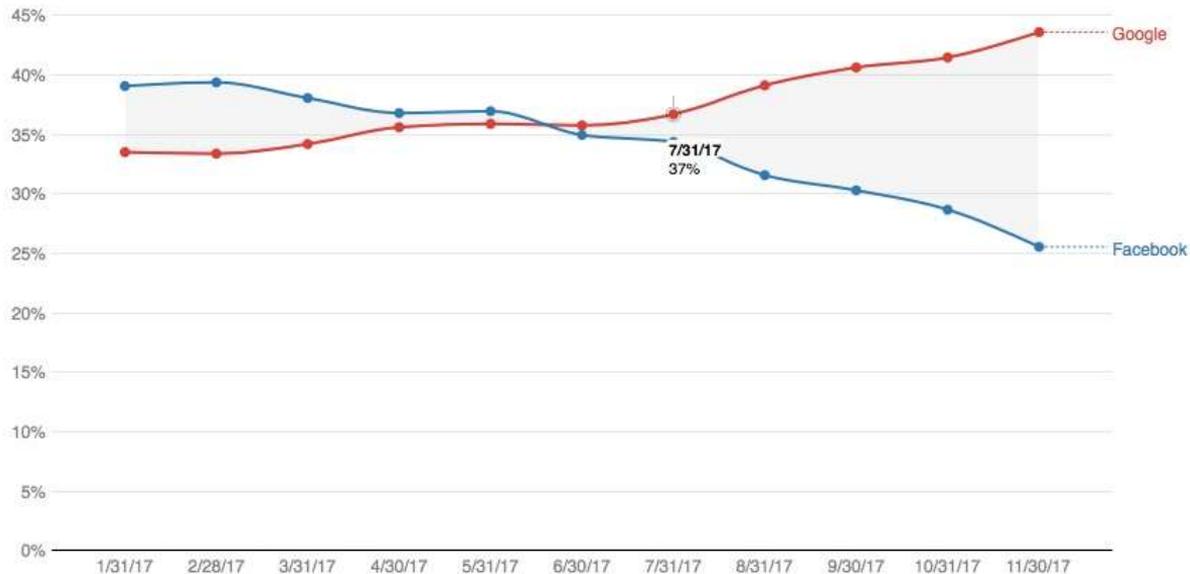
2. Concentrer ses efforts sur un nom de domaine et une plateforme numérique

- Diffuseur: concentrer sur un site principal et archiver les contenus
 - www.diffuseur.com/serie
 - www.diffuseur.com/theme/film
- Producteur: créer une communauté autour d'intérêts communs

3. Tirer profit des audiences externes tout en construisant sa plateforme principale

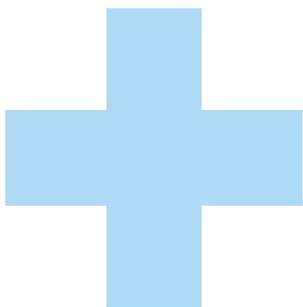
Publishers are receiving less of their page views from Facebook

Share of referral traffic

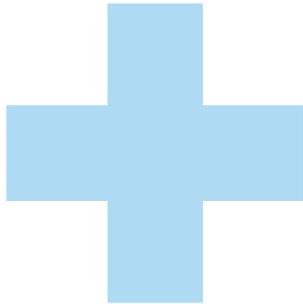


Source: Parse.ly | Data for month ending on each date • Created with Datawrapper

3. Tirer profit des audiences externes tout en construisant sa plateforme principale



3. Tirer profit des audiences externes tout en construisant sa plateforme principale



4. Utiliser les médias pour faire découvrir ses contenus et lier vers sa plateforme

- Visibilité, crédibilité et liens vers son site
- Pensons aux listes de top série québécoises

5. Métadonnées de 🍷

Auberge et Spa champêtre dans Lanaudière - Aux Quatre Matins

www.auxquatrematins.ca/

Une **auberge** champêtre et **spa** santé dans Lanaudière, situé sur la Rte. 138, St-Côme au Nord de Montréal. Venez voir nos forfaits.



title tag

Le Nordik - Spa en nature

www.lenordik.com/

Situé en pleine nature, aux abords du parc de la Gatineau, Le Nordik – **Spa** en nature est un centre de détente privilégiant les techniques de relaxation ...



meta description

Auberge spa massage | Oasis

www.oasisdelle.com/

Description de ma page, maximum 100 caractères.



—

Méthodologie, processus et outils SEO

Méthodologie SEO

Web Presence Optimization Cycle

Keyword + Competitive Research

Start here so you effectively optimize a site around accurate and worthwhile keyword phrases.

Technical SEO Fundamentals & Foundation

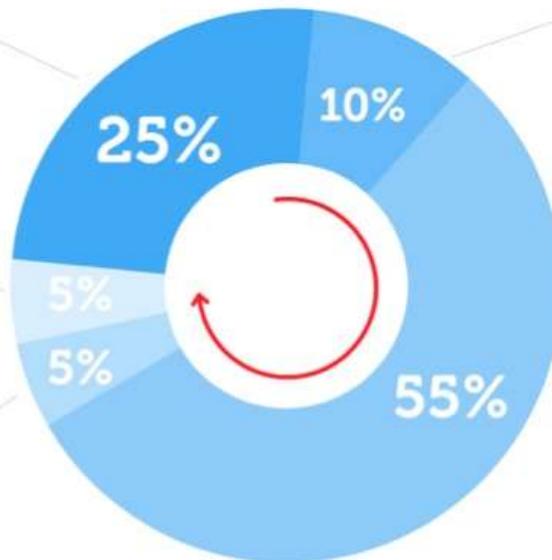
Take your keyword research and start your first round of basic optimization.

Measure + Improve

Make sure to review your analytics so you can start improving problem areas.

Publish Socialize Share

Focus on the correct audiences and share consistently.



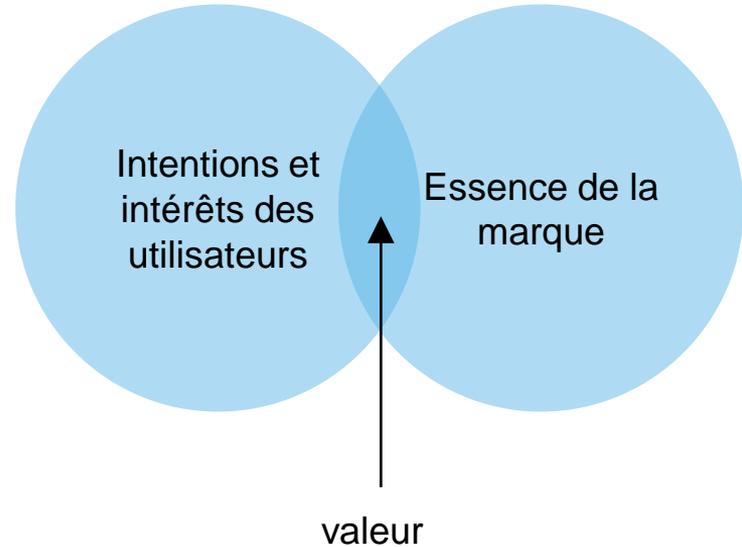
Optimized Content Marketing Plan

Updating content helps with the Panda and Freshness algorithm updates from Google. Blogs, Press Releases, Case Studies, News & Events, etc.

Méthodologie

Prioriser:

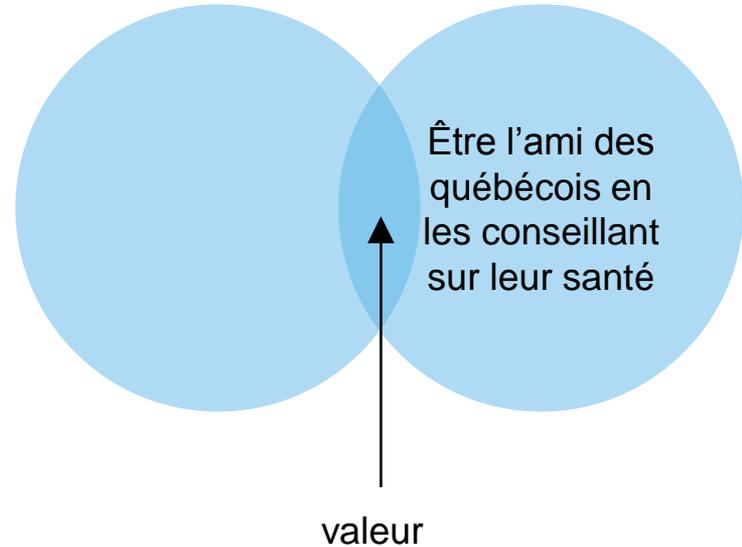
- Les intentions utilisateurs
- L'écoute sociale
- Marque: ton, message



Méthodologie

Prioriser:

- Les intentions utilisateurs
- L'écoute sociale
- Marque: ton, message



Environ 120 000 résultats (0,40 secondes)

Comment prévenir les gaz?

1. Évitez les boissons gazeuses.
2. Évitez de parler en mangeant.
3. Évitez de mâcher de la gomme.
4. Évitez les aliments riches en sucres complexes.
5. Évitez de boire en mangeant.
6. Évitez les substituts de sucre (sorbitol ou fructose) ou diminuez leur consommation.
7. Faites de l'exercice régulièrement.

Astuces pour diminuer les gaz et les flatulences | Jean Coutu

<https://www.jeancoutu.com/sante/conseils.../astuces-pour-diminuer-gaz-et-flatulences/>

À propos de ce résultat Commentaires

Autres questions posées

Quels sont les aliments qui donnent des gaz ?



Comment faire pour se débarrasser des gaz ?



Quels sont les aliments à éviter en cas de flatulence ?



Qu'est-ce que les flatulences ?



Commentaires

Astuces pour diminuer les gaz et les flatulences | Jean Coutu

<https://www.jeancoutu.com/sante/conseils.../astuces-pour-diminuer-gaz-et-flatulences/> *

Comment sont formés les gaz? Les gaz proviennent ... En éliminant ou en diminuant sa consommation de boissons gazeuses et de bière, il est possible de réduire la flatulence. Les aliments ... Si vous avez des questions sur le choix des médicaments pour soulager la flatulence, n'hésitez pas à consulter votre pharmacien.

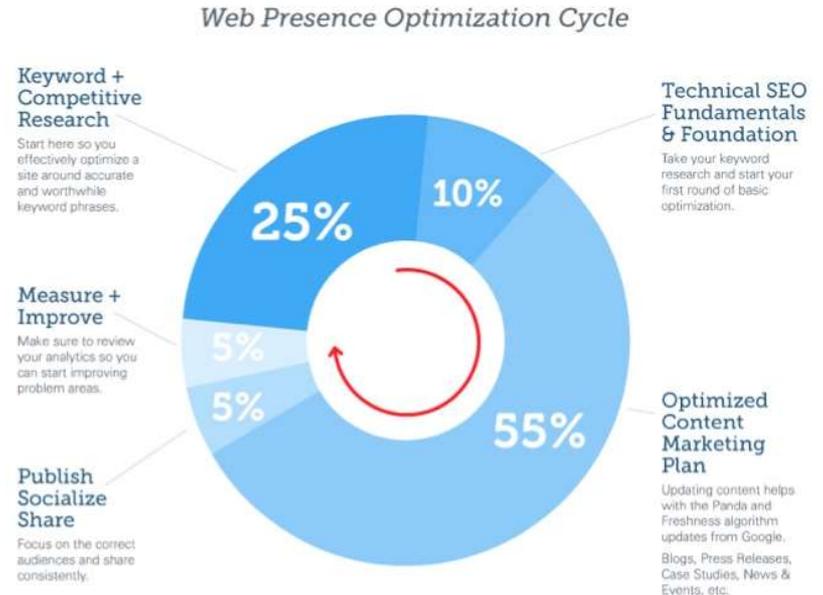
Outils

À valider chez vos partenaires/fournisseurs

- Simuler Google: Screaming Frog Spider, Xenu, Sitebulb, DeepCrawl
- Analyser les contenus : Copyscape, Siteliner, Content Analysis Tool (CAT)
- Écosystème: moz, ahrefs, majestic, SEMrush, Google Search Console
- Intentions utilisateurs: AnswerThePublic, Google Trends, vos campagnes SEM, BuzzSumo, Twitter Search, Quora, etc.
- Interactions: sondage, statistiques (Téléfilm et autres), Hotjar, Qualaroo.

Processus

- Recherche des intentions et de la compétition
- Assurer une fondation solide
- Créer et optimiser les contenus
- Distribuer ses contenus
- Mesurer
- Veille compétitive et intentions



Références

[Moz Beginner's Guide to SEO](#)

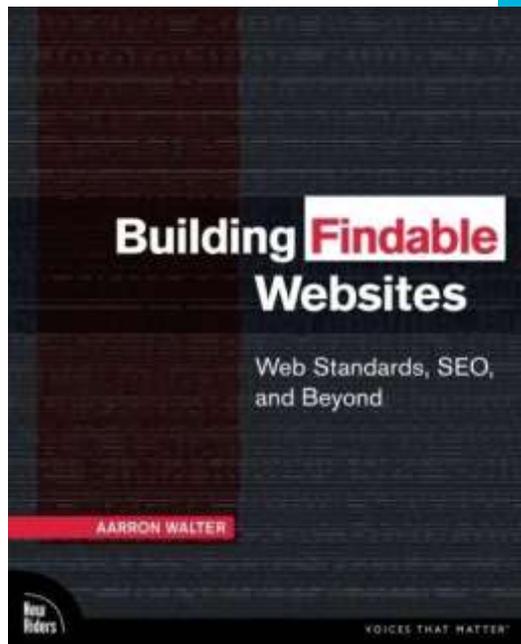
[Blogue d'Adviso](#)

[The Elements of Content Strategy](#), Erin Kissane

[Building Findable Websites](#),
Aarron Walter

A BOOK APART
brief books for people who make websites

NO
3



Erin Kissane

THE ELEMENTS OF
CONTENT STRATEGY

FOREWORD BY Kristina Halvorson

Samuel Lavoie

Stratège SEO

(514) 433-1550

samuellavoie.com

