

Paul Vengeons, Maître du SEO intervient

Cours : SEO

Vidéo : <https://youtu.be/Yzfrpxl8b0Q>

Paul Vengeons nous fait le plaisir d'intervenir dans cette formation !

Si tu fais partie du domaine du SEO, tu as sûrement déjà entendu parler de Paul !

Maître en ce du SEO qui fait bouger la sphère SEO e moment, il intervient dans la formation et te donne de précieux conseils sur l'analyse de mots-clés, la sémantique, le SEO on page, l'analyse de la concurrence, et des recommandations sur comment rédiger une page produit pour ranker top 1 !

Encore une fois, un grand merci à Paul !

Transcription de la vidéo

(transcription automatique YouTube)

pour cette partie de la formation j'ai eu le grand plaisir de pouvoir être accompagné avec Paul donc Paul vjon qui fait du SIO et vous connaissez sûrement pour ceux qui sont dans le domaine en ce moment il retourne un petit peu toute la sphère SEO donc je lui ai demandé s'il pouvait intervenir tout simplement sur le site que j'étais en train de créer pour nous donner un peu un étude de cas de ce qu'il en pensait du site au niveau des pages au niveau de ce

qu'il y aurait à améliorer pour avoir des requêtes et cetera donc n'hésitez pas à aller consulter son site internet il a fait un petit mouvement récemment où il est passé dans le top 3 sur le mot clé agence SEO là actuellement on le voit donc en premier il y a noise ensuite 2 3 4 5 6 donc là il est encore 6e donc c'est vraiment quelqu'un qui est costau dans son domaine et qui sait de quoi il parle en tout cas il prouve les choses donc n'hésitez

pas à aller check son contenu sur youtube il donne vraiment des pépites je lui ai même dit il devrait faire payer carrément les tips qu'il donne parce que franchement des fois il y a des Agen so qui vous font payer les astuces que lui va vous donner donc sincèrement allez vraiment voir son contenu il y a vraiment du lourd un grand merci à Paul et je vous souhaite un très trs bon visionnage vous allez apprendre pas mal de trucs vous allez voir que dans sa vidéo

il nous a fait une petite vidéo du coup en opti h page sur gumies pas cher où il nous récapte en fait la carte d'identité de la page avec les intentions de recherche le persona il nous met plein de recommandations et ça ça va vous servir énormément pour vos sites donc je vous souhaite une très bonne vidéo parce que vous allez apprendre pas mal de choses hello à tous pour cette partie de la formation du coup je vais vous montrer vraiment l'essentiel à retenir quand on

veut optimiser une page pour un mot-clé précis ou plusieurs mots-clés qu'on aura identifié ici ici sous les yeux du coup on a toujours le site gumiespachcher.fr on est sur la page du coup gumies cheveux et si on veut vérifier si on tape ici g000 cheveux vous allez voir c'est une requête qui est assez intéressante puisqu'on a il me semble 12000 de volume de recherche à peu près donc voilà 12100 volume de recherche un keyword difficulty de 31 %. donc on voit que c'est vraiment en plus

un mot clé business donc en fait la première chose à faire c'est vraiment d'entrer le mot clé en navigation privée et de le taper comme ça pour analyser un peu la serpe et ce qui rang dessus on va pas tout de suite regarder vraiment le contenu à proprement parler des concurrents c'est plutôt pour voir la typologie de page que Google fait actuellement remonter donc on va ouvrir par exemple les les trois premiers hop et on voit que

globalement bah a priori voilà c'est de la page

catégorie une page ici produit et ici on a ou une sorte de de page catégorie avec avec du du texte informationnel donc on sait que déjà nous la page qu'on a sur gomisper.fr elle matche avec ça puisque du coup on a pareil une sorte de page catégorie avec vraiment du texte informationnel autour donc ça c'est chouette pour optimiser la page en fait on va regarder deux choses il y a deux étapes fondamentale il y a déjà la carte d'identité de la page donc c'est déjà regarder

est-ce que le titre est optimisé queles sont les HN actuels de la page donc H1 H2 H3 et cetera et aussi pourquoi pas quelle est la méta description de la page donc ça on va le faire tout de suite on voit déjà que bah évidemment le titre de la page donc là j'utilise detail SEO pour ceux qui se demanderaient c'est une extension qui permet comme ça de voir rapidement des données sur une page des données SEO sur une page qu'on est en train de visiter donc

c'est assez pratique du coup on a ici gumise cheveux donc le motclé est déjà présent dans le titre donc ça c'est chouette on a le nom de marque que derrière si on voulait optimiser encore plus on pourrait peut-être ajouter un élément qui incite un peu au clic euh je sais pas acheter maintenant ou quelque chose comme ça puisque dans tous les cas on a que 34 caractères et le titre on peut monter globalement jusqu'à 55 60 caractères donc autant en profiter donc ça ce serait pourquoi

pas une première reco mais plus pour le le CTR que ça va provoquer l'amélioration du CTR que ça provoquerait dans les serpes euh donc voilà pour ça la métal moi elle me semble bien on a le motclé principal qui est répété ici en en début de MTA desdescription donc c'est bien ça évite ça diminue les chances que Google reformule en fait cette mé desdescription là et donc après ce que je regarde c'est globalement les headings donc comme je disais les les HN donc là c'est bien

on voit que du coup le le motclé principal évidemment est dans le H1 et après globalement bah c'est les c'est les bienfaits qu'on a retrouvé ici dans le déroulé si on voulait être un peu tatillon on pourrait dire que là du coup il y a un H3 qui est déployé seul alors que bon on est censé plutôt quand c'est un peu la logique de la comment dire de quand vous étiez en cours qu'on faisait tout ce qui est synthèse conclusion et cetera les dissertations c'est quand

on déploie une sous-partie on veut souvent qu'elle soit qu'il a de sous-parties quoi ce qui est assez logique mais c'est vraiment rien de Game changer donc là moi je dirais que la structure à chaîne elle est bien euh elle est assez logique on a en plus à chaque fois de de la sémantique donc on voit ici bah gumis cheveux gumille cheveux et cetera le but c'est pas de répéter gummy cheveux partout dans l'article mais au moins on voit que c'est présent et même ici sur les

H3 du coup bah évidemment on a la notion de de cheveux qui qui revient souvent on a des sémantiques autour donc ça pour moi on est plutôt bon et je mettrai je ferai pas de reco spécifique là-dessus par contre ce qui peut être intéressant d'analyser c'est vraiment de quoi est-ce qu'on parle combien on a de produit et cetera et donc de comparer tout ça un peu avec les les concurrents donc ça c'est ce qu'on va faire à la fin euh donc maintenant on va parler de

l'intention de recherche une fois qu'on a fait la carte d'identité de la page on a vu que globalement c'était ok que c'était bien optimisé d'un point de vue sémantique on peut regarder du coup les intentions de recherche donc moi je mets toujours ici Personna comme étape une dans le sens où ce qu'on va vouloir faire au départ c'est vraiment avant même de regarder les concurrents c'est se dire ok de quoi est-ce qu'on parle sur la page et qu'est-ce qui pourrait être ajouté pour que ce soit

encore plus pertinent donc nous globalement on a une description assez rapide donc la ligne naturelle pour la pousse des cheveux et cetera donc ça c'est plus une introduction un peu copyrighté euh ok une étude publiée nana à conclu ok très bien donc là on parle d'une étude j'ai envie de voir est-ce qu'elle est citée non donc déjà euh on va mettre reco euh citer l'étude en question plus en ajouter si possible en fait il faut bien se dire que dans ce genre de de thématique vraiment

santé un peu bah enfin oui les thématiques santé Google peut être assez strict et donc on a tout intérêt à vraiment documenter tout ce qu'on dit justifier tout ce qu'on dit et souvent ça prend la forme d'un paragraphe en fin de page référence avec en italique les études les paragraphes des études en question qui parle de de ce qu'on met en avant sur la page donc ça c'est vraiment quelque chose que je recommanderais pour cette page là c'est déjà de de mettre en avant l'étude qu'on

cite et pourquoi pas d'autres études si on en trouve d'autres c'est toujours intéressant pareil pour améliorer plutôt leat euh donc le l'autorité que Google peut percevoir par rapport au site et la thématique traitée sur le site site ce serait pas mal peut-être de mettre comme il y a un peu de texte rédigé par et plus un professionnel peut-être de la santé donc je vais mettre ça après c'est si si c'est possible de le faire évidemment c'est pas quelque chose qu'il faut forcément faker mais ajouter un

maximum d'éléments de réassurance et d'autorité donc ici je mets juste rédiger par et puis là on peut mettre métier santé tu vois typiquement euh quelque chose quel chose de de fiable donc ça c'est c'est un peu dans dans la même chose que les les références client enfin les références au niveau des études ça peut être super intéressant d'ajouter ça pareil si vous voyez d'autres éléments de réassurance qui peuvent être ajoutés comme ça sur une page qui parle de santé de ce genre de produit pour les

cheveux et cetera il faut vraiment vraiment pas hésiter donc là-dessus ok donc là on était sur le texte donc là globalement c'est une introduction un peu sur les bénéfices que ça peut apporter les bienfaits incroyables donc là on a une une liste des bienfaits avec des compléments alimentaires dédiés j'ai l'impression par bienfait peut-être donc le premier avantage c'est la richesse en vitamines et en minéraux ok donc on explique rapidement un remède contre la perte de cheveux ok des cheveux plus forts et plus épais une solution

pratique et gourmande un impact positif sur la peau et les ongles ok donc là globalement si on devait retenir les intentions de recherche qui sont traité les informations qu'on donne sur la page c'est évidemment bah du listing produit donc ça c'est plus de la fonctionnalité une introduction globale sur ce que ça peut apporter au client et donc un détail des bienfaits donc vitamines perte de cheveux euh cheveux plus forts plus épais une solution pratique et gourmande et un impact positif sur la peau et les ongles

ok moi ce que j'aime bien faire dans ce cas-là c'est ajouter d'autres informations traiter toutes les questions que pourraient se poser les internautes en fait qui recherchent chercher ce produit ou qui tomberait par hasard sur ce produit qui Ta donné des réponses vagues parce qu'on peut pas toujours tout dire et donc voici ce que moi j'ajouterais donc on va mettre intention à ajouter entre parenthèses persona parce que là c'est ce qu'on est en train de faire c'est l'étude du persona c'est se demander entre guillemets faire

preuve de bon sens et voir ce qu'on peut ajouter donc pourquoi pas une donn sur le prix moyen des gumis donc là on peut faire un prix moyen bah au kilo par boîte ou par mois ça peut être sympa de de donner comme ça en moyenne un client chez nous dépense X € dans ses gumis par mois ça permet au clients de se situer et c'est une une intention de recherche une information qui est très pertinente et très liée du coup à l'intention d'achat donc ça

c'est chouette pourquoi pas si c'est pas traité on peut mettre tant de livraison même si plutôt modalité de livraison même si c'est traité sur une autre page du site peut-être c'est toujours bien de le rappeler puisque c'est vraiment lié pareil à l'achat donc modalité de livraison donc le temps livraison on va mettre gratuite point d'interrogation quelles sont les conditions pour avoir une livraison gratuite et cetera donc voilà peut-être temps avant d'avoir voir les premiers effets c'est pareil si on peut pas répondre en fait il faut

au maximum essayer de donner des chiffres clairs des des chiffres moyens mais si on peut pas répondre on fait un H2 là-dessus typiquement et et on dit que bah vraiment il y a pas de réponse fiable en tout cas il y a pas de de réponse claire ça dépend vraiment et cetera mais si on peut donner donner un chiffre moyen c'est toujours c'est toujours bien ça traite l'information de la meilleure des manières en fait c'est la la réponse la plus concrète donc voilà pour ça donc

le le temps en gros ouais qu'est-ce qu'on voudrait savoir combien ça coûte combien de temps est-ce que il y a

des effets secondaires super intéressant est-ce qu'il y a des risques donc effet secondaires est-ce qu'il y a des précautions à prendre et de manière plus générale j'ajouterai peut-être un gros H2 guide de consommation en gros et dedans je mettrai dh3 sur bah je sais pas la la pose ologie combien est-ce qu'on en prend par jour le les moments les meilleurs moments de prise euh qu'est-ce qu'on

pourrait ajouter d'autres moment de prise euh ouais ben globalement c'est ça et puis bah tout toutes les autres informations qui pourraient être utiles dans le dans le cadre du coup d'un guide de consommation général sur le produit euh donc voilà donc comment le consommer combien ça coûte comment c'est livré en combien de temps on a les premiers effets est-ce qu'il y a des effets secondaires est-ce qu'il y a des précautions on va prendre bon les précautions du coup euh ça ça c'est plutôt ici hop précaution

globalement voilà c'est c'est plein de choses qu'on pourrait se demander je pense que là on a on a fait un bon petit tour donc la partie Personna c'est ça ensuite on a la Google Suggest qui donne toujours des des suers Insight en général alors ce qu'on va faire c'est qu'on va reprendre notre mot clé ici euh on peut mettre juste notre curseur là et donc là on va voir tout ce qui est tout ce qui est recherché donc vous voyez les dangers avis donc OK on

peut faire une partie avis ça me semble hyper pertinent donc avis client donc là soit on donne on peut en faire un H2 en fait ici tout ça c'est plutôt desh2 et ici dh3 on peut en faire une partie où en fait soit on prend les avis clients du site où on fait une partie H2 les avis de nos clients sur ce produit là ou soit si on n pas encore d'avis ou quoi on peut très bien se baser sur ce qu'on trouve sur internet et donner

une tendance générale en général les gens pensent que et cetera voici les bénéfices qui sont liés à l'utilisation de ce produit selon tel blog tel blog on n'est pas obligé de faire des liens des backlinks vers les blogs qu'on cite mais par contre faut les citer si possible citer ses sources encore une fois quoi donc une partie sur les avis euh donc h donc après c'est les noms des produits d'accord ok euh ici dans ce cas-là ce que vous pouvez faire c'est ajouter un Astérix

pour débloquent d'autres Google Suggest donc action avis bon après c'est des noms de marque on va pas on va pas faire hop ici on peut se replacer au début avant le mot clé et ajouter une Astérix ici et pareil comme ça on va avoir on va voir d'autres mots clés donc là meilleur Gumy cheveux c'est pareil c'est quelque chose qu'on pourrait traiter avant après bon d'accord ok donc meilleur ça ça peut être quelque chose qu'on fait donc on peut mettre par exemple donc liste des meilleures

gumies où en fait on peut prendre bah ceux qui sont listés là évidemment voir en ajouter d'autres si possible mais sinon on peut reprendre ceux-là et peut-être en faire donc un classement donc en gros une liste à plus numéroté ça peut être ça peut être utile on peut faire ce classement de manière totalement subjective et dire voilà nous nos préférés chez en l'équipe gumies pas cher préfère ces ces gumies là c'est produit là et donc et donc faire un listing dans tous les cas ça nous

permet de traiter l'intention de recherche et sinon vous pouvez le faire de manière plus objective selon un critère que vous sélectionnez ben je sais pas le rapport qualité prix les avis clients sur les sites des vendeurs et cetera c'est tout à fait possible donc voilà ensuite qu'est-ce qu'on aurait avant après ça me semble un peu compliqué je pense qu'on a fait le tour des Google Suggest après on regarde du coup les PA donc en fait ici quand je mets Google Suggest c'est pas uniquement Google Suggest

c'est plus on va dire les indices de la SERP au sens large donc en gros on a Google Suggest on a les PA donc les autres questions posées et en bas les recherches associées mais qui sont souvent similaires au Google suggère donc ici on va juste regarder les PA est-ce que les gummies pour les cheveux sont efficaces euh quels sont les gummies les plus efficaces donc ça c'est un peu le meilleur qu'on a euh l'intention meilleure gummy cheveux quel est le produit le plus efficace OK

quand prendre les gummies donc ça on l'a traité dans notre guide consommation pourquoi consommer les gummies et cetera ok bon je pense que globalement on est assez bien il y a juste une question sur l'efficacité qui pourrait être peut-être traité d'emblé donc là ici on vend un peu le produit évidemment donc on dit que

globalement c'est efficace mais pourquoi pas faire un H2 dédié tout en haut de la page où on traite de l'efficacité du produit en fait efficacité du produit et donc souvent ce que

je fais parce que j'ai des clients un peu dans des thématiques similaires c'est que je mets bah est-ce que ce produit enfin ce produit est-il réellement efficace et dire oui ou non justifier ça dépend et cetera donc voilà pour ça euh ensuite du coup on va regarder maintenant le contenu des concurrents bon Amazon on sait que globalement c'est du listing mais il y a quand même une chose qui est intéressante c'est que on voit qu'ils ont bah énormément de référen produits comme c'est Amazon alors que

nous on en a pas tant que ça euh ici euh ici on en a on en a je crois six au total c'est ça donc ça c'est pareil sur certaines serpes ça peut faire la différence ici on voit quand même que du coup le deuxième c'est juste une page produit avec un seul produit donc on se doute que c'est pas un critère pour ranker le nombre de produits euh par contre bah évidemment ça peut ça peut être le cas donc euh donc ici c'est pas le

cas à priori donc Amazon ils ont juste un listing produits à avec les avis moyens par produit il faut aussi regarder les les fonctionnalités évidemment le prix des produits et puis globalement c'est tout ce qu'on retient ici et puis des filtres évidemment e-commerce sur la gauche nous qu'est-ce qu'on a on a le prix on n pas les avis donc on peut peut-être faire une recommandation ici d'ajouter si possible les avis de manière dynamique donc ajouter avis par produit point d'interrogation parce qu'évidemment ça dépend de de

ce que vous pouvez faire sur le sur le site euh ici du coup euh j'ai pas accès au au CMS du site avec mon extension mais euh ouais c'est c'est un WordPress donc avoir en fonction des plugins et cetera mais ça peut être un élément déjà même de réassurance qui qui favorise le clic sur les les offres Amazon d'affiliation euh donc je noterai ça Amazon on va dire que c'est traité ici on a une page produit bah pareil classique on retrouve quand même les avis

donc je pense que ça peut être utile de les ajouter encore une fois on a un listing des des des avantages des bienfaits du produit mais nous on l' bien détaillé déjà cette partie euh les alternatives ok ok ok peut-être que la composition ce serait un un bon élément de détailler ça peut-être euh quoi que au final comme on est sur un site d'affiliation il faut que le tout soit dynamique donc ce sera peut-être pas pas très pratique donc voilà pour ça ah et puis là

on a quand même de du texte un peu SEO quelle est la composition ok est-ce que c'est fabriqué en France est-il sans sucre ok donc c'est vraiment c'est même pas du texteo c'est vraiment que sur le produit donc où est-ce qu'on peut acheter ça ça peut être aussi une intention de recherche ça me fait penser [Musique] j'ajouterai donc après le guide consommation peut-être où acheter les meilleurs gumies pour cheveux évidemment mettre en avant le le site gumisper.fr mais parler de solution général aussi comme je sais

pas les pharmacies est-ce qu'on peut en acheter en pharmacie magasin physique et cetera pareil toujours dans dans l'optique d'accompagner au maximum l'internaut dans sa dans son intention dans ses attentes plutôt transactionnelles lui donner d'autres solutions pourquoi pas pour être toujours plus pertinent autour de l'achat donc ça c'est bon la liste d'ingrédients les précautions les valeur nutritionnelle ok après évidemment c'est un produit spécifique donc ils peuvent est OK et là on dirait que du coup on a un concurrent direct qui a l'air de faire je pense

de l'affiliation puisqu'ils vont plusieurs marques donc c'est possible donc vraiment on a le genre de contenu que nous on a en fait et donc là il nous décrit en fait un par un les produits donc OK alors du coup je pense que ça pourrait être utile tout à l'heure je disais ça je pense que pour terminer pour s'inspirer de ce concurrent là qui rend quand même bien ce qu'on peut faire c'est si possible on va dire donc ajouter une description par produit présenté si tentez que

ça reste les mêmes dans le temps on aura pas à faire ce travail là plusieurs fois et donc sur bah pourquoi pas information enfin surtout tout en fait euh la composition le mode de fabrication euh les infos nutritionnelles si on peut donner un un tableau nutritionnel c'est parfait pour vraiment détailler tous les produits je pense que là on est pas mal par rapport au concurrents donc on a vu rapidement la carte d'identité de la page avec title à

chaîne mé description et cetera on a vu

que tout était bon de ce côté-là on a identifié des intentions recherche lié aux attentes du persona qui serait bon d'ajouter euh par rapport aux indices de la SERP c'est pareil on a ajouté quelques intention de recherche et par rapport au concurrents on a réajouté des intentions de recherche et donc à partir de ce moment-là et cont tenu de ce qu'on avait déjà si on fait tout ça on sait qu'on va avoir une super page très détaillée avec tout ce qu'il faut surtout avec les petites

références et cetera le at qu'on va développer et qu'on aura vraiment toutes les chances de notre côté de bien ranker sur la requête voilà et ben écoutez j'espère que ça aura été très clair dans tous les cas évidemment il y a d'autres aspects à optimiser j'imagine que vous allez entendre parler prochainement ou même que vous avez déjà entendu parler peut-être du net linking qui a un autre facteur évidemment à optimiser surtout sur du e-commerce ou des des intentions de recherche comme ça e-commerce transactionnel et voilà

ben je vous dis à très vite