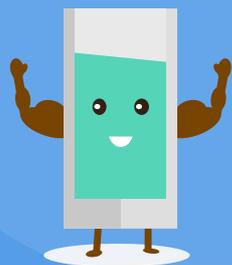


# Comment performer sur les 3 piliers du SEO en 2023 ?

Webinar Ask Me Anything  
SEMJI - SEMJuice - WebRankInfo



## "QUE PENSEZ-VOUS DE L'UTILISATION DE L'IA DANS LE SEO ? IL Y A-T-IL DES RISQUES DANS L'UTILISATION DE CHAT GPT POUR LE CONTENU ?"

L'IA est loin de faire du médiocre mais ne publiez pas tels quels les textes qu'elle génère. L'IA ne peut remplacer la qualité et l'expertise qu'apportent de vrais rédacteurs. En revanche l'IA reste utile pour gagner du temps et vous assister (idées de sujets, mots-clés, mises en forme...). Quoiqu'il en soit n'oubliez pas : il faut répondre avant tout à l'intention de recherche des internautes et proposer des contenus de qualité pertinents et viables sur le long terme pour être dans le Top 3 de Google et y rester dans le futur ! [EN SAVOIR +](#)

## "UN CLIENT SOUHAITE CRÉER UN BLOG POUR SON SITE : EST-IL MIEUX QU'IL CRÉE UN BLOG SUR UN AUTRE NOM DE DOMAINE OU PEUT-IL LE FAIRE SUR SON SITE PRINCIPAL ?"

Il sera plus efficace de créer le blog sur le Nom De Domaine (NDD) principal pour que vos contenus puissent bénéficier de l'autorité et des backlinks existants sur votre site. De même, en créant des contenus pertinents sur le blog rattaché au NDD référent, vous pourrez travailler les champs sémantiques et requêtes informationnelles manquants sur les pages transactionnelles, capter davantage de trafic, fournir des éléments d'infos sur vos produits et soutenir votre boutique e-commerce.

## "RÉALISER UN COCON SÉMANTIQUE POUR POUSSER UNE DE MES PAGES EST-IL AUSSI PUISSANT QUE D'ACHETER DES LIENS ?"

Les deux sont complémentaires et ne se remplacent pas, à moins d'avoir un NDD à forte autorité mais là encore ne pas négliger votre maillage interne. Le cocon est basé sur le linking interne, il a besoin de linking externe pour être alimenté en jus. Le fait de faire du lien vers les pages piliers du cocon permettent de pousser les pages cibles, donc de diluer les liens sur plus de pages. Notre conseil : commencez par produire du contenu pour développer votre stratégie de cocon sémantique, et analysez la quantité de liens des concurrents pour estimer la bonne stratégie de Netlinking à déployer sur le cocon, la page cible et le domaine. [EN SAVOIR +](#)

## "LE FAIT DE POSTER SOUVENT SUR GOOGLE CONTRIBUE-T-IL AU SEO DE SON SITE WEB?"

Oui, c'est un bon signal, il faut alimenter son site minimum 1 fois par semaine avec des contenus pertinents pour augmenter votre budget de crawl (Google viendra plus souvent sur votre site et restera plus longtemps) et obtenir une meilleure indexation. En publiant régulièrement vous allez pouvoir chercher des mots clés différents de ceux exploités par votre site et ainsi capter une nouvelle audience, augmenter votre visibilité et votre CA ! [EN SAVOIR +](#)

## "EST-CE QUE LES CONTENUS MASQUÉS (DANS LES ACCORDÉONS, ONGLETS...) ONT RÉELLEMENT UN IMPACT NÉGATIF SUR LE POSITIONNEMENT D'UNE PAGE SURTOUT DEPUIS L'INDEXATION MOBILE FIRST ?"

Pas d'impact négatif. Il faut évidemment que ces contenus répondent aux besoins des internautes et que le contenu soit présent dans la page HTML et juste masqué en CSS. Ces formats permettent de nourrir sémantiquement une page en contenu sans l'alourdir visuellement (accordéons dans la page d'accueil, FAQ dans les pages catégories...) et sont parfaitement adaptés aux sites mobiles privilégiés par le robot de Google. Pensez à vérifier que Google accèdent bien à ces contenus en faisant un test sur la Search Console.

## "L'AMPLIFICATION DE LIENS (LIENS VERS LE LIEN), BONNE OU MAUVAISE PRATIQUE ?"

Cette pratique présente 2 intérêts :

1. Il va venir rentabiliser des liens achetés sur des sites à forte autorité comme les sites médias. En effet, les sites puissants publiant de nombreux contenus, votre propre article va prendre de la profondeur et perdre du jus. Pour compenser cette perte, on vient refaire de plus petits liens vers cet article pour renvoyer du jus externe à travers la forte autorité du média.
2. Cela vous évite d'envoyer trop de liens externes directement vers votre site et de déplaire à Google si ce dernier n'en présente pas la légitimité. [EN SAVOIR +](#)



## "COMMENT INFLUENCER GOOGLE POUR QU'IL UTILISE MES META DESCRIPTIONS ?"

On ne peut pas s'assurer que Google le fasse, mais généralement il faut consacrer une grosse partie à bien décrire le contenu de la page (avec de nombreux mots-clés) et le reste à des arguments marketing pour inciter au clic (Exemple : livraison gratuite).



## "LES BACKLINKS, MYTHE OU RÉALITÉ ?"

Depuis des années Google essaye de dissuader de faire du lien alors que cela reste au cœur de leur algorithme. Certes Google a évolué dans sa façon de juger un site avec sa capacité de faire matcher la pertinence d'un contenu par rapport à une requête. Mais il ne peut évaluer la pertinence d'un site sans tenir compte de ses liens. Ce n'est pas possible ! On a besoin de liens pour faire ranker son site.

Après tout dépend des liens... Si on parle de backlinks de qualité positionnés sur des sites pertinents, qui se montrent utiles pour les internautes (donc cliqués) et construits au travers de stratégies mesurées dans le temps, alors les backlinks restent dans le Top2 des leviers SEO avec la rédaction.



## "UNE BONNE STRATÉGIE DE CONTENU PEUT-ELLE SUFFIRE SI JE N'AI PAS LE BUDGET POUR REFAIRE TECHNIQUEMENT MON SITE ET ACHETER DES LIENS ?"

Idéalement il faut investir sur les 3 piliers du SEO (Technique - Contenus - Netlinking) pour ranker. Certes le contenu est très important mais il ne peut se suffire à lui seul si le site présente de grosses défaillances techniques à corriger (noindex sur l'ensemble de vos pages, problèmes canoniques...) ou s'il souffre d'un manque de popularité nécessitant une stratégie de netlinking pour mieux se positionner ! En revanche si votre site ne présente pas de problèmes techniques majeurs, qu'il bénéficie d'un très bon rang de domaine et ne constate pas de concurrence déjà active en Netlinking, dans ce cas une stratégie de contenus pourrait suffire...



## "POUR LA RECHERCHE PAR IMAGE (LENS), COMMENT BIEN OPTIMISER LES IMAGES ?"

- 1 : En optimisant le contexte sémantique dans lequel est placée l'image : attribut ALT, légende, image insérée au cœur du contenu éditorial, de grande taille (plusieurs fournies pour responsive design).
- 2 : En utilisant des données structurées si c'est possible, pour que Google soit en capacité de bien comprendre le sujet traité par votre page. Un produit ? Une marque ?



## "QUELLES STRATÉGIES EST À DÉPLOYER POUR ATTEINDRE LA PAGE 1 POUR LE MOT CLÉ "TRIBOFINITION" ET Y RESTER ?"

- 1 : Analysez les contenus qui se positionnent en 1ère page de Google avec le mot "Tribofinition" et produisez des contenus similaires (ex: contenu informatif).
- 2 : Regardez si la popularité de votre site web est en capacité de se positionner sur le sujet. Si le rang de domaine du TOP 3 est inférieur à 40, je peux y voir une opportunité même si mon site a une faible autorité.
- 3 : Contrôlez le volume de backlinks redigeant vers les contenus concurrents pour déterminer la puissance de jus à apporter à votre propre contenu à positionner.
- 4 : Démontrez à Google votre expertise sur le sujet en créant des contenus connexes à la Tribofinition et créez un cocon sémantique autour de ce sujet.



## "QUELLES SONT SELON VOUS LES DONNÉES STRUCTURÉES LES PLUS INTÉRESSANTES À UTILISER EN 2023 POUR BOOSTER SA VISIBILITÉ SUR LA SERP ?"

1. Celles de base pour décrire l'auteur ou l'organisation.
2. Celles qui permettent d'avoir un affichage spécial dans les SERP (avis, dispo ou prix produits, recettes, événements...)
3. Et pour se donner des chances d'avoir un coup d'avance sur la concurrence : des données structurées qui décrivent avec beaucoup de détails de quoi traite la page. Elles participent à se faire une place dans le knowledge panel, surtout sur des produits très populaires, et elles aident peut-être aussi Google à mieux indexer votre page (seulement si le contenu est pauvre ou mal conçu), ou à sortir sur des systèmes sans mot-clés (Lens, Discover) mais à confirmer.

## "COMBIEN DE BACKLINKS PAR MOIS FAUT-IL IDÉALEMENT ?"

Tout va dépendre de votre profil de liens, de vos objectifs, de la concurrence, des mots-clés... mais aussi du nombre de pages à pousser ! Toutefois, pour le lancement d'un site, un starter pack de 150 / 300€ avec 1 à 3 liens/mois est une bonne option.

Tips pour vous aiguiller dans votre choix de volumétrie : regardez le volume d'acquisition de liens (domaines référents) et le trafic de vos concurrents. Mais le Netlinking est un levier qui demande d'être stratégique et donc de varier la typologie de liens, leur niveau de jus SEO et leurs fréquences de publication.



## "AVEZ-VOUS DES RETOURS D'IMPACT DE LA DERNIÈRE MISE À JOUR GOOGLE HELPFUL CONTENT SUR LES SITES FRANÇAIS ?"

Pas de baisse de trafic constatée sur les sites qualitatifs surtout si les contenus sont pertinents pour les internautes. En revanche les Black Hat, les sites full IA avec de la génération de contenus automatisés, commencent à tomber car ils polluent les SERP Google.





## "URL CANONIQUE : LAQUELLE CHOISIR ? LEUR UTILISATION DÉINDEXE-T-ELLE LES PAGES ET FAIT PERDRE DU TRAFIC ?"

L'URL canonique correspond à l'URL officielle sous laquelle on souhaite faire indexer la page. C'est une bonne pratique que de l'insérer, même sur l'URL canonique elle-même. Si pour plusieurs URL on indique la même canonique, alors il est probable que Google n'en indexe qu'une (la canonique), donc les autres ne feront pas de trafic. Il existe des erreurs classiques à ce niveau, par exemple la pagination (il ne faut pas indiquer l'URL de la page 1 comme canonique sur les pages 2 et suivantes).

En revanche la question se pose pour certains sites e-commerce qui peuvent se retrouver avec beaucoup de combinaisons possibles avec leurs moteurs à facette. Stratégiquement certaines combinaisons populaires méritent d'être indexées et donc de générer des URL.



## "J'AI SOIGNÉ L'ÉCRITURE DE MES ARTICLES EN SUIVANT L'ENSEMBLE DES RÈGLES SEO (LONGUEUR DU CONTENU, MOTS CLÉS, MÉTA DESCRIPTION, IMAGES, TITRES, ETC...) MAIS J'AI DU MAL À FAIRE MONTER MES ARTICLES EN PREMIÈRE PAGE SUR LES RÉSULTATS DE RECHERCHES. QUEL EST LE MOYEN LE PLUS EFFICACE POUR LES FAIRE REMONTER EN PREMIÈRE PAGE ?"

En premier lieu, toujours comparer votre contenu avec le TOP 3 des concurrents. Votre contenu est-il le plus pertinent pour les internautes ? Est-ce qu'il répond lui aussi à l'intention de recherche détectée par Google ?

Si c'est le cas, et si tout est ok techniquement, alors il vous reste à travailler l'optimisation sémantique de votre contenu. Assurez-vous que votre maillage interne soit bien construit, que vos contenus soient proches

de votre page d'accueil pour être bien crawlés et indexés par Google !

Et enfin actionnez le levier netlinking pour pousser votre contenu avec du lien externe.



## "A QUEL POINT LE FAIT D'AVOIR UN SITEMAP REMPLI D'URLS REDIRIGÉES EN 301 EST NÉGATIF POUR LE SEO SELON-VOUS ?"

Ce n'est pas négatif, ça peut juste faire perdre son temps à Google.

En revanche si le site est très gros (100k URL), c'est une mauvaise idée car ça consomme du budget de crawl inutilement.

Ce type de sitemap peut néanmoins servir de façon occasionnelle, après un gros changement d'URL par exemple.



## "MON CLIENT DISPOSE D'UN SITE E-COMMERCE QUI VEND PLUSIEURS FOURNITURES DE BUREAU. NOUS NE TRAVAILLONS QU'UNE CATÉGORIE POUR LE SEO, LES AUTRES N'ONT PAS D'ENJEU SEO. EST-CE UN FREIN D'AVOIR LES 3/4 DES CATÉGORIES NON OPTIMISÉES (PAUVRES EN CONTENU), ET DONC UNE GROSSE PARTIE DU SITE NON OPTIMISÉ ? GOOGLE PREND-IL EN COMPTE LA QUALITÉ GLOBALE D'UN SITE DANS CE CAS ? VAUT-IL MIEUX SÉPARER ET CRÉER UN AUTRE SITE POUR LES CATÉGORIES N'AYANT PAS D'ENJEU, AFIN DE MIEUX RANKER LES CATÉGORIES QUE NOUS OPTIMISONS ?"

Ne créez surtout pas un autre site, c'est contre productif et coûteux. Vos autres catégories vont naturellement bénéficier de la popularité de la catégorie phare de votre site (cross-sell entre catégories).

Veillez toutefois à ce que ces catégories non travaillées ne soient pas trop nombreuses, vides de produits ou de contenus car n'oublions pas que Google juge la qualité d'un site dans sa globalité. N'allez pas afficher 2000 catégories ou 500 produits si vous n'avez pas les moyens humains de les optimiser. Erreur stratégique !

En revanche, il est judicieux de se focaliser en premier sur votre catégorie la plus stratégique plutôt que de s'éparpiller. Vous parviendrez plus facilement à aller chercher le TOP 3 en concentrant vos efforts (cocon sémantique, Netlinking, technique...) sur 1 élément de votre site e-commerce ! Ensuite, après quelques mois et des résultats probants vous pourrez passer à une autre catégorie de votre site.



## "QUELLES SONT LES MEILLEURES ALTERNATIVES À ANALYTICS SELON VOUS ?"

Aujourd'hui vous avez 3 gros choix :

- GA4
- Piano Analytics
- Matomo, solution recommandée par la CNIL



## "Y A-T-IL UN INTÉRÊT D'AVOIR PLUSIEURS PAGES DE CONTENUS POUR UN MÊME SERVICE OU VAUT-IL MIEUX TOUT CONDENSER DANS UNE SEULE ?"

Il faut avoir une seule page et la plus complète possible. Google n'aime pas faire des choix et cela devient vite compliqué pour lui s'il est confronté à plusieurs textes similaires... Bannissez les pages aux contenus trop proches et fusionnez-les en une seule.

Notre mot d'ordre :

1 intention de recherche = 1 page = 1 contenu  
Attention une intention de recherche ne se résume pas à 1 seul mot clé !



## "COMMENT SE POSITIONNER SUR DES MOTS-CLÉS AVEC DES FAUTES D'ORTHOGRAPHE ? EST-CE PERTINENT D'UTILISER LES ALT TEXT POUR CELA ?"

Si Google a compris la requête de l'internaute, cela ne va pas impacter votre site de ne pas vous être positionné sur le mot clé mal orthographié. A une époque on travaillait les mots avec ou sans accent, au singulier et au pluriel, maintenant Google se concentre sur l'intention de recherche et ne prête plus attention à ces erreurs qui sont de toute façon corrigées automatiquement par Google. Il peut arriver que Google comprenne le mot mal orthographié comme un mot différent, vous pouvez le vérifier en les saisissant dans les SERP, mais quand bien même ce soit le cas, il n'y a pas vraiment de manque à gagner stratégique.



## "LA MISE À JOUR D'UN CONTENU EXISTANT A-T'IL UN EFFET BÉNÉFIQUE EN SEO ? SI OUI QUEL NOMBRE DE MOT(S) DOIT-ON MAJ POUR AVOIR UN EFFET BÉNÉFIQUE ?"

La mise à jour d'un contenu est très importante. Cela permet de les améliorer, de maintenir ses positions, de rester concurrentiel. Ne pas hésiter à investir 50% de votre budget pour de la création de nouveaux contenus et 50% pour de la mise à jour/optimisation de contenus stratégiques existants. En fonction des requêtes visées, prévoyez ce travail tous les 6 mois/1an. Gardez toujours en tête qu'une page en 8ème position sur Google qui passe dans le TOP 3, c'est multiplier par 15 son trafic ! Pour déterminer la longueur à viser, analysez la SERP et la longueur de contenus des concurrents.



## "QUELLES MÉTHODES POUR AVOIR DES BACKLINKS GRATUITEMENT ?"

C'est ce qu'on appelle le Linkbaiting, une stratégie visant à appâter des liens. Pour se faire il faut soigner ses contenus et proposer des contenus de qualité. Exemple : les études marketings en B2B sont très appréciées et volontiers partagées.

Mais cette pratique est de moins en moins évidente face à la densité de contenus proposés aujourd'hui sur Google. Il faut donc s'appuyer aussi et surtout sur une stratégie promotionnelle de votre contenu via les réseaux sociaux et l'e-mailing ciblé pour inciter aux liens. Prévoyez d'investir 20% de ses efforts sur la création de ses contenus et 80% sur la promotion de ces derniers pour séduire vos canaux d'influence.

Les échanges de liens sont également une solution gratuite mais évitez les échanges en direct du site A vers le site B et vice versa. Privilégiez les échanges par triangulation. [EN SAVOIR +](#)



## "COMMENT FAIRE POUR ÉVITER LA CANNIBALISATION ENTRE DES PAGES ?"

La cannibalisation c'est lorsque vous avez plusieurs pages de votre site qui ressortent sur les mêmes TOP mots clés. Pour rappel, Google n'aime pas choisir ! Pour la repérer vous pouvez utiliser la Search Console. Une fois identifiée, plusieurs solutions s'imposeront à vous : soit vous les fusionnez, soit vous en supprimez pour n'en garder qu'une. Et pour éviter la cannibalisation ayez toujours en tête : 1 page = 1 intention de recherche = 1 mot clé. Donc ne produisez pas 10 articles de blog ou 10 pages e-commerce qui visent le même mot clé !



## "COMMENT EFFECTUER UN CHANGEMENT D'ANNÉE SUR UNE URL D'UN ARTICLE TOUT EN CONSERVANT SON SEO ? EXEMPLE : 2022/2023"

De manière générale ne mettez pas de dates dans vos URL. Si vous avez mis 2022 dans votre URL, laissez comme tel. L'impact SEO est inexistant. C'est la mise à jour du contenu qui est majeure. Si c'est absolument nécessaire alors mettez à jour tous les liens internes et vérifiez que la redirection 301 de l'ancienne URL vers la nouvelle se fasse correctement.



## "L'OPTIMISATION D'UN ARTICLE ÉTANT TRÈS CHRONOPHAGE (TITRES H1, H2, RÉFÉRENCIEMENT DES IMAGES, MÉTADONNÉES, CHAMPS SEO...) SUR QUELS POINTS CLÉS CONSEILLEZ-VOUS DE NOUS CONCENTRER UN MAXIMUM POUR UN BON RÉFÉRENCIEMENT (AU-DELÀ DE LA QUALITÉ DU CONTENU) ?"

Dans un premier temps, ne vous éparpillez pas et optimisez seulement quelques contenus stratégiques. Les critères à travailler : bien répondre à l'intention de recherche, rédiger un contenu plus profond que les concurrents, maillage interne bien ficelé.



## "VOUS SOUHAITEZ VISIONNER LE REPLAY DU WEBINAR ?"

[C'est ici !](#)



## AVEZ-VOUS DES QUESTIONS CONCERNANT VOTRE STRATÉGIE DE NETLINKING OU DE CONTENUS ?

N'hésitez pas à nous faire parvenir vos questions [sur notre formulaire](#) ! Nous serons heureux de pouvoir y répondre et de vous aider !



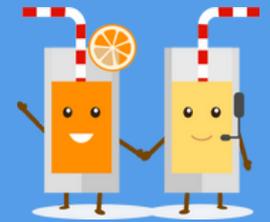


# SEMJuice

Rédaction et netlinking clé en main

## Référencement clé en main

La tranquillité d'être bien accompagné !



## VOUS AIDER À MIEUX RANKER !

Spécialistes du référencement naturel sur internet et de l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) depuis 2017, SEMJuice vous aide à tirer parti de ce formidable canal d'acquisition !

Créez des cocons sémantiques pour répondre aux intentions de recherche de vos prospects. Améliorez la visibilité de vos mots clés sur Google face à vos concurrents.

Produisez et optimisez vos contenus pour faire la différence et mieux vous positionner.



stratégies de liens naturels (netlinking)



contenu web optimisé (rédaction SEO)

## VOUS ACCOMPAGNER

Le SEO est complexe et chronophage. Pour pouvoir se concentrer sur votre cœur de métier, nous vous proposons un accompagnement clé en main 100% personnalisé, gratuit, et sans engagement. Nos experts SEO s'occupent de tout : audit gratuit, stratégie sur-mesure, création des campagnes, rédaction optimisée...



+de visibilité



+de trafic



+de CA



## VOUS SATISFAIRE

Une équipe de rédacteurs qualifiés qui rédigent, relisent, contrôlent et optimisent tous vos contenus web, même sur de gros volumes !

Des sites éditeurs triés sur le volet et classés par puissance de Jus SEO pour des liens de qualité premium.



SEMJuice

**CONTACTEZ-NOUS !**

[www.SEMJuice.com](http://www.SEMJuice.com)

[+33 4 48 06 05 72](tel:+33448060572)

[campagnes@semjuice.fr](mailto:campagnes@semjuice.fr)



[/company/semjuice](https://www.linkedin.com/company/semjuice)



[facebook.com/semjuice/](https://facebook.com/semjuice/)



[@SEM\\_JUICE](https://twitter.com/SEM_JUICE)



[semjuice.com/blog/](http://semjuice.com/blog/)

95 millions de mots rédigés

12 000+ sites partenaires retenus

120 000 liens posés

50 thématiques

Réactivité

