

Rédaction SEO: le guide ultime

La rédaction SEO est à la fois un élément clé et un grand défi dans toute stratégie de référencement. À mesure que [les moteurs de recherche explorent les pages Web](#), le contenu de votre site Web doit être adapté aux algorithmes - en constante évolution - des moteurs de recherche. En plus de cela, vous devez écrire clairement afin que votre public apprécie et comprenne votre site Web. Après tout, nous savons que la [lisibilité est importante](#).

Ce guide complet de rédaction SEO vous guide à travers le [processus de recherche de mots clés](#) ainsi que les 3 étapes du processus d'écriture. Cela vous aidera également à rédiger les articles lisibles et [conviviaux dont](#) votre site Web a besoin! Enfin, nous vous donnerons un aperçu de la rédaction de contenu pour des sites internationaux et des défis qui en découlent.

Ce guide de rédaction SEO couvre:

- [Rédaction SEO et SEO holistique](#)
- [Avant d'écrire: commencez toujours par rechercher des mots clés](#)
- [Trois phases de rédaction d'un article](#)
- [Phase 1 du processus d'écriture: préparation de votre texte](#)
- [Phase 2 du processus d'écriture: Rédaction de votre texte](#)
- [Phase 3 du processus de rédaction SEO: éditer votre texte](#)
- [Rédaction SEO pour sites internationaux](#)
- [Conclusion: la rédaction SEO est un processus](#)

Rédaction SEO et SEO holistique

Chez Yoast, nous pratiquons ce que nous appelons le « [référencement holistique](#) ». Cela signifie que notre objectif principal devrait être de créer et de maintenir LE MEILLEUR site Web possible. [Le classement](#) dans Google viendra automatiquement si votre site Web est de très haute qualité. La raison à cela: Google veut servir ses clients ce qu'ils veulent. Leur mission est: *d'indexer toutes les informations du monde et de les rendre universellement accessibles*. En plus de cela, Google, bien sûr, veut gagner de l'argent, mais il devra montrer aux gens les résultats qu'ils recherchent - sinon, les gens cesseront d'utiliser Google. Nous pouvons donc convenir que Google veut montrer aux gens les meilleurs résultats. Si votre site Web est le meilleur de votre [marché de niche](#), Google souhaite le classer en haut des résultats.

SEO holistique

Le référencement holistique est une stratégie de marketing interdisciplinaire visant à créer *le meilleur* site Web dans un marché de niche spécifique. Pour ce faire, la conception technique de votre site Web doit être excellente, l'UX de votre site Web impeccable et tous les aspects de sécurité

couverts. Le plus important, cependant, est que le contenu de votre site Web doit être bien rédigé et ciblé sur le public cible de votre site Web. Cette approche nécessite des compétences de rédaction SEO plutôt avancées.

Voulez-vous tout savoir sur la rédaction SEO? Dans notre [formation en rédaction SEO](#), qui fait partie de notre [abonnement à la formation Yoast SEO Academy](#), nous vous apprendrons à rédiger une copie qui se classe!

Écrivez la meilleure copie!

Pour vous assurer que votre site Web est le meilleur de votre secteur, le texte de vos sites Web doit être agréable et [facile à lire](#). Sans faire aucune concession sur la qualité de votre contenu, vous devez peaufiner et affiner votre texte en fonction des demandes spécifiques des moteurs de recherche. Le processus de rédaction SEO ressemble beaucoup au processus d'écriture de toute autre chose, c'est donc un travail acharné et inévitablement certains d'entre nous ont plus de talent en écriture que d'autres. Malheureusement, nous ne pouvons pas tous être [Ernest Hemingway](#), mais avec un peu de formation, tout le monde devrait être capable de [rédiger une meilleure](#) copie SEO.

En savoir plus: [5 conseils pour rédiger des articles de blog lisibles!](#) »

Avant d'écrire: commencez toujours par rechercher des mots clés

La toute première étape de la rédaction SEO n'a pas grand-chose à voir avec l'écriture. Tout d'abord, vous devez décider de ce sur quoi vous allez écrire. Pour quels sujets souhaitez-vous être trouvé? Vous devrez utiliser les [mots - clés](#) pour [lesquels](#) vous souhaitez classer dans votre copie, la première étape de la rédaction SEO est donc la [recherche de mots - clés](#). La recherche de mots-clés est ce que vous faites pour répertorier les [mots - clés et les phrases clés pour](#) lesquels vous souhaitez classer.

Une recherche de mots clés appropriée comprend ces trois étapes:

1. Formulez un énoncé de mission

Avant de commencer la recherche de mots clés, vous devriez penser à votre énoncé de mission. C'est ce qui vous distingue de la foule. Lors de la formulation de votre énoncé de mission, vous devriez considérer des questions telles que: qui êtes-vous et de quoi parle votre blog? Qu'est-ce qui le rend unique? Prenez votre temps pour formuler et noter votre énoncé de mission. Pour plus d'informations sur la création d'énoncés de mission, lisez notre article sur [la mission de votre site Web](#).

2. Faites une liste de mots clés pertinents

Une fois que vous avez formulé un énoncé de mission clair, vous pouvez commencer à dresser une liste de tous les [termes de recherche](#) (mots clés) pour lesquels vous souhaitez que votre site Web soit trouvé. Une fois que votre mission est claire, vous devriez avoir peu de mal à trouver des termes de recherche qui s'appliquent à votre [marché de niche](#) et à vos arguments de vente uniques. Ce seront les mots-clés pour lesquels vous souhaitez être trouvé.

Afin de trouver de bons termes, vous devez vraiment entrer dans la tête de votre public. Comment sont-ils les plus susceptibles de vous trouver? Que rechercheraient-ils sur Google? À la fin de votre recherche de mots clés, vous devriez avoir une liste de tous les termes de recherche pertinents que les gens pourraient utiliser. Pensez également aux combinaisons et aux variations de ces termes. Il existe quelques outils qui peuvent faciliter la recherche de mots clés. Lisez notre article sur [les outils de recherche de mots-clés](#) et l'article sur la [façon de choisir votre mot-clé de mise au point parfait](#) pour plus de conseils pratiques.

Créer un aperçu

Finalement, vous devriez avoir un aperçu utile, qui sera d'une grande aide dans votre processus de rédaction SEO. Il est utile de créer un tableau de vos mots clés pour résumer les informations. Essayez également de proposer des combinaisons de mots-clés, puis classez les mots-clés par ordre de priorité. Lesquels de ces mots-clés sont particulièrement importants à classer et les plus proches de votre énoncé de mission, et lesquels le sont moins? Lorsque vous choisissez les mots clés à traiter en premier, vous devez également tenir compte de la probabilité que vos pages se classent pour ce mot-clé spécifique. Dans de nombreux cas, se concentrer sur des mots clés moins populaires et moins compétitifs peut être une bonne stratégie au début. Lisez nos articles sur les [raisons pour lesquelles vous devriez vous concentrer sur les mots-clés à longue traîne](#) si vous souhaitez en savoir plus sur l'importance des mots-clés moins compétitifs.

3. Regardez l'intention de recherche

Les stratégies de référencement devraient, de nos jours, s'articuler en grande partie autour de la réponse aux questions des gens. Chaque fois que quelqu'un entre une requête de recherche dans un moteur de recherche, il est à la recherche de quelque chose. Il existe 4 types d'intentions que les chercheurs peuvent avoir:

- **Intention informative:** pour trouver des informations sur un sujet spécifique.
- **Intention de navigation:** pour accéder à un site Web spécifique en saisissant le terme dans un moteur de recherche.
- **Intention commerciale:** acheter quelque chose bientôt et faire des recherches avant de faire un achat.

- **Intention transactionnelle:** pour acheter quelque chose après avoir effectué leurs recherches d'intention commerciale.

Dans votre recherche de mots clés, vous devez découvrir les types d'intention qui s'appliquent à vos mots clés et essayer de faire correspondre ces intentions de recherche. Vous pouvez utiliser les résultats de la recherche pour découvrir quelle intention s'applique à vos mots clés et créer un [excellent contenu qui correspond à cette intention](#) . L'intention que vous ciblez devrait également affecter votre style d'écriture, nous y reviendrons plus tard dans ce guide.

4. Créez des pages de destination pour les chercheurs

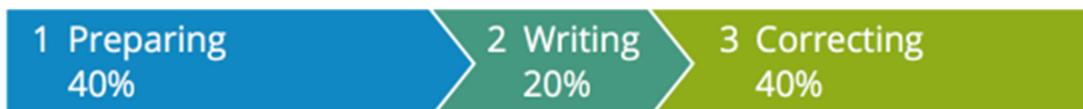
La dernière étape de la recherche de mots-clés consiste à créer des articles ou des pages impressionnants pour les mots-clés pour lesquels vous souhaitez être trouvé. Le contenu doit être adapté pour attirer les visiteurs qui ont trouvé votre blog via un mot-clé spécifique. Cela peut être une page dédiée ou un article de blog optimisé pour un mot-clé spécifique. Assurez-vous que vos visiteurs peuvent naviguer dans votre blog à partir de là, via le menu ou des liens internes. Et assurez-vous d'avoir une page pour chaque mot clé pertinent que vous proposez.

Si vous avez trouvé un bon format pour ce type de messages ou de pages, vous pouvez utiliser [Yoast Duplicate Post](#) pour utiliser ce format pour des pages similaires. Avec lui, vous pouvez cloner un article et le remplir facilement avec le contenu de votre page.

Votre recherche de mots clés vous donnera une bonne idée de ce sur quoi bloguer. Ensuite, vous devrez déverrouiller le contenu autour d'un mot spécifique. Un mot n'est cependant pas un sujet. À côté d'un mot-clé (ou d'une phrase-clé), vous aurez besoin d'un angle, d'une histoire spécifique autour de ce mot-clé. Lisez nos conseils [pour trouver des idées pour votre blog](#) si vous souhaitez en savoir plus.

Trois phases de rédaction d'un article

Une fois que vous avez décidé d'un sujet ou d'une histoire que vous souhaitez écrire, la rédaction du SEO commence! Le processus de rédaction SEO comprend trois étapes: la préparation, la rédaction et la correction (ou édition).



Phase 1 du processus d'écriture: préparation de votre texte

La première phase du processus de rédaction SEO consiste à planifier votre pièce. Avant de mettre le stylo sur du papier (ou des doigts sur le clavier), prenez le temps de réfléchir à ce que vous allez

écrire. Vous aurez maintenant un sujet en tête, mais avant de [commencer à écrire](#), vous devez également avoir des réponses claires aux questions suivantes:

1. Quel est le but de votre article? Pourquoi écrivez-vous? Que veux-tu accomplir?
2. Quel sera le message principal de votre message? Quelle est la question clé à laquelle vous souhaitez répondre?
3. [Quel est votre public](#) ? Que cherchent-ils?
4. De quelles informations avez-vous besoin pour rédiger votre article?
5. Dans quel ordre présenterez-vous vos informations? Quelle sera la structure de votre article?

Dans notre article sur la [préparation d'un article de blog](#), vous pouvez tout savoir sur la manière de trouver des réponses appropriées et claires à ces questions.

Le but de votre texte et l'intention de recherche

La première question de la liste est: [quel est le but de votre article](#). Il est important d'y penser à l'avance car cela affecte la façon dont vous devez écrire votre article. Voulez-vous informer les utilisateurs? Les amuser? Ou les persuader de faire quelque chose sur votre site? L'étape de préparation est également le moment où vous devez tenir compte de l'intention de votre visiteur. Si votre recherche de mots-clés a clairement démontré que l'intention derrière une certaine requête est informative et que vous souhaitez écrire une page convaincante et axée sur les ventes pour ce mot-clé, ce n'est pas une bonne correspondance. Bien sûr, si vous avez réfléchi à votre stratégie de mots clés, ce ne sera pas un problème.

Dans tous les cas, vous devez réfléchir à l'intention de votre utilisateur avant de commencer à écrire, simplement parce qu'un texte informatif est écrit différemment d'un texte persuasif. Le langage que vous utiliserez lors de la rédaction d'un texte informatif doit être clair et ciblé, tandis que le langage persuasif sera généralement très positif, avec plus d'attention sur le lecteur. Et les textes amusants ont tendance à utiliser un langage plus informel, des jeux de mots ou des exagérations.

Continuez à lire: [Pourquoi le but de votre texte est important pour le référencement](#) »

Structure du texte

Un élément important de la planification de votre article est la mise en place de sa structure. La [structure du texte](#) sur votre site est vitale pour la rédaction SEO. Si votre contenu a une structure claire, vous avez de meilleures chances de bien vous classer dans Google.

Il vaut vraiment la peine de réfléchir à la structure de votre pièce avant de commencer. Parce que la structure est le squelette de votre texte: elle aidera le lecteur à saisir les principaux points de l'article.

Les publications et les pages avec une structure claire entraîneront également des conversions plus élevées sur votre site Web. Vous avez de meilleures chances que vos visiteurs achètent vos produits ou reviennent sur votre site Web s'ils comprennent correctement votre message. Pour des conseils pratiques sur la façon de mettre en place la structure d'un texte, vous devriez lire la [création d'une structure claire de publication de blog](#).

Phase 2 du processus d'écriture: Rédaction de votre texte

Vous pouvez maintenant démarrer le processus d'écriture SEO! Cela ne prend qu'environ 20% du temps total que vous passez sur votre article.

Ecrivez!

Le conseil le plus important pour cette phase de rédaction SEO est simplement d'écrire. Les gens ont souvent du mal à trouver la première phrase (ou le premier paragraphe d'ailleurs). Mais, à ce stade, vous pouvez ignorer complètement l'écriture de ce premier paragraphe. Mettez simplement quelques mots sur le contenu que votre premier paragraphe devrait contenir et commencez à écrire le deuxième paragraphe. Les débuts et les fins sont plus faciles à écrire une fois que vous avez étoffé le corps principal de votre message.

Si une phrase n'est pas grammaticalement correcte ou semble maladroite, continuez et ne vous inquiétez pas pour le moment. Vous pouvez réécrire ces choses dans la phase suivante, qui est l'édition. Dans la phase d'écriture, il est important de rester dans le flux d'écriture.

Tenez-vous en à la structure de votre texte

Lors de l'écriture, utilisez la structure que vous avez créée lors de la phase de préparation comme plan et rédigez les paragraphes selon ce plan. Assurez-vous d'écrire des paragraphes clairs. Commencez chaque paragraphe par la phrase la plus importante, puis expliquez ou développez-la. Vos lecteurs pourront saisir le contenu le plus important de votre article, en lisant simplement les premières phrases de vos paragraphes.

Assurez-vous que votre texte est lisible

La lecture à partir d'un écran est difficile, donc si vous voulez que vos lecteurs lisent l'intégralité de votre article de blog, vous devez le rendre facile à lire. Les articles qui sont agréables et faciles à lire entraîneront plus de visiteurs et un taux de conversion plus élevé. Plus important encore, assurez-vous que votre texte est adapté au public pour lequel vous écrivez.

Pour lire plus de conseils sur la rédaction de textes lisibles, lisez notre article avec des conseils sur la [façon de rendre les articles de blog plus lisibles](#) et notre article avec des conseils sur la [façon d'améliorer la typographie de votre blog](#). Ces conseils vous aideront vraiment à affiner votre processus de rédaction SEO.

Quelques façons d'améliorer votre style d'écriture

Certaines personnes sont des écrivains naturels et n'ont pas besoin de conseils pour leur rédaction SEO - elles sont capables d'écrire un article attrayant, amusant et lisible en quelques minutes. D'autres n'ont pas cette compétence. Mais, alors que l'écriture attrayante est une question de talent, la pratique aide sûrement! Examinons quelques conseils pour améliorer votre style d'écriture, ainsi que deux styles d'écriture à expérimenter.

Astuce: lisez beaucoup!

Si vous souhaitez développer un style d'écriture attrayant, il est vraiment utile de lire beaucoup. La lecture (romans, blogs, magazines, peu importe) vous inspirera à écrire vos propres articles géniaux. Il vous apprendra comment d'autres personnes forment leurs phrases et construisent leurs paragraphes. Il vous apprend à utiliser l'humour et à jouer avec la langue. De plus, cela vous permet de développer une intuition sur ce qui rend un article bien lisible. Si vous voulez plus de conseils sur la façon de développer votre style d'écriture, lisez notre article de blog sur la [façon d'obtenir un style d'écriture attrayant](#).

Le style de la pyramide inversée

Style d'écriture bien connu dans le journalisme, la pyramide inversée signifie essentiellement que vous mettez en avant vos informations les plus importantes. Vous n'enterrez pas votre point clé à la moitié du troisième paragraphe, mais racontez l'histoire complète dans le premier paragraphe. Bien sûr, vous pouvez élaborer dans les paragraphes suivants. Mais vous faites passer votre message principal tout de suite. Ce style d'écriture tient assez bien pour certains types d'articles. Cela est particulièrement utile maintenant que le contenu Web est de plus en plus utilisé pour répondre à tous les types de questions qu'un chercheur pourrait avoir.

Lire la suite: [Rédaction de contenu avec le style de la pyramide inversée »](#)

La narration

Tout le monde aime une bonne histoire, et la plupart des gens peuvent probablement aussi raconter une bonne histoire, en particulier par expérience personnelle. Bonne nouvelle: vous pouvez utiliser la puissance des stories dans votre copie SEO! Que ce soit dans les articles de blog ou sur les pages de produits, inclure une histoire (pertinente) contribuera grandement à attirer l'attention de votre

lecteur. Les histoires peuvent apporter plus de clarté et pourraient même aider vos lecteurs à se souvenir plus facilement de vous.

Continuez à lire: [Qu'est-ce que la narration et pourquoi devriez-vous l'utiliser? »](#)

Faites une pause de temps en temps

La rédaction SEO peut être un processus assez intense. Si vous écrivez pendant de longues périodes, vous constaterez que la concentration devient plus difficile. La durée exacte, cependant, sera différente pour chaque individu. Si vous constatez que votre esprit a commencé à vagabonder, ce sera le moment de faire une pause.

Personnellement, je ne peux pas écrire plus de 20 minutes à la fois. Mais pour être honnête, ma durée d'attention est assez courte. À ce moment-là, je me lève pour me promener, regarder ma chronologie Facebook ou faire une tasse de thé. Même une pause d'une minute peut suffire pour revenir à votre écriture avec un niveau frais et renouvelé de concentration et de créativité.

Phase 3 du processus de rédaction SEO: éditer votre texte

Une fois que vous avez fini d'écrire votre article, vous aurez le premier brouillon de votre article. Ce premier projet est ce que vous améliorerez dans la phase finale de rédaction. La dernière étape prendra encore beaucoup de temps.

La phase d'édition est la phase du processus de rédaction SEO dans laquelle vous devez «tuer vos chéris». N'ayez pas peur de jeter des choses. Vous devriez lire et relire et relire votre message et corriger les phrases gênantes, les phrases peu claires et les structures de paragraphes confuses. Voici cinq étapes à suivre afin de bien modifier votre article.

Étape 1: Lisez lentement (et à voix haute)

Vous pouvez commencer cette phase en lisant votre morceau lentement (et même à voix haute, cela peut vraiment aider). Chaque phrase doit être grammaticalement correcte et l'orthographe doit être irréprochable. Vous devez être *très* critique de votre propre travail.

Étape 2: Concentrez-vous sur les phrases

Commencez par vous assurer que chaque phrase est correcte. Concentrez-vous sur l'orthographe des mots et reformulez les formulations maladroitement. Assurez-vous que les phrases sont grammaticalement correctes et vérifiez leur [lisibilité](#) : assurez-vous que vos phrases ne sont pas trop longues.

Étape 3: Concentrez-vous sur les paragraphes

Si toutes les phrases d'un paragraphe sont approuvées, examinez [la structure d'un paragraphe](#) en vous concentrant sur cette première phrase. Cette première phrase de base capture-t-elle vraiment ce que vous vouliez dire dans ce paragraphe spécifique? Les phrases d'un paragraphe sont-elles présentées dans un ordre logique? Utilisez-vous [des mots de transition](#) pour clarifier le lien entre les phrases?

Étape 4: Vérifiez la structure du texte

Vérifiez si la [structure entre les paragraphes](#) est claire. Les sujets de votre article sont-ils présentés dans un ordre logique ou devez-vous apporter des modifications?

Vous devriez également vérifier vos [titres et sous-titres](#) . Assurez-vous que votre mot-clé de focus est dans l'un de ces en-têtes et sous-titres. Mais tout aussi important, assurez-vous que les en-têtes aident vos lecteurs à saisir la structure de votre texte. Dans l'article sur [l'utilisation des titres sur votre site](#) , nous vous expliquons comment les utiliser.

Étape 5: demandez des commentaires

La toute dernière étape de votre processus de rédaction SEO consiste à obtenir des commentaires. Après avoir modifié votre texte, vous devriez demander aux gens de faire des commentaires. Chez Yoast, tous les articles que nous écrivons sont lus par au moins deux de nos collègues avant de les publier. Les commentaires permettent la perspective de quelqu'un d'autre que l'écrivain et conduisent presque toujours à de vastes améliorations dans le message.

Il serait également utile de laisser quelqu'un de votre public relire votre message pour vérifier si le message est correctement communiqué. En outre, les commentaires d'une personne possédant des compétences professionnelles en rédaction et en grammaire, [comme un éditeur](#) , vous aideront à améliorer encore plus votre article de blog.

Utilisez Yoast SEO

Lors de l'édition de votre texte, vous trouverez notre plugin Yoast SEO vraiment utile pour la rédaction SEO. Parce qu'il aide à [optimiser votre texte pour les moteurs de recherche](#) et à rendre votre texte plus lisible. Pour un aperçu détaillé de la façon d'utiliser Yoast SEO lors de l'optimisation de votre contenu, vous devriez lire notre article sur [la fonction d'analyse de contenu dans Yoast SEO](#).

Rédaction SEO pour sites internationaux

Bien écrire est difficile, bien écrire dans plusieurs langues est encore plus difficile! Si vous possédez des sites Web pour plusieurs régions et langues, vous savez que c'est vrai. Traduire du contenu peut être une affaire délicate, en raison du phénomène des faux amis dans différentes langues. [Les faux amis](#) signifient que les mots se ressemblent dans deux langues différentes, mais signifient en fait quelque chose de différent.

Créer du contenu pour vos sites multilingues n'est pas facile. C'est faisable cependant, et nous pensons qu'il y a 3 façons de procéder:

- traduire le contenu;
- créer un nouveau contenu pour ce marché;
- transcreate content: une combinaison des deux.

Obtenir des traductions est probablement le plus simple. Mais c'est aussi le plus délicat. Êtes-vous sûr que votre traduction envoie le même message et a le même ton que votre article original? C'est difficile à juger si vous n'êtes pas un locuteur natif. Par conséquent: faites toujours vérifier la copie par un locuteur natif. Au moins.

La création de nouveau contenu par votre équipe locale est le choix le plus sûr, avec probablement le résultat de la plus haute qualité. Cependant, cela prend beaucoup de temps et vous ne profitez pas pleinement du contenu qui existe déjà.

Par conséquent, nous vous conseillons de «transcréer»: prenez ce que vous avez déjà comme base, mais retravaillez-le pour qu'il corresponde au groupe cible local. Assurez-vous que des locuteurs natifs qui connaissent le marché local créent ce contenu. Si vous souhaitez en savoir plus à ce sujet, lisez mon article sur la [création d'une copie de qualité en plusieurs langues](#).

Conclusion: la rédaction SEO est un processus

La rédaction SEO fonctionne mieux lorsque vous suivez un processus défini et que vous vous assurez que votre texte est aussi bon que possible. Bien que tout le monde ne soit pas un écrivain naturel, la rédaction SEO est quelque chose que tout le monde peut améliorer avec la pratique.

SEO holistique: améliorez chaque aspect de votre site Web

Chez Yoast, nous essayons de lutter contre l'idée que le référencement n'est qu'un truc. Bien que les astuces puissent vous faire classer rapidement, elles ne fonctionnent généralement pas sur le long terme et peuvent même se retourner contre vous. Un bon classement permanent dans Google exige une stratégie de référencement étendue axée sur tous les aspects de votre site Web; les éléments techniques, l'expérience utilisateur, le contenu de votre site Web et la sécurité de votre site Web doivent tous être en ordre. Donc, pour garder un bon classement dans Google, vous devez développer une approche holistique du référencement. Laissez-moi vous expliquer ce que c'est, ici.

Qu'est-ce que le référencement holistique?

Le référencement holistique (optimisation des moteurs de recherche) fait référence à l'amélioration de *tous* les aspects importants d'un site Web pour le rendre plus élevé dans les moteurs de recherche. Le but ultime est de faire en sorte qu'un site Web réponde aux besoins de ses utilisateurs à tous les niveaux. Non seulement en fournissant les bonnes informations au bon moment, mais aussi en étant facile et sûr à utiliser. Pour atteindre cet objectif, les propriétaires de sites Web doivent au moins se concentrer sur les aspects suivants de leur site:

- [bon référencement technique](#) ;
- [rédiger un contenu de qualité](#) et bien le [structurer](#) ;
- [une excellente expérience utilisateur](#) ;
- [garder un site sécurisé](#) .

Pourquoi une approche SEO holistique?

La mission de Google est de créer le moteur de recherche parfait qui aide les gens à trouver ce qu'ils recherchent, que ce soit la réponse à «Où est Wijchen?», Une recette de tarte aux pommes ou le meilleur grille-pain. Faire en sorte que votre site Web et votre stratégie marketing correspondent à cet objectif est la voie à suivre. ([Ce qui ne signifie pas que si Google dit sauter, vous demandez à quelle hauteur?](#)).

Bien que Google ait changé son algorithme à plusieurs reprises, la plupart de nos conseils sont restés les mêmes depuis nos débuts. Ce conseil est simple (ce qui ne veut pas dire que c'est facile cependant!): Vous devez vous assurer que votre site est d'une qualité exceptionnelle. Avoir un site Web avec [un contenu de haute qualité](#) , offrant une excellente expérience utilisateur et une sécurité à

jour n'améliorera pas instantanément votre classement. À long terme, cependant, cela aura certainement un effet positif sur votre référencement!

Les grands sites Web ont tendance à [obtenir plus de liens d'autres sites Web](#) et recevront également plus d'attention sur les réseaux sociaux. En plus de cela, les gens se comportent différemment sur un site Web qu'ils aiment, par rapport à un site Web qu'ils ne comprennent pas. Google utilise ces types de [les signaux des utilisateurs](#) pour savoir comment les gens vivent votre site.

Des sites Web impressionnants entraîneront également des conversions plus élevées. Si votre public aime et comprend votre site Web, les chances qu'il achète vos produits ou reviennent sur votre site Web sont bien sûr beaucoup plus élevées.

Apprenez le référencement, de manière holistique

Bien sûr, dites-vous, mais par où commencer? Nous comprenons que vous pourriez vous sentir dépassé par ces conseils. Heureusement, il existe de nombreuses façons d'améliorer vos connaissances sur les sujets mentionnés ci-dessus.

Pour commencer, nous proposons un cours de [référencement gratuit pour les débutants](#), un excellent point de départ pour apprendre comment fonctionne le référencement. Si vous voulez vraiment mettre ces connaissances en pratique, envisagez d'essayer notre [formation SEO complète](#), vous obtiendrez de nombreux conseils pratiques pour commencer à améliorer de nombreux aspects de votre propre site. Vous voulez juste lire? Consultez [ces guides](#) pour [débutants](#) pour vous aider à démarrer!

Commençons par écrire du contenu avec le style de la pyramide inversée

Les journalistes utilisent le style d'écriture pyramidale inversée depuis des lustres. En l'utilisant, vous mettez en avant vos informations les plus importantes. Ne vous protégez pas. N'enterrez pas votre point clé à la moitié du troisième paragraphe. Et ne vous retenez pas; racontez l'histoire complète dans le premier paragraphe. Même en ligne, ce style d'écriture tient assez bien pour certains types d'articles. Il est même utile maintenant que le contenu Web est de plus en plus utilisé pour répondre à tous les types de questions qu'un chercheur pourrait avoir. Trouver comment!

Qu'est-ce que la pyramide inversée?

La plupart des lecteurs n'ont pas le temps ou le désir de lire attentivement un article, alors les journalistes mettent les éléments critiques d'une histoire dans le premier paragraphe pour informer et attirer un lecteur. Ce paragraphe est la viande et les pommes de terre d'une histoire, pour ainsi dire. De cette façon, chaque lecteur peut lire le premier paragraphe - également connu sous le nom d' *introduction* - et avoir une idée complète de ce qu'est l'histoire. Il révèle instantanément les W traditionnels: qui, quoi, quand, où, pourquoi et, bien sûr, comment.

Le paragraphe d'introduction est suivi de paragraphes contenant des détails importants. Après cela, suit les informations générales et le contexte que les écrivains jugent favorable au récit. Cela présente plusieurs avantages:

- Il prend en charge *tous les* lecteurs, même ceux qui survolent
- Cela améliore la compréhension, tout ce dont vous avez besoin pour comprendre l'article se trouve dans ce premier paragraphe
- Vous avez besoin de moins de temps pour aller au but
- Il donne aux rédacteurs un paragraphe complet pour attirer les lecteurs
- Bien fait, il encourage les lecteurs à faire défiler et à lire le reste de l'article
- Cela donne aux écrivains un contrôle total sur la structure
- Cela facilite la modification des articles

Un exemple

Voici un exemple d'une telle intro. Marieke a écrit un article intitulé [Qu'est-ce que le référencement?](#) qui répond exactement à cette question d'une manière facile à comprendre. Elle

donne la réponse immédiatement, mais utilise également des déclencheurs pour amener les gens à lire le reste de l'article. Voici l'intro:

«SEO est l'acronyme de Search Engine Optimization. C'est la pratique d'optimiser les sites Web pour les faire atteindre une position élevée dans les résultats de recherche de Google - ou d'un autre moteur de recherche. Le référencement se concentre sur les classements dans les résultats de recherche organiques (non payants). Dans cet article, je répondrai à la question "Qu'est-ce que le référencement?" et je vais vous expliquer comment nous effectuons le référencement chez Yoast. »

La pyramide inversée n'est que l'une des nombreuses techniques que vous pouvez utiliser pour présenter et structurer le contenu. Vous pouvez l'utiliser pour rédiger des articles d'actualité puissants, des communiqués de presse, des pages de produits, des articles de blog ou des articles explicatifs, comme nous le faisons.

Ce style d'écriture n'est cependant pas adapté à chaque élément de contenu. Peut-être que vous écrivez de la poésie, ou de longs essais avec un arc narratif complet ou juste une fiction complexe. Les critiques ajoutent rapidement que le style de la pyramide inversée paralyse leur créativité. Mais même dans ce cas, vous pouvez apprendre des techniques de la pyramide inversée qui vous aide à attirer un lecteur et à trouver un bon moyen de structurer une histoire. Et, comme nous le savons tous, une structure solide est essentielle pour amener les gens - et les moteurs de recherche - à comprendre votre contenu. Marieke a écrit un excellent article sur la [mise en place d'une structure de texte claire](#) .

Le pouvoir des paragraphes

Les paragraphes bien écrits sont incroyablement puissants. Ces paragraphes peuvent être autonomes. J'essaie toujours d'écrire de manière modulaire. C'est parce que je déplace régulièrement des paragraphes si je pense qu'ils s'intègrent mieux ailleurs dans l'article. Cela facilite grandement l'édition et la modification de la structure d'une histoire.

Les bons écrivains donnent à chaque paragraphe une première phrase qui se démarque, ce sont des phrases de base. Ces phrases soulèvent *une* question ou un concept par paragraphe. Ainsi, quelqu'un qui scanne l'article en lisant la première phrase de chaque paragraphe en comprendra l'essentiel et pourra choisir de lire le reste du paragraphe ou non. Bien sûr, le reste du paragraphe est consacré à répondre ou à soutenir cette question ou ce concept.

Tout est bloqué ces jours-ci de toute façon

Sur le Web, il y a un mouvement vers le contenu basé sur des blocs. Aujourd'hui, Google utilise des paragraphes entiers d'articles pour répondre aux questions dans les résultats de recherche avec [des extraits de code](#) ou des zones de réponse. La révolution de la [recherche vocale](#) est alimentée par un

contenu basé sur des paragraphes. Même notre CMS WordPress bien-aimé passera à un nouvel éditeur basé sur des blocs appelé [Gutenberg](#) . Ces blocs sont des éléments de contenu autonomes que les moteurs de recherche vont adorer engloutir. De plus, nous pouvons [donner à ces blocs les données structurées nécessaires](#) pour permettre aux moteurs de recherche de savoir exactement quel contenu se trouve dans ce bloc. Blocs sont *il* - une autre raison , vous devez écrire de meilleurs paragraphes.

Répondre à des questions

Il se passe autre chose: beaucoup de contenu est écrit spécifiquement pour répondre aux questions basées sur [l'intention de l'utilisateur](#) . De plus, Google affiche immédiatement beaucoup plus de questions et de réponses dans les résultats de recherche. C'est pourquoi il est très judicieux de structurer vos questions et réponses de manière à ce qu'elles soient faciles à digérer pour les lecteurs et les moteurs de recherche. Cela soutient également la théorie de la pyramide inversée. Donc, si vous voulez répondre à une question spécifique, faites-le juste en dessous de cette question. Ne le dissimulez pas. Gardez-le à l'avance. Vous pouvez répondre à des questions complémentaires ou donner une réponse plus élaborée plus loin dans le texte. Si vous avez des données à l'appui de votre réponse, veuillez la présenter.

Comment écrire en pensant à la pyramide inversée

La pyramide inversée vous oblige à réfléchir à votre histoire: qu'est-ce que c'est, quelles parties sont essentielles pour tout comprendre? Même si vous ne suivez pas la structure à la lettre, se concentrer sur les parties essentielles de votre histoire et supprimer les peluches est toujours une bonne chose. Dans son œuvre phare [The Elements of Style](#) , William Strunk a écrit:

«Une écriture vigoureuse est concise. Une phrase ne doit pas contenir de mots inutiles, un paragraphe pas de phrases inutiles, pour la même raison qu'un dessin ne doit avoir aucune ligne inutile et une machine pas de parties inutiles. Cela n'exige pas que l'écrivain fasse toutes ses phrases courtes, ou qu'il évite tous les détails et ne traite ses sujets que dans les grandes lignes, mais qu'il fasse dire chaque mot.

En bref, l'écriture fonctionne comme ceci:

- Cartographiez-le: quels sont les points les plus importants que vous souhaitez souligner?
- Filtre: Quels points sont favorables, mais pas essentiels?
- Connect: comment tout s'articule-t-il?
- Structure: utilisez des sous-en-têtes pour créer une structure facile à comprendre pour votre article
- Ecrire: Commencez chaque paragraphe avec votre phrase principale et soutenez / prouvez / réfutez / etc. ceux-ci dans les phrases suivantes

- Réviser: les paragraphes sont-ils dans le bon ordre? Peut-être devriez-vous en déplacer pour améliorer la lisibilité ou la compréhension?
- Edit: le tuer vos chéris. Éditez-vous votre propre travail ou quelqu'un peut-il le faire pour vous?
- Publier: ajoutez l'article à WordPress et cliquez sur ce bouton Publier

Besoin de plus de conseils d'écriture? [Marieke donne 10 conseils pour rédiger un article de blog génial et convivial pour le référencement](#) .

Essayez la pyramide inversée

Comme je l'ai dit, tous les types de contenu ne bénéficieront pas de la pyramide inversée. Mais la pyramide inversée a certainement fait sa marque au cours du siècle dernier ou plus. Même maintenant, comme nous écrivons principalement du contenu pour le Web, ce type de réflexion sur une histoire ou un article nous oblige à nous concentrer sur les parties les plus importantes - et sur la façon dont nous parlons de ces parties. Cela vous oblige à séparer les faits de la fiction et les peluches des véritables pépites d'or contenu. Alors, essayez-le et votre prochain article pourrait s'avérer être le meilleur à ce jour.

Qu'est-ce que la narration et pourquoi devriez-vous l'utiliser?

Il était une fois une jeune fille. Elle avait 9 ans et son nom était Wende. Wende était incroyablement intelligente, mais elle avait du mal à apprendre les choses par cœur. Peu importe ses efforts, elle ne pouvait tout simplement pas mémoriser les planètes du système solaire. Cela ne restait tout simplement pas dans sa tête. Un jour, son professeur lui a raconté une histoire sur toutes les planètes. Une histoire sur la solitude du soleil et Mercury était son premier ami. Comment Mercure est tombé follement amoureux de Vénus et comment la planète Terre est devenue jalouse. Après lui avoir raconté l'histoire, Wende a pu se souvenir de toutes les planètes dans le bon ordre. Pourquoi? À cause de la magie de la narration. Wende pouvait se souvenir de l'histoire et avec cela, elle pouvait se souvenir des planètes.

Dans cet article de blog, je vais vous dire ce qu'est la narration et pourquoi c'est un outil important à utiliser dans les textes de votre site Web.

Les autres articles de notre série de storytelling:

- [Comment utiliser le storytelling dans un article de blog](#)
- [Utiliser le storytelling sur les pages produits](#)
- [Pourquoi le storytelling est bon pour le référencement](#)

Qu'est-ce que la narration?

Le mot storytelling parle assez bien de lui-même. La narration consiste à raconter des histoires. Il s'agit d'utiliser des histoires pour engager votre public ou pour rendre quelque chose de plus clair. Les photos, les images et les films aident bien sûr aussi à raconter une bonne histoire.

Les histoires ont toujours été un moyen de communiquer. Avant que les gens n'apprennent à écrire, ils se racontaient des histoires. Les histoires sont beaucoup plus faciles à retenir que de simples faits. C'est pourquoi Wende de l'histoire s'est souvenu des planètes. De plus, les histoires sont agréables; ils stimulent votre imagination. C'est pourquoi les parents racontent des histoires à leurs enfants. C'est pourquoi nous aimons voir des films et lire des livres. Les gens aiment les histoires, les gens sont accros aux histoires.

Voulez-vous tout savoir sur la narration et la rédaction SEO? Dans notre [formation en rédaction SEO](#), qui fait partie de notre [abonnement à la formation Yoast SEO Academy](#), nous vous apprendrons à rédiger une copie qui se classe!

Quelques exemples de (super) narration

En 2017, j'ai visité une conférence et j'ai vu David JP Phillips sur scène. Il a parlé de [la science magique de la narration](#). J'étais ébloui. Son discours a été une telle inspiration pour moi. Deux semaines plus tard, j'ai dû parler à un [WordCamp](#) et j'ai été tellement inspiré par le discours de David, que j'ai raconté mes propres histoires.

En plus de l'utiliser dans des présentations, vous pouvez l'utiliser par écrit. De nombreux blogs de voyage, blogs personnels ou blogs de mères utilisent la narration dans tous leurs articles. Geraldine DeRuitter a un [blog](#) vraiment [amusant](#) sur les voyages et bien d'autres choses. Chaque article est une petite histoire sur son blog. Mais même les blogs informatifs pourraient utiliser ce principe en ajoutant une anecdote ou un exemple. Dans mon article sur la [structure du site et pourquoi c'est important](#), j'utilise exactement la même histoire que dans ma présentation au WordCamp.

As your site grows, it'll get cluttered

As you're writing more and more blog posts, or add more product pages, your site will get cluttered. You need to organize it neatly, to make sure you, your visitor AND Google will be able to find what they're looking for.

Why is that? Let me tell you a little story. Once upon a time, there was this young woman. Her name is Alice. Alice gets up every morning, sits down at her desk and starts to write a beautiful story. She writes one story every day. Alice types all her stories on this beautiful old-fashioned typewriter. Whenever she's done writing, she pulls the paper out of the machine and puts her lovely new story on her desk. As you can imagine, her desk will slowly get cluttered with all these sheets of paper. After a year of writing, she'll have 365 sheets of paper on it. After three years of writing, she'll have more than a thousand. Alice will not be able to find her favorite story, because of the abundance of stories on her desk.

If you do not structure your stuff neatly, your stories, your blog posts, your product pages will get lost. Your visitors will not be able to find what they are looking for, and, important for your SEO: Google will also get lost.

Pourquoi utiliser la narration?

L'utilisation de la narration dans votre article de blog rendra - si vous le faites de la bonne manière - votre article plus attrayant. Votre article de blog deviendra quelque chose que les gens *voudront* lire. Les histoires augmentent l'attention de votre public.

Si vous utilisez les histoires de la bonne manière, les histoires vous aideront à communiquer votre message plus clairement. Les histoires peuvent vous aider à fournir la preuve de votre argumentation. Ils peuvent ajouter de la clarté. Mon histoire sur Alice (voir image ci-dessus) est écrite afin d'aider les gens à comprendre l'importance d'une structure de site propre. C'est un sujet assez difficile à appréhender. Une histoire ajoute de la clarté.

Plus important encore, les gens se souviendront de votre histoire, et avec cela, ils se souviendront du message de votre publication ou même de votre marque. Et, si vous utilisez les histoires d'une bonne

manière, vous pourriez même inciter les gens à agir. Vous inspirerez peut-être les gens à nettoyer leur site Web ou à commencer à raconter des histoires dans leurs articles de blog et leurs présentations.

Dans cette série

Pour cette série, je me suis concentré sur son utilisation dans votre écriture. Par exemple, j'ai écrit sur la [façon d'utiliser la narration dans un article de blog](#) . Il aborde les éléments nécessaires à une bonne histoire et révèle quelques conseils pratiques et des exemples sur la façon d'intégrer la narration dans vos articles de blog. Nous allons également plonger dans le lien entre la [narration et le référencement](#) . Et, dans un autre article de cette série, vous pouvez apprendre à l' [utiliser sur les pages produits](#) .

Si vous avez de beaux exemples de votre propre utilisation de la narration, ou des suggestions de sujets connexes sur lesquels vous aimeriez en savoir plus, j'aimerais les voir!