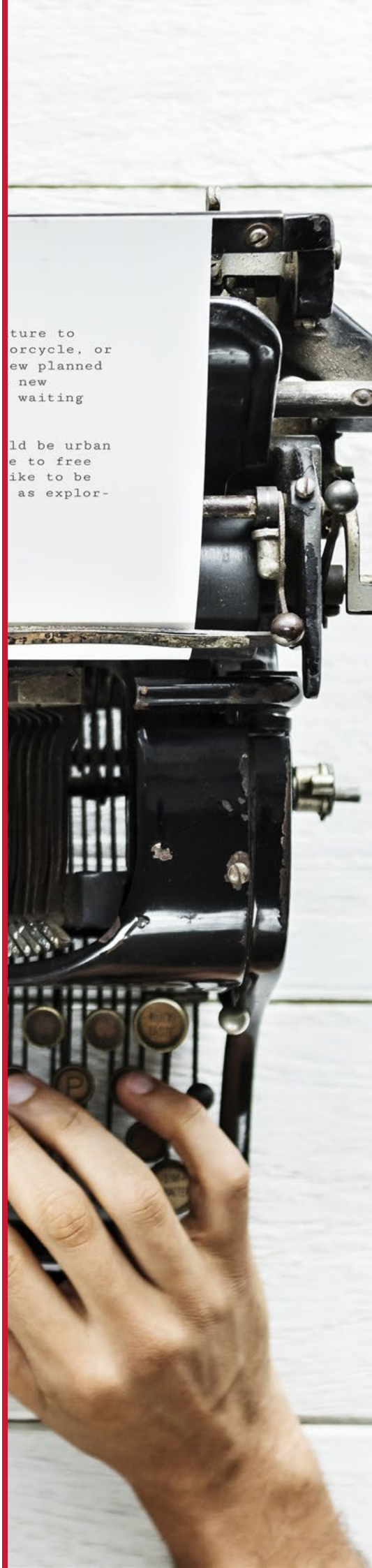
LIVRET CLIENT

GUIDE DE **LA RÉDACTION WEB**



Kel referencement.net

LIVRET CLIENT

GUIDE DE **LA RÉDACTION WEB**

OBJECTIFS DU GUIDE :

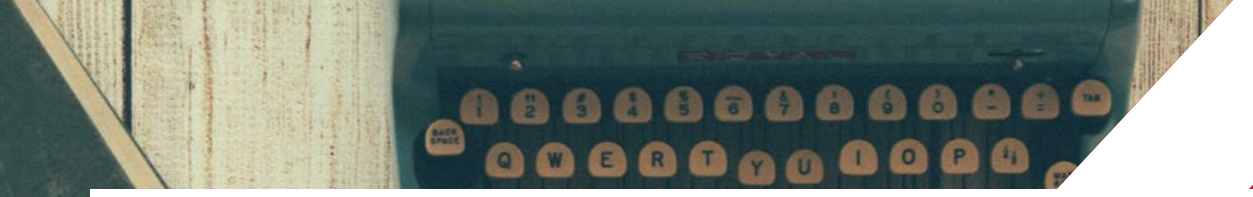
- **Démontrer l'importance** d'une stratégie de contenu
- **Rappeler les objectifs** du contenu de marque
- **Donner une liste de bonnes pratiques** pour la rédaction de contenu optimisé

POURQUOI METTRE EN PLACE **UNE STRATÉGIE DE CONTENU ?**

" CONTENT IS KING! "

RAPPEL

Content marketing : « stratégie qui consiste à établir dans son mix marketing une stratégie de production de contenu pour promouvoir l'identité, l'histoire, les valeurs et l'univers de la marque. Elle peut faire intervenir toutes les formes de contenu de marque. »



UN CONTENU QUALITATIF ET OPTIMISÉ PERMET DE RÉPONDRE À **4 OBJECTIFS :**

GAGNER EN CRÉDIBILITÉ :
une prise de parole à forte valeur ajoutée donne plus de visibilité à votre marque et permet d'améliorer l'image de marque.

ATTIRER ET FIDÉLISER :
le contenu sert d'aimant pour acquérir de nouveaux visiteurs, mais aussi et surtout faire parler de parler de votre marque.

COMPLÉTER LE SITE INTERNET :
structurer et homogénéiser le site assurent une meilleure navigation et une meilleure lisibilité de l'ensemble des pages du site web.

AMÉLIORER LE SEO :
une bonne rédaction de contenu web va permettre d'optimiser le référencement naturel et d'être plus visible sur les résultats de moteurs de recherche.

Le contenu de marque développe la visibilité de votre marque et **optimise le taux de conversion** de votre site.

REDACTION WEB, **A QUI S'ADRESSE-T-ON ?**

Selon chaque objectif et chaque secteur d'activité, la rédaction web ne servira pas forcément à la même chose. Cependant, **deux cibles sont communes à tous les projets de rédaction :** les internautes et les moteurs de recherche.

- **Il est indispensable d'écrire pour les internautes en priorité.** Les internautes seront les seuls à vous apporter du business en achetant votre produit/service, en prenant un rendez-vous, en téléchargeant votre brochure commerciale…

- **L'optimisation du contenu pour les moteurs de recherche** est utile dans un second temps pour apporter de la visibilité à votre contenu grâce à des optimisations techniques et sémantiques.

RÉSULTAT : un contenu web ciblé qui séduit les visiteurs (optimisation du taux de conversion) et un trafic qui progresse grâce à **de bonnes positions sur les moteurs de recherche.**

SMART CONTENT
IMAGE DE MARQUE ET **PERFORMANCE COMMERCIALE**

Le smart content est un contenu de marque qui participe à la fois à l'amélioration de l'image de marque (branding) et à la performance commerciale (trafic et conversion). Il est très efficace car il répond à une réflexion profonde sur les attentes de la cible et les besoins de la marque.

1. Réalisation d'un audit éditorial de l'ensemble des contenus

2. Création d'une charte éditoriale cohérente : définir les objectifs, créer une ligne éditoriale pertinente, stratégie seo pour la visibilité et la notoriété...

3. Mise en place d'une stratégie de diffusion du contenu : planning éditorial, diffusion du contenu, linkbaiting - sponsoring

4. Production de contenu : un travail sur le fond et la forme en respectant la charte éditoriale et la charte graphique

5. Calcul du retour sur investissement grâce à des KPI : notoriété, trafic sur le site internet, engagement sur les réseaux sociaux, visibilité...

FAUT-IL ÉCRIRE **RÉGULIÈREMENT ?**

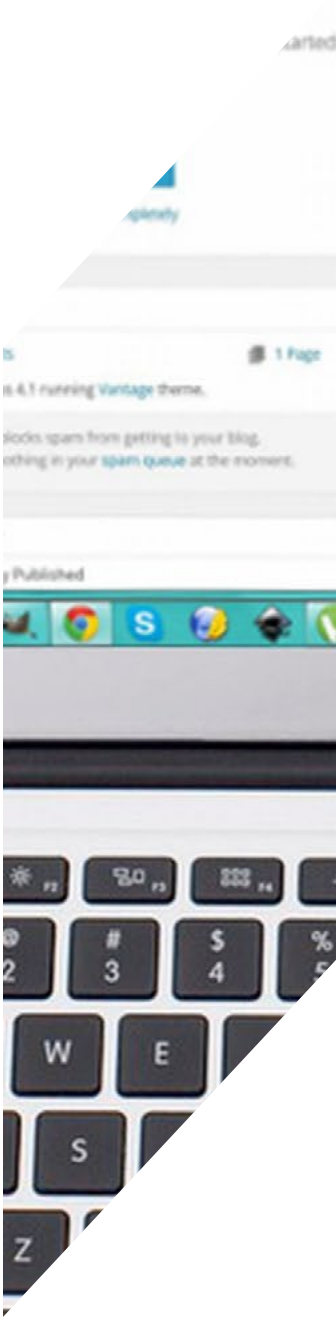
La création de contenu de marque et la rédaction web permettent de susciter l'intérêt des internautes et de votre communauté (clients, prospects, partenaires…), mais aussi des moteurs de recherches qui cherchent à proposer le contenu le plus pertinent possible.

- **Création de nouvelles pages :** présentation d'un nouveau produit/ service, promotions, guide d'achat, conseils, livre blanc, tutoriel, vidéo…

- **Enrichissement de pages existantes / mise à jour du contenu :** faire évoluer vos pages existantes peut les rendre plus attrayantes pour les internautes et plus visibles sur les moteurs de recherche. Ne laissez pas votre contenu se périmer !

- **Rédaction d'articles de blog :** la rédaction d'actualités ou de conseils permet d'apporter des réponses aux internautes et de vous positionner comme une référence. C'est un excellent levier pour attirer de nouveaux visiteurs !

RAPPEL DES OBJECTIFS DU CONTENU



LES BONNES PRATIQUES DE LA REDACTION WEB

1

FAIRE DES RECHERCHES SUR GOOGLE

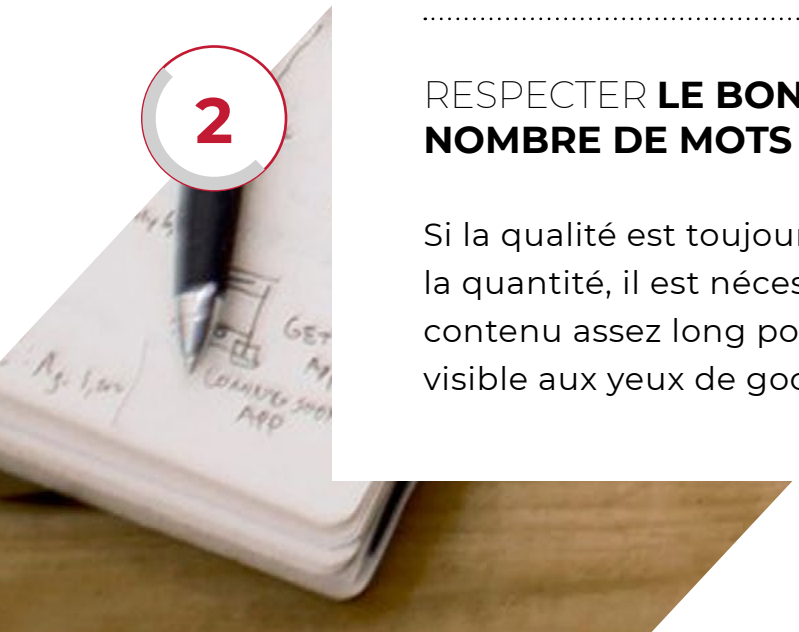
Regrouper toutes les informations nécessaires avant de commencer à rédiger, en faisant une veille concurrentielle et sectorielle (autres sites et blogs sur le même sujet).

L'étude des mots-clés constitue une base solide pour la rédaction web, permettant d'identifier des requêtes qui bénéficient d'un bon volume tout en étant pertinentes.

2

RESPECTER LE BON NOMBRE DE MOTS

Si la qualité est toujours à privilégier avant la quantité, il est nécessaire de rédiger du contenu assez long pour être crédible et visible aux yeux de google.



3

3. RESPECTER **LE TON**

Se baser sur la ligne éditoriale du blog ou du site et la suivre (informatif, léger, sérieux, conseils, etc.). Écrire pour le web participe à l'image de marque.

4

4. **SCINDER LE TEXTE** EN PARTIES

Pour qu'il soit plus agréable à lire, il est nécessaire de bien **segmenter chaque partie du texte grâce au balisage Hn**.

Le balisage possède différents niveaux de titre :

- Le **H1** correspond au titre principal
- Le ou les **H2** correspondent aux titres de parties
- Le ou les **H3** correspondent aux titres de sous-parties
- etc.

5

5. NE PAS OUBLIER **LES LIENS INTERNES**

Les ancres sont très importantes pour le référencement naturel. Elles simplifient la navigation pour les internautes et sont fortement prises en compte par les moteurs de recherche.

6

6. UTILISER LE CHAMP LEXICAL DU MOT CLE PRINCIPAL

Google ne prend pas uniquement en compte le titre d'une page pour en comprendre le contenu : tout le contenu a du sens. La sémantique est analysée en profondeur par les moteurs de recherche.

7

7. OPTIMISER LE REFERENCEMENT

Intégrer les mots-clés et le champ lexical du mot-clé principal, travailler la title et la méta description.

8

8. TROUVER DES PHOTOS DE QUALITÉ

Le référencement naturel passe aussi par les médias riches : photos et vidéos. De plus, des pages ou des articles bien construits et illustrés sont plus attractifs.

9

9. S'ADAPTER À LA DESTINATION DU CONTENU

Chaque contenu a une destination et donc une utilité particulière. **Il convient d'adapter la rédaction :**

TYPE DE MOT-CLÉ	INTENTION	EXEMPLE DE REQUÊTE	CONTENU
PAGE D'ACCUEIL	Très générique	Découverte	« Literie »	Présentation de l'entreprise et de ses produits / services
CATÉGORIES	Générique	Considération	« Matelas », « Sommier », « Oreiller »	Présentation de la catégorie
SOUS-CATÉGORIES	Spécifique	Considération	« Matelas mémoire de forme »	Présentation des caractéristiques de la sous-catégorie
PAGE PRODUIT	Très spécifique	Décision	« Matelas mémoire de forme 140x200 »	Présentation des spécificités du produit
BLOG / GUIDE D'ACHAT	Du + générique au + spécifique	Information	« Bien choisir son matelas », « Quand changer de matelas », « Comment entretenir son matelas »	Conseils Astuces Comparatif

KEL référencement
5, Quai Hippolyte Jayr
69009 LYON

TÉL : 09 70 80 90 40

Google Partner