

# Stratégie mots-clés

Les fondements pour obtenir plus de visiteurs et de profit

Comment maximiser le trafic vers votre site web en choisissant les mots-clés et thèmes adaptés.

# Contenu

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Contenu</b>   | <b>2</b>  |
| <b>Introduction</b>  | <b>3</b>  |
| <b>Les différent types de mots-clés</b>  | <b>4</b>  |
| Les mots-clés lucratifs  | 4         |
| Les mots-clés lucratifs sur votre site web                                     | 5         |
| Les mots-clés informatifs  | 5         |
| Les mots-clés informatifs sur votre site web                                   | 6         |
| Les mots-clés pivots   | 8         |
| <b>Structure du site – organisez les types de mots-clés sur votre site web</b> | <b>10</b> |
| <b>La recherche de mots-clés est le fondement de votre business en ligne</b>   | <b>12</b> |
| <b>La recherche de mots-clés avec l’outil SECockpit</b>                        | <b>12</b> |
| <b>Notes</b>   | <b>13</b> |

# Introduction

Afin de configurer un site Internet et d'en rendre les contenus rentables, une stratégie de mots-clés bien pensée est indispensable, ces derniers représentent en effet le fondement de la réussite ou de l'échec d'un site.

Toutefois, rechercher les mots-clés qui conviennent et les placer sur le site Internet ne suffit pas. Une analyse des mots-clés les plus rentables ainsi qu'une comparaison avec la concurrence, l'utilisation de différents types de mots-clés selon leurs avantages et une organisation de la structure des pages selon le type de mots-clés font également partie des tâches à remplir.

L'objectif est généralement de créer une page optimisée pour un mot-clé qui attirera un bon volume de visiteurs, qui feront ensuite un achat, soit d'un de nos produits propres, soit d'un produit pour lequel nous sommes affiliés.

Tout ceci peut dans un premier temps sembler décourageant, c'est pourquoi, chez SwissMadeMarketing, nous avons mis au point ce rapport. Il traite des questions et des thèmes suivants :

- » les différents types de mots-clés et comment les utiliser à votre avantage,
- » la méthode pour rechercher, sélectionner et analyser des mots-clés,
- » la façon d'organiser les mots-clés sur un site afin qu'ils soient rentables,
- » la recherche de mots-clés avec l'outil SECockpit.

Ce rapport vous sert de guide et vous présente un moyen stratégique et efficace de trouver et de tirer profit de mots-clés rentables.

# Les différent types de mots-clés

Pour l'application du présent guide, nous allons définir trois types de mots-clés destinés à un usage spécifique lors de la création d'un site et de son contenu. Ces trois types sont les suivants:

- » Mots-clés lucratifs
- » Mots-clés informatifs
- » Mots-clés pivots

Connaître ces trois types de mots-clés, les rechercher et créer du contenu adapté à chacun d'eux vous aidera à créer un site beaucoup plus convaincant et au final également plus rentable.

## Les mots-clés lucratifs

Un mot-clé à but lucratif est un mot clé qui mènera directement à une conversion. Evidemment ces "mots-clés à but lucratif" sont certainement les mots-clés les plus importants de votre site. Toutefois, ce ne sont pas les seuls mots-clés intéressants et il ne faut pas l'oublier.

Plus de détails à ce sujet par la suite.

### Astuce

#### **Le mélange parfait**

Dans la plupart des cas, vous ne pouvez pas et vous ne devez pas construire un site web entièrement sur ces mots clés lucratifs et rien d'autre. Il y a beaucoup d'opportunités pour "étouffer" un site internet avec du contenu additionnel, basé sur des mots-clés qui ne sont pas particulièrement rentables en eux-mêmes, mais qui ne sont pas pour autant moins important.

Voici quelques caractéristiques des mots clés lucratifs:

- » Mots-clés contenant des noms de produits et recherches incluant les numéros de série des produits (plus c'est détaillé, mieux c'est)
- » Mots-clés avec des noms de marques
- » Mots-clés de négociation – n'importe quoi contenant les termes "où acheter", "pas cher", "discount", "coupon", "meilleur prix", etc.
- » Mots-clés de comparaison et de critique (ex. "critique produit X" and "produit A contre produit B")

- » Recherches très spécifiques (la spécificité est un très bon indicateur d'intérêt commercial)
- » Un grand nombre d'annonces payantes et d'annonceurs enchérissant sur le mot-clé
- » Un coût par clic estimé assez élevé

Tout mot-clé répondant à un ou plusieurs de ces critères et se trouvant avoir une concurrence assez faible avec un fort volume de recherche, constitue une très bonne opportunité pour vous et votre site web!

## Les mots-clés lucratifs sur votre site web

Les mots-clés lucratifs que vous trouvez vont dicter le contenu de base de votre site: Créez des pages bien optimisées et riches en contenu pour chacun des ces mots-clés et lancez des campagnes SEO pour obtenir de bons classements pour ces mots-clés.

- » La page d'accueil de votre site devrait être directement liée à un mot-clé lucratif.
- » Les pages liées à des mots-clés à but lucratif devraient être facilement accessibles depuis n'importe quelle page, grâce à la navigation de votre site (ca peut être également un facteur contribuant au classement de vos pages, puisque Google s'intéresse aux liens internes lors de la détermination de l'importance des pages sur un site).
- » Les pages lucratives devraient toujours comporter des appels pressants au passage à l'action. Faites en sorte que l'action entraînant une vente / conversion soit aussi facile que possible pour vos visiteurs.

## Les mots-clés informatifs

Les mots-clés informatifs constituent la majorité des recherches effectuées sur Internet. Un mot-clé informatif indique que la personne qui lance une recherche sur Internet cherche simplement à obtenir une réponse à une question ou de l'information supplémentaire sur un sujet, sans avoir l'intention d'acheter quoi que ce soit. Il va sans dire que les mots-clés informatifs sont moins rentables que les mots-clés à but lucratif.

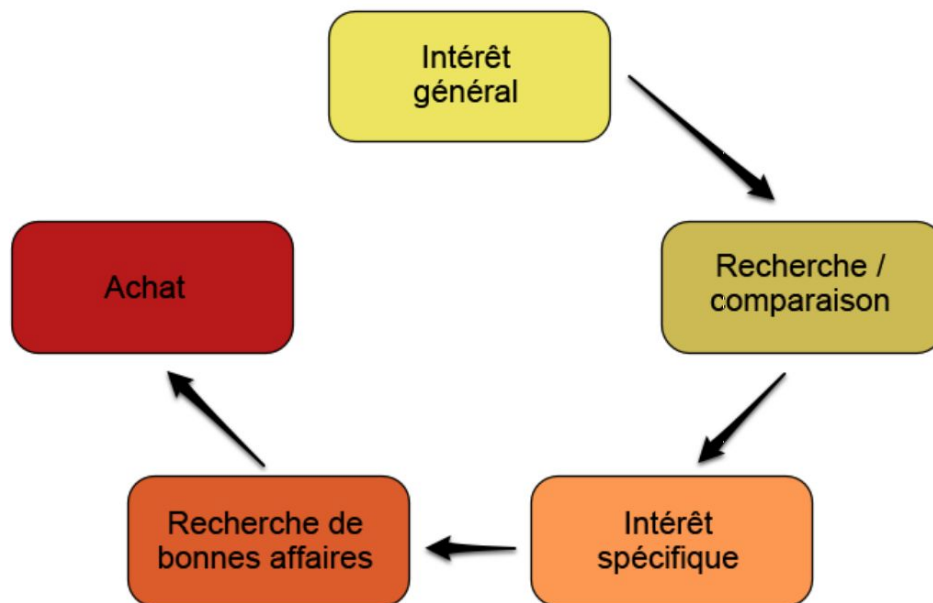
Voici quelques caractéristiques des mots-clés informatifs:

- » Mots-clés de type tutoriel comprenant les mots "comment faire", "astuces", "tutoriel", "apprendre", etc.
- » Mots-clés créatifs du type "idées", "plans", "exemples", etc.

- » Termes comme “ressources”, “actualité”, et toute référence à des reportages sur l’actualité
- » Recherches formulées sous forme de questions

Parfois, les mots-clés informatifs indiquent un intérêt pour une information et rien derrière. Toutefois, dans d’autres cas, les mots-clés informatifs peuvent indiquer qu’une personne se trouve aux premiers stades du cycle d’achat.

Le graphique suivant vous fournit davantage d’éléments :



Le graphique montre les phases que nous traversons habituellement avant de procéder à un achat. Toutes les phases ne sont pas toujours incluses dans le processus et la réalisation du cycle peut parfois prendre des jours ou des semaines, et parfois seulement quelques secondes.

Il est important de garder à l’esprit que la recherche d’information par une personne aujourd’hui peut se transformer en achat demain - et c’est quelque chose sur lequel nous pouvons capitaliser!

## Les mots-clés informatifs sur votre site web

En termes d’indicateurs, ce qui est le plus important dans les mots-clés informatifs c’est le volume de recherche. Le volume de recherche nous indique simplement combien de personnes cherchent une réponse à une question spécifique ou cherchent un tutoriel en particulier. Vous devez créer de l’information sur les sujets les plus populaires, ainsi que sur tous les sujets «insuffisamment desservis» (par exemple, une question qui est souvent recherchée, mais qui n’a pas de réponse vraiment appropriée dans le top 10 des résultats actuels).

Une approche très simple consiste à trouver des mots clés informatifs qui sont liés à votre niche, produit, service ou site, et les utiliser pour baser le contenu additionnel.

- » Créez une page de FAQ, créez une série de vidéo répondant aux questions les plus courantes, créez des pages avec de l'information générale de base que les nouveaux à la niche chercheront peut-être.
- » Ensuite, observez simplement vos données analytiques et au fil du temps, vous verrez que certains des mots-clés informatifs ont conduit à une quantité décente de conversions et vous pourrez commencer à lancer des campagnes SEO pour les pages spécifiques.
- » Vous pouvez utiliser les mots-clés informatifs comme des "capteurs de trafic", afin d'attirer de nouveaux visiteurs sur votre site.

## Astuces

### Apprenez même à tirer profit des incompréhensions

Même les incompréhensions ou les ambiguïtés peuvent être utilisées à votre avantage : positionnez-vous comme expert dans votre domaine et informez le visiteur. Dans le meilleur des cas, même des visiteurs mal informés deviennent des clients qui génèrent des revenus.

Toutefois, il y a beaucoup d'autres avantages à utiliser les mots-clés informatifs:

- » Tout d'abord, il y a des bénéfices en termes de **référencement**: Google a tendance à préférer les gros sites web aux petits et tout lien que vous obtenez vers vos pages d'information contribuera, dans une petite mesure, à l'autorité générale de votre site.
- » Ensuite, il y a les **médias sociaux**: le contenu lié à des mots-clés informatifs est généralement plus facilement "partageable" que les mots-clés à but lucratif. Vos articles concernant le "Le top 10 des mythe sur [Votre Niche]" est bien plus susceptible d'être diffusé dans les réseaux sociaux qu'une critique de produit par exemple.
- » Enfin, et c'est peut être la chose la plus importante, le contenu lié à des mots-clés informatifs peut présenter de grandes opportunités pour la création d'une **reconnaissance de marque** et la construction de **l'autorité du site**.

Intéressons-nous d'encore un peu plus près au sujet de l'image de marque :

Les gens sont plus susceptibles d'acheter quelque chose d'une personne amicale qui a produit toutes ces vidéos tutoriel que de n'importe quelle autre boutique prise au hasard.

Quelqu'un qui a été coincé dans les premières étapes du cycle d'achat pourrait revenir sur votre site pour finalement faire un achat, tout simplement parce qu'il se sentait déjà à l'aise sur votre site et qu'il l'avait ajouté à ses favoris.

Ce type de stratégie de marque demande du temps et des efforts, bien sûr, mais il peut être l'élément déclencheur du succès d'un business. Même à court terme, une bonne quantité de contenu informatif peut aider à contribuer à l'autorité et à la stratégie de marque de votre site.

**Un très bon exemple de l'utilisation des mots-clés informatifs est disponible sur la boutique en ligne de compléments alimentaires liés au fitness Myprotein:**



Outre leurs listes de produits traditionnelles, ils proposent également des pages avec de l'information sur différents objectifs forme et plusieurs sports, y compris leurs recommandations de compléments alimentaires pour chacun des cas, bien entendu.

Vous vous doutez que ces pages d'information servent de « capteurs de trafic » et aident à renforcer la crédibilité et l'autorité du site à long terme. Mais il est aussi à parier que pour tous ceux qui lisent réellement le contenu de l'information, il y a aussi quelqu'un qui regarde simplement le menu de navigation en pensant « Très bien, ils savent vraiment de quoi ils parlent. » et procède ensuite à achat.

## Les mots-clés pivots

Un mot-clé pivot est un mot-clé qui peut attirer du trafic vers votre site, que vous pouvez ensuite facilement rediriger vers une de vos pages avec des mots-clés à but lucratif.











Nous souhaitons illustrer la signification et l'utilisation des mots-clés à l'aide de l'exemple de cas suivant :



Imaginons que nous soyons propriétaire d'un site Internet présentant des avis sur des produits et dont la priorité réside dans la niche des "widgets".

Tout d'abord, nous réalisons à l'aide d'un outil de mots-clés une recherche de mots-clés pertinents.

Le résultat de la recherche donne le graphique suivant. Il s'agit d'une représentation fournie par l'outil de mots clefs SEToolkit :

| Niche ▾   | Keyword         |                         | Universal ...   |
|---|-----------------|-------------------------|---|
|   | Monthly Sear... | Phrase                  | Rank 1-10   |
|  | 14800           | blue widget review      |  |
|  | 9900            | red widget review       |  |
|  | 320             | blue widget coupon code |  |
|  | 46              | yellow widget review    |  |
|  | 14800           | widget tutorial         |  |

*Explication :*

Avec la **colonne verte**, la catégorie des niches vous indique avec quelle facilité il est possible de se classer pour ces mots-clés. La taille de la colonne verte indique ici la quantité de trafic liée à la compétitivité d'un mot-clé.

Les **requêtes mensuelles** permettent de consulter le volume mensuel exact de recherches par mot-clé, comme le propose également l'outil de mot-clé de Google.

La **catégorie des termes** présente les mots-clés qui seraient proposés lors de la recherche sur la base du mot-clé saisi.

La **catégorie orange** des visiteurs indique une estimation du trafic actuel.

Il paraît clair que "blue widget review" est un mot clé lucratif puissant puisqu'il a un fort volume de recherche, une concurrence assez faible et le fait qu'il s'agisse en plus d'un nom de produit + mot-clé de critique indique qu'il est également rentable.

Donc, une de nos pages principales devra être optimisée pour "blue widget review".

Maintenant, il y a un second mot-clé de critique, cette fois-ci concernant les "red widgets". Dans le cas où "red widgets" sont sur un pied d'égalité avec les "blue widgets", nous pouvons tout simplement les traiter comme un autre mot clé à but lucratif et lui créer une autre page.

Toutefois, peut-être que les "red widgets" ne sont pas aussi bons que les "blue widgets", ou peut être qu'il y a d'autres raisons pour lesquelles vous ne voulez pas les recommander.

Dans ce cas, ça devient un mot-clé pivot:

**Vous créez et optimisez quand même une page pour le mot-clé "red widget review", mais le but de cette page sera d'informer les visiteurs que les "blue widgets" sont en fait un meilleur choix et de les diriger vers la page de critique "blue widget review".**

“blue widget coupon code” pourrait également être un mot-clé pivot potentiel, s’il n’y a pas de bons de réductions ou s’il y en avait mais qu’ils sont maintenant expirés. Dans ce cas, plutôt que d’ignorer le mot-clé, créez une page à ce sujet, expliquez que les coupons ont expiré et dirigez les visiteurs vers votre page principale de critique produit. Dans la plupart des cas, vous pouvez pivoter entre des mots-clés de comparaison des prix et de promotion.

Les objections présentent également souvent des opportunités de pivot. Si vous trouvez des mots-clés indiquant des objections à l’achat comme par exemple des plaintes sur des prix trop élevés, sur la qualité du produit ou service, ou encore sur la sécurité, il est plus intéressant de traiter ces sujets sur votre site puis de diriger vos visiteurs vers vos pages lucratives, plutôt que d’ignorer ces objections.

En regardant une nouvelle fois les exemples de mots-clés plus haut, on voit qu’il y a des autres mots clés comme : “yellow widget review” avec un volume de recherche très faible. Celui-ci pourrait être utilisé comme pivot pour rediriger les visiteurs vers les “blue widgets” ou simplement être ajouté pour compléter vos pages - une plus grande quantité de produits améliore la crédibilité d’un site de critique produit.

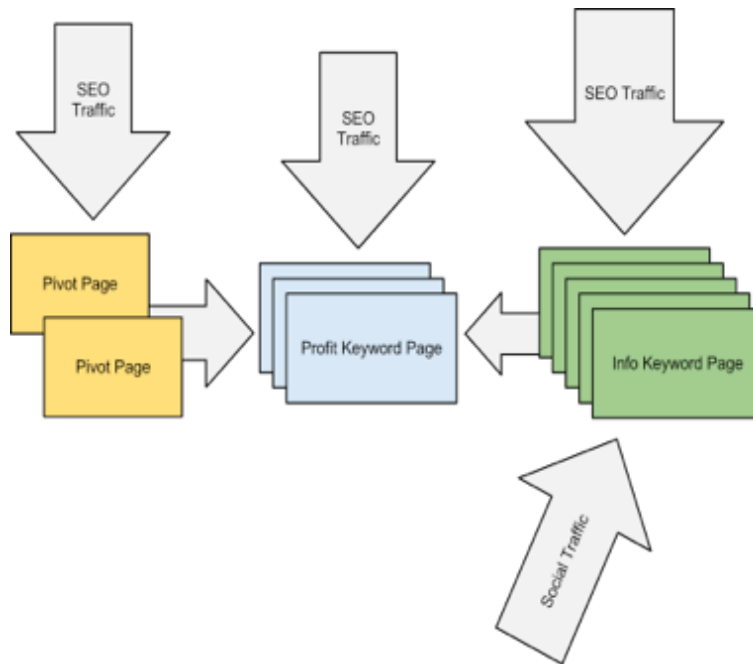
Et, bien sûr, “widget tutorial” est un parfait exemple d’un mot clé informatif qui devrait être utilisé en raison de son volume de recherche élevé.

## Structure du site – organisez les types de mots-clés sur votre site web

Lors de la planification d’un nouveau site Internet ou de la rénovation d’un site préexistant, il convient de distinguer trois types de mots-clés pertinents :

1. Mots-clés lucratifs
2. Mots-clés informatifs
3. Mots-clés pivots

Chaque type de mot-clé apporte une contribution différente à votre site Internet.



- » Les **mots-clés lucratifs** génèrent rapidement du trafic et des conversions.
- » Les **pages avec les mots-clés informatifs** (il en existe peu) génèrent également du trafic et servent ainsi vos pages rentables.
- » Les **pages informatives** contribuent considérablement à la mise au point d'une bonne réputation et d'une bonne reconnaissance de la marque ainsi qu'à rendre votre site plus attractif pour les utilisateurs des réseaux sociaux.

**Vos investissements, en termes de temps et de dépenses, doivent toujours se concentrer sur vos pages lucratives. C'est là que vous avez besoin de faire les plus gros efforts de référencement et c'est là que vos efforts en tests et optimisation devront être concentrés.**

Les mots-clés pivots ne sont pas très communs. Si vous en voyez, utilisez-les – la plupart des gens ne le font pas et c'est une manière de prendre l'avantage.

La partie informative du site est la partie idéale pour continuer à construire tranquillement. Ajouter de l'information et mettre à jour régulièrement le contenu sur un site se traduit par des bénéfices en termes de SEO, ce qui fait une raison de plus pour utiliser les mots-clés informatifs.

Attention: Bien que les pages d'information ne soient pas aussi importantes que les pages lucratives, ne faites pas l'erreur de ne pas du tout les utiliser. C'est mieux de ne pas avoir de contenu informatif que d'avoir du contenu informatif de mauvaise qualité, pour "garnir" le site. C'est une stratégie qui fonctionnait plutôt bien avant les mises à jour de Google Panda, mais qui fait aujourd'hui plus de mal que de bien.

# La recherche de mots-clés est le fondement de votre business en ligne

Une fois que vous aurez lu ce rapport, vous saurez que la recherche des mots-clés a bien plus à nous offrir que de simplement indiquer de nouvelles façons de réaliser du profit.

A la base, la recherche de mots-clés nous permet d'obtenir des indications sur les attentes et les pensées des gens de notre marché cible. Ainsi, nous pouvons utiliser ce que nous avons appris de la recherche de mots-clés pour influencer plusieurs aspects de notre site, au-delà de nos pages lucratives et des campagnes de référencement.

## Conclusion

Vous pouvez utiliser les leçons que vous tirerez de la recherche des mots-clés bien au-delà de la simple optimisation de vos pages rentables et de vos campagnes d'optimisation du référencement naturel.

Nous espérons que ce guide vous a donné de nouvelles idées sur la façon d'utiliser les informations liées à la recherche de mots clés.

Nous ne vous souhaitons que du succès avec votre activité en ligne!

**Votre équipe SwissMadeMarketing**

## La recherche de mots-clés avec l'outil SECockpit

Dans le chapitre "les mots-clés pivots", nous vous proposons un aperçu de l'outil de recherche de mots-clés SECockpit.

Cet outil permet non seulement de découvrir des mots-clés rentables, mais aussi d'analyser ces mots-clés et de répondre aux questions suivantes :

- » Quelle est la taille du marché (de niche) ? Combien d'acheteurs potentiels puis-je atteindre ?
- » Combien de trafic puis-je attendre en cas de classement en tête avec ce mot-clé ?
- » Dans quelle mesure est-il difficile (ou aisé) de se classer en tête avec ce mot-clé ?

Si vous souhaitez plus d'informations au sujet de l'outil SECockpit, visitez notre page:

<https://secockpit.com/fr/>

