Comment je suis arrivé en Page 1 de Google en 30 jours ! - Refeo.com

refeo.com/premiere-page-google/

Avez-vous déjà pesté contre Google qui ne veut mettre votre site en première page ? Qui vous bloque en cinquième page juste derrière un site gratuit chez Free ?

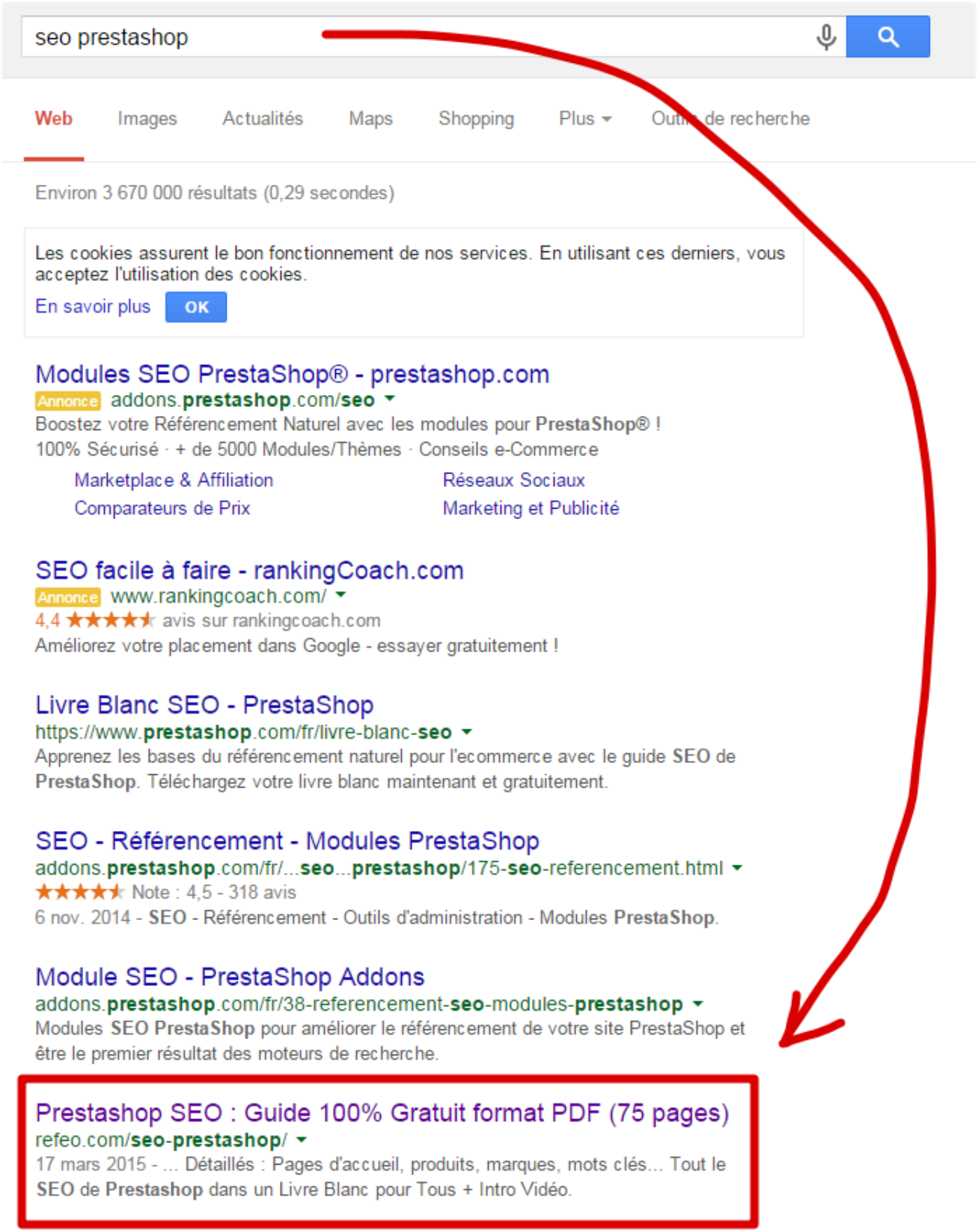
Cela m'est arrivé aussi et trop souvent. J'ai épuisé plus de noms d'oiseaux contre Google qu'il n'a de noms d'animaux dans ses mises à jour.

Et puis j'ai trouvé comment réussir à me positionner en première page sur le mot clé de mon choix.

Comment ?

> *En publiant des pages optimisées pour satisfaire Google ET mon visiteur !*

La recette n'est pas infaillible mais elle fonctionne, comme le prouve mon guide SEO sur Prestashop, qui est en première page, 4ème juste après le site officiel, comme le montre cette capture d'écran :



Et voici le trafic obtenu : 6000 visites en 3 mois (dont une bonne partie payantes… mais nettement moins chères, comme je le montrerai). Dans mon activité, le prix du clic oscille entre 1,50 et 7,50 euros selon les mots clés (je paye mon clic Google Adwords en moyenne 3,50€).

Support	Pages vues	Consultations uniques	Temps moyen passé sur la page
	5 947 % du total: 19,84 % (29 969)	5 019 % du total: 19,22 % (26 120)	00:02:19 Valeur moy. pour la vue: 00:02:27 (-5,40 %)
1. organic	2 617 (44,01 %)	2 216 (44,15 %)	00:02:45
2. cpc	1 870 (31,44 %)	1 626 (32,40 %)	00:02:05
3. referral	883 (14,85 %)	715 (14,25 %)	00:02:02
4. (none)	525 (8,83 %)	421 (8,39 %)	00:01:54
5. email	40 (0,67 %)	29 (0,58 %)	00:01:19
6. social	12 (0,20 %)	12 (0,24 %)	00:00:00

Alors, intéressé par les détails pratiques ?

C’est parti !

1/ Trouvez le juste mot clé à cibler

L’erreur à ne pas commettre est de cibler trop haut. Mieux vaut un peu de trafic ultra ciblé depuis la première page de Google qu’une 40ème position sur une expression inaccessible en SEO !

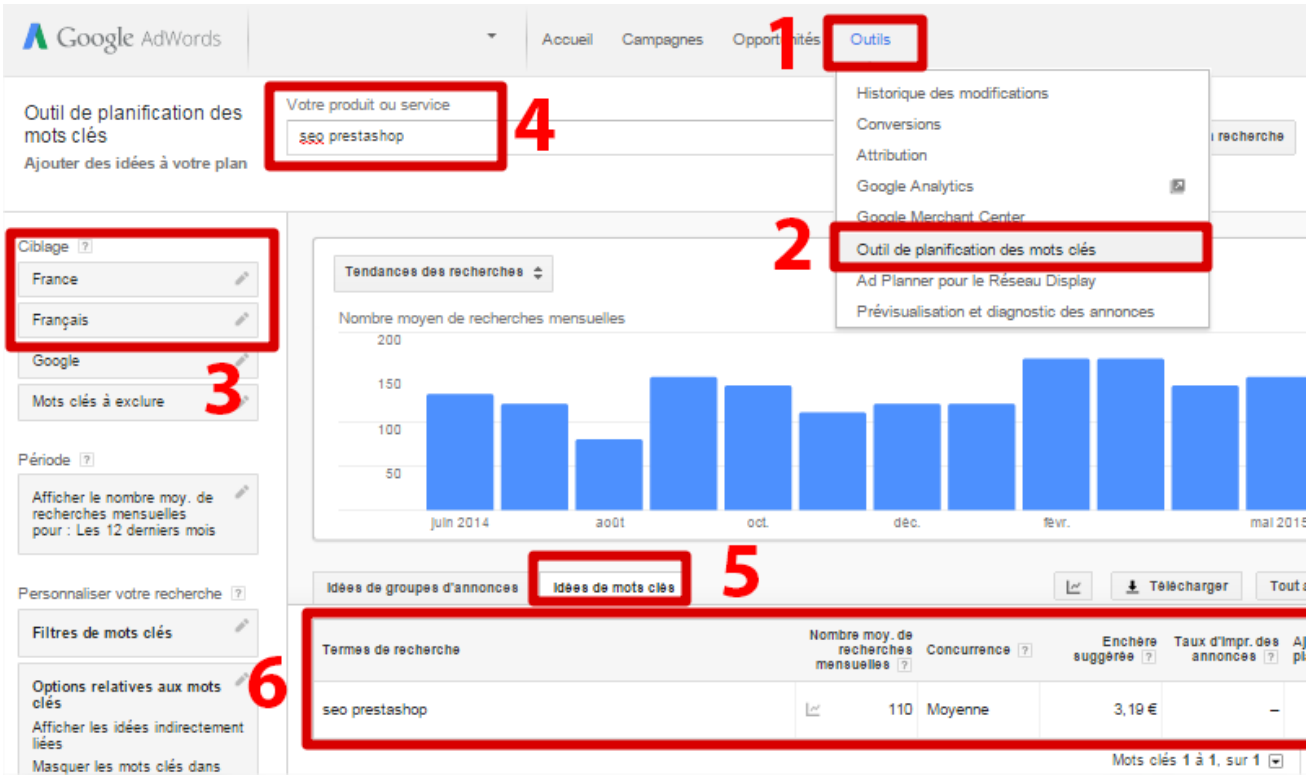
C’est tout !

Le meilleur outil pour déterminer si le mot clé que vous voulez référencer est optimal est proposé par

Google : le KeyWord Planner.

Bonne nouvelle : c'est 100% gratuit !

Il vous faut un compte Google Adwords, mais celui-ci n'a pas besoin d'avoir une carte de crédit associée. Suivez les indication de la capture d'écran ci dessous :



Les bons critères ?

Un volume raisonnable (entre 10 et 2000 recherches par mois) et, surtout, un mot clé qui peut être tapé par vos futurs clients. Si en plus la concurrence pouvait n'être que moyenne ou faible, ce serait l'idéal.

Ne ciblez pas un mot clé trop large : dans mon cas « SEO » est trop générique. Par ailleurs un mot clé précis donnera lieu à un sujet précis.

Par exemple, j'ai écrit un article en visant le mot clé « seo prestashop », qui génère une centaine de recherche par mois en France (et 720 dans le monde). Mes futurs clients ont ce genre de préoccupations !

2/ Trouvez une idée de sujet

Pour pouvoir écrire un article qui soit pertinent, il vous faut une idée de sujet. Mettez-vous dans la peau d'un internaute qui taperait cette recherche.

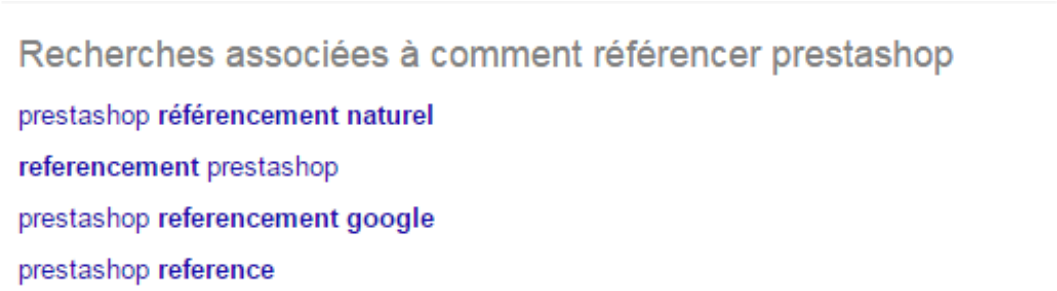
Quel problème cherche-t-il à résoudre ?

Personne ne fait des recherches sur Google s'il n'a pas un besoin réel à satisfaire. Votre entreprise propose des solutions à un besoin. Votre texte doit répondre à la préoccupation.

Quelle est LA technique pour trouver le bon sujet ?

Recherchez : Comment + « Mot clé » dans Google. Vous verrez dans les suggestions ou les recherches liées ce qui vous intéresse. Des forums peuvent vous aider : les sujets ont souvent un

certain nombre de réponses qui montrent l'intérêt du sujet.



Toujours pas d'idée ? Je vous en donne !

Rédigez un guide ou une liste des

15 meilleurs façons de résoudre le problème. Les listes sont populaires et vous aideront à atteindre la première page de Google.

Dans mon exemple, j'ai produit un guide ultra détaillé (en 100 points !) avec des captures d'écran pour chaque optimisation seo possible.

Dernier conseil :

Faites un contenu qui reste pertinent dans le temps. Vu le travail que cela représente, mieux vaut pouvoir l'utiliser pendant plusieurs mois…

3/ Trouvez 20 sources qui traitent du sujet

Utilisez votre moteur de recherche préféré et trouvez 20 sources que vous jugez pertinentes pour votre sujet. Allez plus loin que la première page de Google. Au passage regardez les meilleures réponses sur votre sujet. Il vous faudra être mieux qu'elles !

Idéalement ciblez des blogs ou forums, même concurrents.

Si vous voulez voir dans le guide, visitez la page sources.

4/ Listez les idées

Prenez chaque source identifiée préalablement et listez les idées possibles, même celle qui vous paraissent un peu moins utiles. Le tri sera fait plus loin.

Gagnez du temps avec le MindMapping !

Je suis fan d'Excel mais le MindMapping permet d'aller plus vite : c'est vraiment l'outil idéal pour structurer des concepts et organiser des idées. J'utilise XMind car j'utilise la version Desktop, avec 95% des des fonctionnalités dans sa version gratuite. Des solutions dans le Cloud sont disponibles (comme MindMeister). Ci-après la démo vidéo de Xmind :

5/ Nettoyez les idées

Une fois votre liste arrêtée, nettoyez-la : enlevez les doublons, effacez ce qui n'est finalement pas intéressant. Mieux vaut avoir peu d'idées bien exploitable qu'une liste interminable de lieux communs.

Je rappelle notre objectif : publier un contenu incontournable sur le point traité.

6/ Organisez les idées

Même si vous l'avez déjà plus ou moins fait, hiérarchisez vos contenus. Groupez les idées. J'aime bien n'avoir au final que deux niveaux : quelques grands titres et des sous-titres.

Ne mettez pas plus de deux niveaux pour ne pas perdre de temps.

7/ Trouvez plus de mots clés

Pour obtenir la première page de Google sur votre mot clé, vous allez devoir travailler le LSI. Super, vous voilà bien avancé. LSI pour Latent Semantic Index. En clair, le champ sémantique de votre mot clé : toutes les expressions clés proches ou lointaines qui sont précisément dans la thématique que vous visez.

En 2009, pour se classer en première page de Google sur un mot clé, vous deviez le répéter tant que possible, partout.

> *En 2015, vous devez travailler la sémantique pour arriver en première page de Google.*

Je conseille environ 1 expression clé pour 100 mots de contenu final. Pas besoin de sur-densifier, c'est contre-productif.

Par exemple : dans le cadre du guide SEO de Prestashop, j'ai travaillé les expressions suivantes :

Keyword	Avg. Monthly Searches (exact match only)	Competition	Suggested bid
seo prestashop	110	38%	1.22 €
module seo prestashop	50	37%	2.90 €
prestashop seo	70	47%	1.26 €
prestashop seo module	10	0%	- €
référencement naturel prestashop	30	89%	6.48 €
seo prestashop 1.6	10	38%	- €
prestashop module seo	10	19%	- €
guide seo	50	19%	- €
tarifs prestashop	30	33%	- €
seo friendly	90	32%	2.02 €
prix prestashop	70	33%	4.05 €
boutique prestashop	210	57%	3.98 €
référencer site web	30	93%	10.34 €
expert prestashop	40	50%	1.71 €
e commerce prestashop	30	80%	2.94 €
livre seo	30	80%	0.28 €
conseils seo	30	30%	- €
referencement prestashop 1.6	20	50%	1.55 €
technique de référencement	30	61%	- €
livre blanc seo	30	19%	- €
solution prestashop	10	27%	- €
seo livre	10	42%	- €
guide du référencement	10	42%	- €
comment referencer son site internet	10	100%	- €
optimiser seo	20	37%	- €
livre blanc référencement	20	28%	- €
site e commerce prestashop	20	89%	- €
conseils référencement	20	79%	10.06 €
prestashop boutique	30	19%	1.49 €
conseils référencement naturel	10	91%	9.20 €
referencement efficace	10	100%	- €
comment optimiser son site internet	10	65%	2.17 €

8/ Triez les mots clés

Etape optionnelle quand vous en avez l'habitude, mais pour vos premiers articles, c'est plus simple :

attribuez une priorité à vos mots clés de 1 pour vos mots clés à positionner en page un de Google à 4 pour ceux moins essentiels.

Toutes les balises utilisées en SEO (titre, description, h1, h2 à h6, alt, gras, ancre de lien, url, nom d'image, nom de domaine notamment) n'ont pas le même poids dans l'algorithme de Google, il faut donc prioriser les mots clés pour les placer de manière optimale.

9/ Ecrivez la structure

La structure c'est simplement le titre de la page, le titre principal (h1), les titres de paragraphes (h2) et les sous titres (h3). Utilisez votre traitement de texte préféré. *(Ceux qui me répondent « moi j'utilise Vi sous Linux » peuvent désormais rejoindre le groupe des hipsters qui veulent le faire sur une machine à écrire.)*

Quel que soit l'étape de ce plan, vous devez toujours écrire en bon français. C'est autant de fautes que vous n'aurez pas à corriger par la suite.

> *Oui, Google est pointilleux sur l'orthographe car c'est un signe de qualité facile à mesurer.*

Donc si vous voulez la première page, va falloir jouer du Bescherelle.

Moi aussi je fais de fautes !

Mais je les limite avec un traitement de texte qui vérifie grammaire et orthographe. Ce n'est pas parfait, mais vous allez éliminer déjà pas mal d'erreurs…

10/ Détaillez chaque point

C'est le gros du travail.

Rédigez entre 1500 et 3000 mots. Et pensez à votre lecteur, il doit vous trouver intéressant, soyez factuel et direct. Evitez les périphrases.

Mon guide sur le SEO faisait 15000 mots… Parce que j'étais (trop) dans mon sujet !

11/ Enrichissez avec des exemples

Un bon exemple, réel, vécu, chiffré va vraiment **faire la différence au niveau de l'intérêt**. Vous pouvez même vous limiter à ne décrire que cet exemple (ce qui quasiment le cas de ce post).

> *L'expérience est toujours bonne. Même si vous avez fait un flop.*

Les internautes veulent lire du concret, du réel . On fait tous des erreurs (et on essaie tous de les cacher). Montrer les siennes et en retirer de l'expérience est tout à fait utile !

Si votre contenu est intéressant, il attirera les backlinks (et les partages sociaux). Ceux-ci restent la clé de l'accès à la page 1 de Google.

12/ Apportez de la valeur ajoutée

La valeur ajoutée est ce qui rend votre texte exceptionnel.

Il faut absolument trouver un angle qui motive votre lecteur.

La forme compte, mais le fond fait la différence entre la deuxième et la première page de Google.

> *Des exemples réels et chiffrés sont déjà un solide début de valeur ajoutée.*

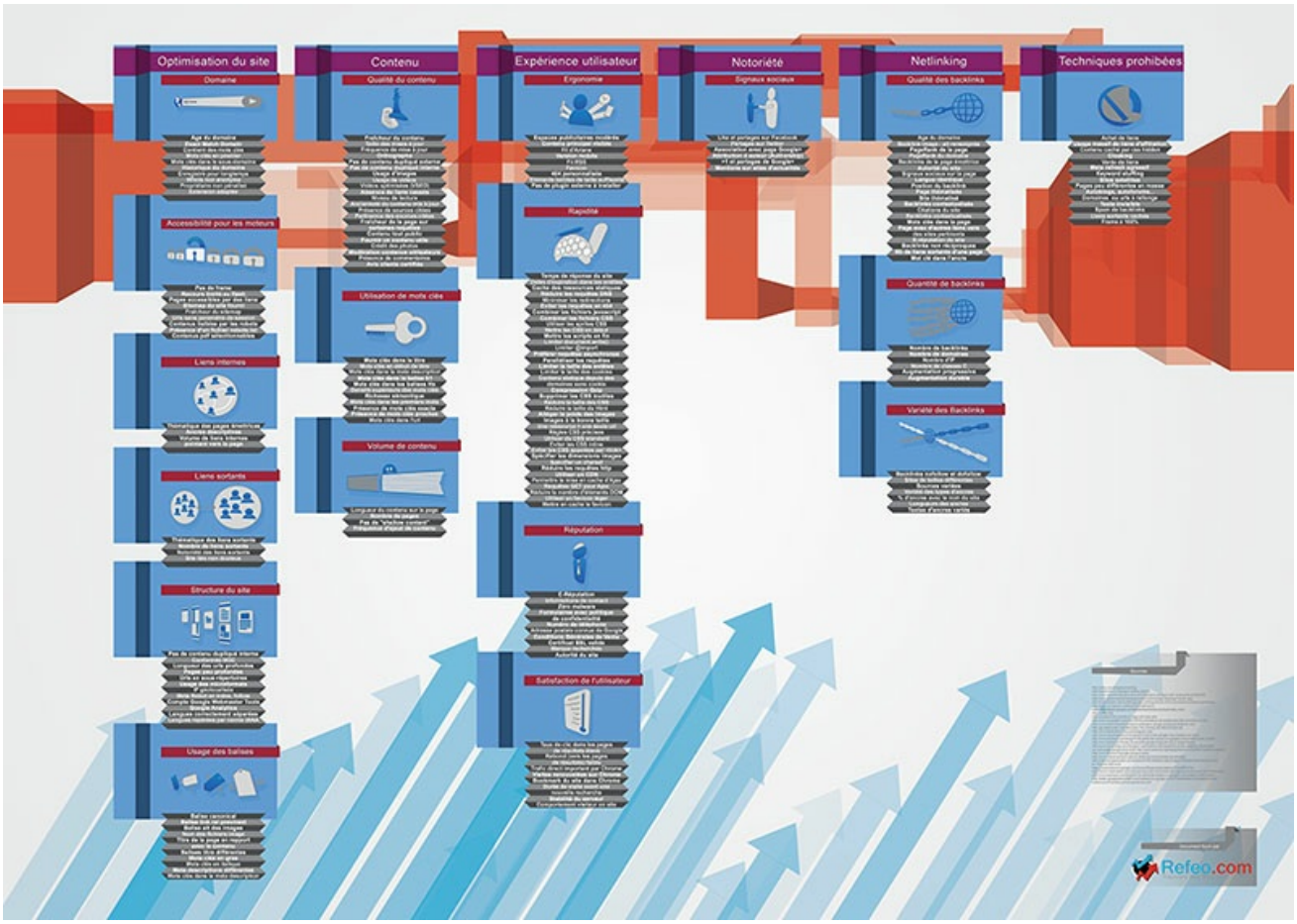
Mais elle peut prendre d'autres formes. Par exemple :

- des citations qui collent bien au sujet
- des interviews de personnes qui comptent dans la thématique
- un pdf téléchargeable
- une infographie
- l'exhaustivité d'une liste
- un cadeau exclusif (voir exemple ci-après)
- un quizz

Pour mon guide le SEO de Prestashop, je misais sur deux choses : des captures d'écrans ultra précises et l'exhaustivité du guide. Quand les autres sources disaient « optimisez le titre », mois je montrais où le faire et comment, souvent à l'aide d'exemples clairs.

Autre exemple :

Pour mon post sur l'algorithme de Google, **j'avais réalisé un poster papier** que j'envoyais gratuitement à ceux qui en faisait la demande. Le succès a été moyen (une centaine envoyés), mais j'ai quand même marqué des points :



13/ Ecrivez l'introduction

L'introduction c'est ce qui fera la différence entre une visite de 20 secondes et une visite de 5 minutes sur la page. Comme Google mesure le taux de rebond (théorie du « pogo sticking »), mieux vaut assurer aussi sur ce point !

Voici la recette en 3 points d'une introduction qui va scotcher votre lecteur :

- Soyez d'accord avec lui sur le problème que vous allez résoudre : parlez-lui de la frustration engendrée, des coûts induits, etc.
- Promettez le résultat qu'il veut avoir
- Expliquez en quelques mots comment il va l'obtenir grâce à votre article : donnez-lui un échantillon

Inutile de faire long : 3 paragraphes **bien ficelés** suffisent. Ici aussi, travaillez la mise en forme.

14/ Ecrivez la conclusion

La conclusion ne vise pas forcément à résumer votre article, mais à inciter le lecteur à l'action :

- il pourra commenter si vous lui posez une question
- il pourra découvrir des articles similaires
- il pourra prendre contact avec vous
- il pourra partager la page sur les réseaux sociaux

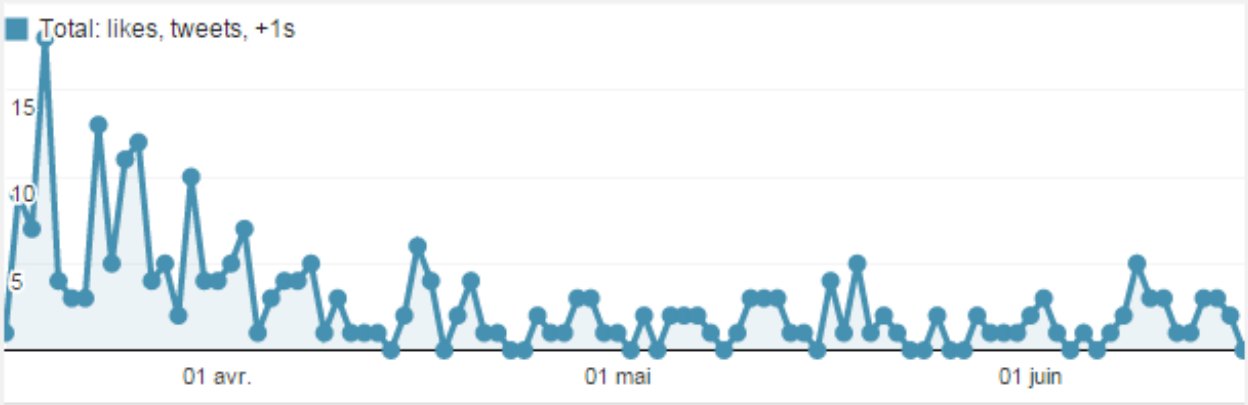
Quelle que soit son choix, vous devez lui faciliter la vie avec des boutons de partage par exemple.

Sur mon guide sur Prestashop, je proposais la version pdf complète de l'article (75 pages tout de

même) totalement gratuitement en contrepartie d'un partage sur les réseaux sociaux. Voici que que voit le visiteur :

Notez en passant que je permets à celui qui ne voudrait pas utiliser les réseaux sociaux de passer par le formulaire de contact, et que j'ai toujours envoyé le pdf aussitôt. Même un Dimanche. À 23h.

Voici quelques statistiques :



Top-50 posts and pages that use the social lockers. Click a post title to view the detailed statistics:

	Post Title	Total Count	Like Count	Tweet Count	+1 Count	by Timer	by Close Icon
1.	SEO PrestaShop : Guide du Référencement Naturel Détaillé	**205**	96	67	42	0	0
2.	Optimisez la page d'accueil de votre boutique PrestaShop	**11**	9	1	1	0	0

J’ai aussi répondu personnellement à quelques commentaires (en fait je le fais systématiquement. Vous avez un doute ? Testez !), par exemple (sur un autre post) :

15/ Ecrivez votre bio

Votre bio va donner une personnalité à votre contenu. La mienne n'est pas parfaite, je l'admet, mais au moins ai-je mis une photo sympathique !

Une bonne bio dans un post ? Du pur Story Telling !

Certes mais en quoi cela consiste ?

> *Racontez un élément de votre vie qui vous crédibilise sur le thème de votre site.*

C'est toujours plus attractif d'avoir à lire le récit d'un ex-livreur de pizza qui a fait fortune avec son blog personnel que le récit d'un type qui a fait fortune avec son blog personnel ! Le cas est bien réel, pour ceux qui doutent : http://alittlesliceofthepie.com/about/) !

15bis/ Ajoutez votre photo

Ajoutez votre photo. Même si vous vous trouvez laid !

16/ Liez vers les sources

Le plus facile : si vous avez bien listé vos sources comme je l'ai indiqué, vous n'avez plus qu'à les mettre les unes à la suite des autres avec un lien sortant.

> *Des liens sortants pertinents sont jugés comme un signe de qualité par Google.*

Votre lecteur, lui, sera assuré que vous avez bossé votre sujet pour lui. C'est aussi une façon de montrer votre pertinence.

1ère astuce : introduisez cette liste avec le mot « Sources » dans le titre (h2 a priori)

2ème astuce : ancrez vos liens sur l'url (c'est plus rapide et naturel). Si vous en avez le courage, vous pouvez commenter les sources (la meilleure page sur tel aspect par par exemple)

3ème astuce : ???? Patience, je vous la donne plus loin ! ***(Note : elle est super puissante !)***

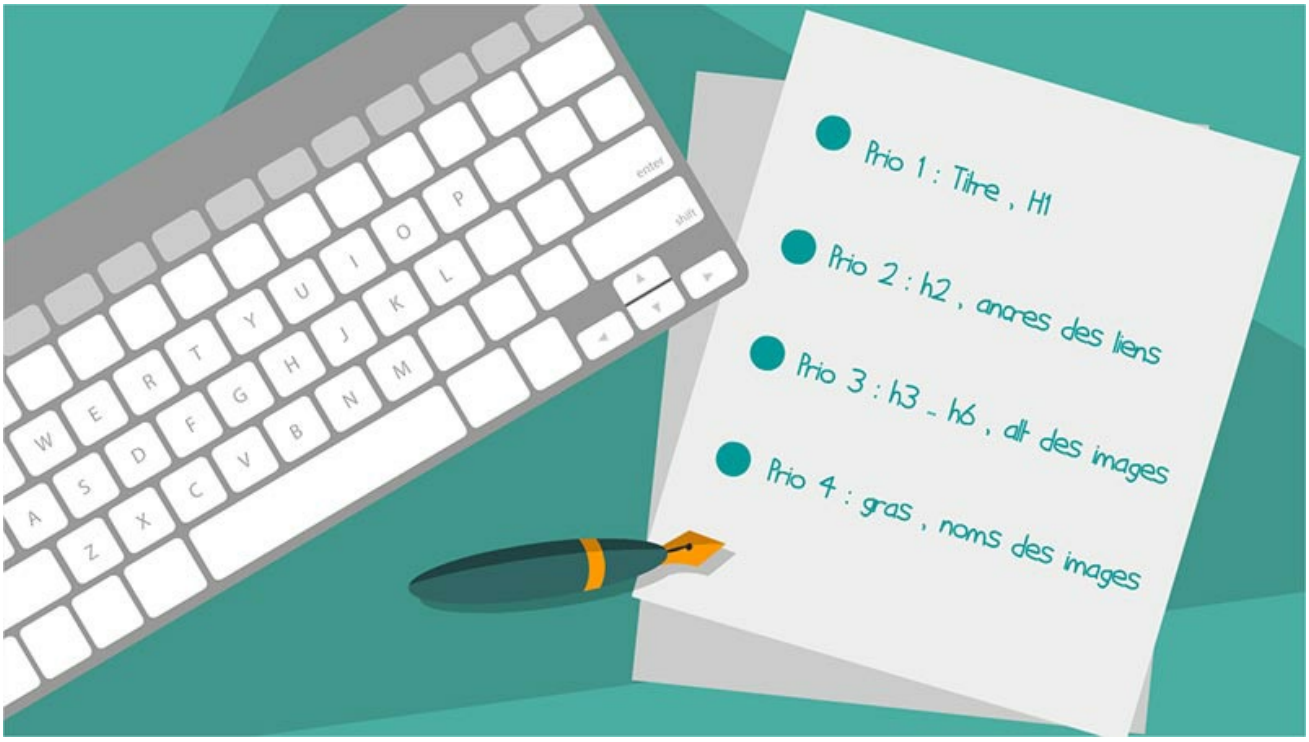
17/ Intégrez les mots clés

Intégrez TOUS vos mots clés. Comme vous le pouvez, en les répartissant un peu partout. C'est effectivement un peu artificiel, mais terriblement efficace pour se positionner en page une de Google.

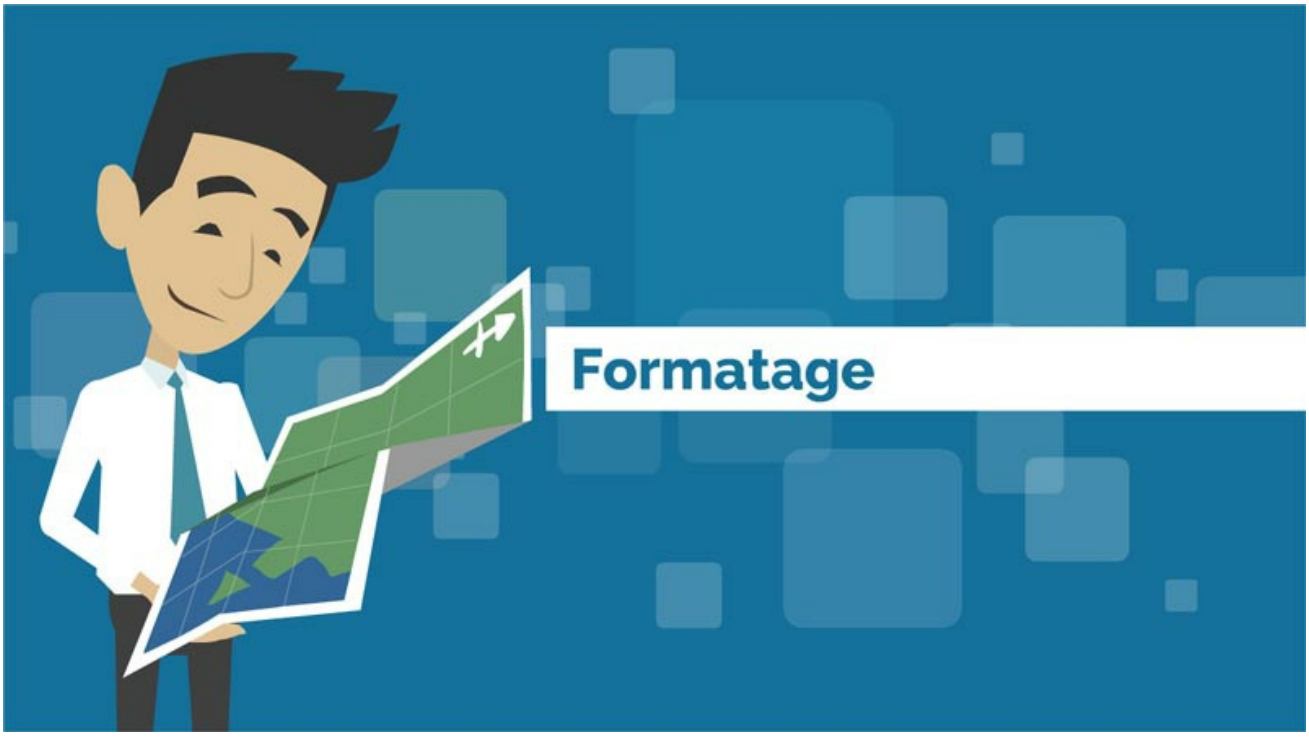
Comment prioriser :

- priorité 1 : titre de page, h1, url
- priorité 2 : h2, ancres de liens

- priorité 3 : h3 à h6, alt d’images
- priorité 4 : gras, corps de texte normal, nom des images



Utilisez toutes les formes possibles : singulier, pluriel, synonymes, etc. Pas de fautes d’orthographe sauf dans les éléments qui le justifient (nom des fichiers images par exemple).



18/ Mettez en page

Aérez.

Espacez.

Laissez respirer !

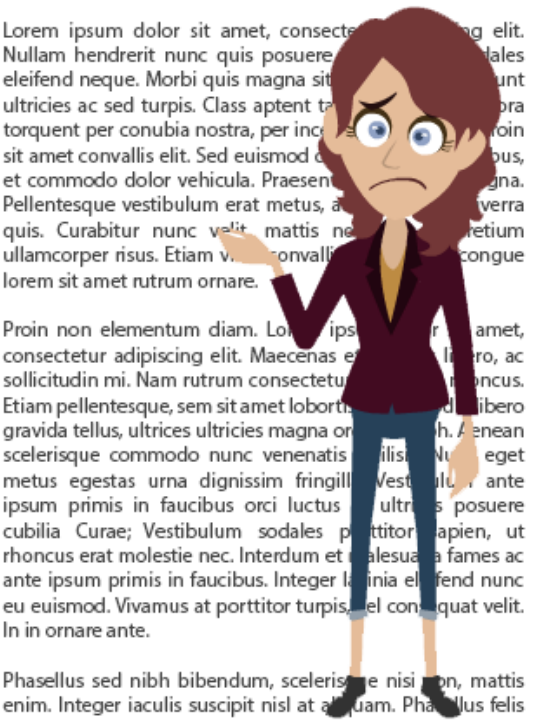
La mise en page va permettre de donner envie au lecteur de continuer à lire…

Comment faire :

– sélectionnez une fonte facile à lire (non, pas « comic sans ms »)
– écrivez dans une grosse police
– cassez votre contenu en paragraphes
– sautez des lignes
– pas de phrase longue
– utilisez du gras, de l'italique, du surlignage, du texte coloré
– utilisez des images (voir ci-après)

Pas convaincu ?

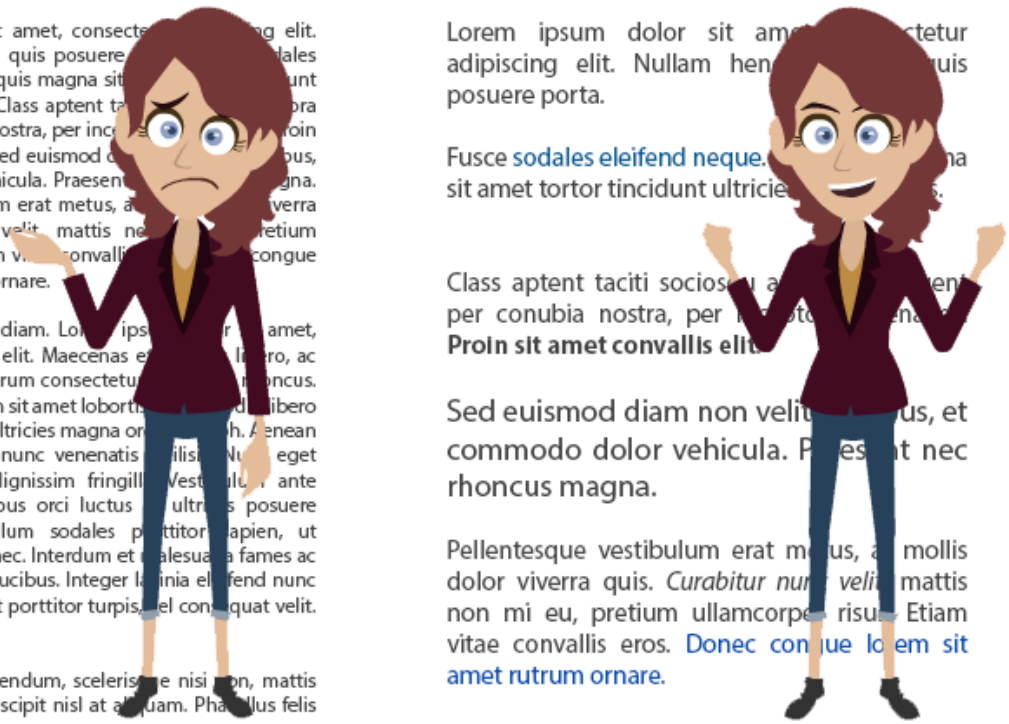
Voici le même texte, lequel liriez-vous ? Celui de droite ou celui de gauche ?



Lorem ipsum dolor sit amet, consecte g elit. Nullam hendrerit nunc quis posuere dales eleifend neque. Morbi quis magna sit unt ultricies ac sed turpis. Class aptent ta ora torquent per conubia nostra, per inc roin sit amet convallis elit. Sed euismod d bus, et commodo dolor vehicula. Praesen gna. Pellentesque vestibulum erat metus, a verra quis. Curabitur nunc velit mattis ne retium ullamcorper risus. Etiam v convall congue lorem sit amet rutrum ornare.

Proin non elementum diam. Lo ips amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas e ro, ac sollicitudin mi. Nam rutrum consectetu ncus. Etiam pellentesque, sem sit amet lobort ibero gravida tellus, ultrices ultricies magna or h. Aenean scelerisque commodo nunc venenatis eget metus egestas urna dignissim fringill Vest ante ipsum primis in faucibus orci luctus ultr posuere cubilia Curae; Vestibulum sodales p ttitor apien, ut rhoncus erat molestie nec. Interdum et alesua fames ac ante ipsum primis in faucibus. Integer l inia el fend nunc eu euismod. Vivamus at porttitor turpis. el con quat velit. In in ornare ante.

Phasellus sed nibh bibendum, sceleris e nisi on, mattis enim. Integer iaculis suscipit nisl at a uam. Pha llus felis



Lorem ipsum dolor sit am ctetur adipiscing elit. Nullam hen uis posuere porta.

Fusce sodales eleifend neque. na sit amet tortor tincidunt ultricie .

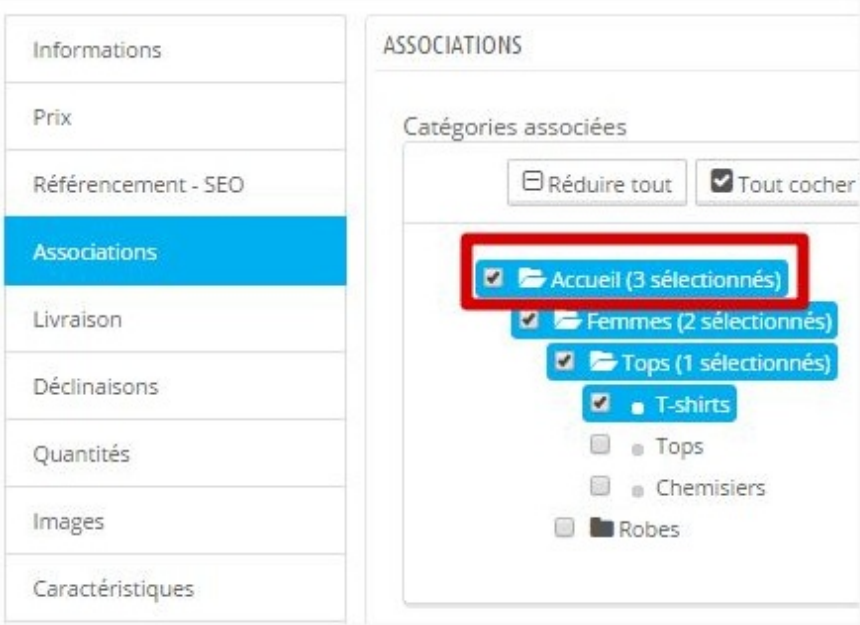
Class aptent taciti socios a en per conubia nostra, per to na **Proin sit amet convallis elit**

Sed euismod diam non veli us, et commodo dolor vehicula. P es t nec rhoncus magna.

Pellentesque vestibulum erat m us, a mollis dolor viverra quis. *Curabitur nu veli* mattis non mi eu, pretium ullamcorpe risu Etiam vitae convallis eros. Donec con ue lo em sit amet rutrum ornare.

Sur mon guide, j'avais par exemple repris le rose (d'un goût discutable, j'en conviens) de la charte graphique de Prestashop, pour donner tous les raccourcis à cliquer pour naviguer dans le backoffice :

Accès : [fiche du produit] / [Associations] / cocher la catégorie « Accueil »



Pour modifier le nombre de produits voire rendre aléatoire leur affichage, vous devez p
configuration. Laisser la catégorie affichée à 2, c'est le bon réglage. Mettez ensuite le nc
de votre choix.

Accès : [Modules] / [Produits mis en avant sur la page d'accueil]

http://refeo.com/seo-prestashop/page-accueil-prestashop/

19/ Créez et intégrez des visuels

Le point le plus difficile de cette stratégie.

Mais je vais vous donner les bonnes astuces !

Vous pouvez :

1) Passer par des graphistes, c'est souvent cher si c'est bien fait.
2) Utiliser canva.com. C'est bien fait et quasiment gratuit. Prenez le temps de faire les tutoriels ils sont vraiment bien faits !

Le lien : canva.com

Petite vidéo de démo (36 secondes) :

Où mettre les visuels ? Un peu partout. L'idée est d'éviter le gros bloc de texte indigeste. Vous voulez la monter en première page de Google ? Séduisez vos lecteurs.

Mon idée est que le robot calcule un ratio texte / image et voit si c'est brut de décoffrage ou soigné. Rien ne le prouve mais le comportement des lecteurs, lui est observé.

20/ Ecrivez 20 fois le titre

Non je ne parle pas d'une punition scolaire !

L'objectif est de produire le meilleur titre possible.

> *80% des visiteurs liront le titre, 20% le reste.*
>
> *(Neil Patel)*

Pour faire simple, vous pouvez le construire ainsi :

Je vais ajouter encore une énorme contrainte : souvent le h1 de votre page est le titre de votre post (comportement par défaut de WordPress). Donc il vous faut en plus insérer votre mot clé de priorité 1 !

Des exemples ?

- « 27 étapes illustrées pour vous positionner en première page de Google. Sur le mot clé de votre choix. Preuves à l'appui. »
- « 30 jours pour être en 1ère page de Google. Méthode Gratuite et Garantie. »
- « Qui veut être en Page une de Google ? Je l'ai fait. »
- « Ne Lisez pas Ceci si vous avez déjà assez de Mots Clés en Première Page de Google ! »
- « Comment je suis arrivé en Page 1 de Google en 30 jours ! »

Le titre de votre page devra reprendre ce texte… Mais en 50 caractères environ… Va falloir être créatif !

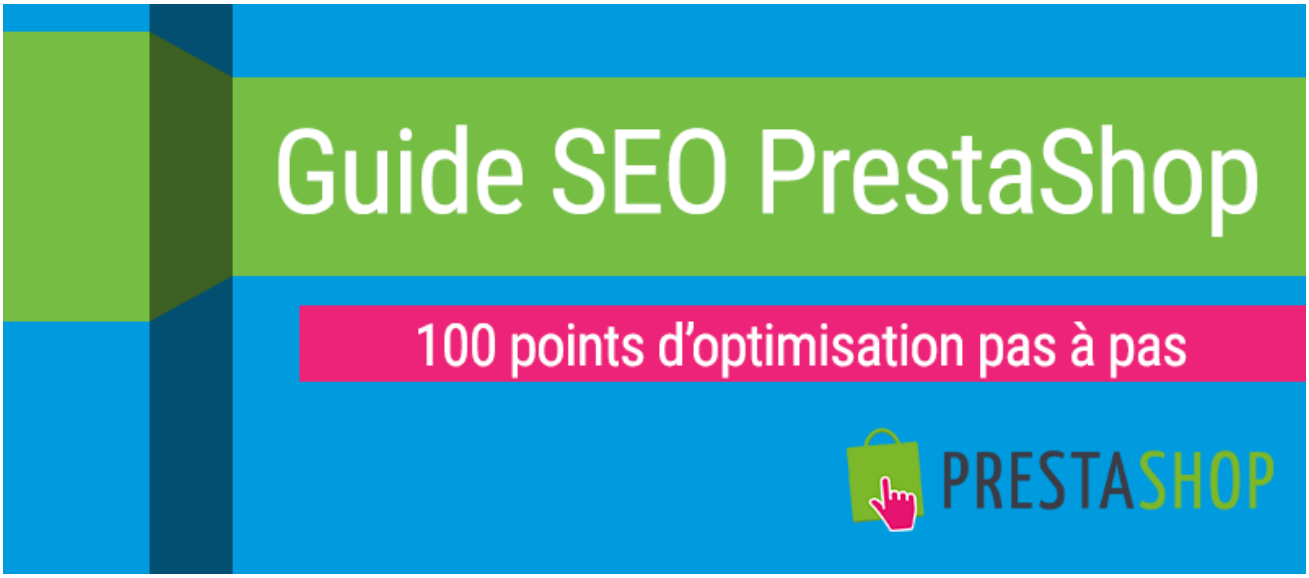
21/ Créez un visuel avec le titre qui sera en tête de page

Le plus important de tous les visuels : vous l'utilisez pour accrocher sur le site mais aussi en dehors.

Soignez-le comme cela :

1. mettez de la couleur (arrière-plan)
2. faites sobre (pas trop d'éléments, on privilégie la lisibilité)
3. idéalement, une illustration qui met en scène le problème que vous résolvez ou la solution ou le résultat attendu
4. le titre que vous avez imaginé un peu avant sera bien lisible avec une couleur qui tranche avec le fond.

Par exemple, dans le guide du seo de Prestashop, je reprenais le logo de Prestashop et la charte des couleurs – flashy mais parlant. J'indiquais mon gros chiffre (« 100″) et la valeur ajoutée du contenu : on parle de SEO, de Prestashop et on le fait pas à pas pour ne perdre personne en route. Ca doit donner envie à ceux pour qui c'est écrit !



22/ Faites relire

Oui, cela paraît évident. Mais qui le fait vraiment ? Des maladresses, des coquilles, des fautes pourront vous échapper parce qu'à un moment, vous êtes fatigué. Oui, pour finir sur la première page de Google, c'est du boulot.

Faites-vous aider !

Ne vous vexez pas si on vous corrige, c'est le but du jeu. Parfois même le fond de ce que vous avez écrit pourra être remis en cause (pas assez clair voire même faux). C'est le but d'une relecture !

23/ Relisez-vous

Avant de publier, relisez.

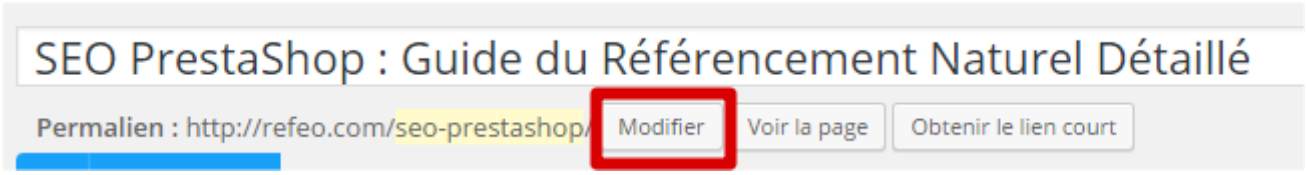
2 astuces pour le faire correctement :

1. Imprimez sur du papier votre prose et corrigez avec un stylo de couleur, qui sera facile à repérer par la suite
2. Lisez chaque paragraphe en commençant par la fin pour remonter vers le début. Le sens sera moins clair, vous pourrez vous concentrer sur la forme.

24/ Optimisez url et meta description puis publiez

Sur un site web disposant d'un CMS digne de ce nom (comme WordPress par exemple), vous pouvez contrôler l'url où sera posté votre contenu.

Comment faire avec WordPress ? C'est facile :



Comment choisir une bonne url ?

Prenez-la courte et avec vos mots clés prioritaire. On bon test est de donner l'url à voix haute et de voir si une personne peut la retrouver directement !

Pour la meta description (pour WordPress, utilisez le plugin WordPress SEO de Yoast), elle doit tenir en 150 caractères et donner envie au lecteur. Reprenez un des titres que vous aviez écrit et allongez-le. Mettez vos mots clés si possible (ils n'ont pas de poids dans l'algo, mais ils seront mis en gras par Google s'ils correspondent à la recherche de l'internaute, d'où un gain de visibilité).

Une astuce ? OK :)

Agrémentez votre meta description par des caractères html spéciaux, que vous pourrez trouver notamment ici : http://www.danshort.com/HTMLentities/index.php?w=dingb

```
<meta name="description"        content="Découvrez notre sélection Bottes pour
Femme tendance sur La Halle à prix tout doux ! &amp;#10003;Livraison rapide
&amp;#10003;Retour gratuit en magasin." />
```

25/ Contactez les sources utilisées

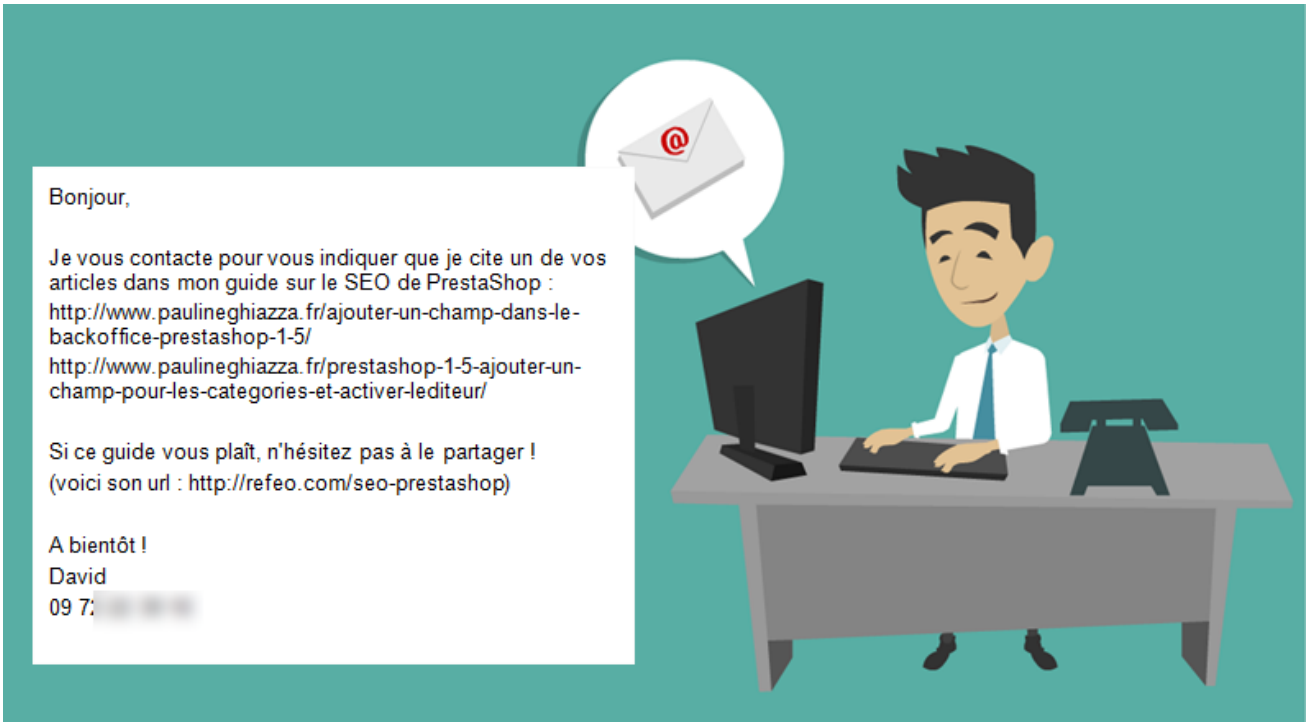
Vous vous souvenez avoir noté avec amour toutes vos sources ? C'est le moment de s'en servir !

Le principe :

Pour chaque source pertinente, contactez-les (mail, formulaire de contact) pour leur dire en 2 lignes que vous avez publié un post sur un sujet qui les intéresse et que vous les avez mis en source.

Ne cherchez pas à vendre quoi que ce soit, ce n'est absolument pas l'objectif ! C'est un contact amical. Votre but est d'obtenir un lien vers votre site (les fameux « backlinks »), un tweet, un commentaire, etc.

Pour mon guide j'avais contacté une dizaine de personnes des sources avec un mail de ce type :



Notez que j'ai laissé ma ligne directe en fin de mail, pour échanger au besoin.

Ponctuellement, dans le cas où un numéro de téléphone était visible sur le site source, j'ai même utilisé mon téléphone (en doublant d'un mail pour l'url). J'ai **toujours été bien reçu !**

26/ Faire de la pub sur Twitter

Twitter est probablement le bon outil pour vous promouvoir avec un contenu bien conçu.

Quels objectifs ?

Faire parler de vous, attirer sur votre site des visiteurs qui ont pour centre d'intérêt votre contenu.

La vérité qui fait mal : vous ne vendrez pas directement depuis Twitter. C'est un outil facile d'accès pour qu'on parle de vous, qu'on vous relaye.

Quel budget prévoir ?

Pour mon article j'avais mis environ 350€, ce qui est à la fois peu et beaucoup. Beaucoup si par la suite vous ne faites pas de vente. Peu car j'ai récupéré des clients et des backlinks qui m'ont envoyé directement en première page de Google. Le clic sort à environ 0,45€.

J'ai un post hyper très détaillé et en vidéo sur le sujet :

27/ Faire de la pub sur Facebook

Même principe que Twitter, avec un ciblage plutôt B2C (quoique). Prévoir un clic à 0,15€, qui dépend de votre attractivité (le système d'enchères de Facebook est d'une opacité affligeante).

28/ Faire de la pub sur Youtube

Vous pensez que ce n'est pas faisable ?

Faux !

Le but n'est pas de faire un spot TV parfait en tout point (donc hors de prix). J'avais fait une vidéo avec ma webcam où j'expliquais le contenu de mon guide en 1 minute – en disant surtout qu'il était gratuit et ce dans les 5 premières secondes.

Et pourquoi c'est bien ?

- parce que le clic est en moyenne à 0,42€, la vue à 0,10€ (ces chiffres ne s'additionnent pas : pour le montant total j'ai eu les clics ET les visionnages)
- parce que Youtube n'est pas encore trop concurrentiel
- parce que vous payez à la vue de plus de 30 secondes, donc pas de gaspillage !

Si vous me le demandez, je ferai un post dédié à ce sujet.

Le budget ?

Tout est là :

		Campagne	État	Budget	Vues	Taux de visionnage	CPV moy.	Coût total	Clics	CTR
☐	⏸	Pub Video Guide SEO PrestaShop	Mis en veille	5,00 € par jour	4 291	13,11%	0,07 €	307,92 €	717	2,19%

29/ Contactez les propriétaires des sites qui font un lien vers vos sources

Attention : technique avancée de SEO !

L'idée est simple : si des sites font un lien vers une page de vos sources, il est possible qu'ils soient intéressés pour faire une mise à jour de leur contenu.

Comment trouver les liens ?

Il faut utiliser un site d'analyse de backlinks. http://www.seobserver.com/ est très bien mais un peu cher (99€ pour un mois, mais le prix s'explique par les API auxquelles ils ont accès, très onéreuses ainsi que la richesse des fonctionnalités proposées), vous pouvez aussi passer par ahrefs.com et majestic.com. Les versions gratuites sont limitées mais exploitables.

Et ensuite ?

Même approche que pour contacter vos sources : un petit mail amical, comme dans l'exemple qui suit :

Un exemple de résultat ?

J'ai eu la chance d'avoir non seulement un backlink ultra qualitatif depuis un site 100% dans la thématique mais carrément un article. Et non, je ne les ai pas payés ! Pour ceux connaissent le prix d'un lien, celui vaudrait à lui seul quelques centaines d'euros… Pour 12 mois :

Un manuel SEO gratuit pour le référencement de votre Prestashop

25 mars 2015 | publié par Webbax

Partager |

On le sait tous, une boutique Prestashop sans référencement… ça ne sert à rien ! Alors, comment s'y prendre pour optimiser le référencement de sa boutique ? Nous allons voir ça grâce à un manuel proposé gratuitement par l'agence Refeo.

Quoi optimiser ?

Une question qui revient très souvent des e-commerçants « Qu'est-ce que je pourrai optimiser sur ma boutique ? ». Une fois la boutique lancée on pourrait croire que c'est fini, mais il peut-être utile de faire un contrôle complet de toute votre application Prestashop, pour être sûr que vous n'avez rien oublié en terme d'optimisation.

Le guide SEO par Refeo

L'agence Refeo a décidé de proposer un document complet expliquant point par point, tous les éléments « optimisables » sur une boutique Prestashop, pour espérer un meilleur positionnement. Le document fait 78 pages et se trouve disponible sur leur site. Le lien vers le fichier se débloque si vous faites un partage sur les réseaux sociaux.

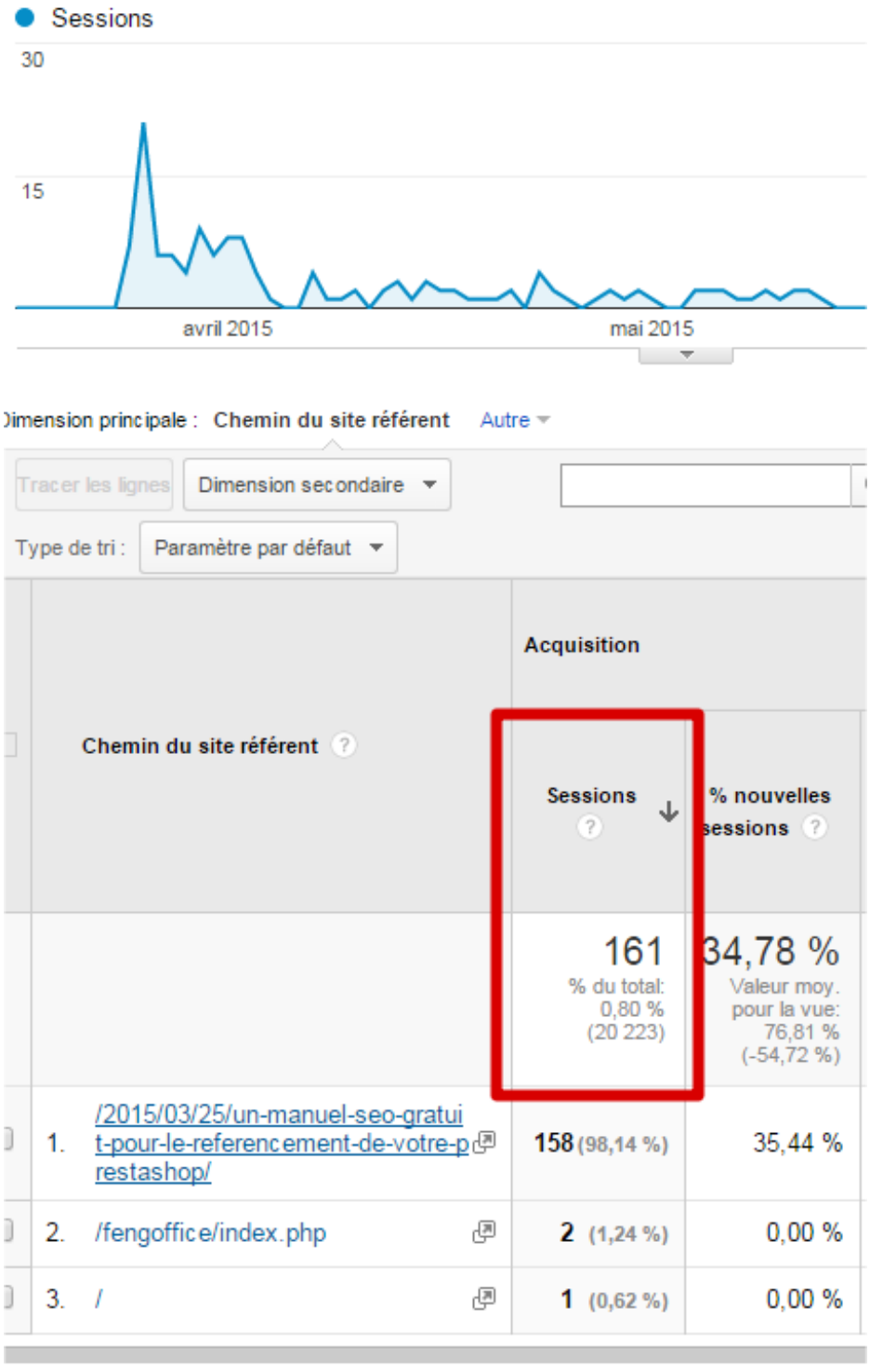
Un guide 100% gratuit en échange d'un « share » ! Qui dit mieux ?

RECHERCHER

D'autres articles par Webbax

- L'actualité DirectNews de Juin
- La personnalisation de produits et le e-commerce
- L'inscription rapide en 1 clic sous Prestashop
- Le coût des prestations e-commerce
- Optimisez votre SEO grâce à blog-ecommerce (part.4)
- Recommandation de produits sous Prestashop
- Faire mieux qu'Amazon c'est possible
- Connaissez-vous le Juste Prix ?
- Optimisez votre SEO grâce à blog-ecommerce (part.3)
- Du nouveau avec WinBIZ Update pour Prestashop

Et hop un peu de trafic depuis la Suisse :



30/ Mesurez les résultats

Vous allez suivre le succès de votre travail !

Utilisez Google Analytics et regardez le trafic entrant vers votre page. Distinguez le trafic payant du trafic naturel. Mesurez les conversions (achat ou inscription mail par exemple).

Un bon article doit vous apporter un flux régulier de visiteurs (quelques dizaines ou centaines par mois), ceci pendant longtemps.

Si vous vous demandez combien cela peut vous rapporter, dites vous que le prix du clic en Adwords ne fait qu'augmenter et qu'il dépasse allègrement 1€ par clic dans la plupart des métiers !

En bossant régulièrement cette méthode, vous obtiendrez un trafic récurrent et soutenu :

31/ Relancez la promotion

Quelques semaines après, n'hésitez pas à refaire un peu de publicité payante. Tout le monde n'a pas vu vos contenus. Si vous publiez régulièrement, vous pouvez aussi les faire entrer par un article puis ils découvriront les autres articles de cette même gamme !

Conclusion

Si vous voulez arriver en première page de Google, **utilisez régulièrement cette méthode**. Oui, c'est du travail, mais même si elle ne vous amène pas systématiquement en page 1, elle produira un trafic additionnel doublement qualitatif : des gens qui sont intéressés par votre thématique et qui apprécieront votre talent : ce qui facilitera la transformation en client !