

28.11
2023

CONFÉRENCE

SEO UPDATE 2024

Ou comment s'adapter
à la révolution IA / ChatGPT

Objectif Papillon

AGENCE TRÈS DIGITALE



160



SFL update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023



Nous sommes les **spécialistes**
de vos sites web.

✓ ux Au plus près
de vos cibles

✓ sites web Design, ergonomie,
fiabilité, rapidité

✓ seo Être visible sur Google,
plus que jamais

Objectif Papillon

AGENCE TRÈS DIGITALE



Vincent Moreau
Objectif Papillon



Vlad Cerisier
Consultant SEO



Laurent Peyrat
La Mandrette



Olivier Duffez
Créateur de Webrankinfo



Aurélien Miklas
Objectif Papillon



Laurent Brice
Valetudo



Sandrine Bertrand
SEO Hackers

Le programme

ChatGPT, moteurs de recherche et SEO, le grand bouleversement

Vincent Moreau – Objectif Papillon

Ma nouvelle vie de rédacteur SEO à l'heure de ChatGPT

Vlad Cerisier – Rédacteur SEO

IA, SEO et café : le trio gagnant du web de demain

Laurent Peyrat – La Mandrette, agence SEO

L'empire contre-attaque, ou comment Google modifie les règles du jeu, et comment s'y adapter

Olivier Duffez – Créateur de Webrankinfo

SEO Marketing : avec ou sans ChatGPT ?

Aurélien Miklas – Objectif Papillon

Comment j'ai révolutionné ma stratégie netlinking avec ChatGPT

Laurent Brice – Valetudo, agence SEO

Google Search Console en toute sérénité

Sandrine Bertrand – SEO Hackers, agence SEO

Voulez-vous prompter ?

Les conseils des intervenants



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

Objectif Papillon

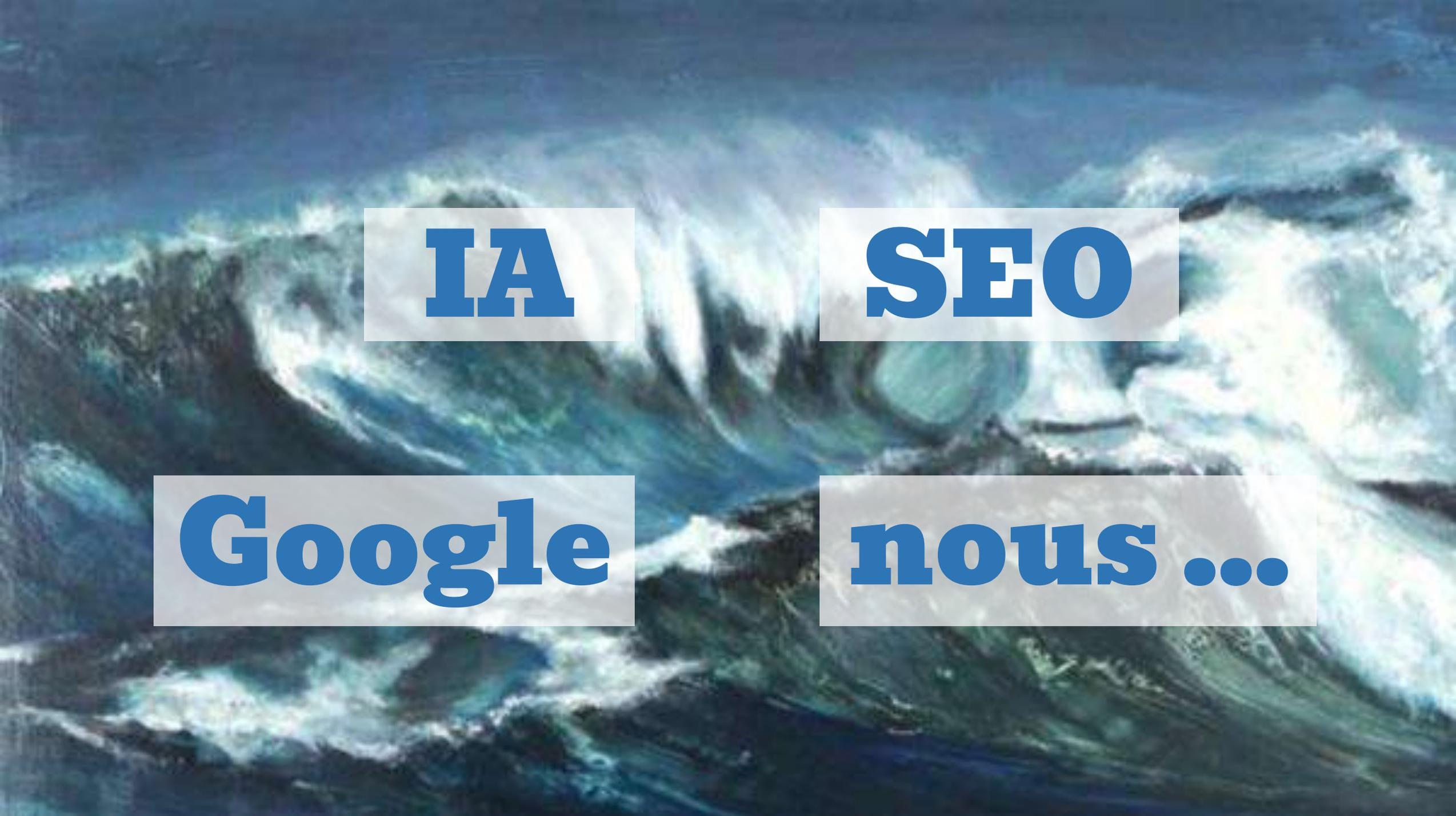
ChatGPT, moteurs de recherche et SEO, le grand bouleversement



Vincent Moreau
Objectif Papillon





An aerial photograph of a tropical coastline. The water is a vibrant turquoise color, transitioning to a deep blue as it meets the shore. White sand beaches are visible, interspersed with lush green vegetation. The overall scene is bright and scenic.

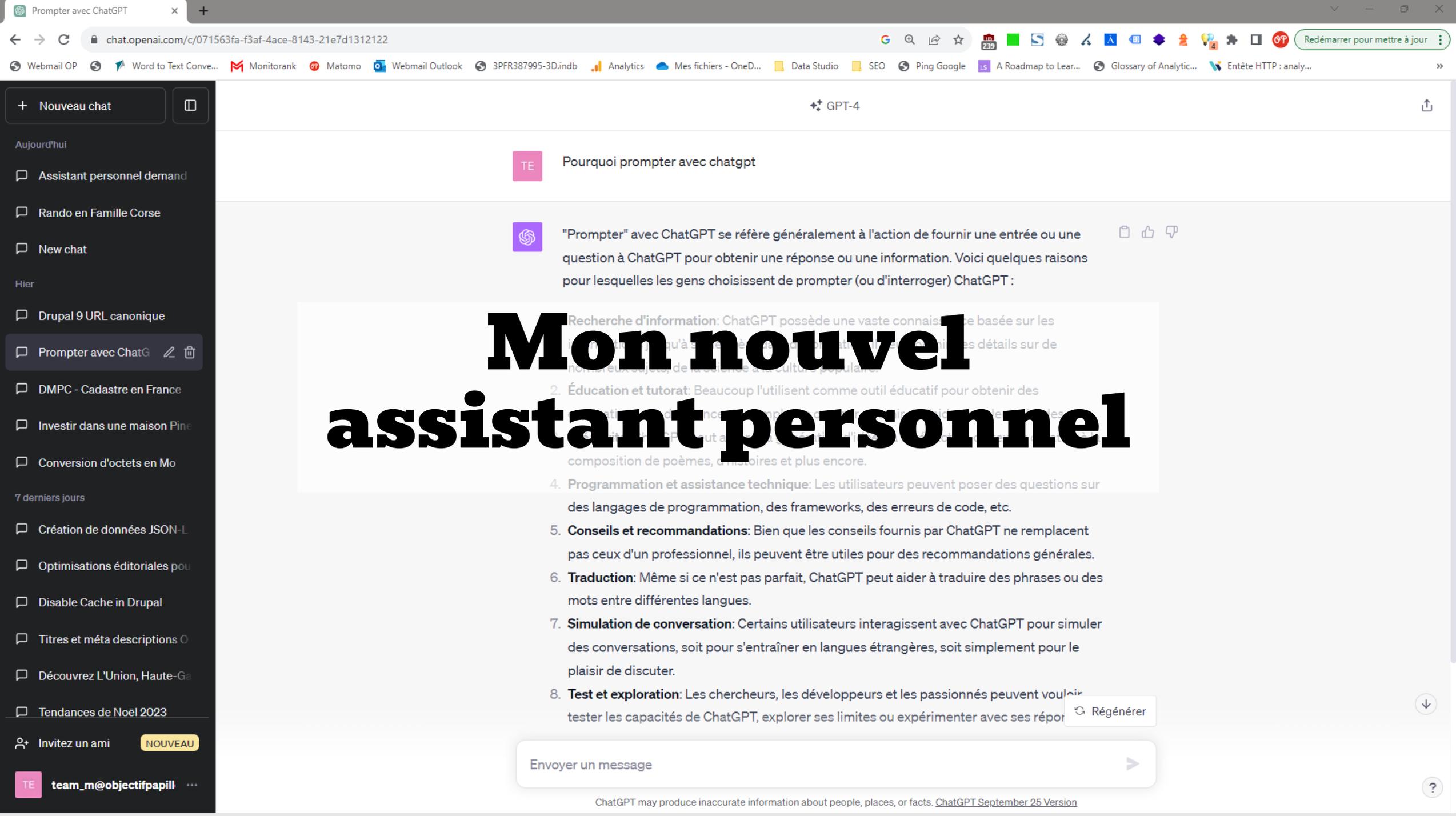
IA

SEO

Google

nous ...





GPT-4

TE Pourquoi prompter avec chatgpt

"Prompter" avec ChatGPT se réfère généralement à l'action de fournir une entrée ou une question à ChatGPT pour obtenir une réponse ou une information. Voici quelques raisons pour lesquelles les gens choisissent de prompter (ou d'interroger) ChatGPT :

Mon nouvel assistant personnel

- 1. **Recherche d'information:** ChatGPT possède une vaste connaissance basée sur les données jusqu'à fin 2021, ce qui permet d'obtenir des informations détaillées sur de nombreux sujets, de la culture populaire à la science.
- 2. **Éducation et tutorat:** Beaucoup l'utilisent comme outil éducatif pour obtenir des explications claires et détaillées sur des concepts complexes, ainsi que pour générer des exercices ou des compositions de poèmes, d'histoires et plus encore.
- 3. **Créativité et rédaction:** Les utilisateurs peuvent demander à ChatGPT de leur proposer des idées de contenu, de leur aider à rédiger des lettres, des discours ou des articles, ou même de leur générer des histoires et des scénarios.
- 4. **Programmation et assistance technique:** Les utilisateurs peuvent poser des questions sur des langages de programmation, des frameworks, des erreurs de code, etc.
- 5. **Conseils et recommandations:** Bien que les conseils fournis par ChatGPT ne remplacent pas ceux d'un professionnel, ils peuvent être utiles pour des recommandations générales.
- 6. **Traduction:** Même si ce n'est pas parfait, ChatGPT peut aider à traduire des phrases ou des mots entre différentes langues.
- 7. **Simulation de conversation:** Certains utilisateurs interagissent avec ChatGPT pour simuler des conversations, soit pour s'entraîner en langues étrangères, soit simplement pour le plaisir de discuter.
- 8. **Test et exploration:** Les chercheurs, les développeurs et les passionnés peuvent vouloir tester les capacités de ChatGPT, explorer ses limites ou expérimenter avec ses réponses.

Régénérer

Envoyer un message

+ Nouveau chat

- Aujourd'hui
- Assistant personnel demand
- Rando en Famille Corse
- New chat
- Hier
- Drupal 9 URL canonique
- Prompter avec ChatG
- DMPC - Cadastre en France
- Investir dans une maison Pine
- Conversion d'octets en Mo
- 7 derniers jours
- Création de données JSON-L
- Optimisations éditoriales pou
- Disable Cache in Drupal
- Titres et méta descriptions O
- Découvrez L'Union, Haute-Ga
- Tendances de Noël 2023

Invitez un ami NOUVEAU

TE team_m@objectifpapill

186 millions de comptes en mars

Pour le seul mois de février, les 1,6 milliard de visites du site permettent à ChatGPT de dépasser le moteur de recherche de Microsoft, Bing, qui a pourtant **intégré la solution d'OpenAI**, précise le quotidien économique.

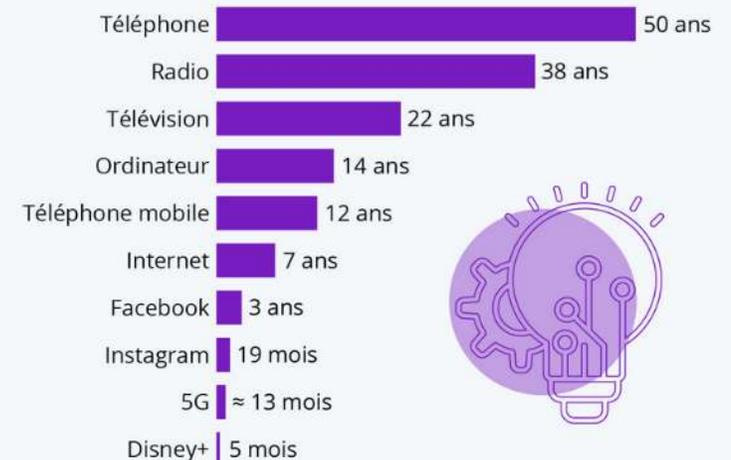
ChatGPT est d'ores et déjà l'outil avec **la croissance la plus rapide de tous les temps** grâce à ses 100 millions d'utilisateurs actifs mensuels. Mais en mars, il a quasiment doublé la mise avec un total de 186 millions de comptes ayant utilisé le service au moins une fois dans le mois.

1 an après ...
% des professionnels du SEO ?
des rédacteurs ?
des professionnels de la communication ?

Mais aussi ...
(beaucoup) de lycéens et étudiants !

Comment la diffusion des innovations s'accélère

Durée qu'il a fallu aux technologies et services sélectionnés pour atteindre 50 millions d'utilisateurs



Sources : VisualCapitalist, McKinsey, Ericsson, recherches Statista



statista

« Un danger pour l'humanité » : on croit savoir pourquoi Sam Altman a été viré d'OpenAI

🕒 23/11/2023 · 09:53



La société OpenAI ferait de grandes avancées dans le domaine de l'intelligence artificielle, au point d'inquiéter une partie de ses scientifiques sur l'avenir de l'humanité.

D'après ces deux sources, c'est bien cette lettre et les progrès d'OpenAI qui ont conduit au renvoi de Sam Altman. Plus précisément, il est question **du projet Q***, **une avancée prodigieuse dans le domaine de l'IA qui rapprocherait OpenAI de l'AGI, pour Artificial General Intelligence.** Il s'agit du stade où l'IA serait capable de dépasser l'humain sur la plupart des tâches avec une plus-value économique.

**Et pendant ce temps-là,
Google ...**

... s'adapte, punit et rassure





Définition de Hummingbird

Hummingbird est une nouvelle approche de la réécriture de requêtes (Google évalue s'il vaut mieux répondre à une requête légèrement différente de celle réellement faite par l'internaute). Hummingbird sait substituer des mots dans une requête en se basant sur tous les mots de cette requête et pas seulement ceux qui sont adjacents les uns aux autres.

(Webrankinfo - octobre 2013)



<https://www.codeur.com> › Mag › SEO ▼

Google BERT : comprendre et s'adapter à ce nouvel algorithme

4 avr. 2020 — C'est ce que vous apporte **Google** avec son nouvel algorithme **BERT**. ... capable de détecter les **intentions** de recherche des internautes. **BERT** ...



what's better for a family with kids under 3 and a dog, bryce canyon or X

Requête



Converse Shopping Images Videos News Maps Books Flights Finance

Google expander

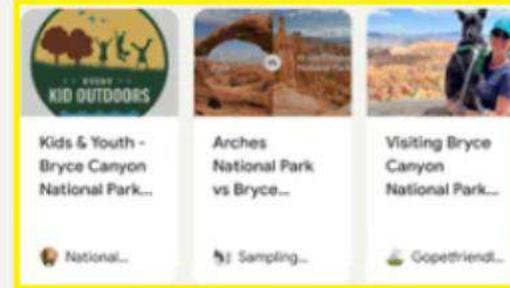
Generative AI is experimental

Both Bryce Canyon and Arches National Parks are family-friendly. Although both parks prohibit dogs on unpaved trails, Bryce Canyon has two paved trails that allow dogs.

Bryce Canyon has distinctive features like hoodoos, natural bridges, and waterfalls. At the visitor center's interactive exhibits, children can learn about the geology, wildlife, and people of the area. You can bring your dog on the paved sections of both the Rim Trail and the Shared Use Path, both of which are also stroller-friendly.

At Arches, children may enjoy the rock formations, and some say that Arches has more variety than Bryce Canyon. Pets aren't allowed on any trails, though they are allowed at campgrounds, pullouts, roads, and parking lots.

Both parks offer guided tours, ranger-led programs, picnic areas, and restrooms, and both parks require pets to be leashed.



Carousel images + sites Web

Ask a follow up

How long to spend at Bryce Canyon with kids?

How many days do you need in Arches National Park for kids?

Réponse générée par l'IA

"Ask a follow up"

Action Tour Guide https://actiontourguide.com - 2022/02/17 - which-is-b...

Action Tour Guide

Feb 17, 2022 — Arches only allow dogs at campgrounds, parking lots, and along established roads, making it a lot harder to experience the park with your dog.



Autres résultats organiques

[RECHERCHER](#)[CONVERSATION](#)[TRAVAIL](#)[IMAGES](#)[VIDÉOS](#)[CARTES](#)[ACTUALITÉS](#)[SHOPPING](#)[PLUS](#)

Environ 188 000 résultats

Il est probable que Google et ChatGPT coexistent à l'avenir, et que l'emprise de Google sur l'information soit moins prégnante qu'elle ne l'est aujourd'hui ¹. Google a investi dans de multiples projets d'IA depuis plus de 20 ans, et c'est pour cette raison qu'il se trouve en position de challenger avec l'accès libre et gratuit à son outil ChatGPT ². La presse a relayé une certaine fébrilité chez Google, avec notamment la tenue de réunions en décembre 2022 pour tenter de contrer OpenAI ².

En savoir plus : [1. free-work.com](#) [2. leptidigital.fr](#)

Commentaires

Autres questions posées

Pourquoi chatgpt ne remplacera-t-il pas Google ?



Voici les principaux arguments qui montrent pourquoi ChatGPT ne remplacera pas Google : On l'a vu, ChatGPT est très pertinent lorsqu'il s'agit d'apporter une réponse...

ChatGPT va-t-il remplacer Gooql...
[FW www.free-work.com/fr/tech-it/blog...](#)

Quelle est la différence entre chatgpt et Google ?



Difficile de faire plus simple. Les deux moteurs donnent une réponse similaire, bien que **ChatGPT aille un tout petit peu plus loin dans la précision**. De son côté, Google...

ChatGPT vs Google : qui du mote...
[C www.clubic.com/pro/entreprises/...](#)

Est-ce conne

Si Chat
» à Inter
de Mi
que Lan
recherch

ChatGF
[C www](#)

Commentaires

Continuer

- ✓ Recherche de «pourquoi chatgpt ne remplacera-t-il pas google ?»
- ✓ Générer des réponses pour vous...

Selon une étude menée par Microsoft, 50% des recherches en ligne pourraient être effectuées via un agent conversationnel (ChatBOT) s'appuyant sur une IA générative ¹. Cependant, les agents conversationnels utilisant l'IA générative (ChatGPT, nouveau Bing) ne représentent pas une alternative crédible à l'hégémonie des moteurs de recherche classiques car ils requièrent une formulation sous forme de langage naturel qui aujourd'hui ne représente que 10,58% des requêtes et seule

En savoir plus : [1. intotheminds.com](#) [2. presse-citron.net](#) [3. choq.fm](#) [+2 plus](#)

Nouvelle rubrique

Posez-moi une question...



Environ 3 880 000 résultats (0,47 secondes)

Selon des données du cabinet StatCounter, B
 marché mondial de la recherche en ligne en ju
 qu'en janvier, avant l'intégration de ChatGPT.



Les Echos

<https://www.lesechos.fr> > ... > Intelligence artificielle

Malgré l'IA, Bing a du mal à « piquer » des pa

À propos d

core update



Conseils de la recherche Google concernant le contenu généré par IA

[Envoyer des commentaires](#)

Mercredi 8 février 2023

Chez Google, nous croyons depuis longtemps à la puissance de l'IA pour transformer la capacité à fournir des informations utiles. Dans cet article, nous expliquons plus en détail la façon dont le contenu généré par IA s'intègre à notre approche de longue date consistant à proposer des contenus utiles aux internautes dans la recherche Google.

Récompenser les contenus de haute qualité, quelle que soit la façon dont ils sont produits

Les systèmes de classement de Google visent à récompenser les contenus originaux et de haute qualité qui répondent aux critères de ce que nous appelons l'E-E-A-T : l'expertise, l'expérience, la légitimité et la fiabilité. Vous trouverez plus d'informations à ce sujet sur notre site [Comment fonctionne la recherche Google](#).

Nous nous concentrons sur la qualité du contenu plutôt que sur la façon dont il est produit. Cela nous permet de fournir des résultats fiables et de haute qualité aux utilisateurs depuis des années.

Par exemple, il y a environ 10 ans, il y avait des inquiétudes compréhensibles concernant une augmentation de la production groupée de contenus générés par l'homme. Personne n'aurait jugé raisonnable que nous réagissions en interdisant tout contenu généré par des utilisateurs. Il était plus logique d'améliorer nos systèmes pour récompenser les contenus de qualité, [comme nous l'avons fait](#).

#SEO2024

Disposer d'un capital de confiance EEAT

Expertise – Experience – Autorité – Confiance (Trustworthiness)

Répondre à l'intention de recherche de l'utilisateur
(quel problème cherche-t-il à résoudre)

Un contenu de qualité répondant à cette intention

Sur un site bien conçu et techniquement au top



Et la communauté SEO ?



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

Objectif Papillon



Jake Ward • Abonné

Building and scaling businesses to millions with content. Founder at C...

3 mois •

Update: 0 to 820K/mo SEO traffic with AI content.

- Traffic after 24 hours

...voir plus

[Voir la traduction](#)

Using GPT AI Content For SEO



How we went from 0 blog traffic to **820K/mo** with AI...



1 740

443 commentaires • 206 republiations

byword_

Get Started

Generate high quality, AI-written articles at scale.

Upload 1,000s of keywords or titles, and create SEO-optimised articles in just a few clicks.

Enter a keyword here...

Generate

- ✓ No payment required
- ✓ Set up in 60 seconds
- ✓ GPT-4 powered



Trustpilot

Byword

<https://byword.ai>

Byword | High Quality AI-Written Articles at Scale

Upload 1,000s of keywords or titles, and create SEO-optimised articles in just a few clicks.

Generate. No payment required. Set up in 60 seconds.

Keyword

Input a keyword, and Byword

best hiking trails europe

Language: English | Tone: Engaging | Avoid Detection: On | Words: 2,500

Generate

Copy: Text HTML Markdown Rewrite



Embark on an unforgettable adventure through Europe with our guide to the best hiking trails.

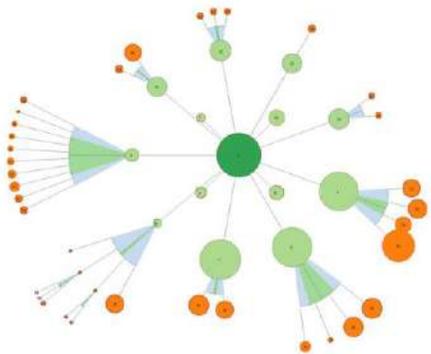
Discover the Best Hiking Trails in Europe

Are you ready to lace up your hiking boots and embark on an unforgettable adventure?



Laurent Bourrelly : Qui est le SEO Rockstar ?

[Consulter >](#)



What's UP?
Les conférences
de l'UCC Grand Est
et de l'UCM

**Comment passer
du SEO version
2010 au SEO
version 2030 ?**

Une conférence de
Laurent BOURRELLY
Consultant en référencement
Mardi 28 Nov. 2023 à 17h30

Auditorium de l'IRCAD
Hôpitaux Universitaires / 67000 Strasbourg
ou par Visioconférence

“

L'enjeu consiste à être au bon endroit, au bon moment, avec le bon message, dans le bon format, en face de la bonne personne.
Et ça tout le temps.

« Le SEO est aujourd'hui 100% mécanique. Il n'y a pas de secret pour passer de la position X à la position 1. »

« Le SEO FR est nul en branding. L'unique question intéressante: pourquoi est-ce que je mérite d'être N°1? »

« Faire du SEO en multimédia et intégrer cette strate au sein d'une stratégie globale de Content Marketing. »



***La formation Branding
OBLIGATOIRE pour réussir un
projet web***

« Par ailleurs, la notion de marque est devenue le marqueur de confiance pour Google et les réseaux sociaux. »

« Désormais, sans branding, je garantis l'échec d'un projet Web ambitieux. »

***Cocon Sémantique : La
Formation FINALE***

**6/ Mindmapping phase 1 :
carte mentale du buyer
persona**

**7/ Mindmapping phase 2 :
plaquer l'offre sur la
demande / implantation des
mots clés**



Fabien Faceries

● **Privilégiez le développement de votre MARQUE** (sous toutes ses formes et tous les supports)

● **Pensez UX**

● **Pensez QUALITE de vos contenus.**

"Votre mission si vous l'acceptez, sera de séduire vos lecteurs..." Peu importe si c'est avec l'IA ou sans l'aide de l'IA, ou un mélange des 2.

● **Analysez les nouvelles requêtes** sur lesquelles votre site sort pour la 1ère fois dans Google.

● **Surveillez la QUALITE de vos liens sortants externes.**

● **Analysez la performance de vos répertoires** pour identifier les types de contenu... qui plaisent le + à Google

● **Pensez QUALITE technique de vos sites** (QualityRisk). La surveillance technique EST indispensable.

● **Agissez comme un "écolo"** : réduisez l'empreinte carbone de votre site

● **Pensez maillage interne**

● **Pensez Réseaux Sociaux** (Comm + pub), pensez Mailing, Vidéo + Images... Evitez de dépendre à 100% des résultats naturels de Google.

The image shows three large, cylindrical industrial silos, likely for grain storage, arranged in a row from left to right, increasing in height. They are supported by metal structures. The sky is blue with scattered white clouds. The text 'Appels au dé-silotage' is overlaid on the right side of the image.

Appels au dé- silotage

Pour résumer, les enjeux ...

**individuellement développer sa compétence
dans l'utilisation de ChatGPT (et autres outils IA générative)**

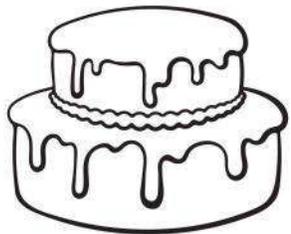
utiliser l'IA à bon escient pour adapter son dispositif

s'adapter aux nouveaux enjeux du SEO



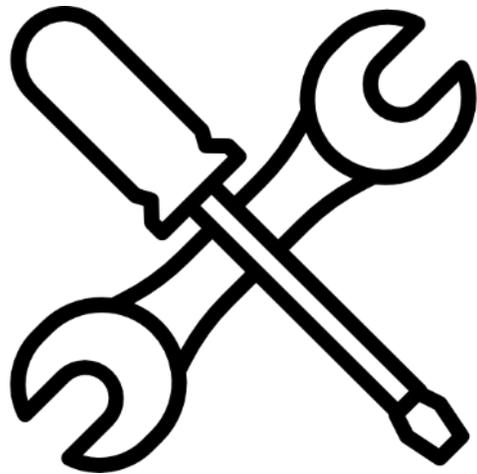
et l'IA ?

indispensable et partout, mais...

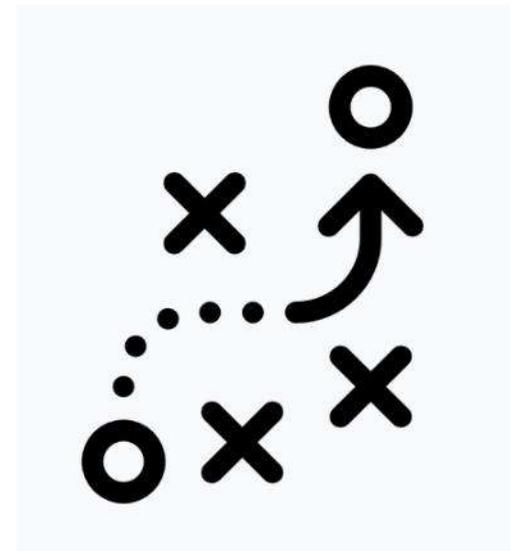


:

1



1



Ma nouvelle vie de rédacteur SEO à l'heure de ChatGPT



Vlad Cerisier
Consultant webmarketing



Bien débiter avec l'outil : les custom instructions

Custom instructions ⓘ

What would you like ChatGPT to know about you to provide better responses?

Je suis un blogueur spécialisé dans la technologie et plus particulièrement dans les solutions SaaS d'intelligence artificielle. Mon style d'écriture est franc, sarcastique et captivant. Je cherche à produire du contenu avec une approche directe.

248/1500

How would you like ChatGPT to respond?

Aide-moi à rédiger des articles de blog originaux qui donnent des informations précieuses et des analyses approfondies. L'objectif est de créer un contenu qui ne se contente pas d'informer et d'éduquer, mais qui captive également les lecteurs par son style sympathique et accessible.



Bien débuter avec l'outil : les plugins

Applications aux nombreuses utilités :



Permet au chatbot d'accéder à Internet



Résumé texte d'une vidéo youtube



Permet d'uploader un fichier pdf et l'analyser



Le principe de base de l'I.A

Savoir demander



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023



Vlad Cerisier
Consultant webmarketing

Objectif Papillon

Ce qu'il ne faut pas faire

⚡ Default (GPT-3.5)

VL rédige moi un article de blog sur la monstera

 Bien sûr ! Voici un article de blog sur la Monstera, une plante d'intérieur populaire et fascinante. 📄 👍 🗨️

Découvrez la Monstera : La Plante d'Intérieur Tendance

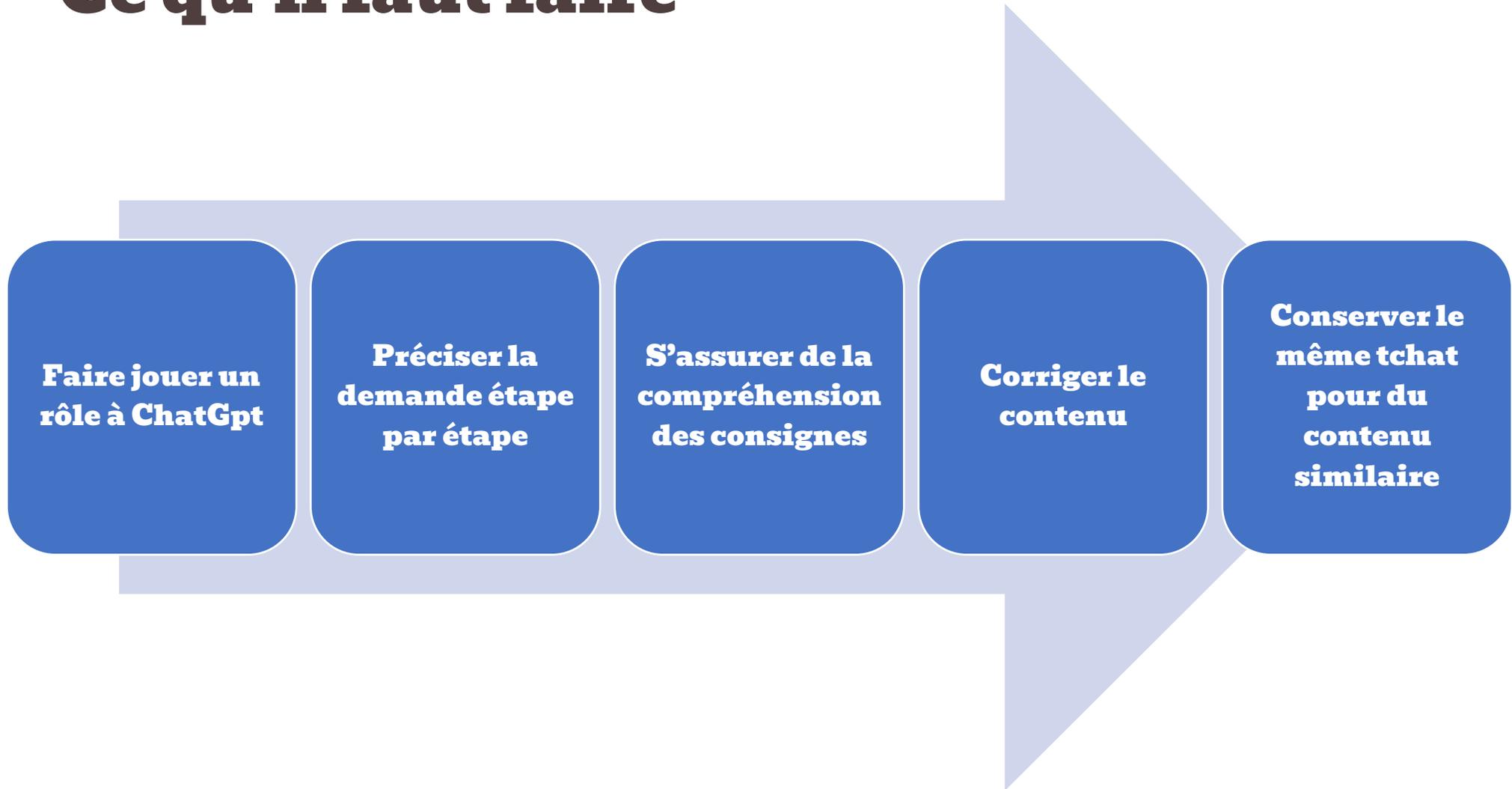
Les plantes d'intérieur sont plus populaires que jamais, et parmi elles, la Monstera est devenue une véritable star. Cette plante exotique, également connue sous le nom de "plante à trous" ou "plante déchirée", est appréciée pour ses feuilles spectaculaires et son allure tropicale. Dans cet article, nous allons explorer les caractéristiques de la Monstera, comment en prendre soin, et pourquoi elle est devenue une chouchoute des amateurs de plantes d'intérieur.

[Regenerate](#)

Send a message ✓



Ce qu'il faut faire



Un exemple de prompt pour rédiger un article de blog

1) D'abord préciser le rôle de ChatGpt

✦ GPT-4

VL

Tu es rédacteur web spécialisé dans le jardinage et notamment les plantes d'intérieur. Tu rédiges des textes depuis 10 ans pour des enseignes de jardinage comme Jardiland ou Truffaut. Ta tâche maintenant est de rédiger un article de blog très qualitatif, engageant et pertinent qui se positionnera dans les premiers résultats sur un mot clé que nous allons définir par la suite ensemble.

Tu as compris ?



Un exemple de prompt pour rédiger un article de blog

2) Préciser le style souhaité

✦ GPT-4

VL

Tu es aussi compétent dans l'analyse de texte. Tu sais étudier un texte et en définir le niveau de langage, le ton et les caractéristiques représentatives de la personnalité de l'auteur.

Voici un article de blog que j'ai récemment rédigé et bien représentatif de mon style :
"CONTENU "

Identifie le niveau de langage, le ton et les caractéristiques propres à mon style dans une liste à puces.

Je veux que tu rédiges mon nouvel article de blog en respectant le style que tu as identifié et que le texte ne soit pas détectable par les détecteurs de texte générés par une intelligence artificielle.

Tu as compris ?



Un exemple de prompt pour rédiger un article de blog

3) Donner les instructions pour la rédaction

VL

L'objectif de l'article est de présenter tout ce qu'il faut savoir sur la plante Monstera de façon claire et simple à des personnes qui en ont une où qui veulent en avoir une. 

Le mot clé principal de l'article est "Monstera"

Le titre de l'article est "Le guide pratique de la Monstera"

Le plan de l'article est le suivant : "`<h2>` `</h2>` `<h3>` `</h3>`"

L'introduction de l'article est la suivante: "INTRO"

Je veux que tu prennes en compte dans la rédaction la liste des mots clés suivants : "LISTE MOTS CLES" Intègre les de manière naturelle au texte en évitant de faire du bourrage de mots-clés pour le SEO.

As-tu compris l'ensemble de ces consignes ?



Un exemple de prompt pour rédiger un article de blog

4) Corriger et faire des retours

VL

Voici à titre d'exemple le paragraphe réécrit d'une meilleure façon "PARTIE RÉÉCRITE". Je veux que tu analyses bien le style d'écriture et le prendre en compte pour la suite. Tu as compris ?



Faire ses « prompts maison »

✦ GPT-4

VL

Tu es un prompt engineer avec une expérience de 5 ans dans la création de prompts pour l'intelligence artificielle générative et tu es expert de ChatGPT.

Fais moi un prompt parfait pour chatgpt-4 pour écrire un texte aussi qualitatif que :
<https://www.jardiland.com/conseils-idees/monstera-deliciosa-rempotage-arrosage-entretien>



Bien sûr ! Voici un prompt destiné à générer une réponse de haute qualité pour ChatGPT-4, en s'inspirant du style qualitatif du lien que vous avez fourni :



Prompt :

"En tant que spécialiste horticole expérimenté et rédacteur pour un magazine de jardinage réputé, rédigez un guide détaillé sur le soin et l'entretien de la plante 'Monstera Deliciosa'. Votre article doit couvrir les éléments suivants : origine de la plante, caractéristiques uniques, exigences en matière de lumière, techniques d'arrosage, conseils de rempotage, et entretien général. Assurez-vous que votre ton est informatif, engageant et que vous fournissez des conseils pratiques pour les jardiniers amateurs et expérimentés."



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023



Vlad Cerisier
Consultant webmarketing

Objectif Papillon

ChatGpt ne doit pas tout faire

- Analyse précise de l'intention de recherche
- Connaissance de la thématique
- « Humaniser » le contenu
- Maillage interne



Mon conseil pour finir

Maitrisez la « questiologie »



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023



Vlad Cerisier
Consultant webmarketing

Objectif Papillon

IA, SEO et café : le trio gagnant du web de demain



Laurent Peyrat



SEO Update 2024
ou comment s'adapter à la révolution IA / ChatGPT
Toulouse | 28 novembre 2023

28.11
2023

CONFERENCE

SEO UPDATE 2024



IA, SEO et café :

le trio gagnant du web de demain

28 novembre 2023

L'agence La Mandrette

[Vos consultants SEO](#)

[Parmi nos clients](#)

La conférence

[La place des IAG à l'agence](#)

[Processus](#)

[Ce qui est attendu](#)

[Google va-t-il pénaliser les contenus IA ?](#)

[Faut-il bloquer les robots IA ?](#)

[En guide de conclusion](#)

Laurent Peyrat

<https://twitter.com/LaurentPeyrat>

<https://fr.linkedin.com/in/laurentpeyrat>

<https://www.lamandrette.com>

L'équipe La Mandrette



Célia Quiviger



Fantin Delière



Laurent Peyrat

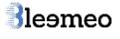
 <https://www.lamandrette.com>

 @LaurentPeyrat

 laurent@lamandrette.com



Parmi nos clients

| E-Commerce | B to B | Hyper-concurrentiel | International | Visibilité moteur | Santé | Géolocalisé | Enseignement, Formation |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  | |
|  |  | |  |  | | | |
|  |  | | | | | | |



La place des IA génératives à l'agence



La Mandrette : **vocation à vendre du conseil** :

- ☑ audit et recommandations
- ☑ stratégie
- ☑ accompagnement.

Les prestations (développement, contenu, linking...) sont proposées en complément, selon le souhait du client.



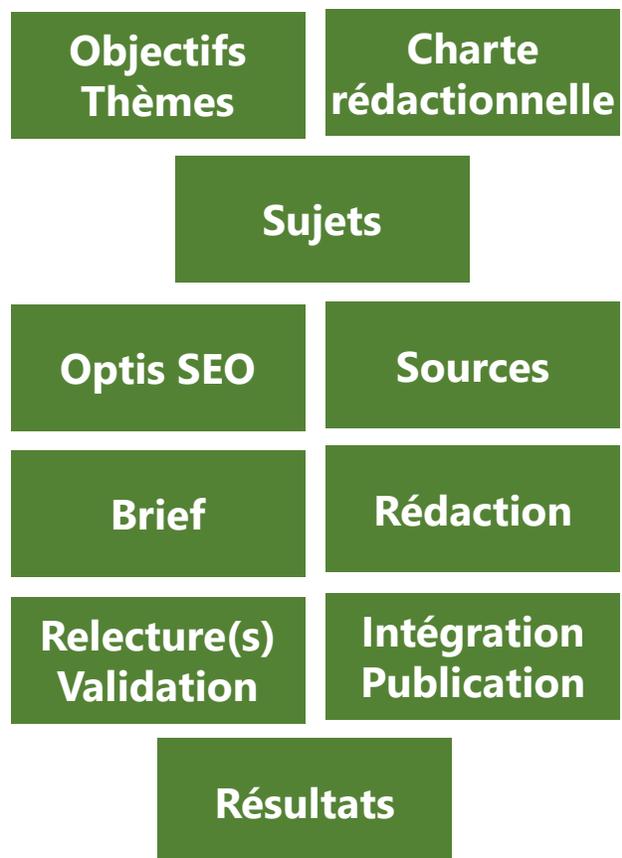
Les prestataires

Actuellement : nous n'achetons plus de contenu, nous le produisons nous-mêmes

- ★ Agence off-shore
 - ★ Agence française
 - ★ Indépendants
 - ★ Experts
- } Consultant + GPT 4



Processus



Les process changent selon les clients et les projets.



Processus

Objectifs et thèmes



Définis par l'entreprise :

- ✓ activité
- ✓ politique générale
- ✓ marketing
- ✓ communication.



Processus

Charte rédactionnelle (1/2)



Selon Valérie Hameau (Dixxit)

Une page optimisée = une porte d'entrée potentielle

→ 1^{er} point de contact entre votre marque et l'internaute

C'est le début de la relation !

Une charte rédactionnelle

- ✓ fixe les caractéristiques de votre identité éditoriale
- ✓ est partagée avec toutes les personnes, internes ou externes, humaines ou IA, qui produisent le contenu
- ✓ assure la qualité et l'homogénéité des contenus



Processus

Charte rédactionnelle (2/2)



Territoire d'expression

- thématiques
- cibles
- atouts/qualités
- valeurs

Ligne éditoriale

- tonalité
- style
- traitement
- niveau d'expertise

Structure et spécificités

des formats de contenu

Bonnes pratiques

- pyramide inversée
- titrailles
- syntaxe
- vocabulaire

Des exemples !

À faire / à ne pas faire.



Processus

Sujets



Définition et validation :

- équipe Communication
- équipe Marketing (inbound)
- SEO
(opportunités selon les volumes de recherche)
- assistance IAG (idées)

IAG : gain de temps

Créativité ? Aucun projet éditorial ne s'est arrêté par manque d'idées.



Processus Optis SEO



Pour l'instant, l'IAG n'a pas accès à la data

- ☺ Mots clés <title>, hn, balises alt, etc : pas de confiance dans le dosage
- ☺ Champ lexical : récupération du corpus de référence
- ☺ Intentions de recherche : process différent pour chaque projet



Processus

Sources



Rédacteur Connaissance
Recherche Google + une à trois pages

IAG Corpus inconnu et limité (politiquement correct)
Recherche Google

Consultant Fourniture à l'IA des sources



Processus

Brief 1/2



Qualité attendue : basse (soupe pour spam)



- ✓ Limite (juste pour ranker)
 - ✓ Vulnérable à tous les aléas (algo, pondération des critères, effets de bord, concurrence, etc.)
1. On savait faire avant
 2. L'IA est en concurrence avec des techniques plus anciennes qui fonctionnent toujours.



Processus

Brief 2/2



Qualité attendue : élevée (ranking, linkbait)

★ Critères

★ Scores

Talent du rédacteur

→ compréhension de la data SEO

→ formulation d'un brief adapté

➤ production d'un texte **agréable à lire**



Processus Rédaction



Magie du prompt

- ☑ contexte
- ☑ style
- ☑ information
- ☑ rendu
- ☑ automatisations

1. Résultats irréguliers selon les domaines, les périodes...
2. Énorme gain de temps



Processus Validation



Critères habituels :

- ✓ Phrases courtes
- ✓ Une idée par paragraphe
- ✓ Verbes à la forme active
- ✓ Minimum d'adverbes et d'adjectifs
- ✓ Pas de langue de bois
- ✓ Etc.

Savoir exactement ce que l'on veut :

- Savoir-faire indispensable



Processus

Intégration, publication et résultats



Ce qui est attendu

En matière de SEO, on attend d'un texte :

- qu'il positionne la page qui l'accueille sur les mots-clés pour lesquels il est optimisé

- qu'il renforce (linking interne) :
 - le cluster dans lequel il est inclus
 - l'ensemble du site web

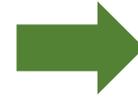
- qu'il attire des liens (linkbait)



Ce qui est attendu

En matière de SEO, on attend d'un texte :

qu'il positionne la page qui l'accueille sur les mots-clés pour lesquels il est optimisé



Soit on est limite

- ✓ budget minimum
- ✓ suroptimisation
- ✓ faible concurrence

qu'il renforce (linking interne) :

- le cluster dans lequel il est inclus
- l'ensemble du site web

Soit on est généreux

- beaucoup de contenu intéressant (la page fait vraiment référence dans son domaine)

qu'il attire des liens (linkbait)



Ce qui est attendu

En matière de SEO, on attend d'un texte :

- qu'il positionne la page qui l'accueille sur les mots-clés pour lesquels il est optimisé
- qu'il renforce (linking interne) :
 - le cluster dans lequel il est inclus
 - l'ensemble du site web
- qu'il attire des liens (linkbait)



En automatique



Manuellement

- ✓ diversité des ancres
- ✓ étanchéité des clusters
- ✓ compétence SEO !



Ce qui est attendu

En matière de SEO, on attend d'un texte :

- qu'il positionne la page qui l'accueille sur les mots-clés pour lesquels il est optimisé
- qu'il renforce (linking interne) :
 - le cluster dans lequel il est inclus
 - l'ensemble du site web
- qu'il attire des liens (linkbait)



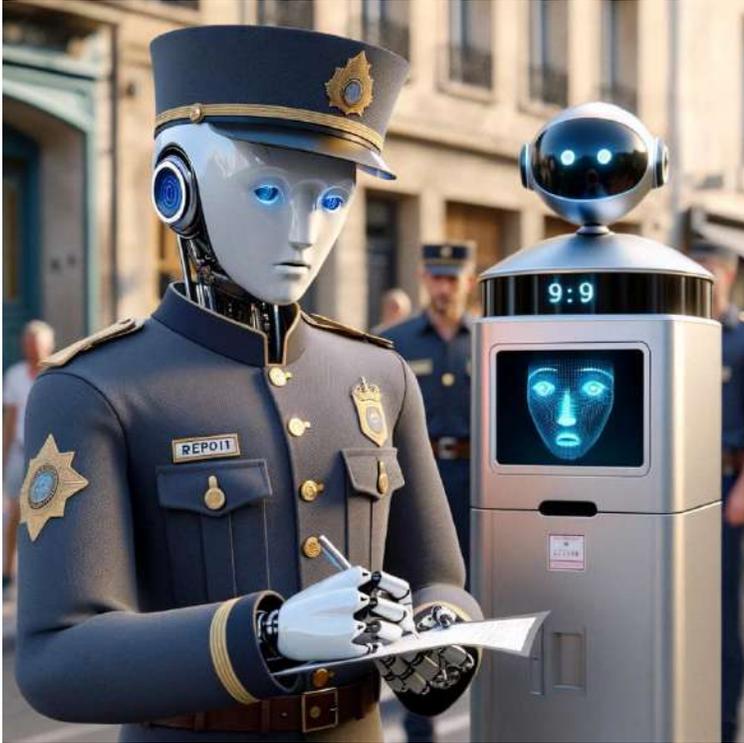
Pour attirer les liens naturels : texte vraiment intéressant pour des humains

- ✓ style « attachant »
- ✓ tendance
- ✓ ...

... talent du rédacteur



Google va-t-il pénaliser les contenus IA ?



Stratégie SEO idéale : sur deux ans / anticipation

- ☑ Core updates
- ☑ Ajustements permanents
- ☑ Lutte anti spam

Les évolutions de Google vont toujours dans le même sens :

- moins de spam
- plus d'autorité
- plus de services Google

Si votre site est vulnérable, vous le savez déjà !



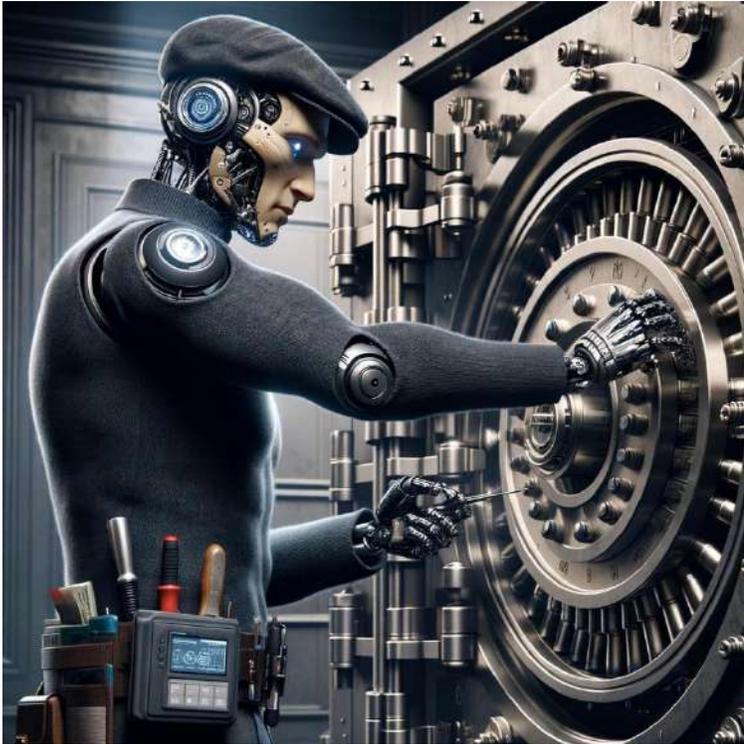
SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023



Objectif Papillon

Faut-il bloquer les robots IA ?



Nos contenus sont déjà utilisés

- Génération de champs lexicaux
- Source
- Scraps divers

Pourquoi ne pas devenir une « référence » pour l'IA, de même qu'on essaie de le devenir pour Google ?



En guise de conclusion

*« Un homme intelligent arrive toujours
à résoudre un théorème, pas toujours
à réussir un poème. »*

Jules Renard



L'empire contre-attaque, ou comment Google modifie les règles du jeu, et comment s'y adapter



Olivier Duffez

Créateur de



SEO Update 2024
ou comment s'adapter à la révolution IA / ChatGPT
Toulouse | 28 novembre 2023

A long time ago in a galaxy far,
far away....

Une avalanche d'updates Google

- 08/11/2023 : Reviews update
- 02/11/2023 : Core Update novembre
- 05/10/2023 : Core Update octobre
- 04/10/2023 : Spam Update
- 14/09/2023 : Helpful Content Update (HCU)
- 22/08/2023 : Core Update août



Une avalanche d'updates Google

- Google cherche-t-il à contrer l'utilisation de l'IA par les SEO ?
- Faut-il utiliser l'IA en SEO ? Pour faire quoi ?
- Google pénalise-t-il les contenus générés par IA ?
- Comment Google utilise l'IA pour le ranking ?



Une avalanche d'updates Google

- Vous avez sans doute plein d'autres questions à ce sujet...
- Je vais aborder **2 points majeurs** pour que votre SEO soit bon en 2024



1 Ayez une vue d'ensemble
de la qualité globale du site



Google évalue la qualité globale du site

- En plus des Core Updates, HCU a fait des gros dégâts récemment
- Cet algo vise à identifier les contenus de qualité utiles aux internautes, créés pour répondre clairement à leurs attentes.
- L'idée est d'identifier les contenus de faible qualité créés spécialement pour Google.
- Notamment par de la rédaction IA, mais pas seulement bien entendu.



Google évalue la qualité globale du site

Fonctionnement du système de contenu utile

L'objectif de ce système est de récompenser plus justement les pages qui offrent aux internautes une expérience positive, contrairement à celles qui ne répondent pas aux attentes des utilisateurs.

Le système génère un signal à l'échelle du site. Nous le prenons en compte parmi les nombreux autres signaux utilisés dans la recherche Google (y compris Discover). Le système identifie automatiquement les contenus qui semblent peu intéressants ou à faible valeur ajoutée, ou qui ne sont pas particulièrement utiles pour les internautes.

Source : <https://developers.google.com/search/updates/helpful-content-update?hl=fr>



Google évalue la qualité globale du site

 à retenir :

Ne plus se baser sur quelques pages pour tenter de comprendre pourquoi Google « n'aime plus votre site »



Google évalue la qualité globale du site

- Google se base sur une multitude de facteurs, pour chaque page :
 - Certains concernent la page elle-même (contenu éditorial, technique)
 - Certains sont « off-site » (backlinks notamment)
 - Certains dépendent des utilisateurs (semblent-ils satisfaits de la page ?)



Google évalue la qualité globale du site

 à retenir :

Ne plus se baser sur un seul critère pour tenter de comprendre pourquoi Google « n'aime plus votre page »



Google évalue la qualité globale du site



alors comment faire ?



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023



Google évalue la qualité globale du site

C'est pour ça que j'ai mis au point **l'indice Zombie**, basé sur :

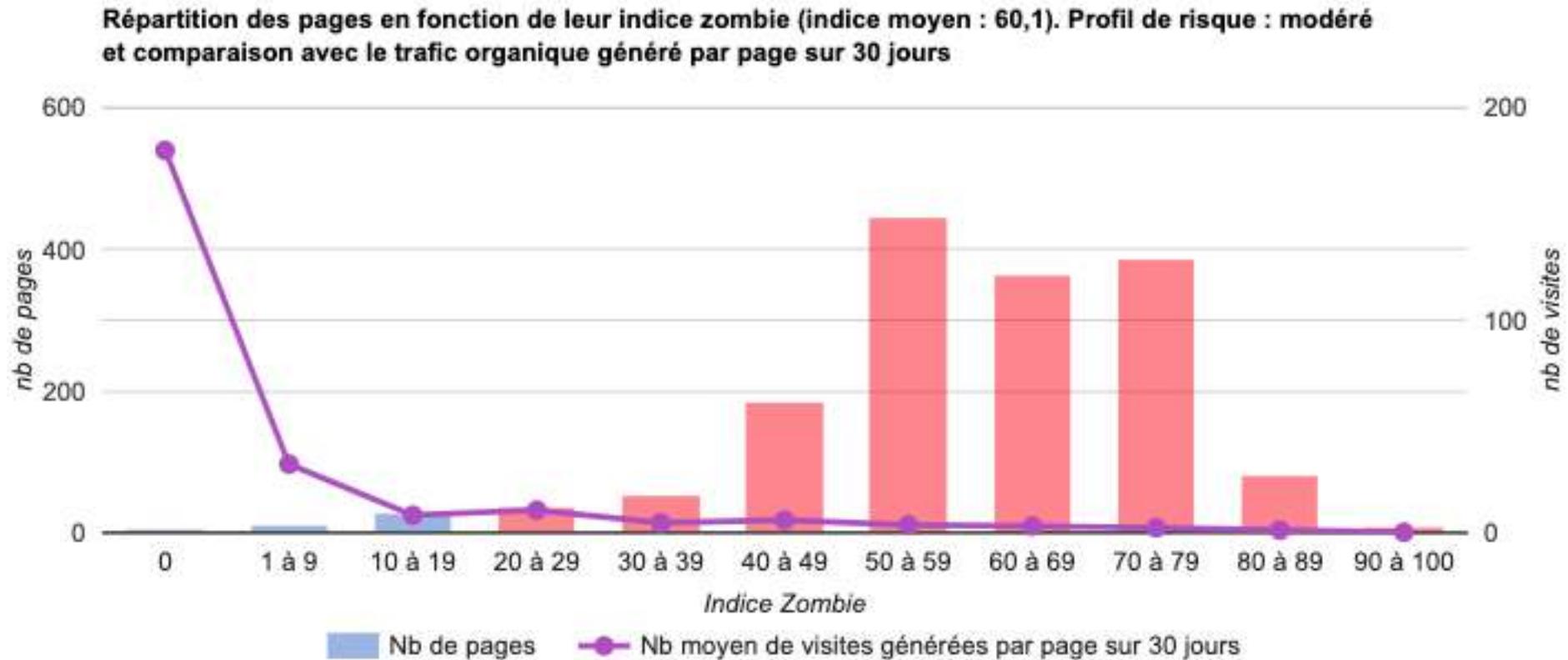
- La qualité intrinsèque de la page (QualityRisk) :
on mesure à quel point la page cumule des problèmes SEO
- Le succès de la page dans les SERP Google :
trafic, liste des mots-clés, positionnement, taux de clics...

Cet indice est calculé par RM Tech, mon outil d'audit SEO



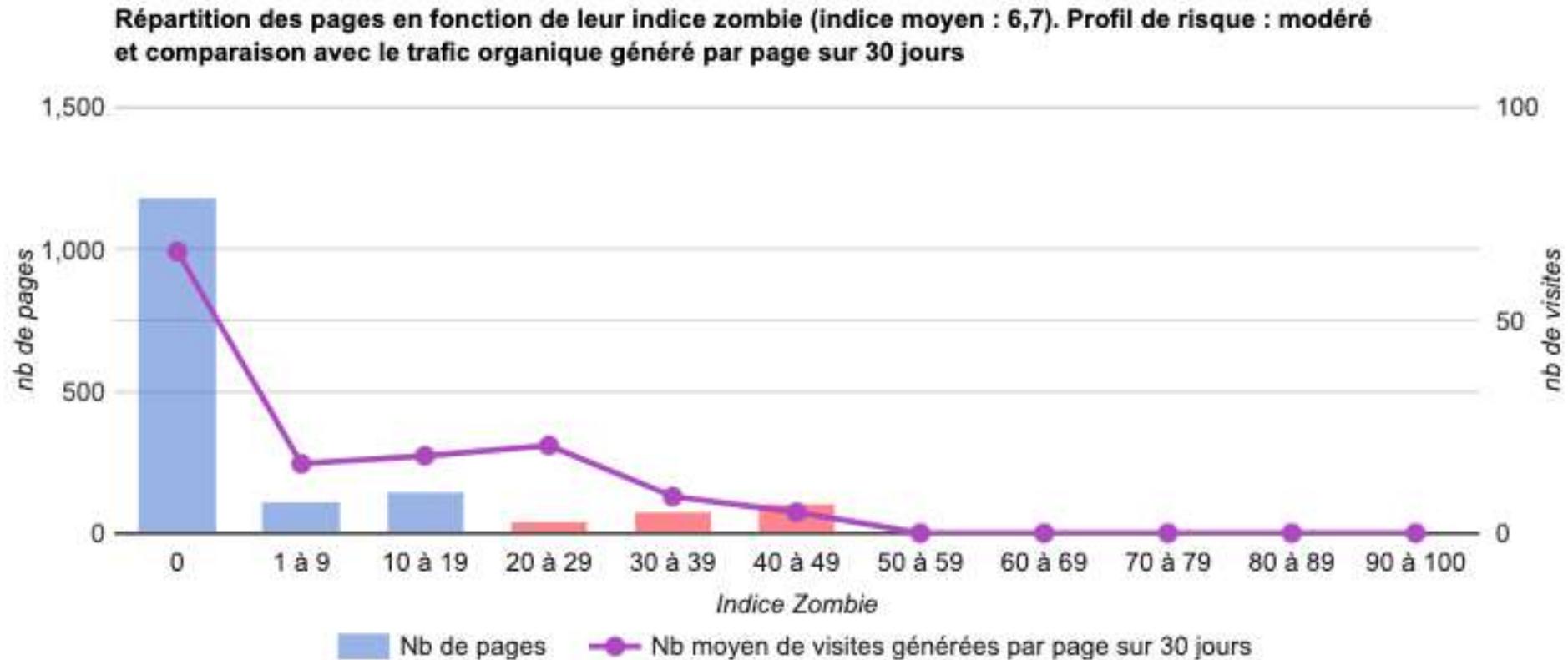
Google évalue la qualité globale du site

Ex. de site qui devrait d'urgence améliorer la qualité de ses pages :



Google évalue la qualité globale du site

Ex. de site qui a bien bossé et dont le trafic augmente :



Alors une fois qu'on a identifié des choses à optimiser, on se lance à fond 🚀

On enchaîne tout ⚡

Le trafic va monter 📈

Vraiment ?



Ne **supposez pas que « ça marche »**
Vérifiez-le simplement et sérieusement !



2 Validez vos actions SEO en mesurant des données



Mesurez l'impact de vos actions SEO

- Pour savoir si votre « optimisation » était bonne/efficace :
 - Ne vous basez pas sur 1 ou 2 mots-clés par page !
 - Ne vous basez pas sur le trafic total du site !
 - Comparez des périodes comparables !



Mesurez l'impact de vos actions SEO

- Pour savoir si votre « optimisation » était bonne/efficace :
 - Validez votre instinct par des données fiables (Search Console)
 - Progressez grâce aux tests SEO : *Test & Learn*
 - Découvrez ce qui fonctionne vraiment



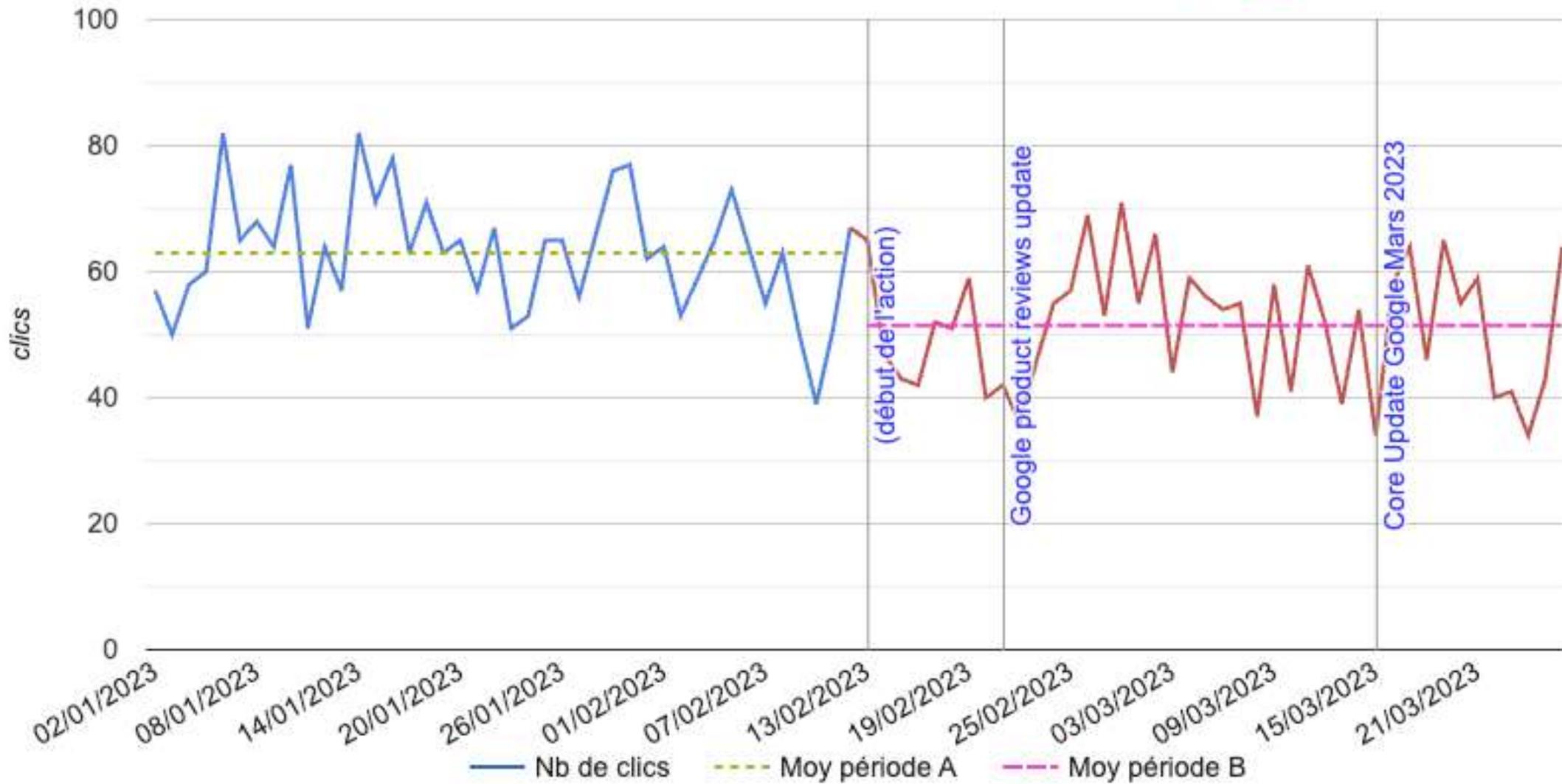
Exemple 1 : nombreux contenus IA ajoutés

- Le propriétaire du site a cédé à la tentation d'ajouter plein de textes « rédigés par IA »
- Des textes descriptifs « type Wikipédia » ont été ajoutés sur des catégories du site ecommerce
- Les contenus sont trop « passe partout » et l'intention de recherche n'était plus respectée 🧠



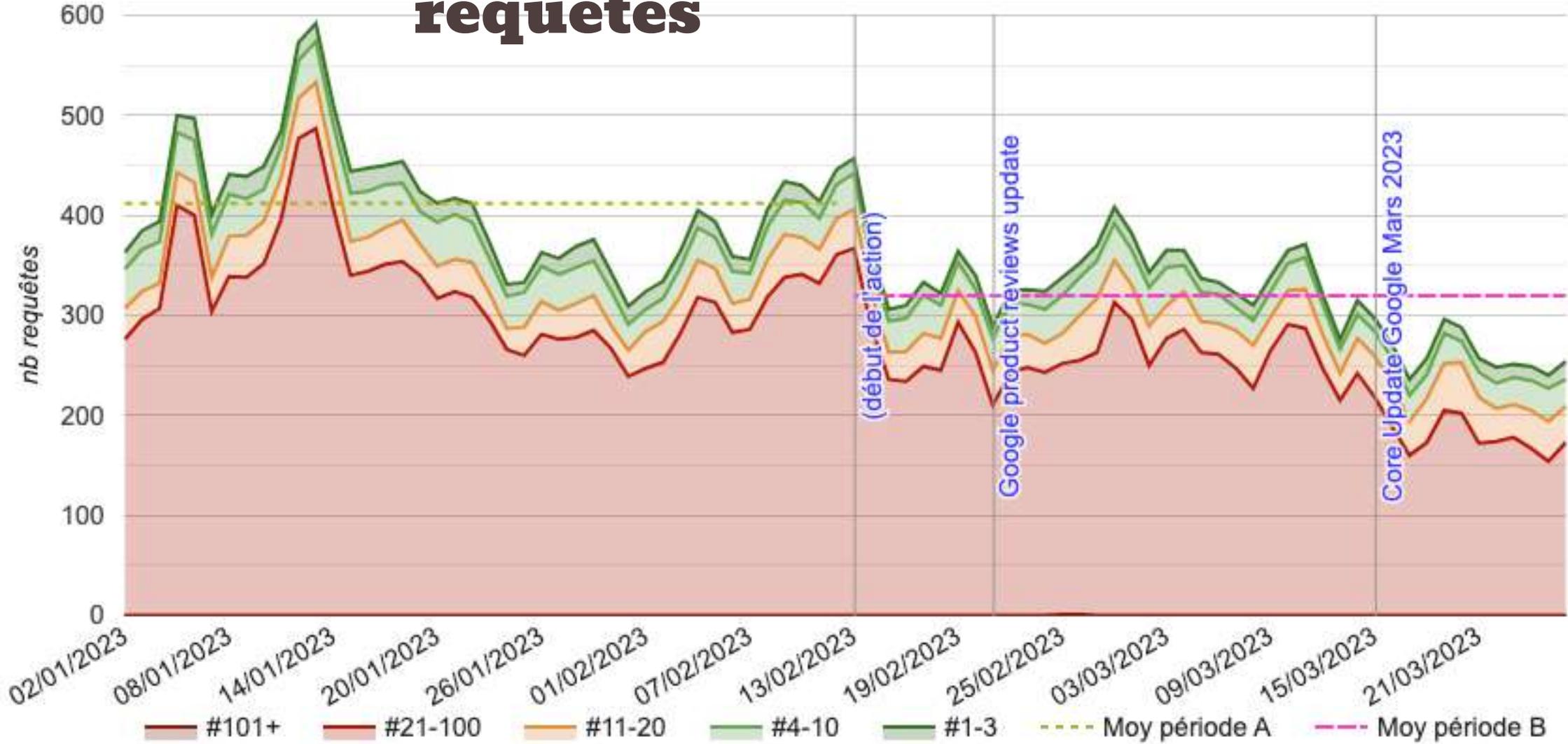
Évolution du nb de clics

Nb de clics



Nombre de requêtes

Évolution du nb de requêtes



Exemple 1 : nombreux contenus IA ajoutés

 à retenir :

Mieux vaut mesurer précisément l'impact de ce qu'on fait

Ici, très vite ça a régressé. Puis ce fut pire avec les 2 updates



Exemple 2 : maillage interne via IA

- En SEO, l'IA ne sert pas qu'à générer des contenus !
- Elle peut par exemple servir à optimiser le maillage interne
- C'est le cas de mon outil RM Console dont voici un exemple



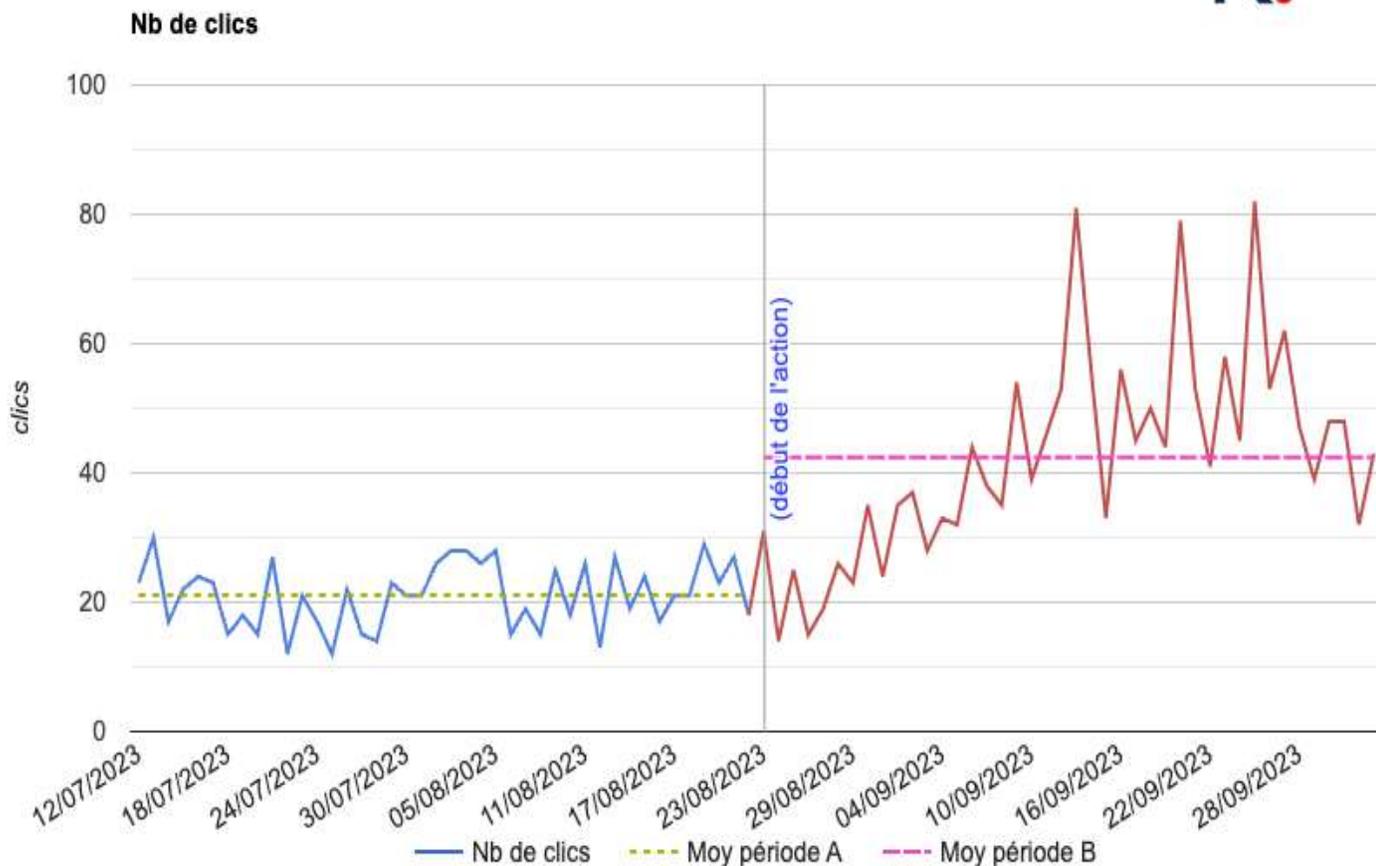
Comparaison à A (période précédente)

Comparaison à C (année précédente)

Clics sur 16 mois

Annotations ▾

RM Console un outil de
My Ranking Metrics



Évolution du nb de clics



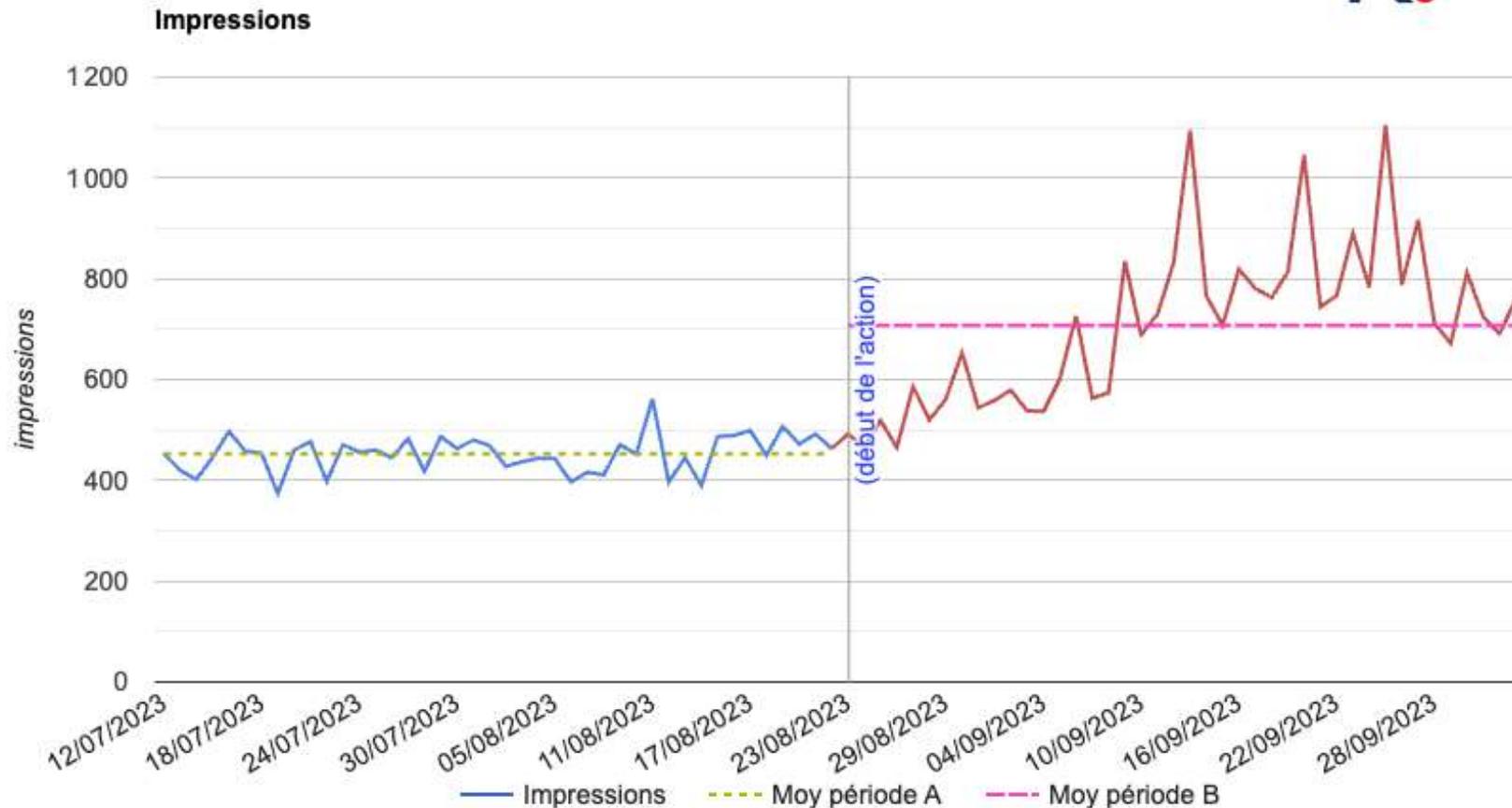
Comparaison à A (période précédente)

Comparaison à C (année précédente)

Impressions sur 16 mois

Annotations ▾

RM Console un outil de
My Ranking Metrics



Évolution du nb d'impressions



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023



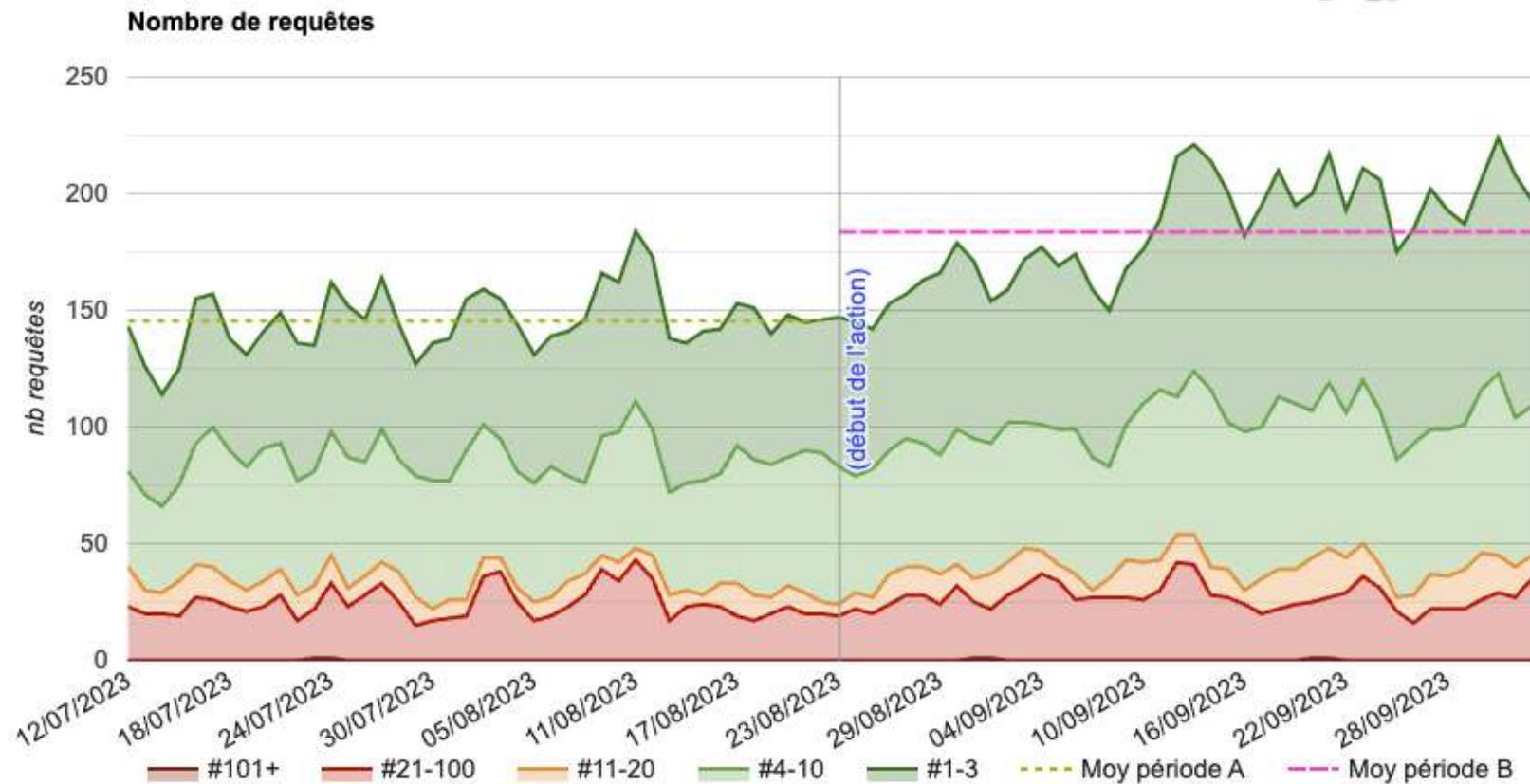
Comparaison à A (période précédente)

Comparaison à C (année précédente)

Nb de requêtes sur 16 mois

Annotations ▾

RM Consofe un outil de
My Ranking Metrics



Évolution du nb de requêtes pour lesquelles la page sort dans Google



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023



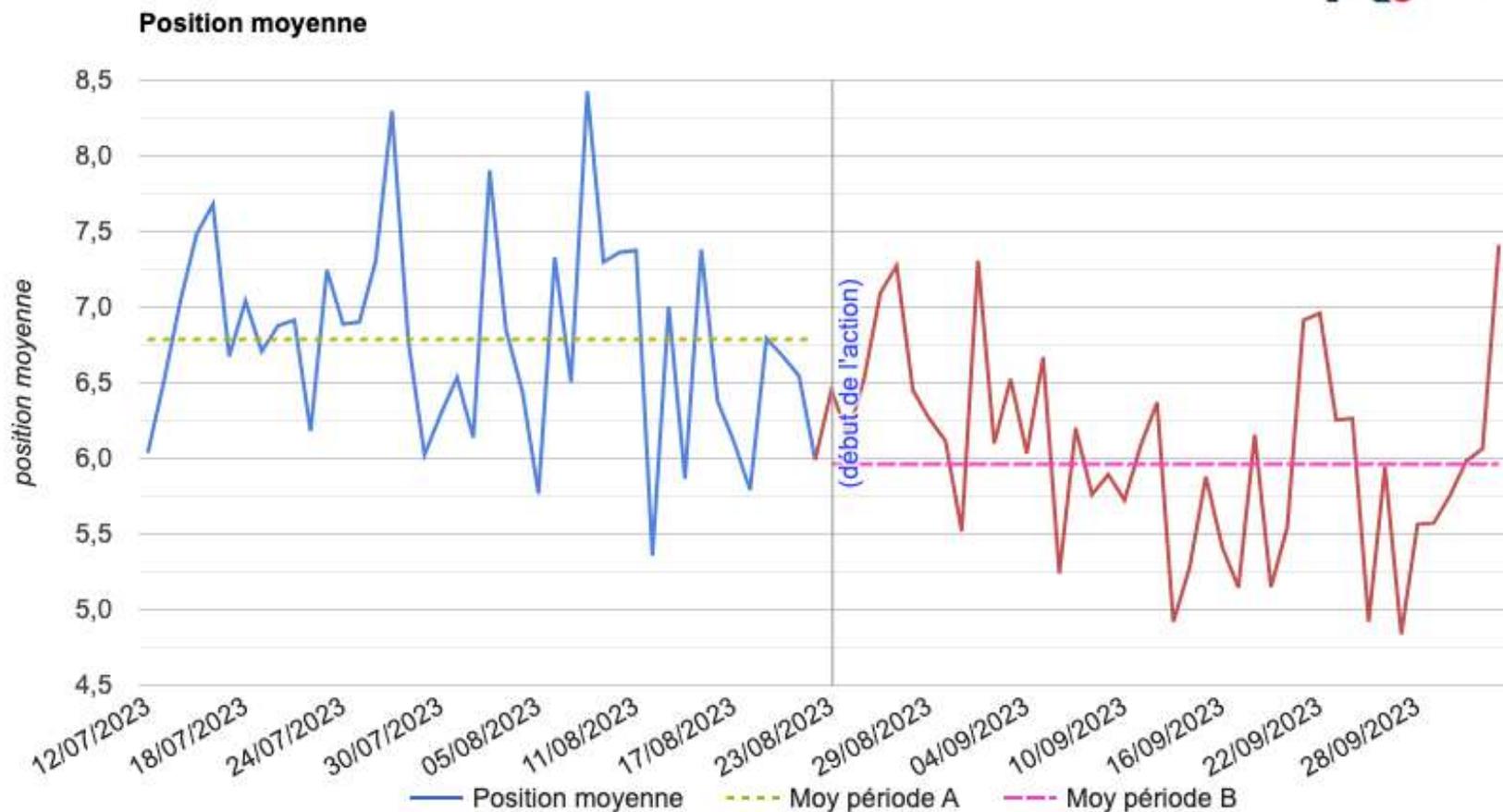
Comparaison à A (période précédente)

Comparaison à C (année précédente)

Position moyenne sur 16 mois

Annotations ▾

RM Console un outil de
My Ranking Metrics



Évolution de la position moyenne



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

Web
Rank Info

Objectif Papillon

Bilan

Comparaison à A (période précédente)

Comparaison à C (année précédente)

| Métrique | Avant l'action | Après l'action | Évolution |
|---------------------------|----------------|----------------|-------------------|
| nb de clics | 885 | 1 781 | +896 (+101,2 %) |
| nb de requêtes distinctes | 622 | 797 | +175 (+28,1 %) |
| nb de requêtes #1 à #3 | 213 | 308 | +95 (+44,6 %) |
| nb de requêtes #4 à #10 | 210 | 251 | +41 (+19,5 %) |
| nb de requêtes #11 à #20 | 46 | 69 | +23 (+50,0 %) |
| nb de requêtes #21 à #100 | 152 | 167 | +15 (+9,9 %) |
| nb de requêtes #101 et + | 1 | 2 | +1 (+100,0 %) |
| nb d'impressions | 19 023 | 29 726 | +10 703 (+56,3 %) |
| position moyenne | 6,8 | 6,0 | -0,8 |
| CTR moyen | 4,7 % | 6,0 % | +1,3pt (+28,8 %) |



Exemple 2 : maillage interne via IA

- Et s'il y a une saisonnalité, comment évaluer ?

=> comparaison automatique avec l'année précédente (dates comparables)

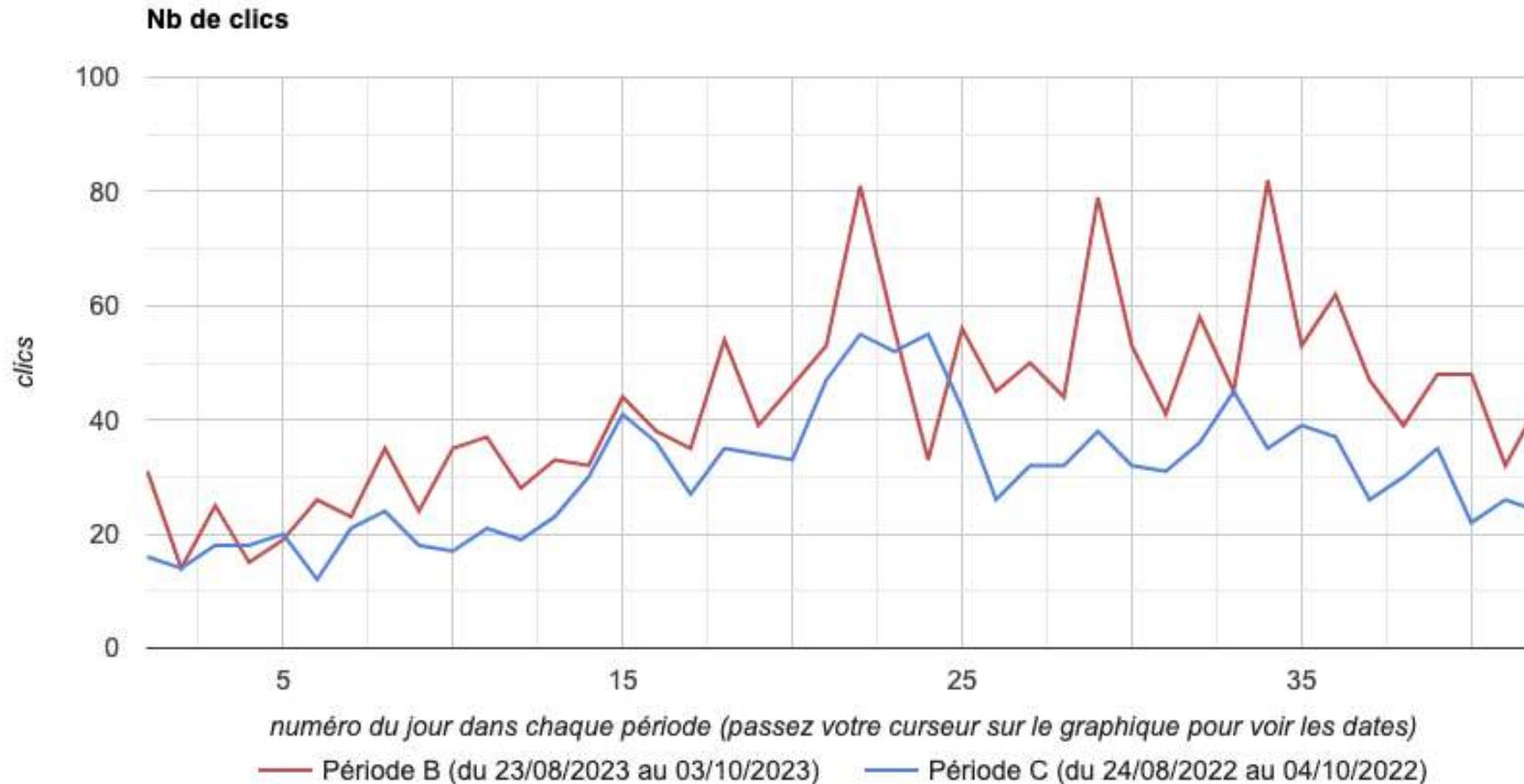


Comparaison à A (période précédente)

Comparaison à C (année précédente)

Clics sur 16 mois

RM Console un outil de
My Ranking Metrics



**Comparaison
à l'année
précédente**



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023



Comparaison à A (période précédente)

Comparaison à C (année précédente)

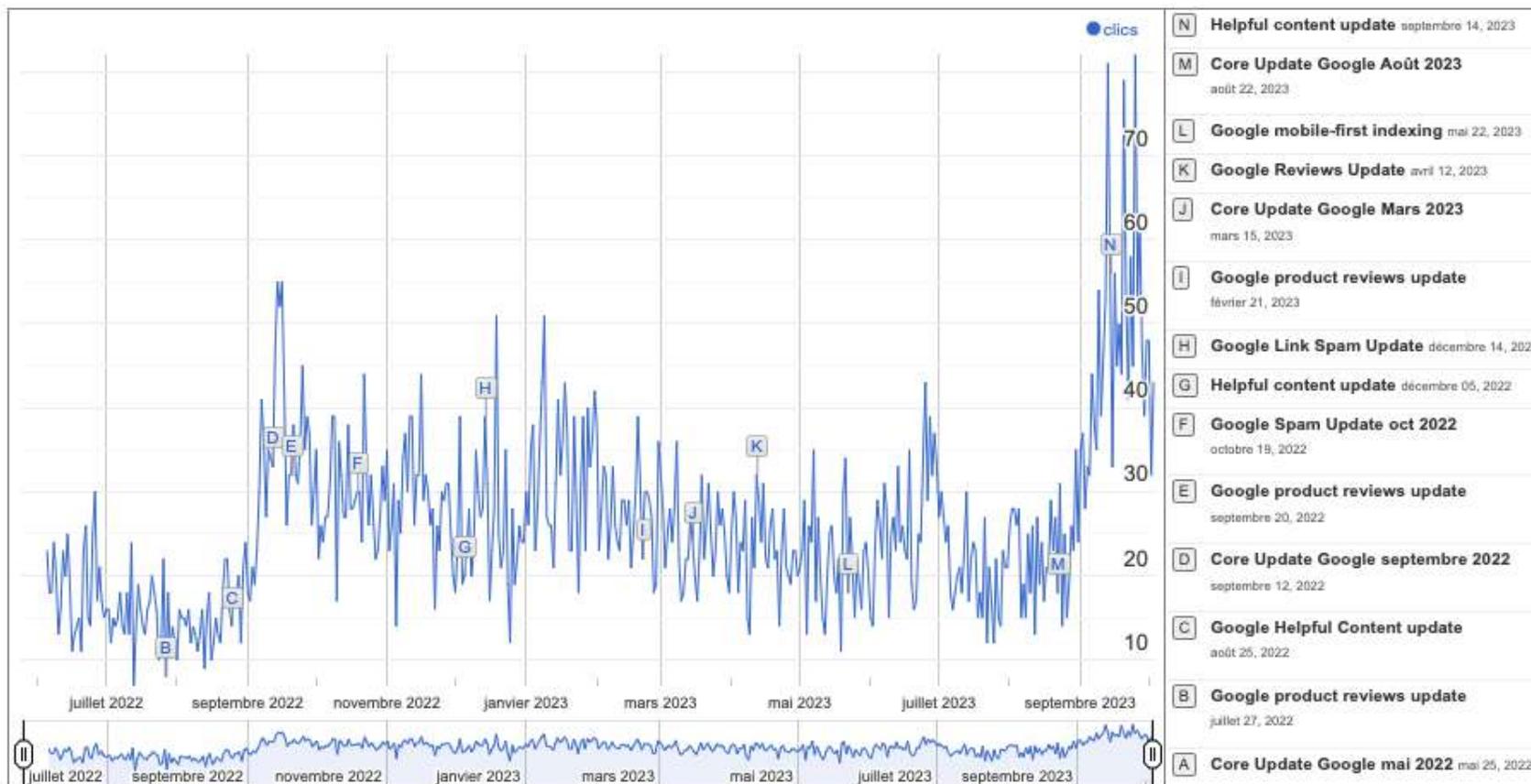
Clics sur 16 mois

Par jour

Par semaine

Vue d'ensemble pour prendre du recul + les updates Google + vos propres annotations

Annotations ▾



Exemple 2 : maillage interne via IA

 à retenir :

Utiliser l'IA pour le SEO peut aussi être très positif !

À condition de valider sérieusement les optimisations faites



SEO Marketing : avec ou sans ChatGPT ?



Aurélien Miklas
Objectif Papillon



Partons des bases

Le marketing peut être défini comme l'analyse des besoins des consommateurs et l'ensemble des moyens d'action utilisés par les organisations pour influencer leur comportement.

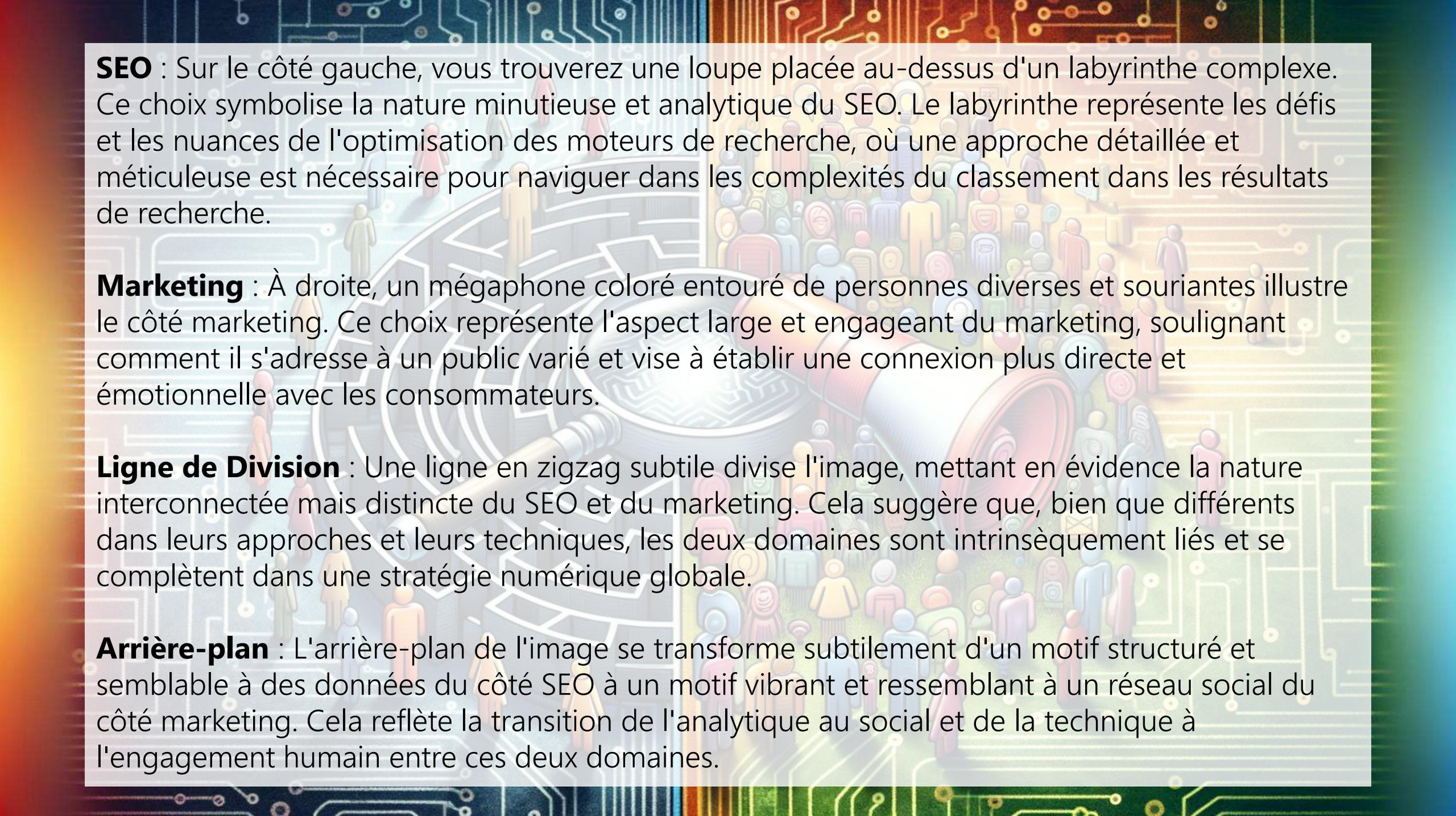
Il crée de la valeur perçue par les clients et adapte l'offre commerciale de l'entreprise aux désirs des consommateurs.

[E-marketing.fr](https://www.e-marketing.fr)



ChatGPT, confronte dans un visuel les concepts de SEO et de marketing.





SEO : Sur le côté gauche, vous trouverez une loupe placée au-dessus d'un labyrinthe complexe. Ce choix symbolise la nature minutieuse et analytique du SEO. Le labyrinthe représente les défis et les nuances de l'optimisation des moteurs de recherche, où une approche détaillée et méticuleuse est nécessaire pour naviguer dans les complexités du classement dans les résultats de recherche.

Marketing : À droite, un mégaphone coloré entouré de personnes diverses et souriantes illustre le côté marketing. Ce choix représente l'aspect large et engageant du marketing, soulignant comment il s'adresse à un public varié et vise à établir une connexion plus directe et émotionnelle avec les consommateurs.

Ligne de Division : Une ligne en zigzag subtile divise l'image, mettant en évidence la nature interconnectée mais distincte du SEO et du marketing. Cela suggère que, bien que différents dans leurs approches et leurs techniques, les deux domaines sont intrinsèquement liés et se complètent dans une stratégie numérique globale.

Arrière-plan : L'arrière-plan de l'image se transforme subtilement d'un motif structuré et semblable à des données du côté SEO à un motif vibrant et ressemblant à un réseau social du côté marketing. Cela reflète la transition de l'analytique au social et de la technique à l'engagement humain entre ces deux domaines.

Le SEO EST marketing

= clients, prospects... et Google

= technique, contenus, netlinking

Le marketing peut être défini comme l'analyse des besoins des consommateurs et l'ensemble des moyens d'action utilisés par les organisations pour influencer leur comportement.

= achat, indexation, ranking

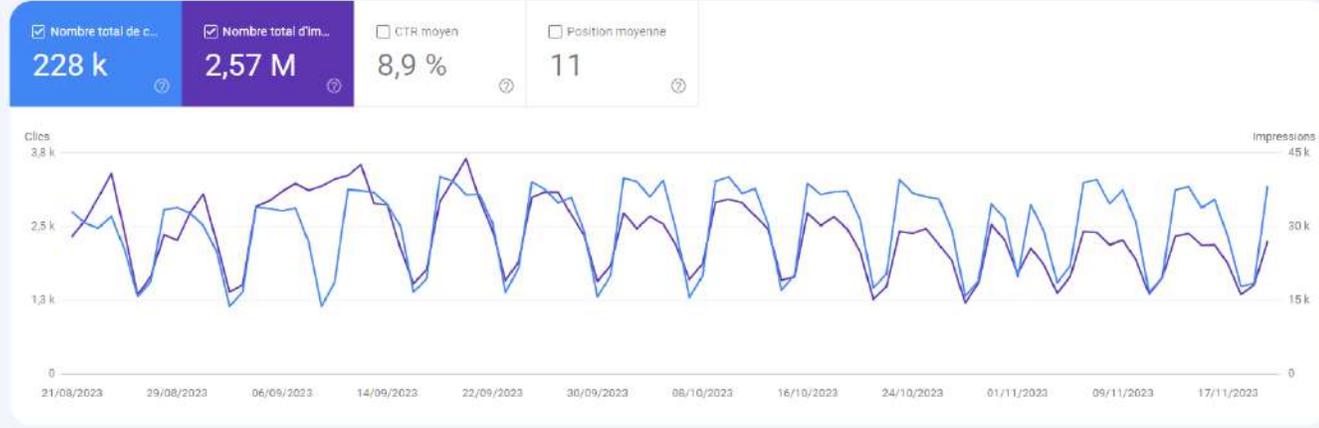
= autorité, popularité, confiance (EEAT)

Il crée de la valeur perçue par les clients et adapte l'offre commerciale de l'entreprise aux désirs des consommateurs.

= intention de recherche, réponse adéquate



Vos données SEO marketing sont (presque) toutes là



| REQUÊTES | PAGES | PAYS | APPAREILS | APPARENCE DANS LES RÉSULTATS DE RECHERCHE | DATES |
|--|-------|------|-----------|---|---------------|
| Requêtes les plus fréquentes | | | | | |
| | | | | ↓ clics | ↑ impressions |
| geofoncier | | | | 66 978 | 79 102 |
| géofoncier | | | | 11 517 | 13 520 |
| géofoncier public | | | | 1 588 | 11 018 |
| geofoncier expert | | | | 1 529 | 2 068 |
| geo foncier | | | | 1 358 | 1 767 |
| portail geofoncier | | | | 987 | 1 231 |
| plan de bornage | | | | 985 | 2 938 |
| géofoncier particulier | | | | 929 | 1 167 |
| relevé de propriété | | | | 873 | 3 309 |
| comment connaitre le propriétaire d'une parcelle | | | | 806 | 1 872 |

Et là aussi

qu'est ce que google bard

Images Vidéos Actualités Livres Maps Vols Finance

Environ 6 770 000 résultats (0,35 secondes)

Numerama
https://www.numerama.com › tech › 1265424-quest-c-...
Qu'est-ce que c'est Google Bard
10 mai 2023 — Comme son nom l'indique, il est conçu par Google. Son rôle est de générer des réponses aux questions ou aux instructions que l'internaute lui...

Autres questions :

- C'est quoi l'application Bard ?
- Est-ce que Google, Bard est gratuit ?
- Quand Bard Sera-t-il disponible en France ?
- Est-ce que Bard est payant ?
- Comment utiliser Google Bard en France ?
- Comment avoir accès à Bard en France ?
- Comment essayer Bard Google ?
- Comment obtenir Google Bard ?
- Où tester Google Bard ?



Quelques cas pratiques X ChatGPT



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

Objectif Papillon

Intentions de recherche

You

Liste et catégorise dans un tableau les intentions de recherches d'un internaute tapant sur Google "randonnée Corse". Pour chaque catégorie, indique moi le type de contenu qui te semble le plus adéquate pour le SEO.

ChatGPT

Pour dresser une liste et catégoriser les intentions de recherche d'un internaute cherchant "randonnée Corse" sur Google, nous pouvons envisager plusieurs catégories principales, avec des types de contenus pertinents pour le SEO. Voici un tableau récapitulatif :

| Catégorie d'Intention | Exemples de Recherches | Type de Contenu SEO |
|-----------------------------|--|---|
| Informations générales | "Qu'est-ce que la randonnée en Corse ?", "Meilleures randonnées en Corse" | Articles de blog, guides de voyage |
| Itinéraires spécifiques | "GR20 randonnée Corse", "Sentiers côtiers en Corse" | Pages détaillées sur les itinéraires, cartes interactives |
| Conseils et astuces | "Conseils pour randonner en Corse", "Meilleure saison pour randonner en Corse" | Articles de conseils, FAQ |
| Équipement de randonnée | "Équipement nécessaire pour randonner en Corse", "Magasins de randonnée en Corse" | Pages de produits, articles de recommandations |
| Hébergement et restauration | "Où dormir en randonnée en Corse", "Restaurants près des sentiers en Corse" | Listes d'hébergements, critiques de restaurants |
| Expériences personnelles | "Mon expérience de randonnée en Corse", "Blog randonnée Corse" | Blogs de voyage, témoignages |
| Actualités et événements | "Événements de randonnée en Corse 2023", "Nouvelles randonnées en Corse" | Articles d'actualité, calendriers d'événements |



liste moi le contenu des balises Title, des H1, H2 et H3 des 10 premiers résultats de Google.fr pour la requête "fonctionnement taux remboursement mutuelle"

ChatGPT
Utilise WebPilot

Pour le site Meilleurtaux.com, voici les informations extraites :

Balise Title:

- "Calcul remboursement mutuelle - Meilleurtaux.com"

Contenu:

Le site explique en détail le fonctionnement des remboursements de la mutuelle sur les sujets suivants :

- Compréhension du remboursement
- Les trois méthodes de calcul du remboursement (en pourcentage, en euros, en frais réels).
- Le remboursement de la mutuelle
- Le remboursement forfaitaire.
- Le remboursement de mutuelle
- Comment être bien remboursé par la mutuelle

Questions/Insights:

- Compréhension du Remboursement:**
 - Comment la Sécurité sociale fonctionne-t-elle ?
 - Comment le remboursement de la mutuelle fonctionne-t-il ?
- Méthodes de Calcul:**
 - Quelles sont les différentes méthodes de calcul du remboursement de la mutuelle ?
 - Comment fonctionne le remboursement de la mutuelle ?
- Remboursement aux Frais Réels:**

ChatGPT
Utilise WebPilot

Pour le site JeChange.fr, voici les informations extraites :

Balise Title:

- "Calcul remboursement mutuelle : comment ça marche ?"

Contenu:

Le site explique le calcul du remboursement de la mutuelle (en pourcentage, en euros, en frais réels), et fournit des informations sur le remboursement de la mutuelle santé. Il donne des exemples de calcul de la prise en charge de la Sécurité sociale et de la mutuelle, et explique comment savoir si une mutuelle rembourse bien les dépenses de santé.

Questions/Insights:

- Types de Remboursement:**
 - Quelles sont les différences entre le remboursement de la mutuelle et le remboursement de la Sécurité sociale ?
 - Comment ces types de remboursement affectent-ils le montant final que vous recevez ?
- Comprendre le Remboursement:**
 - Comment calculer précisément le remboursement de la mutuelle ?
 - Comment la Sécurité sociale et la mutuelle affectent-elles le montant final que vous recevez ?
- Niveaux de Remboursement:**
 - Qu'est-ce que signifient les niveaux de remboursement de la mutuelle ?
 - Comment choisir le niveau de remboursement adapté à vos besoins de santé ?

ChatGPT
Utilise WebPilot

Pour le site AG2R La Mondiale, voici les informations extraites :

Balise Title:

- "Frais de santé : comment ça marche le remboursement ?"

Contenu:

Le site explique comment fonctionne le remboursement des frais de santé par la complémentaire santé et la Sécurité sociale en France. Il détaille ce que rembourse la complémentaire santé, les différents niveaux de garantie (100% TC, 150% TC, etc.), et donne un exemple de remboursement en fonction de la garantie. Le site fournit également un lexique des termes liés au remboursement des frais de santé, tels que le tarif conventionnel, le ticket modérateur, le reste à charge, et la participation forfaitaire.

Questions/Insights:

- Complémentaire Santé:**
 - Comment la complémentaire santé complète-t-elle le remboursement de la Sécurité sociale ?
 - Quelles sont les prestations non couvertes par la Sécurité sociale que la complémentaire santé peut prendre en charge ?
- Niveaux de Garantie:**
 - Comment les différents niveaux de garantie affectent-ils le montant remboursé par la complémentaire santé ?
 - Qu'est-ce que signifient les termes "100% TC", "150% TC", etc. ?
- Exemple de Remboursement:**
 - Comment est calculé le remboursement pour une consultation au tarif de 55 € ?
 - Comment le niveau de garantie affecte-t-il le reste à charge pour l'assuré ?

Insights consommateur

(WebPilot inside)

ChatGPT
D'accord, voici les "Questions/Insights" présentés comme initialement, regroupés par thèmes :

Pourcentages de Remboursement:

- Comment sont calculés les pourcentages de remboursement de la mutuelle ?
- Qu'est-ce que cela signifie si une mutuelle rembourse à 100%, 150%, ou 200% ?

Autres Modes de Remboursement:

- Quels sont les autres modes de remboursement qu'une mutuelle peut proposer ?
- Comment fonctionne le remboursement au forfait ou sur frais réels ?

Choix de la Mutuelle:

- Comment choisir une mutuelle pour maximiser les remboursements ?
- Quels sont les facteurs à considérer pour être bien remboursé par la complémentaire santé ?

Compréhension du Remboursement:

- Comment la Sécurité sociale et la mutuelle interagissent-elles pour le remboursement des frais de santé ?
- Quelles sont les prestations non couvertes par la Sécurité sociale que la complémentaire santé peut prendre en charge ?

Niveaux de Remboursement:

- Qu'est-ce que signifient les niveaux de remboursement à 100%, 200%, et 300% ?
- Comment choisir le niveau de remboursement adapté à vos besoins de santé ?

Méthodes de Calcul:

- Quelles sont les différentes méthodes de calcul du remboursement de la mutuelle ?
- Comment ces types de remboursement affectent-ils le montant final que vous recevez ?

Base de Remboursement et Ticket Modérateur:

- Comment la base de remboursement et le ticket modérateur affectent-ils le montant remboursé par la mutuelle ?
- Comment le remboursement varie-t-il en fonction du secteur de conventionnement du médecin ?

Choix et Evaluation de la Mutuelle:

- Comment choisir une mutuelle qui offre un bon remboursement ?
- Quels sont les facteurs à considérer pour maximiser les remboursements de la mutuelle ?

👍 🗨️ 🔄



Clusteriser la data SEO ? Easy !

TE

Classe moi ces questions internautes en thématiques. Donne un nom à chaque thématique. Supprime les questions en doublon ou qui ont la même signification :

- Comment agrandir un étage ?
- Comment agrandir une longère ?
- Comment agrandir une maison à étage ?
- Comment agrandir une maison en bois ?
- Comment agrandir une maison en hauteur ?
- Comment agrandir une maison sans permis de construire ?
- Comment ajouter un étage ?
- Comment ajouter un étage sur une maison ?
- Comment calculer le coût d'une extension de maison ?
- Comment calculer le prix d'une extension ?
- Comment chiffrer une extension ?
- Comment faire pour rehausser sa maison ?
- Comment faire un deuxième étage ?
- Comment faire un prolongement de toiture ?
- Comment faire une extension de toit ?
- Comment faire une surélévation en bois ?
- Comment financer une extension ?
- Comment financer une surélévation ?
- Comment obtenir une subvention pour travaux ?
- Comment réaliser une surélévation ?



Voici les questions triées par thématiques :

1. Méthodes et Techniques d'Aggrandissement :

- Comment agrandir un étage ?
- Comment agrandir une longère ?
- Comment agrandir une maison à étage ?
- Comment agrandir une maison en bois ?
- Comment agrandir une maison en hauteur ?
- Comment ajouter un étage ?
- Comment ajouter un étage sur une maison ?
- Comment faire pour rehausser sa maison ?
- Comment faire un deuxième étage ?
- Comment faire un prolongement de toiture ?
- Comment faire une extension de toit ?
- Comment réaliser une surélévation ?
- Comment surélever maison ?
- Est-ce que c'est possible de rajouter un étage à une maison ?
- Est-il possible de Surelever une maison ?

2. Coûts, Financement et Subventions :

- Comment calculer le coût d'une extension de maison ?
- Comment chiffrer une extension ?
- Comment financer une extension ?
- Comment financer une surélévation ?
- Comment obtenir une subvention pour travaux ?



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

Objectif Papillon

Un cocon sémantique ?



Vous avez raison, une structure moins rigide peut offrir une meilleure expérience utilisateur et plus de flexibilité dans le développement du contenu. Voici une nouvelle version de la structure qui est plus fluide :

Niveau 0: Noyau

- Guide complet sur la construction d'extensions en bois pour les maisons individuelles

Niveau 1: Avantages et Inconvénients

- Niveau 2: Pourquoi choisir le bois ?
 - Niveau 3: Durabilité et écologie
 - Niveau 3: Esthétique et ambiance
- Niveau 2: Bois vs Maçonnerie
 - Niveau 3: Comparaison des coûts
 - Niveau 3: Comparaison de la durabilité
 - Niveau 3: Impact environnemental
 - Niveau 3: Comparaison de l'efficacité énergétique
 - Niveau 3: Comparaison de la rapidité de construction

Niveau 1: Aspects Techniques

- Niveau 2: Types de bois et leur utilisation
 - Niveau 3: Quel bois pour une extension
 - Niveau 3: Ossature bois vs bois massif
- Niveau 2: Toitures et isolation
 - Niveau 3: Quel type de toiture pour une extension
 - Niveau 3: Isolation thermique et phonique
- Niveau 2: Fondations et Structure
 - Niveau 3: Évaluation des fondations existantes
 - Niveau 3: Risques et solutions

Niveau 1: Types et Design

- Niveau 2: Extensions vs Vérandas
 - Niveau 3: Quelle est la différence entre une véranda et une extension ?
- Niveau 2: Surélévation et Extensions d'étage
 - Niveau 3: Comment ajouter un étage à votre maison
 - Niveau 3: Surélévation : étapes et coûts
- Niveau 2: Design et Aménagement Intérieur
 - Niveau 3: Comment intégrer l'extension au design existant
 - Niveau 3: Tendances de design en 2023

Niveau 1: Planification et Réglementation

- Niveau 2: Étapes du projet
 - Niveau 3: Planification et budget
 - Niveau 3: Choix des artisans et contrats
 - Niveau 3: Calendrier du projet
- Niveau 2: Aspects légaux et administratifs
 - Niveau 3: Quand faut-il un permis de construire ?
 - Niveau 3: Quelle surface peut-on agrandir sans permis de construire ?
 - Niveau 3: Contraintes et recommandations légales

Niveau 1: Coût et Financement

- Niveau 2: Estimation et Planification financière
 - Niveau 3: Coût moyen d'une extension de 30m2
 - Niveau 3: Comment calculer le coût d'une extension de maison ?
 - Niveau 3: Frais cachés et imprévus
- Niveau 2: Aides financières et Subventions
 - Niveau 3: Quelles sont les aides pour un agrandissement de maison ?
 - Niveau 3: Aides de l'État en 2023

Le processus est itératif →



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

Objectif Papillon

L'argumentation marketing

TE

Super, bravo !

Je m'intéresse maintenant uniquement aux appréhensions envers les implants.

Peux tu stp en reprendre la liste et pour chacun me fournir une argumentation de traitement des objections telle que le ferait le service marketing d'un fabricant d'implants.



Bien sûr ! Voici comment le service marketing d'un fabricant d'implants pourrait traiter les appréhensions concernant les implants :

1. Aspect non naturel

Appréhension : Les patients craignent que les implants donnent un aspect non naturel.

Traitement de l'objection :

- Nos implants sont conçus avec les dernières technologies et matériaux pour imiter l'apparence et la sensation naturelle de la poitrine. Ils sont disponibles dans une variété de tailles et de formes pour s'adapter à chaque individu et assurer un résultat esthétiquement plaisant.
- De plus, une consultation personnalisée est offerte à chaque patient pour s'assurer que l'implant choisi corresponde à sa morphologie et à ses attentes esthétiques.

2. Durée de vie des implants

Appréhension : Inquiétudes concernant le remplacement futur des implants.

Traitement de l'objection :

- Nos implants sont fabriqués avec des matériaux de haute qualité, conçus pour durer de nombreuses années. Ils sont soumis à des tests rigoureux pour assurer leur durabilité et leur résistance.
- Bien que tout implant puisse nécessiter un remplacement à long terme, avec les soins appropriés et le suivi régulier recommandé, nos implants ont démontré une longévité remarquable.



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023



Rég

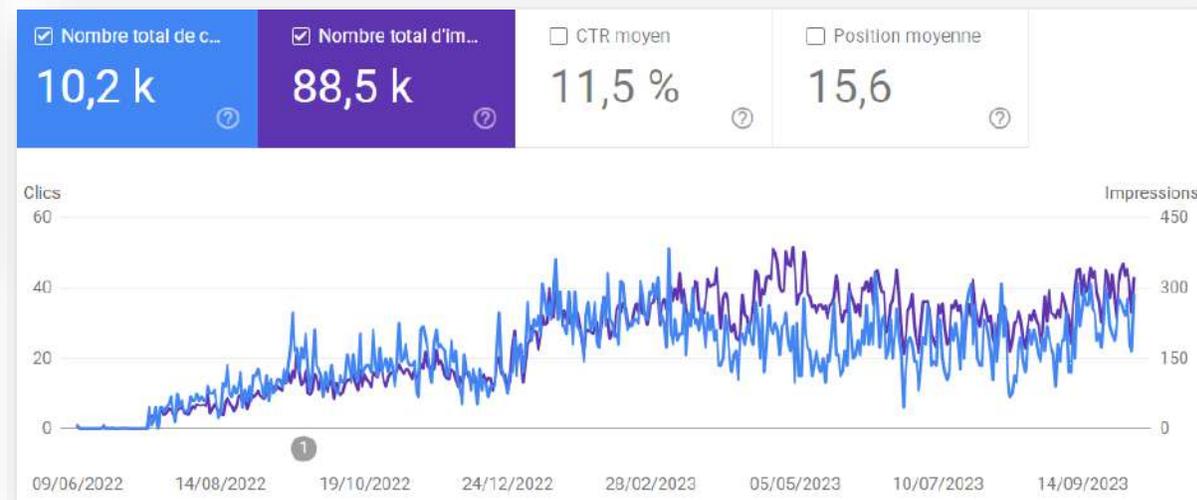


Ce que ChatGPT ne peut pas
(encore) faire pour vous

L'anticipation des tendances de marché



Google search results for "prolonger une loa". The search bar shows the query and search icons. Below the search bar are filters for Images, Vidéos, Diac, Bmw, Volkswagen, Actualités, Voiture, Livres, and Maps. The results show approximately 11,500,000 results in 0.35 seconds. The top result is from LIZauto, titled "Comment prolonger ou renouveler un contrat de leasing". The snippet below the title reads: "Est-il possible de **prolonger** un contrat de **leasing** auto ? Oui, il est tout à fait possible de **prolonger** la durée de votre contrat de **leasing**."



Interpréter le sens caché

TE You

Liste et catégorise dans un tableau les intentions de recherche d'un internaute tapant sur Google.fr "leasing monospace". Pour chaque catégorie, indique moi le type de contenu qui te semble le plus adéquate pour le SEO.

ChatGPT

Pour créer une liste et catégoriser les intentions de recherche d'un internaute tapant "leasing monospace" sur Google.fr, nous pouvons envisager plusieurs catégories principales. Pour chaque catégorie, je vais également suggérer le type de contenu qui serait le plus approprié pour le référencement (SEO).

Tableau des Intentions de Recherche et Types de Contenu pour SEO

| Catégorie d'Intention | Description de l'Intention | Type de Contenu pour SEO |
|-----------------------|--|--|
| Informationnelle | Recherche d'informations générales sur le leasing de monospaces. | Articles de blog, guides explicatifs, FAQ. |
| Commerciale | Comparaison de différentes offres de leasing pour monospaces. | Comparatifs, revues de produits, listes des meilleures offres. |
| Transactionnelle | Intention d'engager un leasing pour un monospace spécifique. | Pages de produits, formulaires de demande de devis, témoignages clients. |
| Locale | Recherche de concessionnaires ou d'agences proposant des leasings de monospaces à proximité. | Pages de localisation, annuaires locaux, Google My Business. |
| Navigationale | Recherche d'un site web ou d'une marque spécifique en lien avec le leasing de monospaces. | Optimisation des pages d'accueil et des pages de catégorie, SEO de marque. |

| Requêtes les plus fréquent... | Impressions |
|---|-------------|
| leasing voiture 7 places | 520 |
| leasing 7 places | 320 |
| loa 7 places | 320 |
| voiture 7 places en leasing | 108 |
| leasing 7 places occasion | 236 |
| voiture 7 places leasing | 214 |
| voiture 7 places en leasing sans apport | 181 |
| loa voiture 7 places | 211 |
| leasing voiture 7 places pas cher | 202 |
| leasing monospace | 201 |

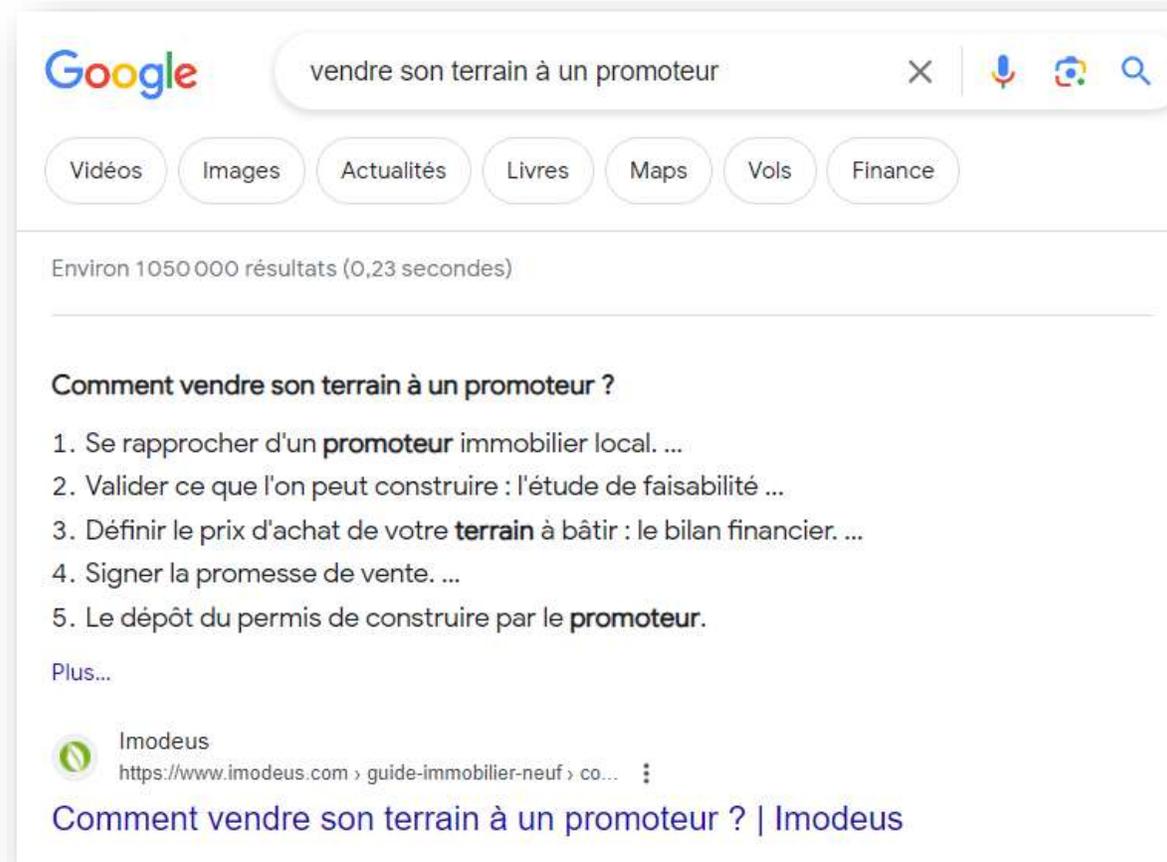


SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

Objectif Papillon

Zéro data, pas d'IA



2022-GSC_Conquête_Tableau.csv
Feuille de calcul2023-GSC_Conquête_Tableau.csv
Feuille de calcul

Voici des données issues du rapport de Performance de la Google Search Console d'un site e-commerce. Le premier fichier porte sur 2022, le second sur 2023. Pour trouver des pistes d'optimisations SEO, identifie et analyse toutes les requêtes à potentiel de clics et donne moi des recommandations d'optimisations pour chacune d'elles. Par exemple :

- Pour les requêtes ayant perdu un nombre de clics et/ou de positions significatifs entre 2022 et 2023, des actions correctives peuvent être nécessaires.
- Pour les requêtes sur lesquelles le site est entre la 11e et la 15e position, passer en page 1 de Google (10 premiers résultats) le gain de clics serait significatif.
- Pour les requêtes sur lesquelles le site est dans le top 5 des résultats de recherche, mais présentant un taux de clic faible au regard de leur positions, optimiser le titre et la méta-description améliorerait l'attractivité du snippet dans les résultats.

Je ne veux pas d'exemples de requêtes, je veux la liste de toutes les requêtes à potentiel avec leurs hausses et baisses de clics et positions en pourcentages entre 2022 et 2023.

Le big data, c'est pas encore ça....

Il vous reste les tableaux croisés Excel, votre cerveau, et la RM Console ;-)

Insights and Recommendations

1. Significant Loss in Clicks and Positions

- **Example:** [REDACTED]"
 - **2022 Clicks:** 1147
 - **2023 Clicks:** 261
 - **Change:** -77.24%
 - **Position Change:** +93.09%
- **Recommendation:** Investigate the content and SEO strategies for these queries. Update content, improve on-page SEO, and consider building more backlinks to regain lost positions.

2. Queries with Potential to Reach Page 1

- Queries that are currently ranking between 11th and 15th position but have lost ground need to be focused on. For example, [REDACTED] has moved from an average position of 6.22 in 2022 to 12.01 in 2023. Improving content and optimizing for these keywords can push them onto the first page, leading to significant click gains.

3. Top 5 Positions with Low Click-Through Rate (CTR)

- Queries like [REDACTED] which has a good position but lower CTR compared to its potential should be optimized. The title and meta-description need to be made more attractive to improve CTR.
 - **2022 CTR:** 3.09%
 - **2023 CTR:** 3.22%
 - **Position:** 6.93 (almost top 5)
- **Recommendation:** Optimize the title and meta-description for higher engagement. A/B testing different versions could be beneficial.



Comment j'ai révolutionné ma stratégie netlinking avec ChatGPT ?



Laurent Brice



Préambule et précautions oratoires

Je n'ai rien révolutionné du tout



J'ai pompé pas mal d'idées (+ travail d'équipe)



Le marketing, ça marche !



Mes propos n'engagent que moi et tout n'est pas à reproduire chez vous

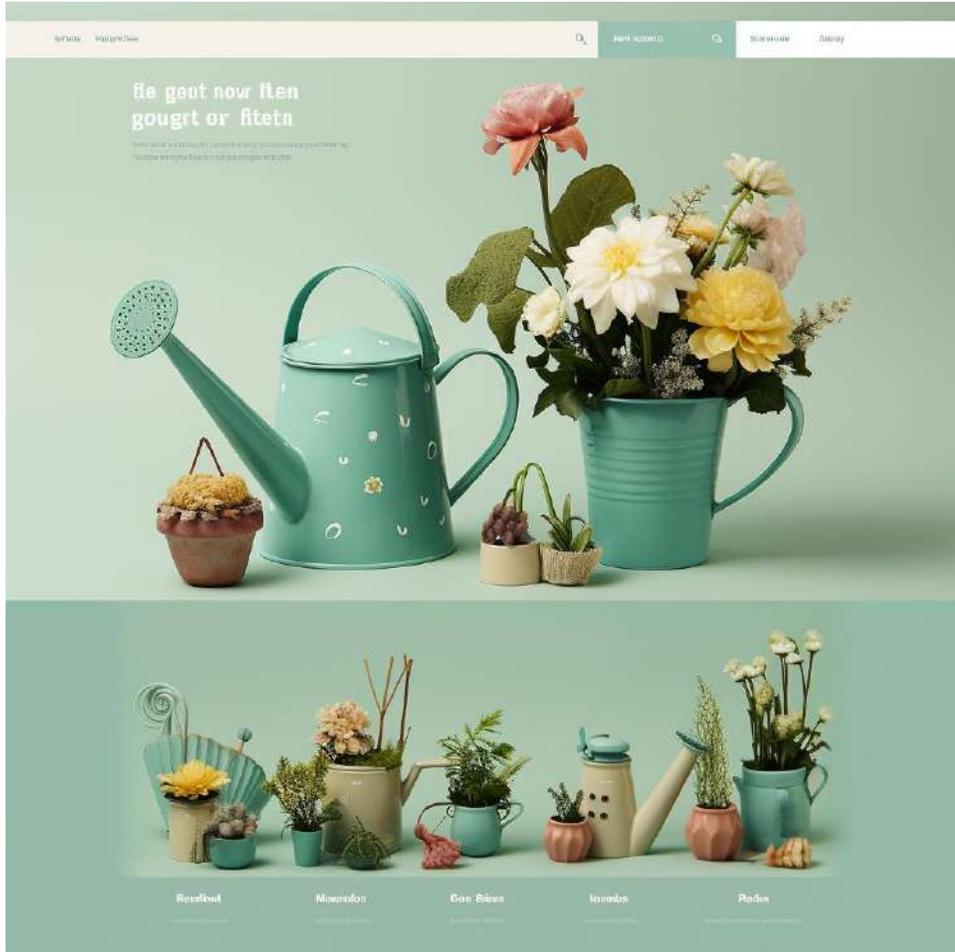


Il était une fois un site e-commerce...

.. qui vendait des arrosoirs

et qui voulait ranker sur Google.

Un beau jour, il rencontre un référenceur qui lui parle de netlinking



Le netlinking, cette histoire de fous

Pourquoi des liens pour juger la pertinence d'un site web à se positionner sur un mot clé ?

- Parce que Google ne comprend rien
- Surtout si tout le monde dit qu'il est LE meilleur
- Le système des citations



Le netlinking, cette histoire de fous

Et forcément, pendant ce temps-là,
les référenceurs ...

Entre retro-engineering et sérendipité



La méthode A et la méthode B

La méthode A

- On contacte des sites dans notre thématique et on noue des partenariats
- On fait des RP

Inconvénients :

- c'est long
- c'est cher
- c'est aléatoire



La méthode B

- 90% des référenceurs doivent faire cela
- On passe par des plateformes de vente de liens et on PAIE

Avantages :

- ca va vite
- on a l'embarras du choix



La vente de liens

La multiplication des plateformes !!



Le « edge » de l'IA



Le coût du contenu tend vers zéro

ET

La vitesse d'exécution tend vers zéro



La méthode C : Le PBN 2.0

Construire **un système de liens** optimisé

- depuis un ou plusieurs sites qu'on **contrôle**
- dans un contexte sémantique idéal (**#cocon sémantique**)
- depuis un site qui se positionne et **fait du trafic** sur ma thématique



La marche à suivre

- 1. Choisir une intention de recherche ou un mot clé**
Ex : arrosoir pas cher
- 2. Identifier les questions que se posent les internautes autour du sujet**
- 3. Construire un ou des cocons externes**
(sur son réseau de sites)
- 4. Attendre que ça prenne**
- 5. Linker**



ChatGPT est mon ami



Anatomie d'un lien sponso

1. Définir une thématique => Chatgpt
2. Choisir un nom de domaine => Chatgpt
3. Vérifier sa disponibilité (ex : <https://gptstore.ai/plugins/gpt-domain-bot-fly-dev>)
4. Création du site via IA (ex : <https://www.appypie.com/>
<https://www.hostinger.com/ai-website-builder>)



Vraiment, un très bon ami

5. Identifier les mots clés et questions (semrush+chatgpt)
6. Lister les idées de sujets d'articles et titres => Chatgpt
7. Faire le plan de l'article
8. Rédiger le contenu de l'article
9. Metadonnées (balise title, meta-description)
10. Image ? => Dalle-E, Midjourney..
11. Publication => plugins Wordpress & Chatgpt
12. Maillage interne => plugin wordpress IA (ex: link whisper)
13. Backlinks ?



Et si on automatisait encore plus ?



zapier



Automa



make



ZennoPoster 7
version 7.0.0



AppSheet



C'est un investissement long terme

Avantages :

- Contrôle total de vos backlinks
- Construire pour durer
- Grande liberté dans la façon de construire vos cocons externes
- Décorrélation des coûts vs volumes de contenus-pages-liens



Inconvénients :

- Gros travail de R&D pour le set-up
- Indexation
- Risque Google
- Le souci du détail : ne pas s'embarlucoquer



Est-ce que ça marche ?



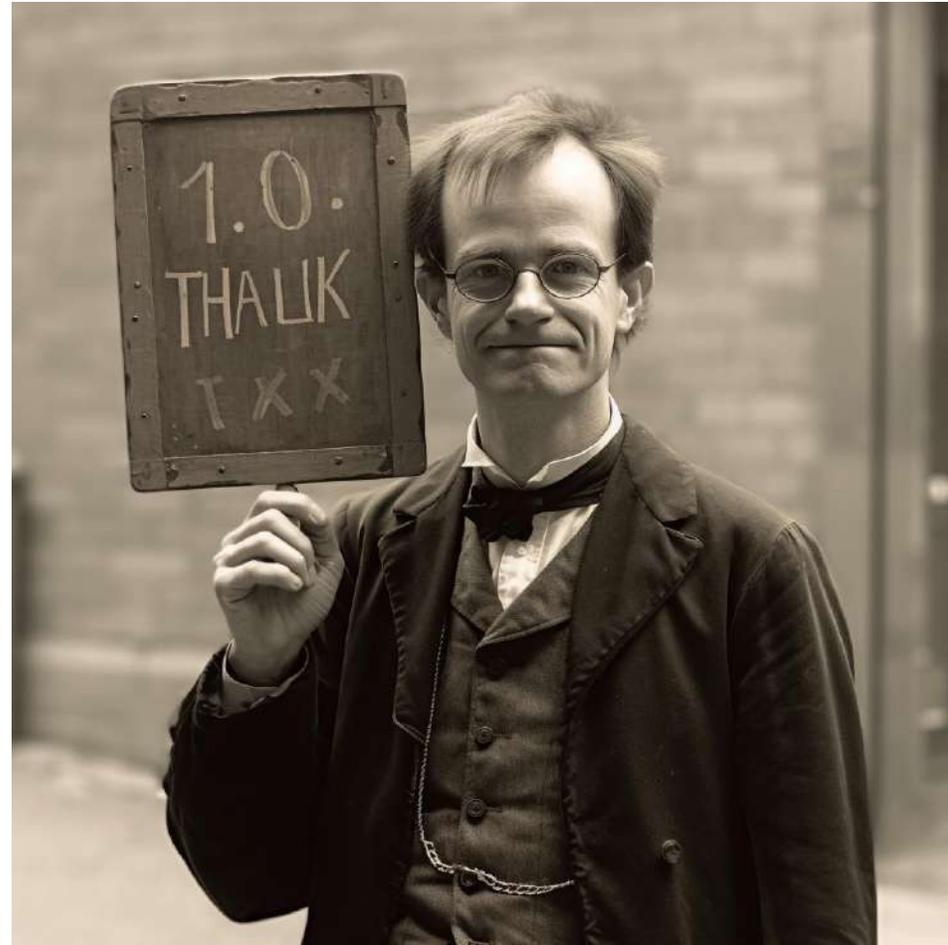
- C'est trop tôt pour le dire
#work-in-progress

- Google is watching you

La bonne question : est-ce que c'est **plus rentable** ?



Merci !



* Aucun Chagtgpt n'a été maltraité pendant la préparation de cette conférence

* Images par Midjourney

* Hommage à l'ancêtre de Vincent M. qui inventa le web 1.0 à Thalik en 1890 avec le protocole de communication TXX par ardoises interposées



Google Search Console en toute sérénité



Sandrine Bertrand
se  *ackers*



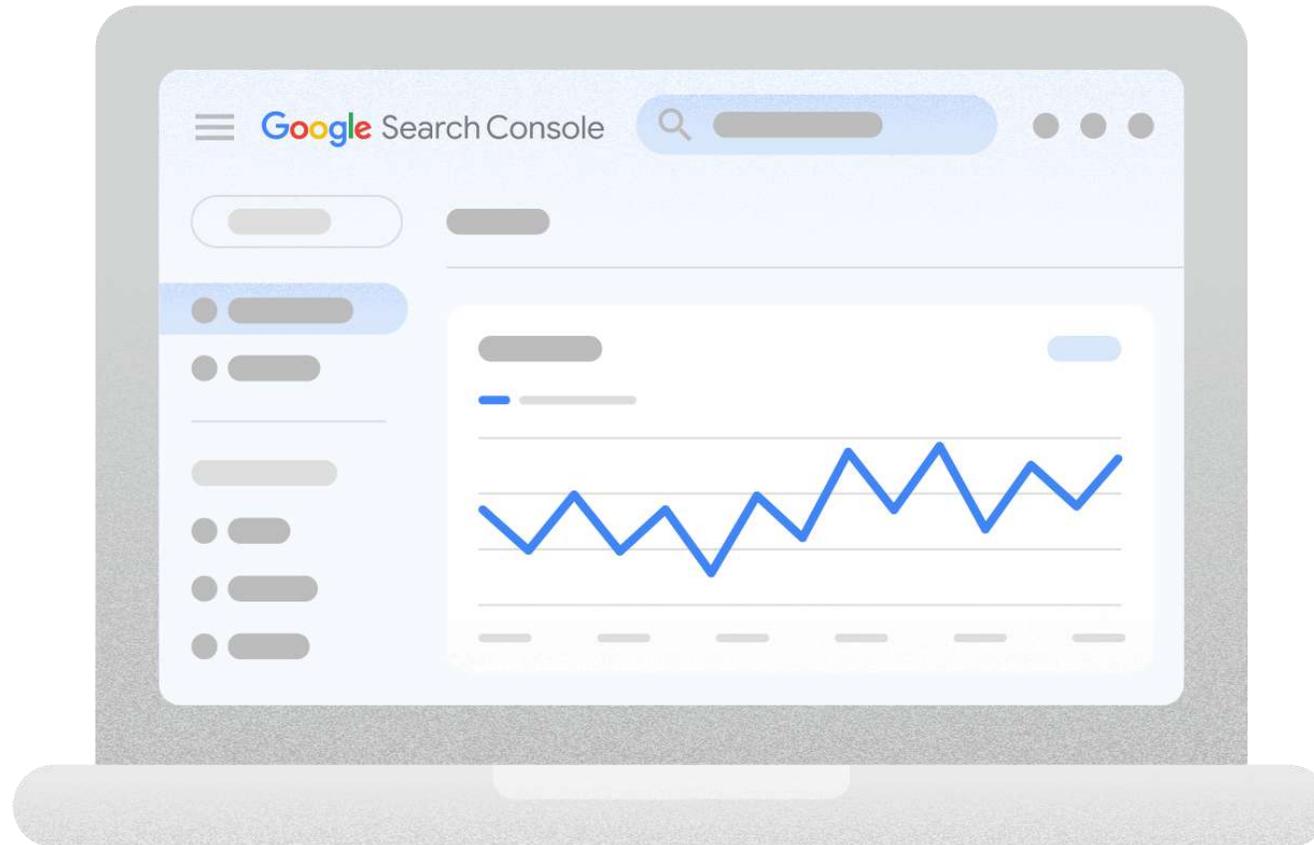
SEO Update 2024
ou comment s'adapter à la révolution IA / ChatGPT
Toulouse | 28 novembre 2023

Qui je suis ?

- 20 ans d'expérience en agence et chez l'annonceur
- Expertise : Audit technique, sémantique ...
- Prof de référencement depuis 14 ans
- Conférencière Google Product expert Search
- Certifiée CESEO, IX- SEO, GAIC, GA4
- Consultante senior 



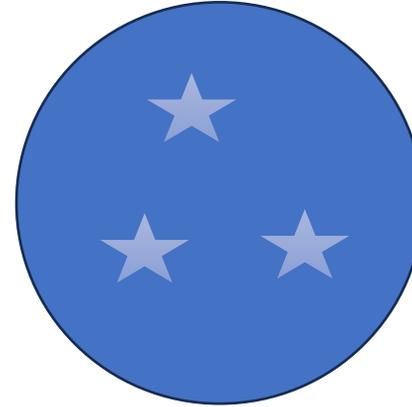
La Google Search Console



La Google Search Console - Les propriétés

- **Les propriétés**

- Préfixe de l'URL
- Domaine



- **Les propriétés**

- monsite.com ●
- https://monsite.com ★
- https://www.monsite.com ★
- https://magasin.monsite.com ★

CHAT-FORET-NORVEGIEN.COM

- 🌐 chat-foret-norvegien.com
Propriété "domaine"
- 🌐 https://chat-foret-norvegien.com/
- 🌐 https://www.chat-foret-norvegien.com/



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

La Google Search Console - Les utilisateurs



Etes-vous propriétaire ?



Vous êtes un propriétaire confirmé

Méthodes de validation utilisées

Fournisseur de nom de domaine



La validation a bien été effectuée



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

La Google Search Console - Les utilisateurs

- **Les propriétaires**
 - Confirmé
 - Délégué
- **Les utilisateurs**
 - Avec accès complet
 - Avec accès limité
- **Les associés**

Report a Search Console Verification Issue

This form collects issues raised by site owners when trying to fix issues while verifying their site or managing users in Search Console. The form should be submitted using the same email address that is used to verify the concerned site in Search Console. Please visit the [Search Central Help Community](#) for general queries on Search Console issues.

Please note that currently support is only provided in English.

* Required field

Name *

Website *

Select the issue that best describes your question: *

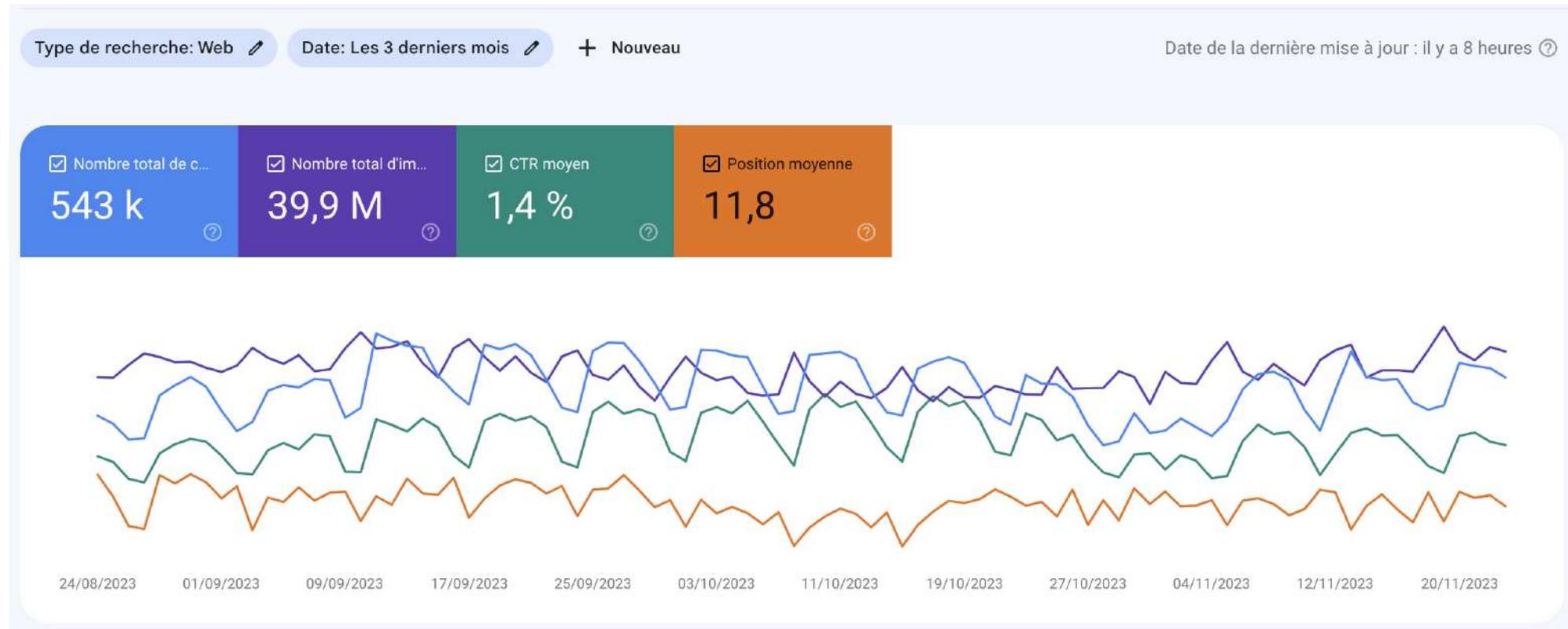
- I'm seeing an error while trying to verify my domain
- I'm unable to add a user in my Search Console property
- I'm unable to remove a user/owner from my Search Console property

Google can ask for feedback about my support experience by email
You may receive an email after the case is closed

https://support.google.com/webmasters/contact/sc_verification_issue_form?hl=en



La Google Search Console - Les performances



La Google Search Console - Les performances

Mais comment
il compte ?

Ça dépend !



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

se//ackers Objectif Papillon

La Google Search Console - Les performances

Délai pour voir des données : environ 1 semaine
(sauf en cas de propriété existante)

Tous les rapports sont échantillonnés !
(sauf pages vidéos et couverture d'index)

Confidentialité

Certaines requêtes ne sont pas affichées

Dédoublonnage & Agrégation par propriété ou page

Délai de consolidation : 3 jours

Heure de la Californie (9h de décalage)



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

se//ackers *Objectif Papillon*

La Google Search Console - Les performances

Impressions

Un internaute a vu (potentiellement) un lien vers votre site et sans interaction de sa part SAUF Carrousel, PAA et FAQ)

Clicks

Un internaute a cliqué sur votre lien

CTR

Clicks/Impression



La Google Search Console - Les performances

Position Moyenne

On compte de haut en bas

On prend la meilleure position pour calculer la moyenne

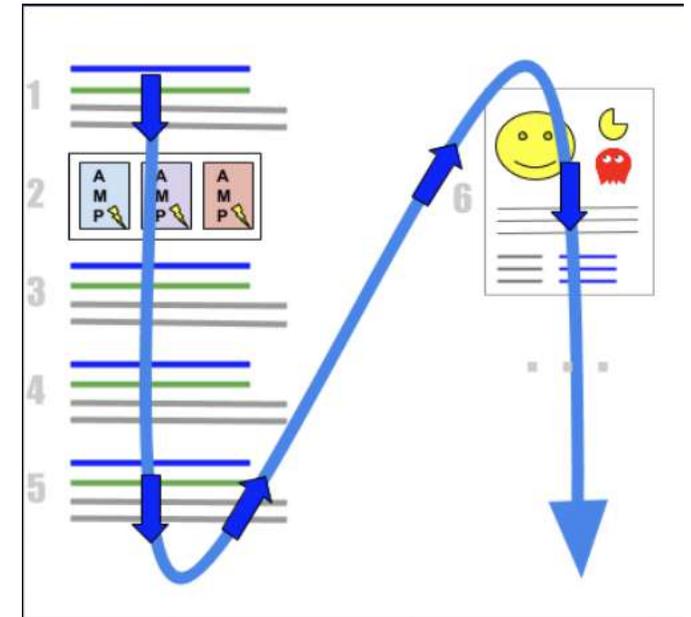
Lien bleu : Standard

Carrousel : Position du carrousel entier

Bloc images en recherche standard: position du bloc

Images en recherche images : position de l'image

Vidéo: Standard



La Google Search Console - Les performances

Les positions moyennes du graphique sont différentes de celles du tableau

Graphique => Site

Tableau => requête ou page **ET Seulement 1000 lignes !**

La confidentialité des données peut amener à la suppression de certaines lignes

Dans le rapport « pages », le tableau remonte les données des pages et le graphique de la propriété. Il faut sélectionner une page pour que le graphique donne les informations de la page



La Google Search Console - Exploitation

Sur quoi j'ai perdu ou gagné des clics ?

Plage de dates

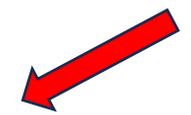
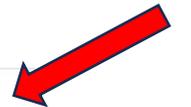
FILTRE COMPARER

- Comparer les 7 derniers jours à la période précédente
- Comparer les 28 derniers jours à la période précédente
- Comparer les 3 derniers mois à la période précédente
- Comparer les 6 derniers mois à la période précédente
- Comparer les 7 derniers jours d'une année à l'autre
- Comparer les 28 derniers jours d'une année à l'autre
- Comparer les 3 derniers mois d'une année à l'autre

| Clics | Clics | ↓ Clics |
|----------------------------|----------------------------|------------|
| Les 3 derniers mois (2023) | Les 3 derniers mois (2022) | Différence |
| 7 | 172 | -165 |

| Impressions | Impressions | ↓ Impressions |
|----------------------------|----------------------------|---------------|
| Les 3 derniers mois (2023) | Les 3 derniers mois (2022) | Différence |
| 5 500 | 138 302 | -132 802 |

| Position | Position | ↓ Position |
|----------------------------|----------------------------|------------|
| Les 3 derniers mois (2023) | Les 3 derniers mois (2022) | Différence |
| 41,8 | 7 | 34,8 |



La Google Search Console - Exploitation

Sur quoi j'ai perdu ou gagné des positions ?

Type de recherche: Web 

Date: Les 3 derniers mois 

Requête: +test 

Page: +test 

Pays: France 

Appareil: Mobile 

Apparence dans les résultats... 

- Web
- Image
- Vidéo
- Actualités

- Date la plus récente (23 mai 2023)
- Les 7 derniers jours
- Les 28 derniers jours
- Les 3 derniers mois
- Les 6 derniers mois
- Les 12 derniers mois
- Les 16 derniers mois
- Personnalisée

Requêtes contenant

Requêtes ne contenant pas

Requête exacte

Personnalisée (expression régulière)

URL contenant

URL ne contenant pas

URL exacte

Personnalisée (expression régulière)

- France
- Belgique
- Canada
- Suisse
- Maroc
- Algérie
- Réunion (île de la)
- Côte d'Ivoire
- Tunisie
- Cameroun

- Ordinateur
- Mobile
- Tablette

- Bonne expérience sur la page
- Résultats AMP non enrichis
- Galerie de recettes
- Article AMP
- Vidéos
- Résultats de la recherche de produits
- Extraits de produits



La Google Search Console - Exploitation

Les questions

^(qui|quoi|où|ou|comment|que|quel|quelle|quand|pourquoi|combien)+\s

Transactionnel

(pas cher|soldes|promo|code promo|coupon|remise|operation)

(achet*|achat|meilleur|top|compar.*)

Local

(où|magasin|proche de moi)

Maintenance

^(nettoyer|casser|probleme|marche plus|réparer|protéger|garantie)[" "]



La Google Search Console - Exploitation

$^{\wedge}[\backslash w \backslash W \backslash s \backslash S]{1,5}\$$ => requête de moins de 5 lettres
 $^{\wedge}[\backslash w \backslash W \backslash s \backslash S]{70,}\$$ => requête de plus de 70 lettres
 $(\backslash w + \backslash s){7,}\backslash w +$ => requête de plus de 7 mots
 $.*\backslash \$$ => URLs qui finissent par un /



La Google Search Console - Exploitation

`.*\p{Hiragana}.*|.*\p{Cyrillic}.*|.*\p{Hangul}.*|.*\p{Han}.*|.*\p{Thai}.*`

=> astuce internationale
Ou
surveillance Hack
(uniquement dans les requêtes)

| Requêtes les plus fréquent... | Clics | ↓ Impressions | Position |
|-------------------------------|-------|---------------|----------|
| 沙发 | 4 | 1 587 | 14 |
| 写意空间 | 921 | 1 343 | 1 |
| 办公桌 | 3 | 1 105 | 3,4 |
| 镜子 | 0 | 211 | 47,3 |
| 花瓶 | 1 | 199 | 51,8 |
| 香薰蜡烛 | 2 | 168 | 40,9 |



La Google Search Console - Exploitation

N'oubliez pas les filtres secondaires

Les requêtes qui ont perdu plus de 100 clics

The screenshot shows the Google Search Console interface. At the top, there are tabs for 'Type de recherche: Web', 'Date: Comparer', and 'Requête: Personnalisée (ex...)'. Below the tabs, there are navigation options: 'REQUÊTES', 'PAGES', 'PAYS', 'APPAREILS', 'APPARENCE DANS LES RÉSULTATS DE RECHERCHE', and 'DATES'. A filter dropdown is set to 'Filtrer par Clics Différence' with a value of 'Inférieur à 100'. A table displays search queries with columns for 'Clics Les 3 derniers mois', 'Clics 3 mois précédents', and 'Clics Différence'. A red arrow points to a filter menu on the right side of the table, which is open and shows various filter options. The 'Clics Différence' option is checked.

| Requêtes les plus fréquent... | Clics Les 3 derniers mois | Clics 3 mois précédents | Clics Différence |
|-------------------------------|---------------------------|-------------------------|------------------|
| [blurred] | 86 | 212 | -126 |
| [blurred] | 38 | 75 | -37 |
| [blurred] | 18 | 14 | 4 |
| [blurred] | 16 | 73 | -57 |
| [blurred] | 12 | 33 | -21 |

- Requêtes les plus fréquentes
- Clics Les 3 derniers mois
- Clics 3 mois précédents
- Clics Différence
- Impressions Les 3 derniers mois
- Impressions 3 mois précédents
- Impressions Différence
- Position Les 3 derniers mois
- Position 3 mois précédents
- Position Différence



La Google Search Console - Indexation

Un sitemap ne garantit pas l'indexation !

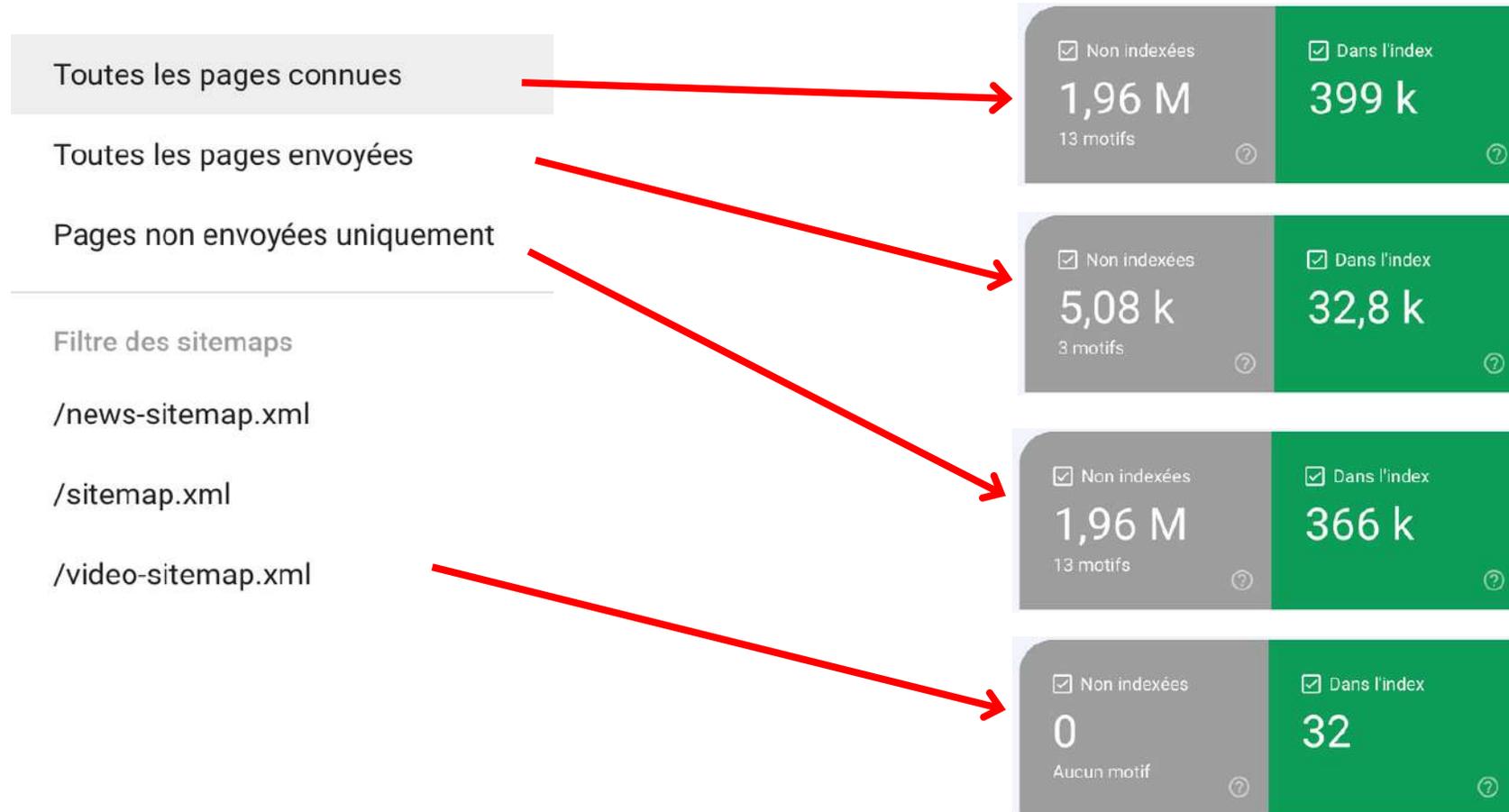
Si vous avez besoin d'un sitemap pour l'indexation, c'est qu'il y a un souci

Attention aux sitemaps auto (Yoast ...)

Profitez de vos sitemaps pour suivre l'indexation par catégorie



La Google Search Console - Indexation



La Google Search Console - Indexation

Supprimer un sitemap !

/sitemap.xml

OUVRIER LE SITEMAP  

 Supprimer le sitemap 

| | | | |
|------------------|-----------------------------------|------------------------------------|---|
| Dernière lecture | Nombre total de pages découvertes | Nombre total de vidéos découvertes |  VOIR L'INDEXATION DES PAGES |
| 19/05/2023 | 63 | 0 |  VOIR L'INDEXATION DES PAGES VIDÉO |



La Google Search Console - inspection et indexation

Inspection d'URL

Ce n'est pas du temps réel !

Récupération de données à partir de l'index Google

ANNULER

The screenshot shows the Google Search Console interface for a URL inspection. At the top right, there is a button labeled "TESTER L'URL ACTIVE" with a red arrow pointing to it. Below this, a message states: "Cette URL n'a pas été indexée par Google. Cette page n'est pas indexée. Les pages non indexées ne peuvent pas être diffusées sur Google. Pour savoir pourquoi elle n'a pas été indexée, consultez les informations ci-dessous. [En savoir plus](#)". Below the message are two buttons: "AFFICHER LA PAGE EXPLORÉE" (with a red arrow pointing to it) and "DEMANDER UNE INDEXATION".

The main section is titled "Indexation des pages" and shows "La page n'est pas indexée : Page avec redirection". It is divided into three sections:

- Découverte**
 - Sitemaps: Aucun sitemap référent détecté
 - Page d'origine: <http://xautck.co/prix-d/u0027un-chat-norvegien/>
- Exploration**
 - Dernière exploration: 13 août 2023, 11:43:40
 - Explorée avec: Googlebot pour smartphone
 - Exploration autorisée?: Oui
 - Récupération de page: Réussie
 - Indexation autorisée?: Oui
- Indexation**
 - URL canonique déclarée par l'utilisateur: <https://www.chat-foret-norvegien.com/prix-chat-norvegien/> (with an "i" icon and "INSPECTER" button)
 - URL canonique sélectionnée par Google: Identique à l'URL canonique déclarée par l'utilisateur

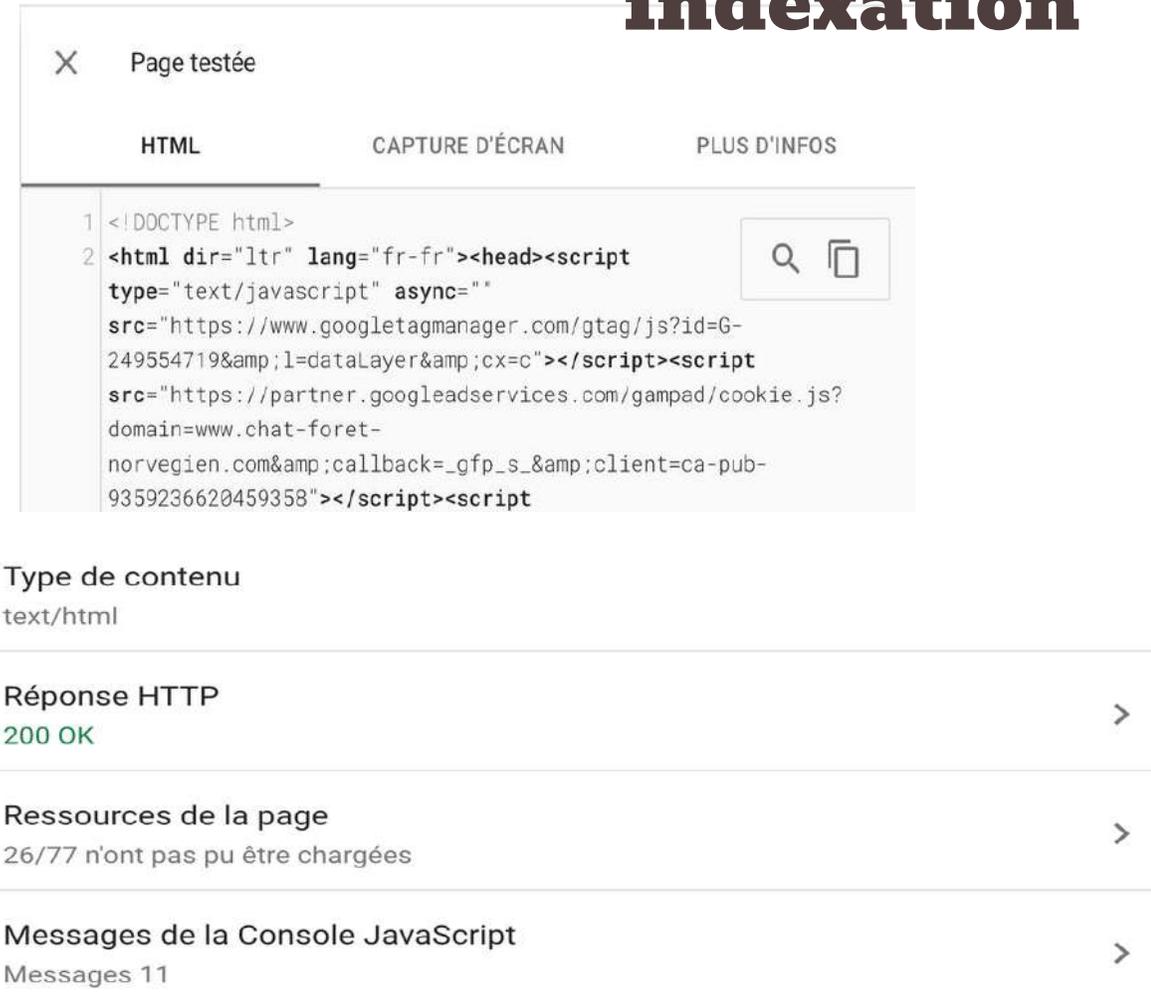
At the bottom, there are buttons for "EN SAVOIR PLUS" and "OUVRIR LE RAPPORT". A footer note says "Améliorations et expérience" and "Seules les URL indexées peuvent être optimisées".



La Google Search Console - inspection et indexation

Affichage de la page inspectée

Voir le code que voit Google
Voir la version mobile
Les ressources de la page
Les erreurs JavaScript



The screenshot shows the 'Page testée' (Page tested) interface in Google Search Console. It features three tabs: 'HTML', 'CAPTURE D'ÉCRAN', and 'PLUS D'INFOS'. The 'HTML' tab is active, displaying the source code of the page. The code includes a DOCTYPE declaration and a head section with two script tags. The first script tag is for a Google Tag Manager script, and the second is for a Google Analytics script. Below the code, there is a search and copy icon. Underneath the code, there is a list of page resources with expandable sections:

- Type de contenu: text/html
- Réponse HTTP: 200 OK
- Ressources de la page: 26/77 n'ont pas pu être chargées
- Messages de la Console JavaScript: Messages 11

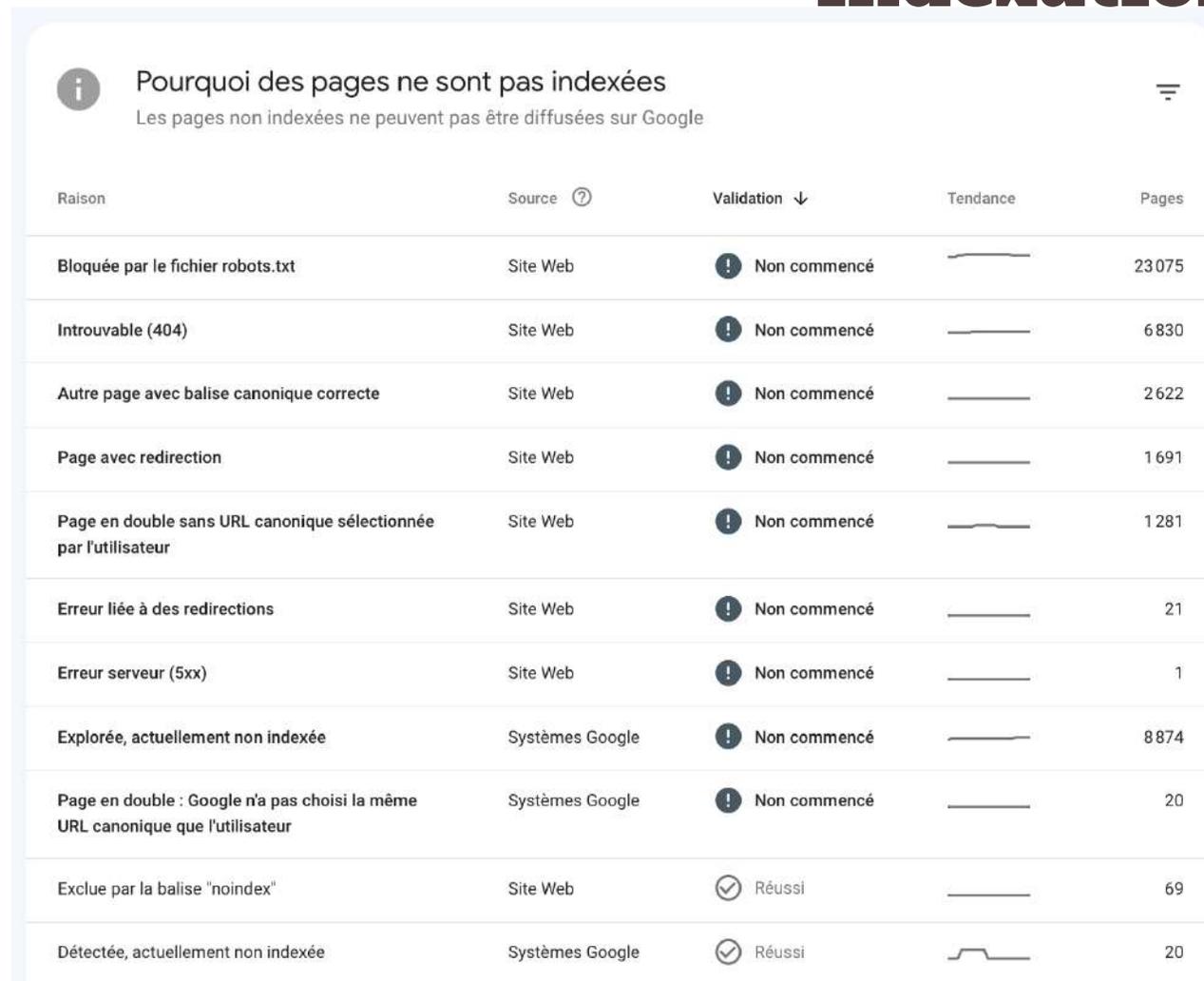


La Google Search Console - inspection et indexation

Entre erreurs et informations

Si c'est le comportement attendu, c'est une information

Si ce n'est pas volontaire, il faut corriger 😊



| Raison | Source ? | Validation ↓ | Tendance | Pages |
|--|-----------------|----------------|----------|--------|
| Bloquée par le fichier robots.txt | Site Web | ! Non commencé | — | 23 075 |
| Introuvable (404) | Site Web | ! Non commencé | — | 6 830 |
| Autre page avec balise canonique correcte | Site Web | ! Non commencé | — | 2 622 |
| Page avec redirection | Site Web | ! Non commencé | — | 1 691 |
| Page en double sans URL canonique sélectionnée par l'utilisateur | Site Web | ! Non commencé | — | 1 281 |
| Erreur liée à des redirections | Site Web | ! Non commencé | — | 21 |
| Erreur serveur (5xx) | Site Web | ! Non commencé | — | 1 |
| Explorée, actuellement non indexée | Systèmes Google | ! Non commencé | — | 8 874 |
| Page en double : Google n'a pas choisi la même URL canonique que l'utilisateur | Systèmes Google | ! Non commencé | — | 20 |
| Exclue par la balise "noindex" | Site Web | ✓ Réussi | — | 69 |
| Détectée, actuellement non indexée | Systèmes Google | ✓ Réussi | — | 20 |



La Google Search Console - inspection et indexation

Informations

Etape 1 : détectée

Etape 2 : explorée

Etape 3 : indexée

Google a choisi une autre URL canonique ?

Souvent lors de pages en double

Parfois une page d'un autre site !

Systemes Google

Détectée, actuellement non indexée

Explorée, actuellement non indexée

Page en double : Google n'a pas choisi la même URL canonique que l'utilisateur



La Google Search Console - Suppression

Nouvelle demande

SUPPRIMER TEMPORAIREMENT L'URL EFFACER L'URL MISE EN CACHE

Supprimez la ou les URL des résultats de recherche Google pendant environ six mois et éliminez l'extrait ainsi que la version mise en cache actuels (qui seront recréés lors de la prochaine exploration). Pour une suppression permanente, empêchez l'indexation des pages concernées ou supprimez-les entièrement de votre site. [En savoir plus](#)

Toutes les variantes d'URL (www, autres que www et HTTP/HTTPS) seront supprimées

Supprimer uniquement cette URL

Supprimer toutes les URL avec ce préfixe

La suppression des autres URL renvoyant vers ce contenu doit faire l'objet d'une demande séparée

ANNULER SUIVANTE

Très efficace !

En cas de problème juridique ,
supprimer la cache également



Attention au sabotage !



La Google Search Console - Les achats



Sellerie-Online

<https://www.sellerie-online.fr> > ... > Airbag

Gilet airbag complet de chez Hit-air + 1 cartouche ...

Gilet airbag modèle **MLV-C** de chez **Hit-air**. Avec un déclenchement très rapide , Protection parfaite. Gilet à 470 € , le meilleur prix du net.

★★★★★ Note : 5 · 1 avis · 455,00 € · Précommande ⓘ



Extrait de Produits SEPR



Gilet Airbag équitation Hit Air complet

4,7 ★★★★★ 15

Le gilet airbag complet est disponible en noir et bleu marine. Il est également proposé en bleu roi, en blanc, en rouge et en marron uniquement sur commande (délai : un mois ...)

Autres options: ▾

[Afficher les informations détaillées sur le produit](#)

PROMOTION

402,63 € ~~495,00 €~~

Sportisgood FR

5,99 € pour la livraison
4,5/5 ★ (355)

PROMOTION

397,38 € ~~495,00 €~~

Sellerie-Mae FR

5,99 € pour la livraison
4,4/5 ★ (428)



Comparer 2 prix

Fiche de marchand Onglet Shopping



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

La Google Search Console - Les achats



Gilet airbag Hit Air Complet noir mlv
396,00 €

Horse-discount.com
5.0 ★★★★★ (1)



Gilet airbag équitation Hit Air...
396,00 € 495-€

Sportsgood FR
4.7 ★★★★★ (15)



Gilet Airbag équitation Complet MLV - Hit Air M...
445,50 € 495-€

Equestra



Gilet Airbag Complet De Chez Hit-air + 1...
455,00 €

Sellerie Online France



Gilet Equitation Airbag Modèle MLVC gabarits d...
396,00 €

Sellerie Equitation A...



HIT-AIR - airbag COMPLET
396,00 €

askara.fr



Gilet hit air mlv-c ii
545,00 €

Horse-discount.com



Gilet Airbag Hit Air
496,00 €

Horse Impact

Nouveau pack produits dans la SERP



La Google Search Console - Les achats

 **Améliorer l'apparence des éléments**
Les éléments suivants sont valides, mais pourraient être accompagnés d'autres fonctionnalités ou être optimisés pour des requêtes plus pertinentes

| Problème | Validation ↓ | Tendance | Éléments |
|--|--|---|----------|
| Champ "hasMerchantReturnPolicy" manquant (dans "offers") |  Non commencé |  | 20 |
| Champ "shippingDetails" manquant (dans "offers") |  Non commencé |  | 20 |
| Aucun identifiant global (code GTIN ou marque, par exemple) fourni |  Non commencé |  | 20 |
| Champ "description" manquant | Sans objet |  | 0 |

Important:
Stock
Avis client
Les infos "livraison"
Frais de port
Frais de retour
Avantages / inconvénients
Identifiant



La Google Search Console - Les améliorations

⚡ AMP

◇ Vidéos

◇ FAQ

◇ Recettes

◇ Fils d'Ariane

◇ Événements

◇ Questions/Réponses

◇ Recettes guidées

◇ Logos

◇ Extraits d'avis

◇ HowTo

◇ Offres d'emploi

◇ Champ de recherche as...

◇ Données structurées im...

◇ ...etc...



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

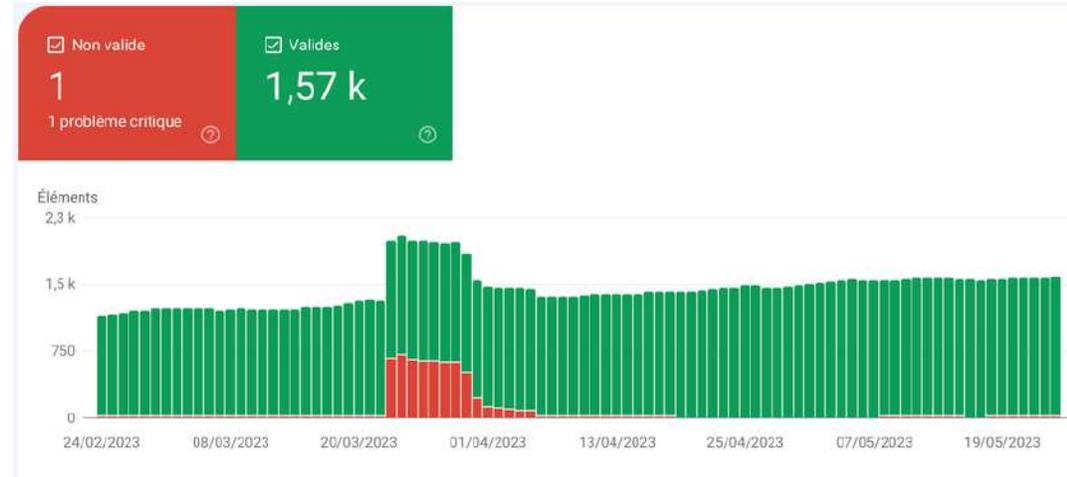
se//ackers Objectif Papillon

La Google Search Console - Les améliorations



Fils d'Ariane

```
<html>
  <head>
    <title>Award Winners</title>
    <script type="application/ld+json">
      {
        "@context": "https://schema.org",
        "@type": "BreadcrumbList",
        "itemListElement": [{
          "@type": "ListItem",
          "position": 1,
          "name": "Books",
          "item": "https://example.com/books"
        }, {
          "@type": "ListItem",
          "position": 2,
          "name": "Science Fiction",
          "item": "https://example.com/books/sciencefiction"
        }, {
          "@type": "ListItem",
          "position": 3,
          "name": "Award Winners"
        }
      ]
    }
  </script>
</head>
<body>
</body>
</html>
```



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

La Google Search Console - Les paramètres

Paramètres généraux

| | | |
|--------------------------------|--|---|
| Validation de la propriété |  Vous êtes un propriétaire confirmé | > |
| Utilisateurs et autorisations | acolasgabriel, davidcom82600, deaquinomkt, florencefermandes4, myriamzenabcabacisse... | > |
| Associations | Associer un service à cette propriété | > |
| Changement d'adresse | Informer Google en cas de changement d'adresse de votre site | > |
| Exportation groupée de données |  Actif | > |

Exploration

| | | |
|--------------------------------|--|-------------------|
| robots.txt | 1 fichier comporte une erreur critique | OUVRIR LE RAPPORT |
| Statistiques sur l'exploration | 2,65 k demandes d'exploration (au cours des 90 derniers jours) | OUVRIR LE RAPPORT |

Présentation

| | | |
|-----------------------------|----------------|------------------------|
| Propriété ajoutée au compte | 2 janvier 2020 | SUPPRIMER LA PROPRIÉTÉ |
|-----------------------------|----------------|------------------------|



La Google Search Console - Les paramètres

Fichiers robots.tx

| Fichier | Vérifié le | État | Taille | Problèmes |
|---|------------------|---------------------------|--------|-----------|
| https://www.chat-foret-norvegien.com/robots.txt | 26/11/2023 17:52 | Non récupéré - Sans objet | - | - |

Lignes par page : 10 1-1 sur 1

<https://www.chat-foret-norvegien.com/robots.txt>

26/11/2023 17:52 (dernière version)
Non récupéré - Sans objet

Versions

Impossible d'extraire un fichier robots.txt.
[En savoir plus](#)



❗ Échec de la demande de réexploration

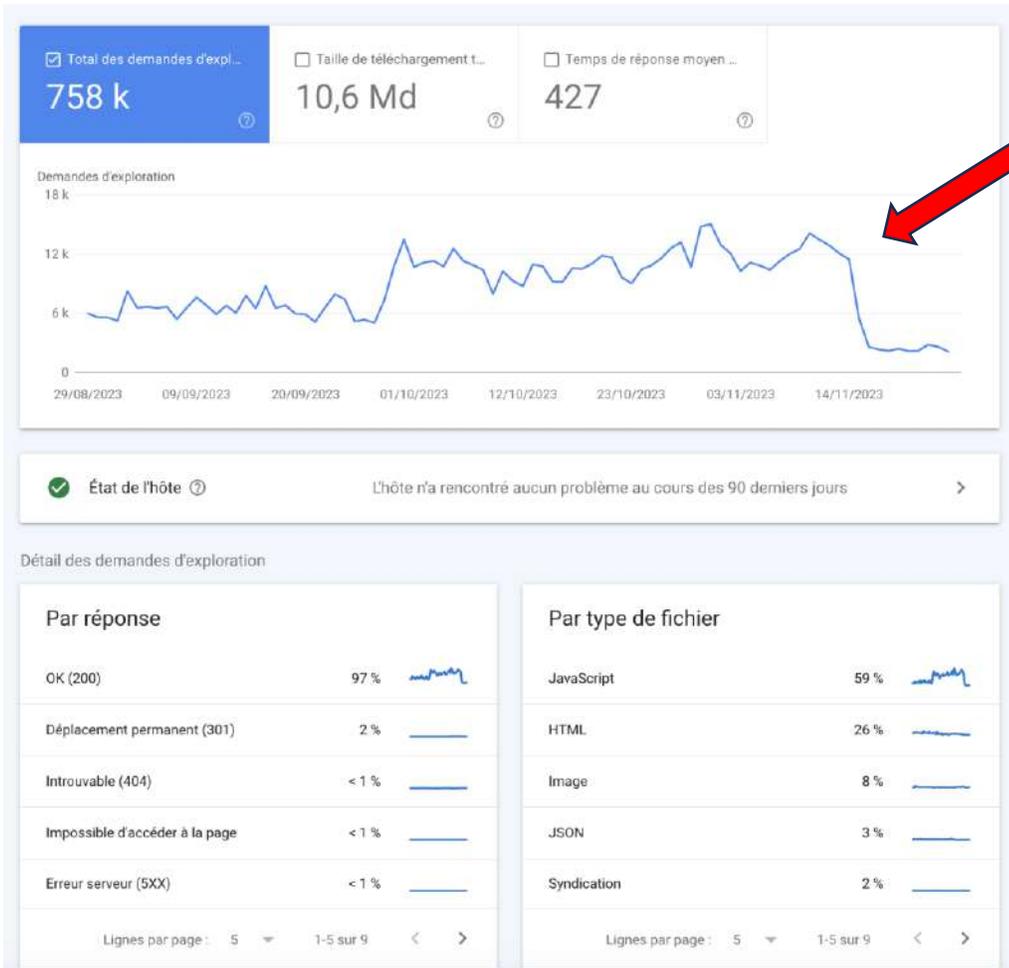
Fichier
<https://www.chat-foret-norvegien.com/robots.txt>

Raison
Erreur d'exploration : Réussie

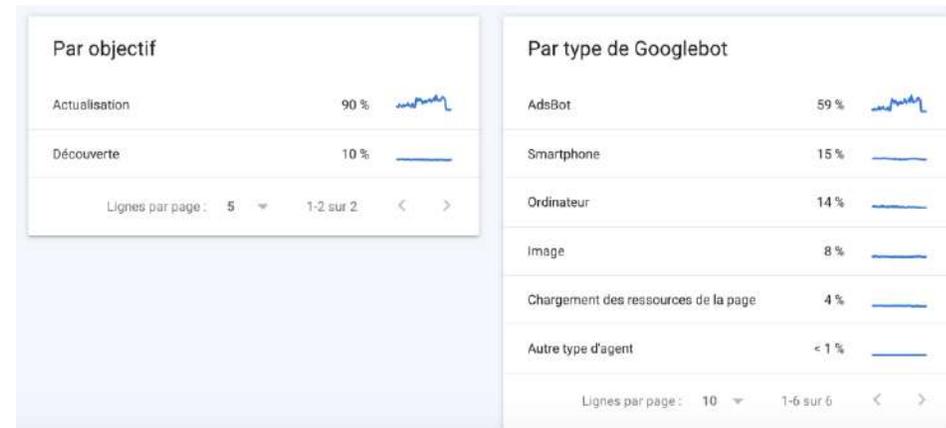
Fermer



La Google Search Console - Les paramètres

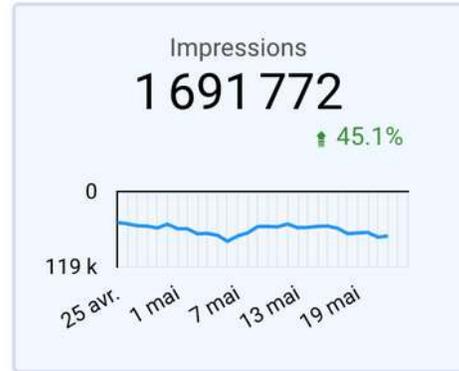


Relevez des anomalies

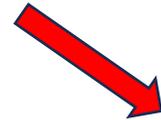


La Google Search Console - Les exports - Looker

Récap thématique - Top 30



Plus de 1000
lignes



| | | |
|--------|--|--|
| 103363 | graphique 20 ans alcatel | |
| 103364 | plantronics audio 628 stereo usb headset | |
| 103365 | my12one | |
| 103366 | philips lfh | |
| 103367 | mm724 maxcom | |
| 103368 | alcatel 2016 | |
| 103369 | nokia cable | |
| 103370 | switch manageable c'est quoi | |
| 103371 | cp7861 | |
| 103372 | alcatel 4010a | |
| 103373 | societe standard telephonique | |
| 103374 | telephone en 1990 | |



La Google Search Console - Les exports - Big Query

1 Préparez votre projet Cloud

[Consulter les instructions](#)

2 Définissez la destination de l'exportation

ID du projet Cloud

Nom de l'ensemble de données

Emplacement de l'ensemble de données

[Continuer](#)

Exportation groupée de données

Exportez automatiquement les données de performance vers BigQuery. [En savoir plus](#)

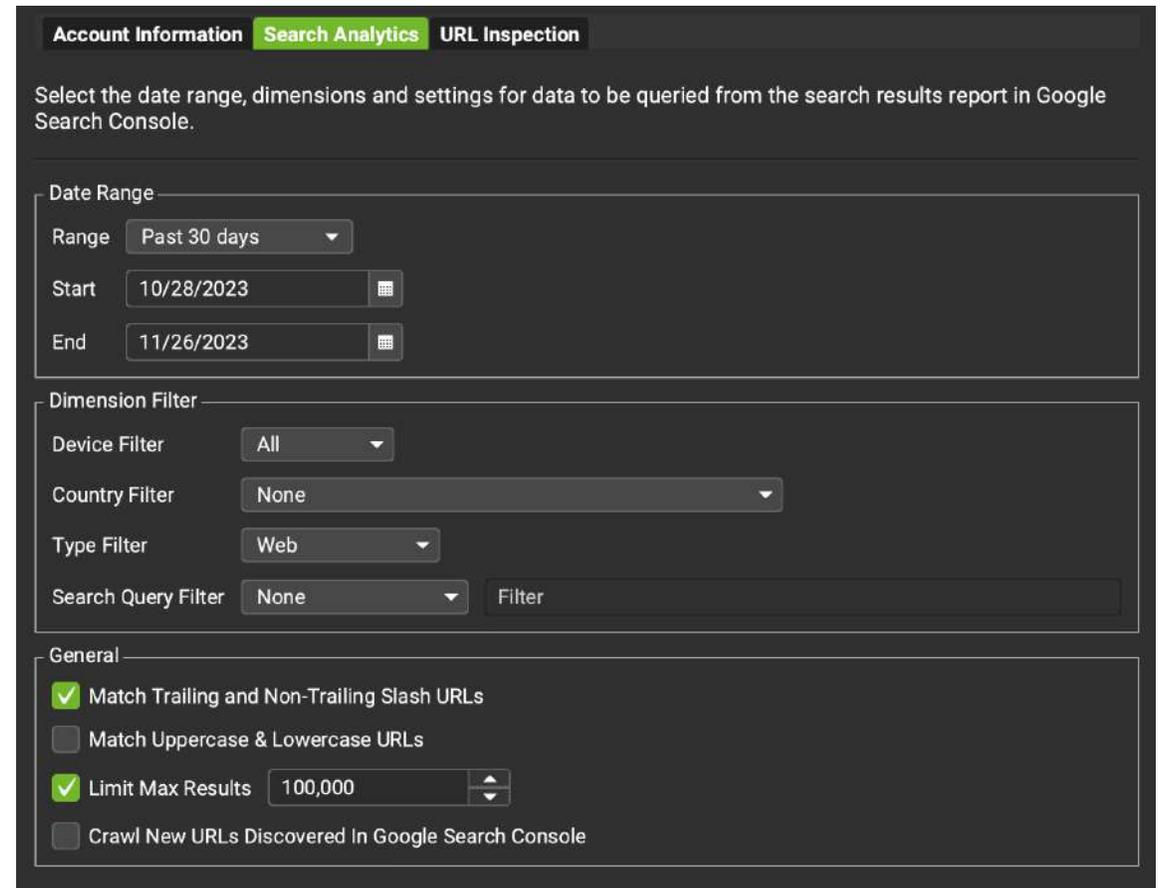
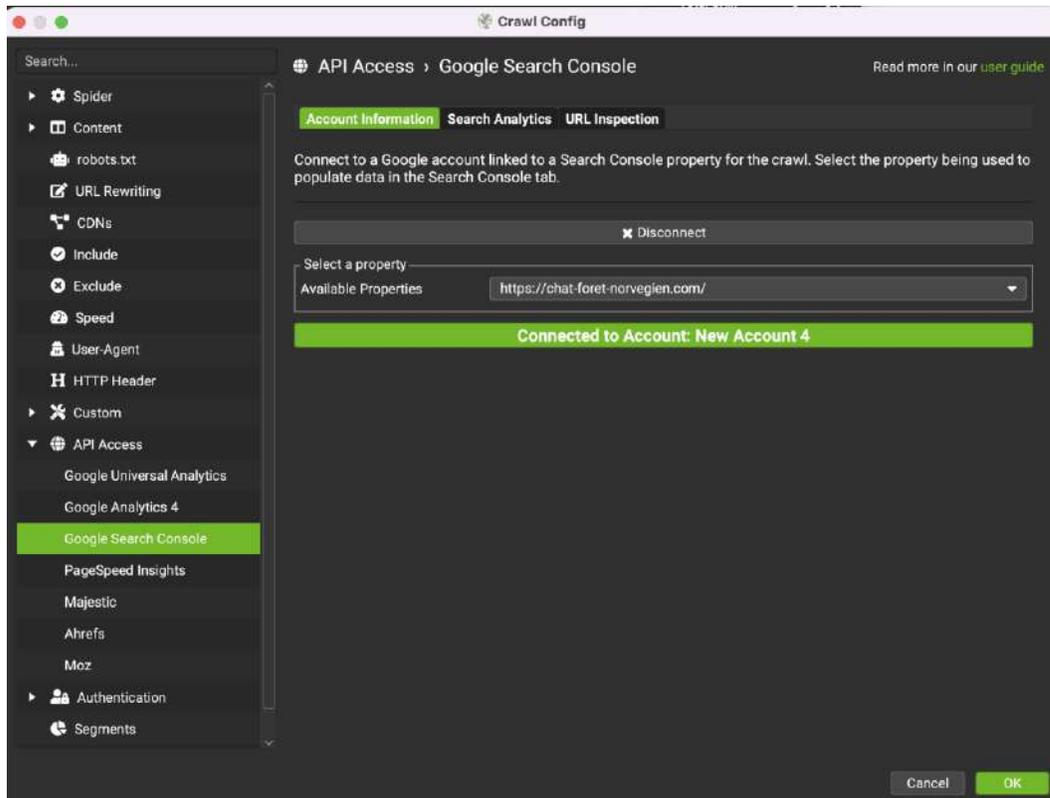
✔ La configuration a bien été effectuée

L'exportation automatisée groupée commencera dans les prochaines 48 heures. [En savoir plus](#)

[Terminer](#)



La Google Search Console - Les exports - Screaming Frog



Les conseils des intervenants



Si les intervenants ne devaient donner qu'un seul conseil SEO pour 2024...



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

se//ackers *Objectif Papillon*

Et un autre conseil plus perso...



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023

se//ackers *Objectif Papillon*

**Et voilà, c'est fini ...
merci, merci !**

un dernier mot,
et aimez-nous ...

