

Des pratiques à connaître !**Le cycle d'engagement du SEO ?**

Les requêtes de l'internaute vont évoluer en fonction du degré de maturité dans sa recherche de produits ou de service. On distingue les étapes suivantes :

Recherche navigationnelle :

L'internaute connaît le nom de votre entreprise, il rédigera une requête avec le nom de celle-ci pour être redirigé vers votre site internet.

Recherche informationnelle:

L'internaute, ne connaît pas votre entreprise, il s'informe par rapport à un besoin, il va donc rédiger différentes requêtes dans les moteurs de recherche pour trouver la solution.

Recherche commerciale:

L'internaute a une idée précise de la solution à son besoin, il va donc rechercher le produit ou le service qui répond à son besoin en consultant les sites de différents fournisseurs

Recherche transactionnelle:

L'internaute a fait le choix des entreprises qui répondent à sa demande, à ce stade il va entrer en contact avec celles de son choix, soit en demandant un devis en remplissant un formulaire, soit en passant une commande si vous faites de la vente en ligne.



COMMENT CHOISIR SES MOTS
CLÉS POUR ÊTRE VISIBLE SUR
INTERNET

L'association du content marketing et du SEO une garantie de succès pour la visibilité de votre site internet !

La visibilité sur internet du site de votre entreprise est directement liée à la qualité de votre contenu et à la pertinence des mots clés utilisés dans votre contenu. Les mots clés doivent répondre aux préoccupations exprimées dans le recherche de l'internaute. Cette visibilité peut être obtenue de deux manières, à travers un référencement naturel (gratuit) obtenu avec le SEO ou dans le cadre d'une campagne payante SEA plus rapide mais nécessitant un investissement en publicité.

Comment trouver les mots clés pertinents !

La recherche de mots clés est diverse et variée. La première étape est de rechercher les mots clés en faisant différentes requêtes dans les moteurs de recherche et d'en analyser les résultats ainsi que le positionnement de vos concurrents. À ce stade votre recherche doit être ciblée par rapport à vos objectifs commerciaux.

Vous pouvez également utiliser des outils gratuits comme Google Trends et Keyword Planner qui vous donneront les tendances et les volumes de recherche des mots clés.

Vous regrouperez ces mots clés dans un tableau Excel pour définir votre stratégie de répartition pour chaque page en fonction du thème de celle-ci.

Déterminer l'intention de l'internaute pour générer un trafic durable !

Pour gagner en visibilité, vous devez connaître les intentions de recherche des internautes en vous mettant à leur place afin d'identifier les mots clés correspondant à leurs intentions afin de créer la page internet qui répondra à leur niveau de recherche. Pour atteindre cet objectif vous devez analyser **le cycle d'engagement SEO** de vos produits ou services afin que vos pages soient bien positionnées dans les résultats des moteurs de recherche (SERP) à chaque étape du cycle d'engagement.