

RÉFÉRENCEMENT NATUREL

Le meilleur conseil SEO : soyez utile avant de chercher à plaire à Google

Chaque page de votre site devrait répondre clairement à une vraie question que se pose un prospect. C'est utile pour votre visibilité, mais surtout pour transformer une visite en prise de contact.

Le test des 5 questions

5 min

- 1 Combien coûte votre solution ?
- 2 Comment fonctionne-t-elle concrètement ?
- 3 Quels sont les délais à prévoir ?
- 4 Pourquoi vous choisir plutôt qu'un autre ?
- 5 Quelles garanties ou preuves apportez-vous ?

UTILE

Une vraie réponse

La page traite un besoin concret, pas un prétexte à placer des mots-clés.

CLAIR

Compris rapidement

La réponse essentielle apparaît sans jargon ni détour inutile.

CONVAINCANT

Une preuve visible

Exemple, avis, méthode ou garantie rendent votre réponse crédible.

Le bon réflexe

Écoutez les questions posées au téléphone, en rendez-vous et par e-mail : elles constituent votre meilleur plan éditorial.

MÉTHODE PRATIQUE

Transformez les questions de vos prospects en pages réellement utiles

La checklist d'une page efficace

- ☐ **Partir d'une question réelle**
Utilisez les mots exacts employés par vos prospects, pas uniquement votre vocabulaire métier.
- ☐ **Donner la réponse immédiatement**
Commencez par une réponse courte et nette, puis développez les détails utiles.
- ☐ **Apporter une preuve**
Ajoutez un exemple, un chiffre, un avis client, une démonstration ou votre méthode.
- ☐ **Structurer pour la lecture**
Un titre explicite, des sous-titres clairs et des paragraphes courts facilitent le balayage.
- ☐ **Relier les pages entre elles**
Ajoutez des liens internes descriptifs vers les services et contenus complémentaires.
- ☐ **Proposer l'étape suivante**
Terminez par une action logique : demander un devis, appeler ou consulter une réalisation.

Votre plan en 5 étapes

- 1 Notez 10 questions fréquentes.
- 2 Regroupez celles qui parlent du même besoin.
- 3 Choisissez une question prioritaire.
- 4 Créez ou améliorez la page correspondante.
- 5 Mesurez les visites et les contacts obtenus.

À éviter

- Répéter artificiellement le même mot-clé.
- Créer une page sans information nouvelle.
- Cacher la réponse derrière un formulaire.

La règle simple à retenir

1 question

Une intention précise de votre prospect.

1 réponse

Un contenu clair, concret et crédible.

1 action

Une suite logique proposée au visiteur.

POUR ALLER PLUS LOIN

Référence : Google Search Central - contenu utile et pensé pour les personnes

24-7 : les étapes pour améliorer le référencement naturel de votre site