

TRUC DE

PRO « COMMENT SÉDUIRE  
GOOGLE AVEC TES MOTS »

## Truc de pro : Comment séduire Google avec tes mots

*Quand tu entends « rédaction Web », qu'est-ce qui te vient en tête ? Une personne qui traîne dans un café third wave, un americano à la main et son ordi portable sur les genoux, composant au gré de ses inspirations, les yeux tournés vers l'horizon ?*

Si c'est ça l'image que tu as du travail de rédacteur.trice, c'est aujourd'hui qu'on va briser tes rêves. La rédaction Web, c'est une véritable discipline, avec ses techniques, ses outils et ses codes bien précis. Il faut voir les pages Web comme des milliers de courtisanes qui flirtent toutes avec le même prétendant : Google\*.

Mais le moteur de recherche se prend pas pour un autre : il connaît sa valeur. Pour attirer son attention, on doit miser sur des règles définies : celles du *Search Engine Optimization* (aussi connu sous son p'tit nom : SEO).

Le SEO, ça regroupe toutes les techniques qui permettent d'améliorer le référencement naturel d'un site Web, pour que ton site sorte dans les premiers résultats Google quand un internaute fait une recherche liée à ton secteur d'activités. Et ça, c'est l'objectif à atteindre pour toute entreprise.

Parmi les nombreux aspects de l'optimisation SEO, on trouve la rédaction Web. Parce qu'aux yeux de Google, la qualité d'un site Web vient de sa structure, mais aussi de son contenu !

Ça serait un peu trop ambitieux de penser qu'on peut faire le tour de la rédaction Web en un seul article. Mais dans les prochaines lignes, je partagerai avec vous quelques trucs tirés de l'excellente formation Rédaction Web, SEO et UX. Celle-ci est donnée par Étienne Denis, formateur, consultant en stratégie de contenu et rédacteur.

Pour plaire à Google, ton site ne doit pas juste se mettre sur son 36 : il doit aussi savoir utiliser les bons mots. Voilà quelques trucs qui feront chavirer son cœur de moteur (de recherche) !

## User (mais ne pas abuser) des mots-clés

Les mots-clés, c'est la base de la rédaction SEO. Quand il se balade d'une page à l'autre dans les vallées de l'Internet, Google juge la pertinence des pages en fonction de leur sujet. Mais le moteur de recherche n'est pas dupe : on ne peut pas simplement semer des mots à tout vent. Ceux-ci doivent être utilisés de façon naturelle dans la structure du texte.

Pour trouver des mots-clés pertinents, on peut d'abord entrer notre sujet dans Google et noter les mots qui sortent en recommandation dans la barre de recherche : il s'agit des recherches que d'autres utilisateurs ont faites sur le sujet. On peut aussi utiliser des outils de recherche de mots-clés, et même, aller jeter un œil aux sites Web de la concurrence !

On voudra attribuer un mot-clé principal à chaque page d'un site Web. Ce mot-clé représente le sujet qu'on mettra en valeur tout au long de la page. Ensuite, on brode autour de ce sujet central en utilisant des mots-clés complémentaires, des synonymes ou des mots-clés de longue traîne, soit des mots-clés utilisés dans un contexte particulier.

# Prendre soin de ses métas

Le méta titre et la méta description sont les textes qui apparaissent sur la page de recherche Google lorsqu'une page sort comme résultat. Ça peut sembler anodin, mais ce contenu est très important !

Avec ces balises, tu chercheras à convaincre l'utilisateur – et Google – que ta page répond à ses besoins. Le méta titre (ou balise <title>) va droit au but. On doit comprendre en peu de mots le sujet de la page et surtout, on doit y trouver le mot-clé principal de la page.

La méta description, quant à elle, veut inciter l'utilisateur à cliquer sur le lien. Il faut donc être astucieux ! L'idéal, c'est d'utiliser un verbe d'action. Par exemple : « Découvrez nos meilleurs trucs pour plaire aux moteurs de recherche avec vos textes sur le Web ! »

À noter: quand on parle de balises, Google peut être frivole. Parfois, plutôt que d'utiliser la méta description que tu lui proposes, il lui arrivera de choisir un autre texte dans la page. Raison de plus de t'assurer que celui-ci se tient du début à la fin !

## Donner à Google ce que Google veut

En tant que moteur de recherche, Google n'a qu'une mission : déterminer quel est le contenu le plus pertinent pour un mot-clé spécifique, tapé par un utilisateur spécifique, dans un lieu et à un moment spécifique. Et on va se le dire : il excelle en la matière.

Alors comment attirer son attention ? En publiant le meilleur contenu, tout simplement. Facile à dire, je sais... mais c'est un pensez-y-bien. Outre le nombre de mots recommandé et autres aspects techniques, si ton contenu

correspond mieux à ce que les internautes cherchent, c'est lui qui sortira en premier.

Truc de vieux guerrier : n'hésite pas à étudier tes rivaux. Tape ton mot-clé dans Google, note les 10 premiers résultats et... arrange-toi pour faire mieux qu'eux. À la guerre comme à la guerre !

## Ne pas se fier (uniquement) à une recette

Le SEO, ce n'est pas une science exacte. Personne ne peut donner la meilleure technique pour rédiger du contenu SEO du tonnerre : chaque cas est unique. Alors les trucs, c'est bien, mais on doit aussi user de notre gros bon sens.

Prenons les balises méta, par exemple. On peut facilement trouver des recommandations quant au nombre de caractères maximal à mettre dans la balise <title>. Même s'il s'agit la plupart du temps d'un bon indicateur, ce n'est pas infaillible.

La seule façon d'arriver à un résultat optimal, c'est de vérifier – et d'ajuster – notre travail pour chaque page qu'on écrit.

## Toujours continuer à se former

Avec Google, les règles du jeu changent constamment. L'engin s'assure qu'on ne devient jamais trop à l'aise... rien de plus ennuyeux que d'entrer dans une routine ! Le moteur de recherche est du genre à aimer se faire désirer ; il s'assure de ne pas nous rendre la tâche facile.

C'est pourquoi on ne doit jamais arrêter de s'informer. Quand on est rédacteur.trice Web, on est constamment à l'affût des nouvelles règles et des méthodes les plus adaptées.