

Calendrier éditorial SEO

Mois : Avril 2024

Date	Sujet / Titre	Mot-clé principal	Type de contenu	Persona ciblé
01/04	Comment créer un calendrier éditorial efficace	calendrier éditorial	Guide	Responsable marketing
03/04	Les étapes d'une stratégie SEO performante	stratégie SEO	Article de blog	Entrepreneur
05/04	Optimiser ses contenus pour le SEO	optimisation on-page	Tutoriel	Rédacteur web
08/04	Maillage interne : bonnes pratiques	maillage interne	Guide	SEO débutant
10/04	Cocon sémantique : définition et mise en place	cocon sémantique	Article de blog	SEO intermédiaire

Recherche mots-clés SEO

- calendrier éditorial
- stratégie de contenu
- optimisation on-page
- maillage interne
- cocon sémantique
- attention de recherche
- dit SEO
- word research
- ne traine

Idées d'articles

- Comment créer un calendrier éditorial efficace
- Les étapes d'une stratégie SEO
- Optimiser ses contenus pour le SEO
- Maillage interne : bonnes pratiques
- Cocon sémantique : définition et mise en place

Types de contenu

- Guides
- Tutoriels
- FAQ
- Cas

CHECKLIST IMPRIMABLE

Le plan de lancement SEO d'un nouveau site

Utilisez cette feuille de route pour traiter les actions SEO dans le bon ordre : d'abord les blocages, puis les pages utiles, enfin l'amélioration guidée par les données. Cochez chaque point au fil du lancement.

Au sommaire

- 1 Le principe de priorisation
- 2 1. Clarifier les objectifs et les recherches prioritaires
- 3 2. Construire une architecture claire
- 4 3. Vérifier les fondations techniques avant la publication
- 5 4. Publier, mesurer et ajuster
- 6 La règle de décision à retenir

Le principe de priorisation

Traiter en premier ce qui peut empêcher l'exploration, l'indexation ou la compréhension de l'offre.

Relier chaque page à un objectif, une intention de recherche et un indicateur de réussite.

Classer chaque action selon son impact attendu, l'effort nécessaire et son urgence.

Reporter les optimisations secondaires tant que les fondations du site ne sont pas solides.



Lancement



Accessibilité



Indexation



Expérience mobile



HTTPS



Suivi SEO

1. Clarifier les objectifs et les recherches prioritaires

- Définir l'objectif principal du site**
Notoriété, demandes de contact, ventes, inscriptions ou visibilité locale.
- Identifier les problèmes et questions de la cible**
Reprendre les formulations réellement utilisées par les publics visés.
- Regrouper les recherches par thème et par intention**
Information, comparaison, action ou navigation.
- Évaluer chaque sujet avant de le retenir**
Vérifier sa valeur pour l'offre, son intention, sa concurrence et l'utilité possible de la réponse.
- Associer une page à chaque recherche prioritaire**
Une page doit avoir un rôle identifiable dans le parcours du visiteur.

2. Construire une architecture claire

- Organiser les pages autour des besoins des visiteurs et des grands thèmes du site**
La structure doit rester compréhensible pour les visiteurs comme pour les moteurs.
- Rendre les pages stratégiques accessibles en peu d'étapes**
Éviter de les isoler dans une structure difficile à parcourir.
- Prévoir des adresses courtes, descriptives et stables**
Limiter les changements qui pourraient brouiller la compréhension du site.
- Relier les pages entre elles de manière cohérente**
Le maillage interne doit accompagner la navigation et la compréhension des thèmes.

LA PRIORISATION SEO D'UN NOUVEAU SITE

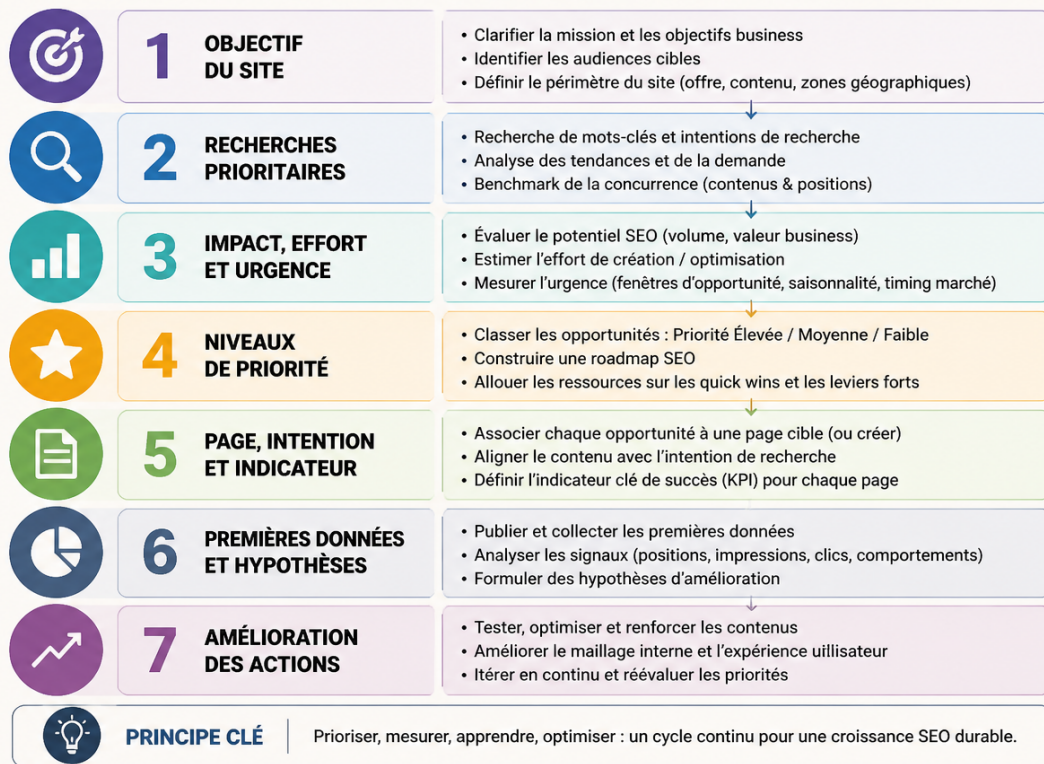


SCHÉMA Prioriser les actions SEO d'un nouveau site : fondations, pages utiles, mesure, puis popularité.

3. Vérifier les fondations techniques avant la publication

- Contrôler que le site peut être exploré et indexé**
Une page inaccessible aux robots ne peut pas soutenir la visibilité naturelle.
- Vérifier l'affichage sur mobile**
Le site doit rester utilisable sur smartphone.
- Tester la vitesse de chargement**
Corriger les problèmes qui dégradent l'expérience avant de multiplier les contenus.
- Activer et contrôler le HTTPS**
Le site doit être servi de manière sécurisée.
- Parcourir les liens et les pages essentielles**
Repérer les liens fonctionnels manquants ou les accès qui empêchent la navigation.

4. Publier, mesurer et ajuster



1 Installer les outils de suivi

Mettre en place Google Search Console et un outil de mesure d'audience avant ou au moment du lancement.

2 Publier les pages indispensables

Commencer par les pages directement liées à l'offre et aux objectifs du site, puis compléter avec des contenus pédagogiques utiles.

3 Associer un indicateur à chaque page

Une page de service peut viser une demande ; un article pédagogique peut viser une première visite qualifiée.

4 Observer les premiers signaux

Distinguer la visibilité, les visites et les conversions pour comprendre ce qui fonctionne réellement.

5 Tester les hypothèses une par une

Documenter les points à vérifier : sujet trop concurrentiel, page peu claire, formulaire trop long ou titre peu attractif.

6 Améliorer les pages selon les données

Utiliser les premiers résultats pour décider quelles pages retravailler en priorité, sans transformer le lancement en chantier permanent.

! Ne pas brûler les étapes

La popularité vient après la qualité des pages. Les mentions pertinentes et les liens éditoriaux ont davantage de sens lorsqu'ils renvoient vers une base réellement utile et accessible.

La règle de décision à retenir

Avant de lancer une nouvelle action, posez quatre questions : quelle page est concernée, quelle intention répond-elle, quel objectif sert-elle et quel indicateur permettra de l'évaluer ? Cette méthode aide à concentrer les efforts

sur les actions les plus utiles pour le nouveau site.

Le référencement naturel se construit progressivement : les résultats ne sont ni instantanés ni garantis.