

**COMMENT
RÉDIGER POUR LE WEB
AFIN DE
MAXIMISER LE RÉFÉRENCEMENT
D'UN SITE**

Scribeur 
LE CONTENU EST ROI

<http://www.scribeur.com>

SOMMAIRE

- **Rédaction web vs Rédaction classique**
- **La qualité du contenu**
- **Structurer un texte pour le SEO**
- **Maitriser la base de l'éditeur le plus utilisé sur le web !**
- **Et la sémantique dans tout ça ?**
- **La rédaction web de la conception à la mise en ligne...**

RÉDACTION WEB VS CLASSIQUE

Classique

Qualité (orthographe, grammaire...)

Mise en forme

Intérêt du texte

Web

Qualité (orthographe, grammaire...)

Mise en forme

Richesse sémantique liée à la stratégie SEO

Importance de la dilution des mots-clés

Soumis à d'autres facteurs (publicité, médias, design...)

Maillage interne intelligent

Intérêt du texte

LA QUALITÉ DU CONTENU

- TOUT rédacteur digne de ce nom qu'il soit web ou non doit avoir comme habitude de se relire avant toute livraison !
Cela permet de détecter rapidement les fautes grossières au minimum...
- Un texte ayant un trop grand nombre de fautes pourrait avoir un impact négatif sur l'indexation du texte dans Google.
- Des outils simples que nous conseillons pour vous relire :
 - Word (Microsoft) qui inclut un correcteur : pas très performant mais déjà un début
 - Cordial : un logiciel de correction français des plus performants

COMMENT STRUCTURER UN ARTICLE ET LE RENDRE SEO?

La mise en forme d'un article a une importance primordiale pour le référencement naturel. Cela permet notamment de renforcer le SEO mais aussi la sémantique d'un texte.

Notre expérience de plateforme de rédaction web et notre expertise en référencement naturel nous permettent de distinguer 2 cas de figure (sauf consigne contraire du client) :

- **Texte < 150 mots** : structurer le texte en paragraphes sans sous-titres.
- **Texte > 150 mots** : réaliser une structure intelligente du texte en sous titres et paragraphes, exemple :
 - **Paragraphe introduisant le sujet**
 - **Sous-titre 1**
 - **Paragraphe 1.1**
 - **Paragraphe 1.2**
 - ...
 - **Sous-titre 2**
 - **Paragraphe 2.1**
 - **Paragraphe 3.1**
 - ...
 - **Paragraphe concluant sur le sujet**

BIEN PLUS QUE LA MISE EN FORME TRADITIONNELLE, UNE MISE EN FORME SEO...

- **Les sous-titres :**
 - Entre 4 et 10 mots maximum
 - Formatage en **sous-titres de niveau 2** (<h2> ou heading 2 ou Titre 2 suivant votre éditeur web lors de la mise en ligne)
 - **Mettre des expressions sémantiquement utiles et quelques mots-clés** sans exagération dans les sous-titres
 - Utiliser un titre accrocheur sans tomber dans le racoleur
 - **Ne JAMAIS (sauf si demandé)** commencer les sous-titres par des numérotations comme vous le feriez dans Word

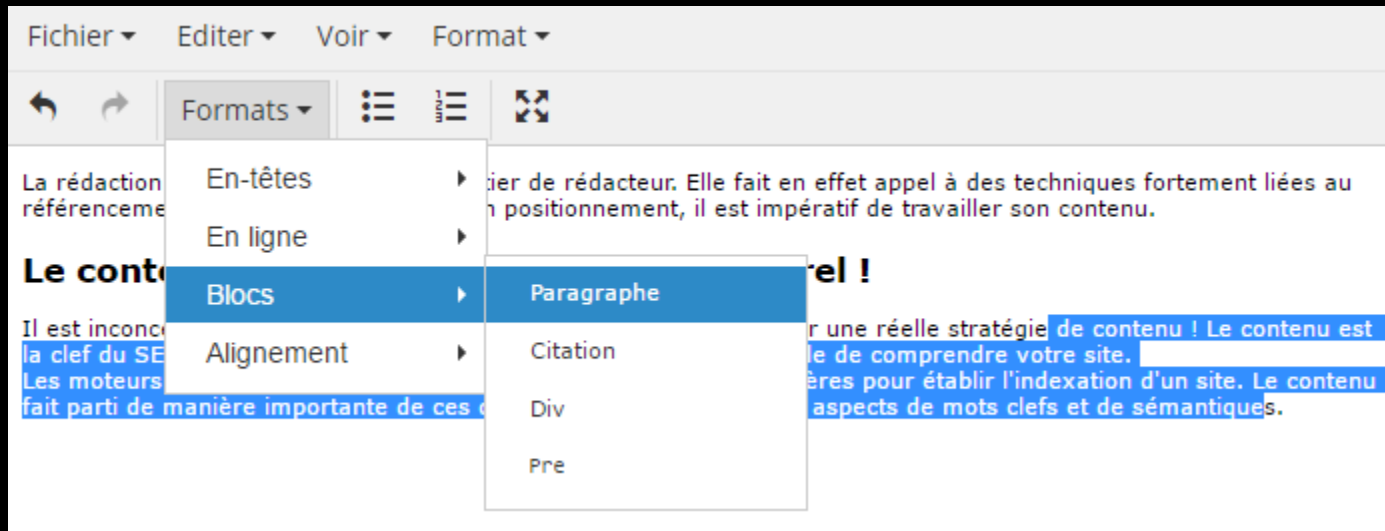
- **Les paragraphes :**
 - Faire des **phrases courtes** (20 à 25 mots) et **claires** (pas de style complexe)
 - **1 seule idée par paragraphe**, ne pas partir dans tous les sens
 - Utiliser des **mots-clés** et dans la **sémantique du sujet**
 - **Ne JAMAIS (sauf si demandé)** livrer des blocs pavés, des phrases à rallonge, des tournures compliquées...
 - **Ne JAMAIS faire de blabla** pour atteindre la cible en nombre de mots demandés par le client
 - Sauf si le client le demande, **ne JAMAIS faire référence à des dates ou périodes** par rapport à la date où vous rédigez, un texte restera indéfiniment sur le web et sera lu à n'importe quel période de l'année ou dans le futur !

MAÎTRISER L'ÉDITEUR WEB LE PLUS UTILISÉ !

1/2

La plupart des sites utilisent un éditeur visuel lorsque vous devrez rédiger ou mettre en ligne l'article. Voici donc les boutons à utiliser IMPÉRATIVEMENT pour respecter nos conseils précédents.

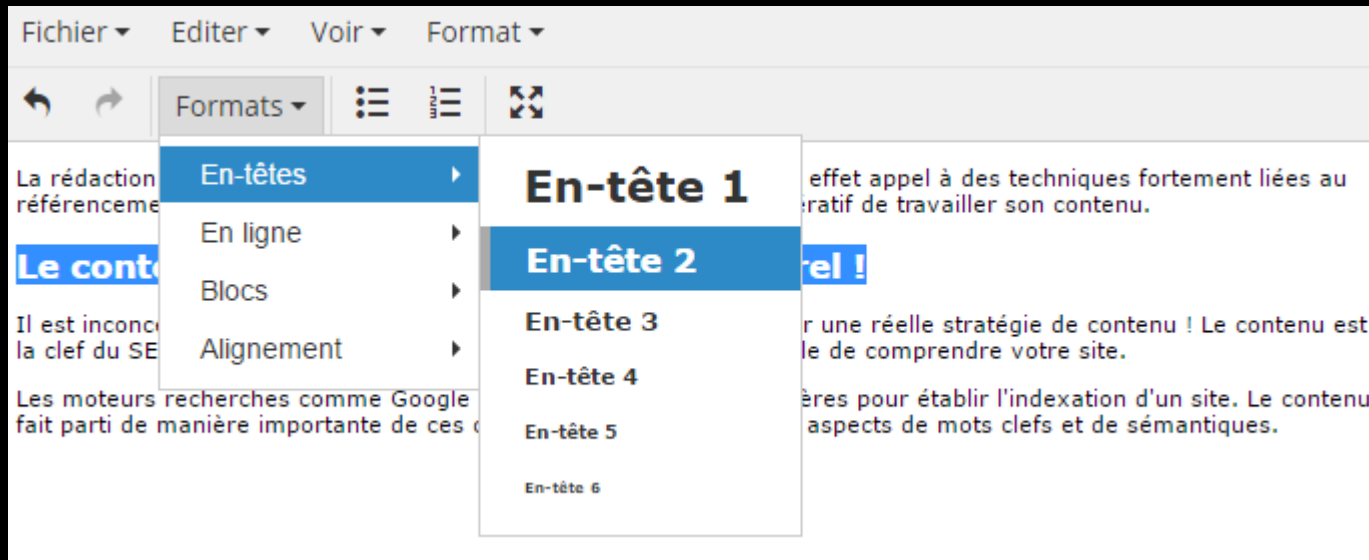
- **Mettre au format paragraphe :**
 - Surligner les blocs à formater en paragraphe puis aller dans Formats > Blocs > Paragraphe



MAÎTRISER L'ÉDITEUR WEB LE PLUS UTILISÉ !

2/2

- **Mettre au format sous titre 2 :**
 - Surligner le sous-titre à formater en sous-titre 2 puis aller dans Formats > En-Têtes > En-Tête 2



COMMENT TROUVER DE LA SÉMANTIQUE ?

Il existe plusieurs outils pour trouver des mots-clés et sémantiques, citons notamment :

- 1.fr => gratuit/payant
- Google Adwords => outil de génération d'idées de mots-clés
- Yooda insight => gratuit/payant
- Virtual-assistant.fr => payant mais le plus efficace de tous notamment pour les aspects cocon sémantique et retour sur investissement

ORGANISER SEO ET RÉDACTION

Un texte ne doit jamais (sauf exception) être publié sans en avoir analysé son intérêt en termes de SEO.





WWW.SCRIBEUR.COM

Depuis le lancement de scribeur.com en 2012, nous accompagnons nos clients dans la création de contenus SEO maximant leur positionnement dans les moteurs de recherche.

Nous créons notamment pour la rédaction de fiches produits SEO et marketing, pour la création d'articles SEO pour blogs, pages d'entreprise, etc...

En quelques années, ce sont environ 20 000 000 mots de livrés...preuve que notre savoir-faire en sémantique et SEO satisfont nos clients.