



Guide Ecrire pour le web

Versio

Janvier 2019

Pourquoi écrire pour le web ?

La rédaction d'articles est importante pour faire vivre votre site web. Il permet d'apporter régulièrement de nouveaux contenus à vos visiteurs, qui pourront ainsi revenir sur votre site, ainsi que de nouveaux contenus à référencer pour les moteurs de recherche. En référençant votre site sur de nouveaux mots clés, vous attirez également de nouveaux visiteurs.

Evitez de créer uniquement des articles d'auto-promotion, mais concentrez vous plutôt sur les besoins de vos visiteurs : que pouvez-vous leur apporter ? Quelles questions se posent-ils sur votre secteur ? Comment pouvez vous les conseiller ? En réfléchissant de cette manière vous susciterez l'intérêt de vos lecteurs et attirerez naturellement de nouveaux internautes sur votre site web.

Evitez de créer uniquement des articles d'auto-promotion, mais concentrez vous plutôt sur les besoins de vos visiteurs : que pouvez-vous leur apporter ? Quelles questions se posent-ils sur votre secteur ? Comment pouvez vous les conseiller ? En réfléchissant de cette manière vous susciterez l'intérêt de vos lecteurs et attirerez naturellement de nouveaux internautes sur votre site web.

Pensez à vous différencier de vos concurrents, et montrer votre expertise grâce à vos contenus !

Au-delà des contenus, il est important de respecter quelques règles pour structurer votre site et faire comprendre aux robots des moteurs de recherche les mots clés sur lesquels vous vous positionnez.

Ce document vous donne les clés pour rédiger un contenu pertinent, attractif et bien structuré. Bonne lecture !

Trouver une idée

Un contenu attrayant

Les contenus que vous produisez sur votre site doivent avant tout répondre à une attente d'un visiteur. Produire des contenus apportant une valeur ajoutée à l'internaute (astuces, conseils...) attirera davantage de visiteurs que la valorisation de vos actions (participation à des événements, récompenses...). Un contenu de qualité, où vous apportez votre expertise aux internautes, permettra de générer naturellement un trafic qualifié sur votre site.

Comment trouver des idées de contenus ?

- Mettez vous à la place de vos visiteurs : réfléchissez à toutes les thématiques qui peuvent intéresser les internautes, et ce sur quoi vous pouvez leur apporter votre expertise.
- Regardez les tendances des mots clés sur [Google Trends](#) et cherchez les questions qui se posent autour des mots clés de votre secteur sur [Answer the public](#).
- Inspirez vous de vos concurrents.

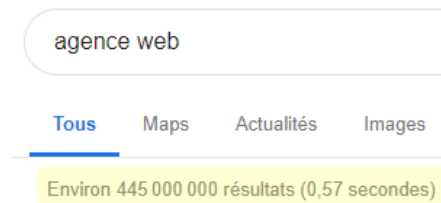
Trouver un mot clé pertinent

Qu'est-ce qu'un mot clé pertinent ?

Un mot clé est pertinent si :

1. **Son volume de recherche est important** : c'est-à-dire qu'il est régulièrement recherché par les internautes. Idéalement il faut trouver des mots clés dont le volume de recherche est supérieur à 1 000 recherches par mois. Cependant des mots clés avec un faible volume de recherche peuvent aussi être intéressants sur des requêtes précises.

Pour trouver le volume de recherche d'un mot clé, vous pouvez utiliser l'outil [Ubersuggest](#), qui vous permettra également de comparer votre mot clé à des mots clés similaires.



2. **La concurrence est faible** : si peu de concurrents se positionnent sur le même mot clé.

Pour connaître la concurrence d'un mot clé, regardez le nombre de résultats sur Google.

- Résultats inférieurs à 5 000 : vous devriez vous positionner facilement.
- Entre 5 000 et 10 000 : la concurrence est forte mais en optimisant bien votre contenu il est possible de se positionner.
- Plus de 10 000 résultats : la concurrence est très forte, il sera difficile de se positionner (mais rien est impossible !).

Structurer le texte

Le schéma de la pyramide inversée

La rédaction de votre article doit respecter le schéma de la pyramide inversée : l'information la plus importante arrive dès la première phrase, en partant du général vers le particulier. On estime que 80% des internautes n'iront pas au-delà du premier paragraphe ou de la ligne de flottaison. Il est donc important de délivrer les informations principales dès le premier paragraphe pour susciter l'intérêt de l'internaute.



Zones de chaleur définies par Jakob Nielsen après l'étude de 3 sites web
Le haut de la page et les sous-titres sont plus lus que les contenus des paragraphes.

Structurer le texte

La structure de l'article

Titre h1 (titre de la page) : il doit contenir votre mot clé, et expliciter le contenu de votre page aux internautes, et à Google. La page ne doit contenir qu'un seul h1.

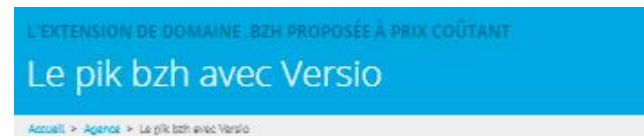
Sur-titre : le sur-titre apparait sur certains site au dessus du titre 1.

Résumé : le résumé de la page apparait dans les listes de la pages ou sur la page d'accueil par exemple.

Chapô : résumant en quelques lignes le contenu de la page, il a pour objectif d'aiguiser la curiosité du lecteur.

Encadré : sur certains sites l'encadré est situé tout en bas de la page, en couleur.

Sur-titre
Titre 1 (titre de la page)



Chapô

Le .bzh fête ses 4 ans le 4 décembre 2018. L'agence web Versio, spécialisée en stratégie digitale et réalisation de sites internet, extranet, intranet et développement de web app, est installée en Bretagne depuis sa création en 2003. Si la moitié environ de son chiffre d'affaires est réalisé à Paris et dans le Grand Ouest de la France, l'autre moitié est réalisée en Bretagne. En soutien à l'identité du territoire et à la démarche de l'association "www.bzh", Versio propose de gérer les domaines en .bzh à prix très doux.

Plusieurs des clients Versio bénéficient et exploitent en domaine maître l'extension de domaine .bzh, à prononcer "pik BZH". En accord et partenariat avec l'association www.bzh, Versio propose quasi à prix coutant la réservation, le dépôt et la mise en service et configuration d'un nom de domaine en .bzh avec 5 boites aux lettres pour le prix de 50 € HT et le même prix pour le renouvellement annuel, avec en complément une page d'attente, s'il n'y a pas de site internet derrière.

L'agence Versio n'est pas un registrar, elle s'appuie sur les services de gandi.net, registrar affilié et reconnu aussi par l'association www.bzh.

Encadré



Structurer le texte

La structure de l'article

Sous-titres (h2) et inter-titres (h3, h4, h5, h6) : ils permettent de structurer le contenu de la page. Ils introduisent les paragraphes, qui doivent se centrer sur une unique idée. Ils doivent contenir des expressions clés, en lien avec le mot clé principal, et doivent donner envie de lire le paragraphe. Les internautes lisent d'abord les titres avant de lire les contenus du paragraphe, soyez donc percutants.

<h1>Titre de la page< /h1>

<h2>Sous titre – complément du titre de la page </h2>

<h3>Titre pour détailler un point précis</h3>

<h3>Titre pour détailler un second point précis</h3>

<h2>Sous titre – complément du titre de la page </h2>

<h3>Titre pour détailler un point précis</h3>

<h3>Titre pour détailler un point précis</h3>

<h3>Titre pour détailler un point précis</h3>

<h2>Sous titre – complément du titre de la page </h2>

<h3>Titre pour détailler un point précis</h3>

Ajouter des médias

Pour dynamiser vos contenus vous pouvez ajouter des médias :
images, vidéos, infographies, graphiques, schémas...

Faites attention à ce que vos médias soient de bonne qualité, et adaptés au web. Assurez vous que le média soit à la bonne taille et suffisamment léger pour ne pas allonger le temps de chargement de la page.

Pour les images, pensez à bien les nommer, en utilisant des mots clés pour qu'elles puissent être référencées sur les moteurs de recherche.

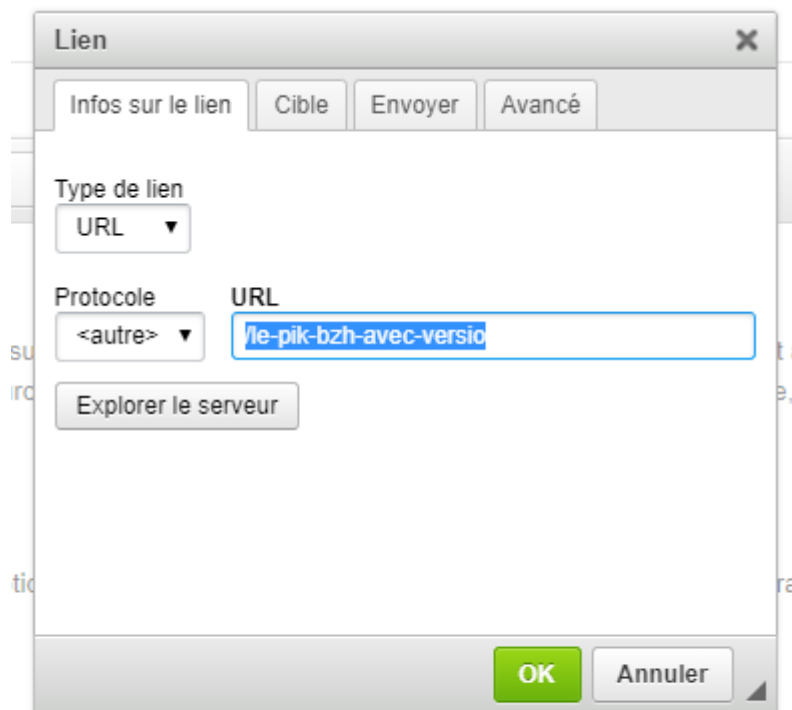
Vous pouvez renseigner le nom de l'image, une légende et un copyright.



Créer un maillage interne

Pour inciter les internautes à continuer leur visite sur votre site, et pour que les robots de Google puissent passer d'une page à l'autre, vous pouvez créer des liens internes depuis votre article, vers d'autres pages de votre site.

Dès que vous citez un mot clé d'une page de votre site, insérez en lien le slug (portion d'URL après le nom de domaine. ex : /accueil) de la page correspondante. Ajoutez toujours votre lien sur un mot ou une expression clé plutôt que sur du texte générique comme « cliquez ici » ou « en savoir plus ».



clients dans la [mise en place des extensions en .bzh](#), grâce à son p.

Sur votre article, sélectionnez le texte sur lequel vous voulez ajouter votre lien, choisissez « protocole : autre » et insérez la portion d'URL après votre nom de domaine en commençant par /

Ajouter un titre et une meta description

Le **titre (titre de référencement)** correspond au titre de référencement, qui apparait dans les résultats de recherche de Google, et lors du partage de la page sur les réseaux sociaux. Il doit faire au maximum 70 caractères et comprendre les mots clés que vous avez choisi. Il est important pour le référencement naturel.

La **meta description (description de référencement)** correspond au résumé de la page sous le titre. Il n'a aucun impact sur le référencement mais doit inciter l'internaute à cliquer sur votre page plutôt que sur celle d'un de vos concurrents. La meta description doit faire entre 150 et 180 caractères maximum.

Rédaction du titre et de la meta description sur KTM 3

Titre de référencement (70 carac. conseillé) :

Refonte de la newsletter du fonds Nominoë

Description de référencement (180 carac. conseillé) :

Le fonds Nominoë a fait appel à Versio pour assurer la refonte graphique et éditoriale de sa newsletter, et pour se mettre en conformité avec la RGPD.

Résultat dans Google

[Refonte de la newsletter du fonds Nominoë - Versio](#)

<https://www.versio.fr> > Accueil > Stratégie digitale ▼

Le fonds Nominoë a fait appel à Versio pour assurer la refonte graphique et éditoriale de sa newsletter, et pour se mettre en conformité avec la RGPD.

versio

Agence digitale à Rennes

info@versio.fr | 02 99 54 56 94 | www.versio.fr