La rédaction de contenus de qualité est l'une des composantes essentielles d'un référencement optimisé.
Une sémantique riche en mots-clés pertinents et en champs lexicaux aide Google et les moteurs de recherche à indexer votre site et à mieux cerner votre activité.
Toutefois, il est essentiel de bien maîtriser les règles de l'écriture SEO, notamment le concept de longue traîne.

Qu'est ce que la longue traîne ?

La **longue traîne** (ou long tail en anglais) est un concept économique qui a été appliqué au marketing sous l'impulsion du journaliste Chris Anderson. En prenant pour exemple le site de e-commerce Amazon, celui-ci a démontré que la somme des ventes générées par les produits de petite envergure représentait **80 % du chiffre d'affaires** du site. Appliquée au domaine du référencement naturel, la longue traîne désigne un phénomène selon lequel la somme des expressions générant peu de requêtes apporte **davantage de trafic** à un site web que les expressions génériques très concurrentielles.

Pourquoi utiliser la longue traine pour écrire des contenus ?

Il existe plusieurs avantages liés à l'utilisation de la longue traîne dans la rédaction de contenus. Les expressions et mots-clés générant un volume de recherche plus modeste sont généralement moins concurrentiels.

D'autre part, les internautes ont davantage tendance à saisir des **requêtes longues composées à 3 à 4 mots-clés**, parfois même sous forme de questions ou de phrases entières. L'utilisation de la longue traîne s'inscrit donc dans cette évolution. Dans ce contexte, **les mots-clés longue traîne sont souvent utilisés pour la recherche vocale** et permettent à l'usager d'obtenir une réponse immédiate.

Depuis le lancement de la modification d'algorithme Colibri, **Google interprète plus facilement de contexte sémantique d'un contenu web**. Enfin, **les requêtes longue traîne sont souvent plus précises** et correspondent à une demande ciblée de l'internaute. Elles génèrent donc un trafic plus qualifié et un meilleur taux de conversion.

Comment trouver des mots clés en longue traîne

Les **mots-clés longue traine** correspondent aux demandes et préoccupations des usagers. Il est possible d'utiliser certains outils pour s'inspirer et trouver des exemples de requêtes longue traîne à partir d'un mot-clé :

- Ubersuggest : ce **générateur de mots-clés gratuit se fonde sur Google Suggest**, un outil de suggestion automatique proposé par le moteur de recherche.
- Answer the public : cet outil vous donne accès à des **pistes sémantiques pertinente** à partir d'un mot-clé ou d'une thématique donnée. Les résultats proviennent des moteurs de recherche Google et Bing.

Comment mettre en place une stratégie de longue traine lorsque l'on rédige des contenus ?

Les mots clés longue traine doivent être placés stratégiquement dans les différentes zones du contenu on-page :

- **Titre de l'article** : il s'agit du titre donné à votre contenu, figurant entre les balises h1.
- **L'URL** : les mots clés doivent être intégrés sans accent dans l'adresses web de votre page de contenu.
- **La balise title** : il s'agit du titre de votre page, qui est visible au niveau des résultats de recherche.
- **Les balises h** : elles servent à accorder plus de poids aux titres et sous-titres. Les mots clés longue-traîne doivent y figurer le plus souvent possible.
- **La metadescription** : cette description courte de votre page figure sous le title, au niveau des résultats de recherche.
- mise en gras des expressions clés : dans le corps du texte, vous pouvez mettre en valeur les expressions clés à l'aide de la balise strong.

L’utilisation de la longue traine peut vous aider à optimiser votre stratégie de rédaction de contenu. En misant sur des expressions moins populaires, vous pouvez générer davantage de trafic qualifié et améliorer les résultats de votre site.

Expertisme vous accompagne dans la mise en place de votre stratégie de contenus longue traine. Nos rédacteurs web optimisent la visibilité de vos contenus et le référencement de votre site en adoptant une stratégie de longue traine.

N’hésitez pas à nous contacter pour nous faire part de votre projet et de vos objectifs.