

Pour arriver en première page des résultats de recherche sur Google, votre site se doit d'être riche en contenu, qui soit pertinent pour l'internaute.

C'est en effet ce que recherche l'algorithme de Google pour répondre le plus précisément possible aux requêtes de ses utilisateurs.

Pour optimiser votre référencement naturel, aussi appelé SEO, vous devez proposer des contenus riches, et régulièrement actualisés. C'est là qu'intervient la réoptimisation de contenu.

Pourquoi réoptimiser le contenu de son site ?

Pour toujours obtenir plus de trafic naturel vers votre site, travailler votre stratégie de contenu est absolument indispensable. Le fait de réoptimiser votre contenu s'inscrit très clairement dans une stratégie **d'optimisation SEO**, de manière à faire remonter votre site web au plus haut dans les résultats de recherche Google.

Depuis la dernière mise à jour de l'algorithme le 12 mars 2019, appelée Florida 2, l'accent est mis sur **l'expérience utilisateur**. Ainsi, les sites offrant une expérience intéressante pour l'internautes seront plus à même de se hisser dans le classement Google.

Pour déterminer l'intérêt du site en question, l'algorithme s'appuie essentiellement sur trois critères :

- **L'expertise** : proposer un contenu à forte valeur ajoutée, varié, régulièrement mis à jour et qui met en avant l'auteur en tant qu'expert de son domaine. Il est possible de mettre en avant son équipe : valoriser l'expertise, via des "bio" / signer les contenus éditoriaux - avoir des contenus "frais" - encourager la prise de parole en tant qu'expert...
- **L'autorité** : grâce aux liens pointant vers le site, pourvu que ces backlinks soient de qualité.
- **La fiabilité** : avec des avis clients publiés et vérifiés, une page présentant vos mentions légales, et des moyens de contacts facilement visibles et accessibles. Vous devez montrer aux utilisateurs qu'ils peuvent avoir confiance en l'auteur ou en l'entreprise. Les avis sont au cœur de la "trust" Aujourd'hui, les gens cherchent "avis + marque/produit/service" - Donner confiance passe aussi par le fait d'avoir une page "mentions légales", des moyens de contact.

La stratégie d'optimisation de contenu s'avère très efficace, et pérenne en termes de résultats, pourvu que vos efforts en la matière soient constants et réguliers. Les annonces publicitaires payantes via Google ne vous assurent une visibilité qui ne dure que le temps de la campagne.

Les résultats obtenus grâce à la réoptimisation de contenu quant à eux durent dans le temps, vous assurant ainsi une visibilité beaucoup plus **durable**.

Le seul inconvénient de cette stratégie serait peut-être de demander un certain investissement en matière de temps. Les effets de la **réoptimisation** ne sont pas immédiats, et peuvent prendre parfois plusieurs semaines, voire plusieurs mois avant d'être visibles.

Les techniques de réoptimisation de contenus

Pour réoptimiser le contenu de votre site web, vous pouvez employer plusieurs techniques, plus ou moins faciles à mettre en œuvre. Voici les **techniques** les plus courantes :

- Réécriture de contenus à la suite d'un audit SEO (intégration de mots-clés, allongement de la longueur des articles, saisonnalité, écosystème concurrentiel dynamique...)
- Complétion de contenus existants (ajout de vidéos, visuels, avis clients...) notamment pour répondre aux attentes du nouvel algorithme de Google Florida 2.
- Optimisation d'articles par la division d'articles trop longs
- Optimisation et réécriture de fiches produits e-commerce
- Création d'infographies pour compléter un article
- Optimisation des contenus pour les réseaux sociaux

Toutes ces techniques ne sont pas nécessairement à appliquer en même temps, mais vous pouvez vous en inspirer pour commencer à **réoptimiser** le contenu de votre site Internet.

D'ailleurs, mieux vaut implémenter ces techniques petit à petit afin de mieux en mesurer leur portée. La rédaction de contenus et le SEO sont des tâches que vous pouvez bien entendu confier à des professionnels.

Comment réoptimiser sa stratégie de contenus ?

Avant de choisir de se lancer dans la création et/ou l'optimisation de ses contenus, il vous faudra tout d'abord définir un **objectif marketing** précis. Il peut s'agir ici de : développer votre notoriété, ou encore de prospecter pour obtenir de nouveaux clients, fidéliser vos clients actuels, communiquer ou même tout simplement augmenter le trafic sur votre site Internet.

En choisissant d'optimiser vos contenus, vous devrez également créer une ligne éditoriale claire et vous y tenir. Pour cela, vous définirez les sujets à aborder, puis chercherez à optimiser le contenu produit avec des mots-clés bien choisis pour votre **SEO**. Il vous faudra ensuite diffuser ce contenu sur les réseaux sociaux.

Pour ce faire, appuyez-vous sur un planning éditorial précis, qui vous permettra de savoir quoi et quand publier sur les réseaux sociaux. Pour une portée optimale, vos publications sur les réseaux sociaux se doivent d'être régulières et pertinentes.

Tous ces aspects sont à prendre en compte pour votre stratégie de contenu.

C'est pourquoi Expertisme vous accompagne dans la mise en place de votre stratégie éditoriale et dans votre projet de rédaction de contenus optimisés SEO.

N'hésitez pas à nous contacter via notre page contact pour nous parler de votre projet !