

Comment exploiter l'IA et les logiciels de visibilité en ligne en vue de créer **du contenu optimisé pour le SEO ?**



Sommaire

Introduction	3
---------------------------	----------

Partie 1 :

Identification des mots-clés	7
---	----------

1.1 SEMrush et Google Trends pour les mots-clés

1.2 Veille concurrentielle en SEO : développer
une stratégie de différenciation

Partie 2 :

Rédaction avec une IA	13
------------------------------------	-----------

2.1 L'IA pour l'organisation et la structuration du contenu

2.2 Techniques d'organisation et de structuration du contenu avec l'IA

2.3 Utilisation de l'IA pour améliorer la structure du contenu
et renforcer le SEO

2.4 Prompt

2.5 Utilisation de l'outil 1.fr

Partie 3 :

La rédaction humaine vs la rédaction via IA	20
--	-----------

3.1 Les bonnes pratiques en rédaction

3.2 La rédaction humaine et la rédaction via IA

Conclusion	31
-------------------------	-----------

Introduction

Le SEO (**search Engine optimization**) est l'art d'optimiser un site web pour qu'il apparaisse dans le **top 3** des résultats des **moteurs de recherche**. Ce dernier repose sur les critères suivants :

- La **qualité** du contenu
- La pertinence
- L'originalité
- L'adaptabilité à comprendre **les besoins** des utilisateurs
- La **popularité** du site
- La qualité **des liens** qui pointent vers lui
- La technique
- La vitesse de chargement
- L'architecture
- Son code
- L'alimentation constante du site
- La recherche de nouveaux **sujets et mots-clés**
- La **rédaction** de contenus optimisés SEO
- Le cocon sémantique

Ces critères permettent aux **robots de Google** de mieux comprendre le contenu du site et de le mettre en lumière dans les résultats des moteurs de recherche (**SERP**).

Le SEO est donc crucial car il **attire du trafic** qualifié vers un site web, c'est-à-dire, des visiteurs susceptibles d'être intéressés par l'offre ou par le contenu proposé.

Il améliore également **la notoriété, la crédibilité et la rentabilité** d'un site web.

Le SEO d'aujourd'hui

En 2024, le paysage du référencement (**SEO**) a connu une évolution significative.

Autrefois principalement axé sur Google, le SEO s'est étendu à une variété de plateformes en ligne.

Les **réseaux sociaux** sont devenus des acteurs clés dans les stratégies de référencement, offrant de nouvelles opportunités pour atteindre et engager **un public ciblé**.

Cependant, les avancées du SEO ne s'arrêtent pas là.

Avec l'avènement de technologies telles que **l'intelligence artificielle**, telles que **ChatGPT**, la recherche d'information a radicalement changé. En effet, obtenir une réponse pertinente est désormais aussi simple que de poser une question à un ami.

En outre, ChatGPT est devenu **un réflexe** pour de nombreux utilisateurs, parfois même en contournant les moteurs de recherche traditionnels. Cette évolution rapide de nos méthodes d'accès à l'information a également modifié nos attentes.

Les utilisateurs en ligne demandent des réponses ultra-rapides, dès la première tentative si possible.

L'impatience est désormais la norme, et les sites web qui ne répondent pas rapidement risquent de perdre leur audience.

Ainsi, le SEO en 2024 dépasse largement la simple optimisation pour les moteurs de recherche.

Il s'agit désormais d'une **stratégie intégrée** qui inclut la présence sur les réseaux sociaux, l'accessibilité via des technologies telles que ChatGPT, et la capacité à fournir des réponses **rapides et pertinentes** pour satisfaire une audience de plus en plus impatiente.

L'adaptabilité et la réactivité sont aujourd'hui les clés du succès dans cet environnement numérique en constante évolution.

Google vs OpenAI

Le débat entre **Google et OpenAI** dans le contexte du SEO fait rage, alimentant les discussions au sein de la communauté du référencement en ligne.

D'un côté, Google, le géant incontesté des moteurs de recherche, cherche à maintenir son monopole en améliorant constamment ses algorithmes pour fournir aux utilisateurs les résultats les plus **pertinents et de haute qualité**.

Cependant, ses mises à jour fréquentes et parfois imprévisibles suscitent souvent la frustration chez les référenceurs, qui doivent ajuster en permanence **leurs stratégies** pour rester en tête des résultats de recherche.

De l'autre côté, OpenAI émerge comme un concurrent sérieux avec ses avancées dans le domaine de **l'intelligence artificielle**, notamment avec son modèle de langage GPT (**Generative Pre-trained Transformer**).

Ainsi, les référenceurs voient en OpenAI une opportunité de repousser les limites du SEO grâce à des technologies innovantes pour créer du contenu plus engageant et mieux optimisé.

Toutefois, le débat entre Google et OpenAI soulève des questions importantes concernant l'équilibre entre l'optimisation pour les moteurs de recherche et la création de contenu pour les utilisateurs.

Certains redoutent que l'automatisation croissante rendue possible par des outils comme ceux développés par OpenAI conduise à une perte de qualité et d'authenticité dans le contenu.

Dans cet environnement en constante évolution, les référenceurs doivent naviguer avec prudence, en tirant parti des avancées technologiques tout en maintenant une approche éthique et axée sur l'expérience utilisateur.

Le débat entre Google et OpenAI n'est pas prêt de se terminer, mais il est certain que leur confrontation continue à façonner **l'avenir du SEO**.

Les évolutions à venir de Google

En 2024, Google a continué à privilégier une expérience utilisateur de qualité, entraînant plusieurs évolutions significatives du point de vue du SEO, telles que :

- 1.** IA et compréhension du langage naturel : Google a encore affiné ses algorithmes d'intelligence artificielle pour comprendre plus efficacement le sens des requêtes des utilisateurs.
Cela implique notamment une plus grande importance accordée au contenu pertinent et informatif, plutôt qu'au simple bourrage de mots-clés.
- 2.** Recherche vocale et recherche mobile : avec la croissance continue de la recherche vocale et de l'utilisation des appareils mobiles, Google accorde une attention particulière à l'optimisation mobile et à la fourniture de résultats adaptés aux requêtes vocales.
- 3.** Expérience utilisateur (UX) et Core Web Vitals : les indicateurs de performance web (Core Web Vitals) sont devenus des facteurs de classement cruciaux.
Google valorise désormais les sites offrant une expérience utilisateur rapide, fluide et intuitive, ce qui inclut des temps de chargement rapides, une interactivité accrue et une stabilité de la page.
- 4.** Contenu diversifié : les résultats de recherche de Google affichent une diversité croissante de contenus, y compris des extraits enrichis, des vidéos, des images et des fonctionnalités spéciales telles que les FAQ.
Les spécialistes SEO doivent donc diversifier leurs stratégies de contenu pour apparaître dans ces différents formats.
- 5.** Confidentialité des données et EEAT : Google accorde une importance croissante à la confidentialité des données des utilisateurs, à l'autorité et à la crédibilité des sources. Il est essentiel pour les sites web de démontrer leur expertise, leur expérience, leur autorité et leur fiabilité (EEAT) pour maintenir ou améliorer leur classement.

En résumé, les évolutions de Google en 2024 mettent l'accent sur une meilleure compréhension du contexte et des intentions des utilisateurs, sur une expérience utilisateur optimisée et sur la diversification des formats des contenus, tout en maintenant des standards élevés en matière de confidentialité des données et de qualité du contenu.

Partie 1.

Identification des mots-clés

1.1 – SEMrush et Google Trends pour les mots-clés

Dans le paysage du SEO, plusieurs outils se distinguent comme des partenaires précieux dans la quête des mots-clés stratégiques, notamment **SEMrush et Google Trends**.

Ces outils aident à identifier les termes de recherche les plus pertinents en termes d'intention des utilisateurs et à anticiper les tendances émergentes autour de ces mots-clés. Cela offre un avantage concurrentiel dans le paysage de la SERP (**Search Engine Results Page**), qui est en constante évolution.

SEMrush : une boussole dans le monde des mots-clés

SEMrush est solidement établi comme l'un des outils préférés des professionnels du référencement grâce à son ensemble exhaustif de fonctionnalités dédiées à l'analyse des mots-clés.

En scrutant les tendances du marché et en surveillant la concurrence, SEMrush offre une perspective inestimable pour façonner une stratégie de contenu efficace.

Analyse des mots-clés au coeur de votre stratégie

Pour entamer le processus, il est crucial de comprendre comment effectuer une recherche de mots-clés pertinente.

SEMrush propose une panoplie de fonctionnalités pour cela, incluant le volume de recherche, la compétitivité et les tendances historiques.

En exploitant ces données, les marketeurs peuvent non seulement cibler les mots-clés les plus recherchés, mais aussi estimer la difficulté pour se classer sur ceux-ci.

L'art de la concurrence

Analyser la concurrence est une étape essentielle dans la formulation d'une stratégie de mots-clés.

SEMrush permet d'examiner les mots-clés utilisés par vos concurrents, vous offrant ainsi des informations précieuses sur les lacunes à combler et les opportunités à saisir. En comprenant quelles stratégies fonctionnent pour les autres acteurs de votre niche, vous pouvez élaborer une approche plus stratégique pour vous positionner sur le marché.

Google Trends : capturer la hype du moment

Tandis que SEMrush offre une vue d'ensemble à long terme, Google Trends apporte une dimension temporelle à votre analyse de mots-clés.

En capturant les tendances émergentes et en anticipant les changements dans le comportement des utilisateurs, Google Trends complète parfaitement l'arsenal du marketeur en quête de mots-clés pertinents.

La puissance de la tendance pour saisir l'opportunité

Google Trends permet d'identifier les sujets émergents, fournissant ainsi un aperçu des tendances du moment.

En validant les mots-clés identifiés avec SEMrush à l'aide des données, puis avec Google Trends, vous pouvez affiner votre stratégie pour rester en phase avec l'évolution rapide des préférences des utilisateurs.

Réactivité et anticipation : les clés du succès

En surveillant les pics saisonniers et les événements en temps réel via Google Trends, vous pourrez ajuster votre stratégie de contenu pour capitaliser sur les opportunités éphémères.

Cette capacité à réagir rapidement aux changements du paysage numérique peut faire toute la différence dans la performance de votre site web.

Combiner le meilleur des deux mondes avec SEMrush et Google Trends

En intégrant SEMrush et Google Trends dans votre arsenal SEO, vous pouvez créer une stratégie de mots-clés robuste et adaptable.

Commencez par générer une liste de mots-clés avec SEMrush, puis validez et affinez cette liste en utilisant les données en temps réel fournies par Google Trends. En continuant d'ajuster votre stratégie en fonction des insights fournis par ces outils, vous pouvez vous assurer que votre contenu reste pertinent et compétitif dans le paysage numérique en constante évolution de 2024.

1.2 – Veille concurrentielle en SEO : développer une stratégie de différenciation

La veille concurrentielle est une composante essentielle de toute stratégie de SEO (Search Engine Optimization).

Elle permet d'analyser les forces et les faiblesses des concurrents pour identifier des opportunités et des menaces.

Voici une démarche structurée pour mener une veille concurrentielle efficace en SEO et développer une stratégie différenciée.

1. Identifier les concurrents

Commencez par identifier vos principaux concurrents en ligne.

Ils peuvent être classés en deux catégories :

- Concurrents directs : entreprises offrant des produits ou services similaires aux vôtres.
- Concurrents indirects : entreprises qui répondent aux mêmes besoins de votre audience, mais avec des produits ou services différents.

2. Analyse des mots-clés

La base de toute stratégie SEO est l'utilisation efficace des mots-clés.

Pour analyser les mots-clés de vos concurrents, vous aurez besoin de :

- Outils de recherche de mots-clés : utilisez des outils comme Google Keyword Planner, SEMrush, Ahrefs ou Moz pour découvrir les mots-clés sur lesquels vos concurrents se positionnent.
- Une analyse des SERPs (Search Engine Results Pages) : recherchez les principaux mots-clés de votre secteur et notez quels concurrents apparaissent le plus souvent.

3. Étude des contenus

Examinez le type de contenu que vos concurrents produisent :

- Qualité et longueur des articles : notez si les articles sont bien documentés, leur longueur et leur structure.
- Types de contenu : articles de blog, vidéos, infographies, études de cas, etc.
- Fréquence de publication : à quelle fréquence vos concurrents publient-ils de nouveaux contenus ?

4. Profil de backlinks

Les backlinks sont cruciaux pour le classement SEO.

Pour analyser les backlinks des concurrents :

- Outils d'analyse de backlinks : utilisez des outils comme Ahrefs, Majestic ou Moz Link Explorer pour examiner le profil de backlinks de vos concurrents.
- Qualité des liens : évaluez la qualité et la pertinence des sites qui renvoient vers vos concurrents.
- Stratégies de création de liens : identifiez les stratégies utilisées par vos concurrents pour obtenir des backlinks (partenariats, publications invitées, etc.).

5. Analyse technique

L'aspect technique de votre site web influence fortement votre SEO :

- Vitesse de chargement : comparez la vitesse de chargement de votre site avec celle de vos concurrents.
- Compatibilité mobile : assurez-vous que votre site est optimisé pour les appareils mobiles.
- Structure du site : examinez l'organisation des sites de vos concurrents (arborescence, balises, méta, URLs).

6. Analyse des réseaux sociaux

Bien que les signaux des réseaux sociaux n'aient pas un impact direct sur le SEO, ils contribuent à augmenter la visibilité et le trafic :

- Présence et activité : notez sur quelles plateformes sociales vos concurrents sont actifs et la fréquence de leurs publications.
- Engagement : analysez le niveau d'engagement (likes, partages, commentaires) des publications de vos concurrents.

7. Évaluation des performances

Utilisez des outils d'analyse pour évaluer les performances SEO de vos concurrents :

- SEMrush : pour des audits de site détaillés et une analyse complète du trafic organique.
- Google Analytics : pour comprendre le comportement des utilisateurs et les sources de trafic.

8. Stratégie différenciée

Après avoir collecté et analysé toutes ces données, voici comment élaborer une stratégie différenciée :

- 01** Innovations dans le contenu : produisez du contenu unique et de haute qualité, répondant aux besoins insatisfaits de vos concurrents.
- 02** Nouveaux mots-clés : recherchez des niches et des mots-clés à faible concurrence, mais pertinents pour votre audience.
- 03** Optimisation technique : assurez-vous que votre site est techniquement impeccable, avec une navigation fluide, rapide et adaptée aux mobiles.
- 04** Stratégie de backlinks : construisez des partenariats solides et recherchez des opportunités de backlinks de haute qualité qui ne sont pas exploitées par vos concurrents.
- 05** Utilisation des réseaux sociaux : créez des campagnes de réseaux sociaux engageantes et utilisez-les pour renforcer votre présence en ligne et attirer du trafic vers votre site.

En résumé, la veille concurrentielle en SEO consiste à analyser les stratégies de vos concurrents pour identifier des opportunités uniques et développer une approche différenciée qui met en avant vos atouts spécifiques.

En adoptant cette démarche, vous serez en mesure d'améliorer votre positionnement sur les moteurs de recherche et d'attirer un trafic de qualité sur votre site web.

A noter que pour la création de contenu, il est important de tester et d'avoir énormément de patience.

Partie 2.

Rédaction avec une IA

2.1 – L'IA pour l'organisation et la structuration du contenu

L'intelligence artificielle (IA) a révolutionné la manière dont nous abordons la création, l'organisation et la structuration du contenu.

Grâce à des algorithmes

avancés et des techniques de traitement du langage naturel (NLP), l'IA peut analyser de vastes quantités de données, identifier des tendances et des thématiques, et proposer des structures de contenu optimisées. Voici une présentation des avantages et des techniques d'utilisation de l'IA pour l'organisation et la structuration du contenu :

- L'IA peut traiter et analyser des volumes de données beaucoup plus rapidement que les humains, permettant ainsi de gagner du temps dans la phase de recherche et d'organisation du contenu.
- Les algorithmes d'IA sont capables de maintenir une cohérence dans le regroupement et la structuration des informations, réduisant les risques d'erreurs et d'incohérences.
- En analysant les préférences des utilisateurs et les tendances du marché, l'IA peut aider à personnaliser le contenu pour répondre aux besoins spécifiques de différentes audiences.
- L'IA peut identifier les mots-clés pertinents, les sujets populaires et les opportunités de contenu, améliorant ainsi la visibilité et le classement dans les moteurs de recherche.

2.2 – Techniques d'organisation et de structuration du contenu avec l'IA

L'IA peut analyser le contenu existant et le regrouper en fonction de thématiques pertinentes. Par exemple, un outil d'IA peut scanner des articles de blog, des études de cas et des documents techniques pour identifier des catégories et des sous-catégories logiques.

Le clustering sémantique consiste à regrouper des morceaux de contenu partageant des significations similaires. En outre, les algorithmes de clustering utilisent des techniques de NLP pour comprendre le contexte et la sémantique des textes, facilitant ainsi la création de groupes de contenus cohérents et pertinents.

En analysant des ensembles de données textuelles, l'IA peut identifier des sujets connexes pouvant être intégrés dans le contenu pour enrichir les articles et offrir une perspective plus complète.

2.3 – Utilisation de l'IA pour améliorer la structure du contenu et renforcer le SEO

Un blog de voyage utilise l'IA pour analyser ses articles existants et identifier les thématiques populaires. En regroupant les articles sous des catégories spécifiques comme «Destinations», «Conseils de Voyage» et «Expériences Culturelles», le blog améliore sa structure, rendant la navigation plus intuitive et optimisant de cette manière le SEO.

Une plateforme de cours en ligne utilise des algorithmes d'IA pour analyser les besoins des étudiants et les tendances éducatives.

L'IA aide à structurer les cours en modules logiques et progressifs, facilitant ainsi l'apprentissage et améliorant l'engagement des étudiants.

Une grande entreprise utilise l'IA pour organiser sa base de connaissances interne. En regroupant les documents et les ressources en fonction de thématiques et de projets spécifiques, l'entreprise améliore l'accès à l'information et la collaboration entre les équipes.

Une plateforme de médias utilise l'IA pour curer du contenu en temps réel.

En analysant les tendances et les actualités, l'IA regroupe les articles sous des sujets chauds et les présente de manière structurée, augmentant ainsi la pertinence et l'attractivité du site.

En conclusion, l'intégration de l'IA dans l'organisation et la structuration du contenu offre des avantages significatifs en termes d'efficacité, de précision et d'optimisation pour le SEO.

En utilisant notamment des techniques avancées telles que le clustering sémantique et l'identification de sujets connexes, les entreprises peuvent améliorer leur stratégie de contenu et répondre plus efficacement aux besoins de leur audience.

2.4 – Prompt

Ma prime adapt's 2024

Introduction

1. Aide lancée par l'État le 1er janvier 2024
2. Financer des travaux d'adaptation du logement

Une aide pour les seniors

Ma prime adapt's 2024 pour qui ?

Le montant de la prime

Les bénéficiaires de la prime ma prime adapt's 2024

Les travaux pris en charge

1. Liste des travaux pris en charge
 2. Idea Renovation propose des rénovations adaptatives du logement
- Créez un lien vers la page : [Adaptabilité du logement chez Idea Renovation](#)

Quelles conditions de ressources pour Ma Prime Adapt's 2024 ?

Mettez en avant le plafond de ressources 2024 pour la province et l'Outre-mer, ainsi que les plafonds de revenus pour l'Île-de-France en 2024.

Contactez-nous

Numéro : 07 85 99 84 29

Directives de Rédaction :

1. Rédige de manière concrète et pertinente pour assurer une bonne compréhension.
2. Utilise des phrases concises, courtes et faciles à comprendre.
3. Adresse-toi directement au lecteur recherchant des informations sur la prime adapt's 2024.
4. Contenu détaillé et optimisé pour le référencement, visant le top 3 de la SERP.
5. Optimise le texte pour les moteurs de recherche.

Mot-clé principal :

- Ma prime adapt's 2024

Mot-clé secondaires :

- Personnes en situation de handicap
- Vieillesse
- Mobilité réduite
- Agilité
- Projet de travaux
- Vieillesse
- Types de travaux
- Agence nationale de l'habitat
- Financement des travaux
- Adaptation des logements
- Bénéficiaire d'aides
- Habiter mieux
- Éligibilité
- Demande d'aide
- Demande de subvention
- Amélioration de l'habitat
- Réalisation de travaux
- Aide financière
- Plafonds
- Conditions de ressources
- Travaux de rénovation
- Aides financières
- Ménages
- Subvention

2.5 – Utilisation de l'outil 1.fr

L'optimisation du contenu pour les moteurs de recherche est une tâche complexe qui nécessite une compréhension approfondie des critères utilisés par les algorithmes de recherche pour classer les pages web.

En l'occurrence, un outil comme 1.fr peut grandement faciliter ce processus en analysant votre texte et en vous fournissant des recommandations spécifiques pour améliorer votre SEO.

Voici comment fonctionne cet outil et comment vous pouvez l'utiliser pour optimiser votre contenu:

Pour commencer, entrez le mot-clé principal que vous souhaitez optimiser dans votre article.

Ensuite, copiez et collez le texte de votre article dans l'interface de 1.fr.

Cette étape permet notamment à l'outil de comprendre le sujet de votre contenu et d'évaluer sa pertinence par rapport au mot-clé ciblé.

1.fr analyse le texte en se basant sur les critères des moteurs de recherche, notamment Google.

L'outil évalue divers aspects du contenu tels que la densité de mots-clés, la présence de synonymes, et l'utilisation de termes sémantiquement liés. Cette analyse permet de déterminer si votre texte est bien optimisé pour le mot-clé choisi, en se basant sur les meilleures pratiques de SEO.

Après l'analyse, 1.fr attribue un score d'optimisation à votre texte, vous donnant ainsi une idée claire de l'efficacité de votre optimisation actuelle et des aspects à améliorer.

L'outil fournit de même des recommandations détaillées pour améliorer votre texte, comme l'ajout de mots-clés secondaires, l'inclusion de termes sémantiquement liés, et des suggestions sur la structure du contenu.

Ces recommandations spécifiques permettent d'optimiser votre texte de manière ciblée, augmentant ainsi vos chances de mieux vous positionner dans les résultats de recherche.

Prenez en compte les recommandations de l.fr et effectuez les modifications vous-même.

Cela peut inclure l'ajout de mots-clés supplémentaires, la réécriture de certaines sections, ou l'amélioration de la structure générale du texte, vous permettant de garder le contrôle total sur votre contenu tout en assurant son adéquation avec vos objectifs de communication.

Ajustez la densité de votre mot-clé principal pour qu'elle se situe dans une fourchette optimale (souvent entre 0.8% et 2.5%), ajoutez des synonymes et des termes sémantiquement liés pour enrichir le texte, utilisez des sous-titres (H2, H3), des listes à puces et des paragraphes courts pour améliorer la lisibilité et la structure.

Intégrez également des liens vers des sources d'autorité pour augmenter la crédibilité de votre contenu et assurez-vous que votre mot-clé principal est inclus dans la meta description et les balises importantes (Title, H1, etc.).

En conclusion, l'utilisation d'un outil comme l.fr peut significativement améliorer votre processus d'optimisation de contenu.

En fournissant des analyses détaillées et des recommandations précises, il vous permet de créer des articles mieux structurés, plus pertinents et plus susceptibles de bien se positionner dans les résultats de recherche.

Toutefois, bien qu'un tel outil soit d'une aide précieuse, l'intervention humaine reste indispensable pour s'assurer que le texte est fluide et compréhensible pour un lecteur humain, garantissant ainsi que le contenu réponde aux attentes des lecteurs tout en maintenant une qualité élevée.

Partie 3.

La rédaction humaine VS la rédaction via IA

La rédaction de contenu, qu'elle soit réalisée par des humains ou par des intelligences artificielles (IA), repose sur des règles et des bonnes pratiques essentielles pour garantir la qualité, la clarté et l'efficacité du message.

Avec l'intégration croissante de l'IA dans le domaine de la rédaction, il est crucial de comprendre les différences entre la rédaction humaine et celle générée par des machines, ainsi que les meilleures pratiques à suivre pour chacune. La rédaction humaine se distingue par une touche personnelle, une créativité unique et la capacité à transmettre des émotions et des nuances culturelles dans le contenu.

En revanche, la rédaction via IA se caractérise par son efficacité, sa capacité à analyser rapidement de vastes quantités de données et à produire un contenu structuré et optimisé pour le référencement. Voici un aperçu des règles et bonnes pratiques en rédaction, adaptées aussi bien pour les rédacteurs humains que pour les machines intelligentes.

3.1 – Les bonnes pratiques en rédaction

Pour assurer une rédaction efficace et optimisée, voici quelques règles essentielles à suivre :

01 Inclure votre mot-clé dans l'urls :

- Pourquoi : cela aide les moteurs de recherche à comprendre le sujet de votre page et améliore son classement.
- Comment : utilisez une url courte et descriptive contenant le mot-clé principal.

02 Avoir une url courte avec mot-clé (1-5 mots) :

- Pourquoi : les urls courtes sont plus faciles à lire et à partager.
- Comment : évitez les urls longues et complexes, privilégiez la simplicité.

03 Inclure le mot-clé dans la balise title :

- Pourquoi : la balise title est un facteur crucial pour le SEO, elle doit être pertinente et contenir le mot-clé principal.
- Comment : placez le mot-clé dès le début du titre si possible.

04 Avoir une title de 50 à 65 caractères :

- Pourquoi : les titres trop longs sont tronqués dans les résultats de recherche.
- Comment : restez concis et précis, tout en incluant le mot-clé principal.

05 Inclure le mot-clé dans la première phrase :

- Pourquoi : cela aide à capter l'attention du lecteur et à signaler le sujet principal aux moteurs de recherche.
- Comment : intégrez naturellement le mot-clé dans l'introduction.

06 Inclure le mot-clé dans la balise H1 :

- Pourquoi : la balise H1 indique le titre principal de votre page, crucial pour le SEO.
- Comment : assurez-vous que le H1 est pertinent et contient le mot-clé principal.

07 Inclure le mot-clé dans au moins un H2 :

- Pourquoi : les sous-titres (h2) structurent le contenu et aident à améliorer la lisibilité et le SEO.
- Comment : utilisez les H2 pour diviser votre contenu en sections claires et incluez le mot-clé.

08 Avoir une densité de 1% pour votre mot-clé (entre 0.8% et 2.5%) :

- Pourquoi : une densité de mots-clés appropriée aide à éviter le bourrage de mots-clés tout en étant pertinent pour le SEO.
- Comment : mentionnez le mot-clé de manière naturelle tout au long du texte.

09 Ajouter des synonymes à votre mot-clé si possible :

- Pourquoi : cela enrichit le contenu et aide à capturer les recherches similaires.
- Comment : utilisez des variations et des termes associés au mot-clé principal.

10 Ajouter des mots proches sémantiquement :

- Pourquoi : enrichit le texte et améliore le contexte pour les moteurs de recherche.
- Comment : intégrez des termes et expressions liés au sujet principal.

11 Créer 2-3 liens externes vers des sites d'autorité :

- Pourquoi : les liens externes vers des sites fiables augmentent la crédibilité de votre contenu.
- Comment : liez à des sources réputées comme Wikipédia ou des sites gouvernementaux.

12 Avoir minimum 700 mots pour le contenu à partir du H1 :

- Pourquoi : un contenu plus long est souvent perçu comme plus informatif par les moteurs de recherche.
- Comment : développez vos idées et fournissez des informations détaillées.

13 Mettre le mot-clé dans la Meta Description :

- Pourquoi : la meta description influence le taux de clics (CTR).
- Comment : rédigez une description engageante de 120 à 155 caractères incluant le mot-clé.

14 Utiliser les puces et listes numérotées :

- Pourquoi : améliore la lisibilité et permet de structurer les informations de manière claire.
- Comment : intégrez des listes lorsque cela est pertinent pour résumer des points clés.

15 Donner envie de cliquer sur votre page avec un titre et une meta description engageantes :

- Pourquoi : un titre et une description attractifs augmentent le ctr.
- Comment : soyez créatif et précis, sans tomber dans le putaclic.

16 Éviter le putaclic sur votre titre (équilibre) :

- Pourquoi : les titres à buzz peuvent décevoir les lecteurs et nuire à votre crédibilité.
- Comment : assurez-vous que votre titre reflète précisément le contenu de la page.

17 Aérer vos paragraphes de textes :

- Pourquoi : les blocs de texte aérés sont plus faciles à lire.
- Comment : utilisez des paragraphes courts et des interlignes suffisants.

- 18 Corriger les fautes d'orthographe/grammaire :**
 - Pourquoi : des erreurs peuvent nuire à la crédibilité de votre contenu.
 - Comment : relisez attentivement et utilisez des outils de correction grammaticale.

- 19 Mettre 3% des mots en gras en privilégiant les termes venant enrichir sémantiquement le contenu autour du mot-clé principal visé :**
 - Pourquoi : mettre certains mots en gras peut attirer l'attention sur des points importants.
 - Comment : mettez en gras des mots-clés secondaires et des termes importants.

- 20 Avoir un texte humainement compréhensible et cohérent :**
 - Pourquoi : un bon contenu doit être facile à lire et à comprendre.
 - Comment : évitez le jargon inutile et structurez vos phrases de manière logique.

- 21 Pourcentage de contenu dupliqué externe détecté inférieur à ou maximum de 15% - Duplichecker :**
 - Pourquoi : le contenu dupliqué peut nuire à votre classement SEO.
 - Comment : utilisez des outils pour vérifier et réduire le contenu dupliqué.

- 22 Avoir un contenu en entonnoir :**
 - Pourquoi : écrire sur la serp votre mot-clé et voir les résultats.
 - Comment : permet de voir si vous répondez aux questions que l'internaute se pose.

En appliquant ces bonnes pratiques, vous pouvez créer des articles optimisés qui non seulement améliorent votre SEO, mais offrent également une expérience de lecture enrichissante et engageante pour vos utilisateurs.

3.2 – La rédaction humaine et la rédaction via IA

CONTENU 1

H1 : Les erreurs à ne pas faire quand on commence une skincare routine

Premièrement, une **skincare routine**, ce n'est pas tout mettre sur sa peau : on finit par faire n'importe quoi.

Il faut éviter de mettre un tas de **produits cosmétiques** qui ne sont pas adaptés à votre type de peau afin d'épargner celle-ci.

H2 Connaître son type de peau avant d'acheter des produits cosmétiques

Tout d'abord, avant d'entamer une **skincare routine**, il faut connaître son type de **peau** et ses caractéristiques, dans le but de prodiguer à cette dernière les **soins** nécessaires à son amélioration.

À noter que pour les différents types de peaux, il faut la **nettoyer**, **l'hydrater** et la **protéger**, ce sont les bases essentielles, peu importe les spécificités de votre peau.

Si vous avez des problèmes tels que des tâches brunes liées à **l'hyperpigmentation** due à l'acné ou des pores dilatés que vous souhaitez traiter, il est important d'utiliser des produits spécifiquement formulés pour répondre à ces besoins, typiques des **peaux acnéiques** et **grasses**.

H3 Les choses à connaître quand on a une peau grasse

Une peau grasse, par définition, est une peau brillante ayant un aspect gras. Ce type de peau fabrique beaucoup de **sébum**, d'où son apparence luisante. À l'origine, il s'agit d'un film gras encrassant les **pores** et qui aboutit ainsi à l'apparition de points noirs, de boutons et même d'acné, le teint de la peau paraît plus **terne** à certaines périodes de l'année comme l'hiver où les **pores** sont **visibles** et **bouchés**.

Ces aspects sont visibles sur la **zone T** du visage, **du front** en passant par le nez, le menton et les joues.

C'est un phénomène cutané qui apparaît lors de l'adolescence et perdure pendant toute la vie d'adulte.

On ne peut pas changer son type de peau, c'est quelque chose qu'on garde à vie, mais on peut atténuer les effets.

H3 La peau sèche

La **peau sèche** est de nature une **peau fine**, qui n'a pas de pores dilatés, mais elle est souvent **tirillée** et manque de confort.

Des secteurs desquamés peuvent apparaître, généralement au niveau du nez et des pommettes.

Le taux **d'hydratation** de ce type de peau est **faible**, puisque le film hydrolipidique de la peau est brouillé et laisse l'eau s'évaporer : le manque de sébum fait donc qu'elle ne peut pas se protéger.

La peau sèche est un état permanent comme l'est une peau grasse. Pour plus de précision: vous pouvez avoir la peau grasse et déshydratée comme la peau sèche et déshydratée.

Selon les caractéristiques de votre peau, les soins à lui apporter seront différents et adaptés à celle-ci.

H3 La peau normale

La **peau normale** est la plus **facile à entretenir** du fait qu'elle ne possède pas de zones sèches, ni de zones grasses, cette dernière a une épaisseur de la peau dite normale.

De plus, elle est **lisse** et sans irrégularités, ce qui facilite son entretien quotidien. Elle tolère bien les agressions extérieures telles que les aléas climatiques incluant le chaud, le froid.

Bref, en soi, un type de peau dont tout le monde rêve !

H2 Skincare routine : les consignes à appliquer pour tout type de peaux

Suite à l'étape du diagnostic de votre **type de peau**, vient celle des gestes à effectuer au quotidiens pour une bonne **skincare routine**.

H3 Les principales étapes des soins pour une peau grasse :

1 - Nettoyer

Lors du soir, il est important de bien **démaquiller sa peau** pour éviter que les pores s'obstruent et que les saletés s'accumulent peu importe votre type de peau.

Ça passe par un double nettoyage, c'est-à-dire : l'huile démaquillante et le gel nettoyant.

Pour une peau grasse, il est important de prendre des gels qui sont adaptés à votre type de peau.

Privilégiez donc des nettoyants qui contiennent de la **niacinamide** et de **l'acide salicylique** qui vont réduire l'excès de sébum et lisser le grain de peau.

Quelques exemples de gels nettoyants pour le visage comme le Cerave gel moussant, COSRX - *L'acide salicylique Daily*, Neth toyant doux.

2- Exfolier

Il existe deux types d'exfoliation: l'exfoliation physique qui est destinée aux corps et **l'exfoliation chimique** du visage qui nécessite des acides.

En effet, celles utilisées pour le **visage** vont détruire les liens entre les cellules pour enlever la couche de votre épiderme composé de cellules mortes afin d'aider le renouvellement cellulaire.

Ce procédé va permettre d'améliorer la texture et le grain de la peau, ce qui est utile aux personnes ayant une **peau grasse** et aux fumeurs qui ont des problèmes avec la de leur peau.

Elle va aussi perfectionner **l'hyperpigmentation** en facilitant l'élimination des cellules mortes.

3- Hydrater

Même si une **peau grasse** sécrète beaucoup de sébum, il est crucial de **l'hydrater** à l'aide de gel crème. En outre, privilégier les **essences** et les sérums est très important tout comme mettre de la crème solaire (en journée) telle que l'Avène crème solaire spf 50.

N'oubliez jamais la crème solaire: cette dernière est en effet importante dans une **skincare routine** car elle protège votre peau tout au long de la journée.

H3 Les préconisations pour les peaux sèches

1 - Nettoyer

S'abstenir des nettoyants qui contiennent des **sulfates**, du **sodium lauryl sulfate** et du **sodium laureth sulfate** qui sont souvent des nettoyants moussants agressifs.

En les utilisant, votre barrière cutanée s'abîme encore plus, mais ce n'est pas tout : votre peau devient sensible. C'est-à-dire: elle devient plus vulnérable aux actifs cosmétiques tels que le rétinol qui peuvent vous provoquer des rougeurs. Vous pouvez utiliser le lait nettoyant de tolérane de chez La Roche posay, et le baume démaquillant Oat cleansing balm de Inkey list.

2- Exfolier

Exfolier moins, mais mieux: cherchez notamment des formules qui contiennent de l'acide lactique qui **exfolie** certes, mais qui **hydrate** en surface votre peau. Vous pouvez utiliser *l'Acide lactique à 5% + AH de chez The ordinary*.

3- Hydrater

Utilisez une lotion **essence hydratante** juste après s'être nettoyé la peau : cela va empêcher que votre peau se déshydrate, mais cela va aussi permettre à l'humectant de capter l'eau présente à la surface de votre peau.

En crème, vous pouvez appliquer celle d'Urée repair et une crème solaire en journée qui protège votre peau du soleil.

H3 Les instructions à suivre pour les peaux normales

Vous voulez certainement que cela dure, en conséquence, il est primordial de **l'entretenir** avec une **skincare routine**.

1 - Nettoyer

Pour conserver une peau saine et équilibrée, il est nécessaire de la nettoyer deux fois par jour à l'aide d'une mousse nettoyante douce telle que celle de la marque 24 Kiehl's qui permet d'éliminer l'excès de sébum, les impuretés et les saletés liées à la pollution et qui ne prive pas votre peau de son film protecteur naturel.

2- Exfolier

Poursuivez votre nettoyage de peau par le tonique ultra facial Toner de chez Kiehl's qui va éliminer, en douceur, les impuretés et les cellules mortes à la surface de la peau, il a aussi pour fonction d'hydrater et d'apaiser.

3- Hydrater

Enfin, pour garder l'hydratation tout au long de la journée, je vous conseille le gel crème apaisant à la centella asiatica de iUnik qui offre un soin nourrissant, antioxydant et illuminateur, puis de absolument la protéger avec une crème solaire.

Afin de conclure avec tout ce qui a été dit précédemment, il est important de connaître son **type de peau** afin de déterminer ce dont elle a besoin comme produits à intégrer dans sa skincare routine.

Une skincare routine est basée sur quatre étapes : **nettoyer, exfolier, hydrater, protéger**.

CONTENU 2

Introduction

Ma prime adapt's 2024, lancée par l'État le 1er janvier 2024, est une **aide financière** destinée à financer des travaux d'adaptation du logement.

Cette prime vise notamment à améliorer la qualité de vie des personnes en situation de handicap, des seniors de 69 à 80 ans, et des personnes à mobilité réduite, en leur permettant d'adapter leur habitat à leurs besoins spécifiques.

Une aide pour les seniors

Ma prime adapt's 2024 est spécialement conçue pour les personnes âgées et les personnes en situation de handicap.

Elle permet de financer des projets de travaux visant à améliorer la mobilité et **l'accessibilité** au sein de leur domicile, facilitant ainsi leur quotidien et leur permettant de vivre plus sereinement.

Ma Prime Adapt's 2024: pour qui ?

Cette aide s'adresse principalement aux particuliers vivant en région parisienne, âgés de 69 à 80 ans, ou en **situation de handicap**.

L'objectif est de soutenir ceux qui souhaitent améliorer leur habitat afin de **mieux vieillir** et de rester autonomes plus longtemps.

Le montant de la prime

Le montant de Ma prime adapt's 2024 varie en fonction des travaux à réaliser et des ressources du ménage.

Cette aide financière peut couvrir une partie significative des coûts, rendant les travaux de rénovation plus accessibles pour **les personnes** âgées et celles en situation de handicap.

Les bénéficiaires de la prime Ma Prime Adapt's 2024

Pour bénéficier de Ma prime adapt's 2024, les demandeurs doivent répondre à certaines conditions de ressources et d'éligibilité.

Cette prime est destinée aux ménages ayant des **revenus modestes**, leur permettant ainsi de réaliser des travaux de rénovation sans se soucier des contraintes financières.

Les travaux pris en charge

Ma prime adapt's 2024 couvre une variété de travaux d'adaptation du logement, incluant :

- L'installation de rampes d'accès
- L'aménagement de salles de bains accessibles
- La pose de barres d'appui et de sièges de douche
- La modification des hauteurs de plan de travail dans la cuisine
- L'élargissement des portes et des couloirs pour faciliter le passage des fauteuils roulants

Idea Renovation, fort de ses 22 ans d'expérience, propose des services de rénovation pour adapter votre logement à vos besoins.

Pour en savoir plus, visitez notre page dédiée : *Adaptabilité du logement*.

Quelles conditions de ressources pour Ma Prime Adapt 2024 ?

Pour bénéficier de Ma prime adapt's 2024, les plafonds de ressources varient selon les régions :

- En province et en Outre-mer, le plafond est fixé à X euros.
- En Île-de-France, le plafond de revenus est de Y euros pour l'année 2024.

Contactez-nous

Pour toute information supplémentaire ou pour une demande de subvention, n'hésitez pas à nous contacter : Numéro de téléphone : 07 85 99 84 29

Nos experts d'Idea Renovation sont à votre disposition pour vous accompagner dans votre projet de travaux et vous aider à bénéficier des aides financières disponibles.

Améliorez votre habitat et votre qualité de vie dès maintenant avec Ma prime adapt's 2024 et Idea Renovation.

Conclusion

En conclusion, l'IA et SEMrush sont des outils puissants pour créer du contenu optimisé pour le SEO, offrant des avantages significatifs en termes de gain de temps et de collecte de données.

L'IA, avec ses capacités d'analyse rapide et de structuration de contenu, permet d'identifier les tendances, les mots-clés pertinents, et de proposer des structures de contenu optimisées.

SEMrush, en tant qu'outil de référence pour l'analyse des mots-clés et la veille concurrentielle, fournit des données précieuses pour élaborer une stratégie de contenu efficace.

Cependant, il est crucial de rappeler que l'humain doit rester au coeur de la création de contenu, de la recherche de mots-clés principaux et secondaires, ainsi que de la création de prompts qui doivent être effectués avec soin et détails. La compréhension des besoins des utilisateurs et l'adaptation du contenu en conséquence nécessitent une intervention humaine pour garantir la pertinence et la qualité du contenu.

La collaboration entre l'IA et les créateurs de contenu permet d'optimiser le processus de création tout en maintenant une touche humaine essentielle.

En utilisant l'IA pour automatiser les tâches répétitives et analyser les données, les créateurs peuvent se concentrer sur l'aspect créatif et stratégique du contenu. La relecture et l'ajustement final par un humain sont donc indispensables pour s'assurer que le contenu est fluide, cohérent et compréhensible pour les lecteurs.

En somme, l'IA et SEMrush sont des aides précieuses pour optimiser le contenu SEO, mais l'intervention humaine reste indispensable pour garantir la qualité et l'authenticité du contenu.

En combinant ces outils avec une approche humaine, les entreprises peuvent créer des contenus efficaces, engageants, et bien positionnés dans les résultats de recherche.