

28.11  
2023

CONFÉRENCE

SEO UPDATE 2024



# IA, SEO et café : le trio gagnant du web de demain

28 novembre 2023

L'agence La Mandrette

[Vos consultants SEO](#)

[Parmi nos clients](#)

**La conférence**

[La place des IAG à l'agence](#)

[Processus](#)

[Ce qui est attendu](#)

[Google va-t-il pénaliser les contenus IA ?](#)

[Faut-il bloquer les robots IA ?](#)

[En guide de conclusion](#)

Laurent Peyrat

<https://twitter.com/LaurentPeyrat>

<https://fr.linkedin.com/in/laurentpeyrat>

<https://www.lamandrette.com>

# L'équipe La Mandrette



Célia Quiviger



Fantin Delière



Laurent Peyrat



<https://www.lamandrette.com>



@LaurentPeyrat



laurent@lamandrette.com
























































**SEO Update 2024**

Toulouse | 28 novembre 2023



# Parmi nos clients

E-Commerce	B to B	Hyper-concurrentiel	International	Visibilité moteur	Santé	Géolocalisé	Enseignement, Formation
							
							
							
							
							
							
							
							
							
							
							



SEO Update 2024  
Toulouse | 28 novembre 2023

La Mandrette Objectif Papillon  
Vous pouvez consulter les témoignages de nos clients.

# La place des IA génératives à l'agence



La Mandrette : **vocation à vendre du conseil** :

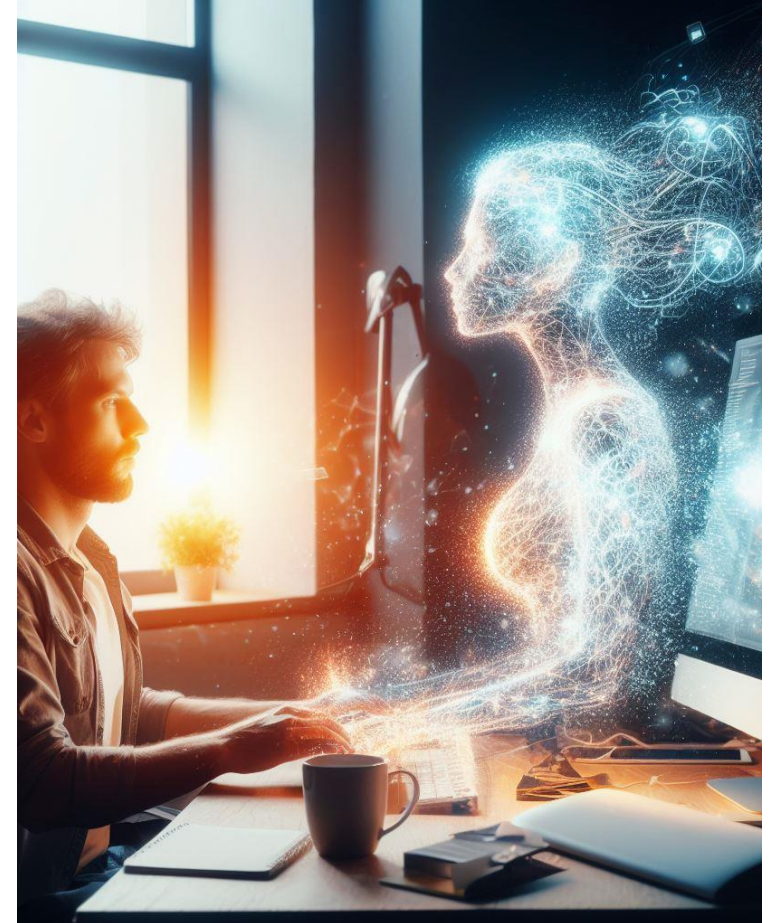
- ☑ audit et recommandations
- ☑ stratégie
- ☑ accompagnement.

Les prestations (développement, contenu, linking...) sont proposées en complément, selon le souhait du client.

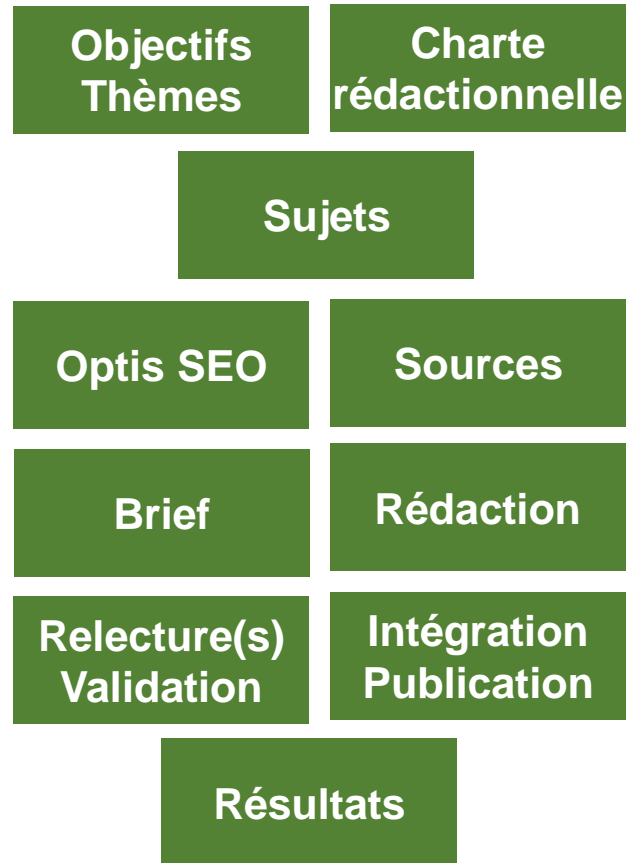
# Les prestataires

Actuellement : nous n'achetons plus de contenu, nous le produisons nous-mêmes

- ★ Agence off-shore
  - ★ Agence française
  - ★ Indépendants
  - ★ Experts
- } Consultant + GPT 4



# Processus



Les process changent selon les clients et les projets.



# Processus Objectifs et thèmes



Définis par l'entreprise :

- ✓ activité
- ✓ politique générale
- ✓ marketing
- ✓ communication.





# Processus Charte rédactionnelle (1/2)



## Selon Valérie Hameau (Dixxit)

Une page optimisée = une porte d'entrée potentielle

→ 1<sup>er</sup> point de contact entre votre marque et l'internaute

C'est le début de la relation !

Une charte rédactionnelle

- ✓ fixe les caractéristiques de votre identité éditoriale
- ✓ est partagée avec toutes les personnes, internes ou externes, humaines ou IA, qui produisent le contenu
- ✓ assure la qualité et l'homogénéité des contenus



# Processus Charte rédactionnelle (2/2)



## Territoire d'expression

- thématiques
- cibles
- atouts/qualités
- valeurs

## Ligne éditoriale

- tonalité
- style
- traitement
- niveau d'expertise

## Structure et spécificités

des formats de contenu

## Bonnes pratiques

- pyramide inversée
- titrilles
- syntaxe
- vocabulaire

## Des exemples !

À faire / à ne pas faire.





# Processus Sujets



Définition et validation :

- équipe Communication
- équipe Marketing (inbound)
- SEO  
(opportunités selon les volumes de recherche)
- assistance IAG (idées)

**IAG : gain de temps**

Créativité ? Aucun projet éditorial ne s'est arrêté par manque d'idées.





# Processus Optis SEO



## Pour l'instant, l'IAG n'a pas accès à la data

- ☺ Mots clés <title>, hn, balises alt, etc : pas de confiance dans le dosage
- ☺ Champ lexical : récupération du corpus de référence
- ☺ Intentions de recherche : process différent pour chaque projet





# Processus Sources



## Rédacteur

Connaissance

Recherche Google + une à trois pages

## IAG

Corpus inconnu et limité (politiquement correct)

Recherche Google

## Consultant

Fourniture à l'IA des sources



# Processus Brief 1/2



**Qualité attendue : basse** (soupe pour spam)



- ✓ Limite (juste pour ranker)
  - ✓ Vulnérable à tous les aléas (algo, pondération des critères, effets de bord, concurrence, etc.)
1. On savait faire avant
  2. L'IA est en concurrence avec des techniques plus anciennes qui fonctionnent toujours.



## Processus Brief 2/2



**Qualité attendue : élevée** (ranking, linkbait)

✦ Critères

✦ Scores

Talent du rédacteur

→ compréhension de la data SEO

→ formulation d'un brief adapté

➤ production d'un texte **agréable à lire**



# Processus Rédaction



## Magie du prompt

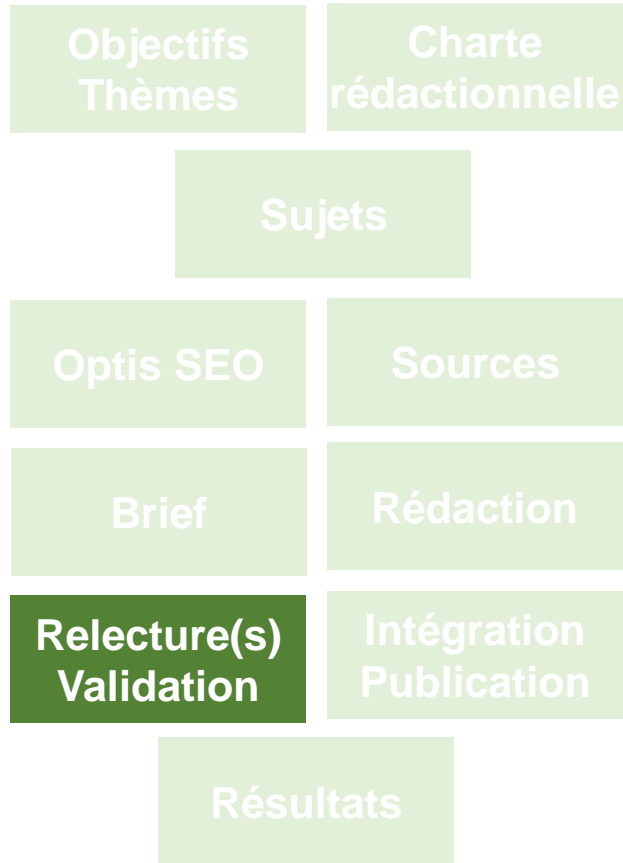
- contexte
- style
- information
- rendu
- automatisations

1. Résultats irréguliers selon les domaines, les périodes...
2. Énorme gain de temps





# Processus Validation



Critères habituels :

- ✓ Phrases courtes
- ✓ Une idée par paragraphe
- ✓ Verbes à la forme active
- ✓ Minimum d'adverbes et d'adjectifs
- ✓ Pas de langue de bois
- ✓ Etc.

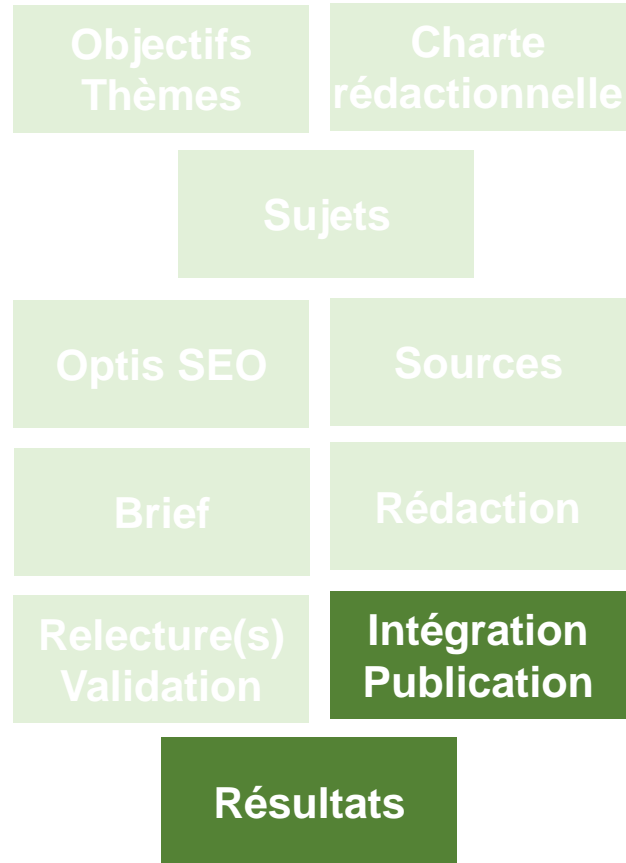
Savoir exactement ce que l'on veut :

- Savoir-faire indispensable





# Processus Intégration, publication et résultats



Pour mémoire, selon volume et enjeux

- « à la main »
- autres outils IA ou non





## Ce qui est attendu

En matière de SEO, on attend d'un texte :

- qu'il positionne la page qui l'accueille sur les mots-clés pour lesquels il est optimisé
  
- qu'il renforce (linking interne) :
  - le cluster dans lequel il est inclus
  - l'ensemble du site web
  
- qu'il attire des liens (linkbait)





## Ce qui est attendu

En matière de SEO, on attend d'un texte :

qu'il positionne la page qui l'accueille sur les mots-clés pour lesquels il est optimisé



**Soit on est limite**

- ✓ budget minimum
- ✓ suroptimisation
- ✓ faible concurrence

qu'il renforce (linking interne) :

- le cluster dans lequel il est inclus
- l'ensemble du site web

qu'il attire des liens (linkbait)

**Soit on est généreux**

- beaucoup de contenu intéressant (la page fait vraiment référence dans son domaine)



## Ce qui est attendu

En matière de SEO, on attend d'un texte :

- qu'il positionne la page qui l'accueille sur les mots-clés pour lesquels il est optimisé
- qu'il renforce (linking interne) :
  - le cluster dans lequel il est inclus
  - l'ensemble du site web
- qu'il attire des liens (linkbait)



## En automatique



## Manuellement

- ✓ diversité des ancres
- ✓ étanchéité des clusters
- ✓ compétence SEO !



## Ce qui est attendu

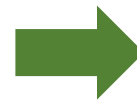
En matière de SEO, on attend d'un texte :

- qu'il positionne la page qui l'accueille sur les mots-clés pour lesquels il est optimisé
- qu'il renforce (linking interne) :
  - le cluster dans lequel il est inclus
  - l'ensemble du site web
- qu'il attire des liens (linkbait)



Pour attirer les liens naturels : texte vraiment intéressant pour des humains

- ✓ style « attachant »
- ✓ tendance
- ✓ ...



... talent du rédacteur





# Google va-t-il pénaliser les contenus IA ?



Stratégie SEO idéale : sur deux ans / anticipation

- ☑ Core updates
- ☑ Ajustements permanents
- ☑ Lutte anti spam

Les évolutions de Google vont toujours dans le même sens :

- moins de spam
- plus d'autorité
- plus de services Google

**Si votre site est vulnérable, vous le savez déjà !**



# Faut-il bloquer les robots IA ?



Nos contenus sont déjà utilisés

- Génération de champs lexicaux
- Source
- Scraps divers

Pourquoi ne pas devenir une « référence » pour l'IA, de même qu'on essaie de le devenir pour Google ?





## En guise de conclusion

*« Un homme intelligent arrive toujours à résoudre un théorème, pas toujours à réussir un poème. »*

Jules Renard



SEO Update 2024

Toulouse | 28 novembre 2023