



Folle & Fauchée



Manon AVELINE
Alice COINTE
Maxime CONSTANT
Auriane DUROURE
Auréline GARCIA
Eléonore PRIVET

Sommaire



Introduction.....	2
Présentation de la team Folle ! Et Fauchée.....	2
Les ambitions de l'atelier.....	2
Étude préliminaire des résultats de recherche autour du mot « folle ».....	2
État des lieux externe : le marché des blogs lifestyle.....	4
Définition du secteur.....	4
Les acteurs en présence : benchmark des concurrents.....	5
Opportunités et menaces.....	6
État des lieux interne : le blog Folle ! Et Fauchée.....	7
Notre concept : ses forces et ses faiblesses.....	7
Nos cibles.....	7
Notre positionnement.....	8
Swot synthétique et diagnostic.....	9
Objectifs.....	10
Stratégies mises en place et plan d'action.....	12
Stratégie de contenu : charte rédactionnelle et ligne éditoriale.....	12
Les backlinks (profils, faux blogs, blogs amis, commentaires et sites d'autorité)...	13
L'approche technique : gestion du budget crawl, du duplicate content et optimisation de la homepage.....	14
Réseaux sociaux et trafic.....	15
Google My Business et stratégie de géolocalisation.....	17
Bilan.....	18
Bilan des actions menées.....	18
Retour réflexif sur l'atelier.....	20
Les suggestions pour l'avenir.....	22
Annexes.....	23
Liste des liens posés et obtenus.....	23
Obtention des liens sur les sites d'autorité.....	28
Les outils utilisés.....	32
Journal de bord.....	33

Introduction



1) *Présentation de la team Folle ! ft Fauchée*

La team *Folle ! Et Fauchée*, c'est d'abord **six membres** complètement timbrés, j'ai nommé : Alice, Auréline, Auriane, Eléonore, Manon et Maxime !

Tous un peu fous et très fauchés, nous nous sommes glissés le temps de quelques mois **dans la peau de Kiki**, notre jeune étudiante "folle et fauchée". Personne ne pouvait incarner la folie mieux que Kiki et, avec elle, nous avons apprivoisé Google.

Folle ! Et Fauchée est un **blog lifestyle parodique**, mais avec de vrais conseils, trucs et astuces pour étudiants fauchés. Le ton est volontairement décalé. Un seul but : jouer la carte de l'humour pour capter l'attention de nos lecteurs... et de Google.

Découvrez **la folle aventure de Folle ! Et Fauchée**, le blog parti à la conquête du moteur de recherche le plus utilisé au monde !

2) *Les ambitions de l'atelier*

Cet atelier avait plusieurs objectifs, que voici :

- Nous familiariser avec les **techniques et stratégies de référencement naturel** (SEO).
- Mieux comprendre **les rouages de Google** et tester sur le terrain les approches qui fonctionnent réellement ou non.
- Sur le long terme : être capable de **collaborer efficacement** avec des référenceurs professionnels et comprendre les problématiques webmarketing de notre entreprise.
- Traduction concrète de ces objectifs : **optimiser le référencement et le ranking de notre blog** "Folle ! Et Fauchée" sur Google, l'objectif étant d'apparaître sur la première page Google au niveau national d'ici mi-décembre sur la recherche "folle".

3) *Etude préliminaire des résultats de recherche autour du mot « folle »*

La recherche du mot "folle" sur Google entraîne les résultats suivants :

- Le **nombre total de résultats** pour la requête "folle" atteint 59 600 000.
- La première page de Google est entièrement accaparée par les différents **dictionnaires en ligne** (Larousse, L'Internaute, Wikipedia, Reverso...) qui proposent des définitions du mot, des traductions ou encore des synonymes.
- La seconde page de Google est plutôt réservée à **des événements ou encore des structures** de toutes formes (festivals, spectacles, entreprises, start-up, associations,

etc.) qui détiennent le terme “folle” dans leur appellation (ex : le festival nantais la “Folle Journée” ou encore “Folle des Bois, bière aromatisée”).

- De façon moins récurrente, le mot “folle” est aussi associé à des **actualités faisant le buzz** de façon éphémère (ex : “la folle détente de Van Dijk qui scotche ses coéquipiers”).
- Le **volume de recherche mensuel** du mot “folle” oscille entre 2000 à 3000 recherches ce qui en fait un mot-clé raisonnable pour une problématique SEO comme la nôtre (difficulté de 31/100 selon le site KW Finder).



(Source : capture d'écran du site KW Finder)

Etat des lieux externe

Le marché des blogs lifestyle



1) Définition du secteur

Le marché des blogs lifestyle a émergé conjointement au développement de la **numérisation des pratiques**. En effet, si le marché des blogs lifestyle n'existait pas avant les années 2000, les pratiques utilisées ont, quant à elles, toujours existé. **Ecriture, récit d'expériences, mise en lumière d'opinion sur des biens et services, relationnel, photographie...** Les blogs lifestyle sont leur simple rassemblement en **un seul canal** et correspondent à la **digitalisation de ces pratiques**.

Rencontrant un franc succès, les blogs lifestyle sont aujourd'hui **des leviers puissants du e-marketing et de la communication digitale**. Véritable **leaders d'opinion**, les rédacteurs de blogs sont régulièrement contactés par les agences de communication pour devenir **"influenceurs"**. Si certains en gardent l'usage de passe-temps, d'autres en font véritablement leur métier.

Quelques chiffres clés :

Un large secteur toujours en expansion :

- 200 millions de blogs dans le monde. Ce chiffre augmente de 3 millions tous les 3 mois.

Un secteur d'influence :

- En France, 45% des internautes, soit 18M de Français, consulteraient régulièrement un blog.
- 33% des internautes réaliseraient des achats sur la base d'informations trouvées sur des blogs.

Ce que l'on trouve sur un blog lifestyle :

- Des conseils Déco
- Des recettes de Cuisine
- Des idées de Sorties
- Des récits de Voyages
- Des billets sur des sujets d'Actualité ou de Société
- Des expériences sur un Produit
- Des idées de Cadeaux

Le tout sur un **ton assez relâché**, et surtout **très personnalisé** (le style d'écriture doit impérativement refléter la personnalité de la bloggeuse ou du blogueur).

2) Les acteurs en présence – benchmark des concurrents

NOM	LIEN DU BLOG	POSITIONNEMENT	SEO
Eleusis et Megara	https://www.eleusis-megara.fr/	Fond : Ultra-généraliste : 14 catégories + la catégorie Voyage. Forme : épuré, chic. Fond blanc + touches de couleur	SEO : <ul style="list-style-type: none"> • Contenus originaux photo • Liens externes
Madame Citronnade	http://madamecitronnade.com/	Fond : généraliste (voyages, conseils bébé, déco et cuisine, conseils lecture) Forme : épuré, chic. Fond blanc + touches de couleur	SEO : <ul style="list-style-type: none"> • Beaucoup de contenu original photo • Beaucoup de liens externes (blogs amis, articles en lien)
Friendly Beauty	https://friendlybeauty.com/	Fond : Généraliste (Cuisine, Beauté, Déco...) Forme : épuré, chic. Fond blanc + touches de couleur	SEO : <ul style="list-style-type: none"> • Beaucoup de liens externes (sur le même sujet)
Bio Beau Bon	http://biobeaubon.com/	Fond : Généraliste mais priorité au voyage Forme : Couleur zen : blanc, bleu, vert.	SEO : <ul style="list-style-type: none"> • importance des titres : reprise du champ lexical à divers niveaux de titres H1, H2, H3.
Sweet and Sour	https://www.sweetandsour.fr/	Fond : Généraliste mais moins que les autres (Beauté, cuisine, DIY) Forme : épuré, chic. Fond blanc + touches de couleur acidulées	SEO : <ul style="list-style-type: none"> • Contenu original photo • Importance des titres H1, H2, H3.
Je ne sais pas choisir	https://www.jenesaispaschoisir.com/	Fond : moins généraliste, plus spécialisé voyage Forme : Très graphique, couleur pâle (orange pâle, bleu, blanc)	SEO : <ul style="list-style-type: none"> • Contenu original photo • Pas assez de titres, de référence au champ lexical du sujet de l'article.

3) *Opportunités et menaces*

Opportunités :

- Les internautes commencent à **rire de ces blogs et du ton employé** : nous pourrions nous appuyer sur ce phénomène et jouer sur la parodie.
- **Utiliser l'humour** pour se démarquer. Ton très apprécié des internautes et des lecteurs en général, il n'est pourtant pas l'apanage des blogs lifestyle existants.
- Le **champ lexical du mot "folle"** nous fait nous démarquer de la masse des blogs existants.

Menaces :

- **Forte concurrence** : 200 millions de blogs à ce jour dans le monde.
- Difficulté à **trouver des sujets** qui n'ont pas encore été traités par les blogs existants.
- Difficulté pour un blog émergent **de faire autorité** face à des blogs anciens et déjà influents du même secteur.
- Difficulté de **se démarquer** par le SEO car le champ lexical utilisé dans ces blogs est souvent le même (il faut donc trouver un positionnement différenciant : le champ lexical du mot "folle").

Etat des lieux interne

Le blog Folle ! et Fauchée



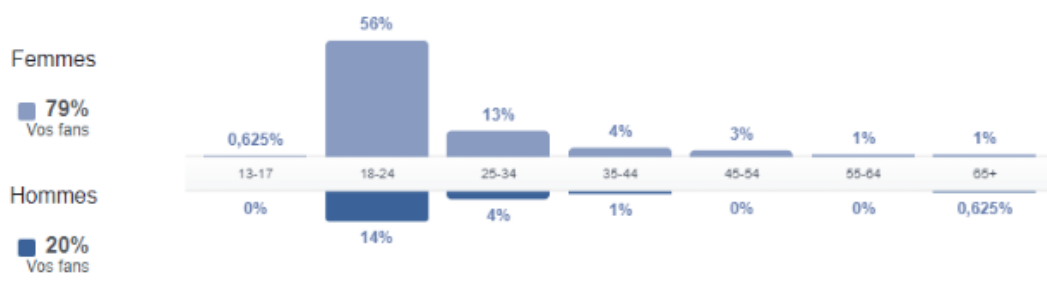
1) Notre concept : ses forces et faiblesses

- **Qu'est-ce que "Folle ! Et Fauchée" ?** Une **parodie** des blogs d'influenceuses ; **lifestyle** ; blog 100% **humoristique** ; vrais conseils et astuces.
- **Qui est Kiki ?** La blogueuse fictive qui tient le blog ; esprit du **journal intime** ; ton de la **confiance** ; incarnation de notre univers.
- **Pourquoi ce nom de blog ?** Identité propre et **mémorable** ; à l'opposé de ce qu'on attend d'une vraie influenceuse ; **running gag** possible sur la "précarité étudiante" ; association de deux termes qui n'est **pas encore exploitée** sur Google (seulement des "voitures folles fauchant des piétons" : aucun poids en terme de concurrence).
- **Quels sont nos points forts ?** **Pertinence du contenu proposé** (humour permet de traiter tous les sujets sans se limiter et donc de choisir les plus pertinents) ; **forte polyvalence** (contenu diversifié) ; **rapidité de publication** (articles simples qui s'écrivent sans recherches préalables excessives > 6 articles par semaine) ; **concept attractif et appréciés des lecteurs** (public large et trafic conséquent).
- **Quels sont nos points faibles ?** **Difficile démarchage des sites d'autorité** (identité déjantée et donc peu crédible).

2) Nos cibles

En termes de lectorat :

- **Les cibles attendues** : une cible majoritairement **féminine** (blog "girly") ; entre **20 et 25 ans** (nos amis et camarades de l'IEP) ; en **France** ; **étudiants**.
- **Les cibles établies** (via Google Analytics) : 88% de **Français** (surtout Toulouse puis Paris) ; 67% se connectent via **mobile** et entre **14h et 16h** ; 93% via **Facebook** ; 79% de **femmes** ; majorité de **18-24 ans**.



(Source : capture d'écran statistiques Facebook)

En termes de relais :

- **Nous-même** (en partageant les articles) et **nos proches** ; les différents interlocuteurs avec qui nous avons écrit des articles en **partenariat** (ex : TBS, le Vide Dressing des Toulousaines, etc.).

3) Notre positionnement

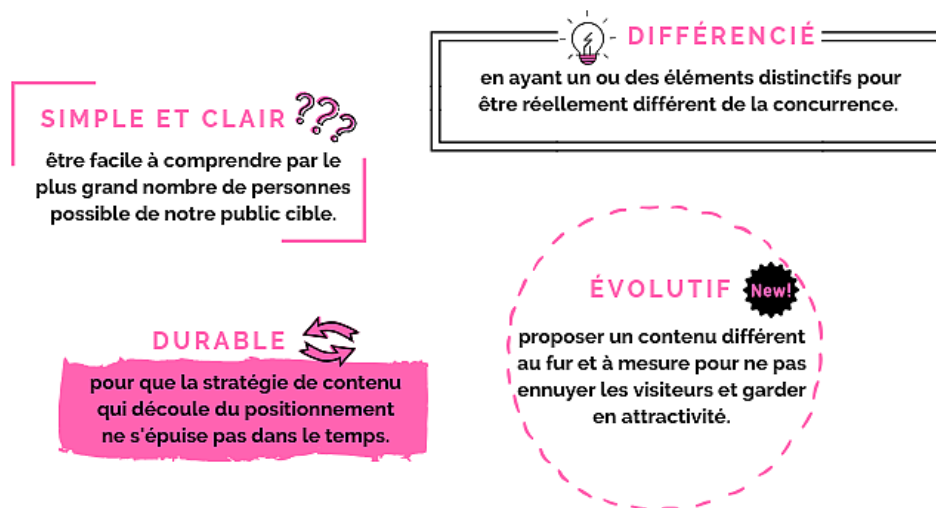
"Le positionnement ne s'attache pas à ce que l'on fait avec le produit, mais plutôt à **ce que le produit représente dans la tête du prospect.**" C'est ainsi que Al Ries et Jack Trout, publicitaires, définissent le positionnement dès 1972.

- **Les caractéristiques distinctives** : le côté **humour** et **ironique**, voire narquois, tout en donnant toujours de **vrais conseils**.
- **Le marché cible** : les **étudiants**, les « **fauchés** » et plus généralement, toutes les personnes recherchant **bons plans et astuces**.
- **La concurrence** : tous les **blogs** et **sites internet** *lifestyle*.

Élément majeur de notre stratégie et **déterminant** pour nos stratégies de contenu et de *linking*. Un bon positionnement permet de **créer et renforcer la notoriété** de notre blog pour **légitimer** ce dernier sur son marché, très concurrentiel. Il doit répondre à plusieurs **conditions**.

NOTRE POSITIONNEMENT

Il faut que le positionnement soit :



Doutes : nous n'étions pas certains de la **durabilité** et du **caractère évolutif** de notre positionnement dans un premier temps, mais il nous a finalement permis de faire bien plus que nous l'avions d'abord imaginé et de faire évoluer le blog au gré de nos envies et stratégies : faire des **interviews**, traiter des **sujets d'actualité**... Cela nous a donc confortés dans notre choix de départ.

SWOT



Synthétique et diagnostic

FORCES	Ton parodique des blogueuses modes « habituelles » assez peu présent, donc rafraichissant	FAIBLESSES	Commencement de “nulle part” : zéro article, pas de following, et donc pas de notoriété
	Ton personnalisé permet aux lecteurs de s’identifier à notre personnage (Kiki Folie)		Besoin d’un contenu original, diversifié (texte, image, vidéo) et régulier : peut être chronophage
	Articles généralistes permettant de toucher un public plus large		Manque de crédibilité par rapport à la création très récente et au ton plus que décalé employé
	Différenciation dans le champ lexical (celui de la folie) permettant une autre forme démarcation		
	« Folle et Fauchée » en écho à « Jeune et Jolie » nom de blog qui reste en tête (allitération en « f », adjectifs « rigolos »)		
Équipe de 6 donc possibilité d’écrire 6 articles par semaine, entraînant une fidélisation des lecteurs			
OPPORTUNITES	Les étudiantes présentent une cible étendue et continue	MENACES	Nombre de blogs “lifestyle” élevé, saturation du marché
	Toulouse en particulier est une ville considérée comme étudiante (1/4 de la population environ)		Ton parodique peut parfois être difficile à cerner pour l’audience habituelle de ce genre de blog
	« Folle » est un adjectif assez peu utilisé pour une blogueuse mode → peut permettre de se démarquer		« Folle » est une requête avec 57 millions de résultats, des définitions prenant la première moitié de la page 1
	Volume de recherche sur le mot « folle » est assez raisonnable pour permettre de nous installer parmi les premières pages		Beaucoup de structures d’importance relative possèdent le mot « folle »
	Marketing d’influence permet d’établir des relations de partenariat rapidement, et donc d’obtenir des liens		Les actualités ayant « folle » dans le titre prennent aussi beaucoup de place
Les « bons plans » obtiennent généralement de bonnes audiences	Blogs Toulousains aussi très présents, marché territorial à conquérir		

Défis : partir du néant complet pour atteindre la place la plus élevée possible sur la SERP ; créer du **contenu original** régulièrement ; utiliser le **champ lexical de la folie** ; générer du **clic**/de la **notoriété** ; acquérir de la **crédibilité** et donc des **partenariats** ; faire face aux dictionnaires et autres actualités que la requête « folle ».

Solutions : **ton différencié** (la parodie et la personnalisation du message) ; un **nom de blog accrocheur** (Folle ! Et Fauchée) ; **cible particulière** (public jeune, étudiant, féminin).

Objectifs



THÈME	KPI (INDICATEUR)	OBJECTIF FIXÉ	OBJECTIF RÉALISÉ	OUTIL DE MESURE
Référencement	Recherche Google sur « folle fauchée »	1 ^{ère} page mi-décembre	1 ^{ère} page	Start page
	Recherche Google sur « folle »	1 ^{ère} page mi-décembre	1 ^{ère} page	Start page
Publications	Fréquence de publication	6 articles par semaine sur 12 semaines	Moyenne de 4,7 articles par semaine	Calendrier des publications
	Nombre d'articles publiés	72	56	Statistiques du Dashboard Overblog
Trafic sur le blog	Visiteurs uniques sur le semestre	2000	1694	Statistiques du Dashboard Overblog
	Nombre de pages vues uniques sur le semestre	3000	2900	Google Analytics
Réseaux sociaux	Nombre d'abonnés sur notre page Facebook	300 sur le semestre	164	Statistiques Facebook
	Portée moyenne des publications sur Facebook	110% du nombre d'abonnés	203 (soit 123,8% de notre nombre d'abonnés actuel)	Statistiques Facebook

	Clics moyens sur les publications Facebook	33% du nombre d'abonnés	74,1 (soit 50,4% de notre nombre d'abonnés actuel)	Statistiques Facebook
	Nombre d'abonnés de notre page Twitter	50 abonnés	13	Page Twitter
Linking	Sur des sites d'autorité	3	5	Listing Excel
	Sur des blogs amis	10	9	Listing Excel
	Autres (création de faux blogs, commentaires, annuaires, etc)	50	56	Listing Excel

Stratégies mises en places

Et plan d'action



1) Charte rédactionnelle et ligne éditoriale : stratégie de contenu

- **Fréquence et diversité des publications** : 6 articles/semaine ; être **actif** aux yeux de Google ; **fidéliser** une communauté ; **diversité** dans le **fond** (sujets traités) et la **forme** (vidéos, photos, GIF, playlists...).
- **Quelles rubriques ?** Pour **classer** les articles et donner une **cohérence** au blog > Forme (sport), Fashionista (mode), Fêteurde (sorties), Flamboyante (beauté), Fringale (recettes) et Futée (DIY, conseils et astuces divers). Nous avons par la suite **abandonné** l'idée des rubriques car elles créaient du duplicate content.
- **Quels sujets ?** Majoritairement ceux soumis par **Answer the Public** (ex : comment rendre folle ma femme au lit ?) + **actualité** reprenant le terme "folle" (ex : film "Ma mère est folle") + des articles sur les mots associés au mot "folle dans les recherches Google (ex : synonymes, citations, folle journée, Priscilla folle du désert...) + des **sujets secondaires** très faciles à traiter et toujours en **adéquation** avec notre positionnement (ex : Playlist de la folle) + les **marronniers** (Halloween, Black Friday, Noël, les gilets jaunes, l'élection Miss France...).
- **Quels titres ?** Une question brute issue de **Answer the Public** ou un **titre inventé** incluant le terme "folle" systématiquement (et réunissant de préférence des mots clés associés à "folle" dans les recherches).
- **Quelle structure des articles ?** Usage des différents **titres** H1, H2, H3 (la balise H est importante dans l'optimisation SEO du blog par Google car elle indique les informations les plus importantes). **Listes à puces**. Mise en forme (**gras ; italique ; souligné ; justification ; images ; vidéos**... très appréciée par l'algorithme > ossature lisible et transparente). **Personnalisation des URL**. Modification de la **description des images** (texte alt).
- **Quel linking interne ?** Une **ancree "folle"** et/ou un **mot clef** vers un ancien article ou vers la page d'accueil dans chaque nouvel article + liens vers des sites d'autorité via des ancres (ex : renvoyer à la page Wikipedia de la personnalité dont on parle). Optimise le **taux de rebond** et le **référencement**. Pensez à l'**emplacement** du lien dans la page (en haut : plus de valeur pour Google) et à la **sémantique**.

Stratégie selon notre positionnement : il faut **adapter** notre contenu au marché choisi et au public ciblé en respectant notre différenciation.

2) Les backlinks (profils, faux blogs, blogs amis, commentaires et sites d'autorité)

Définition du backlink : “Aussi appelé lien entrant, lien arrivant ou lien retour, le *backlink* est un **lien hypertexte** qui permet d'envoyer un internaute d'un site web X vers un site web Y.”

Source : journaldunet.fr

Backlink = l'un des **principaux moyens d'optimiser le référencement naturel** dans les résultats des moteurs de recherche, notre objectif final (donc élément incontournable).

Analyse des backlinks par les moteurs : d'abord selon une **approche quantitative** : plus il y avait des backlinks, plus le site était favorisé dans les résultats de recherche. Cela a toutefois laissé place à des **méthodes frauduleuses** (liens entrants artificiels) et les moteurs de recherche ont revu leur approche en donnant plus de poids à la **qualité**. La **qualité** et le **nombre** de backlinks existant vers un site est en effet un élément principal pour mesurer la **réputation** du site. Les moteurs de recherches estiment que si de nombreux sites internet mettent des liens vers un autre site, ce dernier possède certainement un intérêt (l'outil *PageRank* de Google classait les pages internet notamment en fonction du nombre et de la qualité des liens pointant vers elles).



Pour avoir des backlinks de qualité, il faut prendre en compte plusieurs caractéristiques comme (liste non exhaustive) :

- la **qualité** et la **confiance** des sites d'où proviennent les liens,
- la **proximité thématique** des sites sur lesquels les backlinks sont présents,
- le **nombre d'autres liens externes présents sur la page** où se trouve le lien,
- la façon dont le lien est intégré au site : **l'ancre**, position et mise en valeur (homepage ou article ancien).
- **l'ancienneté** du lien...

A noter : il est possible qu'un backlink puisse ne **pas être pris en compte** par les moteurs de recherche s'il se situe dans une balise **nofollow** par exemple.

Focus sur l'ancre de lien : **texte** contenu dans un **lien hypertexte** sur lequel le visiteur d'un site web va pouvoir cliquer pour accéder à une autre page (du même site ou d'un site externe). Le texte de l'ancre fournit une **information explicite** sur le contenu vers lequel il pointe : réelle importance pour le référencement.

Notre stratégie de netlinking : ayant très peu de temps pour atteindre notre objectif final, nous avons dû utiliser les deux méthodes de front : **qualitative** (sites d'autorité) et **quantitative** (backlinks artificiels).

- **Stratégie proactive** : la simple qualité des contenus ne suffit pas vu le manque de temps, nous étions obligés de réaliser une démarche proactive de recherche de liens.
- **Stratégie "forcée"** : faux blogs, inscription aux annuaires, liens sur des sites amis, publication de commentaires sur des blogs... Stratégie "**facile**" mais certainement pas la plus efficace. Cela peut aussi entraîner des **pénalités** de Google (suppression d'un lien, comme Wikipedia par exemple). Tout en évitant de tomber dans la **sur-optimisation SEO** et dans des pratiques de "**black hat**" (punissables et contraires aux *guidelines* Google).
- **Stratégie "plus naturelle"** : en proposant un **contenu original et pertinent** et en ayant un **bon relai** sur les réseaux sociaux, nous avons obtenu des liens de **meilleure qualité**. Nous avons **démarché** des structures par mail (cf. annexes). Et c'est finalement en leur proposant de leur écrire des **articles personnalisés** que nous avons obtenu des liens de qualité. Ce fut le cas pour : TBS Alumni et TBS (relais sur la homepage d'une interview d'une étudiante en TBS montant son projet d'entrepreneuriat), L'Atelier du Cocktail (interview de la gérante et fondatrice), le blog de Mélody Taillan (interview de Mélody), Le Vide Dressing des Toulousaines (rencontre et écriture d'un article sur elles + jeu-concours).
- **Stratégie de maillage interne** (pratique spécifique du *cross-linking*) : créations de liens entre les pages d'un même site. Inscrite dans notre **charte rédactionnelle**, cela permet d'optimiser la navigation au sein même de notre blog et joue également un rôle dans le domaine du référencement naturel en favorisant certaines pages (articles) et en optimisant la **popularité SEO de la page d'accueil**.



3) *L'approche technique : gestion du budget crawl, du duplicate content et optimisation de la homepage*

- **Comment optimiser le budget crawl ?** Minimiser le nombre d'articles sur la **page d'accueil** (stratégie abandonnée en faveur d'un page d'accueil lourde et solide) ; **publication régulière et de qualité** en termes de référencement (mises à jour régulières qui attirent le crawling du blog) ; **optimisation du duplicate content interne** (ne pas gaspiller les ressources du Googlebot) ; **suppression des pages**

non-indexables (repérables grâce à ContentKing et/ou ScreamingFrog, ex : l'ensemble de nos tags + des pages comme “archives” ou “contact”).

- **Comment supprimer le duplicate content interne ?** Le **diagnostiquer** (via l'outil Siteliner). **12%** sur notre blog au départ > correspond à la page “articles populaires” + “common content” (c'est-à-dire header/footer). Solution ici : **rédigier une courte description personnalisée** pour chaque article (mais Overblog ne propose pas cette fonctionnalité). Google Search Console : montre que Google ne nous a **pas pénalisé** > n'est donc **pas une priorité** pour nous.
- **Comment optimiser notre homepage ?** La rendre « lourde » en faisant apparaître un **maximum d'articles** (25 maximum) + **changer le thème** pour pouvoir inscrire une **longue description optimisée** (mots clés ; questions récurrentes de Answer The Public).

Siteliner Products Help About Sign up Log in

folle-et-fauchee.over-blog.com

To see your duplicate content highlighted on the page, click on a row in the table below:

Duplicate Content Search title or URL

URL	Title	Match Words	Match Percentage	Match Pages	Page Power
top	Articles populaires- Folle& Fauchée	309	58%	6	100
folle-sorties-pas-cheres	Folle et glorieuse - Sortir sans argent, ...	54	4%	1	98
folle-recette-chips-epluchures-patate	Lesépluchures de patate : on en ra- ...	53	10%	1	75
folle-rangement-bijoux-branche	Folle de déco et de branches : Un ...	52	10%	1	77
folle-lesive-fait-maison	Folle ne rime pas avec auréole ! (Ah, ...	51	8%	1	87
folle-demaquillant-fait-maison	Folle de ce démaquillant homemade ! - ...	49	9%	1	89
2018/09/folle-fauchee-mais-sportive.html	Folle, Fauchée, mais Sportive ! - ...	42	8%	1	98
page/2	Folle& Fauchée - Jeune étudiante, un ...	27	19%	1	70
(home page)	Folle& Fauchée - Jeune étudiante, un ...	25	11%	1	100

Download Site Report
Download Site Report PDF

<< < Showing 1-9 of 9 results >> Jump to result

(Source : capture d'écran de Siteliner)

4) Réseaux sociaux et trafic

Facebook (25/09/2018) :

- **Quels objectifs ?** **Trafic** régulier ; **communauté** fidèle ; **relayer** nos articles.
- **Quel public ?** **Étudiants** de Sciences Po Toulouse, nos **proches** (amis/famille) puis **diffusion naturelle** vers les proches de nos abonnés.
- **Quelle stratégie ?** Relayer systématiquement l'**article du jour** (matin = moment d'activité) puis le **liker/partager** par les membres de l'équipe (avec nos comptes privés). Parallèlement, **noter et recommander** la page positivement (gage de qualité).
- **Quels résultats ?** **164 abonnés** (stagnation car 130 abonnés le jour de la création de la page) ; **portée moyenne** de 203 personnes (minimum 10 / maximum 1360) ;

7 réactions par publication en moyenne (J'aime > J'adore > Waouh > Ahah) ; **3 partages** par publication en moyenne ; **1 commentaire** par publication en moyenne.

- **Quelle redirection vers le blog ?** En moyenne, **18 clics** sur chaque publication (minimum 3 / maximum 123). Réseau social le plus performant avec **93% des visites** via les réseaux sociaux.

Twitter (12/11/2018) :

- **Quelle stratégie ? Suivre les abonnés** des pages de nos concurrents (HelloCoton, Madmoizelle...) afin de les aiguiller vers notre page (peu concluant). Publier les **articles populaires** puis quotidiennement l'**article du jour** ; répondre aux **hashtags populaires** ; **créer la discussion**.
- **Quels résultats ?** Seulement **12 abonnés**. Pas de tableau de bord propre à Twitter pour connaître les statistiques, mais selon le dashboard d'Overblog, représente en moyenne **2% des visites** via les réseaux sociaux (soit 10 visites).

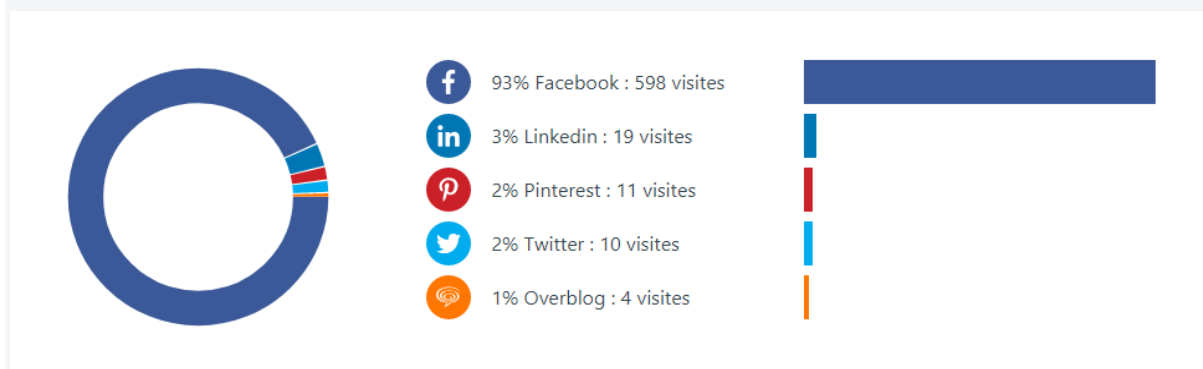
LinkedIn (10/2018) :

- **Quelle stratégie ?** Relayer uniquement les articles **en partenariat avec les sites d'autorité** (réseau professionnel).
- **Quels résultats ?** **23 relations** abonnées à notre profil ; en moyenne **3% des visites** via les réseaux sociaux (soit 19 visites).

Pinterest (09/2018) :

- **Quelle stratégie ?** Suivre des internautes selon leur thématique (lifestyle) et épingler leurs publications pour se faire repérer (**364 épingles**). Publication des articles les plus "lifestyle" seulement (pertinents avec la plateforme).
- **Quels résultats ?** En moyenne **2% des visites** via les réseaux sociaux (soit 11 visites). Sur la plateforme, **9 abonnés** et **7 700 visiteurs uniques mensuels**.

A noter : tous nos réseaux sociaux ont été bien identifiés par Google puisqu'ils apparaissent tous sur la première page de résultat pour la requête "folle et fauchée".



(Source : capture d'écran des statistiques Overblog – Dashboard)

5) Une expérimentation concluante : le positionnement sur Google My Business

Quelle réflexion ? Les sites internet qui rankent en première position sont les sites qui font autorité dans leur domaine. Ils peuvent soit être présents uniquement dans le monde virtuel ou bien être la transposition digitale d'une entité qui existe dans la "vie réelle". Or dans ce dernier cas, l'existence de ces entités dans le "monde réel" (un magasin en dur, un entrepôt, une usine, pouvant être géolocalisé) leur confère bien souvent automatiquement une **légitimité sur le net**, apparaissant comme "**autorité**" pour Google.

Exemple : l'**entreprise Airbus** enregistre son adresse pour pouvoir être trouvée sur le net par ses collaborateurs ou ses clients. Elle relie donc son existence réelle (les locaux d'Airbus) à son existence virtuelle (son site internet) > **existence fiable** + **confiance** du site internet.

Tester pour confirmer cette hypothèse : utiliser l'adresse d'une personne du groupe (1 rue Larrey à Toulouse) comme adresse du **siège social de Folle ! Et Fauchée**, en prenant bien soin de renseigner **l'URL du blog** > simule l'existence de Folle ! Et Fauchée dans la vraie vie. Mention uniquement du mot "**folle**" sur le nom de l'entité pour apparaître sur les résultats de "folle" et non de "folle et fauchée" sur la SERP de Google.

Élément important : Google tient en compte les **avis des internautes** pour conférer une reconnaissance aux entités > nous avons donné chacun un commentaire (montrer au robot Google que de "vraies personnes" connaissent l'entité Folle et Fauchée, s'y étaient rendues, et l'avaient évaluée).

Résultat : passage de la 6ème page des résultats à la **2ème**, puis la **1ère**. Toutefois, cette période coïncide également avec le moment où nous avons obtenu des **liens d'autorité**. Nous ne sommes donc pas en mesure d'affirmer que le bond vers la page 1 est dû seulement au positionnement sur Google My Business. En revanche, nous avons tout de même pu constater son effet lorsque l'autre groupe à lui-même usé de cette technique et est ensuite apparu en page 2 des résultats de Google.

Bilan



1) Bilan des actions menées

Ce qui a fonctionné :

- **La géolocalisation (Google My Business)** : a permis de crédibiliser notre blog aux yeux de Google (idée d'une structure qui a une véritable adresse de siège). Le risque était d'être bien mis en avant sur Toulouse mais pas au niveau national. Risque contré par une ligne éditoriale généraliste et peu axée sur la ville rose.
- **La fréquence de publication** : nous avons publié 4 à 5 articles par semaine, jusqu'à atteindre un pic à 6 ou 7 articles certaines semaines. Un contenu frais qui a plu à Google.
- Les **backlinks de qualité** obtenus via la stratégie des interviews/rencontres : 5 "vrais" backlinks (TBS, TBS Alumni, L'Atelier du Cocktail, Le site de Mélody Taillan, Le Vide Dressing des Toulousaines). Mise en place d'une stratégie plus efficace que le démarchage : échange de visibilité (écriture d'un article personnalisé en échange d'un relai/lien sur le site de la structure).

Deux de ces partenariats ont été obtenus via un appel à projet sur Facebook :



- La chasse aux **backlinks** (stratégie quantitative) : démarche proactive pour poser un maximum de liens (grandes familles ciblées : profils, annuaires, blogs amis, pages Wikipedia, commentaires et surtout faux blogs créés et création de liens entre ces blogs / cross linking - cf. détail des liens en annexes).
- L'utilisation des **réseaux sociaux** : vrais appuis pour augmenter le trafic, gagner en visibilité et en popularité. Facebook notamment (mais aussi Twitter, Pinterest et LinkedIn) qui ont été des relais précieux pour nos articles et ont pu participer à la "légitimation" ou "identification" du blog aux yeux de Google (montrer que l'on

existe, qu'on est un "vrai" blog) et des partenaires pour lesquels nous avons écrit des articles.

- **Kiki est désormais une influenceuse !** Nous avons été contacté par la société Merci Facteur qui nous a proposé de tester ses services (écriture d'un article + code promo) et nous avons organisé un jeu-concours sur Facebook en partenariat avec le Vide Dressing des Toulousaines (places à gagner).
- La **liberté de ton** et la **souplesse** de la ligne éditoriale : une des grandes forces de notre blog qui nous a permis de le faire évoluer à mesure que notre stratégie SEO se précisait (sujets traités extrêmement variés, possibilité d'inclure de nouveaux formats comme les interviews, de surfer sur l'actualité, de répondre aux questions Answer The Public, même les plus farfelues).
- Une ligne éditoriale en complète **cohérence** avec le mot clé "folle" : avoir choisi un ton drôle et décalé nous a permis d'aborder les sujets les plus fous et de glisser expressions et champs lexical de la folie dans nos articles facilement.
- L'**optimisation des articles** : attention portée à la forme des articles pour une optimisation SEO (mise en forme, usage des balises title, texte alt des images avec le mot "folle", linking interne...).
- La **veille technique** : via ContentKing - contrôle régulier des différentes alertes et problèmes signalés et veille des variables clés (indexabilité des pages, duplicate content...).

Résultat : des efforts, un beau travail accompli et un succès au rendez-vous

- La **première page Google** atteinte au niveau national sur le mot clé "folle" (hoquettements entre la page 1 et 2 mais position globalement stable à la fin de l'atelier).
- Un blog "**propre**" et globalement "**sain**" (peu de duplicate content, peu de liens cassés, peu de pages non indexables).
- Un blog **bien identifié** par Google : backlinks de qualité bien pris en compte (on s'en rend compte en tapant "folle et fauchée" sur Google car les pages avec nos liens sur les sites concernés apparaissent dans les deux premières pages), homepage qui apparaît.
- Un blog **plébiscité par le public** : Kiki passionne, plaît et amuse (nombreux retours positifs et enthousiastes).

Ce qui aurait pu être amélioré / évité :

- Le temps mis à optimiser la **page d'accueil** : impossibilité d'ajouter un gros bloc texte sur notre thème initial. La crainte de changer de thème et une méconnaissance technique nous ont fait repousser le moment d'ajouter cette fameuse description qui allait permettre de faire "peser" notre homepage pour Google.

- Un duplicate content dû aux **rubriques** identifié tardivement : création de rubriques thématiques via des pages où nous ajoutions les articles au fur et à mesure qui créait du duplicate content et brouillait les pistes pour Google (les pages remontaient avant la home dans les résultats sur “folle et fauchée”) > suppression de ces pages en même temps que le changement de thème.
- La non alimentation des **“faux blogs”** créés : nous n’avons pas pris le temps d’alimenter ces blogs “fake” pour leur faire gagner du poids auprès de Google et valoriser nos backlinks.
- La non obtention du **lien “Sciences Po”** : alors que l’autre groupe l’a obtenu en insistant auprès de l’administration, nous n’avons pas concentré nos efforts sur ce lien. Aurait pu être un « blog ami » supplémentaire qui aurait pesé lourd dans la balance.
- Une **optimisation des articles** qui aurait pu se caler plus rapidement : mise en place de réflexes/stratégies rédactionnels qui se sont calés progressivement au fur et à mesure des cours et des conseils prodigués (temps passé et “perdu” à reprendre les articles passés pour supprimer les H1 dans le corps des articles, rajouter des textes alt, des listes à puce, justifier les textes...).
- L’erreur des **liens canonical** : manipulation inadéquate dans le cas de notre blog et qui aurait pu nous coûter cher. Mauvaise stratégie : chaque blog est différent, avec sa structure propre, et chaque action, si elle n’a pas fait l’objet d’une réflexion préalable, peut être nuisible.
- Les **URL non harmonisés** (et quelques changements d’URL qui ont cassé les liens) : deux formes d’URL (avec date et sans date pour les URL personnalisés). Action rectificatrice dès que nous en sommes rendus compte : enlever la date.
- Le manque de **contenus originaux** (photos et vidéos) : reprise d’images et vidéos trouvées sur le web et donc très peu de contenus originaux (autres que les textes).
- Optimiser **l’UX** : pas l’objectif et pas le temps pour cet atelier et limites posées par la version gratuite d’Overblog (mais bon à faire pour un site professionnel).

2) Retour réflexif sur l’atelier : ce que nous avons appris

- **Identifier les bonnes pratiques et comprendre le travail du référenceur.** Cet atelier nous a permis de mieux appréhender les principales actions à mettre en œuvre pour optimiser son référencement naturel. Il nous a permis d’acquérir des notions clés : importance des backlinks, usage de mots clés, cohérence sémantique, rédaction des balises, description des images, optimisation de l’UX et de la structure interne du blog, etc. Ces connaissances de base nous permettront à l’avenir de collaborer plus efficacement avec les experts SEO.
- **Ce qui fonctionne mais qui doit être exclu dans un contexte professionnel.** Nous avons mené certaines actions que nous n’aurions pas pu mener si nous avions dû travailler sur le référencement d’un site internet professionnel :

- **“Polluer” le web** : pour cet atelier, nous avons adopté une stratégie relativement agressive car notre souci n’était pas l’image du blog mais bien son référencement. Exemples : créer des blogs et des profils sur toutes les plateformes, commenter à outrance, s’auto-référencer sur les pages wikipédia, etc.
- **Écrire des articles parfois absurdes et sans intérêt** avec pour seul objectif d’y placer des mots clés : notre stratégie de contenu n’aurait pas été la même en contexte professionnel.
- **Ne pas se soucier de l’esthétique** du blog et des articles : nous ne nous sommes pas particulièrement intéressés à la présentation du blog (homepage, couleurs, logo, etc) et de nos articles (nous avons par exemple laissé la publicité). Nous n’avons finalement pas conçu notre blog pour nos lecteurs mais pour Google. “Faire beau” n’était ainsi pas notre priorité.
- **Tenter de ranker sur un seul mot clé** : nous avons concentré tous nos efforts sur la requête “folle”, ce qui ne serait pas le cas dans la “vraie vie”. Les entreprises cherchent généralement à ranker sur plusieurs mots clés et doivent donc répartir leurs efforts entre ces différents mots clés.

Ces actions auraient bien entendu nui à notre crédibilité et à notre e-reputation dans un contexte professionnel. Nous savons que le SEO doit servir l’entreprise et non la desservir. Il ne sert donc à rien de ranker pour ranker. Dans la vie professionnelle, le SEO doit s’envisager comme composante d’une stratégie marketing globale. Ce n’était pas ici l’objet de l’atelier.

- **Google sait tout... et rien en même temps** : nous avons vu à quel point l’algorithme Google était fragile. Il est vrai que Google réagit quand même mieux quand on sait lui parler et qu’on utilise les diverses stratégies SEO recommandées. Nous avons ainsi constaté que nous remontions de façon conséquente dans les moteurs de recherche à mesure que notre stratégie se précisait (usage de mots-clés, obtention de backlinks puissant, etc...). Google a donc “vu” les actions mises en place pour le séduire. Cependant, nous avons aussi remarqué que l’autre groupe, qui mettait également de nombreuses stratégies en oeuvre pour plaire à Google, n’a pas obtenu les résultats escomptés. Google n’est pas sans failles et reste donc imprévisible, malgré tout. Finalement, **les voies de Google sont impénétrables**.
- **Google est plein de biais et ses limites posent question** : les limites de la “machine Google” posent également de vraies questions éthiques quand on pense que la plupart des gens utilisent ce moteur de recherche comme source d’information, sans avoir conscience des pratiques des spécialistes SEO. Nous avons été surpris de voir combien il pouvait être facile de ranker alors même que le contenu proposé n’est pas forcément pertinent ni qualitatif. Finalement, au terme de cet atelier, c’est peut-être moins la question de la fiabilité de l’algorithme Google qui nous a interpellés que la remise en question de la pertinence des informations délivrées par Google, aujourd’hui en situation de quasi-monopole.

3) *Suggestions pour l'avenir*

Ce que nous avons apprécié :

- S'exercer très concrètement et appliquer les techniques de référencement "en vrai" pour être capable ensuite d'identifier **les bonnes pratiques SEO** en entreprise.
- Application pratique qui permet de **tester, corriger, apprendre** des différentes actions mises en place.
- Un **objectif simple et clair** (atteindre la première page Google sur un mot clé donné) qui permet de concentrer tous ses efforts sur cet objectif.
- **Format bien adapté** à nos besoins : 1h de théorie/1h de mise en pratique et d'avancement sur le projet.
- **Dossiers de mi-parcours** qui nous permettent de faire le bilan de nos avancées.
- Intéressant de pouvoir échanger avec des professionnels : maintenir **l'intervention** d'une ancienne élève.

Nos suggestions et pistes d'amélioration :

- Proposer **une autre plateforme** qu'Overblog (trop limitée dans ses fonctionnalités et trop peu personnalisable).
- Nous présenter plus vite les outils/sites/logiciels qui nous permettront de suivre nos performances tout au long de l'atelier (mise en place d'une sorte de "**boîte à outils**" dès les premiers cours).
- Certains éléments théoriques arrivent trop tard.
- Maintenir la **coopération**, la discussion et l'entraide entre les groupes mais sans contraindre les étudiants à livrer leurs astuces, surtout quand l'enjeu de l'atelier (et la note finale) sont centrés sur le ranking.
- Faire un **blog commun** avec le Master Journalisme afin que ce dernier alimente le blog de contenus (la création d'un site web avec des reportages est déjà au programme de leur 5ème année) et que le master Communication se charge du référencement.

Annexes



1) *f*liste des liens posés et obtenus

Les blogs créés :

Plateforme	Ancre "folle" vers Folle ! Et Fauchée	Lien interne	Lien du blog
Skyrock	non	Vers folle et fauchée	https://follefauchee.skyrock.com
Unblog	non	Vers folle et fauchée	http://follefauchee.unblog.fr/2018/09/24/mon-nouveau-blog-prefere-folle-fauchee/
Seagloo	non	Vers folle et fauchée	http://seagloo.com/internet/blogs/1.7971-folle-et-fauch-e.html
E-monsite	oui		http://uneetudianteatoulouse.e-monsite.com/pages/folle-et-fauchee.html
01.websself	non	Vers folle et fauchée	https://uneetudianteatoulouse-01.websself.net/blog
Blog4ever (bloqué)	oui	Vers Skyrock	https://joliplatane.blog4ever.com/bonnes-pratiques
Canalblog	oui	Vers Eklablog	http://mamielibiscuit.canalblog.com/
Eklablog	oui	Vers Websself	http://asiepassion.eklablog.com/
Websself	oui	Vers Weebly	https://chasse-a-lours-04.websself.net/
Jimdo	oui	Vers Blogspot	https://poirebellehelene.jimdofree.com/blog/
Weebly	oui	Vers Wix	https://monchatmimi.weebly.com/
Medium	oui	Vers Wordpress	https://medium.com/@follefauchee
Wix	oui	Vers Skyblog	https://follefauchee.wixsite.com/monsie

Wordpress	oui		https://tablebasseblog.wordpress.com/
Blogspot	oui	Vers Wordpress	https://jardinagedeluxe.blogspot.com/
Blogspirit	oui	Vers Mozello	http://www.grosseblonde.blogspot.com
Mozello	oui	Vers Webnode	http://gentilpapy.mozello.fr/blog/
Webnode	oui		https://petitoiseau.webnode.fr/folle-des-oiseaux/
Site W	oui	Vers Mozello	http://www.vanlife.sitew.fr
Haut et fort	oui	Vers Site W	http://www.muscuforever.hautetfort.com

Les blogs amis :

Plateforme	Forme de la citation	Lien du commentaire
Le Monde	ancree folle	http://zodiac.blog.lemonde.fr/2018/10/01/folle-et-fauchee-le-site-pour-economiser/
Overblog (Europez-nous)	ancree folle	http://europez-nous.over-blog.com/2015/03/une-palme-d-or-pour-l-ue.html
Tumblr	lien vers un article	http://youme-andtheocean.tumblr.com/post/178633251087/breathtakingdestinations-toulouse-france
Overblog (Folle Ville Rose)	ancree folle	http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/la-folle-actu-70-ans.html
Blog.editionsleduc	ancree folle	https://blog.editionsleduc.com/2016/09/zoom-sur-un-aliment-riche-en-proteines-vegetales-le-quinoa-.html
Overblog (Jean Balle)	ancree folle	http://jeanballe.over-blog.com/2016/12/a-balle-de-pains.html
Gnitekram.fr	ancree folle et fauchée	http://gnitekram.fr/le-nudge-pour-sauver-la-planete/?fbclid=IwAR3VTCsihqAf2_RDfG_jLQ9V2dUbOiBIlcaieQVXss7BuyKzXWJ2OneEtcm
Eurécia	Ancree "folle" vers notre article	https://www.eurecia.com/blog/les-10-commandements-bon-maitre-stage/

Ornella Banana	Lien vers notre page d'accueil	https://www.ornellabanana.com/blog/finlande-2-la-suite-des-curiosit%C3%A9s-finlandaises?fbclid=IwAR2TgIZkY5wP7pqyzIhxz7QfHSmE8lnhXqU5VN6ea14qaaq3QeVxVqE59go
-----------------------	--------------------------------	---

Présence sur les réseaux sociaux :

Plateforme	Présence	Lien
Facebook	actif +	@follefauchee
Twitter	actif +	@follefauchee
Instagram	inactif	@follefauchee
Pinterest	actif -	@follefauchee
Tumblr	inactif	@follefauchee
Linkedin	actif -	Kiki Folle

Les sites d'autorité :

Plateforme	Forme de la citation	Lien du commentaire
Toulouse Business School	Reprise de notre article + lien vers l'article + relai sur la homepage dans la rubrique news pendant quelques jours	http://www.tbs-education.fr/fr/actualites?field_tag_type_news_tid=All&field_date_event_value_1%5Bvalue%5D%5Bmonth%5D=11&field_date_event_value_1%5Bvalue%5D%5Byear%5D=2018&field_section_tid=All
Toulouse Business School ALUMNI	Reprise de notre article + lien vers notre article + lien vers notre page d'accueil + relai sur la homepage du site	https://www.tbs-alumni.com/fr/news/1201
L'Atelier du Cocktail	Liens vers notre article et la page d'accueil avec les ancres "folle et fauchée"	http://atelierducocktail.com/interview-par-folle-fauchee/
Site officiel de Mélody Taillan	Lien vers notre article + ancre "Folle et Fauchée"	https://www.melodytaillan.com/blog/passage-sur-le-blog-toulousain-folle-et-fauch%C3%A9e?fbclid=IwAR2xevh08lzh

	+ lien vers notre FB et insta	ujypcz0UeCT-paeZb6of7XS59pCBrx2KAizdF16SXxIQD38
Vide dressing des Toulousaines	Lien vers notre article + ancre "Folle et Fauchée" vers notre page d'accueil + relai sur la homepage du site	http://videdressingdestoulousaines.fr/

Présence dans les commentaires :

Plateforme	Type de commentaire	Lien
Youtube	9 vidéos commentées avec lien vers notre page d'accueil	
Goldenmoustache.com	Lien vers notre page d'accueil	http://www.goldenmoustache.com/23-astuces-detudiants-fauches-qui-ont-domine-le-systeme-123901/
Radinmalinblog.com	Lien vers notre page d'accueil	https://radinmalinblog.com/7-idees-pour-economiser-de-largent-quand-on-est-etudiant-regardez-la-n2#comment-7066
Viepratique.fr	Lien vers un article	http://gourmand.viepratique.fr/recettes-thematiques/cuisine-rapide/15-recettes-cheres-etudiants-fauches-88535.html#comment-4509
Letudiant.fr	Lien vers notre page d'accueil	https://www.letudiant.fr/lifestyle/aides-financieres/budget-etudiant-comment-depenser-moins-16051.html
wedemain.fr	Lien vers un article	https://www.wedemain.fr/Comment-passer-au-zero-dechet-quand-on-est-jeune-etudiant-et-fauche_a3173.html
Blogspot (100pour100astuces)	Lien vers notre page d'accueil	https://100pour100astuces.blogspot.com/2008/05/recettes-pour-tudiants-fauchs.html?showComment=1542043221384#c7343776751305630481

testavis.fr	Lien vers notre page d'accueil	https://testavis.fr/comment-economiser-argent-fauche-etudiant/#comment-9597
pausecafein.fr	Lien vers un article	https://www.pausecafein.fr/food/manger-pas-cher-budget-etudiant.html
info-mag-annonce.com	Lien vers notre page d'accueil	http://www.info-mag-annonce.com/journal/blog/puy-de-dome/pdd-style-de-vie/pdd-sv-habitat/etudiant-fauche-cherche-bons-plans/211546#comment-7359
mariefrance.fr	Lien vers un article	http://www.mariefrance.fr/equilibre/amour-et-sexe/sexe-astuces-rendre-dingue-homme-301424.html#comment-17343#item=1
alexandrecormont.com	Lien vers un article	https://www.alexandrecormont.com/comment-seducire/rendre-folle-une-femme/
pickupalliance.com	Lien vers un article	https://www.pickupalliance.com/sexualite/faire-plaisir-femme-lit-rendre-folle/#comment-12435

Profils, annuaires et autres citations :

Plateforme	Forme de la citation	Lien vers le profil
Copains d'avant	Bloqué	http://copainsdavant.linternaute.com/p/kiki-folie-20093891
Do you buzz	Lien vers notre page d'accueil	http://www.doyoubuzz.com/kiki-folie
Digg	Lien vers notre page d'accueil	https://digg.com/u/follefauchee
Reddit	Lien vers notre page d'accueil	https://www.reddit.com/user/follefauchee
Wikipédia (page "folle") Lien supprimé après 2 mois	ancres "folle et fauchée"	https://fr.wikipedia.org/wiki/Folle

Wikipédia (page "kiki") Lien supprimé après 2 mois	ancre "folle et fauchée"	https://fr.wikipedia.org/wiki/Kiki_(peluche)
Wikipédia (page "fauchée") Lien supprimé après 2 mois	ancre "folle et fauchée"	https://fr.wikipedia.org/wiki/Fauch%C3%A9e
Hellocoton	Lien vers notre page d'accueil	https://www.hellocoton.fr/mapage/folle-et-fauchee
Teepy Entrepreneur	Lien vers notre page d'accueil	https://www.teepy-entrepreneur.com/profil/folle!.et.fauchee/

2) Obtention des liens sur les sites d'autorité

Toulouse Business School :

Un petit coup de pouce pour 2 étudiantes de TBS! Boîte de réception x



Manon AVELINE <manon.aveline@tbs-education.org>
À s.nogues ▾

mer. 24 oct. 16:59 ☆ ↶ ⋮

Bonjour Mr Nogues,

Actuellement étudiante en double-diplôme entre TBS et Sciences Po Toulouse, j'entame mon dernier semestre en spécialité Communication. Dans le cadre d'un de mes ateliers professionnels consacré aux stratégies SEO, nous devons, avec 4 autres camarades, monter un blog et nous hisser naturellement sur la première page Google du mot imposé "folle".

Pour cela, nous avons monté un blog sur le thème d'une étudiante à l'humour décalé qui donne des astuces pour la vie de tous les jours appelé "Folle et Fauchée". Nous sommes en compétition avec un autre groupe, d'où notre volonté d'avoir des conseils avisés de la part de spécialistes et notamment les vôtres.

Dans le but d'être considéré comme un site de "confiance" par Google, nous devons être cité par des sites institutionnels, avec en tête de liste les sites universitaires. Etant 2 étudiantes du groupe à être scolarisées à TBS, nous espérons que notre école nous donnerait un petit coup de pouce sur ce projet. Nous envisageons de rédiger un article sur la vie de l'école (un projet start-up, un événement, etc.) sur notre blog. Serait-il possible que le site internet de TBS fasse un lien direct vers celui-ci ? Et serait-il envisageable d'utiliser l'ancre "folle" pour rediriger vers notre blog ?

Je vous laisse ici un accès direct à notre blog et son contenu : <http://folle-et-fauchee.over-blog.com>

Dans l'attente de votre réponse, je vous souhaite une bonne soirée,

Bien à vous,

Manon AVELINE

NOGUES Sébastien <s.nogues@tbs-education.fr>
À moi ▾

lun. 5 nov. 14:28 ☆ ↶ ⋮

Bonjour,
Sympa votre blog ! Vous avez le lien de l'article à me communiquer ?
A bientôt,
Sébastien NOGUES

NOGUES Sébastien
À moi ▾

mer. 21 nov. 09:52 ☆ ↶ ⋮

Bonjour,
J'ai mis un article sur la page d'accueil pour faire la promotion de votre blog.
Je laisse quelques jours sur la page d'accueil puis la mise en avant partira en archive.
Bonne continuation,
Sébastien NOGUES

Toulouse Business School ALUMNI :

Échange de visibilité - TBS Alumni >> Boîte de réception x



Alice Cointe <a.cointe@tbs-education.org>

jeu. 8 nov. 15:37



À alumni ▾

Bonjour,

Actuellement étudiante en double-diplôme entre TBS et Sciences Po Toulouse, j'entame mon dernier semestre en spécialité Communication. Dans le cadre d'un de mes ateliers professionnels consacré aux stratégies SEO, nous devons, avec 4 autres camarades, monter un blog et nous hisser naturellement sur la première page Google du mot imposé "folle".

Notre blog met en scène une étudiante à l'humour décalé qui donne conseils et astuces du quotidien. Dans le but d'être considéré comme un site de "confiance" par Google, nous souhaitons être cité par des sites institutionnels, avec en tête de liste les sites universitaires. Etant deux étudiantes du groupe à être scolarisées à TBS, nous espérons que notre école nous donnerait un petit coup de pouce sur ce projet. Nous envisageons de rédiger un article sur la vie de l'école et de ses diplômés (un projet start-up, le parcours d'un ancien, un événement alumni, etc.) sur notre blog. Serait-il possible que le site internet de TBS Alumni fasse un lien direct vers celui-ci ? Et serait-il envisageable d'utiliser l'ancrage "folle" pour rediriger vers notre blog ?

Je vous laisse ici un accès direct à notre blog et à son contenu : <http://folle-et-fauchee.over-blog.com>

Dans l'attente de votre réponse, je vous souhaite une très bonne journée,

Bien à vous,

Alumni alumni@tbs-alumni.com [via](#) netanswer.fr

jeu. 8 nov. 18:15



À Isabella, moi ▾

Bonjour Alice

Je demande à notre CM ce qu'elle peut faire, elle est en copie.

Bien cordialement

ATTENTION, nouvel email!

Cathy Halupniczak



Isabella Saldarriaga Arango i.saldarriaga-arango@tbs-alumni.com [via](#) netanswer.fr

ven. 9 nov. 10:38



À moi ▾

Bonjour Alice,

Je vous félicite pour votre projet.

On pourrait avec plaisir publier un article sur notre site, le diffuser sur nos réseaux sociaux, et ainsi l'insérer dans notre newsletter mensuelle (celle du mois de novembre, 15 nov).

J'aurais donc besoin de cet article fait par vous, et d'une image de très bonne qualité.

Ainsi si possible, bien dire quelles sont les personnes qui participent dans ce projet et les deux étudiantes de TBS.

Je n'ai pas compris ce que vous avez voulu dire avec "Et serait-il envisageable d'utiliser l'ancrage "folle" pour rediriger vers notre blog ?"

Merci beaucoup et excellente journée 😊

De : Alice Cointe [mailto:a.cointe@tbs-education.org]

Envoyé : jeudi 8 novembre 2018 18:28

À : alumni@tbs-alumni.com

Cc : i.saldarriaga-arango@tbs-alumni.com

Objet : Re: Échange de visibilité - TBS Alumni

Alice Cointe <a.cointe@tbs-education.org>

sam. 10 nov. 18:25



À i.saldarriaga-arango ▾

Bonjour,

Je vous remercie pour votre retour.

Voici donc l'article que vous pourriez relayer : <http://folle-et-fauchee.over-blog.com/2018/11/la-folle-aventure-du-babyphone-de-margot.html>. Il s'agit d'une interview de Margot Delorme, élève à TBS (Promotion 2019) et actuellement en dernière année en double parcours à l'INSA Toulouse. Elle y revient sur son projet entrepreneurial : un babyphone pour personnes sourdes et malentendantes. Il a été publié en début de semaine sur notre blog et a déjà rencontré un beau succès.

Relayer cet article sur votre site internet, vos réseaux sociaux et votre newsletter serait donc un formidable coup de pouce pour notre projet mais aussi pour le sien ! Nous vous en sommes très reconnaissantes !

Vous trouverez également ci-joint le logo de son babyphone pour illustrer l'article.

Quant au projet [Folle & Fauchée](#), Manon Aveline et moi-même (Promotion 2019) le menons conjointement avec 4 étudiants de Sciences Po Toulouse (où nous sommes actuellement en double-diplôme) : Auréline Garcia, Auriane Duroure, Eléonore Privet et Maxime Constant.

Concernant la phrase sur l'ancrage "folle", je voulais dire que nous aurions aimé si possible que le lien vers notre blog ou notre article soit fait sur un morceau de phrase comportant le mot "folle" (c'est une technique pour être mieux référencé sur Google, ce qui est l'objectif de notre projet). Cependant, si vous souhaitez rediriger vers l'article d'une autre manière, il n'y a aucun soucis. L'essentiel est pour nous qu'il y ait un lien direct de renvoi vers l'article et vers le blog.

Je vous remercie encore pour votre aide précieuse !

N'hésitez pas si quelque chose n'est pas clair pour vous.

Je vous souhaite une excellente soirée.

Bien à vous,

Alice Cointe

L'Atelier du Cocktail :

Re: Proposition partenariat - SCIENCES PO TOULOUSE / Folle et Fauchée

Le mar. 13 nov. 2018 à 09:28, Auriane Duroure <AURIANE-D@hotmail.fr> a écrit :
Bonjour Madame,

Je vous contacte de la part de Mélody Taillan avec qui vous avez travaillé par le passé.

Je suis actuellement étudiante à Sciences Po Toulouse et dans le cadre d'un de mes ateliers professionnels consacré aux stratégies SEO, nous devons, avec 4 autres camarades, monter un blog et nous hisser naturellement sur la première page Google du mot imposé : "folle".

Dans cette optique, nous avons imaginé le blog "Folle et Fauchée" : celui d'une étudiante à l'humour complètement décalé qui prodigue des conseils farfelus en tout genre.

Afin d'être considéré comme un site de "confiance" par Google, nous devons être cité par des sites d'autorité comme celui de l'Atelier du Cocktail. C'est pourquoi nous vous proposons aujourd'hui de rédiger un article au sujet de l'Atelier du Cocktail sur notre blog (interview d'un membre, mise en avant d'une actualité, partage d'expérience sur la création d'une start-up...). Il s'agirait ensuite de créer un lien direct vers l'article sur votre propre site.

Comme nous débutons, notre communauté est pour l'instant essentiellement composée des étudiants de Sciences Po Toulouse. Nos articles atteignent pour le moment plus de 1000 personnes sur Facebook, sans compter Twitter et les vues organiques.

Je vous joins ici le lien vers notre blog : <http://folle-et-fauchee.over-blog.com/>

Ici le lien vers un de nos articles en partenariat avec la TBS : <http://folle-et-fauchee.over-blog.com/2018/11/la-folle->

Re: Proposition partenariat - SCIENCES PO TOULOUSE / Folle et Fauchée

Bonjour Auriane,

Merci pour cette proposition, votre projet est très intéressant. J'ai également jeté un oeil à votre Blog, j'aime beaucoup l'esprit ;) Bravo pour le travail accompli. J'accepte volontiers votre proposition.

Souhaitez-vous que l'on se rencontre prochainement? Merci de m'indiquer vos disponibilités à partir de la semaine prochaine (excepté les mercredis s'il-vous plaît). Nous pourrions nous rencontrer dans le lieu de votre choix ou dans les locaux d'EKITO au 15 rue Gabriel Péri à Toulouse.

N'hésitez pas à m'appeler pour la prise de RDV !

A très bientôt,
Excellente journée.

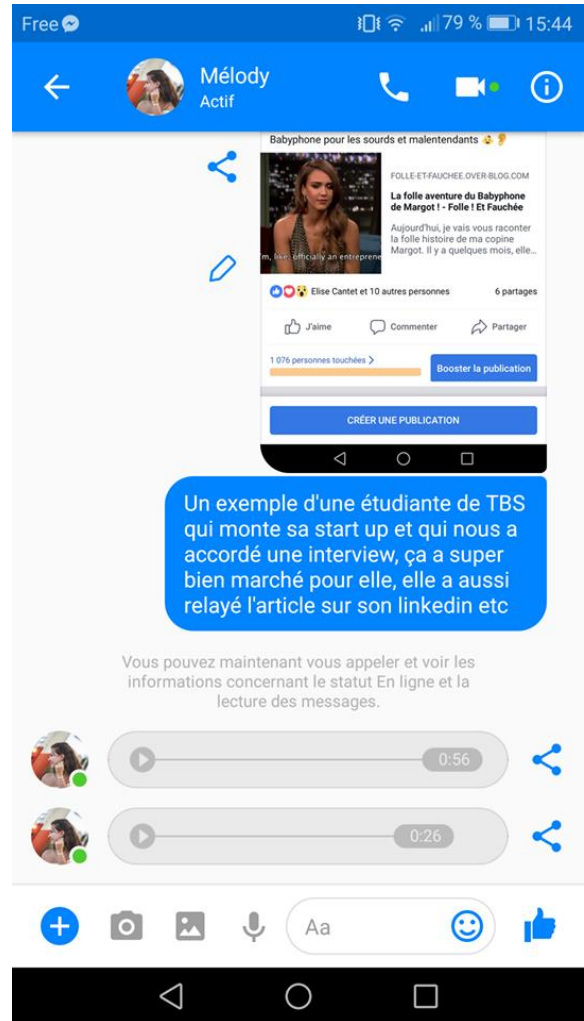
Bien à vous.

--

Sandra BILOUROU
Fondatrice et co-gérante
+33 (0)6 31 17 19 91

**ATELIER DU
COCKTAIL**

Site officiel de Mélody Taillan :



Vide dressing des Toulousaines :

Les Toulousaines x Folle et Fauchée



Manon AVELINE <manon.aveline@tbs-education.org>
À contact ▾

lun. 22 oct. 14:05 ☆ ↶ ⋮

Bonjour Les Toulousaines !

Nous sommes un groupe d'étudiants de Sciences Po Toulouse spécialisés en Communication. Dans le cadre d'un de nos ateliers professionnels, nous avons monté un blog lifestyle sur les tribulations et les bons petits plans d'une étudiante toulousaine fauchée: <http://folle-et-fauchee.over-blog.com>. L'humour et la bonne humeur est donc notre registre! Toulousains de coeur, notre équipe (quasi exclusivement féminine) est absolument fan de votre concept. Il reflète parfaitement l'esprit que l'on a envie de diffuser sur notre blog qui commence maintenant à avoir un trafic intéressant et une communauté fidèle.

Que penseriez-vous si nous vous écrivions un article? Seriez-vous d'accord pour qu'en échange, vous glissiez un petit lien vers notre blog depuis vos interfaces ?

Si vous souhaitez plus d'informations, n'hésitez pas à nous contacter sur ce mail, ou via ce numéro de téléphone : 06 74 43 95 23.

On vous remercie par avance et on vous souhaite une excellente journée.

Bien à vous,



4) *Les outils utilisés*

ContentKing : outil d'audit SEO pour monitorer notre blog dans divers aspects (<https://www.contentking.fr/>).

ScreamingFrog : <https://www.web-alliance.fr/blog/seo/screaming-frog-audit-seo/>

Siteliner : détecter le contenu dupliqué (<https://outilsveille.com/2014/01/siteliner-detecter-le-contenu-en-double-sur-votre-site/>)

Answer the Public : outil pour trouver ce que les internautes cherchent (<https://c-marketing.eu/outil/answer-the-public/>)

Startpage: <https://desgeeksetdeslettres.com/web/startpage-qualites-et-defauts-moteur-de-recherche-anonymisant>

5) Journal de bord

	SEO	SOCIAL MEDIA	ARTICLES
Lundi 17 septembre	<ul style="list-style-type: none"> Choix du sujet : Créer un blog d'astuces pour la vie de tous les jours sous le pseudonyme de Kiki, une étudiante un peu folle et fauchée qui partage sa routine : Folle et Fauchée L'idée : Créer un contenu décalé en reprenant les codes des "influenceuses" actuelles mais qui peut effectivement servir en ciblant un segment assez large (fille étudiante/jeune active qui partage les problématiques de Kiki). 	<ul style="list-style-type: none"> Création d'une adresse Gmail : follefauchee@gmail.com 	
Du 18 au 23 septembre	<ul style="list-style-type: none"> Création de l'interface Overblog : www.folle-et-fauchee.overblog.com + charte graphique : nuancier de rose qui rappelle le côté girly et les codes des influenceuses Téléchargement de Google Analytics + Google Search Console 		<ul style="list-style-type: none"> Answer the Public : création d'un planning éditorial à partir des questions posées sur le site <p>Articles de la semaine :</p> <ul style="list-style-type: none"> LES ÉPLUCHURES DE PATATE : ON EN RA- FOLLE ! FOLLE DE DÉCO ET DE BRANCHES : UN RANGEMENT À BIJOUX DIY FOLLE NE RIME PAS AVEC AURÉOLE ! (AH, SI)

			<ul style="list-style-type: none"> FOLLE DE CE DÉMAQUILLANT HOMEMADE !
Lundi 24 septembre	<ul style="list-style-type: none"> Définition de la stratégie de référencement : Création de blogs + liens sur des plateformes de rencontres + ouverture de profils Création d'un Excel qui retrace l'ensemble des liens posés 	<input type="checkbox"/> Création d'une page Facebook : Folle & Fauchée <input type="checkbox"/> Diffusion de la page sur tout notre réseau <ul style="list-style-type: none"> Création d'un Pinterest : A COMPLETER 	<ul style="list-style-type: none"> FOLLE DE CE DEMAQUILLANT HOMEMADE ! FOLLE NE RIME PAS AVEC AUREOLE ! (AH, SI)
Du 25 au 30 septembre	La home page du blog est en 1 ^{ère} page Google sur les mots « folle fauchée »		Articles de la semaine : <ul style="list-style-type: none"> COMMENT RENDRE FOLLE UNE FEMME AVEC UNE SIMPLE SAUCE TOMATE ? FOLLE ET GLORIEUSE - SORTIR SANS ARGENT, C'EST POSSIBLE ! FOLLE, FAUCHÉE, MAIS SPORTIVE !
Lundi 1^{er} octobre	Stratégie de référencement : <ul style="list-style-type: none"> Pose de lien sur le blog Europeznous! + création d'un blog LeMonde.fr Demande de pose d'un lien sur le site de Sciences po Toulouse + blog culinaire 	<ul style="list-style-type: none"> Création d'un compte Instagram : @follefauchee 	<ul style="list-style-type: none"> FOLLE AMOUREUSE DE... L'HUILE DE COCO : SES BIENFAITS BEAUTÉ

	<ul style="list-style-type: none"> • Gestion du Duplicate Content : téléchargement de SiteLiner pour analyser notre taux de Duplicate content (12%) = Trouver une solution pour supprimer la page “articles populaires” (58% de tags) + Suppression des tags et changement de l’interface • Trouver une solution pour le menu : codage par Eléonore 		
<p>Du 2 au 7 octobre</p>	<p>Réunion de groupe pour finaliser le plan du dossier et l’affectation des rôles dans l’équipe interne :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eléonore en charge de contacter des journalistes • Auréline en charge de contacter des blogueurs influents • Auriane et Alice en charge de rédiger le plan final du dossier • Manon en charge d’actualiser le journal de bord 	<ul style="list-style-type: none"> • Notre page Facebook atteint les 60 likes 	<p>Articles de la semaine :</p> <ul style="list-style-type: none"> • DEVIENS UNE FOLLE CANALISÉE GRÂCE AU YOGA • UNE FOLLE QUI DANSE DANS SA CUISINE EST UNE FOLLE QUI A FAIT SA PROPRE BIÈRE • JE SUIS FOLLE MAIS JE DORS BIEN • FAUCHÉE MAIS VITAMINÉE - LA FOLLE FAIT SON MARCHÉ

Lundi 8 octobre	Stratégie de référencement : <ul style="list-style-type: none"> • Pose de liens sur des pages de Wikipédia : folle et blog 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook : 128 likes 	<ul style="list-style-type: none"> • COMMENT ÊTRE STYLÉE EN ÉTANT FOLLE ET FAUCHÉE ?
Du 9 au 14 octobre	La home page atteint la 21^{ème} page de Google Stratégie de référencement : <ul style="list-style-type: none"> • Pose d'un lien sur le log de Jean Balle • Envoi de mails à des influenceurs/influenceuses toulousaines 		Articles de la semaine : <ul style="list-style-type: none"> • QU'EST-CE QUE LA VACHE FOLLE ? • POURQUOI JE SUIS FOLLE DE LUI ? PARCE QU'IL ME FAIT DES PÂTES AU THON ! • GUIDE DE L'ENTRETIEN D'EMBAUCHE - SPÉCIAL FOLLE ! • COMMENT SOIGNER CE PETIT RHUME QUI TE REND FOLLE ?
Lundi 15 octobre	<ul style="list-style-type: none"> • Modification de l'interface : Changement des paramètres pour maximiser le nombre d'articles sur la home page 		<ul style="list-style-type: none"> • FOLLE DE MODE : QUELLES SONT LES TENDANCES DE L'AUTOMNE HIVER ?
Du 16 au 21 octobre			Articles de la semaine : <ul style="list-style-type: none"> • COMMENT RESTER SOUPLE APRÈS UN VOYAGE ? FOLLE MAIS DÉCONTRACTÉE • DÉGUISEMENTS D'HALLOWEEN POUR FOLLE ET FLEMMARDE • PLUS FOLLE DE MON CHAT TU MEURS !

Lundi 22 octobre	La home page atteint la 13 ^{ème} page de Google		<ul style="list-style-type: none"> Utilisation de Visiblis : Création d'articles dictionnaire/définitions/poème FOLLE ET SANS FOUR : RECETTES DE COOKIES A LA POELE
Du 23 au 28 octobre	Prise de contact avec le Webmaster de TBS : Sébastien Nogues		Articles de la semaine : <ul style="list-style-type: none"> QUOI RIME AVEC FOLLE ? LE POÈME DE LA FOLLE COMMENT RENDRE FOLLE SON EX ? LES 5 TECHNIQUES QUI FERONT DE VOUS UNE PERSONNE DÉTESTABLE DICIONNAIRE DE LA FOLLE : 26 DÉFINITIONS PERTINENTES ! FOLLE DE MON SIGNE : LE VERSEAU !
Lundi 29 octobre	Interview Margot/ <i>Waky Baby</i>		<ul style="list-style-type: none"> COMMENT DIRE FOLLE EN ANGLAIS ? DEVIENS BILINGUE AVEC KIKI
Du 30 octobre au 4 novembre	La home page atteint la 7 ^{ème} page de Google ⇒ Hypothèse : Lien toujours présent sur la page « folle » de Wikipédia		<ul style="list-style-type: none"> <i>Ligne éditoriale : Les titres des articles doivent dorénavant n'être que des questions</i> Articles de la semaine : <ul style="list-style-type: none"> FOLLE QUI DANSE : LES SOIRÉES À NE PAS MANQUER EN NOVEMBRE #1 QU'EST-CE QUE LA FÉE DU LOGIS ? LES 5 PRODUITS NATURELS POUR UNE MAISONNÉE NICKEL

			<ul style="list-style-type: none"> • UNE FOLLE QUI MANGE DU POP-CORN - RECETTES INSOLITES ! • BALANCE ET FOLLE COMME MONICA BELLUCI !
Lundi 5 novembre			
Du 6 au 11 novembre	Prise de contact avec TBS Alumni		Articles de la semaine : <ul style="list-style-type: none"> • QUE SIGNIFIE FOLLE ? LES SYNONYMES DE FOLE • COMMENT RENDRE FOLLE SA FEMME AU LIT ? • LA FOLLE AVENTURE DU BABYPHONE DE MARGOT ! • FOLLE JOURNÉE SANS ÊTRE FATIGUÉE
Lundi 12 novembre	Article « <i>Waky Baby</i> » en page d'accueil de TBS Alumni : lien + ancre	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'un compte Twitter : @Follefauchee • Création du post « appel d'offre » : « <i>Vous avez un projet professionnel, associatif, privé ? Une idée ? Un avis ? Un scoop fondant croquant ? Besoin de visibilité ? ÉCRIVEZ-NOUS à follefauchee@gmail.com pour obtenir un coup de pouce de folie ! On se fera un plaisir d'écrire à votre sujet</i> » 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Imposition de nouvelles règles éditoriales : Hiérarchiser les paragraphes en titre, faire des listes à puce, utiliser au maximum le champ lexical de la folie, remplir les descriptions invisibles des images avec le mot folle</i> • L'ULTIME PLAYLIST DE LA FOLLE FURIEUSE !
Du 13 au 18 novembre	La home page atteint la 2^{ème} page de Google	Suite au poste : Prise de contact avec L'Atelier du Cocktail + Ekito	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Nouvelle règle éditoriale : harmoniser les URL de nos articles (supprimer la date du lien)</i> Articles de la semaine :

	<p>Nous cherchons à modifier des paramètres du thème pour pouvoir écrire une plus longue description (1800 mots) avec les mots-clés du blog sur la home page</p> <p>Nous mettons à jour l'intégralité des articles pour tenter de les optimiser (modification des balises title, des balises alt des images, ajout de liste à puce).</p> <p>Le dimanche soir, nous sommes rétrogradés page 11</p>		<ul style="list-style-type: none"> • LA FOLLE VIE DE STAGIAIRE : COMMENT SURVIVRE DANS SA NOUVELLE ENTREPRISE ? • FOLLE QUI DANSE : LS SOIRÉES A NE PAS MANQUER EN NOVEMBRE #2 • LES RECETTES DE TARTIFLETTES LES PLUS FOLLES !
<p>Lundi 19 novembre</p>	<p>Nous mettons en oeuvre plusieurs changements majeurs : changement de template (et vérifications associées, notamment ajout manuel de toutes les images n'ayant pas supporté le changement de thème), ajout d'une description, suppression des pages qui nous servaient de menu pour réduire le duplicate content (après avoir constaté que ces pages apparaissaient dans les premiers résultats de recherche associés à "folle et fauchée").</p> <p>Nous nous mettons aussi d'accord sur une forme d'URL unique pour tous les articles.</p> <p>Nous obtenons un lien sur le blog d'Eurécia suite à la publication d'un article orienté RH.</p>		<p>Harmonisation de tous les articles au niveau des règles éditoriales : MAIS disparition de la plupart des photos des articles</p> <ul style="list-style-type: none"> • COMMENT RESTER ACTIVE QUAND IL FAIT FROID ? FOLLE, MAIS SPORTIVE • LA FOLLE EXPÉRIENCE DE LUCILE EN RUSSIE !
<p>Du 20 au 25 novembre</p>	<p>Nous obtenons notre deuxième lien puissant, sur la page d'accueil de TBS (redirection vers un de nos articles).</p>	<p>Une de nos collaborations suite à l'appel à projets diffusé sur Facebook prend forme : publication de l'interview de Méloody Taillant sur le blog</p>	<p>Articles de la semaine :</p> <ul style="list-style-type: none"> • LA FOLLE HISTOIRE DE MÉLODY TAILLAN : ÊTRE FREELANCEUSE À 22 ANS • PRISCILLA FOLLE DU DÉSERT

	<p>Nous obtenons également des liens sur des blogs amis et créons plusieurs profils.</p> <p>Nous recevons notre première demande de partenariat/placement de produit de la part du site allo facteur et entamons une collaboration (test du service puis rédaction d'un article avec code promo pour nos lecteurs en échange)</p> <p>Le 22 novembre, soit 48h après les changements majeurs effectués le lundi (et la journée de l'obtention du lien TBS), la home page atteint la page 2. Puis nous redescendons : Google hoquette.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • OU PARTIR À NOEL POUR PAS CHER, FOLLE ET AVENTURIÈRE • QUAND TU ES FOLLE DE SPORT LES MATCHS ET COMPÉTITIONS DE CE SAMEDI ! • QU'EST-CE QUE LE BLACK FRIDAY : LA FOLL HISTOIRE DU JOUR PREFEREE DES FAUCHEES !
<p>Lundi 26 novembre</p>			<ul style="list-style-type: none"> • LA FOLLE QUI S'ÉNERVE POUR LES CADEAUX DE NOËL : CE NE SERA PAS TOI CETTE ANNÉE !
<p>Du 27 au 2 décembre</p>	<p>Pose de "lien canonical" : il s'est avéré que ce n'était pas une stratégie judicieuse.</p>	<p>Rappel de Macha du Vide Dressing des Toulousaines suite au mail envoyé il y a 3 semaines. Prise de RDV pour une interview le jeudi + mise en place d'un jeu concours pour faire gagner 10 entrées au Vide Dressing du 15 décembre.</p> <p>Interview de Sandra de l'Atelier du Cocktail = article + lien du site vers notre home page le vendredi</p>	<p>Articles de la semaine :</p> <ul style="list-style-type: none"> • MA FOLLE RENCONTRE AVEC SANDRA DE L'ATELIER DU COCKTAIL • FOLLE DE MERCI FACTEUR : UN SITE POUR ENVOYER DU COURRIER DEPUIS CHEZ TOI • FOLLE DE NOEL OU DU VIN CHAUD ?

Lundi 3 décembre	Page 1 de Start Page		<ul style="list-style-type: none"> • LA FOLLE HISTOIRE DU VIDE DRESSING DES TOULOUSAINES • LE SHOPPING DE NOËL ME REND FOLLE, DES IDÉES CADEAUX PAS CHER
Du 4 au 9 décembre			Articles de la semaine : <ul style="list-style-type: none"> • FOLLE : PROVERBES ET CITATIONS • LA FOLLE JOURNÉE : DÉCOUVRE LE QUOTIDIEN DE KIKI ! • “MA MERE EST FOLLE” • FOLLE DU DIY : CUSTOMISE TON GILET JAUNE (Article record en termes de vues et de partages)
Lundi 10 décembre	Page 1 de Start Page		
Du 11 au 16 décembre	Obtention d’un lien sur la page d’accueil vers la homepage de Folle! et Fauchée par Le Vide Dressing des Toulousaines		Articles de la semaine : <ul style="list-style-type: none"> • FOLLE ET PAILLETES : QUELLE TENUE POUR LE NOUVEL AN 2019 ? • OU PASSER UNE FOLLE SOIRÉE POUR LE NOUVEL AN ? 10 IDÉES ORIGINALES POUR UN NOUVEL AN DE FOLIE ! • FOLLE DE MISS FRANCE 2019 : MES PRONOSTICS POUR L’ÉLECTION