

*Objectif
Référencement*

COURS DE SEO - LAURENT PEYRAT - DÉCEMBRE 2018

Folle

LE MÉDIA DE LA
VILLE ROSE

MALIKA
ALICE
ANOUCK
ZAKARIYA
FABIEN

folle-ville-rose.over-blog.com

Sommaire

I. Contexte & présentation.....	4
II. Benchmark concurrentiel	5
A. L'analyse concurrentielle : qui sont les concurrents sur "folle" ?	5
B. L'état des forces en présence : notre modèle SWOT	6
C. Analyse SWOT de notre concurrent sur ce projet : Folle & Fauchée.....	7
D. Bilan du benchmark.....	8
III. Stratégie adoptée pour ranker	8
A. Notre positionnement.....	8
B. Nos cibles.....	9
C. Nos objectifs	10
D. Les moyens mis en œuvre.....	11
IV. Déroulé du projet : d'échecs en échecs... en succès !	12
Comment éviter le <i>duplicate content</i> interne dans les catégories ?	12
Comment ranker sur « folle » et non pas sur « Ville Rose » ? Comment être identifiés sur le mot « folle » malgré notre ligne éditoriale sur Toulouse ?	12
L'autre groupe ranke et pas nous.....	13
Comment personnaliser notre page d'accueil, page qui devait être indexée par Google ? ..	13
Comment être identifié par Google comme un acteur qui produit un contenu pertinent ?	14
Comment optimiser le chargement et la structuration des pages ?.....	14
Nos cibles ne partagent pas notre contenu sur leurs sites	14
Comment maintenir notre dynamique et notre proposition sans en faire trop, au risque de dégringoler ?	16
Comment se conformer aux attentes Google des premières pages qui apparaissent avec la requête « folle » ?	16
Suivi des performances de ranking : relevés effectués sur le site Startpage.com :.....	17
V. Zoom sur.....	18
A. L'obtention de liens à valeur ajoutée.....	18
B. Une stratégie RP au service de liens à très forte valeur ajoutée	20
C. La blogosphère.....	22
VI. Bilan de l'expérience	26
A. Retour sur notre entrée tardive dans les résultats Google	26

B. La cerise sur la chocolatine.....	27
C. Ce qu'on a compris et retenu de l'algorithme de Google.....	28
D. Ce qu'on reproduira dans le cadre professionnel.....	30
E. Et ce qu'on ne reproduira pas dans le cadre professionnel.....	30
VII. Annexes	31
Outils de mesure des objectifs	33
Communiqué de presse	31
Journal de bord	33

1. Contexte & présentation

À l'origine du projet, un objectif majeur nous a été fixé : proposer un blog Overblog qui apparaîtrait en première page des résultats affichés par Google, sur le mot "folle", en seulement 3 mois. Pour atteindre ce but, nous avons formé une équipe avec des profils différents et surtout, complémentaires. Bien que nous nous soyons toujours attachés à travailler en groupe, nous avons exploité nos affinités et spécialités respectives :

- ◇ **Malika** : avec un intérêt particulier pour l'environnement qui l'entoure, Malika n'a que faire de l'ordinaire : elle cherche l'insolite ! Sa mission fut donc de chercher les informations les moins connues de notre sujet pour pouvoir les partager au plus grand nombre.
- ◇ **Alice** : déjà insérée dans le microcosme de la communication toulousaine, Alice nous a partagé son expertise dans les relations médias ce qui allait nous être bénéfique pour rédiger communiqués de presse et rencontrer des acteurs publics et médiatiques pouvant créer des liens vers notre blog.
- ◇ **Anouck** : les médias généralistes n'étant pas suffisant pour nous relayer, Anouck s'est chargée de rentrer en contact avec la blogosphère toulousaine afin de nouer des partenariats, comme des échanges de liens ou des rédactions d'articles en lien avec leur activité afin de permettre à notre blog d'être mis en avant.
- ◇ **Zakariya** : un blog souhaitant être relayé par des institutions doit proposer du contenu étayé. Zakariya s'est donc chargé de la rédaction des articles les plus longs et documentés, ce qui nous permettait également de répondre aux exigences de longueurs de contenus de l'algorithme de référencement de Google.
- ◇ **Fabien** : afin de mettre toutes nos chances de notre côté, Fabien s'est appliqué à optimiser techniquement le blog afin de le rendre aussi clair que possible pour les Googlebots. Il a également veillé à l'absence de bugs.

II. Benchmark concurrentiel

A. L'analyse concurrentielle : qui sont les concurrents sur "folle" ?

Au 21 octobre 2018, la recherche avec le mot « folle » sur Google donne majoritairement des résultats de sites de définition, traduction et synonymes.

- ◆ *Larousse* arrive en tête avec sa définition de « folle » ; suivi de *l'Internaute* sur le même sujet
- ◆ Les trois antennes de Wikipédia suivent, dans cet ordre : *Wiktionary*, *Wiktionnaire* et *Wikipédia*
- ◆ *Google* se veut être un **moteur de réponses** en proposant des établissements locaux liés à "folle" : Folles Saisons (restaurant), Eau des Folles (restaurant), La Cave Folle (boutique de vins) ; suivent ensuite des images et vidéos proposées via Google
- ◆ *Wikipédia* arrive ensuite de nouveau avec une page consacrée au roman de Maupassant, *La Folle*
- ◆ Les sites *Reverso* et *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales* terminent la marche avec des définitions pour la page 1 des résultats de la requête

En page 2, on retrouve les mêmes types de concurrents (définition) mais aussi des liens plus éphémères des sites d'actualités (*L'Équipe*, *Le Monde*, *Actu Toulouse*) en fonction des informations et de culture en fonction des événements (*Allociné*, *Théâtre de Nîmes*, *Cultura*).

D'autres sites plus durables sont référencés, sur un événement, une association, une course...

- ◆ *La Folle Furieuse* (course 100% folle)
- ◆ *L'Herbe folle* (fleuriste) en page 3
- ◆ *Folle Envie*
- ◆ Chambres d'hôtes *La Pierre Folle*

Les concurrents sont divers et ne sont pas tous anticipables. C'est le cas par exemple de la sortie du film *Ma mère est folle* le 5 décembre, ou encore le spectacle *Priscilla folle du désert*.

B. L'état des forces en présence : notre modèle SWOT

Nous analysons notre positionnement dans l'environnement web pour adapter notre stratégie selon les forces et les faiblesses de notre site.

FORCES

- ◆ Site actualisé au moins 4 fois/semaine, donc contenu rafraîchi
- ◆ Site multimodal qui cible des institutions diverses ce qui permet d'obtenir liens et trafics de différentes institutions
- ◆ Site sérieux qui permet de donner une image de confiance au service des internautes

OPPORTUNITÉS

- ◆ Les sites de définition sont statiques, on peut les dépasser si on se référence bien
- ◆ L'utilisation du superlatif "folle" permet de répondre à des questions en attisant la curiosité
- ◆ Les institutions ciblées sont des sites fiables et anciens, qui génèrent de la confiance et peuvent nous en transmettre
- ◆ Peut passer pour une initiative spontanée de valorisation de la ville auprès de la presse et des institutions
- ◆ Beaucoup d'articles sur la crise de la vache folle dans les pages plus reculées que l'on peut dépasser car articles et analyses datées et inactives

FAIBLESSES

- ◇ Site récent et peu ancré dans Google
- ◇ Posture institutionnelle et recherche de liens ralentissent la périodicité de publication
- ◇ Site sur la plateforme Overblog qui n'a pas des fonctionnalités étendues et adaptées à nos besoins

MENACES

- ◇ Le mot "folle" est très employé par divers évènements : c'est un qualificatif accrocheur très utilisé et très commun (évènement, presse)
- ◇ Les sites d'actu peuvent nous brûler momentanément la politesse le jour J si une *folle info* survient : l'utilisation du mot "folle" par Le Monde ou l'Equipe est imprévisible et pourrait être très dommageable
- ◇ L'initiative est propice au partage, mais le risque est de n'être partagé que sur les réseaux sociaux par les institutions ciblées
- ◇ Les définitions du dictionnaire sont ancrées car ils sont des sites dignes de confiance tout comme la presse

C. Analyse SWOT de notre concurrent sur ce projet : Folle & Fauchée

FORCES

- ◇ Nouveaux articles chaque jour (ou tous les deux jours)
- ◇ Le ton léger et décalé avec beaucoup d'humour crée une véritable identité au blog, donne l'image d'un blog fun et accessible, tenu par une copine
- ◇ Fort potentiel de clic des titres
- ◇ Longueur d'articles varié : <500 mots et >1000 mots
- ◇ Contenu varié : textes, photographies et gif
- ◇ Contenu original (dans les deux sens) : écrit par eux, et des astuces qui sortent de l'ordinaire de ce genre de blogs
- ◇ Réponse aux questions Google dans les titres

OPPORTUNITÉS

- ◇ Potentiel de croissance et de devenir un blog connu
- ◇ Potentiel de partage important par la communauté des petits bloggeurs
- ◇ Potentiel de viralité sur les réseaux sociaux
- ◇ Potentiel à créer des partenariats avec des marques une fois un certain nombre de followers atteints

FAIBLESSES

- ◆ Beaucoup de contenu pas original : les gifs et la plupart des photographies
- ◆ Le ton : très léger et décalé, peut être un frein pour être relayé par des sites sérieux
- ◆ Un contenu très "girly" qui ne plait qu'à une certaine tranche de population (femmes, jeunes, étudiantes ou jeunes travailleuses)
- ◆ La plateforme Overblog, peu connue et aux fonctionnalités limitées

MENACES

- ◆ Difficulté et temps nécessaire à un tel projet pour percer
- ◆ Forte concurrence dans le domaine des blogs de "trucs et astuces"

D. Bilan du benchmark

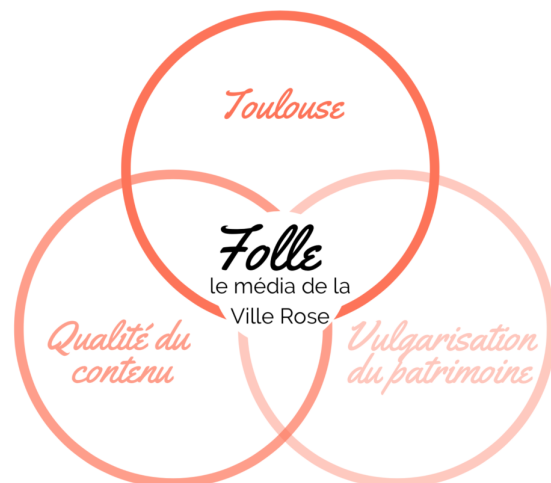
D'après nos premières observations, le plus compliqué pour dans ce projet est de nous battre contre les **dictionnaires et autres chaudes actualités que nous ne pouvons prévoir à l'avance**. À première vue, ces menaces sont les mêmes que pour *Folle & Fauchée*, qui, n'étant pas du tout sur la même ligne éditoriale que nous et ne bénéficie pas non plus d'une ancienneté, ne semble pas être notre principal adversaire.

III. Stratégie adoptée pour ranker

Le but de l'exercice étant d'être le mieux référencé possible sur Google, notre stratégie est d'impliquer et de solliciter des acteurs capables de nous être **utiles**. Autrement dit, nous avons certes pollué le web pour poser un maximum de liens dirigeant vers notre blog, mais nous avons surtout essayé de **viser juste** ; en obtenant des liens de la part de **sites sérieux** et importants, et qui disposent d'une **crédibilité** capable de **rejillir sur notre blog**. Autrement dit, au lieu de déterminer des cibles en lien avec nos articles, nous avons fait le choix **d'écrire des articles à destination des cibles que nous avons identifiées**.

A. Notre positionnement

Afin de viser des acteurs **crédibles** et faisant autorité dans leur domaine, nous avons choisi de créer du **contenu qualitatif** qui pourrait facilement être mis en avant par ces acteurs. Pour cela, nous avons fait le choix d'axer nos contenus sur **Toulouse** : c'est une ville que nous connaissons bien, dans laquelle il nous est possible de faire des **photos originales**, donc **davantage appréciées de Google**, et au sein de laquelle nous connaissons nombre d'acteurs qui seraient susceptibles de partager le contenu que nous produisons.



C'est ainsi que nous avons créé *Folle Ville Rose* (devenu par la suite *Folle – Le média de la Ville Rose*), qui a le mérite de conserver l'aspect essentiel de cet atelier : être référencé sur le mot "folle".

Dans les faits, l'objectif du cours n'est pas de s'attacher au contenu ; mais avons fait le choix de nous y attacher, car nos cibles y sont particulièrement **sensibles**. Elles ne partageront pas notre blog sans être convaincues que nous proposons un **contenu éditorial original, cohérent et qualitatif**.

D'où la question : **comment interpeller nos cibles ?**

En développant un discours auxquelles toutes les institutions, culturelles ou non, sont extrêmement sensibles : celui de la **vulgarisation de leur patrimoine**. Notre objectif est de **rendre les histoires de Toulouse ludiques, accessibles, dédramatisées**, afin de permettre aux toulousains et néo-toulousains de s'approprier leur ville. L'idée est de s'attacher aux trajectoires humaines, aux détails architecturaux remarquables, aux légendes et anecdotes insolites... Notre blog permet de découvrir **le grand par le petit**. En cela, notre positionnement converge vers les objectifs de nos cibles, voire les nourrit, comme ce fut le cas dans l'article que *La Dépêche du Midi* nous a consacré : le journaliste démarre son article en racontant aux lecteurs l'anecdote du Général Mal Clabel.

B. Nos cibles

Conformément à notre stratégie, nous avons ciblé en priorité des institutions – ou des instances assimilées - qui pourraient nous **transmettre la confiance dont elles bénéficient de la part de l'algorithme de Google**. Ce sont des sites fiables, anciens, régulièrement mis à jour, et qui font autorité dans leur domaine. Au démarrage du projet, nous visons les institutions suivantes :

- ◆ La Mairie de Toulouse
- ◆ L'Office de Tourisme de Toulouse
- ◆ Les Universités de Toulouse
- ◆ Archives municipales de Toulouse
- ◆ Tisséo Collectivités
- ◆ Musée des Abattoirs
- ◆ Le Conseil départemental de Haute Garonne
- ◆ Museum de Toulouse
- ◆ La Dépêche du Midi
- ◆ Théâtre du Capitole
- ◆ Lycée Pierre de Fermat

En plus de ces cibles principales, nous avons également établi des cibles secondaires : les journalistes et blogueurs locaux, qui eux sont plus susceptibles de partager l'initiative dans son ensemble que des articles en particulier.

C. Nos objectifs

TYPE	OBJECTIF INITIAL	RÉÉVALUATION DE MI-PARCOURS	RÉSULTAT	OUTIL DE MESURE ¹
LINKING	100 liens	75 liens	70 liens	Tableau récapitulatif des liens
	Dont 2/3 optimisés sur « folle »	<i>Même objectif</i>	Dont 1/2 optimisés	
	Dont 10 de confiance gagnés	<i>Même objectif</i>	Dont 13 de confiance	
PUBLICATIONS	40 articles publiés d'ici fin novembre	<i>Même objectif</i>	48 articles le 11 décembre	Interface Overblog
	Dont 10 longs (>500 mots)	<i>Même objectif</i>	Dont 25 longs	
	Dont 70% avec illustrations originales	<i>Même objectif</i>	Dont 75% avec illustrations originales	
	Avec un article tous les 3 jours minimum	Avec un article tous les 2 jours minimum	Atteint	
RANKING	Apparition dans les résultats de « folle » au 01/11/18	Apparition dans les résultats de « folle » au 20/11/18	Apparition en page 12 au 23/11/2018	Google, Google Search Console & Startpage
	Dont page 2 au 09/12/18	Même objectif	Dont page 1 au 24/11/2018	
TRAFFIC (SECONDAIRE)	1000 visiteurs au 10 décembre		1102 visiteurs uniques	Google Analytics & interface Overblog
	4000 visites au 10 décembre		5173 visites	

¹ Tous les outils de mesure sont présentés et détaillés en annexe.

D. Les moyens mis en œuvre

◆ Au niveau du linking :

Nous avons procédé au placement de liens de plusieurs façons. Tout d'abord, nous avons créé de nombreux sites/blogs/forums, n'ayant aucune autre utilité que d'accueillir un lien vers notre blog. Toutefois, la majeure partie du temps, nous nous sommes efforcés de ne pas "spammer" grossièrement, en rédigeant à minima un **article riche hébergeant un lien optimisé vers notre blog**.

◆ Du côté des relais :

Ensuite, nous avons contacté un certain nombre d'acteurs capables de relayer notre blog ou nos articles, à commencer par des **référenceurs**, des **blogueurs toulousains**, et des **institutions**. Quand cela s'avérait utile, nous avons rédigé des articles sur eux (comme pour le Club de Quidditch ou le blog Clairdutemps), voire directement **pour eux** (à l'instar de Boudu, d'Objectif Papillon ou Tendances Blook).

◆ L'organisation de la rédaction d'articles :

Selon un planning établi généralement deux semaines à l'avance, nous rédigeons des articles dans le principal but qu'ils soient **partageables et partagés par des institutions considérées "de confiance" par Google** afin de nous apporter de la crédibilité. Alors que nous étions tenus à un rythme d'un article tous les 2 ou 3 jours maximum, nous avons fait évoluer notre stratégie en Novembre - nous reviendrons plus tard sur ce point. Pour publier tous les jours, nous avons dû revoir légèrement à la baisse notre exigence de contenu.

◆ L'organisation du site en rubrique :

Pour que notre projet soit plus facilement défendable et montrable aux acteurs avec lesquels nous souhaitons collaborer, nous avons divisé notre travail en **rubriques**. Nous avons identifié cinq pour couvrir un large choix de sujets : Patrimoine, Actu, Insolite, Trajectoires et Histoire. Pour chacune des rubriques nous avons rédigé un texte ancré sur la page pour éviter le *duplicate content*.

◆ Le choix des relations presse :

Enfin, nous avons diffusé un **communiqué de presse**² via Mailchimp et rencontré des journalistes afin que l'on parle de notre projet, ce qui nous a notamment conduit à une interview à la demande de *La Dépêche du Midi*.

² Voir en annexe

IV. Déroulé du projet : d'échecs en échecs... en succès !

Au cours de ce projet, nous avons rencontré des problèmes, techniques, humains, qui nous ont sans cesse contraints à ajuster notre stratégie. Nous avons détaillé notre progression en listant les **problématiques** rencontrées et en détaillant nos **solutions**.

Comment éviter le *duplicate content* interne dans les catégories ?

SOLUTION : Lorsque nous utilisons le système de catégories automatiques d'Overblog (les "tags"), les articles étaient automatiquement classés mais il nous était impossible par la suite de personnaliser les pages afin de rajouter du contenu. Cela créait donc une multitude de pages en *duplicate content*. Nous avons donc supprimé ce système, en le remplaçant par 5 pages dans lesquelles nous avons ajouté manuellement chaque article, selon sa catégorie. Ainsi, pour chacune de ces pages, nous avons pu rajouter une description et une bannière, ce qui nous a permis **de réduire la proportion du contenu dupliqué sur chacune des pages tout en garantissant un classement des articles**.

Comment ranker sur « folle » et non pas sur « Ville Rose » ? Comment être identifiés sur le mot « folle » malgré notre ligne éditoriale sur Toulouse ?

Cette problématique identifiée le 3 novembre nous a amené à réfléchir autour de 3 solutions :

SOLUTION 1 : Être patient et ne pas modifier radicalement la ligne éditoriale. On ne peut pas renoncer à parler de Toulouse, car l'angle géographique est très étroitement lié à notre stratégie de séduction des entités locales. En revanche, en gardant une ligne éditoriale cohérente, nous avons fait de solides efforts d'écriture pour essayer de moins écrire les mots "Toulouse", "toulousain", "Ville Rose", etc.

SOLUTION 2 : Pour être mieux identifié, **devenir un média baptisé "Folle", afin d'incarner le mot "Folle"**. Autrement dit, l'idée est de parler de notre projet en l'appelant "Folle - le média de la Ville Rose", sur les réseaux sociaux, mais également dans la presse (La Dépêche, lettre de Jean-Luc Moudenc) voire uniquement "Folle" (Sciences Po Toulouse).

SOLUTION 3 : Utiliser l'entité nommée de Google My Business. Cette action a potentiellement "débloqué" la situation en validant l'existence de *Folle – Le média de la Ville Rose*, puisque nous avons commencé à ranker 24h après la validation du code Google.

L'autre groupe ranke...et pas nous

Cette problématique identifiée le 19 novembre nous a amené à réfléchir autour de 2 solutions.

SOLUTION 1 : Augmenter la cadence de publication. En cherchant une explication sur le fait que nous n'apparaissions pas du tout dans les résultats de recherche "folle" alors que "Folle et Fauchée" y était, nous avons – entre autres - constaté qu'ils publiaient davantage d'articles que nous. Considérant que nous avons déjà un certain nombre de liens de qualité, nous avons décidé de publier quotidiennement, en réduisant en contrepartie la qualité du contenu ; c'est à dire en cherchant moins à être partagé.

SOLUTION 2 : Ouvrir des comptes sur les réseaux sociaux. Nous avons vivement été encouragés en ce sens par Marianne et par le groupe de Folle & Fauchée, qui ont ouvert dès le début de l'atelier des comptes Twitter, Facebook et Instagram. Dans le doute, nous avons fait le choix de les imiter, en ouvrant les comptes "Folle - Le Media de la Ville Rose" le 19/11 sur les trois réseaux sociaux. Nous émettons l'hypothèse que comme Google My Business, des comptes sur les réseaux sociaux peuvent potentiellement **valider l'existence d'une entité numérique**, à la manière d'une araignée qui tisse sa toile. Hasard ou non, nous avons commencé à ranker le 23, soit quatre jours plus tard.

Comment personnaliser notre page d'accueil, page qui devait être indexée par Google ?

SOLUTION : La page d'accueil de base n'affiche que du contenu dupliqué, à la fois celui des articles qui sont repris en résumé, mais aussi celui que l'on peut rédiger sur des modules HTML affichés sur la colonne de droite (qui s'affiche sur l'ensemble des pages). Afin de contrer cela, **nous avons édité le code HTML du thème pour que le module HTML ne s'affiche que sur la page d'accueil, et pas sur les autres pages.** De cette manière, nous avons une bonne proportion d'*original content* sur la page d'accueil. Par ailleurs, afin que le bloc de texte ne crée pas de contenu dupliqué sur les pages liées à la page d'accueil (à savoir les pages d'indexation des articles 2 et suivantes), nous avons augmenté le nombre d'articles affichés sur chaque page (passant de 9 à 25) pour réduire le nombre de pages créées et appliqué une balise *canonical* sur celles-ci.

Comment être identifié par Google comme un acteur qui produit un contenu pertinent ?

SOLUTION : En répondant aux questions les plus fréquemment posées sur Google. A l'aide de l'outil "Answer the public", nous avons rédigé des articles utilisant une terminologie la plus proche possible des questions posées par les internautes. Les articles concernés sont les suivants :

- ◆ Pourquoi je suis folle de l'automne ?
- ◆ Pourquoi aimer l'automne ?
- ◆ Qui a eu cette idée folle ?
- ◆ Plus folle que ça tu meurs !
- ◆ Qu'est-ce qu'une folle qui danse sur un balai ?
- ◆ Pourquoi Toulouse est mieux que Bordeaux ?
- ◆ Pourquoi aller au Toulouse Game Show 2018 ?
- ◆ Que faire à Toulouse la nuit ?
- ◆ Comment rendre folle sa femme... ou son homme !
- ◆ Pourquoi Toulouse s'appelle la Ville Rose ?

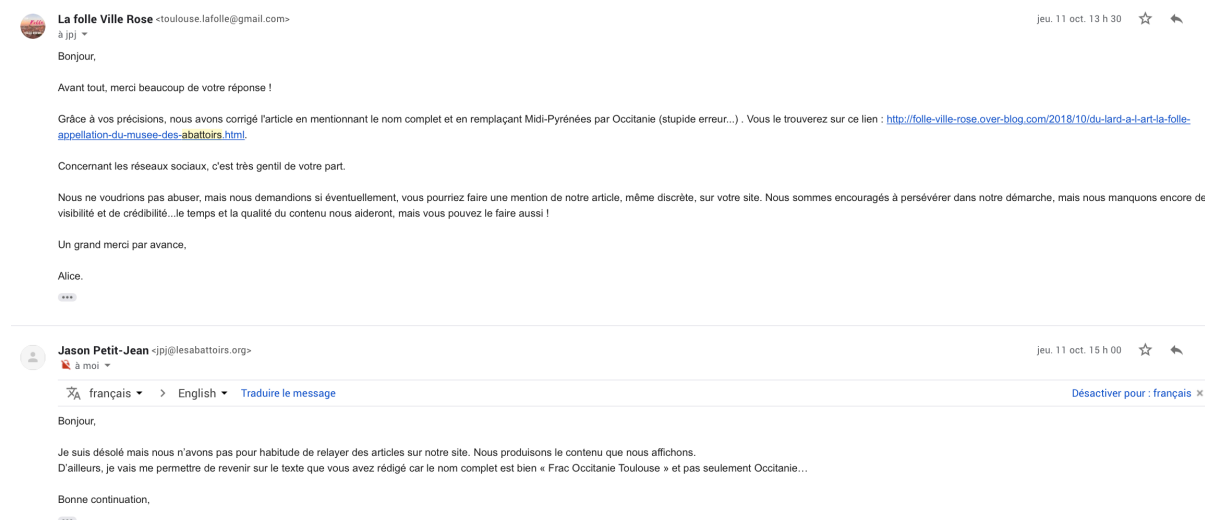
Comment optimiser le chargement et la structuration des pages ?

SOLUTION : Afin que les pages soient **correctement structurées**, nous avons non seulement appliqué des **sous-titres** aux différents paragraphes, mais nous avons également séparé ces derniers dans des blocs de textes différents. Nous avons également choisi d'écrire nos introductions en **h2** et les titres des paragraphes en **h3** afin de **valoriser nos introductions**. Dans le but d'alléger le chargement des pages, nous avons également la volonté de **supprimer les publicités**. Malheureusement, la suppression totale des publicités incluses dans le thème provoquait le chargement d'une publicité automatique d'Overblog entraînant une instabilité des pages qui ne chargeaient plus correctement. Même s'il s'est alors avéré nécessaire de laisser les pubs affichées dans le thème, nous avons néanmoins **réduit leur nombre à 1 ou 2 publicités en fonction des pages (contre 3 à 4 auparavant)**.

Nos cibles ne partagent pas notre contenu sur leurs sites

Une partie de nos cibles a refusé de partager nos articles, non pas parce qu'ils ne leur convenaient pas, mais parce qu'ils ne partagent sur le site que le contenu qu'ils ont créé eux-

mêmes. Nous avons par exemple été confrontés à cette situation pour le Musée des Abattoirs (voir ci-dessous), l'Office de Tourisme de Toulouse, ou encore la Maison Claude Nougaro.



En revanche, le Musée des Abattoirs et la Maison Claude Nougaro ont proposé de relayer sur les réseaux sociaux, ce qui, à défaut d'être utile dans le cadre d'un atelier de référencement, témoigne de la crédibilité de notre projet auprès de nos cibles.

Re: Maison Nougaro "Article sur Claude Nougaro" Boîte de réception x

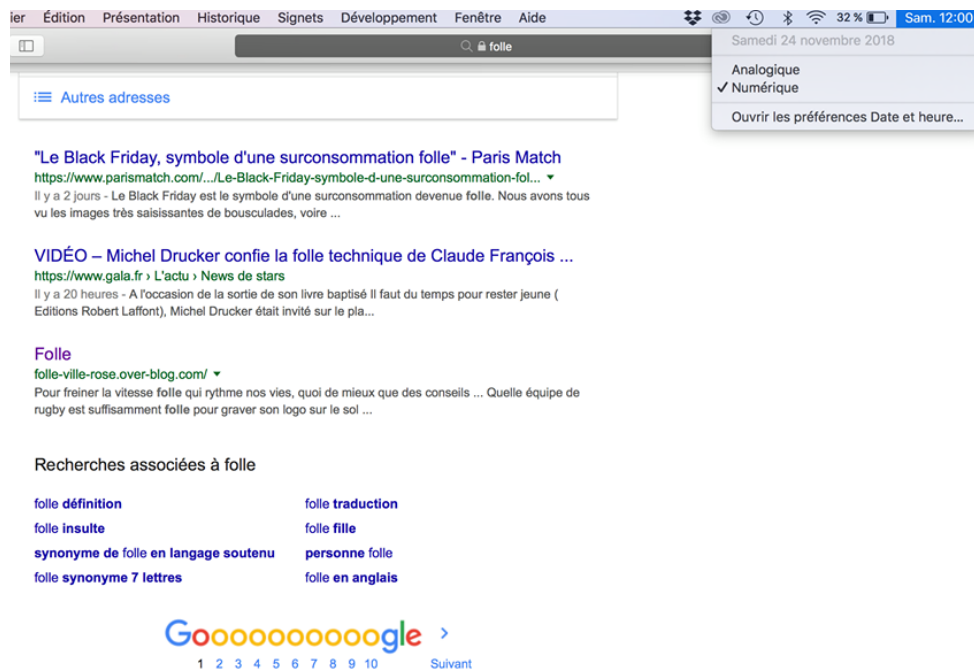


SOLUTION : Peu à peu, afin d'être plus efficaces, nous avons pris l'initiative de contacter des acteurs pour leur proposer d'écrire des articles sur eux en échange d'un relai de leur part : c'est ce que nous avons fait pour le Toulouse Football Club, le Club de Quidditch de Toulouse Quidditch, L'heure du Brunch, Ceci & Cela...

Comment maintenir notre dynamique et notre proposition sans en faire trop, au risque de dégringoler ?

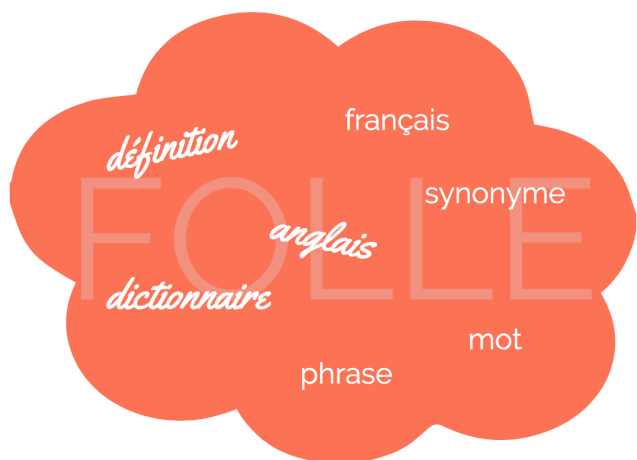
PROBLÈME : Nous étions inexistantes sur Google le 22/11, présents en page 12 le 23/11, et... en page 1 le 24/11 ! Une progression aussi forte nous a inquiétés

SOLUTION : Ne pas augmenter l'intensité de publication, en continuant sur le rythme de 6 articles par semaine, mais temporiser le nombre de liens "sauvages" déposés.

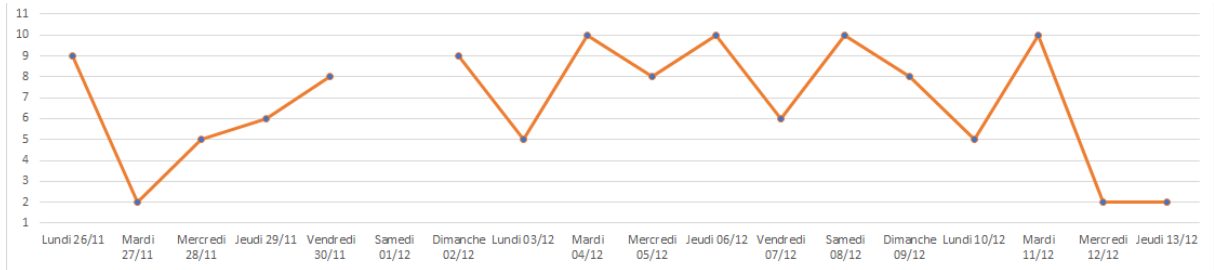


Comment se conformer aux attentes Google des premières pages qui apparaissent avec la requête « folle » ?

Grâce à l'outil Visiblis, nous avons pu déterminer quels mots revenaient le plus dans les pages figurant dans les premiers résultats Google lorsque nous cherchons « folle » : synonyme, français, dictionnaire, mot... Nous avons donc fait en sorte que notre page d'accueil reflète ces résultats en insérant dans notre édito le ratio demandé par les autres pages selon l'outil Visiblis.

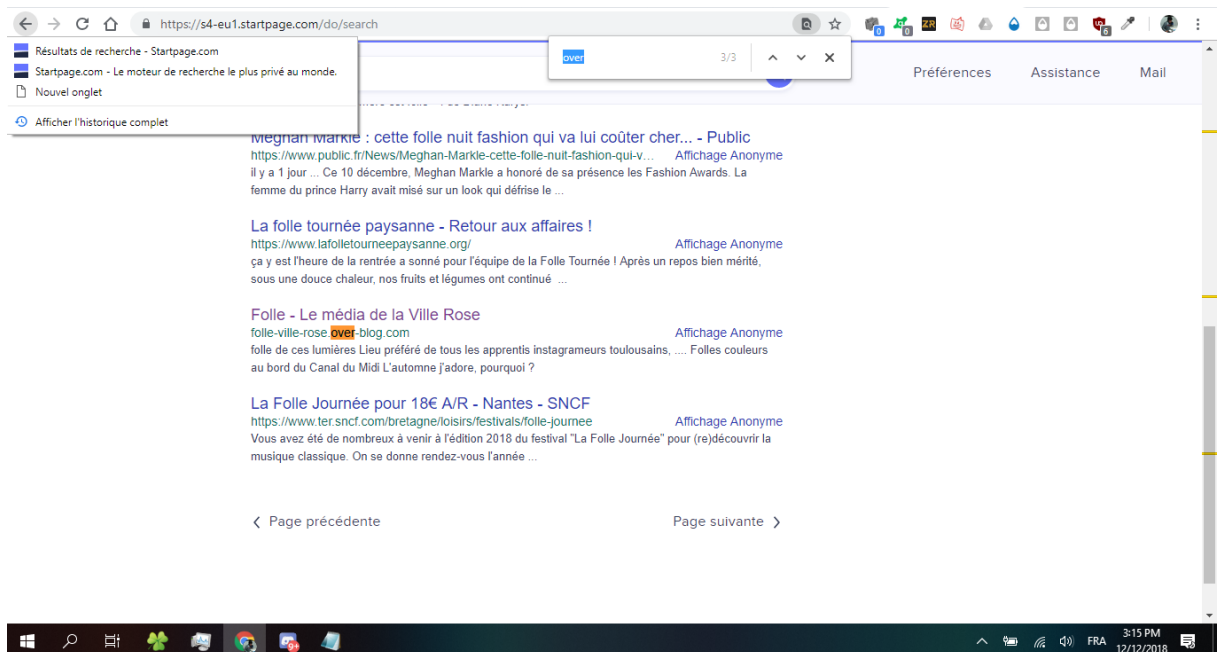


Suivi des performances de ranking : relevés effectués sur le site Startpage.com :



Nous n'avons pas de données pour le samedi 01^{er} décembre car nous n'étions pas sur StartPage.

◆ Capture d'écran du 12 décembre où nous sommes revenus page 2 :



V. Zoom sur...

A. L'obtention de liens à valeur ajoutée

Nous avons réussi à obtenir des liens vers nos articles et notre page générale en négociant avec des médias et des institutions ou acteurs toulousains.

- ◆ **Le lien de Sciences Po Toulouse du 10 décembre :** http://www.sciencespo-toulouse.fr/la-folle-initiative-du-parcours-communication--643601.kjsp?RH=iep_fr



Le dernier, mais non le moindre : Sciences Po Toulouse, qui était réticent à l'idée de nous mettre un lien « gratuit » a finalement consenti, au terme d'une interview, à écrire un article riche expliquant notre démarche, notre organisation et nos projets (valorisation de Toulouse, son patrimoine, ses habitants). Nous soulignons d'ailleurs ici que systématiquement, et même auprès de Sciences Po Toulouse, nous avons fait le choix d'être discrets sur le but final de l'atelier, à savoir un référencement sur le mot « folle ». Il en va de la cohérence de notre discours, et donc de notre crédibilité.

- ◆ **Le lien du club de Quidditch du 24 octobre :**

<https://toulousequidditch.weebly.com/dans-les-meacutedias.html>

L'idée est de parler de ce club pas banal qui s'inspire de l'univers d'Harry Potter pour pratiquer un sport avec de vraies règles : le Quidditch. Un premier contact par mail, le lundi 22 octobre, nous a permis de nous immerger parmi ces "folles du balai", dès le mercredi suivant, au cours de leur entraînement. L'idée était justement de démontrer, à travers un article étayé et documenté, que l'équipe de Toulouse pratique ce sport à haut niveau et qu'elle est loin de l'image caricaturale qu'on peut s'en faire. Sans pour autant porter atteinte à la crédibilité de l'équipe, nous en avons profité pour répondre à Google dans notre titre³.

³ Nous avons en effet adopté une stratégie de réponses à Google pour améliorer notre référencement.

- ◆ **Le lien de Magnolia Café du 16 octobre 2018** : <https://www.magnoliacafecreatif.fr>

Quitte à se lancer dans une aventure de blogueurs, nous avons cherché à valoriser des petites entreprises locales. Le Magnolia Café, situé à la Cartoucherie, a la particularité d'être "créatif" : en plus de proposer le service d'un salon de thé traditionnel, il est possible de venir y dessiner, construire, créer, peindre, coudre, etc., via des cours chaque semaine. Nous avons ainsi testé ces services et proposé à la gérante de relayer sur son site, l'article que nous lui avons consacré.

- ◆ **Le lien d'Objectif Papillon du 17 octobre** : <https://www.objectifpapillon.fr/actualites/2-mois-et-demi-pour-ranker-sur-google-le-pari-fou-de-5-etudiants-toulousains.html>

Ce lien s'inscrit dans une démarche parallèle à notre stratégie habituelle : contacter des experts du SEO pour leur expliquer notre pari fou de ranker en moins de 3 mois en page 1 de Google. Nous avons ainsi pu écrire un article pour eux, racontant notre projet et notre positionnement.

Il est à noter que les acteurs du secteur du référencement sont les seuls auprès de qui nous avons été honnêtes.

- ◆ **Le lien Clairdutemps du 12 novembre** : <https://clairdutemps.com/on-parle-de-nous/>

Toujours dans l'optique d'écrire sur des acteurs, initiatives ou projets capables de nous relayer via un lien, nous avons contacté Claire et Camille du blog Clairdutemps. Nous avons ainsi raconté leur histoire et partagé leur initiative zéro déchet, en échange d'une reprise sur leur blog. L'article a d'ailleurs été très bien accueillie par les deux bloggeuses.

- ◆ **Le lien Tendances Blook du 24 octobre** : <https://tendances-blook.com/brunch-toulouse/>

Ce lien nous a été octroyé en échange d'un article rédigé pour François, la plume de Tendances Blook. Il nous a fait part de son souhait de faire depuis longtemps, sans avoir le temps de le rédiger. Nous avons donc rédigé pour son compte un article, lequel a beaucoup plu et nous a permis d'obtenir un lien optimisé sur « folle » depuis le site du blogueur toulousain.

B. Une stratégie RP au service de liens à très forte valeur ajoutée

Nous avons tenté d'obtenir des liens depuis des sites que Google juge "de confiance", à savoir les médias.

MÉTHODE :

- ◆ Rédaction d'un communiqué de presse sur notre projet avec *storytelling* sur les débuts de notre blog et nos motivations
- ◆ Diffusion du communiqué de presse via Mailchimp à une vingtaine de média de Toulouse et ses environs
- ◆ Relance par téléphone des journalistes

RETOMBÉES :

- ◆ **Une interview par La Dépêche du Midi**, qui a conduit à un article consacré à Folle Ville Rose : <https://www.ladepeche.fr/article/2018/11/12/2904661-le-toulouse-insolite-des-etudiants-de-science-po.html>

Une expérience folle : un article sur nous dans La Dépêche du Midi

Suite au communiqué de presse, nous avons été contactés par un journaliste de La Dépêche qui a souhaité nous interviewer. Nous nous sommes donc pliés à l'exercice d'un entretien, au cours duquel nous avons livré une version extrêmement léchée et polie de la naissance et la croissance de Folle – Le média de la Ville Rose, nous épanchant sur notre désir de voir Toulouse rayonner et sur la pérennité du média, que nous étions précisément en train de mettre en œuvre. Satisfait, Bernard Davodeau nous a décrits comme « des étudiants de Sciences Po qui révèlent la folle Toulouse ».

L'interview a eu lieu le mardi 6 novembre 2018 et l'article est paru le lundi 12 novembre.



Curiosités, personnalités, pratiques...

Mis en appétit par ce mystère élucidé, les cinq étudiants en communication ont constaté qu'après cinq années d'études passées à Toulouse, la ville était loin de leur avoir livré tous ses secrets. Et comme ils se destinent à des carrières de communicants, ils ont pris les mystères de Toulouse pour matière du blog qu'ils ont créée en septembre 2018. Depuis, Folle le nouveau média toulousain est un blog d'étudiants qui traque les curiosités, les personnalités, et les nouvelles pratiques toulousaines pour les dévoiler à la centaine de lecteurs qui les suivent régulièrement. Au fil des rubriques de Folle on découvre que dans le quartier de la Côte Pavée, le chemin Mal Clabel connu des riverains sous le nom de chemin du Maréchal Clabel existe bien. Mais que le maréchal en question est une pure fiction due à une erreur de lecture. En lisant la fiche technique qui lui avait été remise l'artisan habitué à graver des noms de grands hommes a lu l'abréviation Mrcl Clabel contraction du mot Maréchal au lieu du mot occitan Mal Clabel. C'est ainsi que le «Chemin mal pavé» s'est transformé en chemin du Maréchal Clabel. Depuis la plaque a été changée mais le nom du Maréchal fantôme est resté dans les mémoires. On y apprend également que selon l'hypothèse soulevée par Jean-Henri Fabre, enseignant à l'Ecole Nationale d'Architecture de Toulouse, la pendule à vingt-quatre chiffres qui surplombait autrefois une banque à l'angle des rues Rival et Alsace Lorraine doit sa configuration très particulière à l'esprit des capitalistes du début du XXe pour qui le temps était de l'argent qui méritait d'être compté avec une extrême précision. En fin sachiez-vous que le Donjon du Capitole construit en 1525, doit son air de beffroi flamand à sa restauration réalisée au XIXe par Viollet le Duc? Pour en savoir plus sur d'autres curiosités et personnalités toulousaines : <http://folle-ville-rose.over-blog.com/>

B. dv.

- ◆ **Deux interviews par téléphone : Dis-leur !** (<https://dis-leur.fr/toulouse-autrement-avec-folle-decouvrez-le-recit-des-choses-de-la-ville/>) et **Toulouse Web** (pas de suite)

Dis-leur ! est un site d'info en Occitanie. Suite à notre communiqué de presse, nous avons relancé le journaliste pour un éventuel article sur notre travail ; il s'est montré très enthousiaste et nous a interviewés par téléphone.

L'article « Toulouse autrement : avec 'Folle', découvrez le récit des choses de la ville » est sorti le dimanche 11 novembre. Il est à souligner que nous sommes ici baptisés « Folle », ce qui correspond à un de nos objectifs de mi-parcours : **préempter l'appellation « Folle »** et être identifiés comme tel.

- ◆ **Deux reprises sur des sites de relations médias :** Karine Baudoin (<http://www.karinebaudoin.com/la-folle-ville-rose-un-nouveau-media-etudiant-pour-redecouvrir-toulouse/>) et Giesbert & Mandin sur leur Twitter

Nous avons envoyé notre communiqué de presse à plusieurs médias toulousains, incluant des personnes spécialistes des relations médias. Ainsi, Karine Beaudoin, consultante pour Sciences Po Toulouse en relations médias a repris notre CP sur son site professionnel dans la rubrique “salle de presse”, et a également relayé notre blog sur Twitter, sans que nous ayons besoin de la relancer ou de la solliciter à ce sujet. Le lien date du 29 octobre 2018.

AVOIR DÉPLOYÉ UNE STRATÉGIE PRESSE, UN BILAN PLUS QUE POSITIF :

- ◆ Entraînement à la rédaction de communiqué de presse dans une optique de SEO naturel
- ◆ Retombées positives puisqu'un média majeur nous a consacré un article et y a intégré un lien direct vers notre blog

- ◆ Renfort de notre crédibilité dans la poursuite de nos activités : Clairdutemps a souligné qu'ils avaient lu l'article de la Dépêche qui nous été consacré : c'est donc un **cercle vertueux** qui nous a peu à peu donné davantage de crédibilité et de fiabilité.

En somme, notre stratégie RP nous a permis de rééquilibrer un peu la balance en notre faveur, notamment dans l'établissement de partenariats. Nous avons pu sans sourciller proposer à nos interlocuteurs une stratégie "gagnant-gagnant" – échange de notoriété.

C. La blogosphère

IDÉE PRINCIPALE : Obtenir des liens depuis des blogs influents sur la région toulousaine.

MÉTHODE :

- ◆ Sélection de **blogs influents** pour une première prise de contact :

Blog mode & lifestyle : <http://www.eddiee.com>

Blog lifestyle : <http://lapetitefrenchie.com/toulouse>

Blog voyage : <https://voyagefeminin.fr/toulouse/>

Blog food : foodie boulie (site en maintenance)

Blog pour hommes : <https://tendances-blook.com/a-propos/partenariat/>

Blog Toulouse : Boudu

Blogs de référenceurs : Yooda & Objectif Papillon

Blog consommation éthique : <https://www.lonama.com/healthy-lifestyle/>

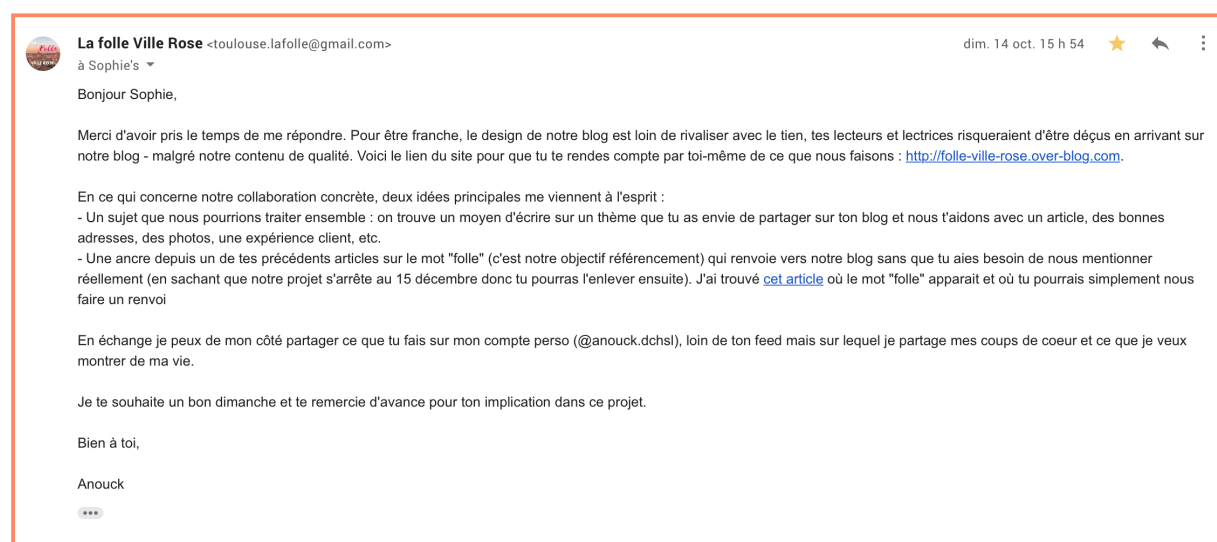
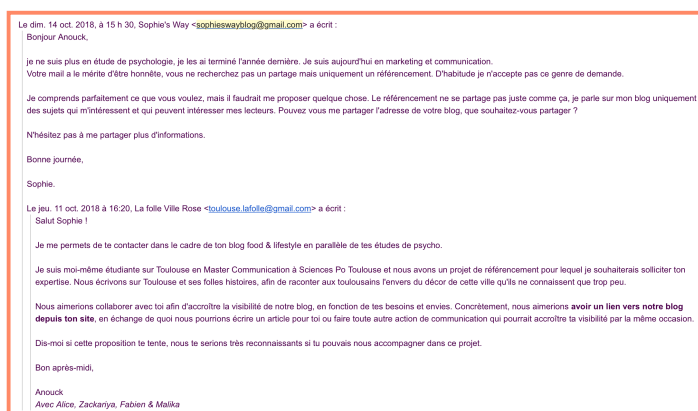
Blog infos Toulouse : <http://blog.we-toulouse.com/a-propos/>

Blog Hello Toulouse (prometteur aussi) : <http://hello-toulouse.fr/lequipe>

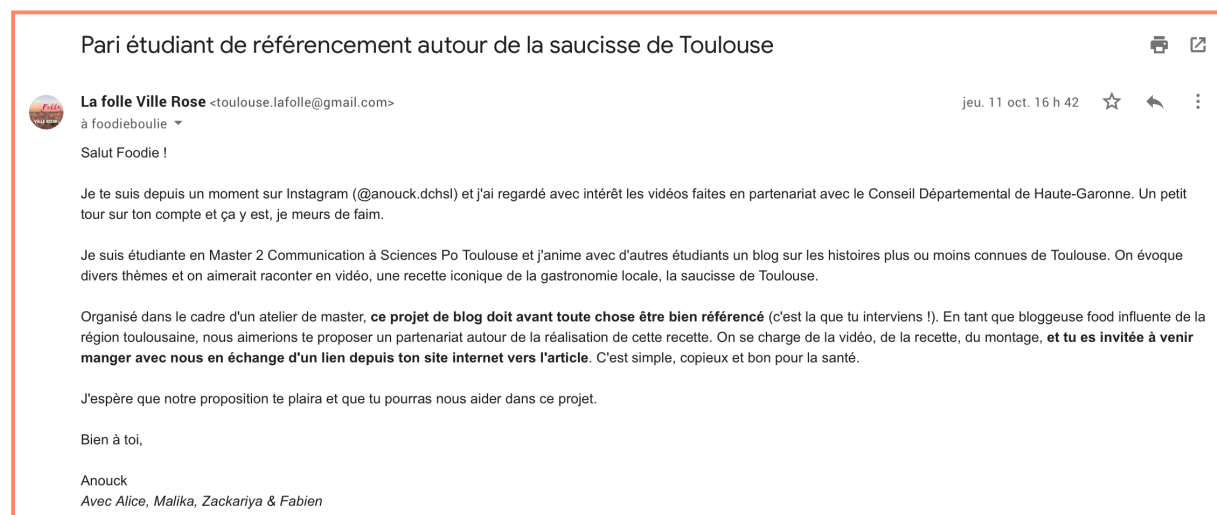
Blog bonnes adresses lifestyle : <http://www.sophiesway.fr>

◆ Proposition de **partenariats** : écriture d'un article en échange d'un lien vers notre blog

Pas de réponse de Sophie's Way malgré un début prometteur.



Pas de réponse non plus du côté de Foodie Boulie, à qui nous avons proposé un partenariat « food ».



Malgré quelques échecs, nous avons pu obtenir trois liens au terme de cette stratégie axée sur la blogosphère : un blog lifestyle toulousain et deux blogs de référenceurs.

Nous avons écrit un article sur les brunchs de Toulouse pour Tendances Blook : <https://tendances-blook.com/brunch-toulouse/>

Brunch Toulouse : notre sélection du moment !

LIFESTYLE TENDANCES BLOOK



Et si ce dimanche, au lieu des traditionnelles chocolatinas ou des pancakes faits maison pour le petit-déjeuner, on allait bruncher à Toulouse ? La question est de savoir où aller pour faire de ce moment un véritable plaisir des papilles dans un endroit agréable. Voici notre sélection des meilleures adresses toulousaines du moment, avec...

Nous avons écrit un article sur nous pour Objectif Papillon, qui nous a ainsi publié en « actu » : <https://www.objectifpapillon.fr/actualites/2-mois-et-demi-pour-ranker-sur-google-le-pari-fou-de-5-etudiants-toulousains.html>

The screenshot shows the Objectif Papillon website. The navigation menu includes: L'agence, Références, Actualités, Et blog, Contact. The main content area has a breadcrumb trail: Accueil / Actualités. There are three article cards:

- Salon Serviciz : boostez vos performances digitales en 2019 !**
25/10/2018
Découvrez la présentation de notre conférence "Marketing digital : 10 points-clés pour préparer 2019" donnée dans le
[Lire la suite](#)
- 2 mois et demi pour ranker sur Google : le pari fou de 5 étudiants toulousains**
17/10/2018
Cinq étudiants de Sciences Po Toulouse se démentent face au géant Google et ont deux mois et demi pour *ranker*
[Lire la suite](#)
- L'incroyable voyage de Morgan aux #WorldNomadGames**
28/08/2018
Objectif Papillon sponsorise le voyage de Morgan, développeur web, au Kirghizistan pour les #WorldNomadGames2018.
[Lire la suite](#)

Et nous nous sommes insérés dans un article consacré à Laurent Peyrat sur Yooda : <https://blog.yooda.com/communaute/interviews/2183-interview-laurent-peyrat-consultant-seo/>

Dans le cadre de la formation enseignée par Laurent Peyrat aux étudiants de Sciences Po Toulouse, découvrez le blog [Folle, la ville rose vue d'un autre oeil](#).

Une mission dans laquelle les étudiants ont pour objectif d'améliorer le référencement de leur blog dédié à la ville de Toulouse.

- ◆ Proposition d'articles : **écriture d'un article sur une entité** avec un lien depuis leur site à la clé

Cette stratégie est arrivée dans le courant du mois d'octobre, pour pallier au problème de non redirection des sites de nos cibles vers nos articles que nous évoquons dans la partie IV. Le blog [Clairdutemps](#) nous a ainsi relayé dans leur espace presse, suite à un article écrit sur leur histoire.

FOLLE VILLE ROSE – 12 NOVEMBRE 2018 – *LE ZÉRO DÉCHET UNE FOLLE IDÉE ?*



Cette stratégie a également été effectuée envers deux entreprises locales : Magnolia Café (**avec un lien à la clé**) et Ceci & Cela (le lien n'a pas été mis à ce jour malgré nos nombreuses sollicitations).

VI. Bilan de l'expérience

A. Retour sur notre entrée tardive dans les résultats Google

Malgré un grand nombre de liens obtenus ou déposés très rapidement, un rythme de publication de plus en plus intense et de nombreux efforts d'optimisations (production de contenu éditorial et photographique original, utilisation de la balise *canonical* sur l'archivage de nos articles, etc.), nous avons longtemps été boudés par Google. Pourtant, nous apparaissions sur Google Web, Google Images et Google Vidéo, ce qui a parfois pu susciter de notre part frustration et incompréhension.

Nous sommes apparus sur Google le 23/11 en page 12, puis en page 1 le lendemain (via Google et non Startpage, donc probablement avec l'aide de la géolocalisation).

Cette soudaine apparition fait suite au déploiement d'une batterie de mesures, aussi nous ne sommes pas en mesure d'affirmer que c'est l'une, l'autre ou la conjonction de plusieurs d'entre elles qui en est à l'origine.

- ◆ Lundi 19 novembre : création de comptes Twitter, Facebook, Instagram + création d'une adresse sur Google Maps via Google My Business
- ◆ Jeudi 22 novembre : confirmation de la validation de notre adresse par Google Maps
- ◆ Vendredi 23 novembre : première apparition en page 12
- ◆ Samedi 24 novembre jusqu'au 11 décembre : variation entre la page 4 et la page 1 sur Google en géolocalisation Toulouse (variation jusqu'à la page 10 sur Startpage)

Plusieurs hypothèses peuvent être avancées :

1. La création d'une "entité nommée" a probablement débloqué la situation, en validant auprès de Google notre existence, sur laquelle le robot se questionnait peut-être
2. La création de comptes sur les réseaux sociaux peut également, à défaut d'apporter du trafic, être considérée par Google comme un prérequis qui atteste d'une stratégie de notoriété globale

Nous pensons que **la conjonction de l'adresse sur Google Maps, l'entité nommée sur Google Business et l'ouverture de compte sur les réseaux sociaux** a densifié notre présence sur le Web et a créé une forme de toile d'araignée autour du blog, validant l'existence de "Folle - Le média de la Ville Rose" comme une initiative sérieuse et installée, et non pas comme le fait d'un projet isolé. Aussi, l'entité nommée et les réseaux sociaux sont sans doute complémentaires au fait d'obtenir des liens de la part d'autres médias, sites et institutions.

3. Une autre hypothèse est l'intensification en parallèle du rythme de publication, puisque nous avons publié quasi-quotidiennement depuis le 19 novembre

B. La cerise sur la chocolatine

Outre les partenariats acquis avec les blogs sollicités et nos succès en relations médias, quelques surprises se sont glissées dans notre messagerie et nous y avons été particulièrement sensibles, parce qu'elles ont salué notre investissement, notre implication et la crédibilité de Folle – Le média de la Ville Rose.

◆ UN PARTENARIAT AVEC RADIO FG ?

C'est en cherchant des influenceurs toulousains qu'un journaliste de Radio FG nous a spontanément contacté. Cette radio, spécialisée dans la techno, ouvre en effet une fréquence à Toulouse et recherchait des partenaires sur place pour leur donner des « bons plans » décalés. Nous avons proposé de leur produire du contenu, publié dans le blog sous le titre « Que faire de fou en novembre ? », à savoir un agenda des expositions d'art contemporain de la ville. À ce jour, l'article est en cours de validation pour être publié par Radio FG ; mais nous en retenons surtout le fait d'avoir été identifiés comme des influenceurs à Toulouse.

◆ DES COMMENTAIRES DE SPÉCIALISTES

Suite à la parution de l'article de *La Dépêche du Midi* concernant notre initiative, nous avons reçu des commentaires d'amateurs et spécialistes de la ville qui nous ont fait part de leur engouement et nous ont apporté des précisions. S'il en fallait encore, voici une nouvelle preuve que notre discours de valorisation de Toulouse et son patrimoine a parfaitement fonctionné.

La cerise ultime : les félicitations du Maire de Toulouse, Jean-Luc Moudenc

Nous n'étions pas au bout de nos surprises et la plus grande fut sans doute cette lettre adressée par le service communication de Jean-Luc Moudenc et signée de sa main alors que nous ne l'avions même pas sollicité, nous félicitant pour notre travail et nous remerciant pour notre contribution au rayonnement de la ville !



**MAIRIE DE
TOULOUSE**
www.toulouse.fr

Jean-Luc Moudenc
Maire de Toulouse
Président de Toulouse Métropole

Toulouse, le 19 novembre 2018

Madame Anouck DUCHOSAL

anouckduchosal@icloud.com

Madame,

Avec quatre autres étudiantes de Sciences Po Toulouse, vous avez lancé le blog « Folle - Ville Rose ».

A cette occasion, je tenais à vous féliciter chaleureusement pour cette initiative permettant de susciter l'intérêt des Toulousains pour notre cité et de leur faire découvrir les anecdotes historiques et histoires un peu folles qui mériteraient leur attention.

J'ai eu beaucoup de plaisir à lire certains de vos articles et, d'ores et déjà, je formule pour votre média tous mes vœux de plein succès.

Avec mes félicitations renouvelées et mes remerciements pour votre contribution au rayonnement de notre ville,

je vous prie de croire, Madame, à l'assurance de mes sentiments les meilleurs.

Tous mes encouragements !

Jean-Luc MOUDENC

hôtel de ville - place du capitole B.P. 999 - 31040 Toulouse cedex 6
t. 05 61 22 20 75 - jean-luc.moudenc@mairie-toulouse.fr - www.toulouse.fr

Suite à ce mail, nous avons répondu à Jean-Luc Moudenc et à ses équipes en le remerciant chaleureusement de ses encouragements et à l'invitant à partager notre initiative sur le site de la Mairie de Toulouse – nous n'avons jamais eu de réponse.

C. Ce qu'il faut comprendre et retenir de l'algorithme de Google

Le robot aime les liens émanant de sources certifiées : sites institutionnels, gouvernementaux, médiatiques, Wikipédia. Via les liens qu'ils nous accordent, ces sites reconnus partagent la confiance dont ils bénéficient.

Tout vient à point à qui sait attendre : nous avons beaucoup tâtonné dans la *Search Engine Optimization* et avons mis longtemps à être visible, ce qui peut être frustrant. Cependant, il faut considérer que le robot aime l'ancienneté, la régularité, et qu'il ne propulsera jamais un nouveau site en haut des recherches.

Le robot aime le Google MyBusiness. Une présence en tant qu'entité physique sur Google Maps nous authentifie comme personne ou société existante "pour de vrai". Le robot garde donc une appétence certaine pour ce qui est tangible, physique, consultable en personne.

La géolocalisation du contenu nuit à un bon référencement. Nous concernant, nous avons dès le départ choisi d'écrire sur Toulouse, afin d'obtenir des liens de la part d'institutions locales. Cependant, cela revenait à situer dans l'espace notre contenu, ce qui nous freine dans notre rayonnement au niveau national. En effet, le jour où nous sautions de joie en étant en première page sur Google, nous nous sommes rendu compte que ce n'était pas le cas sur Startpage, tout simplement car Folle Ville Rose était associée à une recherche géolocalisée. À contrario, Folle & Fauchée a moins d'écart entre son classement Google et son classement Startpage ; aussi nous pensons que le fait de ne pas lier le contenu à un espace géographique donné est un conseil à donner aux groupes suivants.

Le robot s'actualise plusieurs fois par jour. Notre position changeante sur Google et Startpage valide a priori cette affirmation : nous pouvons évoluer à plusieurs reprises dans la journée.

Un site seul est mal perçu : les réseaux sociaux et Google My Business participent probablement à décroquer un site, à tisser et densifier son identité sur le web et donc augmenter la crédibilité qu'il inspire.

D. Ce qu'on reproduira dans le cadre professionnel...

Une stratégie de contenu avec des mots-clés pertinents. Nous l'avons compris, pour ranker, il faut être organisé. Nous avons donc utilisé des mots-clés qui apparaissaient dans les premières pages de résultats avec le mot "folle" pour les insérer dans nos textes.

L'obtention de liens de qualité, à travers la recherche de liens émanant de sites certifiés rédaction d'articles pour des blogs influents, reprise de nos articles sur des sites sûrs...

Stratégie de relations presse pour obtenir des liens de sites sûrs et certifiés : médias locaux.

Écrire au format web avec les titres, mettre en gras ou en italique les mots importants du référencement.

Contacteur en amont des sites reconnus pour des **collaborations**.

Patience et persévérance : la lettre de Jean-Luc Moudenc nous conforte dans notre stratégie d'un contenu de qualité et réfléchi. Nous n'avons pas ranké tout de suite mais dans le cadre professionnel, notre objectif est atteint puisque nous avons été repérés par des acteurs reconnus. Notre positionnement nous a permis cela mais nous aurions dû le prendre en considération au début de l'aventure puisqu'il y a une différence entre Google et Startpage.

E. ...et ce qu'on ne reproduira pas :

Évidemment, nous sommes en mesure de faire la part des choses et de comprendre que certaines pratiques qui nous ont aidées dans le cadre de cet atelier sont à proscrire dans la perspective d'un travail de référencement en milieu professionnel.

Créer rapidement un très grand nombre de sites/blogs/forums vides pour placer des liens vers notre contenu réel : nous pensons que Google nous a peut-être "grillé" la première semaine face à une activité un peu trop forte et incohérente. En outre, polluer le web de la sorte n'est pas pertinent ; sauf dans le cadre d'un atelier où nous sommes pris par le temps et par des logiques d'efficacité.

Contacteur des collègues de notre enseignant pour obtenir des liens

...et utiliser du jargon technique pour se chambrer entre nous : « *Tu es comme une canonical sur une page d'accueil, tu n'as pas de sens !* »

VIII. ANNEXES

Outils de mesure des objectifs :


◆ **Linking** : le tableau recensant les liens et les ancres

<file:///Users/anouckduchosal/Desktop/Tableau%20de%20liens%20-%20Folle%20le%20média.htm>

Date	Nom du site	Page contenant le lien	Ancre	Optimisée "folle"	Désoptimisée "folle + mot"	Noyée "source" "clicquez ici"	Lien vers
24-sept	https://defigrandesecoles.lexpress.fr/toulouse-80948/defigrandesecoles.lexpress.fr/toulouse-2017/lequipe/		blog perso un peu fou		x		Blog général
25-sept	https://caracteres-journal.webnode.fr/	Footer	Anecdotes sur Toulouse ?			x	Blog général
25-sept	https://el-mundo-en-gdl1.webnode.mx/	https://el-mundo-en-gdl1.webnode.mx/sobre-nosotros/	Descubren Toulouse			x	Blog général
25-sept	https://anecdotes-toulouse.blogspot.com/	https://anecdotes-toulouse.blogspot.com/2018/09/les-anecdotes-toulousaines.html	C'est par ici !			x	Blog général
25-sept	https://belletoulouse278288271.wordpress.com/	Colonie de droite	Envie d'anecdotes sur Toulouse ?			x	Blog général
25-sept	Bloguer	http://avocatpassion.blogspot.com/p/de-lavocat.html	folle	x			Blog général
25-sept	Tumblr	http://chocolateandflexpress.tumblr.com/post/172955753770/nos-meilleurs-moments-la-chocol	folle m-cest	x			Blog général
27-sept	Wix	https://toulouselafolle.wixsite.com/website/accueil-1/gérez-votre-blog-depuis-votre-site-en-ligne	folle histoire			x	Blog général
27-sept	Medium	https://medium.com/@toulouse.lafolle/un-jour-a-toulouse-1a3788197405	Un peu fou			x	Blog général
27-sept	Weebly	https://yogicool.weebly.com	Folle	x			Blog général
27-sept	Canalblog	http://skisession.canalblog.com/archives/2018/09/27/36739461.html	folle	x			Blog général
27-sept	Skyblog	https://toulouselafolle.skyrock.com/3316879306-La-folle-histoire-de-Toulouse.html	Folle ville			x	Blog général
27-sept	ADL	https://www.adl-le-salon.fr/?p=6448&preview=true	Visitez le site web			x	Blog général
27-sept	Unblog	http://cuisinesavoyarde.unblog.fr/2018/09/27/le-reblochonnade/	folle histoire	x			Blog général
27-sept	Le Monde (blog)	http://villesdumonde.blog.lemonde.fr/2018/09/27/guanajuato-ville-dor-de-lumiere/	folle histoire			x	Blog général
06-oct	Blog sur Marie-Claire	http://minouandco.blogs.marieclaireidees.com/archive/2018/10/06/bien-voyager-avec-son-chat-15066.html	50666.html			x	Blog général
08-oct	Lescopainsd'avant.com	http://copainsdavant.linternaute.com/p/claude-rauze-20101591	Lien direct			x	Blog général
08-oct	Webself.net	http://folle-ville-rose-over-blog.com/	folle ville rose			x	Blog général
08-oct	Webhostapp	http://toulouse-son-captote-sep-sauvisses.000webhostapp.com/	Toulouse			x	Blog général
08-oct	Cronsite	https://toulousealafolle.cronsite.fr/	Toulouse			x	Blog général
08-oct	Yolasite	https://villeroze.yolasite.com/	Connaitre la ville rose			x	Blog général
09-oct	Univers-Cité	http://www.univers-cites.fr/2018/03/31/toulouse-hors-des-sentiers-battus/	folle histoire de Toulouse			x	Blog général
10-oct	Weebly	https://carnetsdevoyageuse.weebly.com/	folle	x			Blog général
10-oct	ED.com	https://www.ed.com/profile/11089755	Blog			x	Blog général
11-oct	Centerblog	http://passion-italie.centerblog.net	folle			x	Blog général
11-oct	webedn.fr	http://cuisinedu974.webnode.fr/!moins-cest-parfois-mieux/	folle	x			Blog général
11-oct	sofoot.com	https://www.sofoot.com/le-tefece-rattrape-rennes-sur-la-ligne-461038.html#message-3508061	Lien direct			x	Blog général
11-oct	Wikipédia	https://fr.wikipedia.org/wiki/Toulouse_Game_Show#Autres_%C3%A9ditions	lire en ligne			x	Article TGS 6/10
11-oct	Marmiton	https://www.marmiton.org/forum/profil-ciboulette2013-420765.aspx	folle			x	Blog général
15-oct	Lychee	https://www.leetchi.com/fr/Cagnotte42082833/edsa881a	folle	x			Blog général
15-oct	GoFundMe	https://www.gofundme.com/manage/amenagement-de-louise	folle	x			Blog général
15-oct	Le Pot Commun	https://www.lepotcommun.fr/pol/hz4oeg72	folle	x			Blog général
16-oct	Secrets d'Histoire	http://boulisque.secretsdhistoire.com/dvd-secrets-d-histoire/112-coffret-dvd-saison-8.html	folle			x	Blog général
17-oct	Objectif Papiilon	https://www.objectifpapiilon.fr/actualites/2-mois-et-demi-pour-ranker-sur-google-le-par-fou-de-5-sentiers-toulousains.html	5 sentiers-toulousains.html			x	Blog général
19-oct	Viadeo	https://www.viadeo.com/p/00211c1uhqt0gyeo/ed1/	Lien direct			x	Blog général
19-oct	Yooda	https://blog.yooda.com/communaute/interviews/2183-interview-laurent-peyrat-consultant-seo/	Folle, la ville rose vue d'un autre oeil			x	Blog général
19-oct	Magnolia café créatif	https://www.magnoliacafecreatif.fr	folle ville rose			x	Blog général
19-oct	Magnolia café créatif	https://www.magnoliacafecreatif.fr	Folle créative			x	Blog général
22-oct	Forum Madmoizelle	http://forums.madmoizelle.com/sujets/projet-etudiant-blog-de-bons-plans-toulousains.146891/	Lien direct			x	Blog général
22-oct	Folle et Fauchée	http://folle-et-fauchee-over-blog.com/2018/10/qu-est-ce-que-la-vache-folle.html	folle	x			Blog général
22-oct	Vimeo	https://vimeo.com/296411641	Lien direct				Blog général
x	Sciences Po Toulouse	A venir					
24-oct	Tendances Block	https://tendances-block.com/brunch-toulouse/	folle	x			Blog général
01-nov	Toulouse Quidditch	https://toulousequidditch.weebly.com/dans-les-meacutedias.html	Lien direct			x	Article Quidditch
05-nov	Gourmande mais pas cuisistot	http://www.gourmande-mais-pas-cuisistot.fr/	Folle	x			Blog général
07-nov	Karine Baudoin	http://www.karinebaudoin.com/la-folle-ville-rose-un-nouveau-media-etudiant-pour-redecouvrir-toul	La folle ville rose			x	Blog général
11-nov	Gntekram	http://gntekram.fr/le-nudge-marketing-au-service-de-lecologie-et-de-la-societe-de-demain	Folle	x			Blog général
11-nov	La Dépêche	https://www.ladepêche.fr/article/2018/11/12/2904861-le-toulouse-insolite-des-etudiants-de-science	la presse web]			x	Blog général
12-nov	Di-leur	https://di-leur.fr/toulouse-autrement-avec-folle-folle-decouvrez-le-recit-des-chose-de-la-ville	folle	x			#definition
"	"	"	folle	x			#dictionnaire
"	"	"	il suffit de CLIQUER ICI			x	Blog général
12-nov	Twitch.com	https://www.twitch.tv/lechevalierdeje	Folle	x			Blog général
14-nov	Clairdumonts	https://clairdumonts.com/on-parle-de-nous/	Folle Ville Rose - Titre			x	Article Zero déchet
17-nov	Forumactif.com	http://alafolle.forumactif.com/2-folle-de-ce-blog	folle	x			Blog général
17-nov	E-monsite	http://passionjuges.e-monsite.com/	folle	x			Blog général
17-nov	SiteW	http://www.follepassionmagistrats.sitew.fr/#Accueil.A	folle	x			Blog général
17-nov	Wifeo	http://magistratetmagicienne.wifeo.com/	folle	x			Blog général
17-nov	Jimdo	https://magieertentouloupe.jimdofree.com/	Folle	x			Blog général
17-nov	Jefaismonsite	http://www.jefaismonsite.fr/folle/	folle	x			Blog général
17-nov	Site123	https://1657158.site123.me/	folle	x			Blog général
17-nov	Quomodo	http://club.quomodo.com/prank	folle	x			Blog général
17-nov	Compoz	http://site.compoz.fr/giletsjaunes/	folle	x			Blog général
17-nov	Cleasite	http://alafolie.cleasite.fr/	Folle	x			Blog général
20-nov	Les Sans Culottes	https://sansculottes31.wordpress.com/2018/11/20/ollement-engage-e-jarmarchele24/	Folle	x			Blog général
25-nov	Free-bb (forum)	http://giletsjaunes.cmonfo.com/sujet-638404-806974-105434-1-Mobiliser-Condannmer-Cu-Ne-Ra-Plus-les-Dommes-Des-Fr	Rechercher les sujets			x	Blog général
25-nov	Clicforum.com (via Xoot)	http://levrac.clicforum.com/v2-Le-premier-message-de-votre-forum.htm	ici			x	Blog général

◆ **Le nombre d'articles et le trafic : l'interface Overblog**

Tableau de bord Bonjour, quel plaisir de vous revoir ! 😊




Folle
folle-ville-rose-over-blog.com

Gratuit


Offre actuelle

Propriétaire

Rôle sur le blog



Voir le blog



Partager le blog

Statistiques

Hier

48

Articles

Mois

1 869

Visites

Depuis la création

5 135

Pages vues

Abonnés Reader 0

Abonnés newsletter 1

En savoir plus

Revenus



UN NOUVEAU MÉDIA ÉTUDIANT POUR (RE)DÉCOUVRIR TOULOUSE

CINQ ÉTUDIANT·E·S DE SCIENCES PO TOULOUSE À L'ASSAUT
DES FOLLES HISTOIRES DE LA VILLE ROSE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE – Toulouse, lundi 29 octobre 2018

La Ville rose regorge d'anecdotes historiques et d'histoires un peu folles qui mériteraient l'attention des Toulousains. Cinq étudiant·e·s en Master 2 Communication souhaitent mettre en lumière ce patrimoine culturel, en allant à la rencontre des secrets cachés de leur ville sur leur blog.

Comment susciter l'intérêt des Toulousain·e·s pour leur ville ? Pour répondre à cette question, **cinq étudiant·e·s de Sciences Po Toulouse ont lancé leur blog**. Parce qu'ils considèrent que trop souvent, les habitants de la Ville Rose ne rencontrent pas d'offre capable de les familiariser avec leur ville d'adoption, ils partent eux-mêmes à la recherche des **folles histoires de Toulouse**, guidés par la volonté de remédier à ce manque en sortant des sentiers battus.

Un blog lancé pour les petites histoires de Toulouse

Le déclic, ils l'ont eu en foulant une énième fois la place du Capitole et en remarquant au bout de cinq ans que les signes du zodiaque ornaient la Croix Occitane incrustée dans le sol. Est alors instauré un rendez-vous hebdomadaire pour prendre le temps de découvrir la ville.

Quand il fait beau, ils flânent dans la ville à la recherche de détails qui les interpellent. Les jours plus moroses, ils se renseignent sur leurs prochaines sorties, dans les bibliothèques ou aux archives municipales.

Très vite, l'idée est venue de recenser brièvement leurs découvertes via un blog, pour mettre de l'ordre dans leurs propos mais aussi pour partager auprès de leurs camarades les éléments de savoir qu'ils collectent. « *On essaye de vulgariser le patrimoine en racontant la grande Histoire par la petite, et de donner des clefs d'entrée originales pour mieux se l'approprier* » expliquent-ils.



Figure 1 – Les signes du zodiaque de la Croix Occitane du Capitole

Au-delà du patrimoine, des articles variés sur l'actualité et les initiatives locales

Aujourd'hui **cinq thèmes rythment les publications de ces rédacteurs-communicants** en passe d'entrer dans le monde professionnel : des portraits réécrits au prisme d'angles moins connus (Claude Nougaro, Mal Clabel), des trajectoires un peu folles qui surprennent autant qu'elles font sourire (Ceci & Cela, Café Magnolia), le patrimoine mis au goût du jour (le donjon du Capitole, la Daurade) ainsi que la folle actualité toulousaine (station de métro fantôme, course de canards) et de l'insolite... pour étonner.



Figure 2 – Le Magnolia Café, un lieu créatif découvert et mis en avant sur leur blog

Jamais à court d'idées, ils s'efforcent de se diversifier tout en produisant un contenu original et de qualité, pour le plus grand bonheur de leurs lecteurs. Ils essayent également au passage de donner de la visibilité à des initiatives qui leur tiennent à cœur.

Faire participer les Toulousain·e·s

Puisqu'ils s'adressent à tous et souhaitent faire de leur blog un incontournable de la vie locale, ils répondent à toute demande d'article sur un projet qui mérite que plus d'attention lui soit porté. Avec plus de 1000 visites depuis le début de l'aventure, ils représentent un véritable relais de l'information locale pour les petits (et les grands) projets.



Figure 3 – Malika, Fabien & Anouck, à l'occasion des 70 ans de Sciences Po Toulouse, véritable institution toulousaine aux nombreuses histoires

LIEN DU SITE

<http://folle-ville-rose.over-blog.com>

CONTACTS PRESSE

Anouck Duchosal

06 87 26 86 67

Alice Darolles

06 64 66 11 42

POUR TOUTE SOLLICITATION

toulouse.lafolle@gmail.com

AUTRES MEMBRES DU COLLECTIF

Malika Bêche-Capelli, Fabien Jougla & Zakariya Gasmi

Journal de bord

FOLLE, LE MÉDIA DE LA VILLE ROSE

MALIKA BÊCHE-CAPELLI, ALICE DAROLLES, ANOUCK DUCHOSAL, ZAKARIYA GASMI & FABIEN JOUGLA

LUNDI 17 SEPTEMBRE - COURS 1 DE L'ATELIER

- Choix du thème : un blog sur les anecdotes et histoires folles de Toulouse
- Ouverture du blog <http://folle-ville-rose.over-blog.com>

MARDI 18 SEPTEMBRE

- Publication de notre premier article : "*La folle histoire... du Capitole*"
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/09/la-folle-histoire-du-capitole.html>

MERCREDI 19 SEPTEMBRE

- Publication de l'article sur "*La folle histoire d'amour de Claude Nougaro.. avec Toulouse*"
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/09/la-folle-histoire-d-amour-de-claude-nougaro.avec-toulouse.html>

JEUDI 20 SEPTEMBRE

- Publication de l'article sur "*La (pas si) folle histoire de la station fantôme du métro toulousain*"
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/09/la-pas-si-folle-histoire-de-la-station-fantome-du-metro-toulousain.html>

VENDREDI 21 SEPTEMBRE

- Publication de l'article sur "*La folle histoire... du dernier théorème de Fermat !*"
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/09/la-folle-histoire-du-dernier-theoreme-de-fermat.html>

SAMEDI 22 SEPTEMBRE

- Mise en place du lien entre le blog et Google Analytics
- Premier contact par mail avec le Lycée Pierre de Fermat pour leur demander de publier notre article sur leur site

DIMANCHE 23 SEPTEMBRE

- Mise en place du lien entre le blog et la Google Search Console
-

LUNDI 24 SEPTEMBRE - COURS 2 DE L'ATELIER

Ce que l'on retient :

La volonté de Google d'être un « moteur de réponses » :

- Généralisation de l'usage des questions les plus posées avec « folle » et « Toulouse » dans answerthepublic.com puis dans [semrush](http://semrush.com) pour les titres d'articles.

La nécessité de faire du linking externe :

- Création du fichier excel de Linking externe pour répertorier les liens obtenus
- Démarrage de la stratégie de Linking externe pour créer des « faux » liens : forums, blogs et sites à profils publics.
- Démarrage de la stratégie de Linking externe sérieuse : création d'un répertoire de blogs et sites pour faire de l'échange d'influence
- Création d'un fichier de Maillage interne pour lier les articles entre eux

- Publication de l'article sur "La folle actu de la semaine : polémique et canard en plastique"
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/09/la-folle-histoire-du-dernier-theoreme-de-fermat.html>

MARDI 25 SEPTEMBRE

- Rédaction de l'article sur L'Heure du Brunch (publié le lendemain). Négociation réussie du lien sur le site heuredubrunch.com
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/09/juriste-onu-livreuse-brunchs-domicile.html>
- Publication de l'article sur l'horloge à 24 chiffres de la Rue Alsace Lorraine
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/09/la-folle-et-saugrenue-horloge-a-24-chiffres.html>

JEUDI 27 SEPTEMBRE

- Envoi d'un mail de relance au service communication du Lycée Fermat
- Rédaction et programmation de l'article sur le chemin de Mal Clabel
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/09/l-histoire-incroyable-du-chemin-de-mal-clabel.html>

SAMEDI 29 SEPTEMBRE

- Rédaction et programmation de la Photo du jour sur l'histoire du nom de la Ville Rose
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/09/la-photo-du-jour-la-ville-rose.html>

MERCREDI 3 OCTOBRE - RÉUNION DE TRAVAIL

Sur le linking

- Décision d'augmenter le nombre de faux liens : création de 5 liens chaque semaine
- Ajout dans le tableau de linking du type d'ancre optimisée, non optimisée, noyée
- Farming : lien des faux blogs entre eux (jamais du blog principal vers les faux)
- Contact avec le Musée des Abattoirs pour qu'ils relaient notre article

Sur les problèmes techniques

- Suppression des tags
- Mise en place des url canoniques <link rel="canonical" href="url"/>
- Ajout de ces problèmes et de leurs résolutions au dossier

- Création d'une chaine Youtube
- Publication d'un article vidéo sur Youtube et le blog sur la Daurade
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/la-folle-histoire-la-daurade.html>

JEUDI 4 OCTOBRE

- Réalisation d'un audit sur le dossier Workmum (2013-2014)
- Publication d'un article sur le Musée des Abattoirs
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/du-lard-a-l-art-la-folle-appellation-du-musee-des-abattoirs.html>

VENDREDI 5 OCTOBRE

- Publication de la « photo du jour »
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/toulouse-la-nuit.html>

SAMEDI 6 OCTOBRE

- Publication d'un article long sur le Toulouse Game Show
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/la-folle-histoire-du-toulouse-game-show.html>

LUNDI 8 OCTOBRE – COURS 3

Sur l'architecture du site

- Modification des noms des catégories : Accueil, Folle Actu, Patrimoine en Folie, Folles trajectoires, Histoires folles, Insolite
- Rédaction d'un paragraphe introductif de +800 mots pour chaque catégorie
- Création de bannières pour chaque catégorie
- Retrait des *no robot* et du *canonical* (en effet maintenant que le problème du *duplicate content* est résolu nous avons besoin que Google nous indexe).
- Rédaction d'un long paragraphe d'introduction sur la *home page*

Sur le linking

- Augmentation du nombre de faux liens créés à 10 par semaine (soit 2 chacun)
- Systématiquement faire du *farming* entre les sites.
- Contact de la Paroisse de la Daurade et du centre ecclésiastique pour qu'ils partagent notre vidéo sur la Daurade

- Création et formalisation d'une routine d'écriture à suivre pour que les articles soient cohérents entre eux (sur le fond mais surtout sur la forme).

MARDI 9 OCTOBRE

- Optimisation des ancres sur les blogs créés
- Optimisation des articles (titre, paragraphe, section, images avec code)
- Publication d'un article de plus de 800 mots écrit sur les 70 de Sciences Po
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/la-folle-actu-70-ans.html>

Sur le linking

- Déplacement au lycée Fermat pour demander un lien (site du collège et du lycée)
- Envoi d'une demande de lien à l'association des diplômés de l'IEP

JEUDI 11 OCTOBRE - RÉUNION

- Mise à jour de la routine d'écriture : ajout de section et de liens dans les pages catégorie

- Changement de méthode pour obtenir des liens : plutôt que d'écrire un article puis tenter de le diffuser, contacter d'abord un relai et lui écrire un article.
- Rédaction d'un communiqué de presse
- Reprise de l'audit du dossier
- Publication de l'article sur Ceci et Cela
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/tous-fous-du-vrac.html>

Sur le linking

- Contact d'influenceurs locaux pour faire des échanges d'influence
- Contact de Objectif Papillon, site référence en SEO pour obtenir de l'aide

SAMEDI 13 OCTOBRE

- Publication de l'article sur la Tour des Consistoires
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/entre-tradition-et-singularite-la-folle-histoire-du-donjon-du-capitole.html>

LUNDI 15 OCTOBRE - RÉUNION

- Face aux problèmes rencontrés sur la page d'accueil, nous tentons d'éditer un module mais il ne s'affiche pas sur toutes les pages : en cours (Fabien)
- Reprise du dossier : SWOT (du blog, des concurrents, des sites d'actualité, de Folle et Fauchée), diagnostic et étude

Sur le linking

- Contact du TFC pour leur rédiger un article
- Contact du Community Manager de Secrets d'Histoire (pour un faux lien)
- Création de cagnottes en ligne pour créer des liens

MARDI 16 OCTOBRE

- Publication de l'article sur le Magnolia Café
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/liberez-votre-folie-creatrice.html>
- Obtention d'un lien sur leur site
<https://www.magnoliacafecreatif.fr>

MERCREDI 17 OCTOBRE

- Obtention d'un lien dans la section « Actu » de Objectif Papillon
<https://www.objectifpapillon.fr/actualites/2-mois-et-demi-pour-ranker-sur-google-le-pari-fou-de-5-etudiants-toulousains.html>

JEUDI 18 OCTOBRE

- Obtention d'un lien sur Yooda dans l'article sur Laurent Peyrat
<https://blog.yooda.com/communaute/interviews/2183-interview-laurent-peyrat-consultant-seo/>
- Ecriture pour Sciences Po Toulouse d'un article + vidéo sur le Gala des 70 ans de l'école : en attente de publication sur le site internet
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/retour-sur-les-70-ans-de-sciences-po-toulouse.html>

SAMEDI 20 OCTOBRE

- Publication de l'article sur les bâtiments de Primark Toulouse, en lien avec sa récente ouverture (pour tenter de tomber sans les actualités Google)
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/la-folle-ouverture-de-primark-derriere-l-enseigne-un-batiment-exceptionnel.html>
-

LUNDI 22 OCTOBRE - COURS 4

Un constat alarmant : Folle ! Et fauchée rank et pas nous. Il faut trouver une solution !

Sur le site

- Modification du nom : nous devenons : Folle, avec jeu avec la description : Le média de la Ville Rose
- Modification du nom des rubriques avec toujours « Folle » en premier. Elles deviennent : Folle (accueil), Folle Actu, Folle Patrimoine, Folle Trajectoire, Folle Histoire, Folle Insolite

Sur la rédaction

- Axer plus nos titres sur les questions-réponses Google
- Rajouter les mots Visiblis liens dans le texte de la page d'accueil

Sur le linking

- Relance de Secrets d'Histoire
- Contact de UT1 pour y être indexé
- Contact de Toulouse Métropole pour leur rédiger un article
- Contact de la Paroisse étudiante de Toulouse pour leur rédiger un article ou qu'ils partagent notre vidéo sur la Daurade
- Contact du Quidditch Club de Toulouse pour leur écrire un article répondant à la question "Qu'est-ce qu'une folle qui danse sur un balai ?"
- Contact de bloggers spécialistes du brunch pour une collaboration

MARDI 23 OCTOBRE

- Publication de l'article « Pourquoi Toulouse est mieux que Bordeaux », une des questions les plus posées avec « Toulouse » selon Answerthepublic
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/pourquoi-toulouse-est-mieux-que-bordeaux.html>

Sur le linking

- Obtention d'une ancre optimisée sur « folle » dans Secrets d'Histoire
<http://boutique.secretsdhistoire.com/dvd-secrets-d-histoire/112-coffret-dvd-saison-8.html>
- Obtention d'un lien sur le site d'UT1

MERCREDI 24 OCTOBRE

- Rédaction d'un article de plus de 3000 mots incluant 3 vidéos originales sur le Quidditch Club de Toulouse
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/10/une-folle-qui-danse-sur-un-balai-non-non-et-non.html>
- Lien sur leur site
<https://toulousequidditch.weebly.com/dans-les-meacutedias.html>

- Rédaction d'une sélection de brunchs pour Tendances Blook : lien sur leur site <https://tendances-blook.com/brunch-toulouse/>

DIMANCHE 28 OCTOBRE

- Publication de l'article sur l'arrivée de la Halle de la Machine à Toulouse : parler d'actualité pour ranker <http://folle-ville-rose.over-blog.com/>

LUNDI 29 OCTOBRE

- Diffusion du communiqué de presse par Mailchimp à 24 contacts presse
- lien sur le site de Karine Beaudoin, attachée de presse à Sciences Po Toulouse <http://www.karinebaudoin.com/la-folle-ville-rose-un-nouveau-media-etudiant-pour-redecouvrir-toulouse/>

MARDI 30 OCTOBRE

- Optimisation du nombre de publicités dans le but d'alléger le chargement des pages : passage de 6 à 1 ou 2 publicités par page (la suppression totale n'est pas possible car Overblog ajoute alors son propre système de publicités qui rend le site instable)

MERCREDI 31 OCTOBRE

- Publication de l'article sur les anecdotes avinées de Toulouse « Plus folle tu meurs » <http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/plus-folle-que-ca-tu-meurs-une-ville-ou-tout-s-arrose-follement.html>

SAMEDI 3 NOVEMBRE

- Publication de l'article « Comment rendre folle sa femme... » une des questions les plus posées sur Google selon Answerthepublic <http://folle-ville-rose.over-blog.com/-7>

LUNDI 5 NOVEMBRE

Sur la rédaction

- Ajout des termes « définition » et « dictionnaire » dans le texte de la page d'accueil
- Ajout du champ lexical : « folle, définition, dictionnaire, synonyme, français, anglais, mot » systématiquement dans nos articles. Insister sur « folle » et ses synonymes.
- Ajout des #definition #
- Ajout de tous les liens sur un faux blog (<http://avocatpassion.blogspot.com/>) + connexion de la Search Console pour essayer de forcer Google à aller sur les liens que nous avons placé et obtenu
- Ajout au dossier de chiffres, objectifs, stratégies et y faire ressortir ce qu'on pourra ré-utiliser en milieu professionnel

MARDI 6 NOVEMBRE

Sur les relations médias

- Rencontre avec Bernard Davodeau, journaliste à La Dépêche (article sur nous prévu dans le week-end)
- Envoi du CP à Karine Baudoin (spécialiste relations médias sur Toulouse)
- Envoi d'un formulaire de contact pour au Club de la Com en parlant explicitement de SEO pour un lien depuis leur site

- Relances des journalistes par téléphone
- Publication de l'article sur le projet des étudiants en marketing de TSM en échange d'un lien sur leur site
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/folle-decouverte-gnitekram.html>
<http://gnitekram.fr/le-nudge-marketing-au-service-de-lecologie-et-de-la-societe-de-demain/>

MERCREDI 7 NOVEMBRE

- Réponse positive de Dis-leur ! pour un article
<https://www.dis-leur.fr/toulouse-autrement-avec-folle-decouvrez-le-recit-des-choses-de-la-ville>
- Publication de « la photo du jour »
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/photo-du-jour-pourquoi-aimer-l-automne-pour-ses-folles-couleurs-bien-sur.html>

JEUDI 8 NOVEMBRE

- Nous avons été contactés par un journaliste de Radio FG (Juan Belleville) : échanges téléphoniques pour un éventuel partenariat

VENDREDI 9 NOVEMBRE

- Publication de l'article sur le Stade Toulousain et Saint Thomas D'Acquin
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/le-stade-toulousain-protege-de-saint-thomas-d-aquin.html>

LUNDI 12 NOVEMBRE

- Acquisition d'un lien dans La Dépêche !
<https://www.ladepeche.fr/article/2018/11/12/2904661-le-toulouse-insolite-des-etudiants-de-science-po.html?fbclid=IwAR3QSpbJh4Y2pbwLiloxDDN9oqyWi5Bsbi6TYCT1WscjkNkZjUW9X9LV5Ss>
- Réponse aux commentaires laissés par « Andy » pour lui proposer un échange de visibilité
- Publication de l'article sur C l'air du temps !
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/le-zero-dechet-une-idee-folle.html>
- Et relais sur leur site
<https://clairdutemps.com/on-parle-de-nous/>

MARDI 13 NOVEMBRE

- Rencontre avec le journaliste de Radio FG au Mirail et conclusion d'un partenariat pour avoir un lien sur leur site

MERCREDI 14 NOVEMBRE

- Contact par téléphone avec Nadia Didelot de toulouseweb

JEUDI 15 NOVEMBRE

- Publication de l'article sur la marche du 24 novembre contre les violences faites aux femmes
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/follement-engage.e-jemarchele24.html>

- Relai sur le site des Sans Culottes
<https://sansculottes31.wordpress.com/2018/11/20/follement-engage-e-jemarchele24/>

Dimanche 18 novembre

- Publication de la « photo du jour »
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/pourquoi-je-suis-folle-de-l-automne-photo-du-jour.html>

LUNDI 19 NOVEMBRE

Sur la visibilité du blog

- Création et relai des réseaux sociaux (page Facebook, compte Twitter, compte Instagram).
- Relai automatique des articles sur Facebook et Twitter, manuellement sur Instagram
- Localisation sur Google Maps (chez Anouck), effectif le 22.

Sur le dossier

Revoir le dossier et le densifier : nos techniques de geek (blocs de texte sur une page, description des rubriques, les RP, #home : nos réponses aux questions Google, notre stratégie d'optimisation sans renoncer à notre stratégie éditoriale

- Décision d'augmenter la cadence de publication à 1 article par jour pour suivre le rythme de Folle et Fauchée
- Contact de @boucherieovalie sur Twitter pour qu'ils relaient notre article sur le Stade Toulousain et Saint Thomas d'acquis
- Publication de l'article sur l'hiver dans le Sud Ouest
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/pourquoi-je-suis-folle-de-l-hiver.html>

MARDI 20 NOVEMBRE

- Publication de l'article sur l'histoire des arts oratoires
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/comment-bien-parler-en-public-la-folle-histoire-de-l-eloquence.html>

MERCREDI 21 NOVEMBRE

- Publication de l'article sur le tramway toulousain
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/la-folle-histoire-du-tramway-toulousain.html>

JEUDI 22 NOVEMBRE

- Réception de la lettre Google pour confirmer l'adresse de notre entreprise : nous devenons une entité nommée !
- Réponse à BouduToulouse pour le partage de notre vidéo sur leur site : publication en cours
- Publication de l'article en partenariat avec Radio FG sur les expositions d'art contemporain en novembre à Toulouse
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/que-faire-de-fou-en-novembre.html>
- Relais en cours sur leur site

VENDREDI 23 NOVEMBRE

- Apparition sur Google !! Nous sommes page 12 !

- Publication de l'article sur le marché de Noël
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/folle-fete-marche-noel.html>

SAMEDI 24 NOVEMBRE

- Nous sommes entre la page 1 et la page 2 de Google !
- Publication de l'article sur le salon InfoSup
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/folle-orientation-rendez-vous-a-infosup.html>

DIMANCHE 25 NOVEMBRE

- Création de 3 liens sur des forums
- Poursuite de la rédaction dossier
- Publication de l'article sur la vache folle
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/la-folle-histoire-de-la-vache-folle.html>

LUNDI 26 NOVEMBRE

- Décision de déposer 3 faux liens tous les deux jours (2 ancres noyées - 1 ancre optimisée)
- Publication de l'article sur le débat : pain au chocolat vs chocolatine
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/ces-fous-qui-disent-encore-pain-au-chocolat.html>

MARDI 27 NOVEMBRE

- Publication d'un article sur l'actualité : des serpents dans Toulouse
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/reptiles-baladent-ville.html>

MERCREDI 28 NOVEMBRE

- Publication de l'article sur la légende du lac sacré de Saint-Sernin
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/la-folle-legende-d-un-lac-d-or-sous-la-basilique-saint-sernin.html>

JEUDI 29 NOVEMBRE

- Publication de l'article sur « *La folle histoire du meilleur bar à vins du monde !* »
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/la-folle-histoire-du-meilleur-bar-a-vins-du-monde.html>

VENDREDI 30 NOVEMBRE

- Publication d'un article recette :
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/que-faire-de-fou-avec-de-la-saucisse-de-toulouse.html>

SAMEDI 1ER DÉCEMBRE

- Publication de l'article sur le TGS :
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/11/coup-d-envoi-au-tgs.html>

DIMANCHE 2 DÉCEMBRE

- Publication de l'article sur le Melting Po
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/12/la-folle-initiative-de-la-semaine-entretien-avec-le-melting-po.html>

LUNDI 3 DÉCEMBRE - DERNIER COURS AVANT LA REMISE DU DOSSIER

- Publication de l'article sur les salons de thé
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/-2>

Questions : que penser du fonctionnement du robot entre local /national ? Comment progresser ?

Outils pour vérifier le ranking : Yooda see u rank / Monitorank / ranks

MARDI 4 DÉCEMBRE

- Publication de l'interview de Sarah Mÿ Lan
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/12/la-folle-creativite-d-une-artiste-toulousaine.html>

MERCREDI 5 DÉCEMBRE

- Publication d'une Photo du Jour
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/12/folles-lumieres-sur-la-garonne-photodujour.html>

JEUDI 7 DÉCEMBRE - DERNIÈRE RÉUNION

- Finitions de la rédaction du dossier

WEEK-END DU 8 & 9

- Travail de mise en page et finitions

LUNDI 10 DÉCEMBRE

- Publication d'un article sur notre projet sur la page d'accueil du site de Sciences Po Toulouse (dans le carrousel)
http://www.sciencespo-toulouse.fr/la-folle-initiative-du-parcours-communication--643601.kjsp?RH=iep_fr

MARDI 11 DÉCEMBRE

- Publication de notre article final « Folles vacances pour la Ville Rose » qui marque le clap de fin de notre atelier.
<http://folle-ville-rose.over-blog.com/2018/12/les-folles-vacances-de-la-folle-team-folle.html>