

09 octobre 2023

#SEO-SXO

# SEO : LE MEILLEUR RÉFÉRENCEUR, C'EST LE COMMUNICANT

Laurent Peyrat, consultant SEO et référencement naturel, nous rappelle les grands principes de ce domaine hyper-concurrentiel du web tout en dépoussiérant nos idées reçues sur le sujet.

## Le SEO, qu'est-ce que c'est ?

Le SEO consiste à optimiser un site web pour qu'il apparaisse en tête des résultats des moteurs de recherche, en particulier Google. Pour y parvenir, les critères essentiels sont la **qualité du contenu**, l'**architecture du site**, la **popularité des liens** et la **pertinence des mots-clés utilisés**. Et quand on s'intéresse aux mécanismes du référencement naturel, on s'aperçoit vite qu'ils sont indissociables du travail de communicant...

## Comprendre et cibler les besoins

Optimiser le référencement naturel de son site, c'est enrichir son **champ lexical**, **démultiplier les mots clés**, mais pas que ! Pour définir une stratégie SEO efficace et durable, il s'agit avant tout de **définir les intentions de recherche des utilisateurs** que vous ciblez. Quelle est la raison qui pousse l'internaute à utiliser Google pour faire une recherche ? Répondre à cette question, c'est comprendre les attentes de votre interlocuteur.

Laurent Peyrat souligne que le référencement naturel ne consiste pas seulement à suivre des règles techniques, mais aussi à **comprendre les besoins des utilisateurs** pour y répondre de manière pertinente. Mettre en place une **stratégie SEO de qualité**, c'est apprendre comment s'exprime le public visé sur Internet, et comment Google interprète ces requêtes, pour répondre aussi finement que possible à ses besoins. Quand on sait que 15% des requêtes sont inédites (soit 500 millions de nouvelles requêtes par jour !) on saisit mieux l'enjeu derrière l'étude et la compréhension de ce langage en constante évolution.

## Produire du contenu en quantité, mais surtout de qualité

Toute stratégie SEO exige de produire un certain volume de contenus pour **se rendre visible dans les résultats de recherche**. Comme pour tout projet éditorial, cela suppose de fixer un cap, un niveau de qualité conforme aux ambitions formalisées au moment de définir cette stratégie. Quelle que soit leur quantité, les contenus éditoriaux produits doivent refléter une même rigueur, au service de la qualité, pour ne pas tomber dans le hors sujet et l'infobésité.

Pour s'assurer de cette continuité, la mise en œuvre de la stratégie SEO doit faire l'objet d'une **évaluation continue avec l'équipe projet**. L'écoute et la capacité à travailler en équipe sont primordiaux : **le communicant et l'expert SEO œuvrent ensemble pour produire les contenus les plus adaptés à leurs cibles, et donc les mieux optimisés pour Google**. Ce qui est bon pour le lecteur est bon pour le moteur !

## Le meilleur référenceur, c'est le communicant

[Laurent Peyrat](#) met en évidence cet aspect souvent négligé dans les stratégies SEO : **le rôle du communicant**. In fine, le meilleur référenceur est celui qui sait **communiquer efficacement** : si la qualité du contenu est essentielle, la façon dont ce contenu est présenté et partagé pour attirer les visiteurs sur un site web est tout aussi importante.

Le communicant est en mesure de créer **des contenus attrayants et pertinents**, mais aussi de les promouvoir efficacement sur les réseaux sociaux et autres canaux de diffusion. Son rôle est aussi de nouer des partenariats avec d'autres sites web pour obtenir des backlinks de qualité, qui contribuent à améliorer le positionnement sur les moteurs de recherche. Le meilleur référenceur est donc celui qui maîtrise à la fois **les aspects techniques du SEO et les actions de communication**.

## SUIVEZ-NOUS



LinkedIn



YouTube

[Contact](#)

- Rejoignez-nous
- Mentions légales
- Politique de confidentialité
- Ressources
- Contactez-nous