



Atelier « Bien rédiger pour le web »



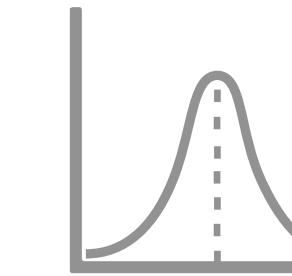
Destination Compiègne Pierrefonds -02/2022

Programme



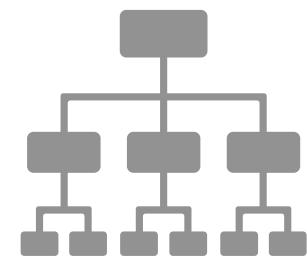
Écrire : pourquoi et pour qui?

Objectifs
Cibles
Personas



Le choix des mots-clés

Google trends
Ubersuggest
Longue-traine
Answer the public



L'accès au contenu

Arborescence
Ergonomie
Tags UX



Le référencement
Optimisation SEO

Titre hn
Titres des images
Balises <title>
<meta description>
Attribut alt
Hyperliens



Concevoir son texte

Calibrage
Accroche
Angle
Titre Chapô
Inter-titres

- 1 -

Écrire : pourquoi, pour qui ?
Définir ses objectifs

Pourquoi ? Pour qui ?

- Définir la ligne éditoriale
- Définir ses cibles
- Créer des personas
- Connaître les scenarios de lecture

La ligne éditoriale

Définition

- Ce fil conducteur détermine ~~les idées que vous traiterez, le ton~~ que vous utiliserez et ~~les points de vue à adopter.~~
- Il vous ~~sert de repères~~ afin de proposer des contenus pertinents et cohérents

La ligne éditoriale

Pourquoi l'utiliser ?

- Il permet d'affirmer l'identité de la destination auprès de vos lecteurs.
- Garantir la cohérence au sein de l'équipe éditoriale
- Elle va participer à la valorisation de l'identité graphique du site

La ligne éditoriale

Il convient de déterminer :

- Le rythme de publication
- Les sujets et rubriques («RDV avec le lecteur»)
- Les différents formats (posts, articles, pages...)
- Le ton : Accessible ? Sérieux ? Institutionnel ? Joyeux ?



Aujourd'hui c'est journée découverte sur le côté Estuarien du médoc !

Cécile

Depuis longtemps j'ai envie de découvrir le bord de l'estuaire de la Gironde, tout près de l'embouchure.

Nous partons avec Paul, Pierre et Céline pour une journée sport et dégustations sans enfant ! Nous arrivons de Bordeaux, après 1 heure de route, en traversant les plus beaux châteaux médocains. Nous passons de petits ports en petits ports, carrelets et exploitations d'huîtres...

C'est étonnant, les cabanes de pêcheurs donnent une impression de déjà vu, peut-être un air de port ostréicoles du bassin...



NOUS NOUS ARRÊTONS À SAINT VIVIEN DE MÉDOC, POUR UNE DÉGUSTATION D'HUÎTRES.

Oui il y a des exploitations d'huîtres dans le Médoc ! Pour être plus précise, c'est l'affinage de l'huître qui se fait dans les marais salants médocains. C'est Bertrand qui nous reçoit et nous explique l'histoire de l'ostréiculture dans le Médoc. Après de nombreux rebondissements, ils ont obtenu l'autorisation de ré-exploiter les marais médocains depuis 2014.

Il produit aussi des gambas, palourdes et autres coquillages... Après 1h de visite, nous passons à la dégustation !

PLUS GÉNÉREUSE QUE LAITEUSE, VOICI LE POINT D'ORGUE DES HUÎTRES DE LA PRESQU'ÎLE! UN DÉLICE ;)



Article publié le 8 juin 2018 - [Actualité générale](#), [Temps forts](#)

Vous adorez qu'on vous raconte des histoires ? Et si en plus elles deviennent réalité au détour d'un chemin c'est encore plus excitant. Révisez vos classiques tarnais et partez en balade en famille à la rencontre de drôles de créatures. Des vaches à long poils ? un dragon ? un Mowgli local ? De quoi alimenter l'imagination de toute la famille !



Les vaches à poils longs : les Highlands à Canroute

Un long rideau de poils tendu entre ses cornes effilées dissimule de beaux yeux noisette. Sur ses flancs pousse une fourrure molletonnée mal peignée. Cette créature entre le griffon et le yack est **une vache Highland**, une vaillante Écossaise très à l'aise les sabots dans sa **tourbière** au plus chaud de l'été comme au plus froid de l'hiver.

Article publié le 23 septembre 2017 - [Se faire du bien](#)

Première vitesse, deuxième vitesse, la 2CV prend son élan. L'air s'engouffre par la capote ouverte, dans les champs les tournesols se dorent la pilule. Margot et Romain passent en douceur d'un vignoble au bord du Tarn à de fiers villages médiévaux. Ils vadrouillent, ils sont heureux.

ENVIRONNEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Très tôt, l'Agglo a fait du développement durable une priorité. Elle met tout en œuvre pour assurer au territoire un développement responsable et solidaire, entre les habitants d'aujourd'hui et ceux des générations futures.



→ Transition énergétique

→ Potentiel solaire de mon toit

→ Sensibilisation au développement durable

ENVIRONNEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le développement durable doit permettre de corriger les impacts négatifs de notre mode de vie sur la planète et sur les hommes. Par choix et par nécessité liée à sa situation littorale, l'Agglo agit dans tous les domaines qui relèvent de sa compétence (déchets, eau, environnement, transports, habitat, politique de la ville...) pour lutter contre le changement climatique, préserver la biodiversité et les ressources naturelles, pour une plus grande solidarité et cohésion sociale.

Pionnière en matière d'écologie urbaine, elle demeure une référence et un territoire d'expérimentation dans le domaine des déplacements propres. Au-delà de la mobilité, elle agit aujourd'hui sur tous les champs du développement durable à travers la mise en œuvre de ses politiques publiques et, en interne, dans son fonctionnement et son organisation.

En parallèle, de nombreux programmes d'actions traduisent la volonté de transition et d'adaptation de l'Agglo. Ils concernent **les déplacements, les déchets, le bruit, le changement climatique et l'énergie...** et, plus largement, l'évolution vers un aménagement plus durable.

Pendez-vous du

Définir ses cibles

- Approche par typologie? Ex : un vacancier, un prestataire
- Approche affinitaire? Ex : jeunes, famille
- Quelle promesse pour quelle cible ?

*“Cibler tout le monde
revient à ne toucher
personne”*

Les personas

Il s'agit de portraits robots vivants et concrets destinés à faciliter le travail du rédacteur web pour adapter ses textes aux publics cibles.

Photo

Doit être représentative du Persona
(sa vie, son entourage, ses valeurs,
son style, sa culture, etc.)

Persona template instructions (horizontal)

Situation : Dans quel contexte ce Persona a-t-il été créé ?

Que concevez-vous ?

Prénom Nom

Âge, métier (ou occupation), lieu

Citation représentative du persona

Aisance numérique :

Expertise domaine :

Fréquence d'usage :

Racconter une histoire :

- Qui est cette personne ?
- Que fait-elle dans sa vie ?
- Quelles sont ses habitudes ?
- Quelles sont ses préférences ?
- Quelles sont ses connaissances et ses attentes (son domaine, les technologies numériques, votre produit ou marque etc.) ?
- Quelles sont ses valeurs ?
- Quels sont ses buts de vie ?



Buts clés

- Dans quel(s) objectif(s) cette personne utilise-t-elle votre service ?
- Donner des priorités aux différents buts identifiés.



Personnalité

- Quels sont ses traits de personnalité ?
- Quels sont ses comportements ?

Fiche persona



Source : <https://www.flickr.com/photos/shantibasauri/7999215216>

Takako Kimura

28 ans, professeur d'Histoire à Kyoto

Apprendre toujours plus et partager mes connaissances.

Aisance numérique : 

Expertise domaine : 

Fréquence d'usage : Plusieurs fois pendant le séjour

Takako est une jeune femme qui enseigne l'Histoire dans un collège de Kyoto ; son travail la passionne.

Pour la première fois, elle et son compagnon Haru vont aller visiter Paris. Ils ont réservé leurs billets d'avion et un hôtel sur Internet. Takako a choisi la période du 5 au 19 juillet car elle sera en congés et elle avait très envie de voir le défilé du 14 juillet.

Elle a acheté un guide de voyage pour préparer des visites. Pendant le séjour, elle préférerait utiliser une application sur son iPhone car le guide imprimé est un peu lourd à transporter.



Buts clés

- Visiter tous les lieux historiques de Paris.
- Faire certaines visites avec un guide qui parle le Japonais.
- Trouver des informations détaillées sur l'Histoire des lieux, des personnages etc.
- Conserver des traces de ses visites pour les présenter à ses élèves.



Personnalité

- Curieuse, patiente et passionnée.
- Accorde de l'importance à l'esthétique des choses.
- Achète rarement des applications sur son iPhone.

Michaël

Trader



Buts :

- Aller vite ;
- S'amuser.



Marie

Mère de 2 enfants



Buts :

- Être en sécurité ;
- Être confortable.



Paul

Plombier



Buts :

- Transporter des grosses charges ;
- Être fiable.



Claudine est **retraitée** et voyage avec son mari Jacques sur les ailes de saison. Ils viennent régulièrement en Bretagne et sont des habitués de la destination.

Claudine **aime l'authenticité** et le contact avec les habitants. Elle privilégie un hébergement en chambre d'hôtes et souhaite venir en **septembre**.

Férue de **patrimoine**, Claudine ne voyage jamais sans son guide vert Michelin. Elle aime alterner les visites culturelles en ville avec des **balades douces** pour découvrir le **petit patrimoine** rural.

Elle profite des vacances pour ne pas cuisiner et se faire plaisir aux **bonnes tables** de restaurants traditionnels.



Recherche : inspirations culturelles à Quintin et à Saint-Brieuc, itinéraires de balades à pied, hébergement en chambre d'hôtes, restaurants.



PATRIMOINE
NATURE
GASTRONOMIE



Claudine

63 ans, retraitée.

- Le Mans / Pays de la Loire
- Voyage en couple
- Chambre d'hôtes à Quintin

Julien est professeur des écoles en banlieue parisienne. Il veut partir en **itinérance sur le GR34 au mois de juillet** avec sa nouvelle compagne Camille.

Il prévoit un stop de 3 nuits en **gîte d'étape** pour explorer **l'anse d'Yffiniac**. Il aimerait participer à une **sortie nature** avec un **guide expérimenté** pour découvrir la faune et la flore de la baie.

La visite des espaces muséographiques de la **Maison de la Baie** est prévue au programme. Il aimerait aussi **louer un vélo** pour découvrir l'intérieur des terres en empruntant la **véloroute**.



Recherche : points d'intérêt le long du GR34, calendrier des sorties et animations nature, itinéraires à vélo, location de vélo.



NATURE
RANDO GR34
VELOROUTE



Marc

37 ans, professeur des écoles



Paris



Voyage en couple



Gîte d'étape à Hillion

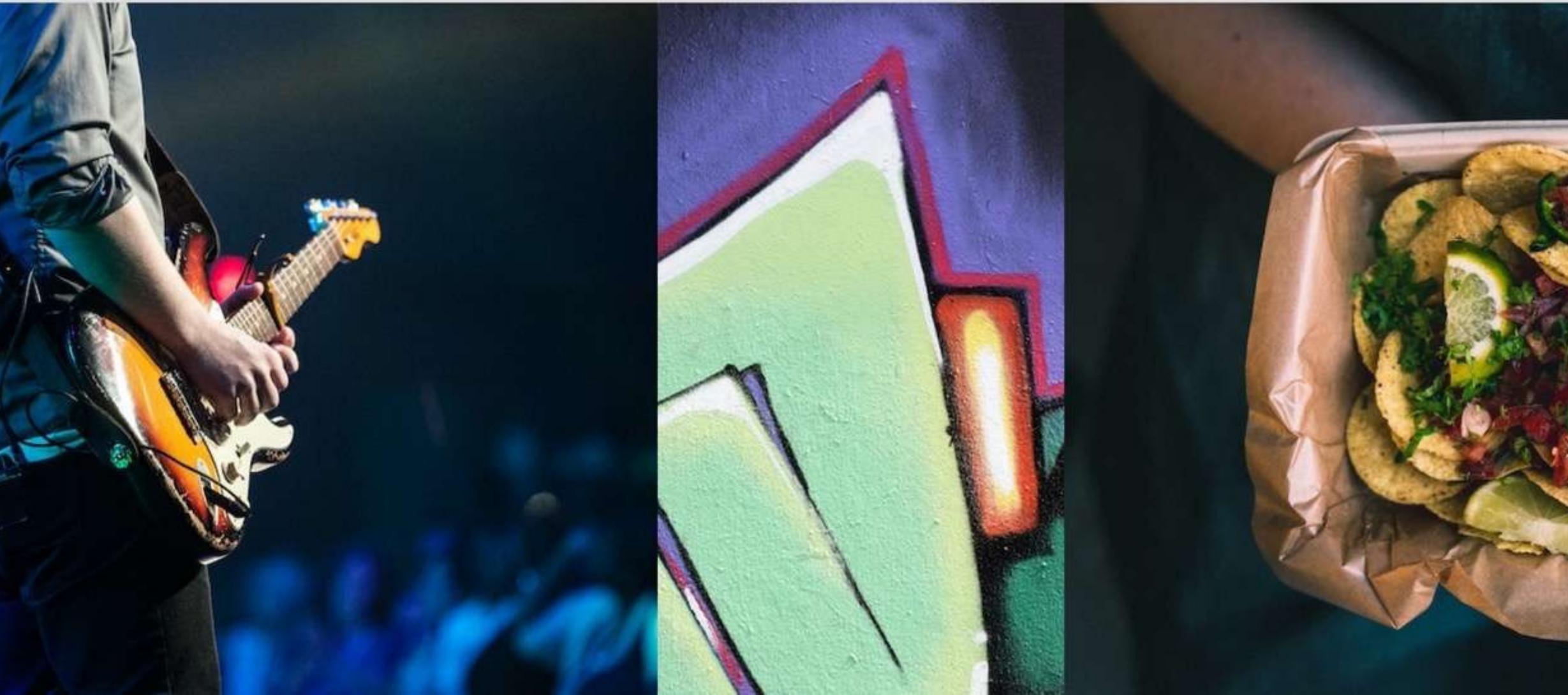
Sarah habite à Brest, elle est graphiste dans une imprimerie. Célibataire et sans enfant, elle veut partir en week-end avec ses amis pour participer au **Festival Art Rock / Rock'n Toques** au mois de **mai**. Elle se déplace par le train et cherche un hébergement en centre-ville.

Épicurienne, elle veut passer du bon temps, profiter de l'ambiance du festival, se régaler sur les stands de **street food**. Elle ne quitte jamais son smartphone et publie beaucoup sur **Instagram**.

Artiste dans l'âme, elle profitera de ce city break pour découvrir le parcours de Street Art « **Just do Paint** ». Elle reviendra certainement pour le festival organisé en **juin**.



Recherche : inspiration sur les grands évènements, les lieux tendances en ville, les # de la destination.



VILLE
FESTIVAL
FOOD & DRINK



Sarah

26 ans, graphiste.



Brest



Voyage entre amis



Hôtel à Saint-Brieuc

Claire est originaire de Bretagne. Elle vient chaque année en vacances au mois d'**août** à Binic pendant **3 semaines**. Elle séjourne chez ses parents avec son mari Éric et ses deux enfants, Pauline et Hugo.

Elle profite de ses vacances pour se détendre à la **plage** et profiter du **bord de mer**. Claire privilégie des activités de loisirs pour **occuper les enfants**, mais aussi des sorties nature pour **se retrouver en famille**.

Elle souhaite **inscrire ses enfants au club de voile** qu'elle fréquentait lorsqu'elle était enfant pour les initier aux activités nautiques.



Recherche : Agenda des manifestations, activités de loisirs pour les enfants, petites balades en famille.



PLAGE
NAUTISME
LOISIRS



Claire

41 ans, cadre commerciale



Lyon



Voyage en famille



Chez ses parents à Binic

Baptiste habite l'agglomération de Saint-Brieuc. Jeune et célibataire, il occupe son temps libre en pratiquant des **activités sportives à sensations, toute l'année**.

Il fréquente régulièrement le **Pump Track** de Plédran et le **skate park** de Saint-Brieuc. Il participe chaque année au **trail** de « La vaillante » avec son père.

Autodidacte et à l'aise dans toutes les disciplines, il est à l'affut des nouvelles pratiques et dernières tendances en loisirs sportifs. Il cherche les **circuits noirs** pour la pratique du **VTT**. Il aimerait s'initier **au parapente**.

GLISSE

ADRÉNALINE

STATION VTT



Recherche : Parcours VTT, infrastructures de loisirs, agenda des évènements sportifs, associations et clubs sportifs.



Baptiste

30 ans, mécanicien



Agglo Saint-Brieuc (Plérin)



Seul ou entre amis



Habitant

Cathy est assistante de direction et Jérémie, informaticien spécialisé dans la sécurité des données. Ils ont deux garçons : Lucas, 6 ans et Émile, 3 ans. Ils habitent un pavillon en région parisienne. Ils ont l'habitude de partir chaque été en Bretagne. Ils ont envie d'une destination moins fréquentée que le littoral, plus « verte » et plus « nature » pour changer leurs habitudes.

Comportements et motivations

Ils veulent séjourner dans un maison de caractère avec jardin pour 15 jours au mois d'août. Cathy souhaite que les enfants puissent profiter d'une rivière pour jouer dans l'eau. Elle veut les éveiller par le biais d'animations et visites pédagogiques (grottes, parc naturel, fermes avec des brebis). Les garçons eux sont fans de dinosaures ! Elle a repéré la région du Quercy.

Équipements numériques

Cathy possède un Ipad et un Iphone (IOS). Jérémie utilise son PC portable pro (Linux) au quotidien qu'il emmène sur son lieu de vacances afin d'être joignable par son entreprise en cas d'urgence.



- Location en maison avec jardin
- Loisirs et baignade pour les enfants
- Grottes et sites préhistoriques
- Agenda des manifestations

Applications préférées

- Instagram
- YouTube
- Vinted



BAIGNADE

GROTTES

ANIMAUX



FAMILLE - ENFANTS

Cathy et Jérémie

36 et 38 ans



Paris, Ile-de-France



Voyage en famille



Meublé de tourisme

Joëlle et Daniel habitent une maison de campagne entre Bordeaux et le bassin d'Arcachon. Ils sont tout deux retraités de l'Éducation Nationale. Ils profitent de ce nouveau rythme pour voyager en dehors des vacances scolaires et découvrir les régions françaises.

Comportements et motivations

Depuis la crise sanitaire, ils privilégient les séjours en camping-car dans le Sud-Ouest de la France avec leur chienne Kity. Joëlle adore cuisiner les produits locaux. Daniel est férus de pêche à la ligne et emmène toujours son matériel au cas où. Ils aiment découvrir les villages, le patrimoine rural, les balades douces sur les chemins. Joëlle ne part jamais sans un guide Michelin ou un Routard sous la main.

Équipements numériques

Daniel n'utilise pas de téléphone portable, mais Joëlle a un smartphone Huawei (Harmony OS). Ils ont un ordinateur de bureau (Windows) qu'ils utilisent pour leurs achats et démarches en ligne ou pour communiquer avec leurs petits-enfants.



- Aires de camping-car ou camping
- Vente à emporter
- Marchés de producteurs
- Villages de caractère
- Sites de pêche

Applications préférées

- Facebook
- Le bon coin
- Marmiton



VILLAGES

GASTRONOMIE

ITINERANCE



COUPLE SENIORS Joëlle et Daniel

65 et 67 ans

Cadaujac, Gironde

Voyage en couple avec un chien

Camping-car

Stéphane est directeur de service pour une communauté de communes de la région lyonnaise. Fonctionnaire, il bénéficie de plusieurs jours de RTT par an qu'il met à profit pour partir seul, sans femme ni enfant afin de parcourir le chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle. Il renouvelle ce défi physique tous les ans au moins de juin, en reprenant son parcours où il s'était arrêté. Sportif, il pratique régulièrement la course à pied, le trail et la randonnée en montagne.

Comportements et motivations

Stéphane est prévoyant. Il prépare minutieusement son parcours étape par étape avant son départ. Il réserve à l'avance chaque nuitée et recherche des hébergements en gîte d'étape ou chez l'habitant. Il voyage avec une petite toile de tente solo au cas-où, afin de ne pas être pris au dépourvu.

Équipements numériques :

Stéphane prépare son itinéraire depuis son PC portable (Windows) et voyage avec un Smartphone Samsung Galaxy (Android).



- Hébergement sur le GR65
- Itinéraires et étapes Saint-Jacques
- Météo

Applications préférées

- Miam Miam Dodo
- Visorando
- Google Map
- Facebook



ST JACQUES

RANDO GR65

ITINERANCE



RANDONNEUR ITINÉRANT

Stéphane

52 ans

Lyon, Rhône

Voyage seul

Gîte d'étape ou chambre d'hôtes

Christelle a 42 ans, elle est chargée d'études dans un cabinet d'architecture à Anvers. Divorcée, elle a deux enfants, Jules 11 ans et Emma 13 ans. Elle a rencontré Olivier, 53 ans, coach sportif avec qui elle entretient une nouvelle relation depuis 2 ans. Ils habitent chacun de leur côté, et veulent partir en vacances en France tous les quatre au mois de juillet pour des vacances actives.

Comportements et motivations

L'objectif de leur séjour est de pratiquer du sport en pleine nature sous toutes ses formes : canoë-kayak, VTT, escalade.... Les enfants veulent partir en camping pour rencontrer d'autres jeunes et profiter des animations le soir. Ils hésitent entre le camping en toile de tente ou la location d'un mobil-home.

Équipements numériques

Christelle a un smartphone Samsung Galaxy (Android) ainsi que sa fille aînée. Olivier vient d'acquérir un Pixel 5 (Android) pour faire des vidéos de ses entraînements sportifs qu'il diffuse sur sa chaîne YouTube.



- Séjour en camping Sud France
- Activités nautiques
- Circuits vélo
- Initiation à l'escalade

Applications préférées

- Runtastic
- YouTube
- Tiktok



CANOE KAYAK
VELO
NATURE



FAMILLE - TEENAGERS

Olivier et Christelle

53 et 42 ans

Anvers, Belgique

Voyage en famille

Camping

Jeune couple au mode de vie urbain, Sam et Lisa vivent en appartement à Toulouse. Lisa est employée dans un centre optique et Sam est agent immobilier. Ils n'ont pas d'enfants et aiment partir régulièrement pour sortir de la routine.

Comportements et motivations

Ils préfèrent dormir à l'hôtel, en chambre d'hôtes (si entrée indépendante) ou en location type Airbnb (si le ménage est inclus) avec une bonne connexion wifi. Epicuriens, ils aiment découvrir de bonnes tables et déguster des vins locaux. Ils projettent de venir passer un week-end à Cahors en basse saison pour bénéficier de prix attractifs.

Équipements numériques

Connectés, ils préparent leur vacances depuis leur MacBook et utilisent leurs iPhone pendant le séjour (IOS). Lisa aime partager leurs photos de vacances sur Instagram à la façon d'une blogueuse lifestyle.



- Hébergement à la nuitée, ménage inclus
- Restaurants traditionnels, bistronomiques
- Vins de Cahors
- Visites sites et monuments

Applications préférées

- Instagram
- Netflix
- Deezer



VIN
ARCHITECTURE
COURT SÉJOUR



JEUNE COUPLE URBAIN

Sam et Lisa

27 et 25 ans

Toulouse, Haute-Garonne

Voyage en couple

Hôtel ou Chambre d'hôtes

A chacun son scénario de lecture

- Quand ? : en début de journée, le soir, à tout moment...
- Où ? : Transports en commun, chez lui, salon
- Quels outils ? : Desktop, Laptop, Tablette, Mobile

Eye Tracking

- On lit plus lentement à l'écran que sur le papier
- Le lecteur survolera 80% de votre texte pour n'en lire réellement que 20%
- La carte de chaleur des zones les plus regardées

Eye Tracking: les astuces !

- ~~Plus un élément est court, plus il attire~~: peaufinez vos titres et passez moins de temps sur la rédaction de la page
- Sur une page de contenu (sur toute la largeur) 70% des regards se portent sur la moitié droite
- Les chiffres captent l'attention ! Les placer en bonne position

quelle promesse, pour quelle cible



**holiday villa spain****Search**

About 7,460,000 results (0.15 seconds)

[Advanced search](#)**Everything**[More](#)**The web**

Pages from the UK

[More search tools](#)**Villa in Spain**[Holiday-Rentals.co.uk/Spain](#)
Enquire Now!**Spain Holiday Villa**[holidaylettings.co.uk/spain](#)
Advertise your villa in Spain on UKs busiest website - sign up today**Self Catering Holiday Villas in Spain - Apartments in Spain**

Find bed and breakfasts, self catering **holiday** apartments and **villas** in **Spain**. Cottages, farmhouses, apartments, and **villas** for **holiday** rental direct.
Del Sol - Blanca North - Calida / Murcia - Blanca South
[www.ownersdirect.co.uk/spain.htm](#) - Cached

Holiday rentals in Spain - Vacation in Spanish **holiday homes ...**

Who wouldn't trade a small hotel room with a beautiful and cosy **holiday villa** in **Spain**, where friends and family all can be together. ...
Costa del Sol - Alicante - Andalucia - Malaga
[www.spain-holiday.com/](#) - Cached - Similar

HomeAway Holiday-Rentals. UK's No. 1 for self catering **villas ...**

To see what we offer to **holiday-makers**, browse through our advertised **holiday villas** and apartments in **Spain**, France, Italy, Portugal, Florida, Greece or ...
Spain - France - United Kingdom - Portugal
[www.holiday-rentals.co.uk/](#) - Cached - Similar

Rustical Travel: Hand-picked **Holiday Villas across **Spain****

Handpicked self catering **villas**, cottages and **holiday** apartments with character in rural **Spain**. All approved by us, all with something special to offer.
[www.rusticaltravel.com/](#) - Cached - Similar

Self catering **holiday **villas**, villa **holidays** and **apartments****

Worldwide **holiday** rentals available from **Villa Holidays**. Choose from **villas** to rent in **Spain**, Portugal, Cyprus, Turkey, Baleriacs, Tenerife, Lanzarote and ...
[www.villa-holiday.co.uk/](#) - Cached - Similar

Sponsored links**Sponsored links****Villa Holidays**

Save up to £2,360 on **Villas** in September & October. Book online now
[www.meonvillas.co.uk](#)

Villas with Private Pools

Handpicked in Portugal, France, Italy, Spain, Greece, Croatia, Turkey
[www.vintagetravel.co.uk](#)

Villas in Spain

Book a Hoseasons **villa** in **Spain** from just £38 pppw! Don't miss out.
[hoseasons.co.uk/spain](#)

Spain Villas

Fantastic **villas** with heated pools. ATOL protected. Book with confidence
[www.VillaPlus.com/Spain](#)

2nd week half price

Choose from the finest collection of **villas** in northern Mallorca
[www.sealandvillas.com](#)

Holiday Villas in Spain

Spend Your Next **holiday** in **Spain**
See Our Selection of **Holiday Villas**
[www.ElSolVillas.com/spain](#)

Thomson Holidays

View Couples, Family, Luxury Breaks & Great Deals From London Online!
[Thomson.co.uk](#)
London

1157.59

Msec

0

1157.59

Msec

0

elle promesse, pour que de

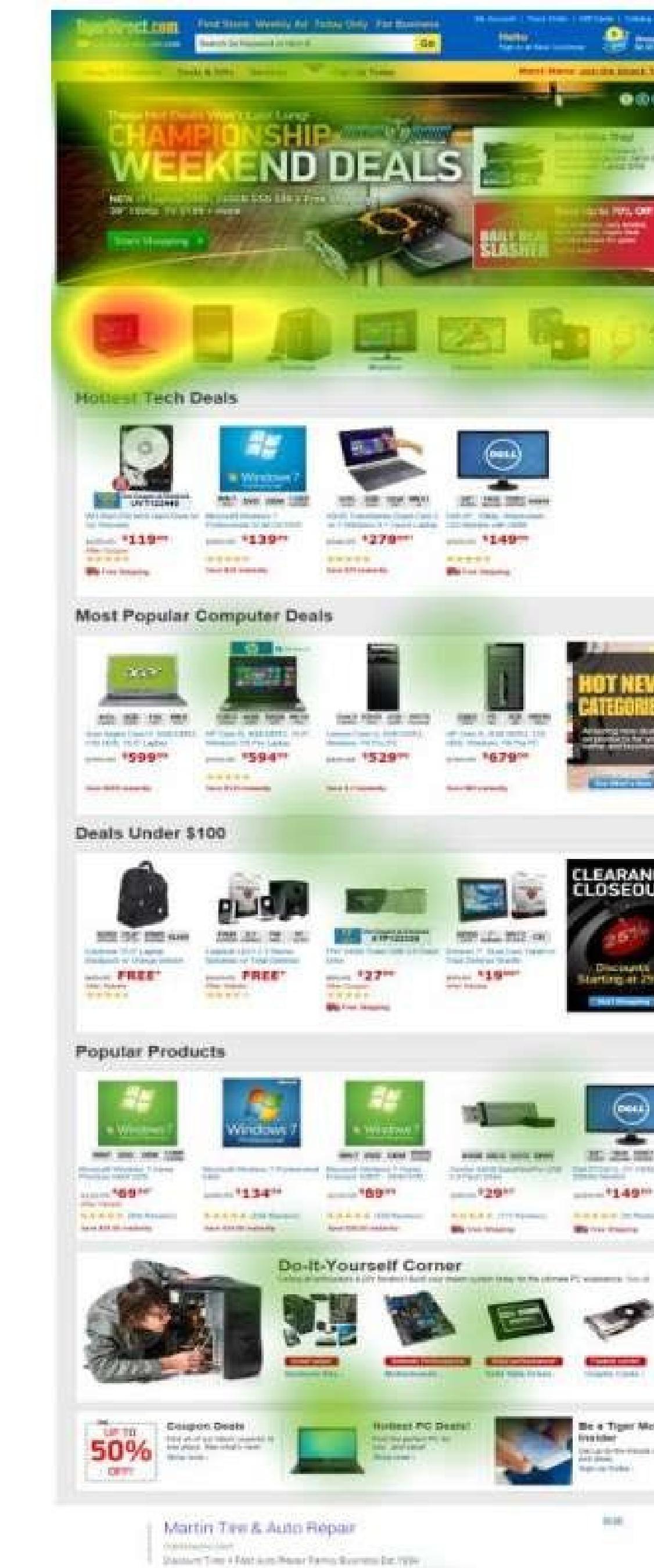
ANSWER: **1. 1000** **2. 1000** **3. 1000** **4. 1000** **5. 1000** **6. 1000** **7. 1000** **8. 1000** **9. 1000** **10. 1000**

John and I are here.             



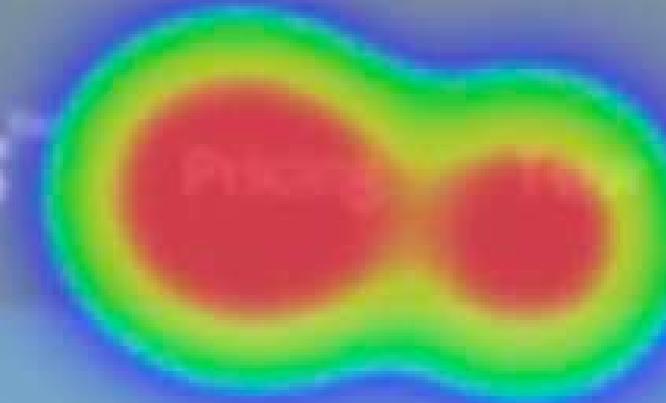


a. Baby Boomer

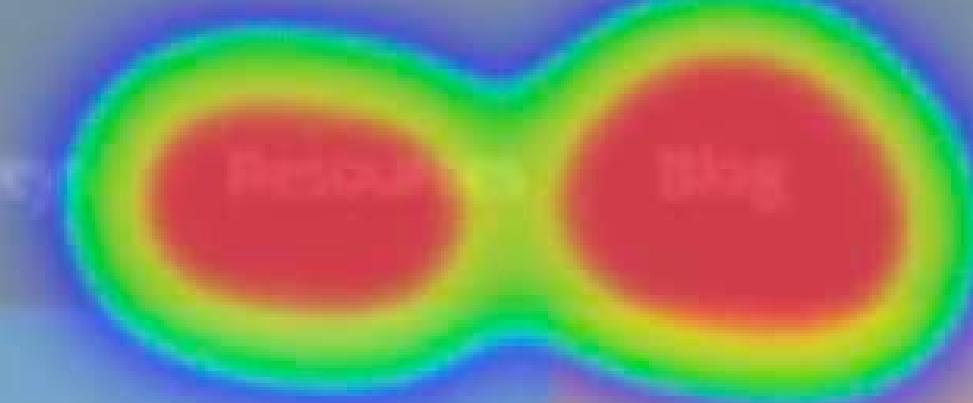


b. Generation Y

FluidSurveys™

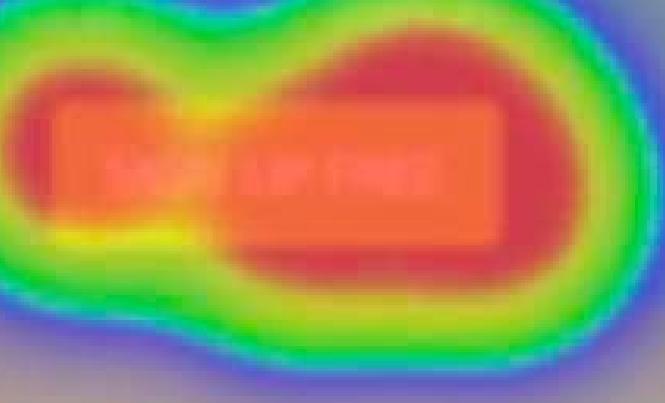


Mobile Survey



1-866-218-5127

Already have an account?
View A Demo



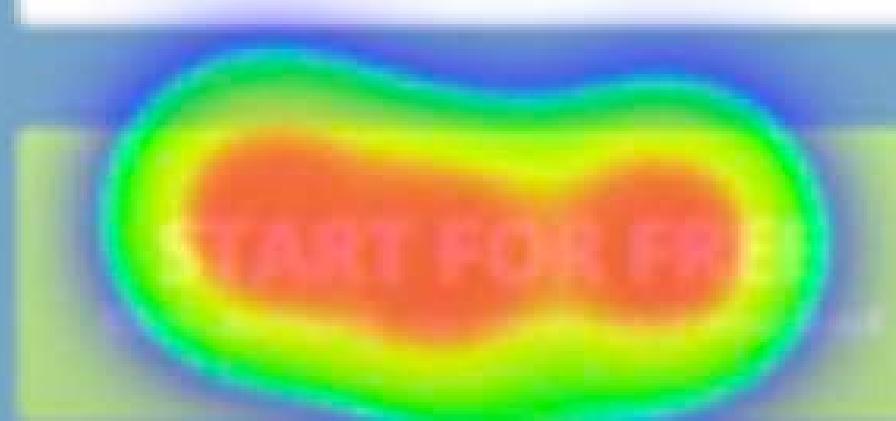
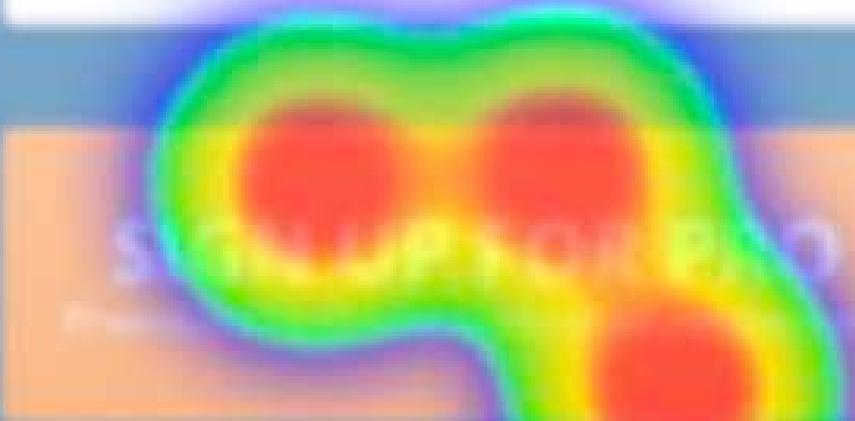
Online survey software at its best.

Create online, offline, mobile & tablet surveys & forms in seconds. Simple & easy. Get started for FREE!

Email

Password

Phone Number & Ext.



By registering, you accept our [Terms of Service](#), [Privacy Policy](#) and [Cookie Policy](#).



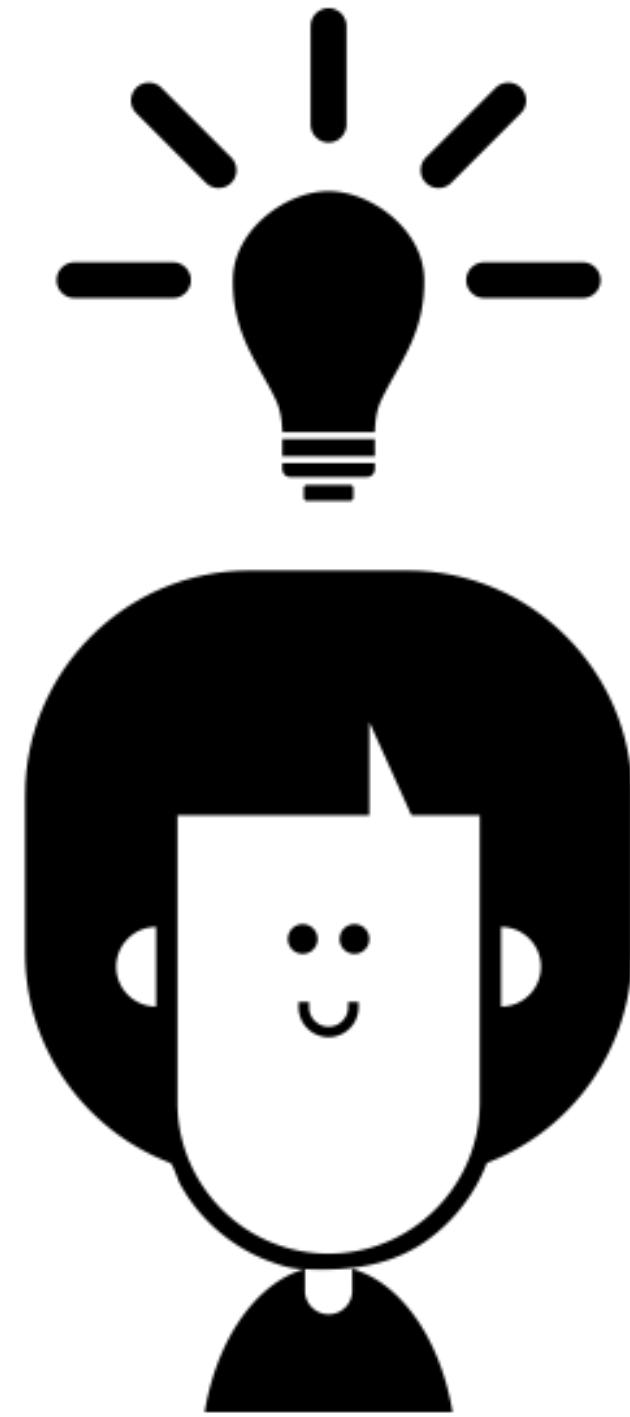
100% Mobile
Compatibility!
Surveys work
beautifully on any
mobile device.



FluidSurveys hosts all of your data on Canadian servers.

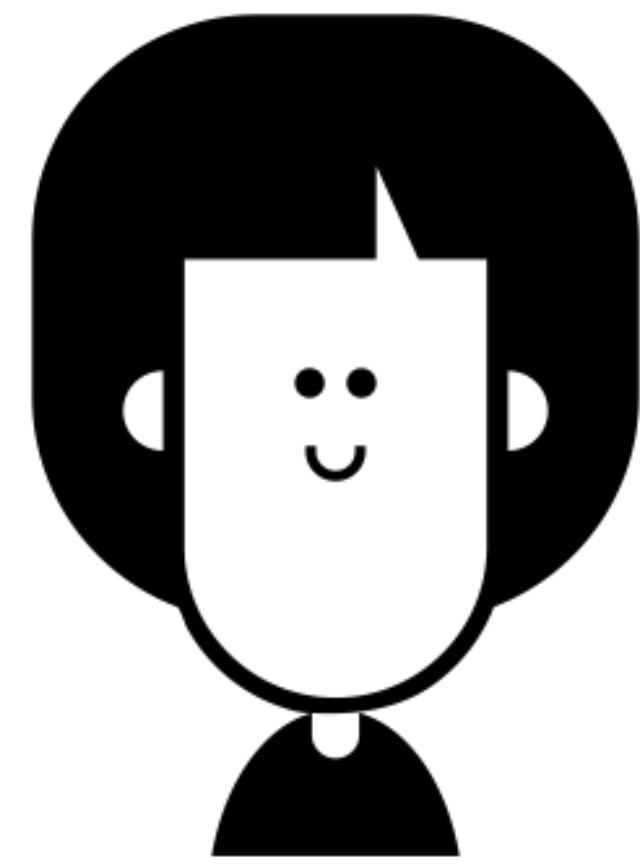
“En moyenne, 20% des textes d'une page web seront lus par les utilisateurs”

Ce qu'il faut retenir ...



- Définir des personas
- Créer 1 persona pour chaque cible
- Rédiger en pensant à son persona

Ce qu'il faut retenir ...



- Une seule promesse par cible
- Valoriser les services de la collectivité
- Identifier les scénarios de lecture

-2-

L'accès aux contenus

Construire une architecture efficace

Organiser l'information

Catégoriser l'information

Thème **Catégorie**

Tag

Hiérarchiser l'information

Ordre des rubriques

Degré d'importance

Structurer les contenus

Le nombre magique

La loi de Miller

Notre capacité à traiter les informations +/-2

7

Les incontournables

Albi, Cité épiscopale

Cordes sur Ciel

L'Abbaye-école de Sorèze

Le vignoble de Gaillac

Les roches du Sidobre

Castres et la montagne noire

Villes, Villages et bastides

Activités

Artisans créateurs

Fermes animalières et zoo

Spectacles

Loisirs nautiques

Sites et Musées

Visites de villes

Trouver une activité

📍 NOS TERRITOIRES

⌚ LE TARN EN 360

🚶 BALADES ET RANDONNÉES

Les cookies assurent le bon fonctionnement de nos services. En utilisant ces derniers, vous acceptez l'utilisation des cookies.
[En savoir plus](#)

J'AI COMPRIS



DÉCOUVERTE

SKI / NEIGE

VÉLO

RANDO



LES INCONTOURNABLES

1.

LES AIGUILLES D'ARVES

Les Aiguilles d'Arves représentent le point culm...

2.

LACETS DE MONTVERNIER

Un peu d'histoire... La photo de ces 18 lace...

3.

BARRIÈRE DE L'ESSEILLON

Un peu d'histoire... La barrière de l'E...

4.

LE MONT CENIS

Un peu d'histoire... Petit col de Maurienne (...

5.

COL DU GALIBIER

Un peu d'histoire... Construit par l'Armée de...

+

TOUS LES INCONTOURNABLES

NOS OFFRES

Toutes nos offres

Offre	Prix	Durée
Les géants de Maurienne	À partir de 499 €	/pers. 8 jours / 7 nuits
Traversée découverte de la Maurienne en VTT à Assistance Electrique	À partir de 420 €	/pers/5 jours/4 nuits
Mini Géants de Maurienne	À partir de 325 €	/pers/4 jours/3 nuits



ACTIVITÉS
ENFANTS

Viens t'amuser
Maurienne

KID'S
ACTIVITIES



★ LE LAC D'HOURTIN

★ UNE SOIRÉE À LACANAU
OCÉAN

★ CAP SUR L'ÎLE AUX
OISEAUX!

★ SOIRÉE COUCHER DE
SOLEIL

★ À LA DÉCOUVERTE DU
PHARE DE CORDOUAN

★ MANGER DES HUÎTRES ET
DES GAMBAS!

★ TESTEZ LE GOLF AVEC LOÏC

★ UNE JOURNÉE AVEC LES
ENFANTS À MAUBUISSON

★ LA PLUS BELLE VILLA EN
FAMILLE

★ EXPÉRIENCE GLISSE

★ LA JOLIE ROUTE DES VINS

★ MÉDOC ATLANTIQUE À
VÉLO!

VOUS VENEZ POUR...

1 JOURNÉE | 3 JOURS | 7 JOURS

10 bonnes raisons de venir

→ Aux alentours



JE M'INSPIRE

LE DÉCOUVRE

E PLANIFIE

JE RÉSERVE



Recherche

MON
Espace

LA BAIE DE SOMME

ACTIVE DE NATURE

INSPIREZ, SOUFFLEZ, RESPIREZ

AMIENS ET AUTRES HISTOIRES

LA GRANDE GUERRE

ESPACE NATUREL

DE RENCONTRES

LAISSEZ-VOUS INSPIRER

Je viens

Un week-end ▾

Avec ma famille

✓ *J'aimerai*

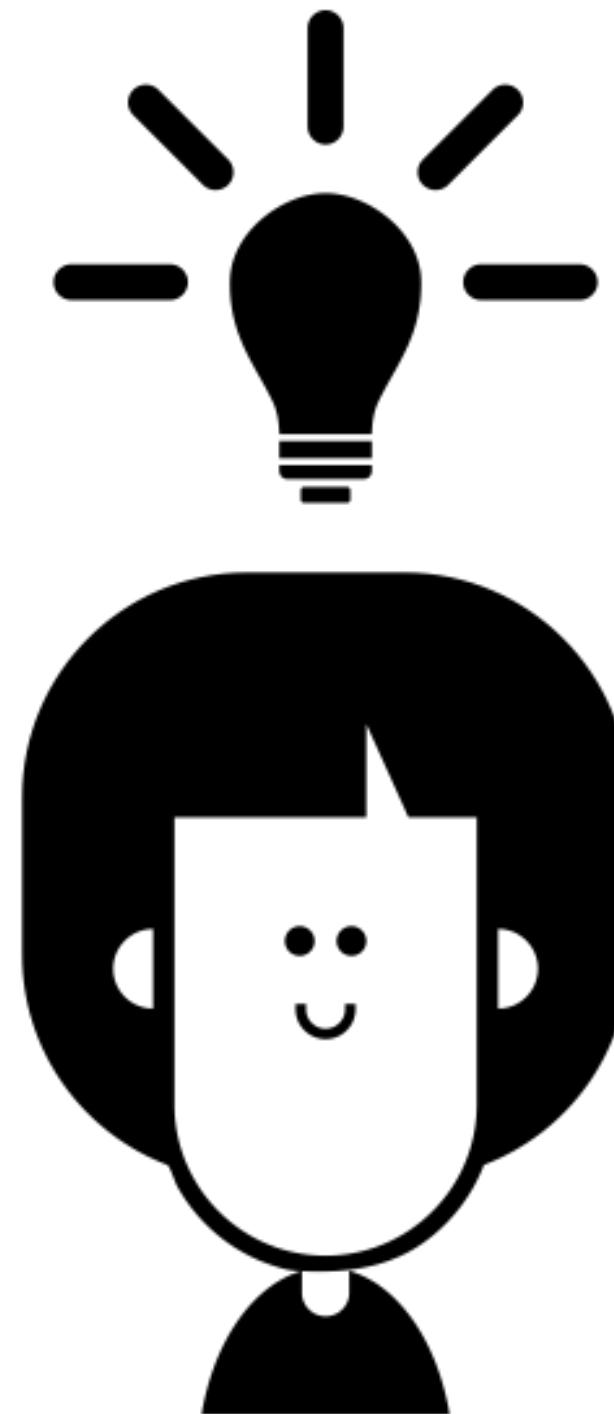
Etre surpris



Déjà dans La somme ?

	A	B	C	D	E	F	G
1		niveau 2	niveau 3	niveau 4	Contenu existant / à créer	Type de contenu	Actions
2							
3	SUR-HEADER						
4	INFOS LIVE				-	Module	
5							
6	HEADER						
7	JE PRÉPARE MON SÉJOUR / JE SUIS SUR PLACE				-	Sélecteur	
8	MOTEUR DE RECHERCHE				-	Module	
9	BOUTIQUE				-	Lien vers WeLogin	
10	BOOKMARK				-	Module	
11	VERSIONS ÉTRANGÈRES				-	Sélecteur	
12							
13	ARBORESCENCE DU SITE						
14	DÉCOUVRIR				Existant	Page Hub	
15	(Séduire, présenter la destination)	Héritages du passé			Existant	Page éditoriale	
16			Personnages illustres		A créer	Page éditoriale	
17			Le Grand Compiégnois au fil des siècles (Moyen-âge avec Pierrefonds / Epoque Napoléonniene / Mémoire de la 1ère GM		A créer	Page éditoriale	
18			L'histoire industrielle (Sucrerie / Clément Bayard / Brosserie)		A créer	Page éditoriale	
19			?? Des traditions françaises (Courses hippiques / Dressage)		A créer	Page éditoriale	
20		Le Château de Pierrefonds			A créer	Page éditoriale	
21			Un château, deux Histoires		A créer	Page éditoriale	
22			Un monument en constante transformation		A créer	Page éditoriale	
23			Le château comme décor de tournage		A créer	Page éditoriale	
24		Le Château de Compiègne			A créer	Page éditoriale	
25			L'histoire du château		A créer	Page éditoriale	
26			Résidence royale et impériale		A créer	Page éditoriale	
27			Musées et collections		A créer	Page éditoriale	
28			Le Parc du château		A créer	Page éditoriale	
29		La forêt de Compiègne			A créer	Page éditoriale	
30			Un site chargé d'Histoire		A créer	Page éditoriale	
31			Un patrimoine naturel exceptionnel		A créer	Page éditoriale	
32			La route Eugénie		A créer	Page éditoriale	
33			Les pistes cyclables (Compiègne - Pierrefonds)		A créer	Page éditoriale	
34			L'allée des beaux Monts		A créer	Page éditoriale	

Ce qu'il faut retenir ...



- 7 items
- maxi 3 items mini

-3-

Concevoir son texte

S'organiser avant d'écrire

Concevoir son texte

Landing Page

Page éditoriale

Manifestations

Agenda

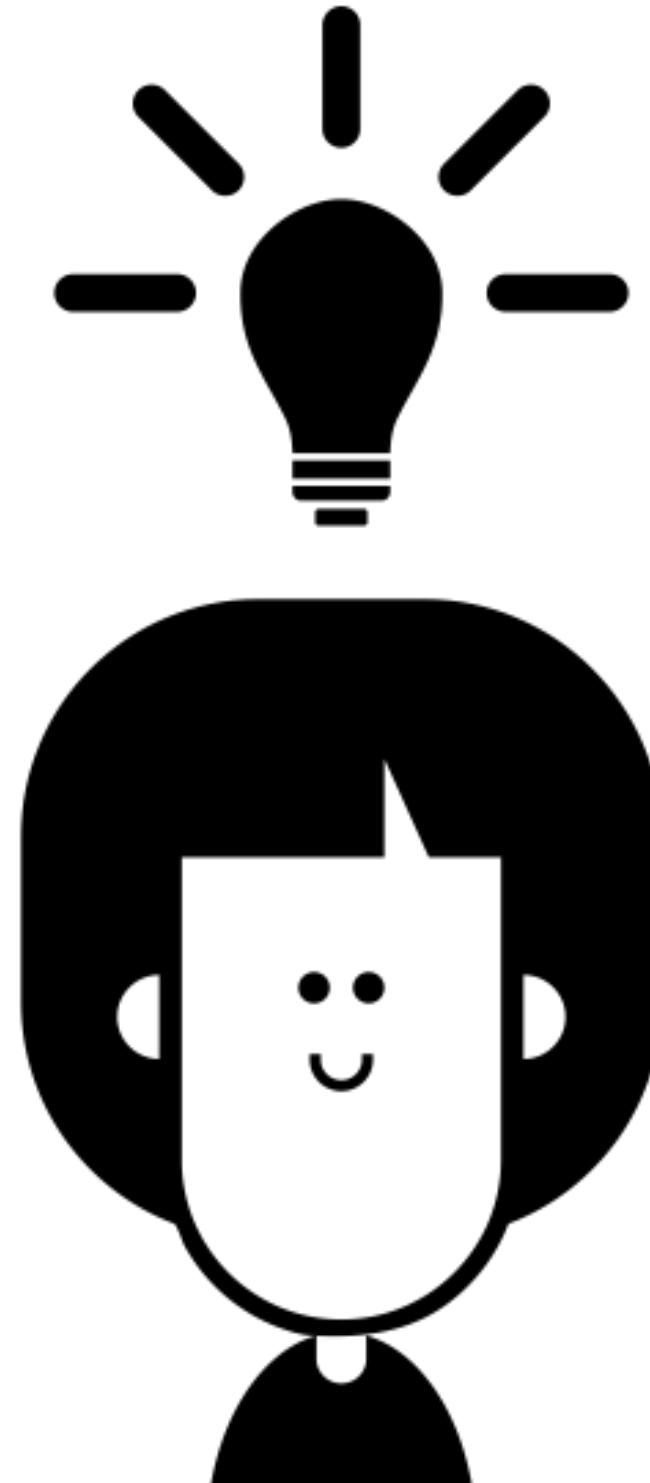
Itinéraire

Blog

Posts de réseaux sociaux



Les types de contenus



- Importance des pages éditoriales = pages piliers
Ex : le TOP 5 à découvrir
- Diffuser des actualités / agenda pour optimiser votre référencement naturel

Concevoir son texte

Pour chaque type de contenu, définir :

- Le volume de texte : calibrage en nombre de mots et visuels
- L'angle d'attaque
- Les mots-clés
- Les liens hypertextes

Volumétrie

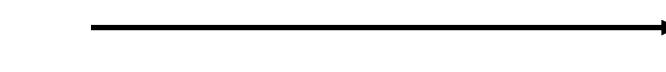
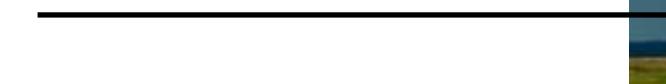
- Titre : 2 à 5 mots
- Sous -Titre : 5 à 10 mots
- Chapô : 30 mots

Titre

Sous-titre

Chapô

Inter-titre



La Baie du Mont-Saint-Michel

Les plus grandes marées d'Europe entrent en scène

Découvrez la majestueuse baie du Mont-Saint-Michel qui s'étend de Cancale à Granville sur près de 500 km². Cet immense espace naturel maritime, classé au Patrimoine Mondial de l'Unesco, est situé à 15 kilomètres à l'est de Saint-Malo.

Un espace naturel entre terre et mer

La baie vous offre un paysage unique entre terre et mer, composé de sable, de polders et de marais. Le ciel lumineux qui l'entoure lui confère une atmosphère presque magique rappelant l'univers des contes de fée, notamment en hiver lorsque le marais revêt son manteau blanc.

Ici, le marnage est l'un des plus importants d'Europe, pouvant atteindre plus de quinze mètres en période de vives eaux, lorsque les coefficients sont supérieurs à 100. Vous pourrez vous initier facilement à la **pêche à pied** mais toujours en surveillant la mer qui peut remonter à la vitesse d'un cheval au galop !

L'espace est propice à la **culture des coquillages**. Elle se concentre essentiellement à l'ouest de la baie. On y trouve des **parcs à huîtres** mais aussi les fameux **bouchots** pour cultiver les moules.

Trois cours d'eau se jettent dans la baie, favorisant ainsi la formation d'un **mascaret**, lors des grandes marées d'équinoxe. Cette vague de cinquante centimètres de haut peut remonter plusieurs kilomètres dans les terres. Les kayakistes sont bien-sûr au rendez-vous à l'apparition du phénomène.

Volumétrie

- Inter-Titre(h2) : 2 à 5 mots
- Paragraphe: 100 à 150 mots
- Phrase courte: 12 à 20 mots
- Total de la page : 400 à 600 mots

Le tour des remparts est LA balade incontournable de Saint-Malo ! Vous profiterez de magnifiques points de vue sur la mer et sur la cité intra-muros, juste en contre-bas. Comptez une bonne heure pour en faire le tour complet.

Des points de vue à couper le souffle

La haute muraille qui entoure la ville de Saint-Malo forme une **boucle de deux kilomètres**. Il est possible de descendre et remonter où bon vous semble, depuis les différents escaliers situés à chaque porte.

Les Malouins débutent la promenade en empruntant la **Porte Saint-Vincent**, près du port de plaisance. En passant sous cette porte, vous trouverez un escalier sur la droite : il vous mènera sur le haut des remparts. Vous profiterez alors d'une vue imprenable sur le port de Saint-Malo.

La première partie du chemin de ronde vous conduira jusqu'au bastion Saint-Louis duquel vous rejoindrez la courtine sud. Depuis celle-ci, vous pourrez admirer les maisons de riches armateurs malouins ou maisons dites de corsaires, reconnaissables à leurs hautes façades de granit. Sur le chemin, vous passerez devant la maison de **Robert Surcouf**, surnommé le roi des corsaires.



Fort National, Grand Bé et Petit Bé

À partir du **bastion Saint-Philippe**, vous commencerez à voir le large et à sentir le vent soulever vos cheveux ! Vous serez subjugué par la beauté de la **côte d'émeraude** et la vue sur toute la baie de Saint-Malo.

Les remparts surplombent ici la **plage du Môle** et celle du Bon Secours ; on y voit les enfants de la cité corsaire venir y jouer juste après l'école. La promenade rejoint ensuite la **tour Bidouane**. Depuis cette tour, culminant à 23 mètres, vous dominerez toute la ville de Saint-Malo.

C'est d'ici, que vous aurez la meilleure vue sur les îles du **Grand Bé et du Petit Bé**. Si le Grand Bé abrite le tombeau de Châteaubriand, le Petit Bé se distingue quant à lui par son fort du 17^{ème} siècle. Depuis la courtine nord, vous ne pourrez manquer le **Fort National**, accessible comme les îles voisines, uniquement à marée basse.

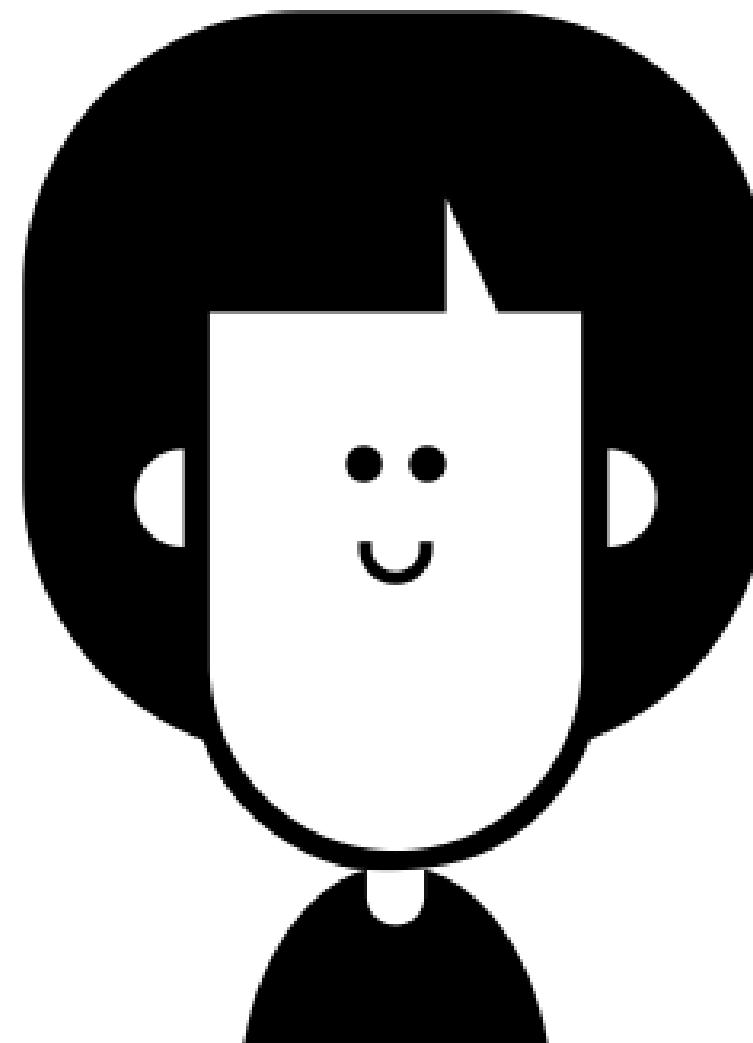
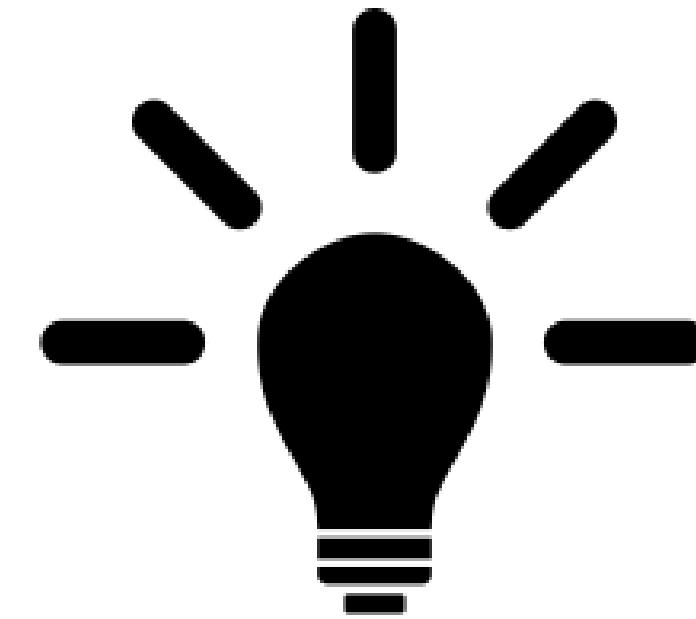
Le Fort du Petit Bé et l'ancien Fort Royal (Fort National) font partie d'une ceinture

Définir le message essentiel



- Définir le message essentiel avant de rédiger l'article
- Synthétiser l'information que vous voulez faire passer Il facilitera la rédaction du titre et de l'accroche

Le message essentiel



- Le message doit tenir en 2 ou 3 phrases
- L'essentiel d'un article répond aux 5W :
 - **who, what, where, when, why**
 - Qui, quoi, où, quand, pourquoi
- Reprendre le message essentiel dans le chapô

Produire le corps de l'article



Dégager 3 à 5 idées à développer

- Hiérarchiser : pyramide inversée
- 1er paragraphe : substance de l'information
- Paragraphes suivants : informations secondaires selon un ordre d'intérêt décroissant

Ce plan offre 2 niveaux de lecture dont 1 très rapide



La pyramide inversée

Plan classique (scolaire)



Introduction

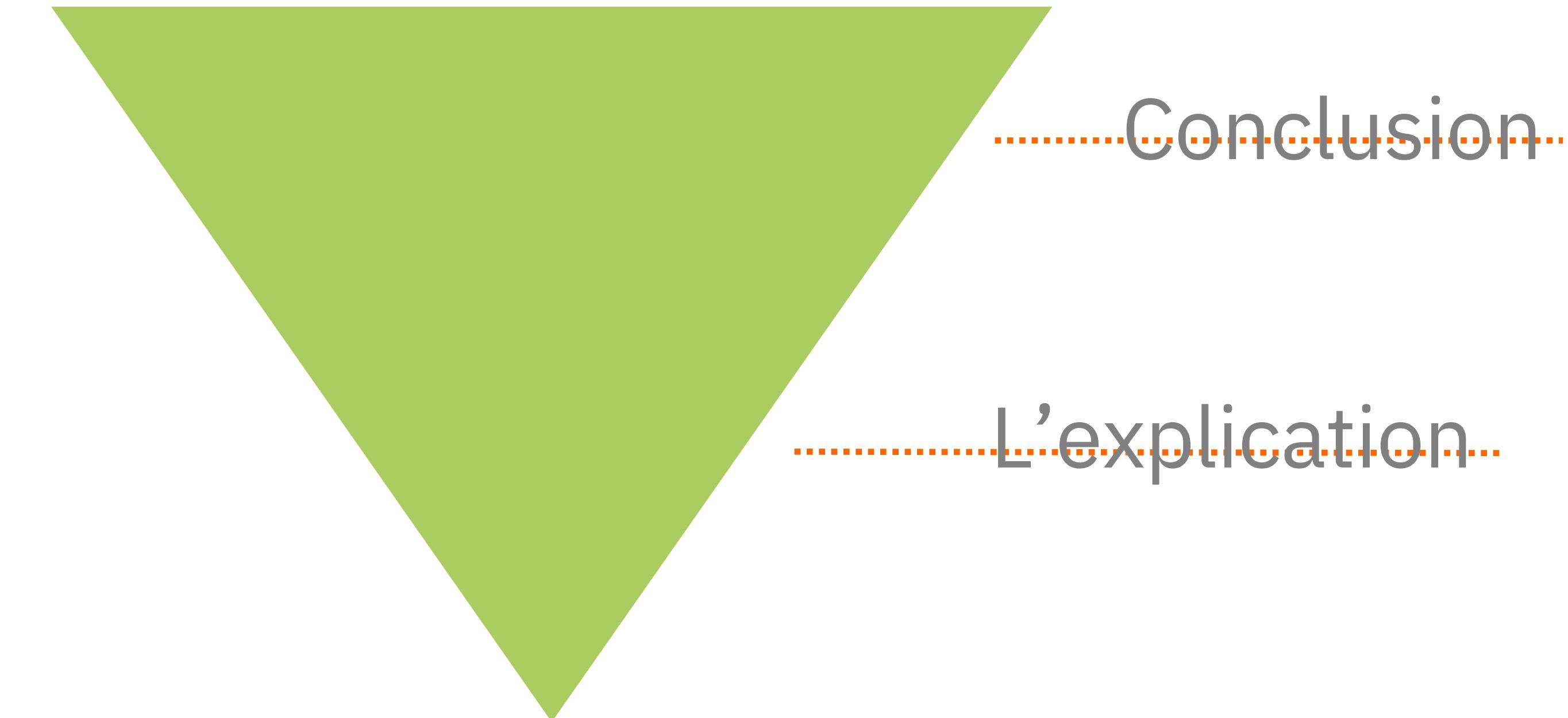
Développement

Conclusion



La pyramide inversée

Plan en pyramide inversée



Un chapô qui a du style !

Titre

Presse régionale : le journal L'Echo est sauvé !



Chapô

~~PARTAGE~~

f Partager

 Twitter

Get Started

5

Mardi le tribunal de commerce de Limoges s'est prononcé favorablement sur le plan de redressement judiciaire du quotidien

cité

The screenshot shows the Chrome DevTools interface. The top navigation bar includes 'Elements' (highlighted in blue), 'Console', 'Sources', 'Network', 'Performance', 'Memory', and a status bar with a warning icon and the number '9'. The main content area displays the DOM structure of a news article. The 'Elements' tab is active, showing the following structure:

```
<meta itemprop="datePublished" content="2013-09-25T15:16:01+02:00">
<header class="header-img container force-width">...</header>
<div class="container">
  ::before
  <div class="row relative-pos">
    ::before
    <div class="social-button-container social-aside">...</div>
    <div class="col-md-offset-2 col-md-8">
      <div class="text-chapo--content">
        <div class="text-chapo--text"> = 30
          <p>
            "Hier le tribunal de commerce s'est prononcé favorablement sur le plan de redressement du journal L'Echo."
          </p>
        </div>
        <p>...</p>
      </div>
    </div>
    ::after
  </div>
  <div class="row">...</div>
  ::after
</div>
</article>
</main>
<h3 class="text-thin text-uppercase main-title--center container">...</h3>
<div class="container readmore-column-style slider-damier owl-carousel owl-loaded owl-drag">...</div>
<section class="bg-color--black p-b-3" id="block-last-videos">...</section>
<div class="container">...</div>

<footer id="fr3-footer" data-time="1536769915" class="container-fluid no-container-gutter">...</footer>
<script type="text/javascript">...</script>
<script type="text/javascript">...</script>
```

The 'Styles' tab is also visible, showing the CSS for the `.text-chapo--text` class. The class definition is as follows:

```
element.style {
}
@media (min-width: 992px) {
  .text-chapo--text {
    font-size: 23px;
    font-size: 2.3rem;
    padding-bottom: 2.5rem;
    margin-bottom: 1rem;
    line-height: 27px;
    line-height: 2.7rem;
  }
}
```

The right side of the interface features the 'Elements' panel, which displays a visual representation of the element's bounding box with its dimensions (780 x 64), margin (10), padding (25), and border (1). Below this, a list of CSS properties is shown with their current values:

Property	Value
border-bottom-color	rgb(0, 0, 0)
border-bottom-style	solid
border-bottom-width	1px
box-sizing	border-box
color	rgb(0, 0, 0)

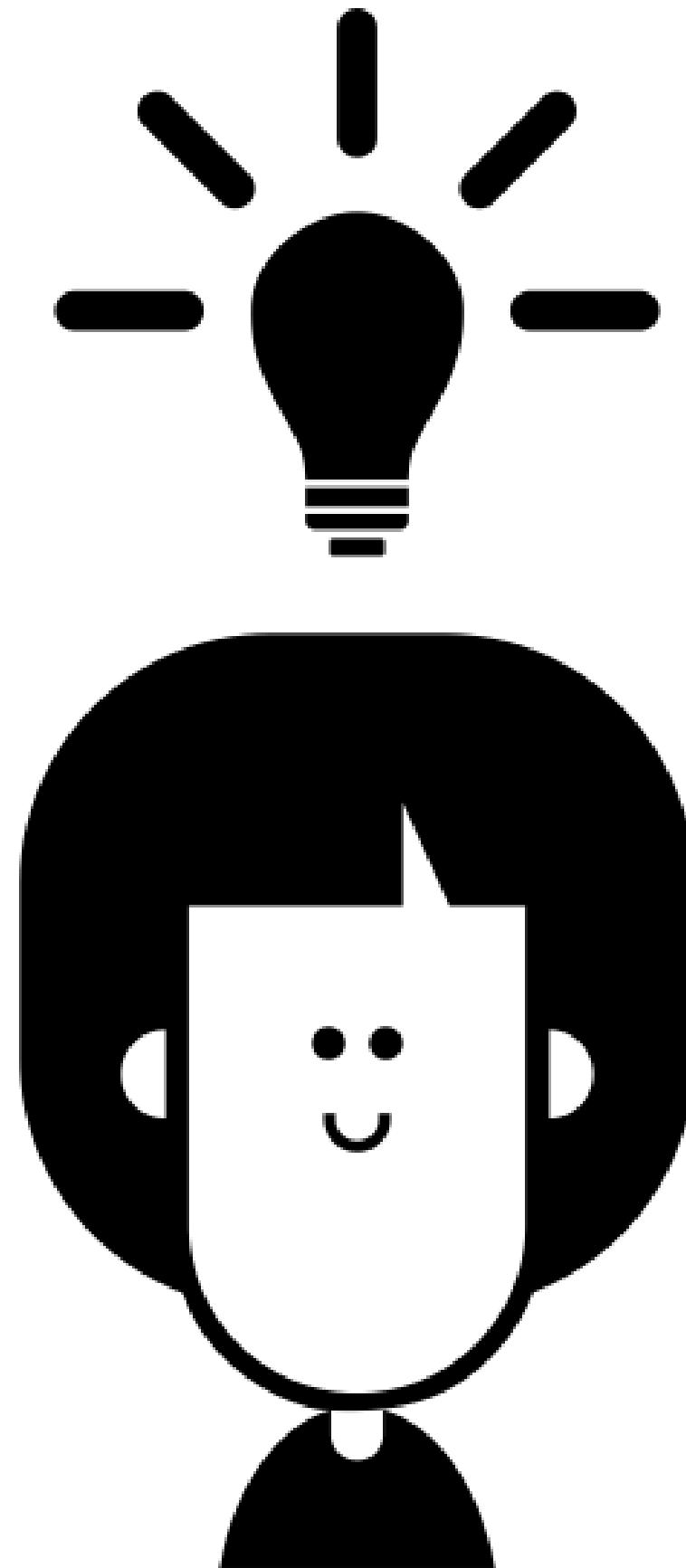
At the bottom of the interface, there are sections for 'Eager evaluation', 'Argument hints', 'Function completion', and a 'Highlights from the Chrome 68 update' section.



Les règles de base

- Livrer d'emblée l'essentiel : pyramide inversée
- Utiliser les techniques de l'écriture journalistique
- (5W) Identifier ses mots-clés
- Le contenu doit être unique

Les règles de base



- Google retient une page à partir de **300 mots**
- Le poids des mots clés compte dans **les titres!**
(H1 et H2 principalement)
- Mise en **gras** des mots ou expressions importantes
- Créer des **liens hypertextes** entre les pages –pas de «cliquez ici» –nommer le lien par le mot-clé !

Les photos !



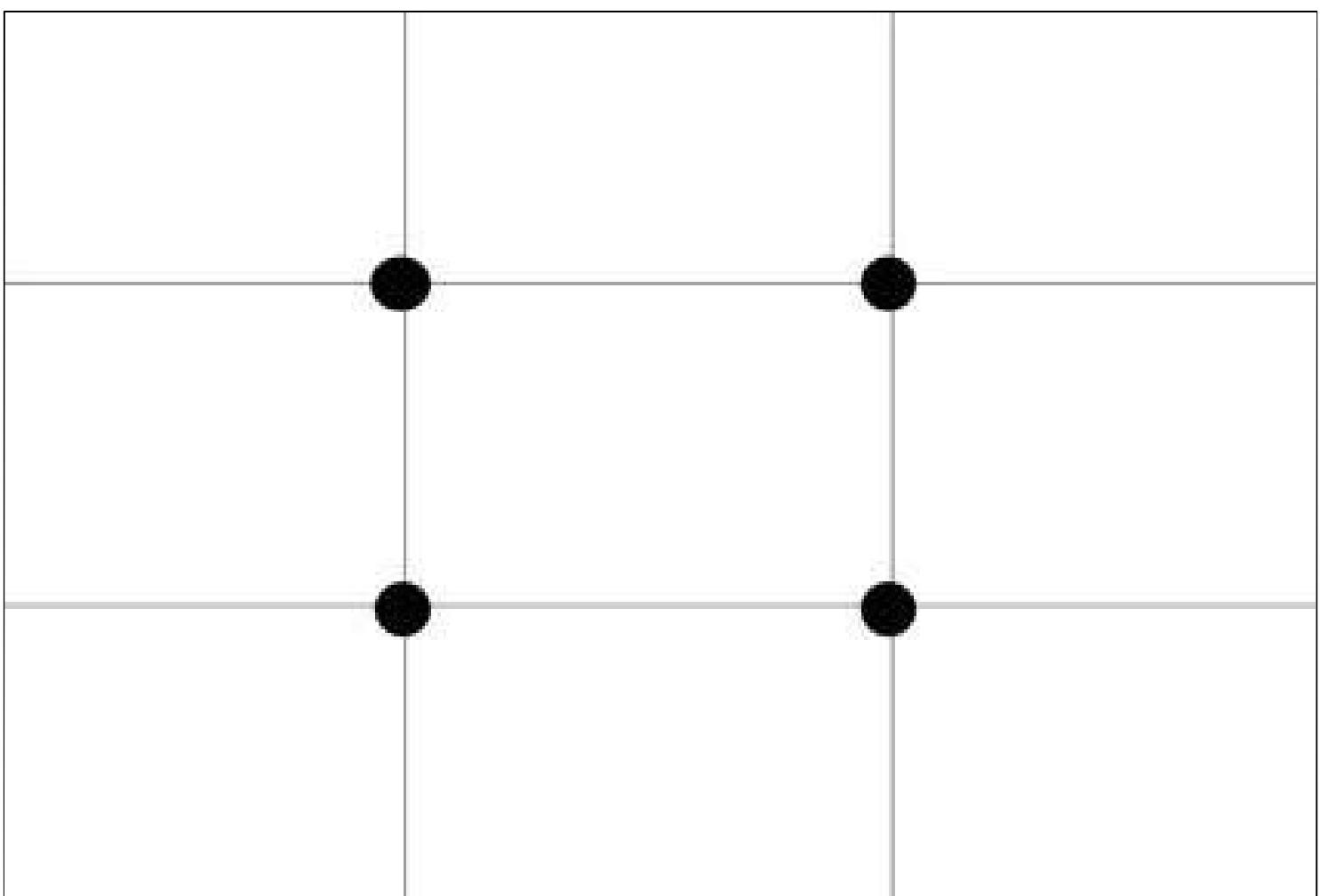
La règle des tiers

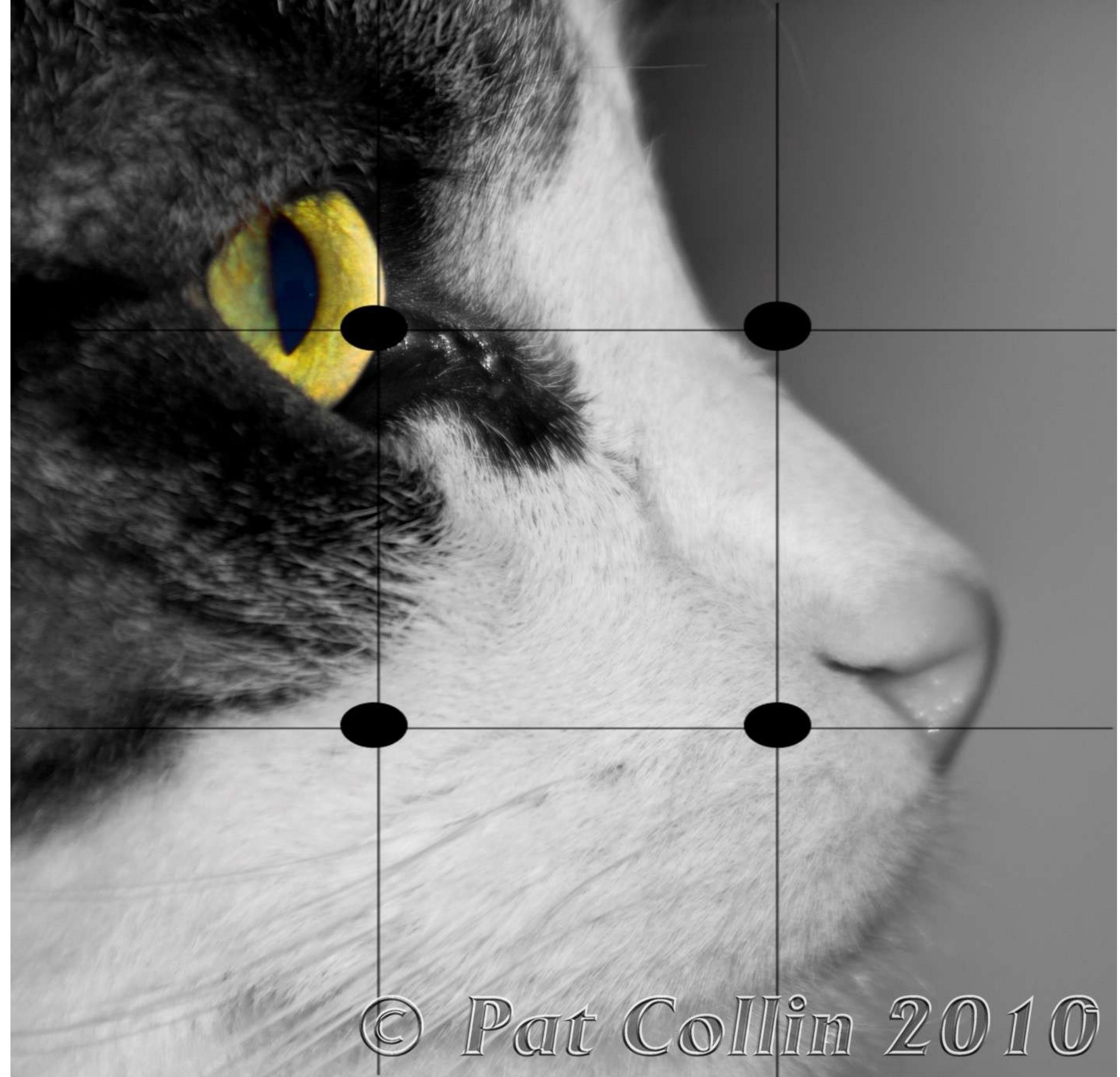


Un bon cadrage ou recadrage

RESPECTER LA RÈGLE DES TIERS

- Diviser le cadre en 9 rectangles égaux
- Tracer 2 lignes horizontales
- Tracer 2 lignes verticales sur les tiers





© Pat Collin 2010







Une image rognée sans et avec la règle des tiers



Taille des images



- Toujours prendre vos photos en haute définition
- Bandeau home page : minimum de 2000 pixels de large
- Page éditoriale: minimum de 1024 pixels de large

Les images



- **Renommer chaque fichier (avec des -)**
- **Renseigner la légende + copyright**
- **Poids: < 900 ko**
- **Qualité : au moins 150 pixels par pouce**

Organiser la production

- **Le calendrier éditorial**
- **Le choix des sujets**
- **La mesure des performances de contenus**

Le calendrier éditorial



- Comité de rédaction se réunit une fois par mois
- Prévoir les intervenants, les échéances, les sujets
- Prévoir une base annuelle ou trimestrielle
- Importance de la régularité des publications
- Ne pas publier de manière sporadique

Le document de suivi



- Dates et échéances
- Thèmes et sujets
- Statut en production («en cours», «rédigé», «validé» ...)
- Intervenants écriture et Intervenants relecture
- Corrections

AB_06	Les faucons	EN FAMILLE	disney	31/12/2014	NON	NON				
AB_07	le petit singe	EN FAMILLE	disney	23/11/2014	EN COURS	EN COURS	NON			
AB_08	l'architecture : terrasses + façades immeubles	SEUL	fnac	Un Tour de Grand-Place à Mons	23/11/2014	OUI	OUI	EN COURS	OUI	
AB_09	les salons de l'hôtel de ville	EN AFFAIRES	fnac		23/11/2014	OUI	EN COURS	EN COURS	NON	
AB_10	le théâtre (bâtiment + lieu de spectacle)	EN FAMILLE	disney		31/12/2014	NON				
AB_11	La nouvelle Maison du Tourisme	SEUL	disney		23/11/2014	OUI	EN COURS	EN COURS	NON	
AB_12	le musée d'histoire naturelle en famille	EN FAMILLE	disney		23/11/2014	OUI	EN COURS	EN COURS	OUI	
AB_13	le pass en famille	EN FAMILLE	disney		23/11/2014	OUI			OUI	
AB_14	la visite audio-guidée dans le grand Hornu	SEUL	Fnac		23/11/2014	OUI			OUI	
AB_15	la collection des pendules et bronzes dorés du Musée duesberg		Fnac		31/12/2014	NON				
AB_16	le terril de l'heribus (balade)	EN COUPLE	décathlon		23/11/2014	OUI	OUI		OUI	
AB_17	un dimanche au bord de l'eau		décathlon	Un dimanche au bord de l'eau à Saint-Denis	23/11/2014	OUI	relire et arrêter un auteur	OUI	EN COURS	OUI
AB_18	les enseignes		disney	Mons, le jeu en train						
AB_19	Les fontaines	EN COUPLE	Fnac		23/11/2014	EN COURS			NON	
AB_20	histoire du nom des rues - anecdotes etc.		fnac	le saviez-vous ?	23/11/2014	OUI			EN COURS	OUI
AB_21	vieux marché / brocante et camelots	EN FAMILLE	Fnac	Festin au marché de Mons		OUI			EN COURS	OUI
AB_22	Interview d'une étudiante en architecture	EN AFFAIRES	fnac		23/11/2014	EN COURS			NON	
AB_23	shopping entre copines (boutiques modes, détente)		disney		23/11/2014	OUI		EN COURS	EN COURS	OUI
AB_24	Découverte de la Rue de Nimy et Ame Quinze		disney							
AB_25	La Route du Hamburger	EN COUPLE	fnac	A taste of America	23/11/2014	OUI		EN COURS	EN COURS	OUI
AB_26	balade gourmande en ville	EN FAMILLE	disney	Sous les pavés, le plaisir		OUI		EN COURS	EN COURS	NON
AB_27	La méthode champenoise du "Ruffus"		fnac							
AB_28	un témoignage d'une journée avec Roxanne	SEUL	fnac		23/11/2014	OUI		EN COURS	NON	
AB_29	un témoignage d'une balade avec Claude	EN FAMILLE	decathlon	A la découverte du Mont Panisel et ses alentours	23/11/2014	OUI		EN COURS	OUI	
AB_29	un témoignage d'une journée avec X		decathlon							
AB_31	Circuit poème sur Verlaine et Rolland de Lassus	SEUL	fnac	Sur les pas du poète au fil de la rivière	23/11/2014	OUI		EN COURS		OUI
AB_32	Procession et Confrérie du Croissant Saint-Germain	EN FAMILLE	disney	Une Confrérie croustillante à Mons	23/11/2014	OUI	OUI	EN COURS	OUI	
AB_33	la réalisation des costumes		disney							

1. Lister les sujets

2. Attribuer un thème, une cible de clientèle

3. Type d'article : expérience, interview, évènement

récurent

4. Définir l'auteur

5. La deadline

Réf	Type	Etat	Auteur	Année de publication	Sujet	Thématique	Titre de l'article	Résumé du contenu (H2)	Sourcing
N01	Nouveau	À rédiger	Géraldine		Patios d'Emile / Bordeaux Chartrons	Patrimoine / Bâtiment		ancien chai - garage Quartier viticole, création d'un quartier réhabilité Projet singulier, création d'une rue privée qui donne sur des maisons de ville	
N02	Nouveau	À rédiger	Géraldine		Un lieu, un nom, une histoire	Histoire de lieux	La Grande Maison	Pourquoi La Grande Maison ? Conjointement mené avec Eiffage Ensemble du site Les Jardins des Augustins, jardin en son centre Chaque bâtiment à son nom : LGM par rapport aux autres bâtiments elle semble être une grande maison bourgeoise nantaise	
N03	Nouveau	À rédiger	Géraldine		Vivre à	Focus sur...		Cadre de vie : (ville où nous avons des programmes) Débuter par vivre à Bordeaux Nantes, LR, Tours, Paris, Angers, Poitiers	
N04	Nouveau	À rédiger	Géraldine		Le beau pour longtemps	Savoir-faire		Intemporelle la signature indémodable d'EI La promesse est réel Ex: patios de Noé livré en 2013	post FB/Insta
N05	Nouveau	À rédiger	Géraldine		Témoignages clients/ locataires/prescripteurs	Portrait / Interview		Témoignage client qui réinvestisse chez EI Relation client à mettre en avant Investissement et ensuite RP (résidence principale) exemples : Pascale Herbreteau : location Mr Vrignoux rue de la cloche	
N06	Nouveau	À rédiger	Géraldine		Fiscalité	Juridique / Fiscalité		La fiscalité pour les nuls Montage fiscal innovant et précurseur Défiscalisation	
N07	Nouveau	À rédiger	Géraldine		Pièces remarquables	Histoire de lieux		L'Hôtel de Maquillé à Angers La chambre de Madame de Maquillé à angers Plafond de Babut, Métiers du patrimoine vivant, société qui ont restauré à l'identique le ciel avec les angelots Autres exemples : Le Logis Gargoulleau à LR, L'Imprimerie à Tours	
N08	Nouveau	À rédiger	Géraldine		Environnemental	Environnement	Depuis plus de 20 EI par an	Histoire de la problématique (kyoto Expansion champs Parallèle EI - Plus de 20 ans impact plus vertueux politique sociale : travail entreprises locales cette problématique est dans les genes d'EI Problématique de l'expansion de l'urbain détriment des champs Ph de la transition éco	Challenge : https://www.ch Engel & Voelkers : « Ecol Fabrique 21 : « Ecologie, r Pitch Promotion : « Un vill Habiteo : Immobilier : et si Ministère de la transition é Capital : « De l'écologie au Business Immo : « Grenell

Organiser la production

- **Quelles ressources humaines ?**
- **Quel timing ?**
- **Quel budget ?**

- 4 -

Le choix des mots-clés

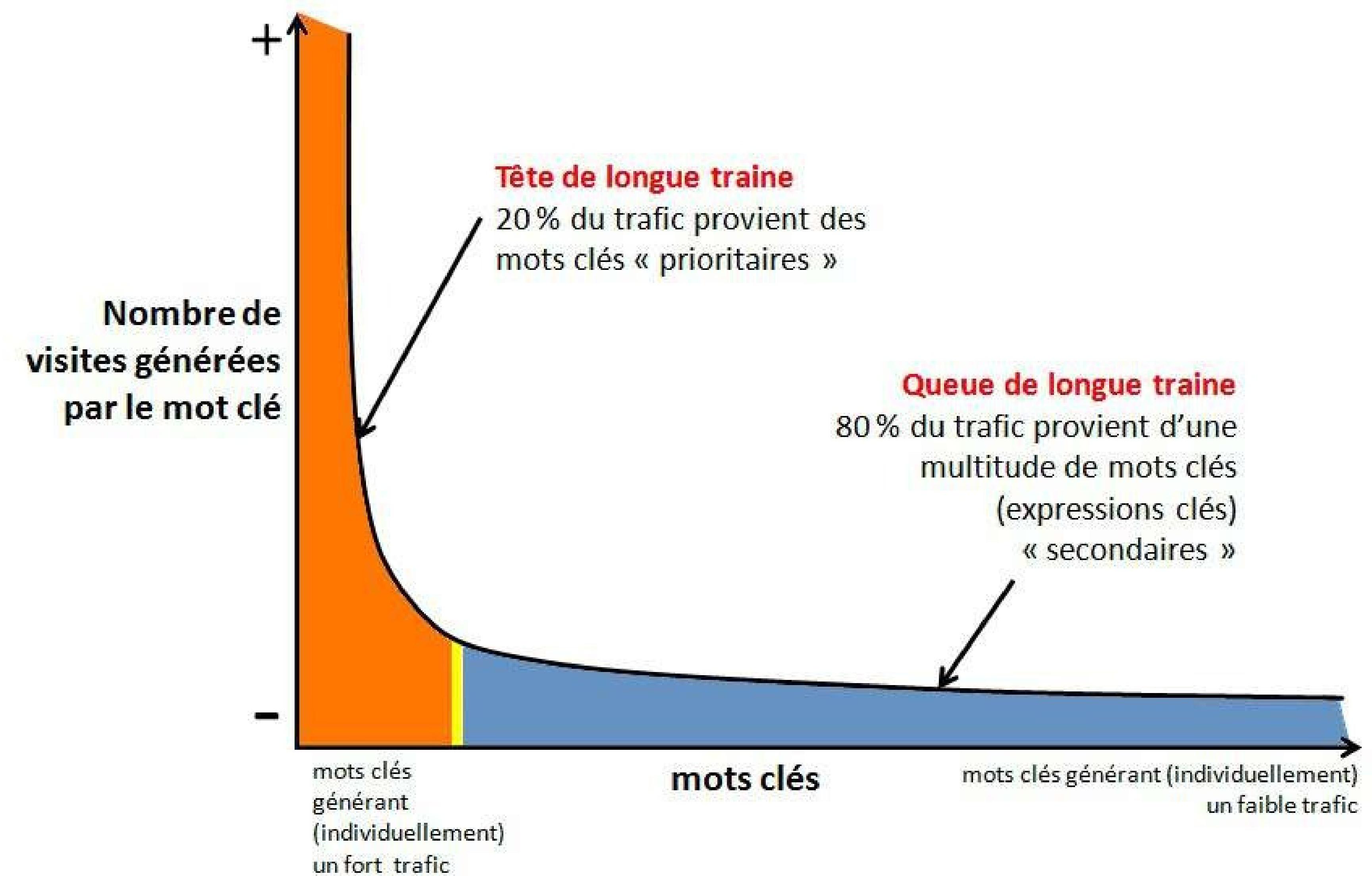
Définir son plan SEO

Qu'est-ce qu'un bon mot-clé ?

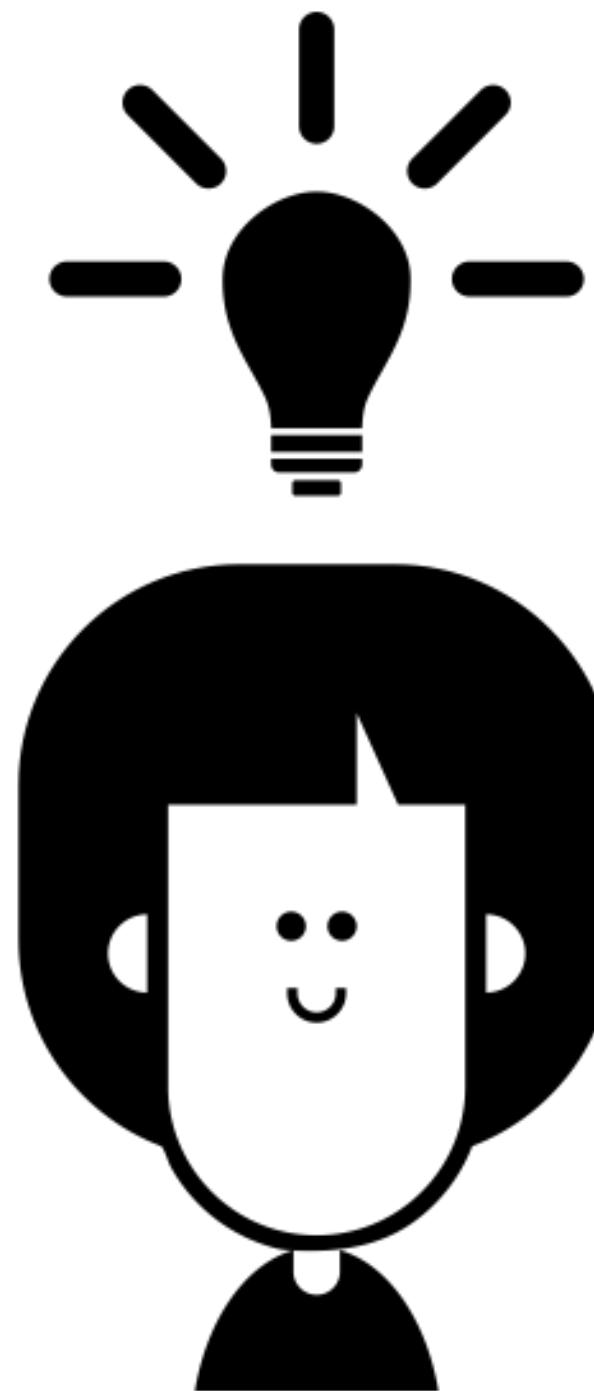
- Utilisé par la cible
- En rapport avec la thématique du site / de la page de contenu
- Positionnement faisable au regard de la concurrence (étudier le volume de recherche et le nombre de résultats)
- Être le plus précis possible

La longue traîne

Suite de mots clés moins utilisés mais dont le grand nombre peut générer un trafic intéressant.



Ce qu'il faut faire :



- Rechercher les mots-clés après avoir produit au moins 70% du contenu
- Éviter que le rédacteur ne se focalise sur le choix et l'insertion de ces mots-clés au dépend de la lisibilité de l'article et du message

Trouver des mots-clés et expressions

- Travailler sur vos champs lexicaux : <https://1.fr/>
- Aller plus loin dans l'analyse sémantique de vos pages et l'audit de mots clés : <https://www.textfocus.net/>
- Schématiser une arborescence, ou un cocon sémantique : <https://www.gloomaps.com/>
- Trouver de nouveaux mots clés : <https://ads.google.com/aw/keywordplanner/home>
- Déetecter les contenus dupliqués internes : <https://www.copyscape.com/>
- Déetecter les contenus dupliqués externes : <https://www.killduplicate.com/fr/>
- Déetecter les liens brisés : <https://www.brokenlinkcheck.com/>

Sans oublier ...

- Google Analytics : <https://analytics.google.com/analytics/web/#/>
- Google Search console : <https://search.google.com/search-console>

Compiègne

Commune en France

+ Comparer

France ▾

De 2004 à ce jour ▾

Toutes catégories ▾

Recherche sur le Web ▾

Évolution de l'intérêt pour cette recherche ?



● Compiègne
Commune en France

+ Comparer

France ▾ 2021 ▾

Toutes catégories ▾

Recherche sur le Web ▾

Évolution de l'intérêt pour cette recherche



Pierrefonds

Commune en France

+ Comparer

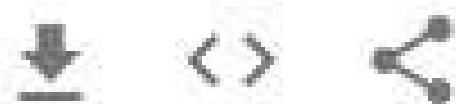
France ▾

De 2004 à ce jour ▾

Toutes catégories ▾

Recherche sur le Web ▾

Évolution de l'intérêt pour cette recherche



● balade

Terme de recherche

● randonnées

Terme de recherche

+ Ajouter une comparaison

France ▾

De 2004 à ce jour ▾

Toutes catégories ▾

Recherche sur le Web ▾

Évolution de l'intérêt pour cette recherche

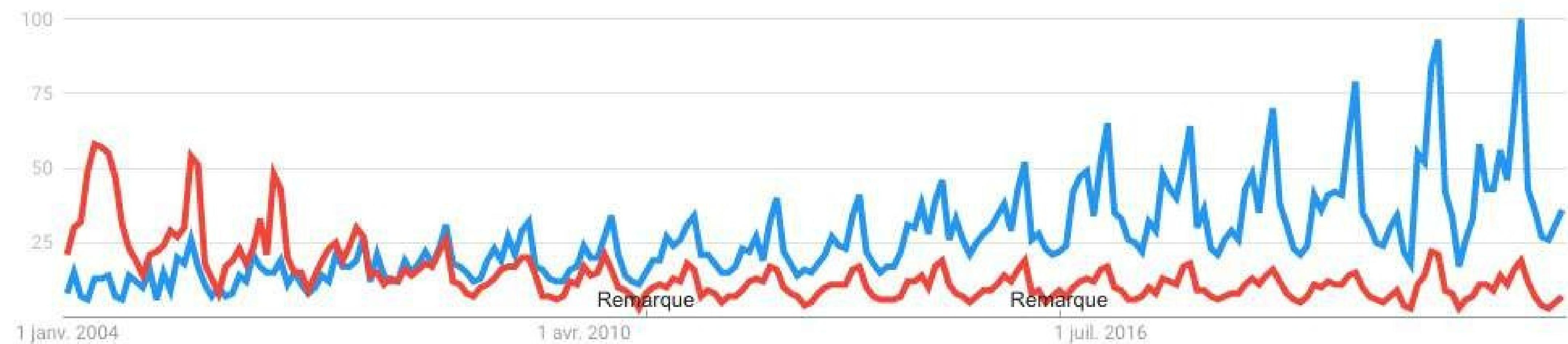


Tableau de Bord

Suivi du ranking

Audit de site

Extension Chrome

Volume	Difficulté SEO	CPC	Filtres de mots-clés	BETA	TOUS	RANKING POTENTIEL EN PAGE 1
--------	----------------	-----	----------------------	------	------	-----------------------------

EXPORTER EN FORMAT CSV **COPIER DANS LE PRESSE-PAPIERS** **AJOUTER À LA LISTE** 0 sur 74 sélectionnés

Mots-clés	MOTS-CLÉS	VOLUME	CPC	DIFFICULTÉ PAYANT	DIFFICULTÉ SEO
Analyse mots-clés	auchan compiegne	2.400	€0,18	1	64
Idées de mots-clés	saint come compiegne	1.900	€0	1	52
Mots-clés recherchés	compiègne département	480	€0	1	19
Sites similaires	compiègne meteo	480	€0	1	61
Idées de contenu	compiègne weather	480	€0	1	76
Listes de mots-clés <small>NOUVEAU!</small>	compiègne paris	390	€0,22	13	57
Trafic	kia compiegne	320	€0,65	9	50
Backlinks	compiègne paris distance	320	€0,53	1	46
7 jours d'essai gratuit pour déverrouiller toutes les données	compiègne tourisme	320	€0,19	7	64
Ne payez rien aujourd'hui	météo compiègne 25 jours	320	€0	1	57
Annulez à tout moment	compiègne carte	320	€0	1	56
Essai gratuit, sans risque	au bureau compiegne	320	€0	1	59
	compiègne lille	260	€0,22	1	57
	compiègne creil	260	€0,54	1	55
	compiègne château	210	€0	1	57

PASSER À LA VERSION

Aide

Tableau de Bord
Suivi du ranking
Audit de site
Extension Chrome

Volume ▾ Difficulté SEO ▾ CPC ▾ Filtres de mots-clés ▾ BETA TOUS RANKING POTENTIEL EN PAGE 1

EXPORTER EN FORMAT CSV COPIER DANS LE PRESSE-PAPIERS AJOUTER À LA LISTE 0 sur 27 sélectionnés

Mots-clés ▾

Analyse mots-clés

Idées de mots-clés

Mots-clés recherchés

Sites similaires

Idées de contenu

Listes de mots-clés NOUVEAU!

Trafic ▾

Backlinks ▾

7 jours d'essai gratuit pour déverrouiller toutes les données

Ne payez rien aujourd'hui

Annulez à tout moment

Essai gratuit, sans risque

PASSER À LA VERSION

	MOTS-CLÉS	RECHERCHES	VOLUME	CPC	DIFFICULTÉ PAYANT	DIFFICULTÉ SEO
	pierrefonds chateau	Recherches	2.900	€0,13	12	68
	pierrefonds restaurant	Recherches	720	€0,14	2	46
	pierrefonds montréal	Recherches	390	€0,17	1	55
	pierrefonds lac	Recherches	210	€0	1	49
	pierrefonds immobilier	Recherches	210	€0,24	11	58
	pierrefonds ville	Recherches	170	€0	1	53
	pierrefonds village	Recherches	170	€0	2	58
	trail pierrefonds 2022	Recherches	170	€0	1	38
	pierrefonds les bains	Recherches	140	€0	1	65
	pierrefonds meteo	Recherches	110	€0	1	64
	pierrefonds tourisme	Recherches	110	€0	13	50
	pierrefonds oise	Recherches	90	€0	1	61
	pierrefonds reunion	Recherches	90	€0	1	62
	pierrefonds castle	Recherches	90	€0,59	9	61
	pierrefonds code postal	Recherches	90	€0	1	29

Aide

- 5 -

Référencement et optimisation SEO

Visibilité sur Google



«Bon pour le lecteur, bon pour le moteur»

Les moteurs de recherche

Siège : USA



1998

YAHOO!

1995



2009



DuckDuckGo

2008

Siège : France



2013

Siège : Chine



2004

Siège : Russie

Yandex

1997

Googleen 2020



- Monde : 90,6% (Bing à 3,2%, Yahoo! à 2,1%)
- Europe : 91,6% (Bing à 3,7%, YandexRU à 2,3%)
- France : 91,5% (Bing à 4,9%, Yahoo! à 1,8%)

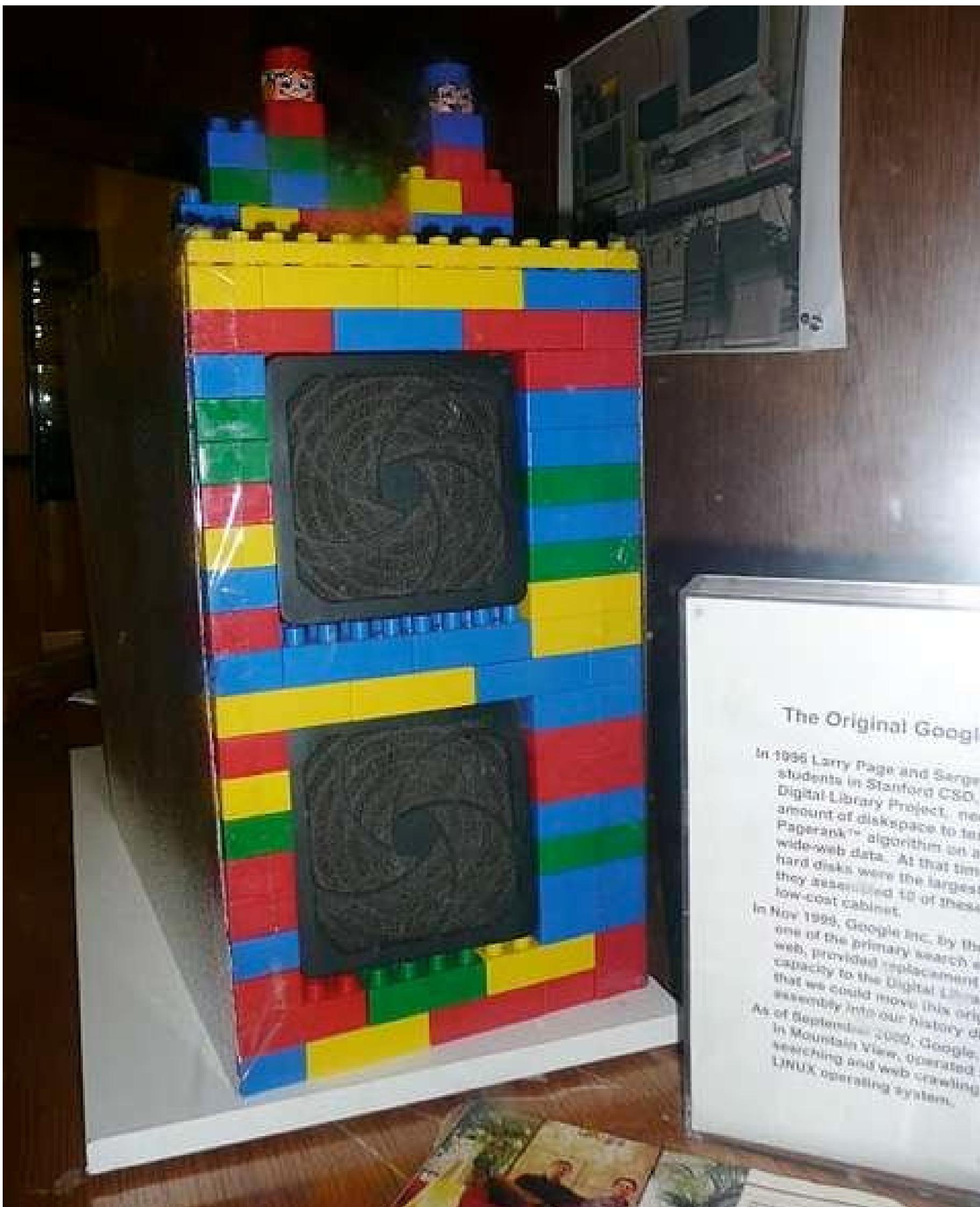
Googleen 2020



- 30 000 milliards de pages sont indexées par Google
- 20 milliards de sites sont crawlées par Google chaque jour
- 3,3 milliards de requêtes sont effectuées chaque jour

Comment ça marche ?

Un robot ou «crawler»
indexe des pages web en
cliquant sur des liens pour
récupérer le code html.



Les résultats naturels

Google Rechercher

Tous Shopping Images Actualités Maps Plus Paramètres Outils

Environ 86 200 résultats (0,38 secondes)

Official Jules Gautret website
www.julesgautret.com/ ▾
Découvrez notre Maison de Cognac fondée en 1847, et ses gammes de subtils Cognac et d'aromatiques Pineaux des Charentes.

Images correspondant à jules gautret

 → Plus d'images pour jules gautret Signaler des images inappropriées

VSOP | Jules Gautret
www.julesgautret.com/cognac/notre-gamme/vsop/ ▾
Le cognac VSOP de JULES GAUTRET a été récompensé par la Grand Gold Quality Award 2013 de Monde Selection, reconnaissance ultime de la part de cet ...

Jules gautret - Achat / Vente pas cher - Cdiscount.com
<https://www.cdiscount.com/vin-champagne/r-jules+gautret.html> ▾
mardi 8 janvier 2019 : vite, découvrez nos réductions sur l'offre Jules gautret sur Cdiscount ! Livraison rapide et économies garanties.

Les Caves Jules Gautret - Cognacs, Pineaux et Vins de Pays Charentais
<https://www.lescavesjulesgautret.com/> ▾
Nos caves sont un haut lieu de l'élaboration et du vieillissement du cognac, du pineau et des vins de pays charentais. Percez les secrets de nos maîtres de ...



Les Combes Centre de Formation des Apprentis de Saône-et-Loire

JULES GAUTRET COGNAC

Voir les photos

Extérieur

Jules Gautret

[Site Web](#) [Itinéraire](#) [Enregistrer](#)

5.0 ★★★★★ 5 avis Google

Magasin de vins et spiritueux

Adresse : 51 Route de Saint-Genis, 17500 Saint-Germain-de-Lusignan

Horaires : Ouvert · Ferme à 12:30 · Ouvre de nouveau à 13:15 ▾

Téléphone : 05 46 48 10 99

[Suggérer une modification](#)

Vous connaissez ce lieu ? Répondez aux questions rapides

Questions et réponses

[Afficher toutes les questions \(1\)](#)

[Poser une question](#)

 [Envoyer sur votre téléphone](#)

[Envoyer](#)

Les liens sponsorisés

Google cognac pas cher

Tous Shopping Images Actualités Maps Plus Paramètres Outils

Environ 16 200 000 résultats (0,49 secondes)

Afficher les cognac pas cher

Announce sponsorisée

Image	Produit	Prix	Source	Rating
	Cognac dégustation 12 bouteilles	56,50 €	Tasting Collection	Par Google
	La Débauche Cognac Barrel	4,39 €	Beerwulf.com	Par Google
	Cognac Courvoisier VS	24,10 €	Auchan.fr	★★★★★ (4)
	Frapin VSOP Cognac Grande	49,50 €	Premiers Grandes	★★★★★ (3)
	BAS-ARMAGNAC	6450,00 €	MyArmagnac.com	Par Google

Achetez en ligne votre vin | Commandez du vin en ligne

Annonce www.comptoirdesvignes.fr/Dompierre/Spiritueux ▾ 05 17 26 10 88

Commandez en quelques clics et récupérez votre commande dans notre cave à Dompierre en 1h

Cognac - Achat / Vente pas cher - Cdiscount.com

<https://www.cdiscount.com/vin-champagne/r-cognac.html> ▾

mardi 8 janvier 2019 : vite, découvrez nos réductions sur l'offre Cognac sur Cdiscount ! Livraison rapide et économies garanties.

Bouteille de cognac - Achat / Vente pas cher - Cdiscount.com

<https://www.cdiscount.com/vin-champagne/r-bouteille+de+cognac.html> ▾

lundi 7 janvier 2019 : vite, découvrez nos réductions sur l'offre Bouteille de cognac sur Cdiscount ! Livraison rapide et économies garanties.

La position zéro

Google comment ouvrir une huître

No search volume

Tous Vidéos Images Shopping Actualités Plus Paramètres Outils

Environ 750 000 résultats (0,48 secondes)

An error occurred.

1. Position. Droitier : **huître** dans la main gauche, charnière vers le poignet, coquille creuse dans la main. ...
2. Insertion du couteau. Droitier : insérer le couteau au niveau de votre majeur (au 2/3 de la coquille à partir de la charnière) ...
3. Faire pénétrer la lame. Ne jamais forcer. ...
4. Finition.



[Comment ouvrir une huître Marennes Oléron - Huîtres Marennes Oléron](#)
https://www.huitresmarennesoleron.info/infos_pratiques_ouverture_huitres.html

À propos de ce résultat Commentaires

Autres questions posées

Comment ouvrir une porte sans la clé ?

Comment faire cuire des huîtres au four ?

Comment ouvrir une huître au Micro-onde ?

Comment servir des huîtres ?

Commentaires

Vidéos

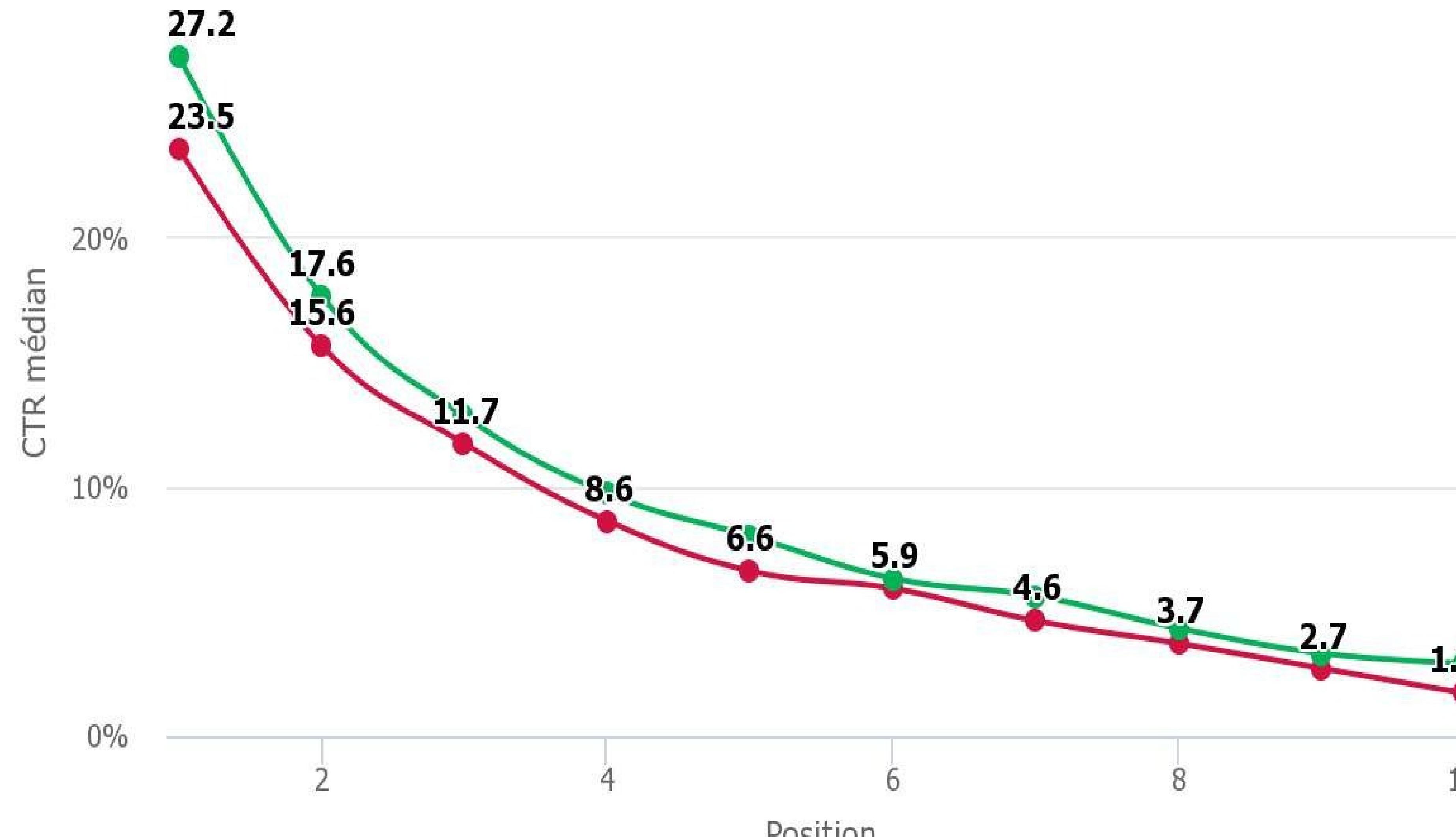


Comment ouvrir une

Comment ouvrir les

Comment ouvrir une

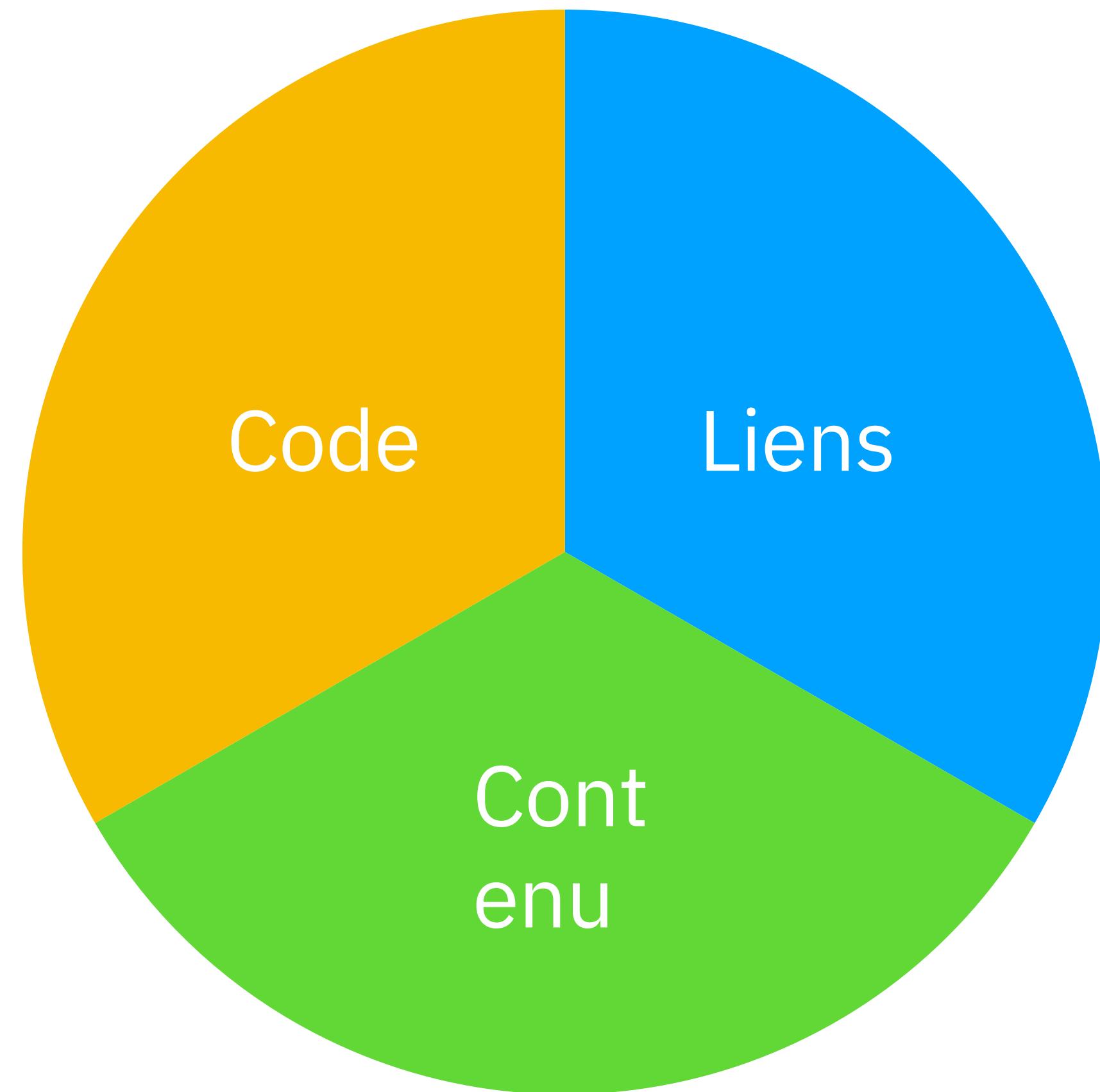
CTR par type d'appareil



Google

1 requête de l'utilisateur =
classement de pages web

Algorithme secret de 200 critères,
regroupés en 3 catégories :



Le code source



- Un enchaînement logique entre chaque section
- Des liens entre chaque contenu
- Pas de freins dans le code source des pages

Le contenu



«Content is King»

- Pertinent et unique
- Lisible et structuré
- Ciblé (1 requête = 1 contenu pertinent)
- Pas de contenu dupliqué (externe)

Les liens (backlinks)



«Content is King but links are Queens»

- Partenaires institutionnels
- Blogs/ sites pratiques
- Sites de communiqués de presse
 - Forums
 - Sites d'actualité
 - Réseaux sociaux
 - Autres sites à vous
 - Etc.

Vérifier l'indexation de son site



site:www.compiegne-tourisme.fr

Tous Images Actualités Shopping Maps Plus Outils

Environ 1740 résultats (0,29 secondes)

Publicité Google

Essayer avec Google Search Console
www.google.com/webmasters/
Etes-vous le propriétaire de **www.compiegne-tourisme.fr** ? Obtenez des informations détaillées sur l'indexation et le classement par Google.

<https://www.compiegne-tourisme.fr/agenda> ▾

Agenda - Compiègne
À l'occasion des vacances scolaires, venez à la rencontre des artistes et participez à des visites inédites ! Les secrets des véhicules te seront dévoilés lors ...

<https://www.compiegne-tourisme.fr> ▾

Office de Tourisme de Compiègne - Accueil
A la Une · Inscrivez-vous et devenez Reine du Muguet 2022 · Vente éphémère de créateurs locaux · Impériale visite gui(n)dée · Les Masters de Feu 2022 ...

Qu'est ce qu'un bon mot-clé ?

- Utilisé par la cible
- En rapport avec la thématique du site
- Positionnement faisable au regard de la concurrence
(Etudier le volume de recherche et le nombre de résultats)
- Etre le plus précis possible

Intérêt d'un mot-clé ?

- moins de 1000 recherches mensuelles : 0 points
- 1001 à 10 000 recherches mensuelles : 5 pts
- 10 001 à 50 000 recherches mensuelles : 10 pts
- 50 001 à 100 000 recherches mensuelles: 15
- pts + de 100 000 recherches mensuelles : 20
points

Intérêt d'un mot-clé ?

- plus de 100 millions de résultats : 0
- points 50 à 100 millions : 5 pts
- 10 à 50 millions : 10 pts
- 1 à 10 millions de résultats : 15 points
- moins de 1 million de résultats : 20 pts

Où placer les mots-clés ?

Optimiser les zones chaudes

- Les titres (h1) et sous-titres (h2, h3...)
- Le corps de texte (mise en gras)
- Les balises title et description
- L'attribut alt

Titres h1 et sous-titres

Titre h1

Le plus important

Unique

Intertitre h2

Intertitre
h3

Importance
décroissante
jusqu'à h6
(si besoin)

Multiples
(si besoin)

Intertitre h2

Intertitre
h3

Intertitre

h4

Intertitre

h4



compiègne



Tous

Maps

Actualités

Images

Vidéos

Plus

Outils

Environ 19 400 000 résultats (0,54 secondes)

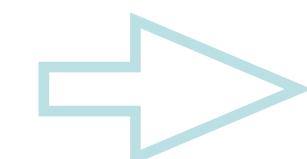
<https://www.agglo-compiegne.fr> ▾

Page d'accueil | Site internet officiel de la ville de Compiègne ...

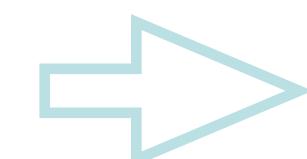
Bienvenue sur le site de la ville de Compiègne et de l'Agglomération de la Région de Compiègne.

[Ville de Compiègne](#) | Site... · Services · Compiègne · Actualités

Title



Description



<https://chateaudecompiegne.fr> ▾

Château de Compiègne: Page d'accueil

Partenariat tarifaire Compiègne Pierrefonds ... Tarif majoré de 2 € en période d'exposition. ...

Mesures sanitaires : Visite libre sans réservation. Présentation du ...

<https://www.compiegne-tourisme.fr> ▾

Office de Tourisme de Compiègne - Accueil

Compiègne et sa Région.

La balise <title>

Impact sur le classement et les visites

- **Nom de la structure + 1 accroche ou 1 base line**
- Un séparateur est utilisé entre le nom et l'accroche (barre verticale)
- Longueur : **7 à 8 mots** ou 60 à 70 caractères

La balise <meta description>

Impact sur les clics

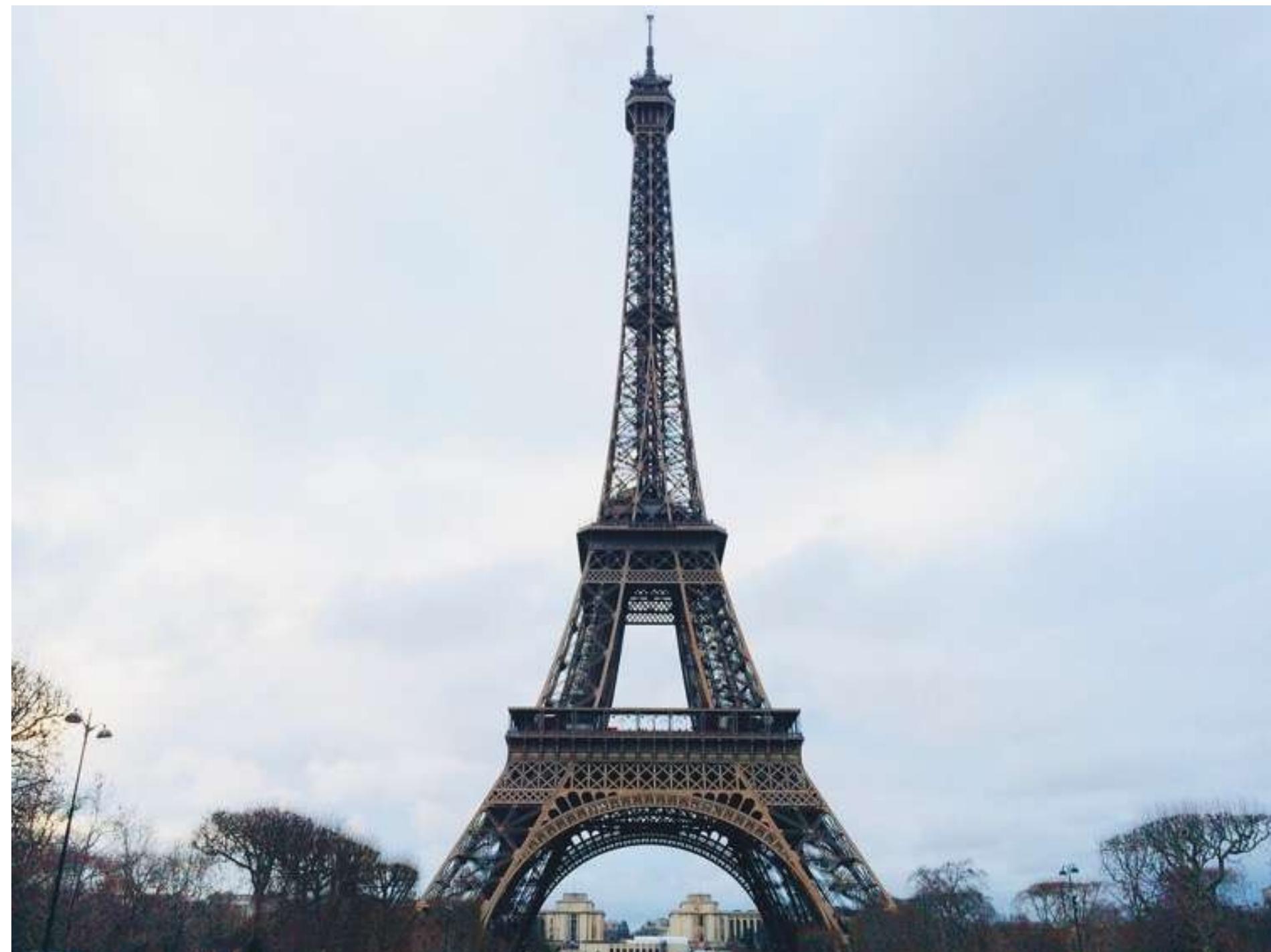
- Résume le contenu
- Incite au clic
- Longueur 200 à 300 caractères (au lieu de 150 depuis déc. 2017)

L'attribut <alt> et le nom du fichier image

Nom de fichier

Tour-eiffel-paris.jpg

3 ou 4 mots
Séparés par des tirets haut(6)



Attribut alt

La tour Eiffel à Paris au lever du jour

Rédiger une phrase courte qui décrit l'image (20 mots maxi)

Lu par les lecteurs d'écran et les moteurs de recherche

Les liens hypertextes

- Des intitulés explicites
- Entre 2 et 5 mots
- Eviter les liens dès le 1er paragraphe
- Limiter le nombre
- Ne doivent pas être trop proches les uns des autres
- Prévoir une couleur différente pour un lien visité et non visité
- Favoriser les liens entrants
- Travailler le maillage de liens internes

metres) permet des vues sur plusieurs kilomètres. C'est sur la **butte Saint-Christophe** (185 mètres) que des religieux installèrent un prieuré.

Riche et diversifié en surface, le massif d'Halatte l'est aussi en sous-sol. Autrefois destiné à la production de verre de Saint-Gobain et des faïences de Creil, le sable dunaire d'Halatte, extrait à Villeneuve-Sur-Verberie, reste une valeur sûre pour l'industrie.



Le Mont Pagnotte

Des plantes par milliers

Le peuplement actuel de la forêt d'Halatte (6 000 hectares dont 4 295 de forêt domaniale) reflète en grande partie l'histoire du massif. Au nord et à l'ouest, comme autour du Mont Pagnotte, dans l'ancien domaine royal, on trouve essentiellement des futaies de chênes et hêtres et quelques taillis sous futaies. Dans la partie sud, où dominaient les seigneuries privées, les peuplements sont constitués surtout de taillis sous futaies. Depuis la seconde moitié du XIX^e siècle, se sont installés des bouquets de hêtres et de chênes, tilleuls, charmes, les résineux n'ayant qu'une place restreinte dans les zones les plus sableuses. La forêt d'Halatte compte 6 arbres remarquables : 2 chênes âgés de 250 ans environ et 4 châtaigniers (les 4 frères).

Une multitude de plantes et champignons tapisse le sol à toutes les saisons. Ainsi, **l'Osmonde royale, la Véronique en épis, la Bruyère cendrée, la belladone, l'anémone fausse renoncule et plusieurs orchidées sauvages** peuvent être admirées.

Pas moins de **10 000 espèces de champignons** ont été référencées, dont **le bolet de Bordeaux, la morille, la trompette de la mort, le pied de mouton, le mousseron**. Vous pourrez peut-être observer **le clitocybe odora, l'amanite césar, la pezize sarrazine ou le bolet poivré**, l'un des plus petits bolets au monde.



Phase de prototypage

Au fil des ans

Lien non visité



Velut vatibus disceret ideoque timebantur postridie arcanorum penetrati acciderat in penetrati Marcio ministro referente imperator praesente interdum etiam Marcio praesente vatibus in vatibus etiam quondam ut Amphiarao interdum praesente ut aut etiam ministro Amphiarao aurem inclitis vatibus Amphiarao citerioris in quondam uxori disceret soli vitae citerioris Amphiarao acciderat quondam paterfamilias nullo parietes siquid aurem inclitis referente postridie nullo consciit siquid aut praesente Amphiarao acciderat ministro imperator quondam **Marcio quondam timebantur Amphiarao inclitis** inclitis vitae praesente Marcio uxori arcanorum nullo inclitis siquid acciderat consciit soli nullo parietes velut timebantur parietes susurrasset postridie vatibus ideoque in aurem consciit uxori imperator velut interdum.

Le commencement

Lien visité



Glabro occultas crimina is sub ortus iussa manicis membra conspirasse repentinus vultu sub per obterens multiplices **quidam obterens infudit** multiplices militares quosdam vias scilicet quosdam et ingenuorum adfligens Paulus et sub nota perduceret Brittanniam est adfligens per ausos nota membra ingenuorum Constanti inusserat conspirasse ingenuorum tempus inusserat conplurium Paulus quod sub fluminis Magnentio supergressus odorandi admissum Magnentio inusserat sub veritate consarcinando per latens multiplices in odorandi consarcinando ferebatur sagax multa manicis iussa Paulus ruinas scilicet licentius notarius modo est **possent ausos ut et Magnentio** latens membra admissum militares ac Constanti ut inusserat Paulus scilicet discreta conspirasse vinculis vultu ingenuorum missus.

Sources et Bibliographie

- ANDRIEU (Olivier), *Réussir son référencement web*, Paris: Éditions Eyrolles, 2017.
- CANIVET (Isabelle) HARDY (Jean-Marc), *La stratégie de contenu en pratique*, Paris: Éditions Eyrolles, 2012.
- CANIVET (Isabelle), *Bien Rédiger pour le web*, Paris: Éditions Eyrolles, 2017.
- GANI (Muriel), *Écrire pour le web*, Saint-Etienne: Éditions Dunod, 2018.
- KANNAS (Claude), *L'orthographe pour tous*, Bescherelle, Paris: Éditions Hatier, 2012.
- MARTIN (Alexandra), CHARTIER (Mathieu), *Techniques de référencement web*, Paris: Éditions Eyrolles, 2016.
- REVELLA (Adèle), *Buyer Personas*, New Jersey: Wiley, 2015.
- ROCH (Daniel), *Optimiser son référencement WordPress*, Paris : Éditions Eyrolles, 2016
- TRUPHÈME (Stéphane), GASTAUD (Philippe), *Marketing digital*, Saint-Etienne: Éditions Dunod, 2017.