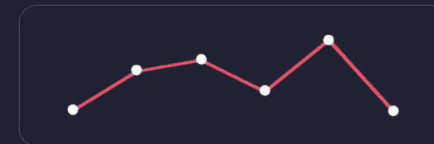
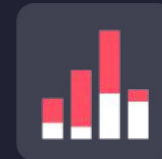
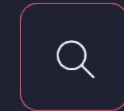
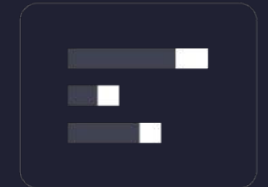




ÉTUDE SEMJI

État des contenus SEO en 2023

Les 18 points clés à retenir pour mieux comprendre
Google et positionner vos contenus



Leçons et apprentissages tirés d'une analyse de
520 000 contenus & 50 000 SERP

Sommaire

Introduction	3
Méthodologie	4-6
L'étude en quelques chiffres	7
Les 18 points-clés à retenir	8-30
Checklist de performance d'un article en 1 ^{ère} position	31
Conclusion	32
A propos de Semji	33-34

Introduction

À chacune de ses mises à jour, Google chamboule la communauté SEO.

Les experts s'expriment, les journalistes commentent les modifications apportées, les annonceurs scrutent le moindre impact sur leur activité. Tous souhaitent savoir comment évolue Google et à quels critères il faut répondre pour s'assurer les meilleures performances SEO.

Cette étude publiée par Semji s'engage dans cette démarche : étudier les comportements de Google pour vous aider à mieux positionner vos contenus.

En tant que plateforme d'optimisation de contenus SEO, Semji s'est appuyée sur ses propres algorithmes pour traiter et analyser 20K pages clients et 500K pages de leurs concurrents.

Les résultats de cette analyse vont vous permettre d'avoir une meilleure connaissance de ce que peuvent attendre Google et ses utilisateurs en 2023.

Voici les 18 points clés à retenir.



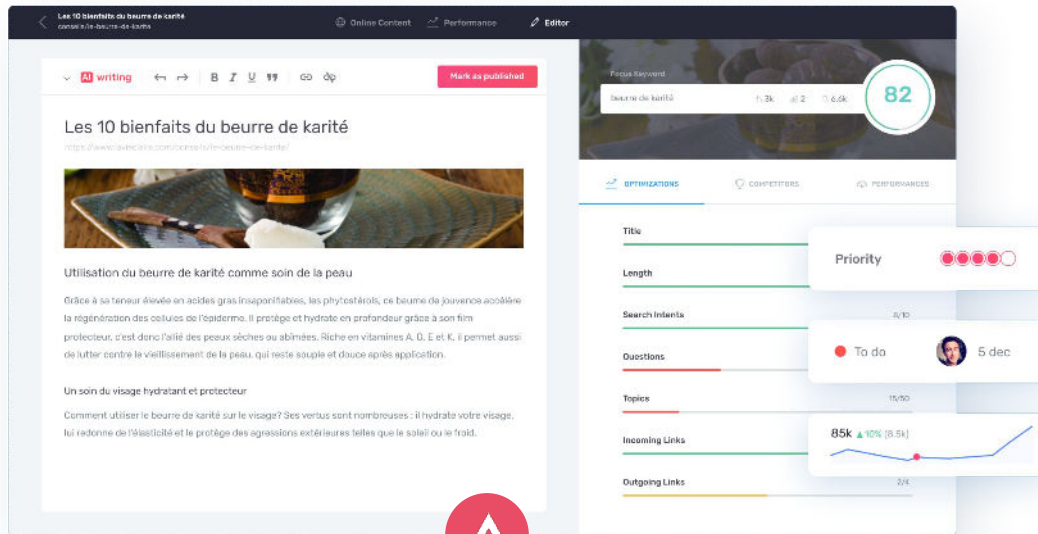
20k Contenus clients Semji

500k Contenus concurrents

50k SERP

Méthodologie

Semji collecte différentes données pour réaliser une analyse la plus représentative des SERP françaises.



20K URL clients de la plateforme Semji

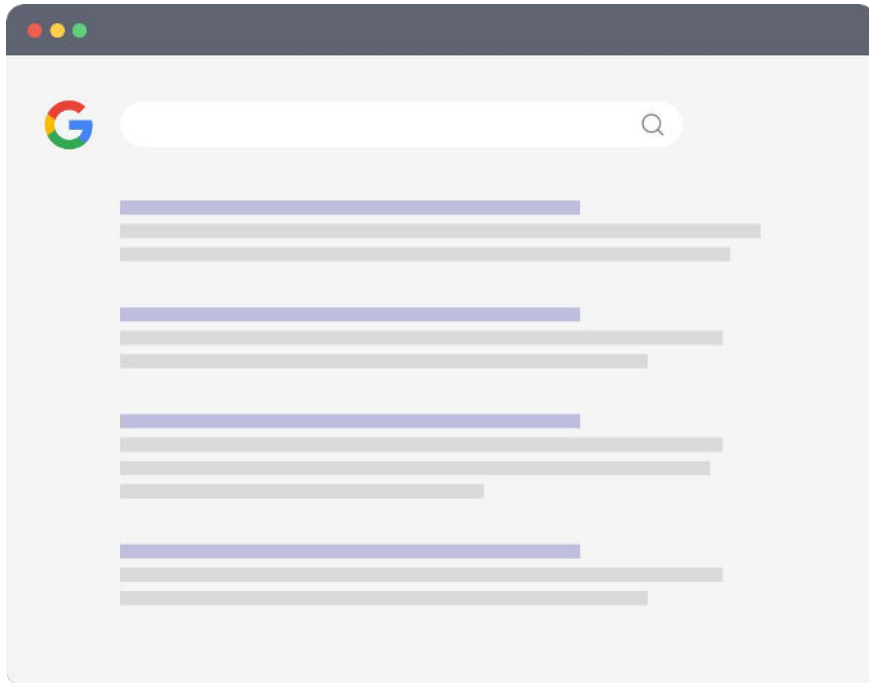
L'étude Semji s'appuie sur l'analyse de 20 000 contenus clients de la plateforme. Les pages analysées proviennent de clients Midmarket / Enterprise, principalement des grandes marques avec des domaines à forte autorité.

Plusieurs données sont extraites par la plateforme comme :

- Les données des comptes Search Console et Google Analytics
- Le suivi des positions sur l'ensemble des URL
- Les dates de publication et mise à jour des pages
- Le Keyword Difficulty (difficulté du mot-clé) fourni par Semrush

La notion de trafic désignée dans cette étude représente les clics organiques mesurés grâce à la Search Console. A noter également que toutes les statistiques évoquées sont des médianes. L'étude cherche à faire des corrélations entre les différentes données plutôt que des liens de causalité.

Méthodologie




50K SERP 500K URL concurrents













L'étude des 20 000 contenus des clients Semji conduit à examiner 50 000 SERP françaises ainsi que 500 000 pages de leurs concurrents (environ 10 pages par SERP).

L'utilisation des URL rating (UR) et domain rating (DR) fournis par Ahrefs permettent de compléter cette analyse.

La notion de trafic désignée dans cette étude représente les clics organiques mesurés grâce à la Search Console. A noter également que toutes les statistiques évoquées sont des médianes. L'étude cherche à faire des corrélations entre les différentes données plutôt que des liens de causalité.

Méthodologie



	Trafic estimé	Mot-clé principal	Tendance
Quels sont les bienfaits de la spiruline ?  lavieclaire.com/conseils/spiruline-bienfaits  Article	30.3K	spiruline	
Spiruline : point complet sur les vertus de l'algue miracle  consoglobe.com  Article	4,5K	algue spiruline	
Spiruline 100% BIO en Comprimé Bienfaits Sans Danger  nutrimea.com/spiruline-bio  Shopping	4K	spiruline comprimé	
Spiruline Bio et Naturelle en Comprimés  naturaforce.com  Shopping	2,9K	spiruline bio	



Traitement des données et classification par l'IA de Semji

Les pages sont classées par typologie de contenu (article / shopping) pour pousser la pertinence des observations et permettre une meilleure compréhension des algorithmes de Google.

L'étude en quelques chiffres

10x plus de trafic

pour les contenus longs
(+ de 2000 mots) par rapport
aux contenus courts
(moins de 500 mots).

3 à 5 mois

pour qu'un nouveau
contenu se positionne.

1 mois

pour qu'un contenu
mis à jour gagne du trafic.

+60% de trafic

quand on optimise
un article existant.

17x plus de trafic

pour une page en 1^{ère} position
par rapport à une page en
10^{ème} position.

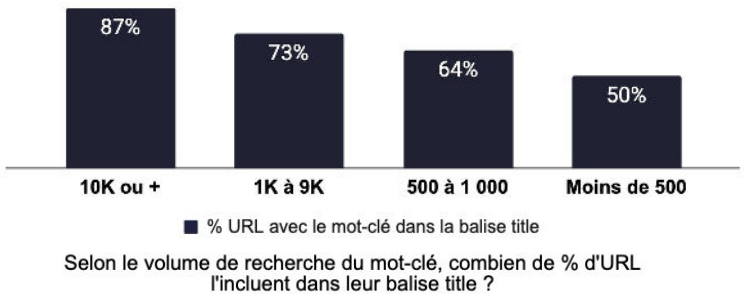
2x plus de trafic

pour les articles optimisés
avec un Content Score Semji
compris entre 90 et 100.

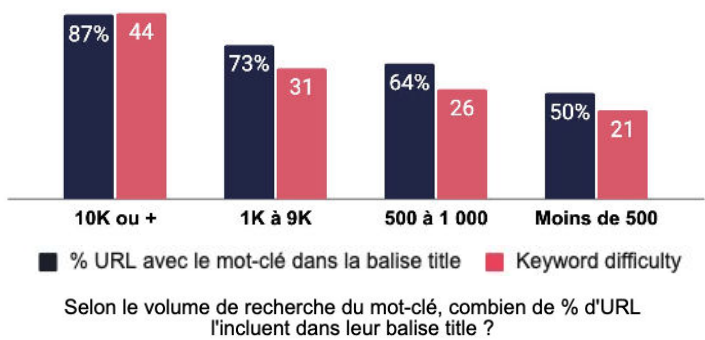
POINT CLÉ N°1

L'importance du mot-clé dans la balise title

➔ **Plus un mot-clé est recherché**, plus il sera présent dans les balises titles des URL en 1ère page



➔ Car en général, les mots-clés à **fort volume** sont plus **concurrentiels** (et demandent une meilleure optimisation)



Sur les 50 000 SERP et les 520 000 URL situées en première page, on constate qu'en moyenne, 75% intègrent le mot-clé principal dans leur balise title.



Nous avons segmenté ces 50 000 SERP par volume de recherche. Premier constat : **moins les mots-clés sont recherchés, moins ils figurent dans les balises titles**. A contrario, sur les mots-clés à fort volume de recherche, **87% des pages intègrent le mot-clé principal dans la balise title**.

Le keyword difficulty peut expliquer cette observation. Les mots-clés les plus recherchés sont souvent les plus concurrentiels (40 pour un volume de recherche d'au moins 10k vs 21 pour un volume de recherche en dessous de 500). Pour obtenir le meilleur positionnement, l'optimisation SEO de la page est indispensable et la balise title est connue pour être un élément essentiel dans cet effort.

Conseils pour bien optimiser vos balises titles

- Dans la mesure du possible, placez votre mot-clé principal au début de votre balise title.
- Elargissez le champ lexical de votre contenu en rédigeant une balise title et un H1 (titre principal) différents.
- Veillez à ce que chacune de vos pages ait une balise title différente, unique.
- Si vous visez des mots-clés de longue traîne, analysez les balises title des 3 premières pages de la SERP. Si aucune d'entre elles ne comprend le mot-clé, saisissez l'opportunité et incluez-le dans votre balise title ! Vous pourrez plus facilement vous faire une place dans le TOP 3.

140 recherches/mois

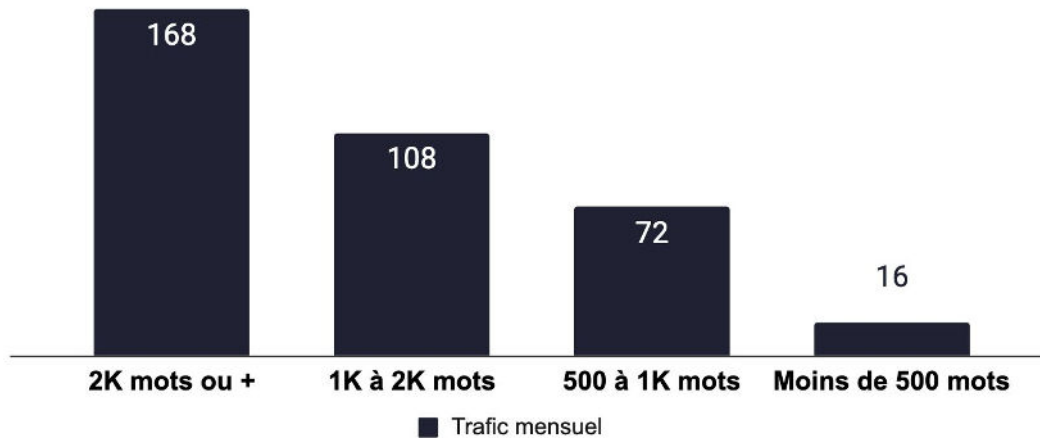
The screenshot shows a search bar with the query 'spiruline cheveux fins'. Below the search bar, three search results are displayed. Each result includes a URL, a title, and a snippet of text. The first result is from 'naturaforce.com' with the title 'Comment la spiruline améliore la beauté des cheveux'. The second result is from '123gelules.com' with the title 'La spiruline, bénéfique pour les cheveux - 123 gelules'. The third result is from 'vegalia.fr' with the title 'Spiruline : Quels EFFETS sur vos CHEVEUX ? - Vegalia'. A bracket at the bottom of the search results points to a red text box.

Aucun contenu ne traite spécifiquement du mot-clé 'spiruline cheveux fins'. Il est donc plus simple de se positionner sur ce mot-clé.

POINT CLÉ N°2

L'importance de la longueur du contenu

→ Sur 17K articles analysés, les contenus longs captent **10 fois plus de trafic**



Articles : trafic mensuel selon la longueur de contenu

La longueur de contenus est-elle un critère de performance ? C'est une question récurrente et très discutée en SEO. Google annonce lui-même que ce n'est pas un critère direct de positionnement.

Cependant, même s'il se peut que ce ne soit pas un critère direct de positionnement, on remarque sur les articles observés que les contenus de plus de 2000 mots génèrent en moyenne 168 clics contre 16 pour les contenus de moins de 500 mots.

De fait, on voit clairement une différence de performances entre les contenus courts et les contenus longs : **pour 4 fois plus de mots, ces derniers génèrent 10 fois plus de trafic.**

Nos conseils pour définir la longueur de votre contenu

Avant de vous lancer dans la rédaction, analysez la SERP sur votre mot-clé principal. En effet, il n'est pas toujours nécessaire de produire des contenus de plus de 2000 mots. Pensez surtout à observer la concurrence sur le mot-clé ou la thématique que vous ciblez.

- Entrez votre recherche en navigation privée.
- Cliquez sur les trois premiers contenus positionnés naturellement (attention aux annonces !).
- Regardez la longueur de chaque contenu pour définir une longueur idéale à atteindre.

Ex. Pour trois contenus concurrents comprenant respectivement 500, 800 et 1300 mots, il est recommandé de produire un contenu de 1300 mots ou plus.

Bien entendu, la longueur seule ne suffit pas à positionner votre contenu. D'autres critères entrent en compte tels que l'optimisation des balises ou le traitement des intentions de recherche.

The screenshot shows a Google search for 'spiruline'. The search bar contains 'spiruline' and the search button is visible. Below the search bar, there are navigation options: 'Tous', 'Shopping', 'Images', 'Actualités', 'Vidéos', and 'Plus'. The search results show 'Environ 4770 000 résultats (0,51 secondes)'. The top three organic results are:

- 1. <https://www.lavieclaire.com> > Conseils > Saveurs > **Quels sont les bienfaits de la spiruline ? - La Vie Claire**
19 mai 2022 — La **spiruline**, de son nom latin **spirulina** arthrospira platensis, est une microalgue de couleur verte et de forme spiralée qui appartient à la ...
- 2. <https://www.doctissimo.fr> > ... > Nutriments > Vitamines > **Les bienfaits de la spiruline - Doctissimo**
28 juil. 2022 — La **spiruline** est une micro-algue d'eau douce qui fait partie de la famille des cyanobactéries ou algues bleu-vert. Son nom latin est Arthrospira ...
La spiruline, un superaliment... - Quels sont les réels atouts de...
- 3. <https://www.passeportsante.net> > Solutions > Fiche > do... > **Spiruline : bio ou non, quels sont ses bienfaits ?**
9 févr. 2022 — La **spiruline** est une algue spiralée qui existe depuis 3 milliards d'années. Faible en calorie, elle contient une grande quantité de protéines, d ...

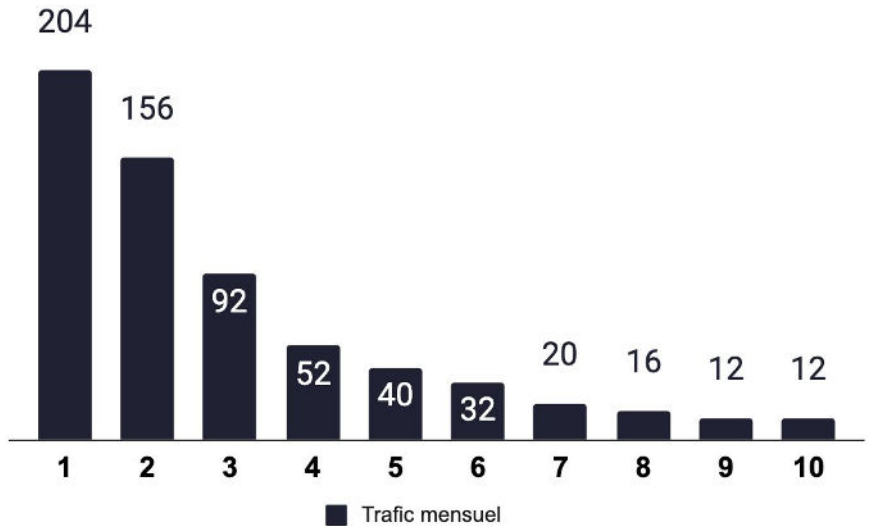
Analysez la longueur du TOP 3 pour définir la longueur de contenu à atteindre



POINT CLÉ N°3

Le TOP 3 reste les positions les + intéressantes à aller chercher

→ Une URL en 1ère position sur son mot-clé principal capte **17 fois plus de trafic**



Trafic mensuel selon la position sur le mot-clé principal

Votre contenu est positionné en première page ?
Félicitations ! Mais il serait dommage de s'arrêter là.

En effet, on constate que la grande majorité du trafic se concentre dans le TOP 3. Les contenus en bas de SERP ne captent que peu de trafic.

En comparaison, un contenu positionné en première position sur son mot-clé principal génère 17 fois plus de trafic par rapport à un contenu en dernière position.

LA RECO' SEMJI

Nos conseils pour atteindre le TOP 3 sur votre mot-clé : la création d'un cocon sémantique !

Sur une thématique donnée, si vous publiez un seul contenu, celui-ci n'a pas beaucoup de poids. Aujourd'hui en SEO, une pratique redoutable consiste à produire plusieurs contenus autour d'une même thématique, et à mettre en place un maillage interne entre les contenus, du contenu le plus général au plus précis. C'est ce que l'on appelle le cocon sémantique.

Voici 2 grandes étapes :

- Définissez la thématique principale sur laquelle créer une page pilier ou page mère. Cette page a pour objectif de se positionner sur l'un de vos mots-clés génériques.
Exemple : spiruline
- Définissez ensuite les sous-thématiques pour identifier d'autres sujets de contenus, plus précis. Ce seront vos pages filles.
Exemple sur la thématique (page mère) "spiruline", le module idées de contenus de Semji montre plusieurs mots-clés sur lesquels créer du contenu (pages filles), comme "spiruline utilisation", "spiruline bienfaits", "quand consommer spiruline"...

Résultat ? Vous adoptez la meilleure tactique pour :

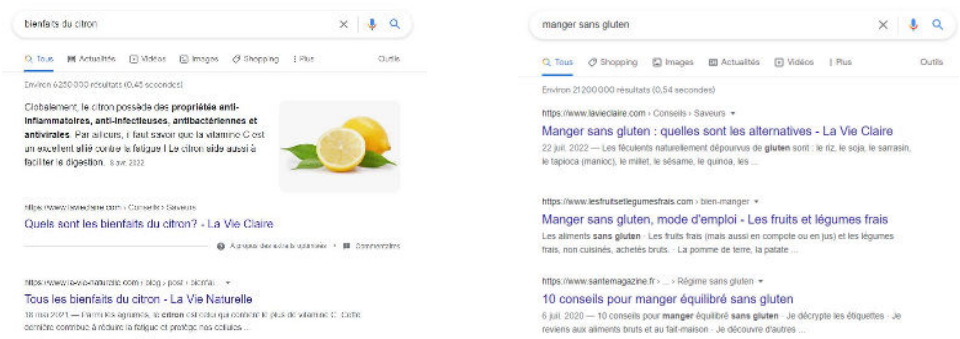
- Positionner votre page pilier sur son mot-clé principal,
- Capturer du trafic sur des mots-clés de longue traîne grâce aux pages filles,
- Devenir leader SEO sur la thématique.

Idées de contenu	Mot-clé principal	Trafic estimé	Tendance	Difficulté du mot-clé	Planning
Quels sont les bienfaits de la spiruline ? <small>la-visioaire.com</small>	Spiruline	30.3K		Haute	
Spiruline : point complet sur les vertus de l'algue miracle <small>consoglobe.com</small>	Algue spiruline	4.5K		Haute	
Spiruline : bienfaits, dangers, comment l'utiliser ? <small>santé.journaldesfemmes.fr</small>	Spiruline utilisation	4K		Basse	
Les bienfaits de la Spiruline sur les cheveux <small>aroma-zone.com</small>	Spiruline cheveux	2.9K		Très basse	

POINT CLÉ N°4

Un CTR + important dans les SERP sans P0

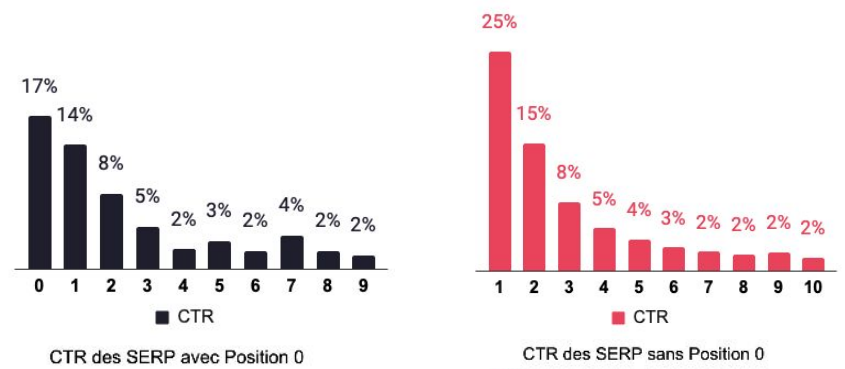
→ Deux types de SERP distinctes : AVEC et SANS position 0



Avec position 0

Sans position 0

→ Une SERP avec une position 0 entraîne moins de clics sur le premier résultat de recherche



La position 0 est-elle vraiment intéressante pour la performance d'un contenu ?

Comparée aux autres contenus positionnés, **obtenir une P0 reste le plus intéressant niveau CTR (17%).**

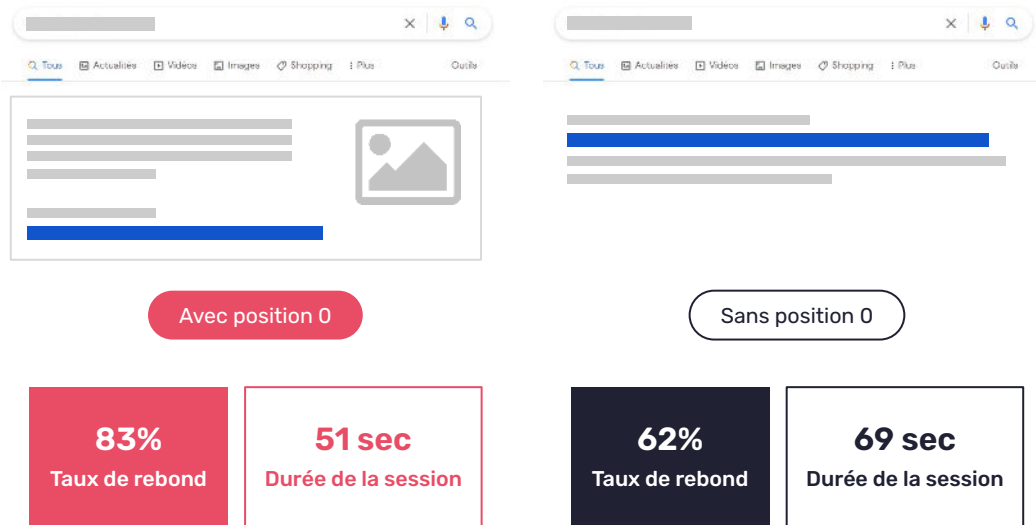
Néanmoins, étant donné que la réponse à la question est presque entièrement consultable sur la SERP, elle offre un CTR moins élevé que pour une première position "classique". **Sur une SERP sans position 0, l'URL située en première position obtient un CTR de 25%, soit plus élevé que pour une P0.**

La première position sur une SERP sans position 0 reste donc plus intéressante en matière de performance.

POINT CLÉ N°5

Un comportement utilisateur différent sur une SERP avec ou sans P0

→ Un comportement utilisateur différent sur le **premier résultat de recherche**



La présence ou non d'une position 0 dans la SERP influence également le comportement des utilisateurs.

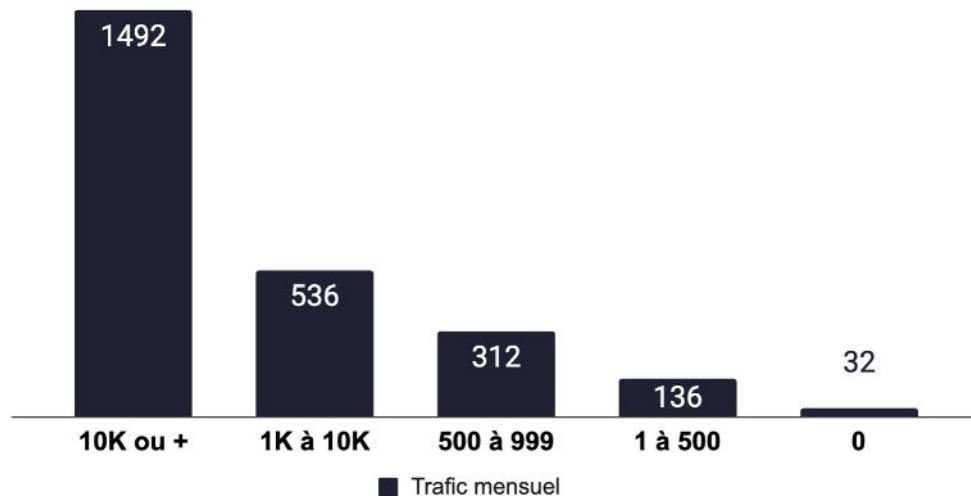
On constate ainsi que **sur la position 0, le taux de rebond est plus élevé et la durée de session est plus faible** que pour une URL positionnée en première position sur une SERP sans P0.

Cela peut s'expliquer par la typologie du mot-clé qui induit des réponses plus courtes et donc plus rapidement consultées par les internautes.

POINT CLÉ N°6

Les articles en 1^{ère} page sur des mots-clés à fort volume de recherche captent + de trafic

→ Les articles en 1^{ère} page positionnés sur des **mots-clés très recherchés** captent beaucoup plus de **trafic**



Articles : trafic mensuel selon le volume de recherche du mot-clé principal

Le volume de recherches d'un mot-clé a-t-il une influence sur le trafic apporté ?

Il semblerait que oui.

Les articles positionnés sur un mot-clé très recherché (+ de 10 000 recherches par mois) ont un trafic mensuel nettement plus important.

Ces données confirment donc que **le volume de recherche d'un mot-clé principal n'est pas à négliger quand on souhaite créer des contenus à fort ROI.**

De nombreuses entreprises produisent encore des contenus sans réfléchir au mot-clé sur lequel elles souhaitent se positionner. C'est pourtant une bonne manière d'obtenir un retour sur investissement.

Pensez donc à bien prendre en compte le volume de recherche dans le choix de vos mots-clés.

LA RECO' SEMJI

Nos conseils pour trouver des mots-clés avec un fort potentiel SEO

Écoutez vos forces de vente.

Organiser un brainstorming avec votre équipe peut faire émerger des idées de mots-clés. Vous pouvez par exemple partir de vos buyers personae, discuter avec d'autres services comme les commerciaux ou le support et lister les sujets les plus récurrents dans votre activité.

Écoutez votre audience.

Ici, plusieurs méthodes :

- Utilisez des fonctionnalités propres à Google et Youtube comme les recherches associées.
- Regardez les requêtes de vos prospects sur les forums, le SAV.

Automatisez cette recherche

Pour gagner du temps, Semji vous assiste dans la priorisation. Son algorithme indique pour vous les contenus existants avec le plus gros potentiel SEO et sélectionne les mots-clés les plus stratégiques à cibler.

Soignez votre liste de mot-clés

Chaque mot-clé ciblé doit répondre aux critères suivants : en rapport avec votre activité, volume de recherche intéressant par rapport à vos cibles, et idéalement, qui génère déjà du trafic sur votre site avec 0 page positionnée.

Pages	Mot-clé principal	Potentiel de clics	Content score
Tout savoir sur l'AEO https://www.semji.com/tout-savoir-sur-aeo	AEO	●●●●●	76
Les chiffres clés du SEO https://www.semji.com/chiffres-cles-seo	Chiffres SEO	●●●●○	35
10 KPI SEO à suivre https://www.semji.com/10-kpi-seo-a-suivre	KPI SEO	●●○○○	22

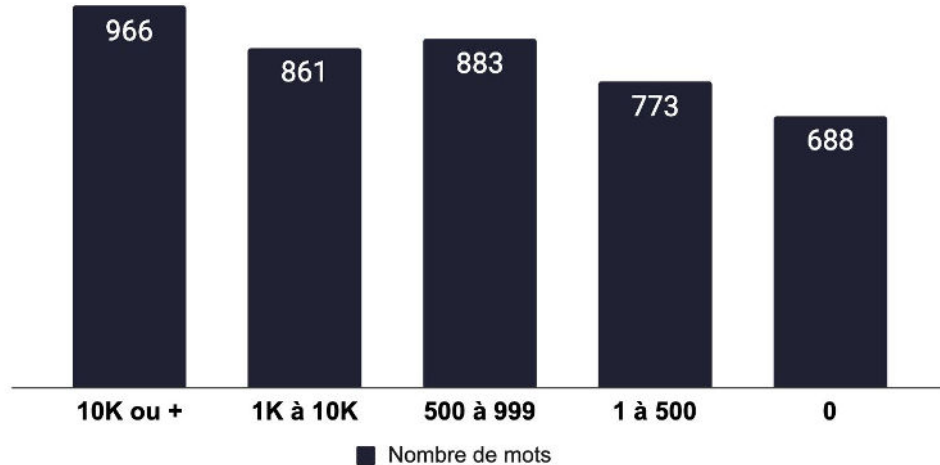
Recherches associées

- SEO formation
- SEO SEA
- SEO Wordpress
- AEO définition
- SEO Google
- SEO marketing

POINT CLÉ N°7

Les mots-clés à fort volume de recherche demandent un effort de contenu supplémentaire modéré

→ Les articles qui se positionnent sur des **mots-clés à fort volume de recherche** sont légèrement **plus longs que la moyenne** (seulement 100 à 200 mots)



Articles : nombre de mots selon le volume de recherche du mot-clé principal

Les efforts à fournir pour se positionner sur des mots-clés à fort volume de recherche sont-ils beaucoup plus importants que pour les mots-clés de milieu de traîne par exemple ?

On peut, en effet, constater une légère différence : **les articles qui se positionnent sur des mots-clés très recherchés sont généralement plus longs que la moyenne.**

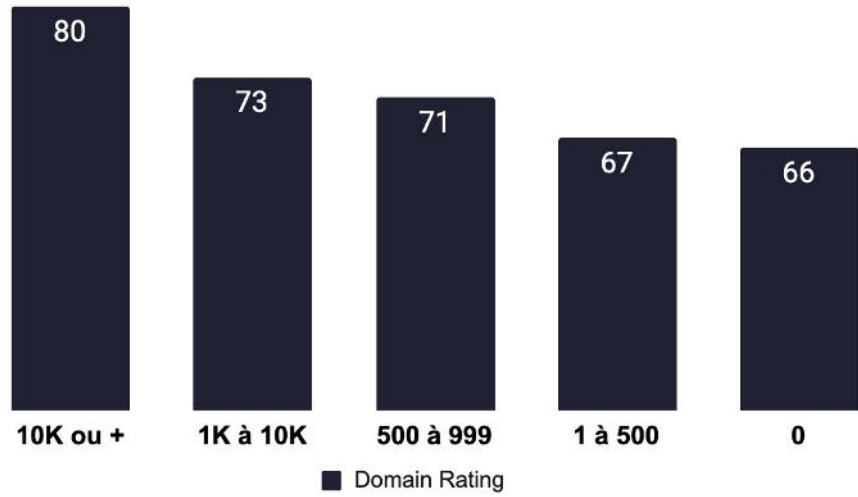
Mais cette différence reste modérée : seulement 100 à 200 mots supplémentaires en moyenne. Le **domaine rating** est également un élément à prendre en compte pour se positionner sur des mots-clés à fort volume de recherche.



POINT CLÉ N°8

Les pages avec un domain rating élevé se positionnent davantage sur les mots-clés à fort volume de recherche

→ Mots-clés à fort **volume de recherche** : un **Domain Rating** élevé est important



Articles : domain rating selon le volume de recherche du mot-clé principal

Sur les 50 000 SERP analysées, on constate que les URL qui se positionnent sur des mots-clés à fort volume de recherche (10 000 ou plus) ont un **domaine rating élevé** (80 en moyenne).

Cela expliquerait donc pourquoi certaines pages se positionnent plus facilement que d'autres sur des mots-clés très recherchés.

LA RECO' SEMJI

Si votre site web est encore de faible autorité, commencez par vous positionner sur des mots-clés de longue traîne. Cela vous permettra d'augmenter votre visibilité et donc votre autorité de nom de domaine.

*Domain Rating : niveau de puissance d'un domaine en netlinking fourni par Ahrefs

POINT CLÉ N°9

Certaines typologies de titres ont de meilleures performances SEO

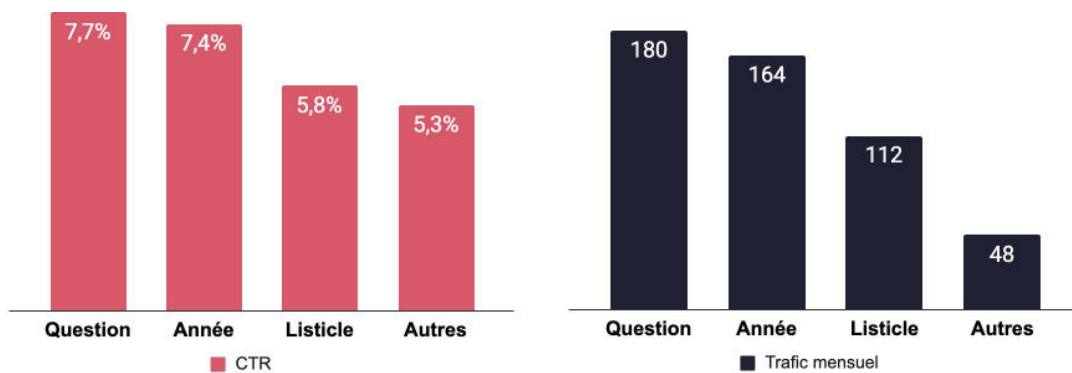
→ Certaines **balises titres d'articles** sont-elles plus performantes ?

Question Manger sans gluten : **quelles** sont les alternatives ?

Listicle Gazon : **les 5** étapes pour refaire sa pelouse

Année Quelles aides pour le remplacement d'une chaudière en 2022 ?

→ Performance SEO des articles en 1ère page selon le **type de balise title**



Articles : CTR selon le type de balise title

Articles : trafic mensuel selon le type de balise title

Nous avons distingué 3 grandes typologies de titres d'articles afin de comparer leurs performances :

- Question
- Listicle
- Année

Nous avons pu observer des écarts de performances, notamment sur les **titres sous forme de questions** ou **incluant une année** qui génèrent plus de clics. Les **listicles** captent également un trafic important comparé aux autres typologies de titres.

Néanmoins, ces observations sont à prendre avec précaution, les résultats peuvent varier selon les données analysées et le secteur d'activité.

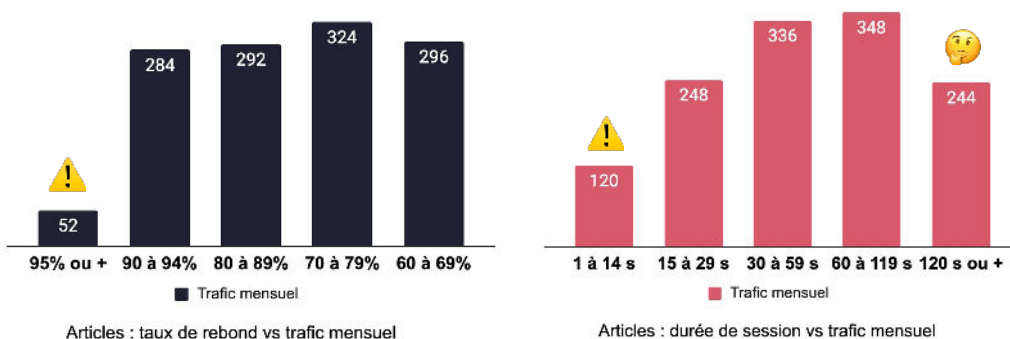
LA RECO' SEMJI

Pour votre stratégie éditoriale, pensez à varier les types de titres et comparer leurs performances pour trouver ceux qui fonctionnent le mieux dans votre secteur.

POINT CLÉ N°10

Le taux de rebond et la durée de session SEO pourraient avoir un impact sur la performance des articles

- ➔ Les articles avec un taux de rebond de plus de 95% ont un trafic plus faible que les autres.
- ➔ Les articles avec une durée de session de moins de 15 secondes ont un trafic plus faible que les autres.
- ➔ Le trafic mensuel baisse à partir de 120 secondes.



C'est un sujet qui est assez débattu dans la sphère SEO, le taux de rebond et la durée de session sont-ils des critères pris en compte dans la pertinence des pages ?

Pour se faire notre propre idée, nous avons mesuré la performance des contenus en fonction de ces deux critères. Voici ce que l'on constate :

- Les articles avec un taux de rebond de plus de 95% ont un trafic plus faible que les autres.
- Même chose pour les articles avec une durée de session de moins de 15 secondes.
- Il n'y a pas de forte corrélation sur les autres valeurs de taux de rebond.
- Le trafic mensuel paraît meilleur quand la durée de session est plus longue.
- Le trafic mensuel baisse de manière inattendue à partir de 120 secondes.

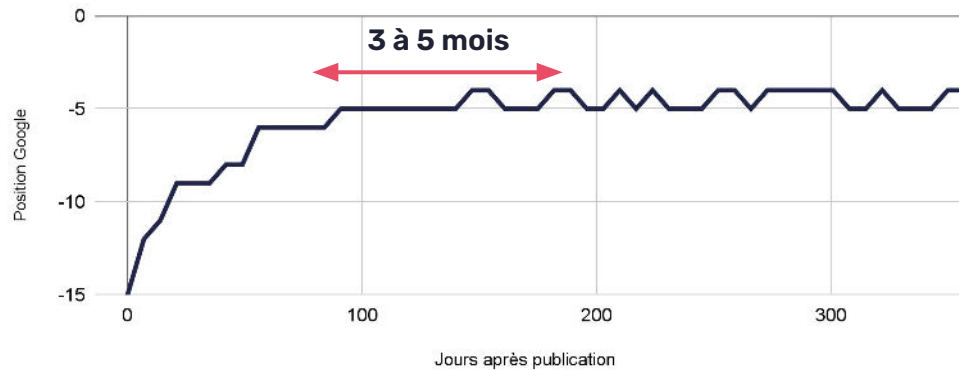
Ces résultats confirmeraient les annonces faites par Google, à savoir que le moteur ne prend pas en compte ces critères pour le positionnement. Pour autant, ne les laissez pas de côté car ils peuvent être intéressants pour évaluer et optimiser la satisfaction des utilisateurs. L'important ici est de faire preuve de bon sens pour lire ces données et savoir s'il y a une action à mener pour améliorer vos pages. Exemple : Du fait de leur typologie, les contenus tutoriels peuvent présenter de forts taux de rebond.

LA RECO' SEMJI

Pour savoir si ces indicateurs ont un impact sur la performance de vos articles, n'hésitez pas à réaliser vos propres tests. Repérez les contenus avec un taux de rebond élevé et/ou la durée de session est faible, réoptimisez ceux qui auraient besoin d'être améliorés. Suivez ensuite leurs positionnements sur les prochains mois.

POINT CLÉ N°11

Au minimum, un nouveau contenu stabilise son positionnement au bout de 3 mois



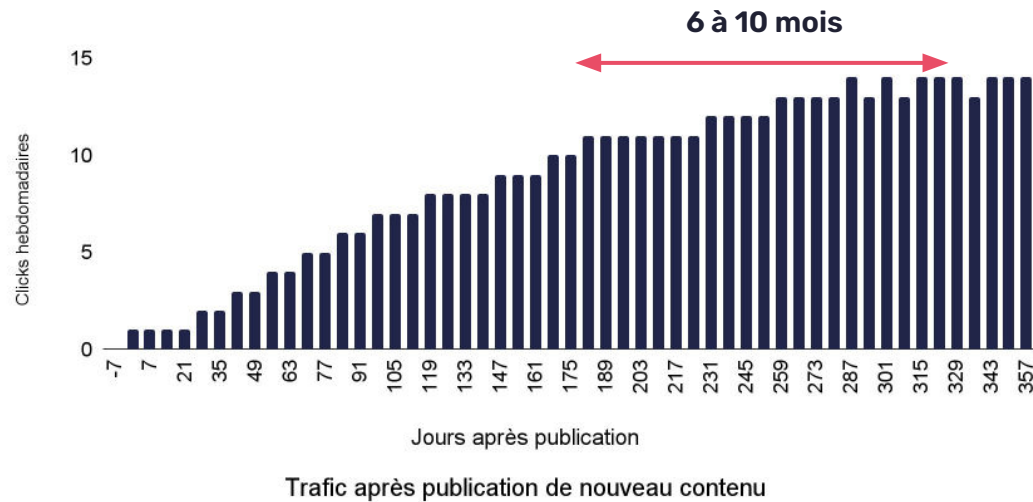
Position Google sur le mot-clé principal après publication de nouveau contenu

Quand on publie un nouveau contenu, on peut constater un phénomène d'inertie de la part de Google.

Ainsi, le positionnement d'un nouveau contenu sur son mot-clé principal ne se stabilise qu'au bout de 3 à 5 mois.

POINT CLÉ N°12

Il faut environ 6 à 10 mois pour qu'un nouvel article atteigne ses performances optimales



Il faut ainsi **au minimum 6 mois pour qu'un nouveau contenu atteigne son trafic SEO optimal.**

Ces données peuvent évidemment varier en fonction du mot-clé ciblé, du secteur d'activité, de la saisonnalité, etc.

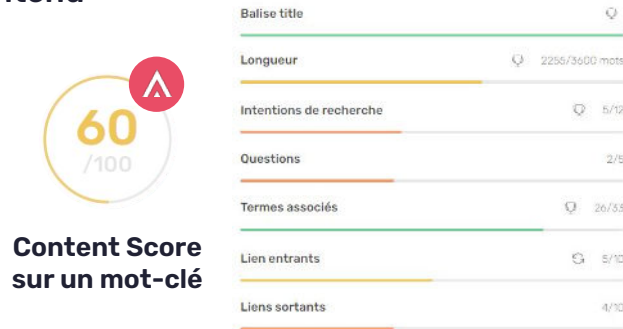
LA RECO' SEMJI

En plus de prendre en compte cette information dans votre stratégie SEO, c'est une donnée qui peut être communiquée auprès des autres services de votre entreprise et/ou de votre direction. Montrer qu'il est important de prendre en compte l'inertie de Google peut les sensibiliser sur le fait qu'il ne faut pas se précipiter pour mesurer les performances de vos contenus.

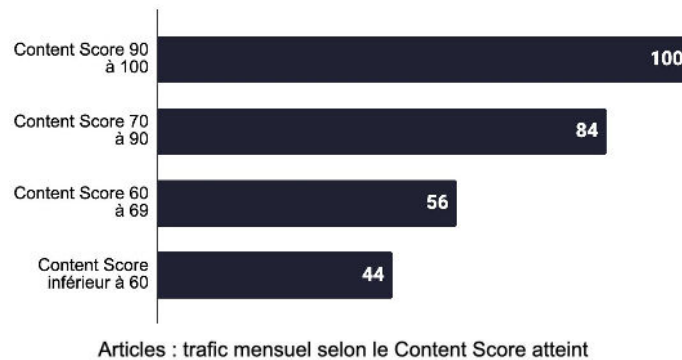
POINT CLÉ N°13

Les gains dépendent du niveau d'optimisation SEO du contenu

→ Définition du **Content Score** : indicateur d'optimisation SEO du contenu



→ Le **niveau d'optimisation SEO** des nouveaux articles impacte grandement leur **trafic**



L'optimisation des contenus a-t-elle réellement une influence sur la performance des contenus ?

Nous nous sommes appuyés sur des articles optimisés avec notre outil Semji. Celui-ci propose un Content Score qui prend en compte plusieurs niveaux d'optimisation : balise title, longueur de l'article, réponses aux intentions de recherche et aux questions des internautes, maillage interne et vocabulaire riche.

Cela permet d'attribuer au contenu une note globale allant de 0 à 100.

On constate alors des différences de performances très importantes entre les contenus ayant un Content Score élevé et ceux ayant un Content Score moyen ou bas.

Ainsi, **un article avec un Content Score inférieur à 60 capte 2 fois moins de trafic qu'un contenu avec un Content Score compris entre 90 à 100.**

L'optimisation des contenus reste l'une des clés pour maximiser le trafic et donc le ROI de vos contenus.

POINT CLÉ N°14

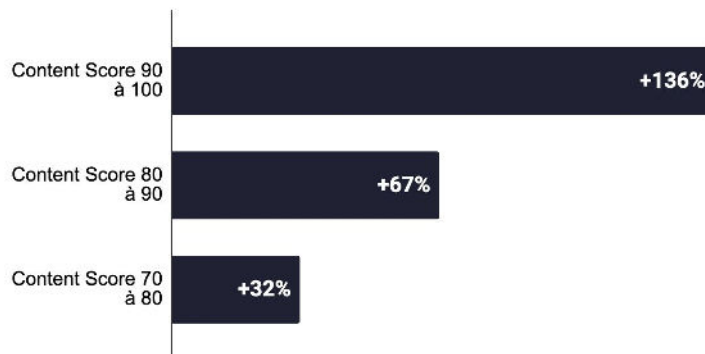
La mise à jour d'un contenu existant peut permettre de doubler son trafic

→ Optimiser les articles existants : quels gains ?



Effort médian d'ajout de contenu : +150 mots

→ Les gains dépendent du **niveau d'optimisation SEO** du contenu



Articles : gain de trafic selon le Content Score atteint

La réoptimisation des contenus existants a également un fort impact sur le trafic.

On observe ainsi une augmentation de plus de 60 % du trafic sur les articles réoptimisés avec un Content Score de 90 à 100.

L'effort d'ajout de contenu est d'ailleurs assez faible puisqu'il n'est que de 150 mots en valeur médiane.

Bien entendu, la réoptimisation des contenus ne consiste pas uniquement en l'ajout de mots, mais intègre également la reformulation, le traitement des intentions de recherche, l'enrichissement du vocabulaire, etc.

LA RECO' SEMJI

Nos conseils pour bien optimiser et mettre à jour ses contenus

Mettre à jour régulièrement un contenu est primordial pour drainer du trafic en continu. Il existe plusieurs pistes pour mettre à jour vos contenus :

- Rédiger un contenu plus long et complet que les premiers contenus concurrents,
- Repérer dans le TOP 3 les informations que vous n'avez pas encore traitées et les rajouter,
- Structurer un plan de rédaction pertinent et ajouter dans vos balises Hn les sujets qui intéressent votre audience (=intentions de recherche) autour du mot-clé principal ciblé,
- Revoir le maillage de vos pages,
- Revoir la richesse sémantique, etc.

Si vous souhaitez automatiser cette mise à jour et récupérer toutes les recommandations SEO pour booster les performances de vos contenus, [demandez dès maintenant une démo de notre plateforme !](#)

Exemple d'optimisation d'un contenu existant avec Semji (assurance auto "assurance voiture électrique")

<https://www.lesfurets.com/assurance-auto/guide/types-vehicules/voiture-propre/electrique>

The screenshot shows the Semji interface for the page 'assurance voiture électrique'. On the right, a sidebar displays various optimization metrics:

- Balance title:** 100%
- Longueur:** 1362/1100 mots
- Intentions de recherche:** 6/12
- Questions:** 0/3
- Termes associés:** 12/50
- Liens entrants:** 7/10
- Liens sortants:** 12/6

Below the screenshot, two columns of search intent recommendations are shown:

assurance véhicule électrique	260
Assurance auto électrique	180
Assurance voiture hybride	160

Comment assurer sa voiture électrique ?	PAA
Est-il plus cher d'assurer une voiture électrique ?	PAA
Combien coûte assurance voiture électrique ?	0-10

POINT CLÉ N°15

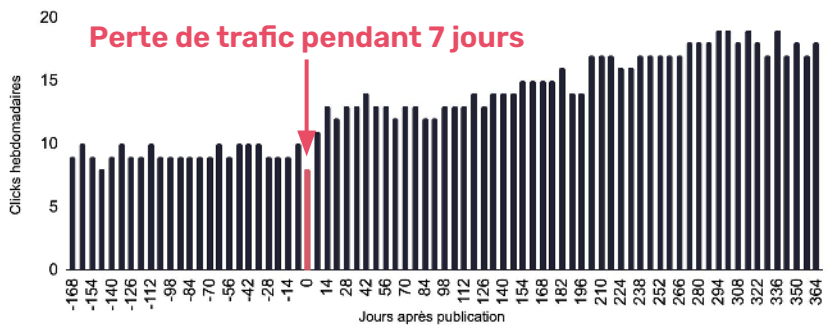
La mise à jour d'un contenu existant implique une chute de trafic temporaire

➔ Inertie Google après mise à jour de contenu existant



Trafic hebdo après mise à jour des contenus existants

➔ Mettre à jour un contenu existant peut entraîner une **chute temporaire de visibilité SEO**



Trafic hebdo après mise à jour des contenus existants

Il est toujours intéressant de réoptimiser ses contenus éditoriaux, surtout si votre site en compte beaucoup.

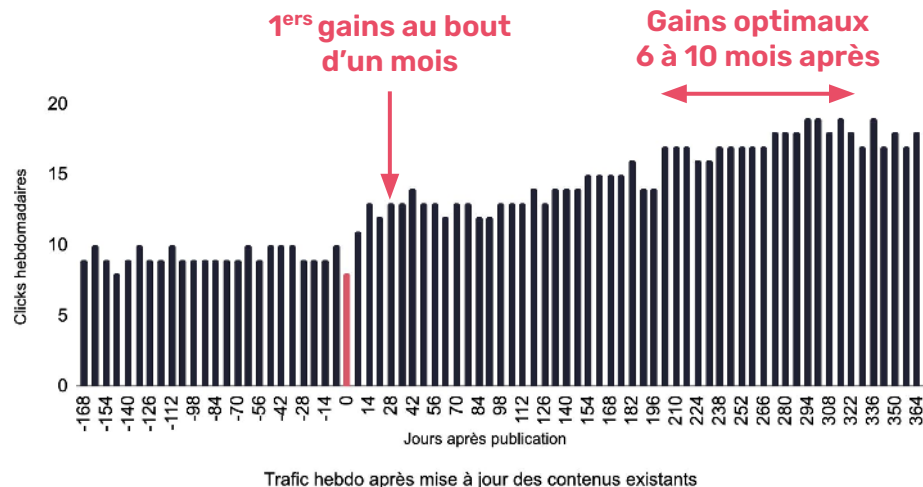
Néanmoins, au moment de la **mise à jour**, il se peut que **votre contenu perde de la visibilité SEO** (trafic, position, impression) pendant une semaine.

Ce phénomène est parfaitement normal et **temporaire** puisque le **trafic remonte en général au bout de deux semaines**.

POINT CLÉ N°16

Un contenu existant MAJ gagne du trafic au bout d'1 mois et atteint son trafic optimal au bout de 6 à 10 mois

- Les **1^{ers} gains** sont observés 1 mois après la mise à jour des contenus existants
- Les **gains optimaux** sont observés 6 à 10 mois plus tard



On observe un premier palier de gain de trafic au bout d'1 mois. Comme pour les nouveaux contenus, l'**atteinte des gains optimaux en matière de SEO** sont à leur **maximum au bout de 6 à 10 mois**.

La durée varie, bien entendu, en fonction de la difficulté du mot-clé, des changements dans la SERP, de la saisonnalité, etc.

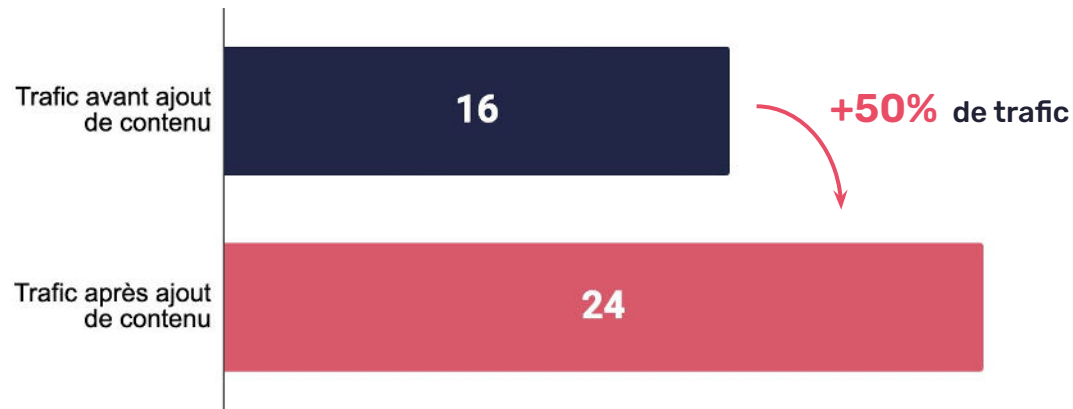
LA RECO' SEMJI

Afin d'intégrer au mieux ces délais, pensez à utiliser un outil de planning ou un calendrier éditorial, surtout si vous ciblez des temps forts commerciaux ou événements saisonniers.

POINT CLÉ N°17

L'ajout de contenu augmente le trafic des pages e-commerce

→ Pages e-commerce sans contenu : impact de l'ajout de contenu rédigé



Pages e-commerce : impact de l'ajout de contenu sur le trafic

Le contenu est-il utile au e-commerce ?

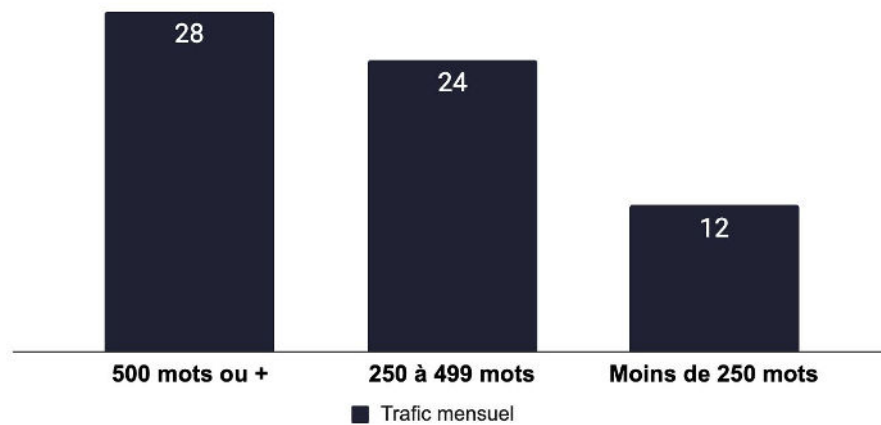
Nous avons observé ici deux types de contenus transactionnels : les pages catégories et fiches produits.

Nous avons ainsi collecté les données de trafic avant et après ajout de contenu par nos clients. **On constate que ces actions ont généré en moyenne +50% de clics sur les pages concernées.**

POINT CLÉ N°18

La longueur de contenu pour les pages e-commerce impacte le trafic

→ Pages e-commerce avec du contenu = **davantage de trafic**



Pages e-commerce : trafic mensuel selon la longueur de contenu

Pour aller plus loin dans l'analyse, nous avons segmenté les pages en fonction de la taille des contenus, pour savoir si cette dernière pouvait également avoir un impact sur le trafic.

Sans surprise, **les contenus de 500 mots et plus génèrent plus de trafic que les contenus de moins de 250 mots.**

Là encore, l'autorité du nom de domaine peut également avoir un impact fort sur ces données.

LA RECO' SEMJI

Google et vos visiteurs aiment le contenu. Même sur un site e-commerce, ne vous privez pas de produire des contenus qui maximiseront la visibilité de vos produits et services.

Checklist de performance d'un article en 1^{ère} position

Vous êtes nombreux à vous poser la question de la longueur idéale d'un contenu, du nombre d'images ou de liens à ajouter dans un article, de la durée de session idéale, etc.

Pour y répondre partiellement, car cela dépend surtout du mot-clé que vous ciblez, nous avons pris les valeurs médianes des données collectées pour chaque critère d'optimisation SEO (*Contenu*).

Pour vous donner une idée générale sur la performance des contenus, nous avons également évalué quels étaient les *comportements utilisateur* et le *CTR du mot-clé principal*.

Ces statistiques sont réalisées à titre indicatif et ne sont en aucun cas des recommandations générales à appliquer. Il est primordial d'analyser la SERP du mot-clé ciblé pour obtenir davantage de précision.



Contenu

- Nombre de mots _____ 900
- Balises Hn _____ 13
- Images _____ 3
- Liens internes _____ 6
- Liens externes _____ 4



Comportements utilisateur

- Taux de rebond _____ 75%
- Pages par session _____ 1,3
- Durée de session _____ 60 sec



Performance SEO

- CTR mot-clé principal _____ 25%

Conclusion

Aujourd'hui, l'augmentation du nombre d'acteurs sur le web ainsi que l'utilisation de l'IA dans la production génèrent un afflux massif de contenus.

Face à ce phénomène, Google réagit et améliore sans cesse ses algorithmes pour satisfaire ses utilisateurs et offrir la meilleure réponse possible. La dernière mise à jour de *Helpful Content Update (HCU)* en décembre 2022 en est la preuve même. En s'attaquant aux contenus jugés "inutiles", Google souhaite valoriser seulement les sites pertinents et les contenus adaptés aux attentes des internautes.

Plus que jamais, il est donc essentiel de proposer le contenu le plus qualitatif et complet possible. C'est dans cette optique que Semji a été conçue et souhaite vous accompagner. À travers les fonctionnalités de la plateforme, mais aussi nos publications, nous avons cet objectif ultime d'accélérer votre croissance.



À propos de Semji

Semji est une plateforme SaaS spécialement conçue pour maximiser le ROI de vos contenus SEO.

Notre solution vous aide à créer des contenus plus performants en moins de temps.

Quel que soit le marché ciblé, Semji vous permet de :

- Multiplier le trafic de vos contenus,
- Augmenter votre chiffre d'affaires,
- Booster la productivité de vos équipes,
- Mesurer la performance de vos investissements en contenu.

[Demandez une démo](#)



Optimisations SEO

Garantissez la publication d'un contenu aux gains SEO Optimum grâce aux recommandations de la plateforme.

Score de priorisation

Découvrez en quelques secondes les contenus à optimiser en priorité.

Idées de contenus

Identifiez rapidement de nouvelles sources d'acquisition SEO.

AI Writing & Brief GPT-3

Produisez 6x plus rapidement en gagnant du temps sur la préparation et rédaction de vos contenus.

Reporting

Suivez en toute simplicité la rentabilité des contenus créés et optimisés.

Extension Chrome

Éliminez les tâches chronophages de production et gagnez jusqu'à 10h par mois.

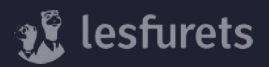
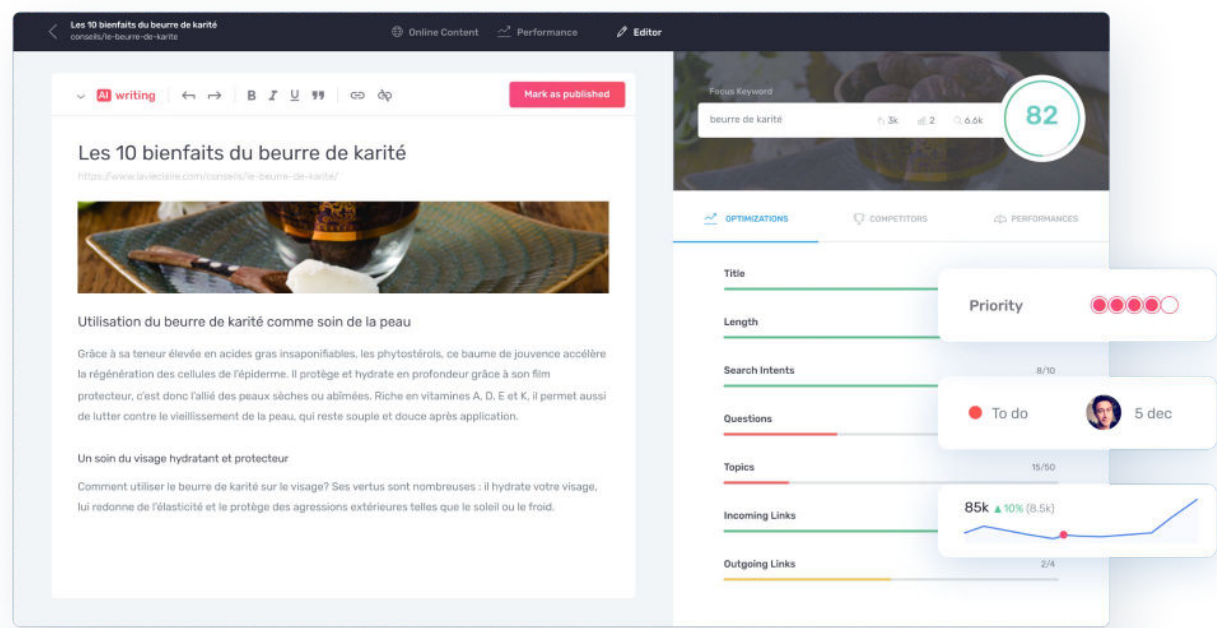


Accélérez dès maintenant la performance de vos contenus

Semji est la solution n°1 pour les PME et les grands comptes :

- **+53% de conversions**
- **+45% de chiffre d'affaires**
- **Temps de production divisé par 6**

Vous souhaitez en savoir plus sur Semji ?
Contactez-nous !





Maximisez le ROI de vos contenus

[Testez gratuitement](#)

[Demandez une démo](#)

Un retour à donner sur notre étude ?
Une question sur Semji ? Contactez-nous !