

Méthodologie de recherche des mots clés de référencement

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Lorsque l'on désire référencer et positionner son site sur les moteurs de recherche, il est nécessaire de bien identifier, dès le départ, les mots clés génériques, caractérisant votre activité, et pour lesquels vous allez optimiser un certain nombre de vos pages. Mais ce choix est souvent draconien et complexe. Voici une méthodologie en 7 étapes, s'appuyant notamment sur les générateurs de mots clés de Google et de Yahoo! Search Marketing, pour vous aider dans cette tâche...

Dans le cadre d'une stratégie de référencement, il est essentiel d'identifier, dans un premier temps, sur quels mots clés vous allez optimiser vos pages, dans le cadre de la "tête" de la longue traîne (voir article à ce sujet dans cette même lettre)...

En effet, il ne servirait à rien :

- De tenter de placer vos pages sur des requêtes que personne, ou presque, ne saisit sur les moteurs. On touche ici du doigt la notion d'**intérêt d'un positionnement**.
- De vouloir en quelques semaines obtenir un positionnement avantageux (première page voire mieux) sur des mots clés trop concurrentiels. Dans ce cas, c'est la **faisabilité du positionnement** qui rentre en ligne de compte...

Ces deux notions (intérêt et faisabilité) sont indissociables et une méthodologie affinée doit être mise en œuvre pour en tenir compte. Pour vous aider dans le choix de vos mots clés les plus "efficaces", nous vous proposons ci-dessous une petite méthodologie que vous pourrez sans soucis rapidement adapter à vos besoins :

Etape 1. Dans un premier temps, faites une liste « intuitive » d'une dizaine de mots clés qui caractérisent votre activité. Imaginons que vous soyez une société de référencement. Les termes qui vous viendront tout de suite à l'esprit pour positionner votre site sont par exemple les suivants :

référencement
positionnement
moteurs de recherche
annuaire
visibilité
liens sponsorisés
referencement
visibilite
lien sponsorise
moteur de recherche

Liste de mots clés de départ pour positionner le site d'une société de référencement

Notez ici les version différentes d'un même mot (singulier/pluriel, accents, etc.)...

Etape 2. Allez sur le générateur de mots clés de Google (<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>) et tapez cette liste dans la zone « Variante de mots clés » tout en cochant le choix « Utiliser des synonymes » :

Variantes de mots clés

Mots clés concernant le site

Entrer un mot clé ou expression par ligne :

Utiliser des synonymes

Choisissez des données à afficher :

Volume de recherche des mots clés
▼
?

Etape 3. Regardez la liste des mots clés proposés par l'outil. Elle est très complète et comprend certainement des termes et expressions auxquels vous n'aviez pas pensé auparavant. Pensez à la lister par « volume de recherche » croissant pour obtenir en premier les requêtes qui sont le plus souvent saisies :

Mots clés	▼ juillet Volume de recherche ?	Concurrence entre annonceurs ?	Type de ciblage : ?
annuaire	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Large Ajouter »
annuaire gratuit	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire inverse	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire inversé	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire téléphonique	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire téléphonique	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
referencement	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire 411	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire adresse	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire algerie	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire allemagne	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire allemand	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire belge	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire belgeque	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire blog	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire blogs	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire d entreprise	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »
annuaire de blog	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #c6e0b4;"></div>	Ajouter »

Rien ne vous empêche de faire cette opération plusieurs fois : vous récupérez dans la première liste des termes intéressants que vous ajoutez à votre liste initiale de 10 mots clés et vous relancez une recherche, etc. jusqu'à obtenir des termes de recherche les plus pertinents possibles.

Etape 4. Copiez-collez la liste fournie (plusieurs dizaines voire centaines de termes) dans un tableur et enlevez-en les expressions qui ne vous intéressent pas. Ne gardez que celles qui vous semblent convenir le mieux à votre activité (la requête « annuaire allemand », par exemple, n'est pas obligatoirement votre tasse de thé - ou de schnaps -...). A ce stade de la méthodologie, vous avez en main une centaine, par exemple, de requêtes intéressantes car elles ont toutes trait à votre activité et elles sont souvent demandées sur Google.

Vous pouvez également, à ce niveau, utiliser l'onglet "Mots clés concernant le site" de l'outil de Google qui extrait certains termes d'un site web (le vôtre ou celui de vos concurrents...) pour vous donner d'autres idées de requêtes potentielles...

Etape 5. Pour chacune de ces requêtes, regardez combien de fois elles sont demandées sur le générateur de mots clés d'Overture / Yahoo! Search Marketing (<http://inventory.fr.overture.com/>) et combien de résultats sont générés par Google lorsqu'on tape ces mots clés dans son moteur. Complétez un tableau comme celui proposé ci-dessous :

Mot clé - requête	Résultats générateur Overture / YSM	Résultats moteur Google
annuaire	259 840	103 000 000
referencement	32 974	27 000 000
moteurs de recherche	59 273	2 200 000
positionnement	3 659	15 400 000
positionnement web	535	2 260 000
referencement gratuit	3 864	4 810 000
visibilité	146	8 950 000
positionnement marketing	298	1 950 000
référencement	32 974	27 100 000
...

Pour chaque mot clé, on liste ainsi les résultats du générateur de mots clés d'Overture / Yahoo Search Marketing (**intérêt**) et du moteur de recherche Google (**faisabilité**).

Etape 6. Pour l'intérêt (Overture/YSM) et la faisabilité (Google), établissez des fourchettes de notes de 0 à 20 en fonction des résultats trouvés. Exemples:

- **Intérêt** (générateur Overture/YSM) :

Moins de 100 saisies par mois : 0 point.

100 à 1000 : 5 points

1 000 à 5000 : 10 points

5 à 10 000 : 15 points

Plus de 10 000 : 20 points.

- **Faisabilité** (moteur de recherche Google) :

Plus de 100 millions de résultats : 0 point

De 50 à 100 millions : 5 points

De 10 à 50 millions : 10 points

De 1 à 10 millions : 15 points

Moins de 1 million : 20 point.

Reportez ensuite dans votre tableau les notes ainsi attribuées :

Mot clé - requête	Résultats générateur Overture	Note intérêt	Résultats moteur Google	Note faisabilité
annuaire	259 840	20	103 000 000	0
referencement	32 974	20	27 000 000	10
moteurs de recherche	59 273	20	2 200 000	15
positionnement	3 659	10	15 400 000	10
positionnement web	535	5	2 260 000	15
referencement gratuit	3 864	10	4 810 000	15
visibilité	146	5	8 950 000	15
positionnement marketing	298	5	1 950 000	15
référencement	32 974	20	27 100 000	10

Etape 7. Faites la somme des deux notes pour obtenir une note globale :

Mot clé - requête	Résultats générateur Overture	Note intérêt	Résultats moteur Google	Note faisabilité	Note globale
annuaire	259 840	20	103 000 000	0	20
referencement	32 974	20	27 000 000	10	30
moteurs de recherche	59 273	20	2 200 000	15	45
positionnement	3 659	10	15 400 000	10	20
positionnement web	535	5	2 260 000	15	20
referencement gratuit	3 864	10	4 810 000	15	25
visibilité	146	5	8 950 000	15	20
positionnement marketing	298	5	1 950 000	15	20
référencement	32 974	20	27 100 000	10	30

Cette dernière colonne vous donnera ainsi une priorité dans les requêtes à utiliser pour mieux référencer votre site : celles qui obtiennent la meilleure note globale...

Notez bien que vous pouvez adapter cette méthodologie à vos besoins et attentes, et notamment gérer différemment les fourchettes de notes proposées ci-dessous. Bien entendu, l'idéal serait de trouver des requêtes très souvent demandées et pour lesquelles le nombre de résultats sur Google est très faible. Mais, pour notre part, cela fait des années que nous les cherchons en vain... :-)

Tout sera donc affaire d'arbitrage, de consensus entre ces deux notions d'**intérêt** et de **faisabilité**. Mais, tout du moins, à l'aide de cette méthodologie, vous devriez travailler sur des requêtes qui "valent la peine" d'être tentées. C'est déjà inestimable...

Olivier Andrieu

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :
<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2007/09/mthodologie-de-recherche-des-mots-clis.html>