

WEBINAR

Synergies SEO Branding

→ le duo gagnant pour 2024



FOXGLOVE
PARTNER



stiv
media





SOMMAIRE

- Les intervenants01
- Les piliers de la performance SEO02
- Evolution du Search en 202403
- Exemple avec Google SGE.....04
- La légitimité face à vos concurrents05
- L'expérience client06
- Le SEO en 2024.....07
- L'avenir se joue dans la synergie entre les services SEO et marketing.....08
- 8 leviers à tester09



Les intervenants



Sébastien Barry

Co-founder & General
Manager - Foxglove



Les intervenants

Co-founder & Growth
Specialist - Stiv.media



Les intervenants

Digital Marketing
Manager - Stiv.media

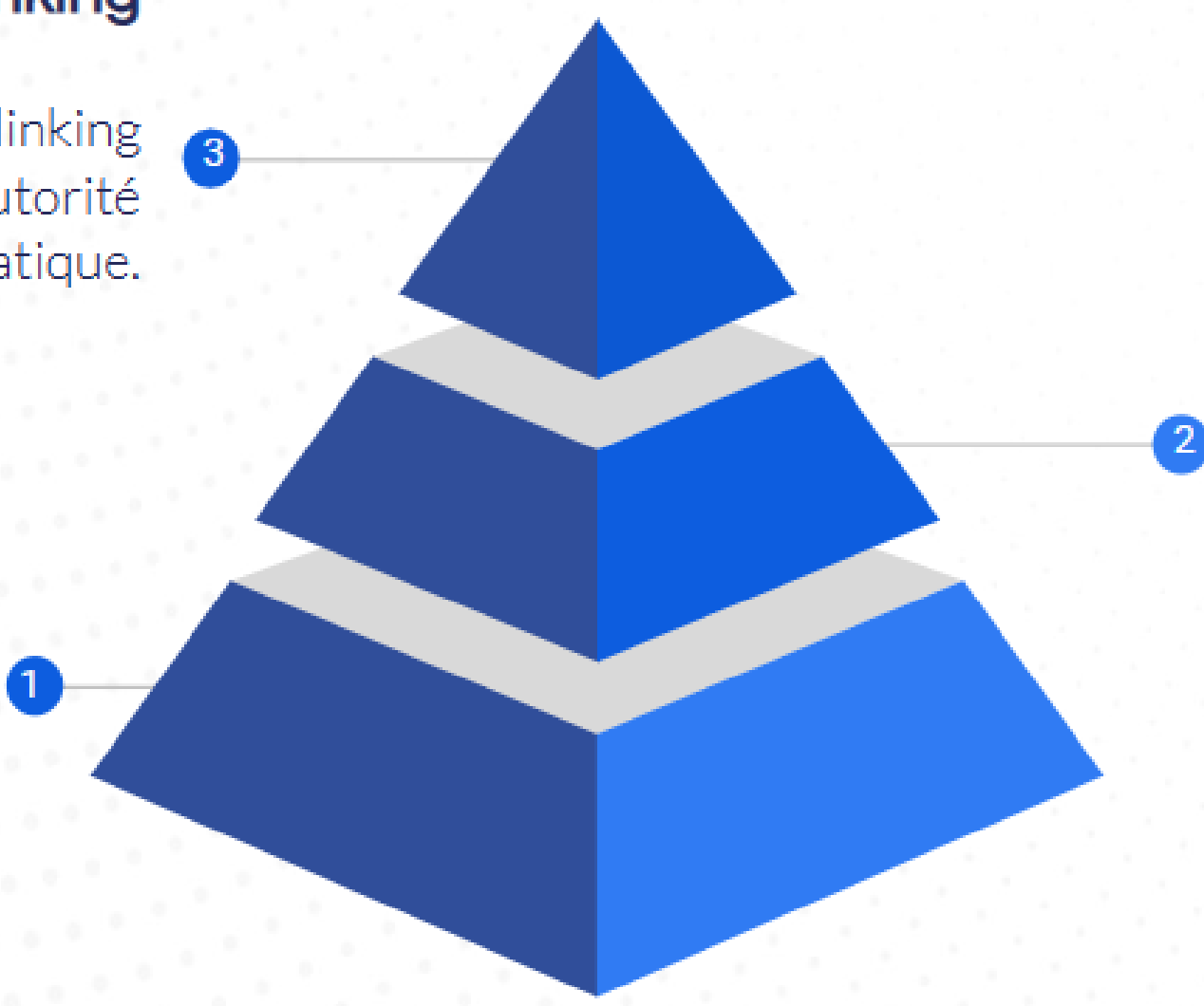
Les piliers de la performance SEO

Netlinking

Une stratégie de netlinking pour augmenter votre autorité thématique.

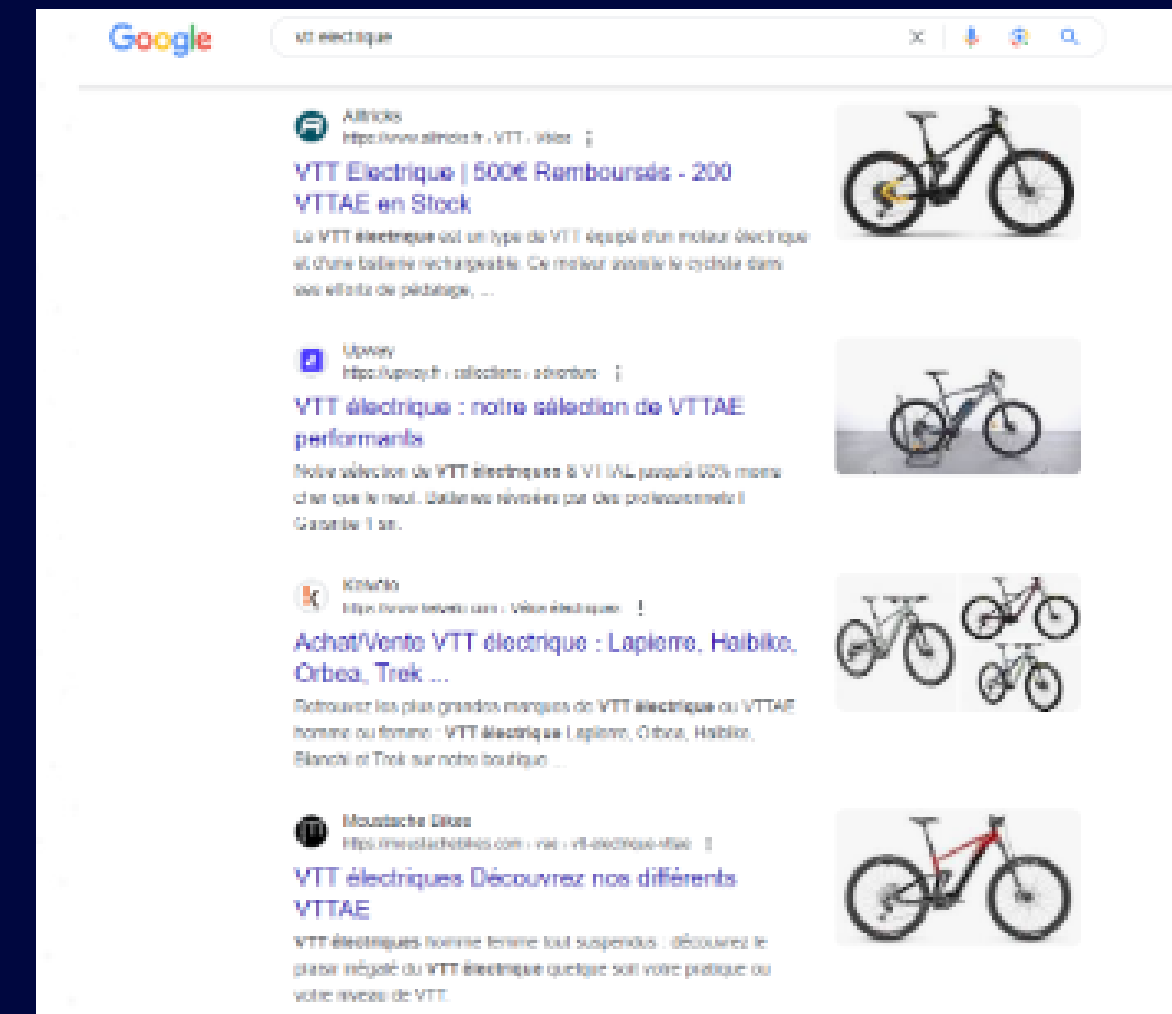
Optimisations techniques

Une arborescence solide et un site optimisé vont nous permettre d'avoir les bonnes bases pour une stratégie SEO long terme.



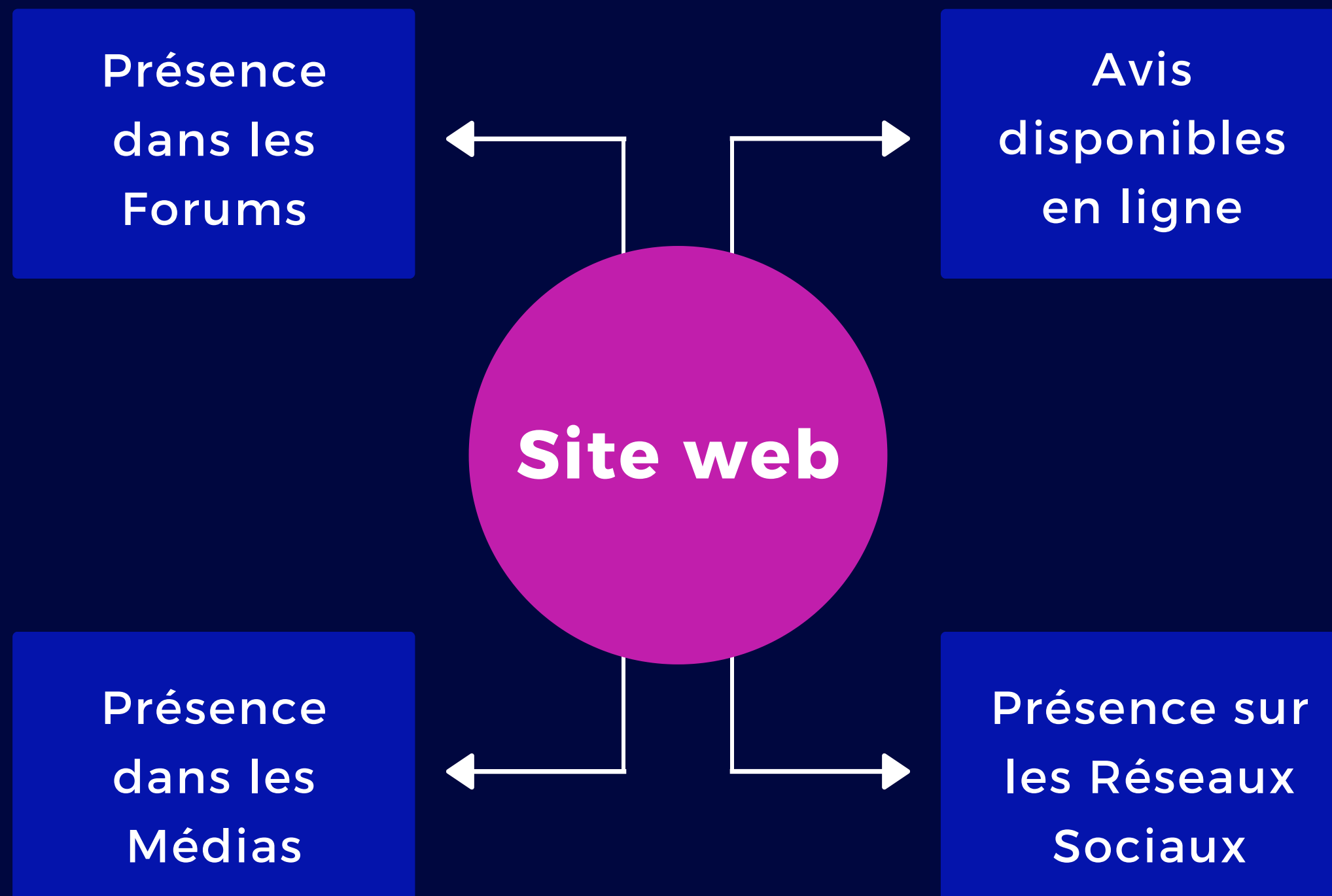
Optimisations de contenu

Les optimisations sémantiques vont permettre au site de se positionner sur les mots clés stratégiques.



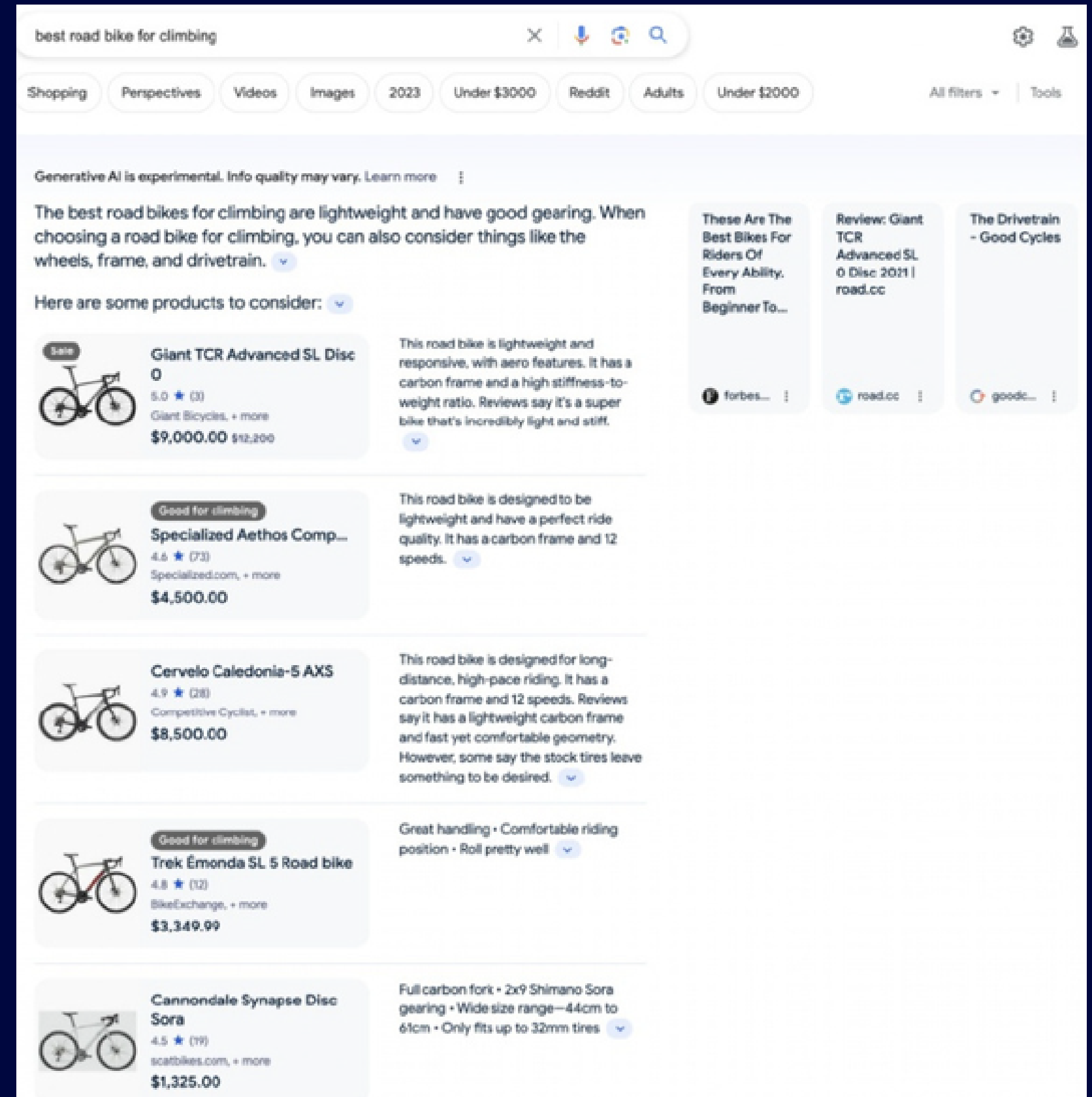
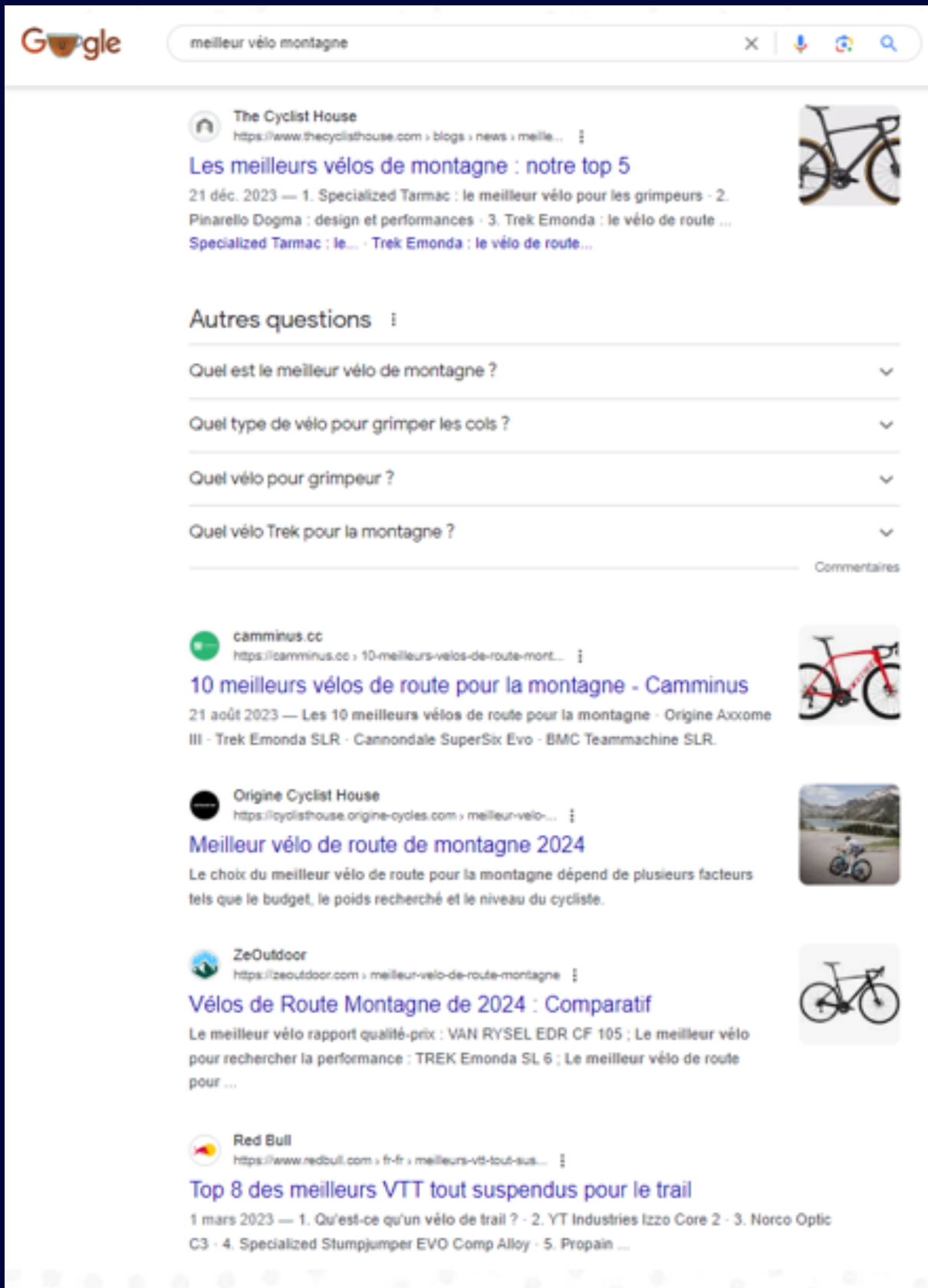
SERP basée sur les sites
Maîtrise "relative" de la performance SEO

Evolution du Search en 2024



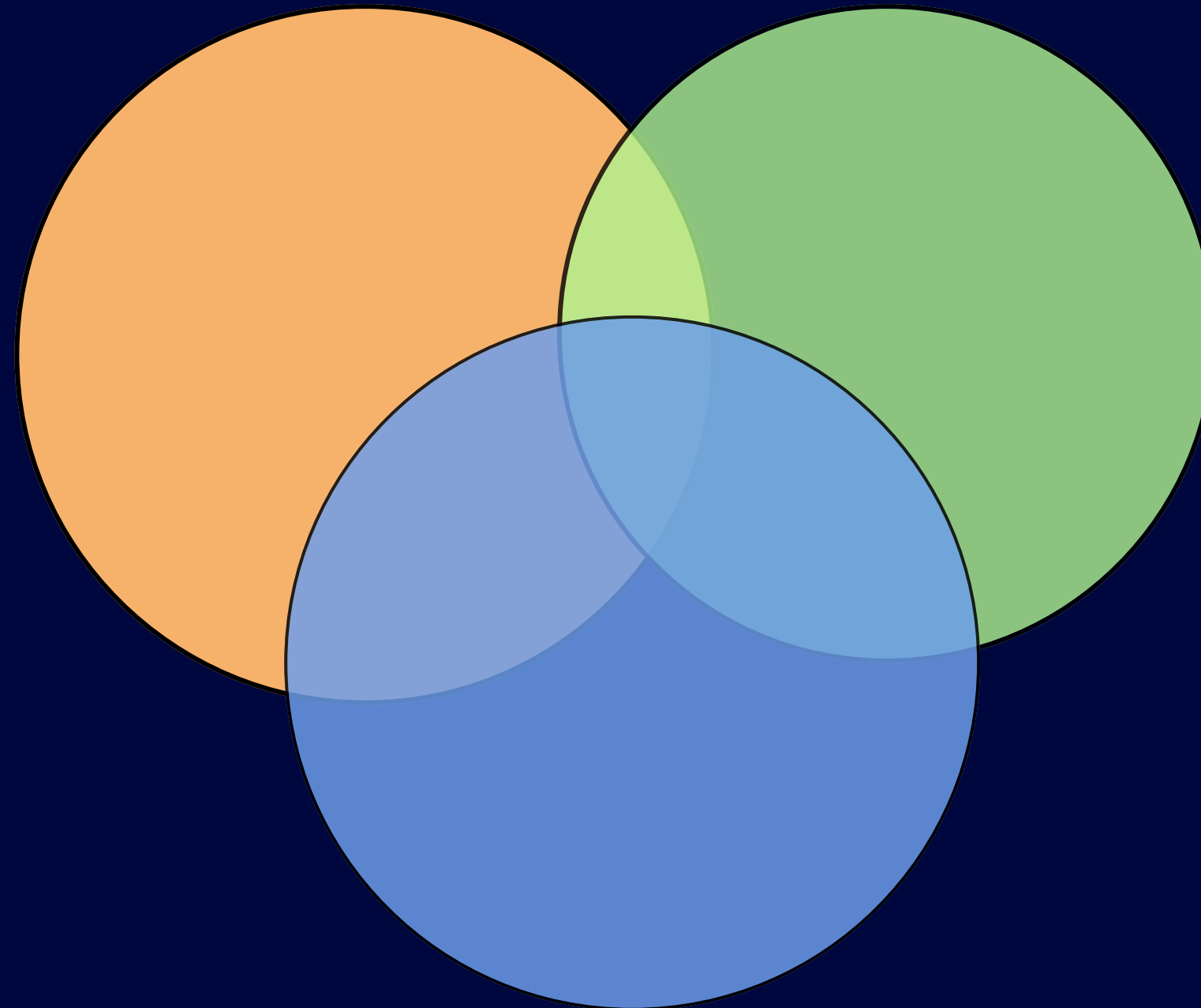
- Les algorithmes veulent apporter LA réponse adaptée à chaque personne.
- Les algorithmes vont s'appuyer sur différentes sources pour formuler cette réponse.
- Rechercher les cohérences entre la "promesse" et la perception de "légitimité" des clients.
- Le site devient un relais du positionnement de votre marque.

Exemple avec Google SGE



La légitimité face à vos concurrents

Univers sur lesquels vous
pensez être légitimes
OFFRE



Univers sur lesquels vos clients
vous pensent légitimes
DEMANDE QUALIFIEE

Univers sur lesquels Google
vous estime légitime
RANKING

L'expérience client

- Google ne va plus juger simplement l'offre produit / service que vous proposez.
- Google va intégrer l'expérience client au sens large : livraison, service client ...
- Google va chercher à comprendre ce qui vous différencie, quelles sont vos "forces" et "faiblesses".
- Google va chercher à mieux appréhender votre positionnement et non plus uniquement votre promesse.
- => Evolution algorithmique EEAT en 2023 pour mettre en avant les "cas d'usage".

Le SEO en 2024



Offres produits

SEO

Google

Clients

Autres canaux et supports de com'



SEO
+ Autres canaux et supports de com'

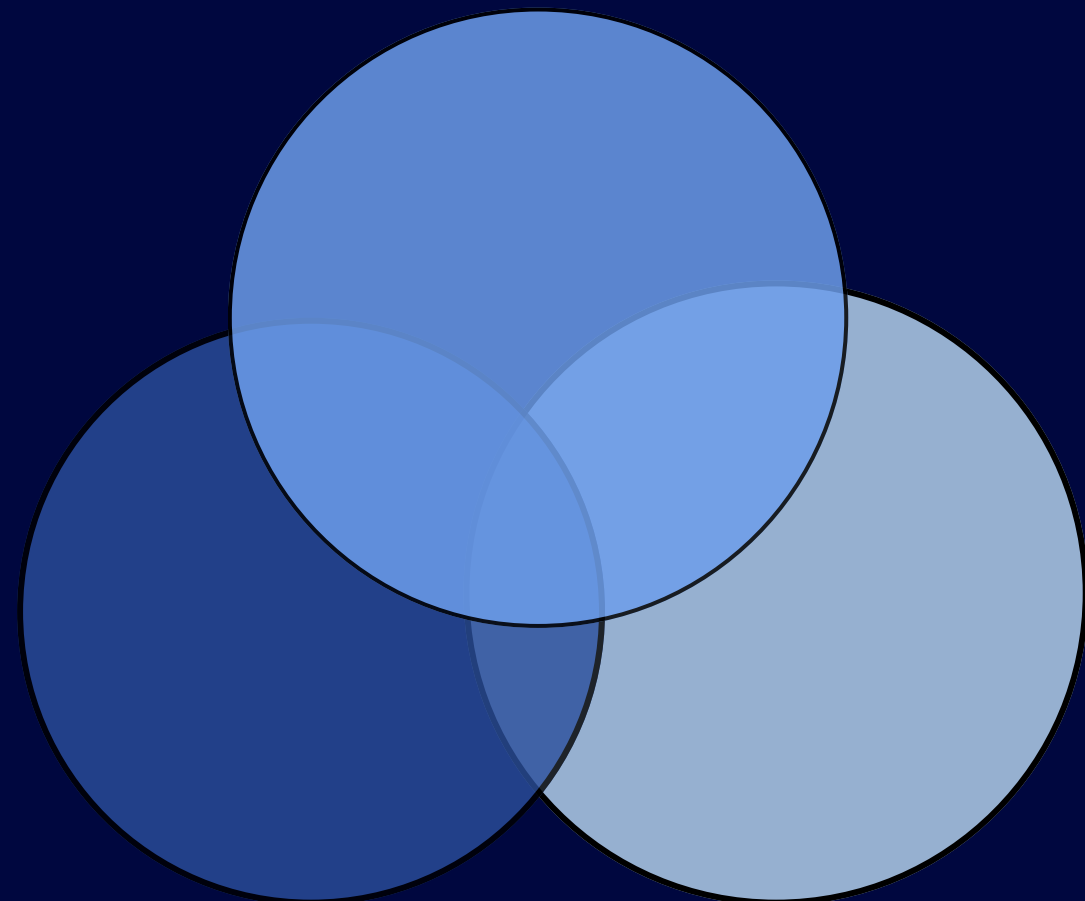
Positionnement
perçu par les clients

Google

Ne pas être seulement un site internet mais raisonner comme une marque

Positionnement

Ce que vous aimeriez avoir comme image

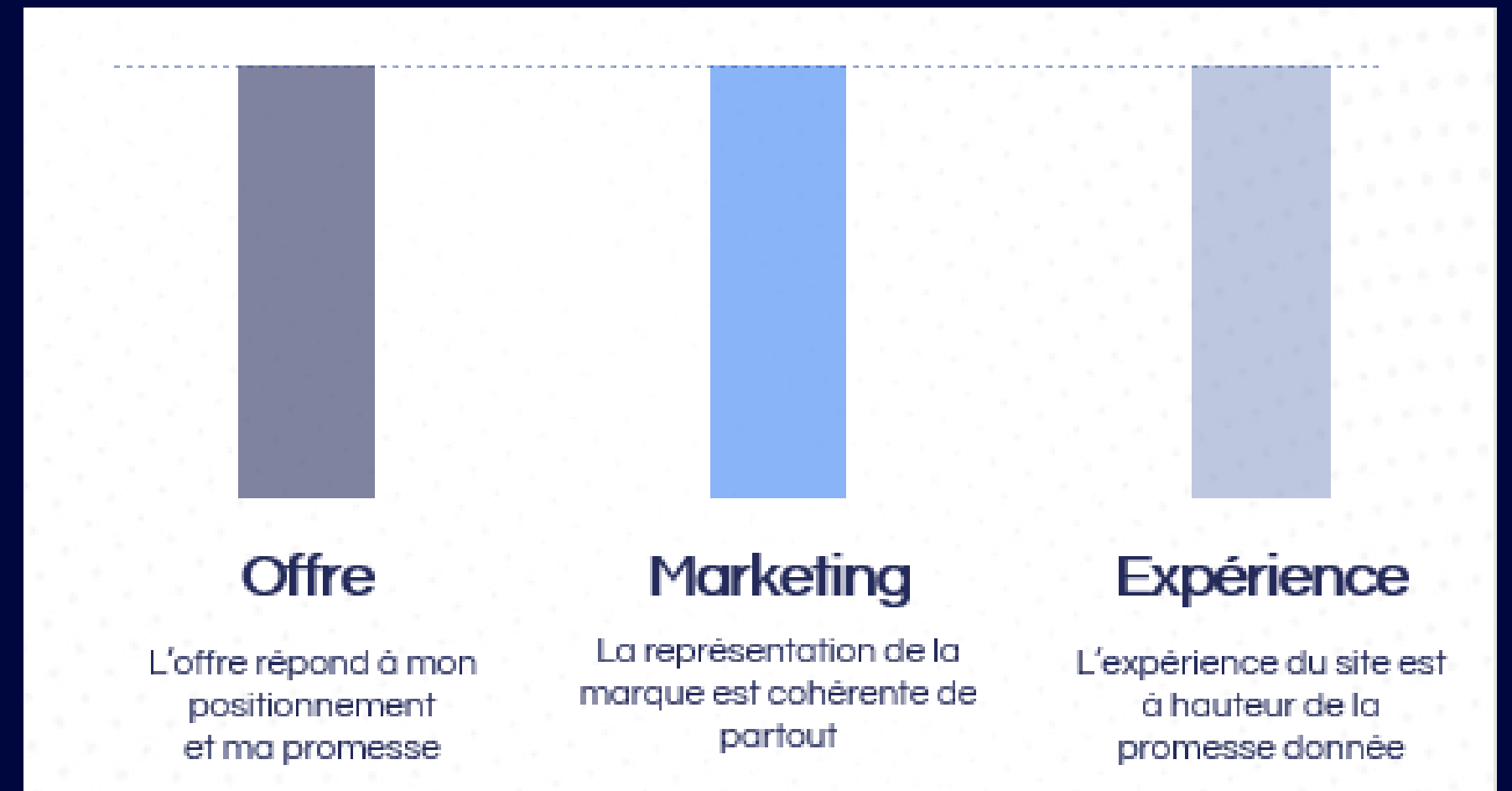


Notoriété

Promesse

Ce que l'on pense de vous

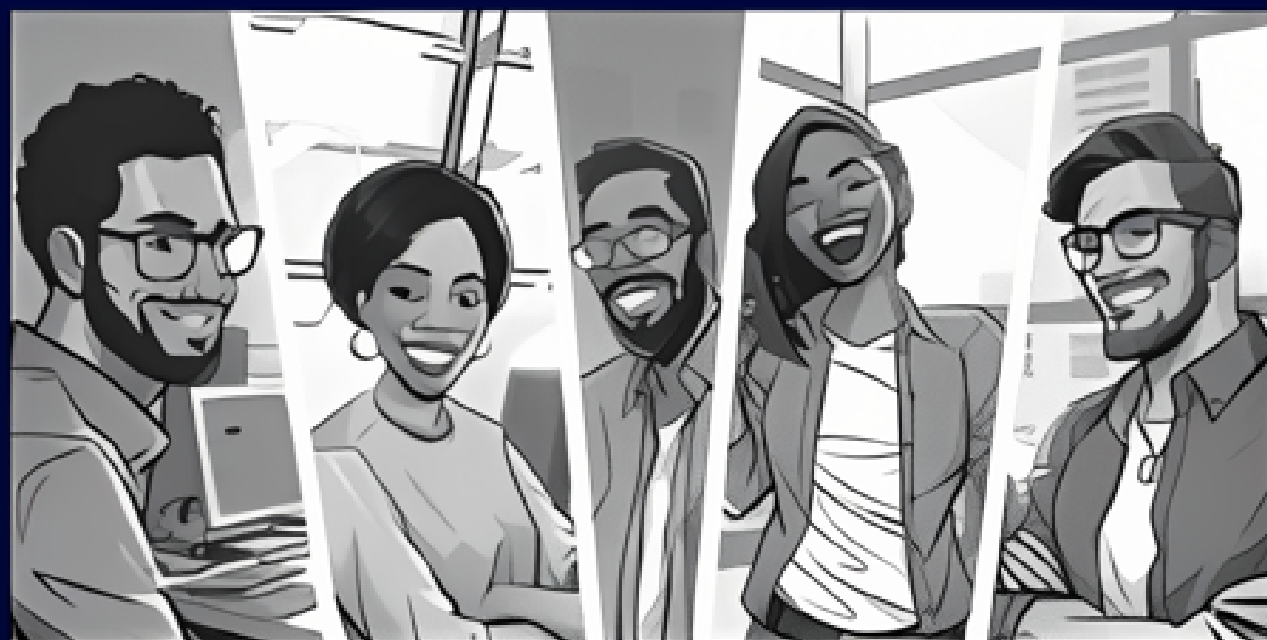
Les bénéfices que vous vendez



**Aligner son offre, son marketing
et l'expérience du site**

L'avenir se joue dans la synergie entre les services SEO et marketing

- 👉 Mixez les savoir faire.
- 👉 Comprenez les contraintes des autres.
- 👉 Pensez bénéfices mixtes.



Pourquoi la notoriété est importante d'un point de vue business ?



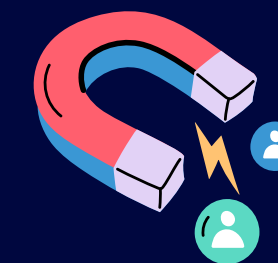
Brand Awareness ++

Plus on voit une marque plus on s'en souvient



La confiance ++

Une marque reconnue à plus de chance qu'une marque inconnue.



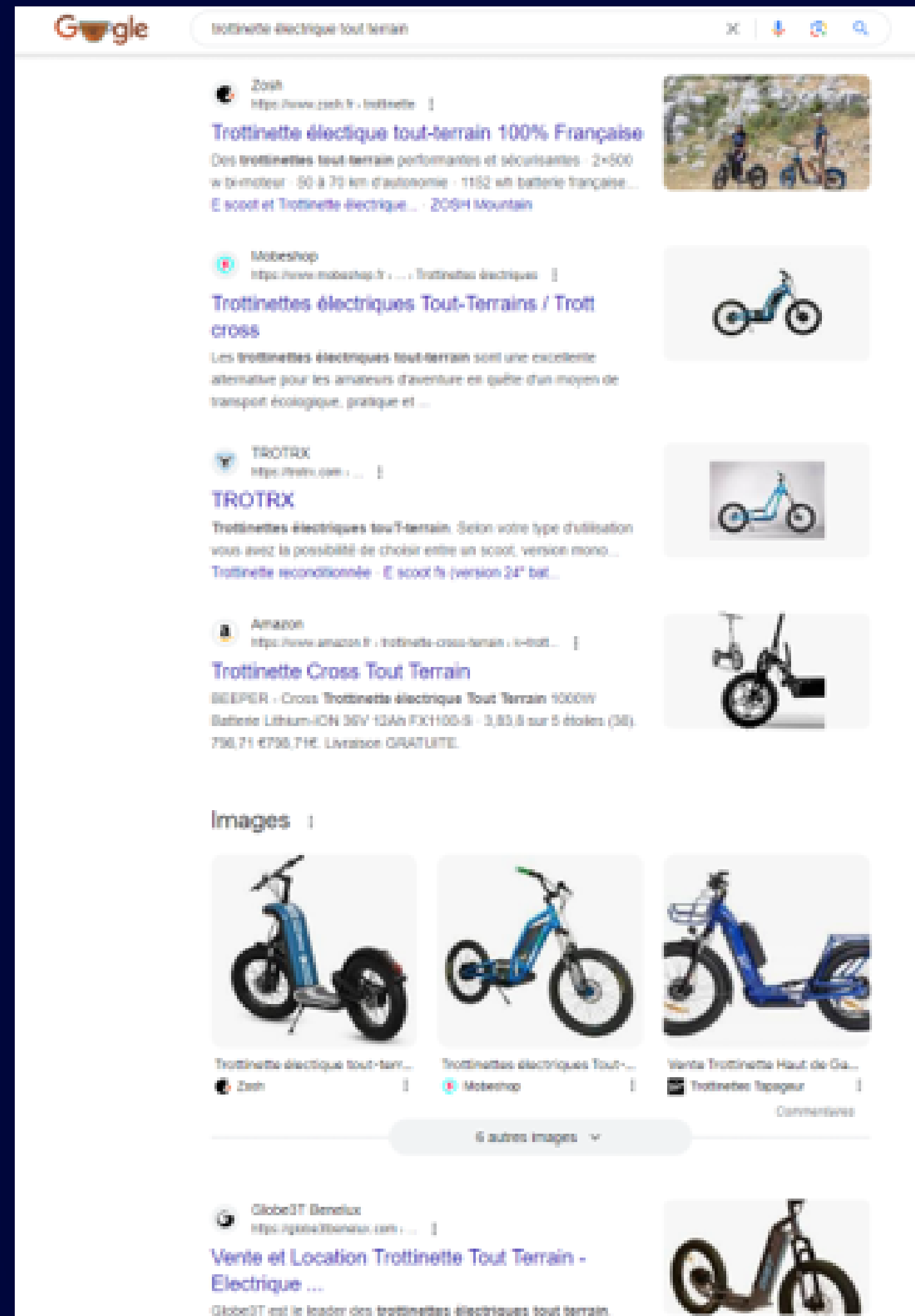
Acquisition ++

Une marque reconnue à plus de chance qu'une marque inconnue.

Pourquoi la notoriété est importante d'un point SEO ?

➡ Plus de confiance dans une marque
= influence positive sur le CTR

➡ Augmente qualité, quantité et variété des mentions de votre marque en ligne





Plus globalement, plus une marque va être reconnue plus la performance de l'ensemble de ses campagnes augmentera.

Retour vers l'expérimentation

👉 Tester, tester, tester..

👉 Sortez des sentiers

Créativité + Expertise =  



8 leviers à tester



- **Sponsoring**

Sponsorisez des événements ou des contenus qui résonnent avec votre audience cible.

- **Relations presse digitale**

Positionnez votre marque comme une référence dans votre domaine grâce aux relations presse.

- **Opérations de co-branding**

Amplifiez votre portée et votre crédibilité par des collaborations stratégiques avec des marques complémentaires.

- **Prouvez votre expertise**

Établissez votre marque comme une autorité dans votre secteur en partageant votre savoir-faire et votre expertise là où votre audience est active.

- **Faites parler les experts**

Renforcez la crédibilité en votre marque en faisant appel à des experts externes pour parler de vos produits ou services.

- **Surfez sur l'actualité**

Maximisez la visibilité de votre marque en vous insérant de manière pertinente dans les tendances du moment.

- **User Generated Content**

Encouragez la création de contenu par vos utilisateurs pour enrichir votre contenu de marque et accroître l'engagement de votre communauté.

- **Rendre votre marque vivante**

Dynamisez votre présence de marque par des actions commerciales régulières et une activité offline pour créer une connexion authentique avec votre public.

8 leviers à tester : Sponsoring

Guerlain se lance dans les podcasts avec KR Media

Publié par La rédaction le 9 mars 2018 - mis à jour à 12:21



Nous suivre
Abonnez-vous pour recevoir nos meilleurs articles



La Poudre Podcast
@lapoudretv

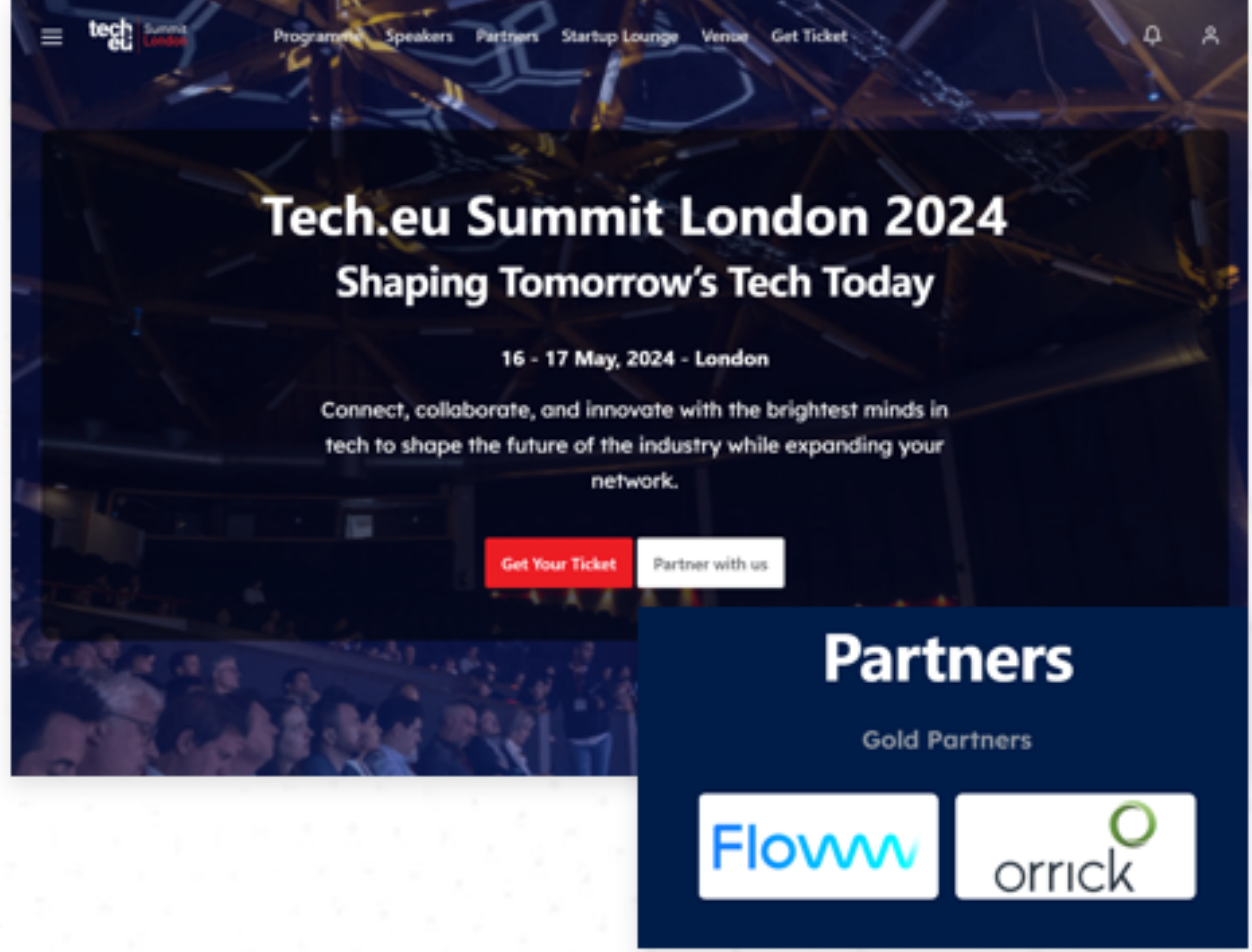
Cet épisode de La Poudre est rendu possible grâce au soutien de « Mon Guerlain », la nouvelle eau de toilette de @Guerlain. Merci à « Mon Guerlain » d'avoir choisi de faire parler La Poudre et de transmettre à toutes ce message de multiples possibles.

[Translate post](#)

Sponsoring de Podcast



Article Sponsorisé

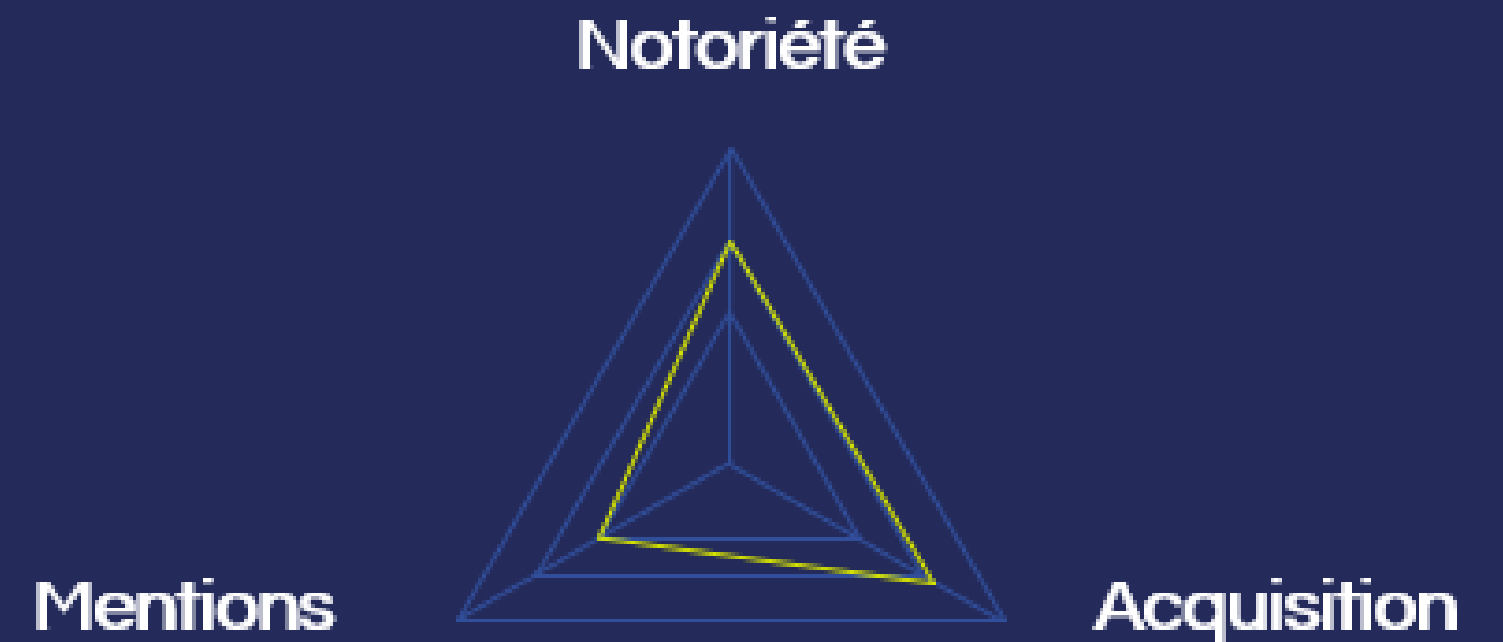



Sponsoring d'évènements

8 leviers à tester :

Sponsoring

- Identifiez des événements ou canaux de communication liés à votre marché et avec des communautés potentiellement intéressés par vos services : salons locaux, compétitions, créateurs de contenu (podcast, youtube, tiktok..)
- Analysez les canaux sur lesquels l'opération de sponsoring est communiquée pour mesurer l'intérêt : quels médias, réseaux sociaux, types de liens...
- Optimisez l'opération pour maximiser les retombées : relais sur les réseaux sociaux, par des partenaires, relai par la presse locale



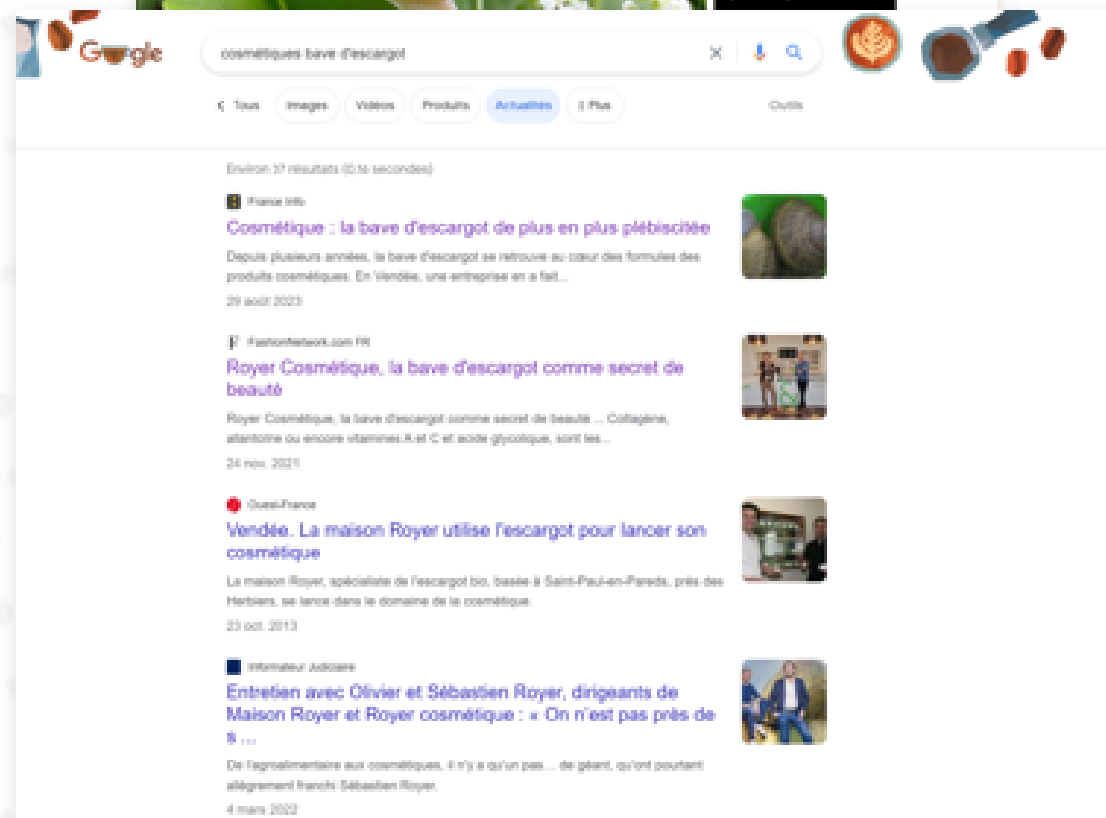
 **Gagnez en notoriété auprès d'audiences cible et obtenez des mentions sur des supports variés**

 Créez des partenariats qui ont du sens

 Nouez des liens qui perdurent

 Variez les formats

8 leviers à tester : Relations presse digitale



Royer et la bave d'escargot

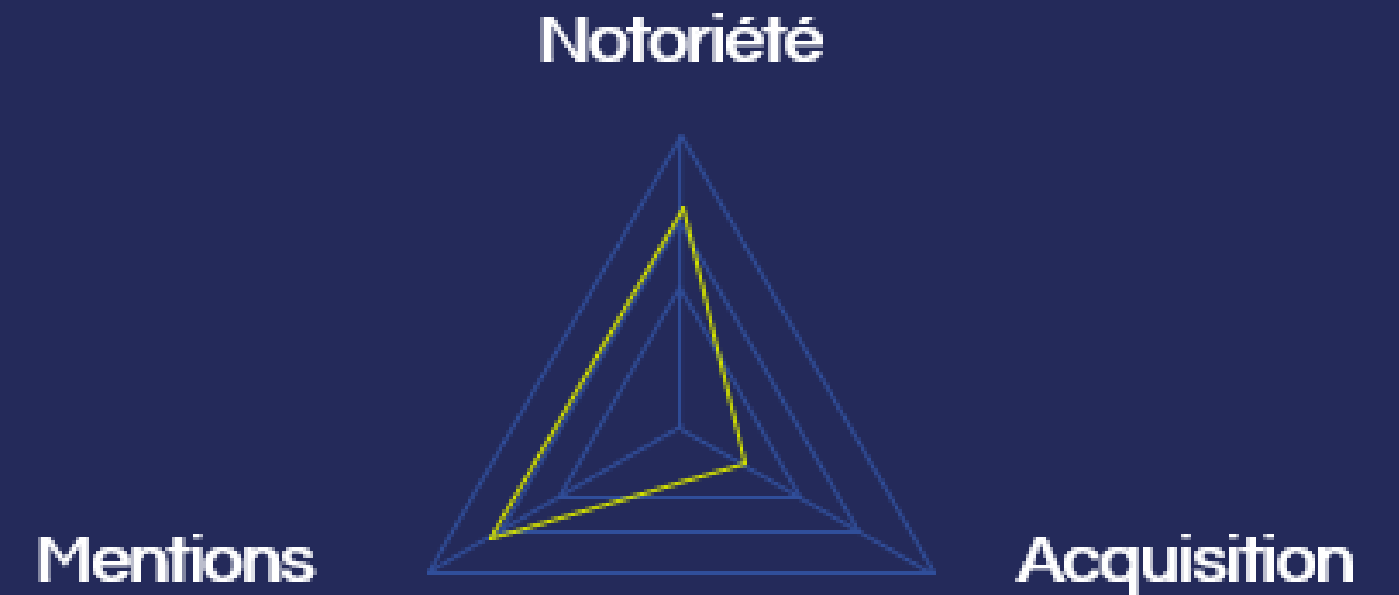


Pretto et le dézonage

8 leviers à tester :

Relations presse digitale

- Faire un benchmark des sujets de votre marché : les marronniers, le type d'actualité, les angles utilisés..
- Identifier qui sont les journalistes clés sur ces sujets, leur manière de traiter les informations, et récupérer leurs coordonnées (outils comme Luqi, Kaspr, LinkedIn..)
- Analyser les données dont vous disposez, celles qui sont valorisables
- Préparez un plan de rédaction sur la durée
- Lancez vos campagnes, publiez votre contenu sur votre site, relayez le contenu auprès des journalistes et faites un suivi régulier



 **Obtenez des mentions dans la presse & gagner en notoriété**

 Vous devez être l'expert de votre marché, régulier et fiable

 Apportez votre vision en plus de data fiables

 Soyez disponible pour répondre aux questions des journalistes

8 leviers à tester :

Opérations de co-branding

HORACE S'ASSOCIE À UBER EATS ET PROPOSE UN SERVICE DE LIVRAISON À DOMICILE



Association Horace & Uber Eats



Co-conception Oé x Maison Tchîn Tchîn

Les meilleurs conseils issus du webinar Pretto x Hosman

Charlotte Papin
Publié le 21 oct. 2023

Partager
Partager : EMAIL LIEN



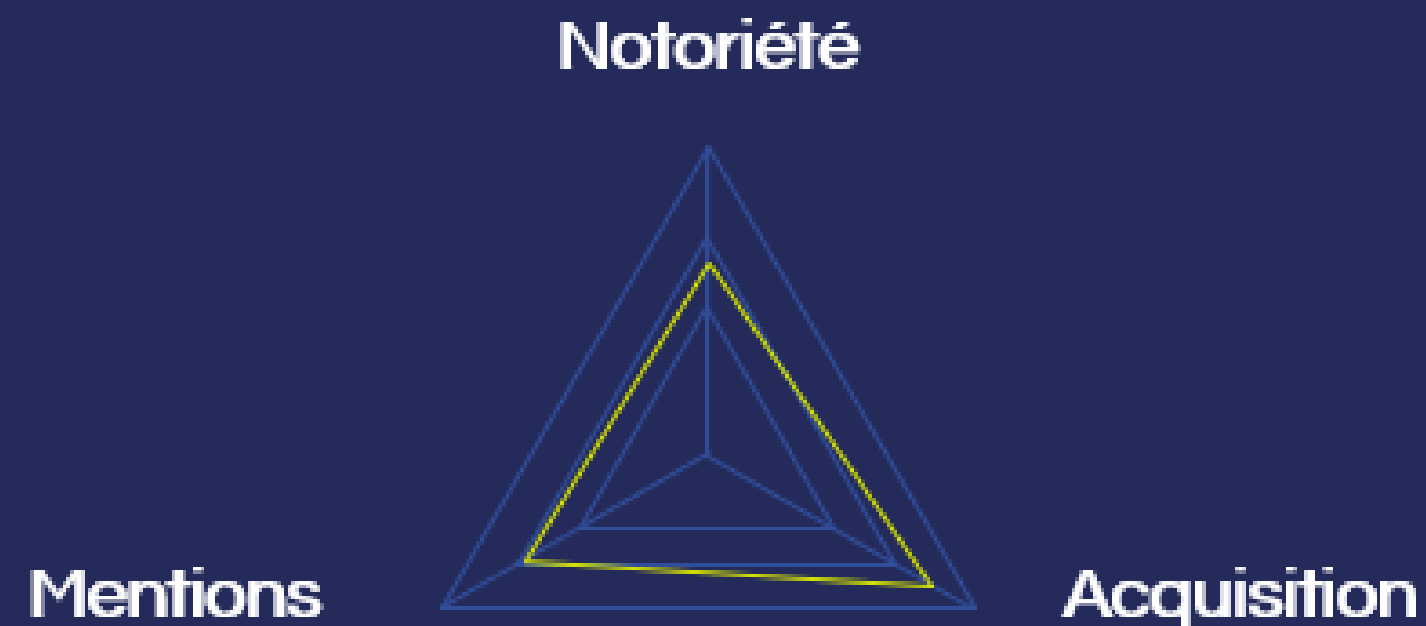
Le 25 octobre dernier Pretto et Hosman ont relevé le défi de coacher près de 200 personnes lors du webinar "Achat Immobilier : c'est le moment de négocier !". Pour ceux qui n'ont pas pu être là, on vous fait un récap !

Webinar Pretto x Hosman

8 leviers à tester :

Opérations de co-branding

- Identifiez des marques complémentaires à la vôtre avec une visibilité au moins équivalente
- Mettez vous en relation et proposez des dispositifs commun comme un concours, un webinar, un livre blanc, un pack produit commun..
- Optimisez l'opération pour maximiser les retombées en combinant vos efforts de communication : sur les RS, dans vos newsletters respectives, sur vos sites, vos campagnes d'ads, vos relais presse..



 **Mutualisez vos audiences et amplifiez la performance de vos campagnes**

 Créez des partenariats qui ont du sens

 Anticipez pour mieux communiquer

 Multipliez les partenariats

8 leviers à tester :

Prouvez votre expertise

r/GuideAchat · il y a 2 m.
Abjeet-Shallot-7477

Trottinette électrique

Question
Bonjour,

Mon conjoint cherche une trottinette électrique pour son trajet domicile-travail.

Utilisateur : H 1,90 m / 93 kgs.

Trajet : 12 km aller-retour (pas de possibilité de charge sur le lieu de travail). Pente à 14 % sur 2 km. Trajets de nuit.

Budget : à voir.

Il y a beaucoup d'offres alléchantes en ce moment et nous sommes complètement perdus.

Merci de tous les conseils que vous pourrez nous donner !

4 votes 2 commentaires Partager

w/evopaper · Sponsorisé(e)

13,743 Happy Customers Couldn't Be Wrong! Get the First Fully Customizable Digital Planner for Your reMarkable!

onplanners.com Télécharger

Trier par : Meilleurs

+ Ajouter un commentaire

Quora

Est-ce que les chargeurs puissants de trottinettes électriques sont dangereux pour la batterie ?

Tout le contenu connexe (11) · Trié par Recommandé

Michael Aramini
Lieu : Lausanne, VD, Suisse · L'auteur a 8,6 K réponses et 16,5 M vues de réponse · 3 ans

Je ne connais pas la conception du système de charge des trottinettes électrique mais si le chargeur se connecte uniquement au systèmes de sécurité et de load balacing (système d'équilibre de la charge), ou est la limite du courant ? Car si elle se fait niveau chargeur avec 2amp max sur l'original et qu'ici c'est 3amp max. Vous donnez 50% en plus comme le dit le site. Ce qui peut être dangereux car si la batterie ne le supporte pas. Elle va chauffer et si elle chauffe trop s'endommager ou exploser dans le pire des cas.

Continuer la lecture

Questions similaires · Plus de réponses et dessous

Comment tester la santé des batteries rechargeables ?

Est-ce que chargeurs solaires pour portables sont fiables ?

Pourquoi certaines piles ne sont-elles pas rechargeables ?

Quelle peut-être la raison d'une pile 9V rechargeable qui gonfle est saute toute seule d'un chargeur ?

Comment fonctionnent les batteries rechargeables ?

Jessy Machado
Connaissances · Français · L'auteur a 488 réponses et 6,6 M vues de réponse · Traducteur · 4 ans

Associe **J'ai chargé mon téléphone à 100% parce que j'ai oublié de débrancher le chargeur. Est-ce que c'est dangereux pour ma batterie ?**

Cela m'étonne que les gens pensent encore qu'il y a un avantage à ne pas charger sa batterie jusqu'au bout.

Changez votre batterie à 100%. Laissez le chargeur branché autant que vous le souhaitez. Débranchez-le quand vous voulez.

Peut importe !

Les batteries modernes n'ont pas l'effet mémoire des batteries plus anciennes. Les smartphones sont équipés de ces batteries "modernes" depuis plusieurs années. Je laisse mon iPhone branché tout le temps quand je suis à la maison. Ma batterie a une excellente autonomie.

Continuer la lecture

Victor PA
Je parle et je vous apprend des trucs, ça vous va ? · L'auteur a 558 réponses et 4,1 M vues de réponse · 2 ans

Associe **Les vélos et les trottinettes électriques sont-ils dangereux ?**

Non, c'est l'utilisateur qui peut l'être.

passion Toutes Trottinettes Électriques

📍 Groupe (Public) · 96 membres

Discussion · Personnes · Évènements · Contenu multimédia · Fichiers

Exprimez-vous...

Publication anonyme · Photo / vidéo · Sondage

Stéphane Bourdier
Hier, à 09:32 · 🌐

Bonjour à toutes et tous petite question lors du changement de batterie peux on mettre une batterie plus puissante que celle d'origine?là j'ai une speedway 5 lite avec une batterie de 60 volts et 18 Ampère

4 commentaires · Vu par 32 personnes

J'aime · Commenter · Partager

Chrismix Fabien Utrera
Salut oui tu peux 😊

1 j J'aime Répondre Partager

Stéphane Bourdier a répondu · 3 réponses 1 h

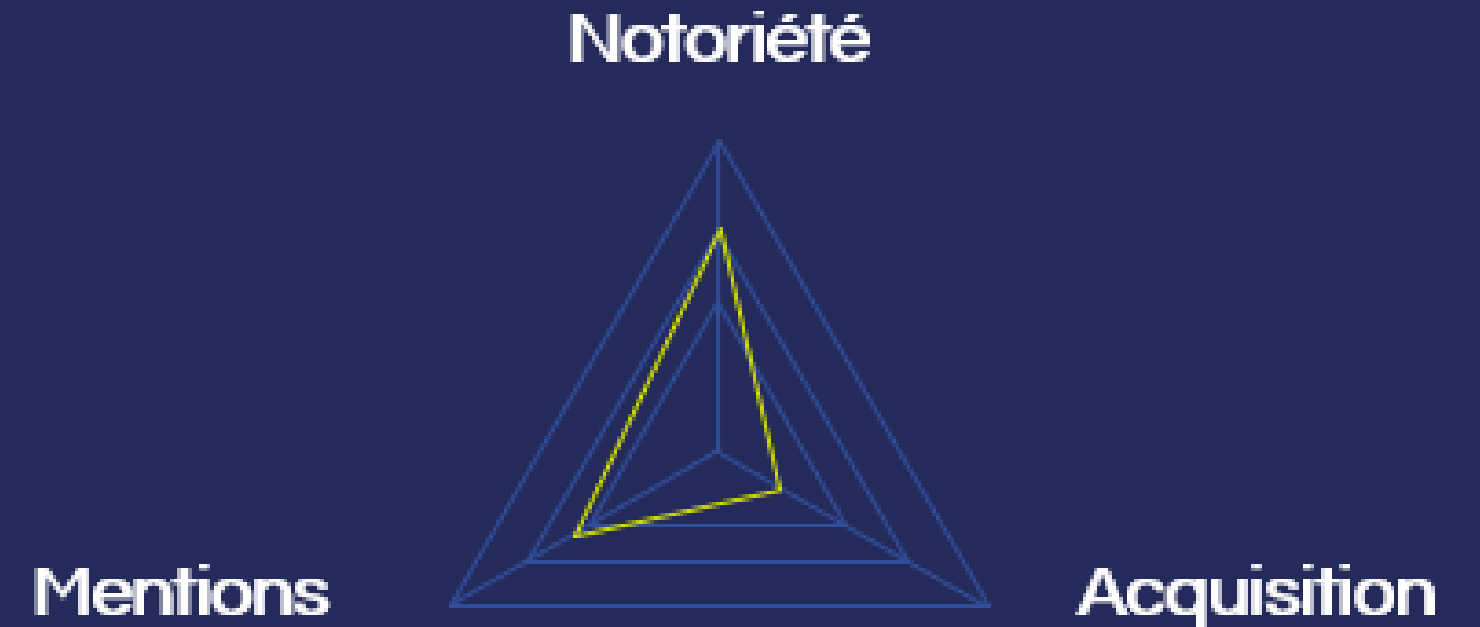
Écrivez une réponse...

Chrismix Fabien Utrera

8 leviers à tester :

Prouvez votre expertise


- Identifiez des forums, communautés sur les RS, des commentaires liés à des questions sur votre marché (reddit, quora..)
- Créez vous un profil complet sur ces supports qui permet de faire le lien direct avec la marque
- Répondez à toutes les questions, sans rentrer dans l'auto-promo mais démontrez votre expertise
- Quand cela fait sens, ajoutez des liens vers votre site pour apporter des informations complémentaires, et évidemment créer des contenus sur votre site qui reprennent ces interrogations



 **Faites preuve de votre expertise là où l'audience de votre marché se trouve**

 Limitez l'auto-promo

 Documentez vos réponses

 Soyez présent sur tous les supports classés sur Google

Faites parler les experts

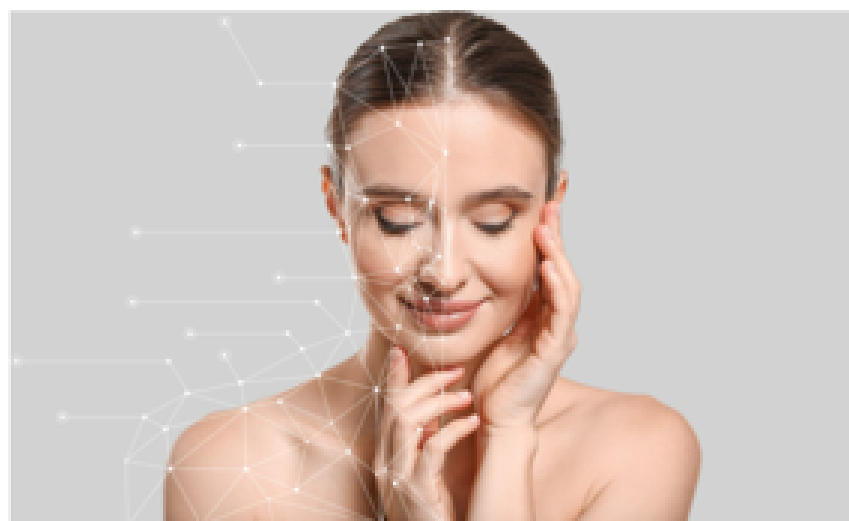
Les 4 meilleurs compléments de collagène, selon une pharmacienne

Maroua Fouli, pharmacienne experte en micronutrition, présente sa sélection des meilleurs compléments de collagène et les critères d'achat à respecter.

Rubrique shopping

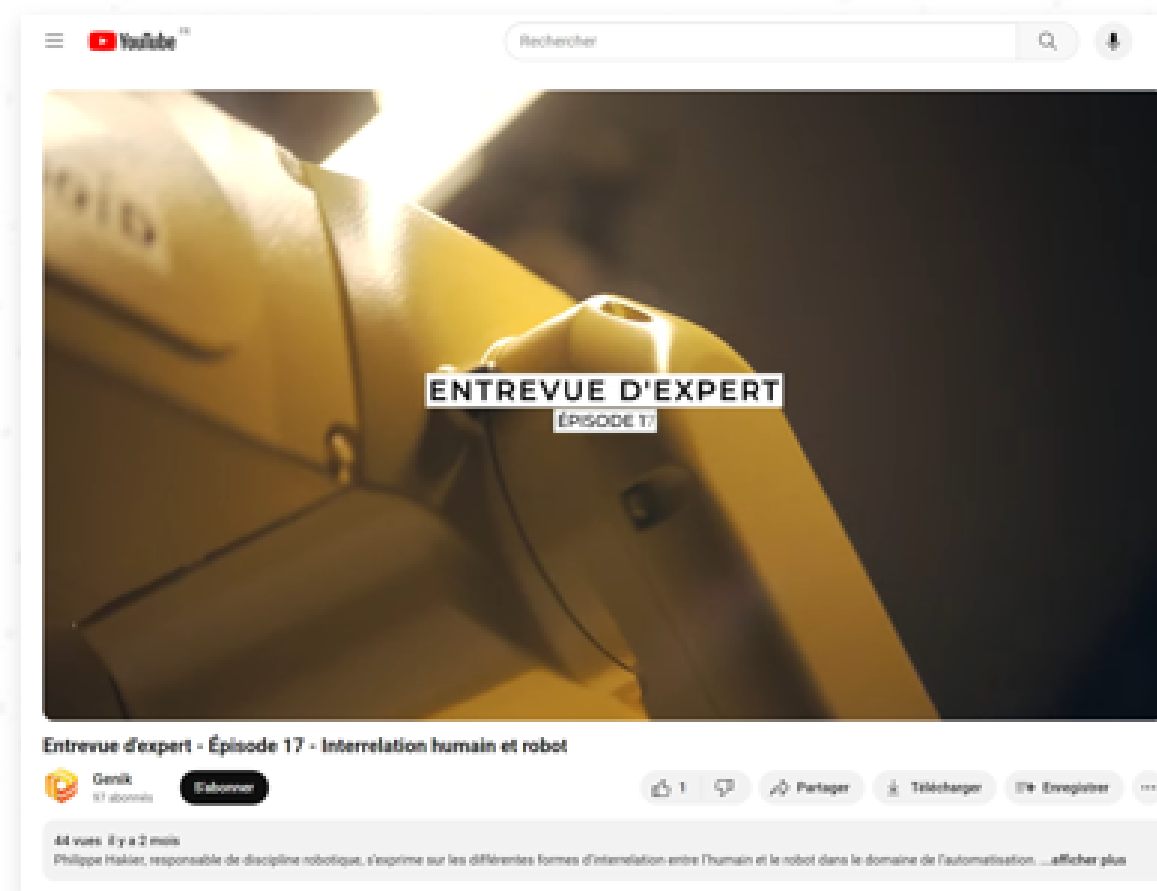
Par [Jaouen Pinel](#)

Publié le 12 Déc 23 à 11:02 mis à jour le 15 Fév 24 à 17:03



Résumé de la sélection

Guide d'achat poussé par une pharmacienne experte en micronutrition



Web TV réalisée par la marque faisant intervenir des experts du secteur

Multiboutique : Témoignage d'un e-commerçant qui gère plusieurs sites e-commerce

5/5

Partager

0 commentaire

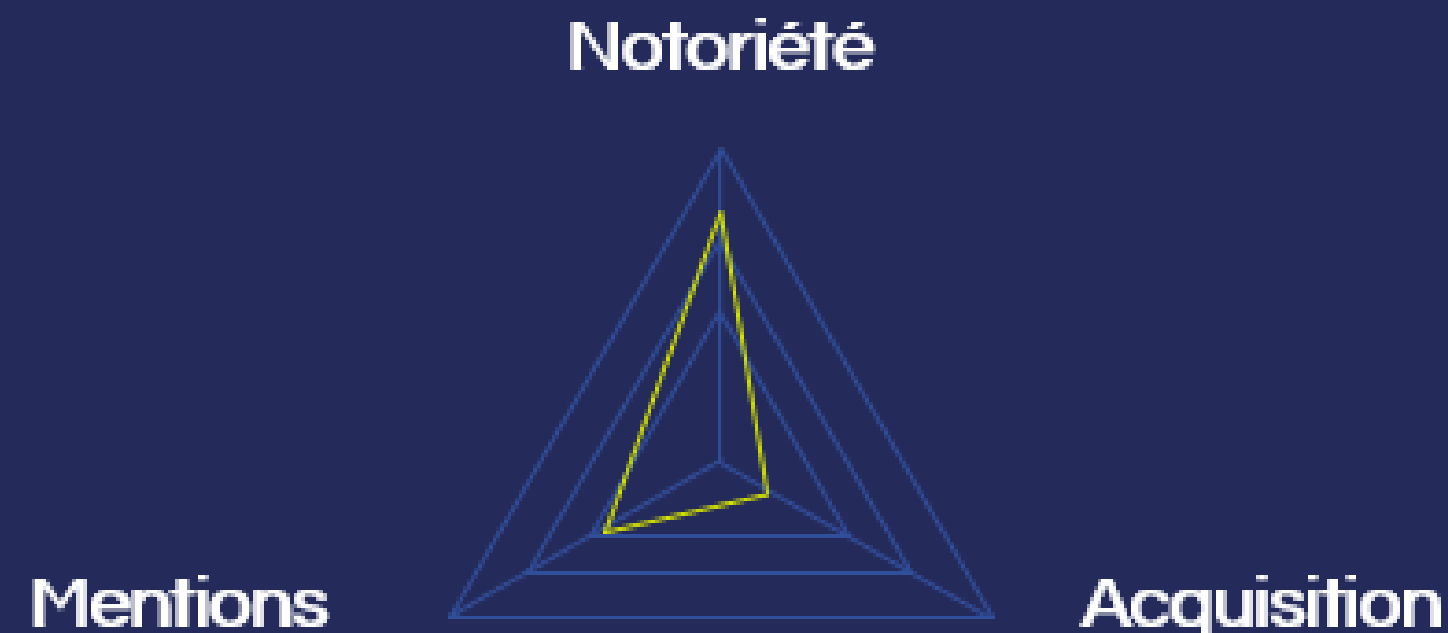


Prise de parole d'un e-commerçant expérimenté utilisant les services Wizishop

8 leviers à tester :

Faites parler les experts

- Créez des contenus d'experts externes à votre entreprise sur votre propre blog et sur des médias tiers
- Ces contenus peuvent être des prises de positions sur le marché, des points de vue.. avec évidemment une mention de votre marque ou de vos services et produits
- Variez les profils d'experts et les supports de publication
- Assurez vous d'avoir une structure technique qui permet aux robots d'identifier l'auteur et les informations qui lui sont attachées



 **Gagnez en crédibilité sur votre marché**

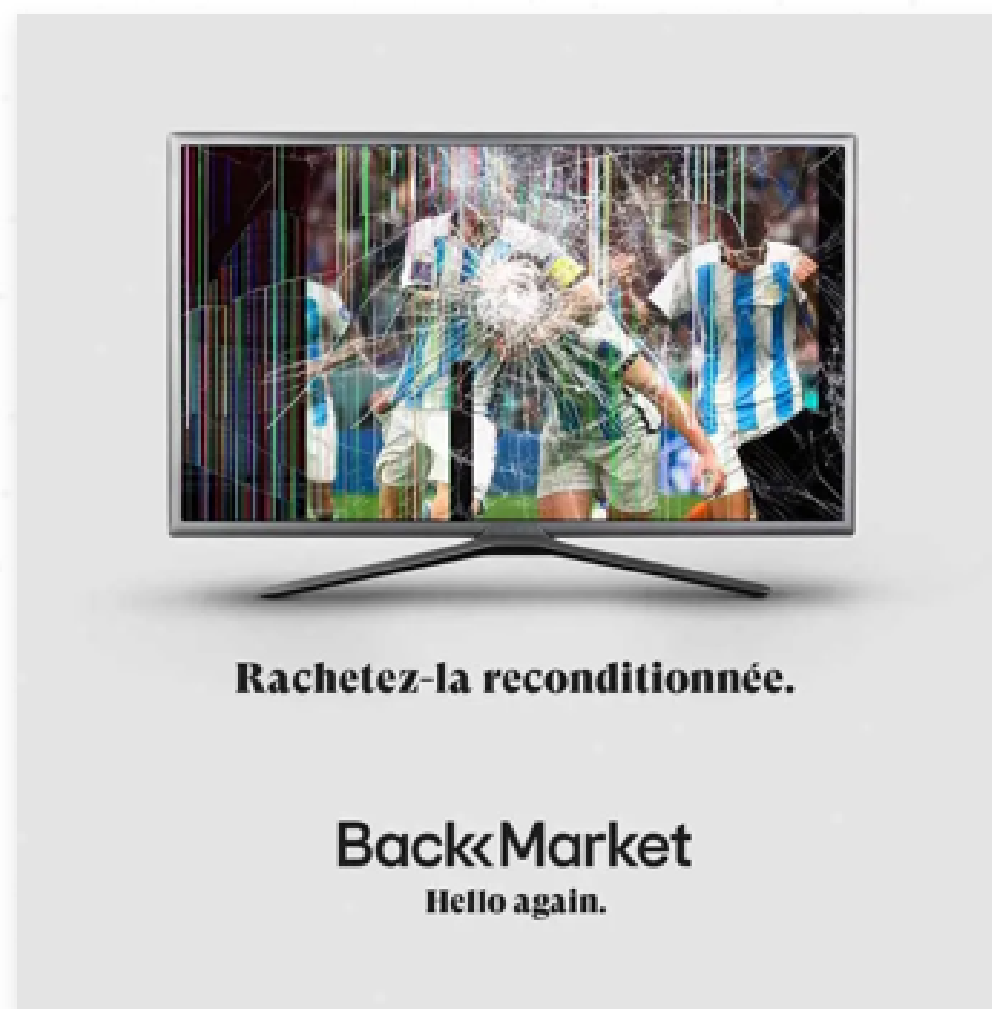
- 👉 Soignez le choix des profils d'experts, cohérence entre sujet et expertise
- 👉 Apportez de la valeur sur le sujet
- 👉 Citez vos sources (scientifique, institutionnelles..)

8 leviers à tester :

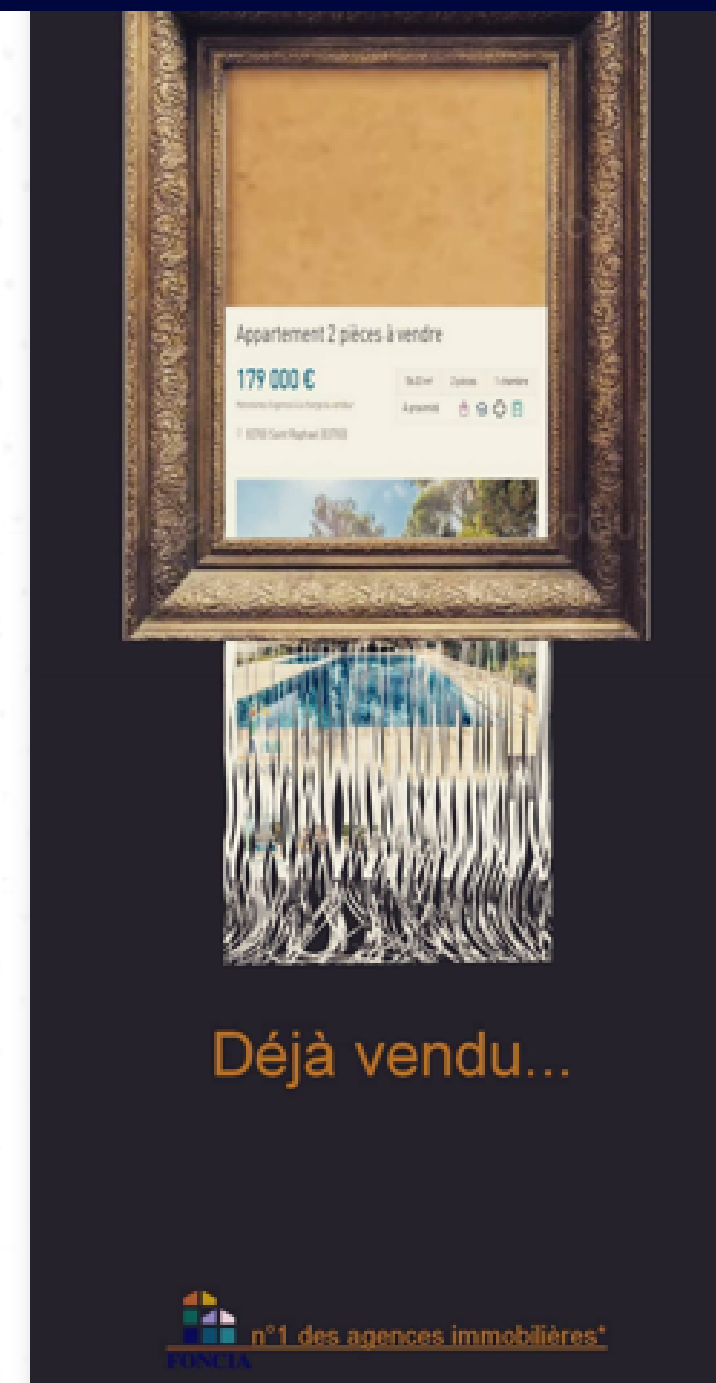
Surfez sur l'actualité



BricoDepot et l'annonce du casque Apple 2023



BackMarket et la finale de Coupe du Monde 2022



Foncia et Banksy 2018

8 leviers à tester :

Surfez sur l'actualité

- Faites une veille des sujets d'actualités connexes à votre marché, utilisez des outils et systèmes d'alertes pour faire le suivi (X Trends, Google Trends, Google Alerts, Readwise..)
- Mettez un plan d'actions en place pour pouvoir être réactif : qui est impliqué, qui valide, qui rédige, quels sont les canaux de diffusion..
- Réagissez en fonction du positionnement de votre marque aux sujets du moment via des posts sur les réseaux sociaux, des contenus ON-SITE et autres canaux



 **Gagnez de la visibilité en suscitant des réactions**

 Travaillez votre réactivité

 Gardez toujours un angle authentique

 Utilisez l'humour à bon escient

8 leviers à tester :

User Generated Content

Guerlain lance le premier podcast pour les passionnés de parfum

Par Emilie Veyretout
Publié le 19/11/2018 à 16:30, mis à jour le 20/11/2018 à 16:03

Copier le lien



Un micro intégré permet de réaliser son propre podcast, puis de l'uploader sur Olfaplay. Guerlain / photo presse

Guerlain dévoile Olfaplay, une application smartphone, où chacun peut enregistrer témoignage autour des odeurs.

Il y a Yann S., militaire à la voix cassée, qui raconte son cou de moto, sorte de doudou olfactif pour "entrer



Création d'un espace d'expression dédié

Consulter 2 correspondant à partir des informations sur le produit >

Questions et réponses de clients

Q : Quelle taille font les roue
R : 10 a 12cm environ je l ai offert a ma voir plus
Par Client d'Amazon en France le 4 août 2020
Voir la réponse complète

Q : Bonjour quelle est la largeur de la plateforme. Merci d'avance pour votre aide
R : environ 10cm mais je peut pas verifier c etait un voir plus
Par Client d'Amazon en France le 5 décembre 2020
Voir la réponse complète

Consulter 2 correspondant aux questions-réponses >

Commentaires clients

★★★★★ **Produit de qualité mais reçu sans chargeur**
Par Raphaël83 en France le 23 juillet 2021
...Stable et étonnamment confortable pour le gabarit avec des roues de cette taille. Content de notre trottinette - max 25km/h (pensez à s'assurer...) voir plus

Consulter 1 correspondant aux commentaires des clients >

Avis utilisateurs



mathismolinie et horace
Collaboration commerciale
Michael Büchel • Feeling Good

mathismolinie Le Padre et moi
Partager la même passion, ma routine skincare @horace et nos moments précieux à deux.
11 sem

Pour vous >

tatidslina Cute moment
11 sem • 2 j'aime • Répondre

baaramanda Love this relationship!! like me and my dad!!
11 sem • 8 j'aime • Répondre • Voir la traduction

khanchelwajcran
9 sem • 1 j'aime • Répondre

Afficher les réponses (2)

abhai Love the products can't wait to have you in Spain
10 sem • Répondre • Voir la traduction

Afficher les réponses (1)

kurb
11 sem • 2 j'aime • Répondre

mandartdesign Love those sweet moments with your dad
11 sem • 2 j'aime • Répondre

2861 j'aime
21 décembre 2023

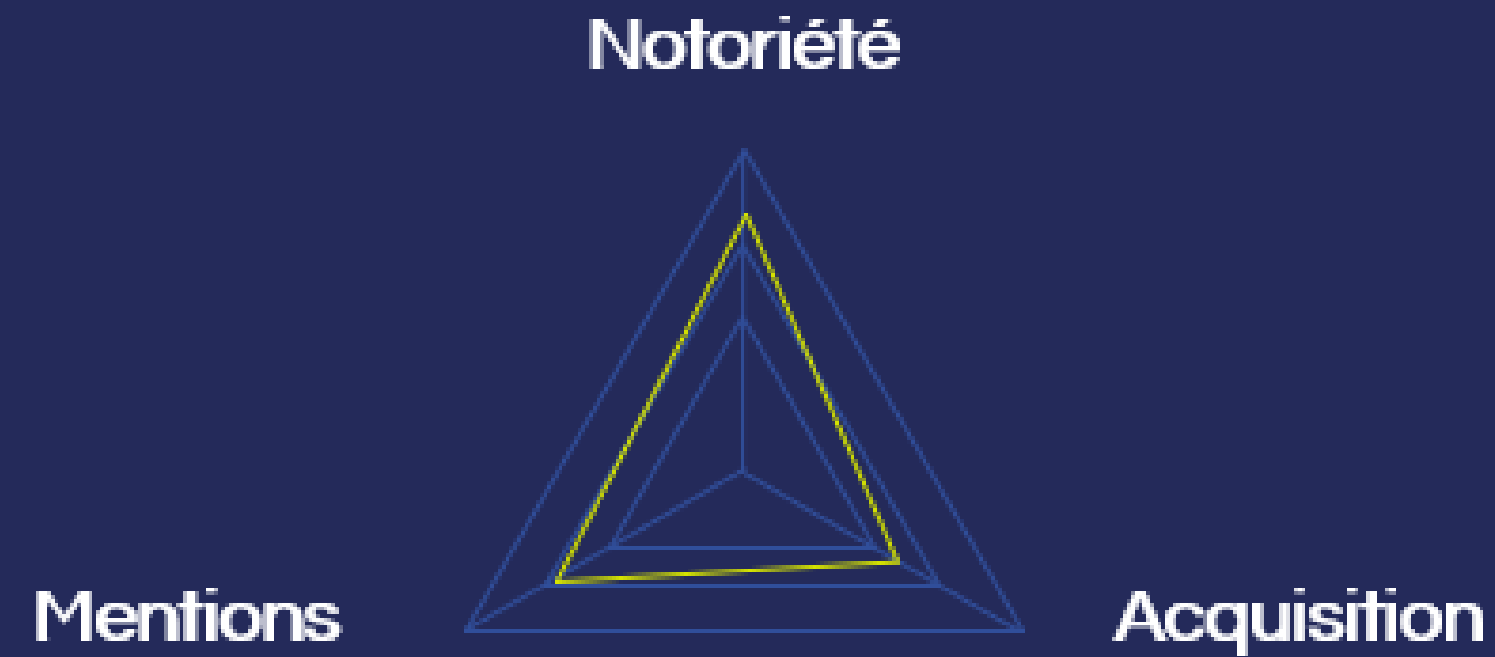
Ajouter un commentaire...

Test de produits par les utilisateurs

8 leviers à tester :

User Generated Content

- Fédérez votre communauté autour d'actions pour les amener à créer du contenu pour vous : concours, faq collaborative, tests produits, sondages, interviews..
- Diversifiez les supports, par exemple dans le cadre d'un concours engagez votre communauté à créer du contenu sur les réseaux sociaux avec des mentions spécifiques pour participer
- Si vous êtes sur le marché BtoB, vous pouvez aussi solliciter vos clients pour présenter des usecase, des reviews de projets..



Capitaliser sur votre communauté et vos clients

- ↳ Le bénéfice doit être réciproque
- ↳ Segmentez votre communauté pour connaître vos meilleurs supporters
- ↳ Mixez les types d'opérations

8 leviers à tester :

Rendre votre marque vivante



Dynamisez vos actions commerciales



Créez vos événements physiques

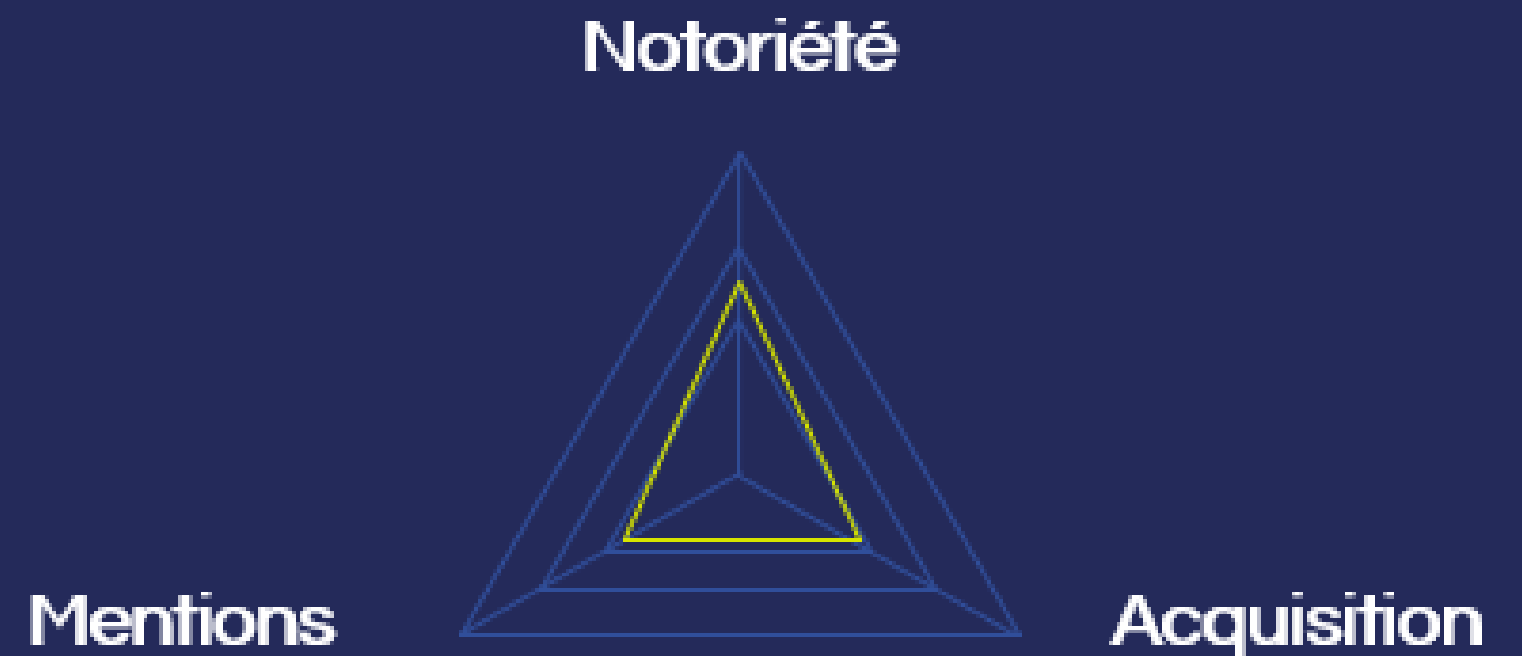



Participez à des événements


8 leviers à tester :

Rendre votre marque vivante

- Définissez un plan d'actions sur l'année de vos temps forts du marché, des types d'opérations que vous pouvez réaliser
- Pensez chaque opération en retombées online et imaginez des solutions pour les amplifier (communication réseaux sociaux, presse locale..)
- Peu importe votre marché et votre budget, il y a toujours des actions à mener
- Suivez différentes marques qui vous inspirent pour imaginer de nouvelles opérations



 **Etendez l'aura de votre marque et gagnez en authenticité**

 Pensez comme un commerçant quelque soit votre activité

 Incarnez votre image de marque

 Le OFFline peut être un puissant levier de créations indirectes online



**Avancez de front sur tout votre écosystème :
Expérience, technique et notoriété**



Pensez chaque action online et offline pour qu'elle génère un maximum de mentions online