

SEO : LES BONS CONTENUS POUR CHAQUE INTENTION

Décidez des bons contenus à
créer pour chaque intention
de recherche

**Convainquez mieux,
convertissez plus**



Analysez l'intention de recherche

Informationnelle, commerciale, transactionnelle... ?

Pour découvrir quelle est l'intention derrière les mots-clés que vous ciblez => **lancez une recherche sur chaque mot-clé et consultez les résultats.**



INFORMATIONNELLE

[Comment Choisir son televiseur - Guide bien choisir](#)
Quelle définition choisir pour ma TV ? Différences 4K, UHD, 4K UHD, 4K Ultra HD
[Comment regarder des contenus en 4K](#) La 8K L'upsampling, c' ...
<https://www.cnetfrance.fr> > produits > guide-achat-com...
[Quelle TV acheter en 2022](#)
10 août 2022 — Si vous cherchez un exemple, un Full HD rendra aussi bien
<https://www.darty.com> > tv-home-ciner
[Comment bien choisir sa T](#)

TRANSACTIONNELLE

[TV 4K - Livraison & Installation Offertes - Boulanger](#)
TV 4K UHD au meilleur rapport qualité/prix ! Livraison Offerte* - Retrait 1h en Magasin* - Retrait Drive* - Garantie 2 ans* - SAV 7j/7.
TV 4K 120 Hz · TV 4K UHD 144 Hz · TV 4K UHD 144 Hz · TV 4K UHD 80 pouces et plus
<https://www.fnac.com> > TV-UHD-4K > nsh474947
[TV UHD 4K - Fnac](#)
TV UHD 4K : En stock vendeur partenaire · Vendu par GCShopping FR. État : Neuf. Frais de port : 49,90€.
<https://www.ubaldi.com> > Accueil > TV > TV
[TV 4K Pas Cher - Achat TV Ultra HD 4K \(UHD\) à ... - Ubaldi](#)

COMMERCIALE

[Comparatif / 135 téléviseurs te](#)
il y a 3 jours — Des tests de TV LCD, Oled
désormais disponibles sur le marché et da
Xiaomi Mi TV 4S 55 · Samsung QE55QN9
<https://www.cnetfrance.fr> > produits > meilleures-televis...
[Les meilleurs TV 4K / Ultra HD de novembre 2022](#)
18 nov. 2022 — 1. LG 48C1 : le meilleur TV 4K tous critères confondus · 2. LG 65
meilleur TV 4K sans limite de budget · 3. Sony Bravia XR-55A83K : le TV ...



Décidez de la typologie de contenu

Pour ces intentions, dites "primaires", créez des contenus adaptés :

- **informationnelle** : privilégiez les articles de blog, les listes détaillées, les guides...
- **commerciale** : mettez le cap sur les fiches produits, les comparatifs, le Brand Content...
- **transactionnelle** : voyez plutôt du côté des pages de vente avec formulaire.



Petite subtilité

Il arrive que **2 intentions** émergent dans les résultats de recherche (ex : informationnelle et commerciale).

Ou encore que vous détectiez des **micro-intentions** (ex : "c'est quoi?" et "comment faire?" pour l'intention informationnelle).



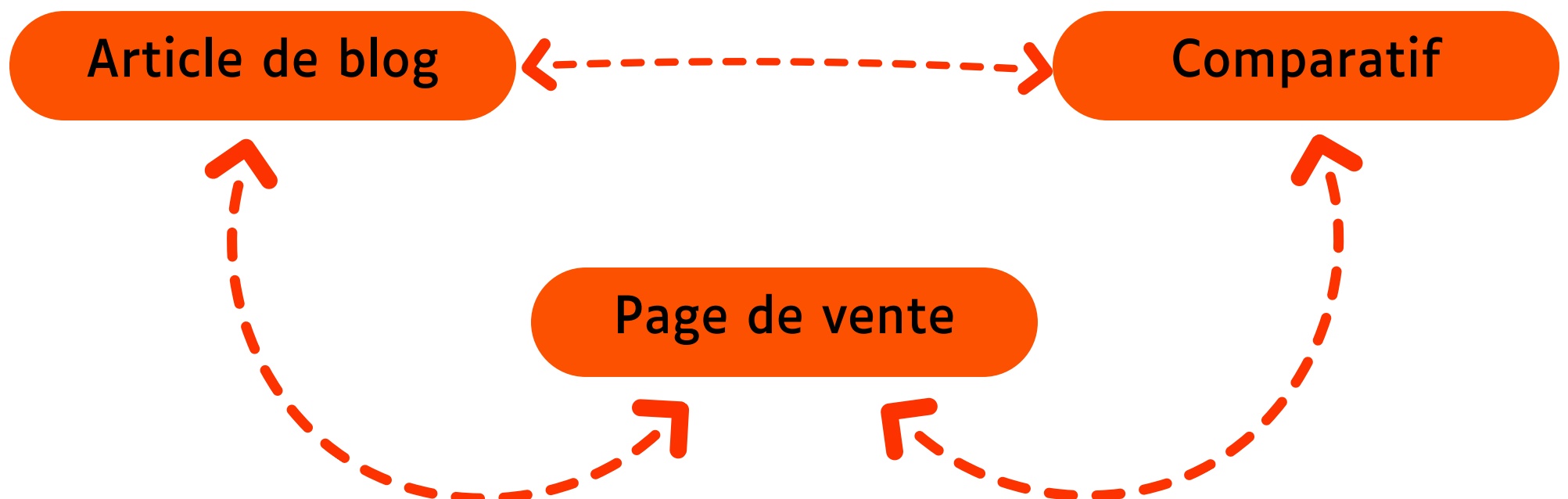
Vous avez alors 2 possibilités :

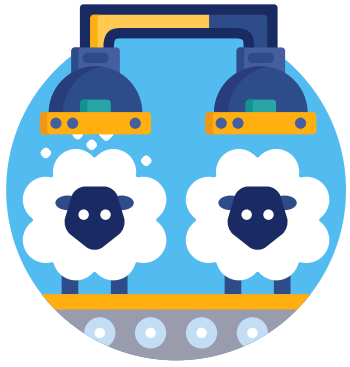
- créez deux contenus distincts pour répondre à chaque intention
- créez un contenu unique qui répond aux deux intentions

Maillage interne et Parcours client

Votre maillage interne doit suivre le parcours client. Quand les visiteurs arrivent par un contenu informationnel, proposez un **lien** vers un contenu commercial (sous forme de lien cliquable, de bouton CTA, de contenu à télécharger, etc.).

Ainsi, vos clients cibles n'ont pas à lancer une recherche pour **passer à l'étape suivante** !





Le clonage, c'est pour les moutons

Analyser les contenus déjà positionnés, c'est super pour identifier l'intention de recherche. En revanche, on *ne fait pas* de copie conforme de ce qui existe déjà !

On apporte de la valeur en :

- proposant un **axe différent** :
 - "comment éviter ces 7 erreurs pour choisir sa télévision"
- créant un **mix** avec une autre méthode
 - "Guide pour bien choisir sa télévision avec notre checklist exclusive"
- allant à **contre-sens**
 - "Bien choisir sa télévision en suivant ses envies, sans lire toutes les caractéristiques techniques"



Des contenus riches, pour mieux convertir

Enrichissez vos contenus pour couvrir toutes les questions et tous les besoins de vos clients-cibles :

- *Exemple* : dans votre **page de vente** intégrez un descriptif produit, des arguments, des avis clients, une FAQ, les tarifs, un formulaire...
- *Exemple* : pour votre **article de blog**, pensez à répondre aux questions phares "c'est quoi ?", "à quoi ça sert ? quels sont les bénéfices ?", "c'est pour qui ?", "comment je fais ?".



Ressource pour les experts

Consultez cet article de Reacteur.com pour passer à la vitesse supérieure dans l'analyse de l'Intention de recherche :

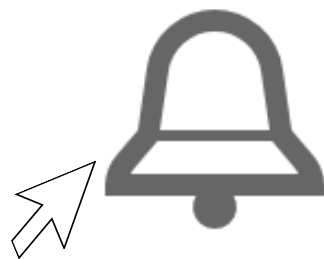


<https://www.reacteur.com/2022/09/quel-contenu-mettre-en-ligne-pour-repondre-a-quelle-intention-de-recherche.html>

Ne manquez pas
mes prochaines
publications



Se connecter



Renforcez votre **crédibilité** ↗
et votre **trafic web** ↗
pour **capter** de nouveaux **clients**



CRÉATRICE DE CONTENUS B2B

Stratégie & Planning éditorial,
Contenus SEO

Mon secret ? Je suis aussi experte en Veille !

adelinelory@gmail.com

06.63.63.07.51

www.adelinelory.fr