QUELS K.P.I POUR VOTRE SEO ?

Comment vérifier que vos efforts en référencement naturel portent leurs fruits ?

#B2B

Votre positionnement mots-clés

Chaque mois, vérifiez si les mots-clés sur lesquels vous êtes positionnés ont gagné ou perdu des places.

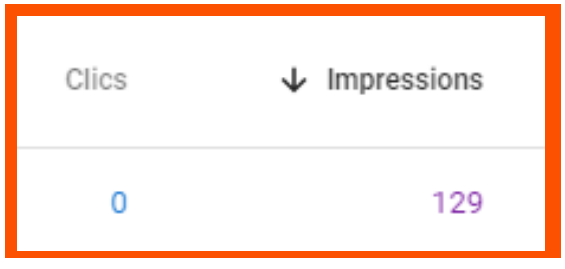
Variation	Position ↓	Précedent	Meilleure position
	↗ 4 ↘ 6		
0	4	4	1
0	4	4	2
+2	9	11	9
0	22	22	17
-1	35	34	29

Vos outils

- Semrush
- Check-Position, pour un budget plus abordable

Les mots-clés sur lesquels vous apparaissez

Avec *Google Search Console*, vous obtenez des informations sur les mots-clés et expressions sur lesquels votre site web est présenté (impressions) et ceux qui génèrent des visites (clics).



=> repérez les mots-clés qui génèrent des impressions, mais pas de clics, pour savoir quels contenus optimiser en premier !

Votre outil

- Google Search Console (menu "Performances")

Les nouveaux mots-clés sur lesquels vous vous positionnez

Vos efforts SEO permettent de vous positionner sur vos mots-clés cibles... mais aussi sur des mots-clés auxquels vous n'aviez pas pensé : des variations, des expressions de longue traine.

Mon astuce : vérifiez tous les 6 mois dans Semrush (grâce à un essai gratuit) si de nouveaux mots-clés pertinents sont apparus. Puis intégrez les dans Check-Position.

Votre outil

- Semrush

L'évolution du trafic organique

Dans votre outil de web analytics, créez un rapport pour mettre en évidence la part du trafic organique (c'est-à-dire provenant des moteurs de recherche).
Surveillez chaque mois l'évolution de cette donnée : elle doit évoluer à la hausse au fil des mois, car le SEO se déroule sur le long terme.

Vos outils

- Google Analytics
- Matomo

L'indexation de vos pages

C'est un indicateur plus technique, mais indispensable. Vérifiez si vos pages ont bien été détectées, indexées (et idéalement positionnées !).
Combien de vos pages existantes sont-elles prises en compte par Google ? C'est important de vérifier que vos pages importantes sont bien valides.

Vos outils

- Google Search Console, rubrique Indexation > Pages
- Check Position, rubrique "Suivi d'indexation d'URL"

Le netlinking

Le 3e pilier du SEO consiste à développer le nombre de liens entrants vers votre site web.

Faites un suivi manuel de tous les backlinks créés chaque mois, avec un simple tableau Excel.
En parallèle, vérifiez avec un outil le nombre de domaines référents, ainsi que l'évolution de votre score Trustflow.

Vos outils

- Ahrefs
- Semrush
- Majestic SEO

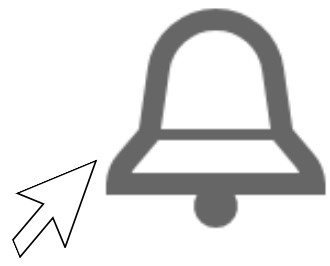
Les autres indicateurs

Si les indicateurs précédents sont dans le vert, alors vous pouvez commencer à suivre d'autres données, comme :

- **le taux de conversion** : combien de vos visiteurs issus des moteurs de recherche ont validé un formulaire / se sont inscrits à la newsletter, etc ?
- **la durée des sessions** : les visiteurs issus d'un moteur de recherche passent-ils plus de temps sur votre site que les autres ? (à lier avec le nombre de pages vues par session)
- etc.

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