

# 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\* - Retrai  
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).



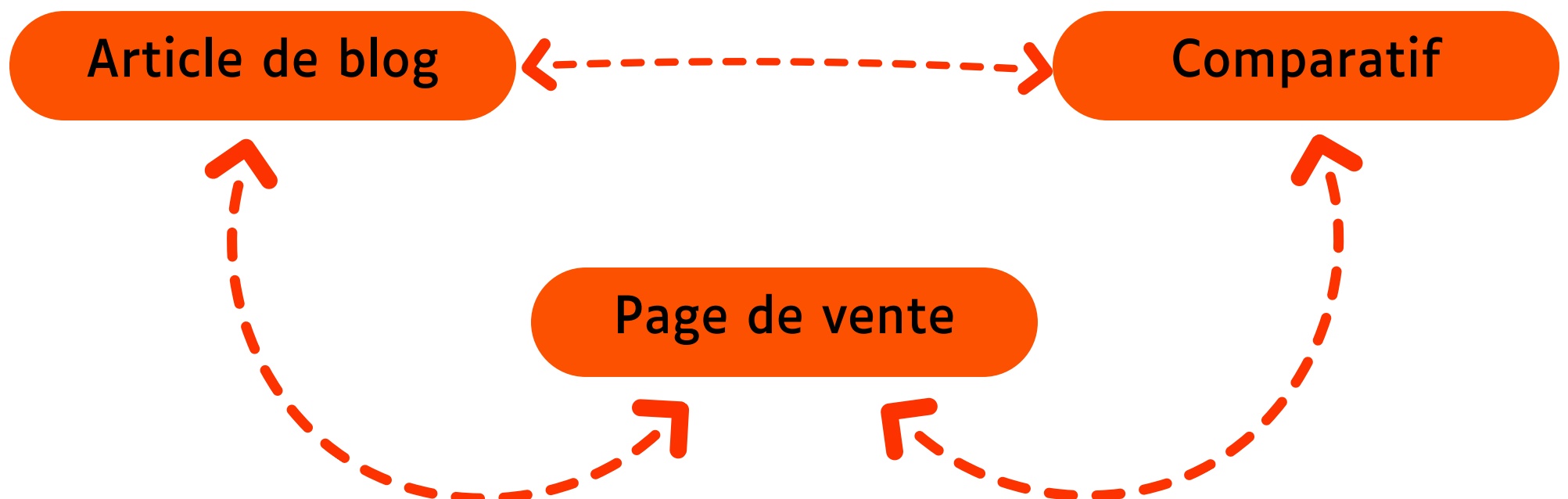
Vous avez alors 2 possibilités :

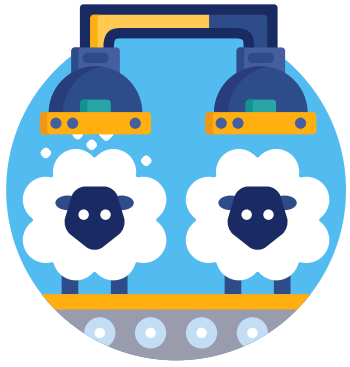
- créez deux contenus distincts pour répondre à chaque intention
- créez un contenu unique qui répond aux deux intentions

# 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>