



 economical<sup>MD</sup>

# COMMENT OPTIMISER VOTRE SITE WEB POUR LES MOTEURS DE RECHERCHE

Lorsque quelqu'un utilise un moteur de recherche comme Google<sup>MC</sup>, BING<sup>MC</sup> ou Yahoo<sup>MC</sup>, les pages Internet les plus pertinentes apparaissent au début de la liste des résultats de recherche et les premiers liens obtiennent habituellement le plus grand nombre de clics. Le truc est de fournir les bons renseignements aux moteurs de recherche afin qu'ils affichent votre site Web lorsque des clients potentiels cherchent un nouveau courtier d'assurance. Cette pratique est l'optimisation des moteurs de recherche, aussi connue sous le nom de référencement naturel.

Alors, comment optimisez-vous exactement le contenu de votre site Web pour améliorer votre classement sur les moteurs de recherche et attirer un plus grand nombre de clients potentiels?

**Nous sommes là pour vous aider avec des conseils et astuces en matière d'optimisation des moteurs de recherche.**



## **VOICI COMMENT AMÉLIORER VOTRE OPTIMISATION POUR LES MOTEURS DE RECHERCHE**

**Effectuez votre recherche de mots-clés.....3**

Découvrez où se trouve votre site ..... 3

**Optimisez votre site avec du contenu  
de haute qualité.....4**

Écrivez pour des personnes, non pas pour des robots..... 4

Obtenez le maximum de vos titres et en-têtes..... 4

Créez du contenu unique et évitez les doublons..... 4

Personnalisez selon votre région..... 4

**Gardez votre site à jour avec des billets  
de blogue réguliers ou en affichant  
de nouveaux éléments.....5**

**Réclamez votre annonce d'entreprise sur Google  
Mon Entreprise.....6**

**Obtenez de vraies évaluations ..... 7**

Créez des profils pour votre entreprise sur les sites populaires  
d'évaluation..... 7

N'ayez pas peur de demander des évaluations ..... 7

Répondez aux évaluations et montrez vos aptitudes de service  
à la clientèle ..... 7

**Cochez également ces éléments de votre liste de  
tâches de référencement naturel.....8**

**Mesurez les résultats .....9**



1100	1200
1200	1300
1300	1400



## EFFECTUEZ VOTRE RECHERCHE DE MOTS-CLÉS

La première étape d'une stratégie d'optimisation pour les moteurs de recherche est de faire une recherche de mots-clés. Elle est extrêmement utile pour générer des clients potentiels à travers les moteurs de recherche. Voici comment commencer :

- 1 Dressez une liste de mots-clés pertinents en pensant à la façon de s'exprimer de votre clientèle cible.** Posez-vous (ou encore mieux, posez à vos clients) ces trois questions :
  - De quelle façon les gens font-ils référence à votre compagnie lorsqu'ils en parlent aux autres? Par exemple, disent-ils « courtier d'assurance » ou « cabinet de courtage » ou « agent d'assurance »? Portez attention aux nuances subtiles.
  - Quels termes précis seraient utilisés par quelqu'un qui veut trouver votre entreprise? Sachez que les gens sont habituellement très précis lorsqu'ils utilisent les moteurs de recherche. S'ils cherchent de l'assurance pour une copropriété à Laval, c'est ce qu'ils vont écrire.
  - Pourquoi vos clients actuels vous ont-ils choisi? Vous spécialisez-vous dans un type d'assurance en particulier ou offrez-vous un service unique (comme une application)? Assurez-vous de souligner vos domaines.
- 2 Organisez vos mots-clés par priorité.** Une fois que vous avez votre liste de phrases et de mots-clés potentiels, posez-vous ces questions pour déterminer si vous voulez les inclure ou non sur votre site :
  - Le mot-clé est-il pertinent à mon site Web et à mon entreprise?
  - Si des clients potentiels trouvent mon site Web en cherchant ces mots, trouveront-ils les renseignements qu'ils cherchent en le consultant?
  - Le trafic généré sur mon site par ces mots-clés m'aidera-t-il à atteindre mes objectifs globaux de marketing et d'affaires?
  - Les clients qui trouveront mon site à l'aide de cette recherche seront-ils rentables?
- 3 Intégrez vos mots-clés dans le contenu de votre site.** Une fois que vous avez déterminé les mots clés qui risquent d'aider le plus votre site Web à s'afficher pour les bons clients potentiels, voyez quelles pages vous souhaitez que les gens atteignent lorsqu'ils entrent ces mots-clés dans un moteur de recherche. Ensuite, travaillez naturellement à intégrer vos mots clés sélectionnés dans les pages pertinentes de votre site.

### Découvrez où se trouve votre site

Avant d'aller plus loin avec les initiatives de référencement naturel, vous vous demandez possiblement à quel niveau se situe présentement votre site dans la liste de résultats de recherche. Bien qu'il ne soit pas nécessairement infaillible, voici un moyen rapide, facile et gratuit d'obtenir une bonne idée du classement de votre site sur Google ou les autres moteurs de recherche :

- 1** Sélectionnez les termes de recherche que vous voulez tester dans la liste que vous avez créée en effectuant votre recherche de mots-clés.
- 2** Ouvrez une nouvelle fenêtre en mode « incognito » ou « privé » dans votre navigateur. (Le nom de ce mode peut varier selon le navigateur, mais vous devez régler votre navigateur pour qu'il n'enregistre pas vos activités de recherche et qu'il ne laisse pas de témoins sur votre ordinateur).
- 3** Tapez une de vos phrases ou de vos mots-clés dans la barre de recherche.
- 4** Examinez les résultats jusqu'à ce que vous trouviez votre propre site Web parmi les résultats.



**NOTE :** Les mots-clés généraux comme « assurance auto » ou « assurance habitation » généreront des millions de résultats avec du contenu de marques plus importantes qui sont en concurrence pour une place dans les premières pages. Essayez de préciser votre recherche un peu plus, comme un client le ferait, en ajoutant le nom de votre ville (p. ex., « assurance auto à Montréal »). Il est bon de noter que la recherche par emplacement est plus précise si vous trouvez réellement à cet endroit lorsque vous effectuez votre recherche.

# OPTIMISEZ VOTRE SITE AVEC DU CONTENU DE HAUTE QUALITÉ



La chose la plus importante et efficace que vous pouvez faire pour améliorer votre classement dans les moteurs de recherche est de publier du contenu de haute qualité qui est réellement utile pour les clients, et de vous assurer que vos mots-clés et phrases-clés coulent naturellement dans ce contenu.

## Le bon contenu :

- est intéressant et captivant;
- est écrit pour des gens, pas des robots (l'insertion des mots clés est naturelle, pas forcée);
- offre aux lecteurs les renseignements qu'ils veulent, au moment où ils les veulent;
- a de bonnes chances d'être partagé sur les réseaux sociaux ou autres sites Web;
- invite à une action (p. ex., obtenir une soumission, remplir un contrat, etc.);
- inclut des phrases clés optimisées en fonction de la région, lorsqu'il est pertinent de le faire.

Pour aider le contenu à aller plus loin dans les moteurs de recherche, suivez ces conseils.

## Écrivez pour des personnes, non pas pour des robots

Les moteurs de recherche savent quand le langage de la page ne semble pas naturel. S'il y a trop de mots-clés non liés sur une page ou si un seul mot-clé apparaît trop souvent, cela peut avoir une incidence négative sur votre position dans les résultats de recherche. De plus, les consommateurs ont tendance à se désintéresser lorsqu'ils voient du contenu forcé ou non naturel, ce qui crée une expérience péjorative et les encourage à quitter votre site. Ne chargez pas votre site de mots-clés — incluez-les seulement où ils conviennent.

## Obtenez le maximum de vos titres et en-têtes

Les titres de page et les sous-titres sont les premiers éléments que les moteurs de recherche lisent lorsqu'ils indexent votre site et ce sont ce que les visiteurs lisent en premier. Vos titres et sous-titres devraient indiquer aux visiteurs ce qu'ils peuvent s'attendre à trouver sur la page afin de savoir s'ils sont au bon endroit.

Lorsque possible, essayez d'inclure des mots-clés dans votre titre de page et sous-titres, mais n'en abusez pas puisque vous pourriez avoir une incidence négative sur votre position dans les résultats de recherche. Vous devriez également diviser votre contenu à l'aide des titres T1, T2 et T3, en utilisant des mots-clés pertinents pour permettre aux moteurs de recherche de facilement catégoriser votre contenu (et le classer en conséquence).

## Créez du contenu unique et évitez les doublons

Utiliser les mêmes mots-clés sur plusieurs pages de votre site (ou copier les renseignements d'une autre page) pourrait vous sembler être une bonne idée, mais cette pratique peut nuire à votre classement. En réalité, si un moteur de recherche détermine que vous avez dupliqué du contenu pour manipuler les résultats de recherche, vos résultats pourraient en subir des conséquences négatives (et, dans des cas extrêmes, votre site pourrait même être retiré complètement des résultats).

## Personnalisez selon votre région

Lorsque quelqu'un cherche un courtier d'assurance local, il risque de faire des recherches semblables à celles-ci :

- « assurance habitation Montréal »;
- « meilleurs courtiers d'assurance auto près de chez moi »;
- « comment trouver une assurance pour ma petite entreprise à Québec ».

Si votre cabinet de courtage dessert une ville en particulier ou une région, pensez à mentionner l'endroit dans le contenu de votre site ou, au moins, inclure une liste des villes que vous desservez (p. ex., dans votre section « À propos de nous » ou « Communiquer avec nous »). Ceci vous permettra non seulement d'informer les clients que vous vous trouvez à proximité, mais également d'atteindre des gens qui ont un réel potentiel de devenir vos clients — plutôt que les gens qui cherchent « assurance auto » ou « assurance habitation », mais qui habitent à l'extérieur de votre région.



**NOTE :** Si vous desservez une région plus large, assurez-vous que les termes locaux que vous utilisez sur votre site ne restreignent pas votre portée potentielle. Par exemple, si vos bureaux sont situés à Montréal, mais que vous desservez également les environs, assurez-vous que ce soit clair dans votre contenu. Si vous souhaitez créer du contenu spécifiquement pour un endroit, créez une page ou un billet de blogue qui explique clairement pourquoi cette région est unique ou mérite son propre contenu. De cette façon, vous atteignez toujours le public précis, mais vous ne limiterez pas la portée du reste de votre site.

## **GARDEZ VOTRE SITE À JOUR AVEC DES BILLETS DE BLOGUE RÉGULIERS OU EN AFFICHANT DE NOUVEAUX ÉLÉMENTS**

Plus vous mettez votre contenu à jour souvent sur votre site, plus les moteurs de recherche reviendront souvent pour voir ce qu'il y a de nouveau, ce qui génèrera une mise à jour de leurs listes. De plus, si le contenu que vous publiez offre une réelle valeur à vos clients potentiels, ils resteront sur votre site plus longtemps, ce qui indique aux moteurs de recherche que votre contenu est de bonne qualité. Il s'agit d'un autre moyen qu'ils utilisent pour décider du rang qu'occupera votre site Web dans leurs résultats.

Un bon moyen de garder le contenu de votre site à jour est de prévoir la publication d'un nouveau billet de blogue ou de nouveaux éléments au même moment toutes les semaines ou tous les mois. Nous savons que ce n'est pas toujours facile de trouver du temps pour créer du contenu de qualité, alors nous sommes là pour vous aider.

Notre [blogue sur le site economical.com](#) est écrit pour les clients, mais conçu pour les courtiers occupés comme vous. Il s'agit d'une source utile de renseignements clairs sur l'assurance, ainsi que des idées brillantes et simples pour aider les Canadiens à protéger ce qui compte le plus... Vous n'avez qu'à les partager.



**Téléchargez notre guide détaillé sur comment partager le contenu de notre blogue sur vos réseaux.**

Bien que toutes les manières de partager énumérées dans notre guide vous permettent d'offrir une valeur à vos clients, votre meilleure option pour mousser votre référencement naturel est la deuxième : ajouter vos propres commentaires et partager le lien du billet sur notre blogue. Rédigez simplement une courte introduction sur le sujet (sans oublier un titre unique) et insérez un lien vers le billet de blogue original sur notre site. Consultez les directives complètes dans notre guide.



# RÉCLAMEZ VOTRE FICHE D'ENTREPRISE SUR GOOGLE MON ENTREPRISE



[Google Mon Entreprise](#) vous fournit les outils dont vous avez besoin pour mettre à jour la fiche de votre entreprise sur Google afin de vous assurer que les gens trouvent des renseignements précis lorsqu'ils cherchent votre entreprise. Cet outil vous aide également à augmenter vos chances d'apparaître dans les listes régionales de Google, Google Maps et les résultats de recherche organique. Vous pouvez mettre à jour vos heures d'ouverture, ajouter des photos, répondre aux évaluations, et plus. Vous y trouverez également des conseils utiles afin que vous puissiez voir comment les gens trouvent votre entreprise, d'où ils viennent et comment ils interagissent avec la fiche de votre entreprise sur Google.

Vous devrez réclamer la fiche de votre entreprise et vérifier que vous en êtes le propriétaire avant de commencer à modifier les renseignements de la fiche. Après avoir créé un compte Google Mon Entreprise, vérifier votre entreprise signifie normalement de demander une carte postale de Google et entrer le code de vérification de cette carte dans votre compte. Certaines entreprises sont en mesure de vérifier leur entreprise par des méthodes différentes, notamment à l'aide d'un appel téléphonique, message texte ou courriel.



**Pour en apprendre plus au sujet de la vérification de votre entreprise et de la façon de réclamer votre fiche sur Google Mon Entreprise, [consultez cet article utile de Google.](#)**

Maintenir votre fiche Google Mon Entreprise à jour est un bon moyen de commencer à prendre le contrôle de la présence en ligne de votre entreprise.





## **OBTENEZ DE VRAIES ÉVALUATIONS**

La publicité de bouche à oreille est un des meilleurs outils en ce qui concerne la génération de nouveaux clients potentiels. Dans le monde numérique d'aujourd'hui, plusieurs considèrent les évaluations en ligne aussi fiables que les recommandations faites par des amis. Les évaluations peuvent aussi apparaître dans les résultats de recherche, il s'agit donc d'un bon moyen d'optimiser votre site pour les moteurs de recherche localement. Voici quelques façons de tirer le maximum de vos évaluations en ligne.

### **Créez des profils pour votre entreprise sur les sites populaires d'évaluation**

Avant de pouvoir commencer à gérer les évaluations en ligne de votre entreprise, il est important de créer un compte pour votre entreprise sur des sites d'évaluation comme Google, Facebook<sup>MC</sup>, Pages Jaunes<sup>MC</sup> et Yelp<sup>MC</sup>. Vous pourrez prendre possession des profils de votre entreprise sur ces plateformes (afin de pouvoir modifier vos coordonnées, vos heures d'ouverture, etc.), gérer les évaluations et y répondre.

### **N'ayez pas peur de demander des évaluations**

Malheureusement, un client satisfait ne sera normalement pas le premier à partager son avis en ligne. Un client est beaucoup plus susceptible de faire une évaluation lorsqu'il a eu une expérience négative. Bien qu'il soit décourageant de recevoir des évaluations négatives, cela ne signifie pas que votre entreprise n'en mérite pas des positives; parfois les clients satisfaits ont besoin d'être légèrement poussés à partager leurs impressions en ligne.

Si vous avez une expérience particulièrement positive avec un client et sentez que vous avez une bonne relation, n'ayez pas peur de lui demander s'il accepterait de vous évaluer rapidement en ligne. De manière générale, un client réellement satisfait sera heureux de vous aider à passer le mot. Ceci dit, il n'est pas recommandé d'offrir des incitatifs contre des évaluations positives ou de solliciter de fausses évaluations. Contentez-vous de demander aux vrais clients de fournir de vrais commentaires

### **Répondez aux évaluations et montrez vos aptitudes de service à la clientèle**

Votre façon de répondre aux évaluations (qu'elles soient bonnes ou mauvaises) peut en dire long sur vos aptitudes de service à la clientèle; écrivez une réponse sincère pour chacune de vos évaluations. Pour les évaluations positives, un simple remerciement à l'auteur pour ses commentaires est habituellement suffisant. Répondre aux évaluations négatives demande un peu plus de réflexion, mais il s'agit d'une occasion de répondre publiquement aux commentaires négatifs et de faire de votre mieux pour corriger la situation. Les clients potentiels pourront constater comment vous gérez les clients qui ne sont pas satisfaits. Montrez-leur combien le service à la clientèle vous tient à cœur.

Non seulement les évaluations en ligne aident les clients potentiels à obtenir les renseignements dont ils ont besoin pour choisir le bon courtier d'assurance, mais elles aident également les moteurs de recherche à reconnaître votre entreprise et leur permettent d'inclure des évaluations dans leurs résultats de recherche.

## COCHEZ ÉGALEMENT CES ÉLÉMENTS DE VOTRE LISTE DE TÂCHES DE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

En effectuant votre recherche de mots-clés, garder votre site à jour avec du contenu de haute qualité, mettre à jour les annonces de votre entreprise et obtenir de réelles évaluations peut vous permettre de maximiser votre référencement naturel. Vous pouvez prendre plusieurs autres mesures pour augmenter la portée de vos efforts.

### Cochez également ces éléments de votre liste :

- Assurez-vous que votre site Web est optimisé pour les appareils mobiles.
- Optimisez vos images en utilisant des sites comme [Optimizilla](#) afin que votre site se télécharge plus rapidement.
- Utilisez des mots-clés dans les noms de vos images, les balises ALT et les légendes.
- Assurez-vous que toutes les pages de votre site contiennent une méta description unique (et ajoutez des mots-clés pertinents dans toutes les descriptions).
- Incluez des liens vers les sites Internet des autorités respectées (par exemple, votre gouvernement régional ou provincial ou le [Bureau de l'assurance du Canada](#)) dans votre contenu.
- Diversifiez votre contenu en incluant des vidéos, des images et autres éléments visuels.
- Vérifiez que les liens ne sont pas brisés en utilisant un outil comme [Screaming Frog](#) (en anglais seulement).
- Incluez une page « Communiquez avec nous » dans le menu principal de navigation de votre site.





## MESUREZ LES RÉSULTATS

Le référencement naturel est autant un art qu'une science et la majorité des moteurs de recherche ne vous diront pas comment ils décident du contenu qu'ils mettent en vedette dans leurs résultats. Les meilleures pratiques dans ce guide sont utiles dans un processus d'optimisation, mais vous devrez peut-être y aller par quelques essais et erreurs pour découvrir les stratégies qui ont le plus d'incidences pour votre propre site.

Après avoir entamé les étapes visant l'amélioration du référencement naturel de recherche, laissez un peu de temps à chacun des moteurs de recherche afin de rafraîchir leurs listes, puis utilisez un outil comme *Google Analytics* pour surveiller le rendement de votre site Web pour des éléments comme :

- la portion du trafic sur votre site qui provient des moteurs de recherche;
- la page de votre site sur laquelle les utilisateurs arrivent en premier;
- la page de votre site avec laquelle les utilisateurs interagissent le plus;
- l'amélioration du classement pour les mots-clés.

Consulter les données et les statistiques de votre site peut sembler être une tâche complexe si vous n'avez jamais utilisé d'outils comme *Google Analytics*, mais il est important de vous assurer que tous vos efforts de référencement naturel fonctionnent. N'ayez pas peur de chercher de l'aide en ligne (par exemple, sur le [site de soutien de Google Analytics](#)) ou de demander de l'aide à un professionnel qualifié, au besoin.