

Le Brief SEO Copywriting pour Dominer les Résultats de Recherche

Analyse de l'Intention et de l'Audience

- Définir l'intention de recherche principale (informationnelle, transactionnelle, commerciale ou navigationnelle) pour orienter l'angle rédactionnel.
- Établir le profil du Buyer Persona : identifier les besoins, les points de douleur et le langage spécifique pour maximiser la persuasion.

Stratégie Sémantique et Structurelle

- Lister les mots-clés sémantiques secondaires et les entités nommées pour renforcer la topical authority.
- Structurer le contenu avec des balises H1, H2 et H3, en formulant les sous-titres sous forme de questions pour cibler les Featured Snippets.

Optimisation Technique et Maillage

- Rédiger un Title Tag optimisé et une méta-description incitative au clic.
- Prévoir les textes alternatifs (Alt text) pour chaque image intégrée.
- Définir le maillage interne et les liens sortants obligatoires pour optimiser le parcours utilisateur et l'autorité de la page.

Analyse Concurrentielle et Objectifs

- Analyser 3 à 5 concurrents directs pour identifier leurs lacunes et définir une stratégie de contenu différenciée (approche 10x).
- Spécifier le ton de voix, le style rédactionnel et le niveau de technicité attendu.
- Fixer les KPIs de succès (temps de lecture, taux de conversion, acquisition de leads).
- Définir un Appel à l'Action (CTA) unique et contextuel, aligné sur la position de l'utilisateur dans le tunnel de conversion.