

Automatiser son SEO avec Make & Airtable (Google Search Console)

Automatiser Make — Formation Make & Airtable (accès libre)

Pilotez votre référencement naturel en pilote automatique. Ce cours vous apprend à automatiser Google Search Console avec Make (envoi de sitemap, détection d'erreurs, inspection d'URL, rapports), et à organiser votre recherche de mots-clés dans Airtable à partir de SemRush.

10 leçons

Découverte des modules GSC

Cours : SEO

Vidéo : <https://youtu.be/rCzfvHzENT0>

Dans ce module on survole les 7 modules de Google Search Console disponibles sur Make.

Run a Report

List Sitemaps

Get a Sitemap

Submit a Sitemap

Delete a Sitemap

Inspect a URL

Make an API Call

Transcription de la vidéo

(transcription automatique YouTube)

salut c'est Nico bienvenue à toi dans cette nouvelle formation on va découvrir ensemble comment on peut automatiser la Google Search console grâce à make donc il viennent de sortir hier justement donc à l'heure où je te tourne ça on est le 25 avril donc le 24 avril ils ont enfin mis à jour du coup le module qui va nous permettre d'automatiser la Google Search console donc sans plus attendre on va créer un nouveau scénario et on va aller survoler justement tous les module voir ce qu'il

est possible de faire concrètement donc on peut voir qu'ici dans report on peut justement lancer un rep qui va nous aider à aller regarder le trafic d'une data euh la data pardon d'une URL bien précise on peut aller lister donc les sitite map on peut récupérer un site map envoyer un sitite map sur la sche console le supprimer inspecter une URL et faire des cols API donc déjà on va démarrer par run report donc on va le choisir donc moi là j'ai déjà mon compte qui

est connecté mais tout simple on va faire add là Ici vous mettez par exemple votre adresse mail parce que j'imagine que ceux qui vont prendre cette formation font du SEO et vont avoir sûrement beaucoup de sites donc ici par exemple je vais le faire avec vous de zéro je vais mettre une adresse mail à moi que j'ai pas encore connecté donc ça ici c'est pour le nom de la connexion c'est pour pouvoir moi après ici me repérer et je vais faire signer with Google à partir

de là il va me demander tout simplement d'accepter donc mon adresse mail je clique dessus je fais continuer et c'est très simple voilà là mon compte est connecté avant fallait passer par la PII et faire un peu plus de de choses assez assez chiant on va pas se le cacher c'était assez compliqué mais là à partir de là du coup bah si je clique sur mes sites URL voilà je vais pouvoir retrouver tous les sites que j'ai donc je vais choisir moi mon adresse mail où

j'ai mon site perso loroanicola.fr euh du coup dans mes sites URL je peux le retrouver donc on a le site à her donc on voit que mon site est bien connecté et nous ce qu'on va faire c'est qu'on va choisir le SC domain qui est juste ici à partir de là donc on voit qu'on peut lui demander en fait à partir d'une date précise euh pour

pouvoir récupérer la data donc start date quand on clique ici dans make on a un petit calendrier qui nous permet

d'aller choisir la date donc ce qu'on peut faire c'est pourquoi pas lui demander bah tiens depuis le 1er avril combien j'ai eu de clics sur mon site donc je vais choisir le lundi à 14h11 donc on va mettre à minuit 01 par exemple jusqu'à pourquoi pas bah hier et on va le mettre jusqu'à hier 23h59 à partir de là donc on voit qu'on a des dimensions filter group donc ça je l'ai pas encore utilisé c'est sûrement pour faire des conditions euh pour aller chercher des conditions

et grouper ensemble donc ça pour moment moi j'y touche pas je vous avoue que j'ai pas trop regardé sur les dimension filter mais en tout cas je me suis intéressé aux dimensions qui sont là les dimensions c'est tout simplement donc si on veut récupérer la date la query donc si c'est en fait le mot- clé tout simplement la page le pays le device si c'est sur desktop donc sur bureau sur mobile tablette et cetera et le search apparence donc ensuite on peut choisir du coup le

type donc est-ce que on veut récupérer toutes les information web est-ce qu'on veut récupérer les informations images de la charche console les vidéos les news les discover et Google News pour ceux qui font du discover et Google News moi pour ma part je le fais pas donc je vais rester sur du web classique pour aller remonter les informations ici on a toute façon juste en en dessous tout qui est détaillé donc on voit voilà si on veut récupérer en fait tout ce qui est combiné en

fait à la Google Search console euh on va choisir web par contre ça n'inclut pas le discover et Google News ensuite les images les vidéos et cetera donc voilà je vous laisserai lire en tout cas ceux qui vont faire du disc discover ben je vous conseille de choisir discover directement et ainsi de suite ensuite on a l'agrégation type donc ici ça nous dit qu'en fait la data pour qu'elle soit du coup bien formatée on peut choisir par page ou directement en auto donc moi personnellement pour

les tests que j'ai fait j'ai laissé en vide parce que ça m'intéressait pas forcément d'aller chercher cette data là donc on va regarder ensuite le date state ici donc ça nous dit que si on choisit all la data fresh va être intégrée par contre on peut justement choisir final si on veut uniquement la data qui a été omise par Google ça je l'ai laissé vide euh on va faire des tests façon ensemble et en limite je vais laisser zéro à partir de là mon module il

est connecté je vais lancer mon mon module donc je fais un clic droit juste ici run vis module only et donc là on voit qu'il a bien fonctionné il y a un petit 1 qui s'affiche on clique dessus donc là si on regarde bien il nous sort 187 clics et moi sur ma search console il m'en sort 210 donc là déjà il y a un petit problème ce qu'on va faire c'est qu'on va retourner sur notre scénario et on va essayer de comprendre pourquoi et à

mon avis c'est tout simplement parce que dans le Data States on n'y a pas précisé ce qu'on voulait donc ce qu'on va faire c'est qu'on va mettre on veut toute la data donc all et on vient relancer notre scénario on clique dessus et là on voit que j'ai bien les 210 clics qui correspondent bien à ma période donnée du 1er avril au 24 avril donc là on est ok donc ce module là en tout cas il nous permet de lancer un rapport pour récupérer d'une date

à l'autre justement le nombre de clics l'impression et cetera désormais on va passer au second module qui est de lister son sitite map donc on vient le connecter on va regarder ce qu'il nous propose de faire donc il nous demande un site URL donc ce qu'on va lui faire c'est lui donner tout simplement le SC domain en limite on va rien mettre on va faire ok toujours pareil clic droit dessus runv module only et du coup on va récupérer tous les site map donc on voit

qu'ici j'ai mon site map author catégorie page poste donc on a bien en fait la date à laquelle il a été envoyé donc soumis auprès de la Google Search console donc on voit que je l'ai fait cette nuit à minuit 41 et donc du coup tous mes sitite map ont bien été envoyés on voit que ici j'ai pas d'erreur j'ai pas de warning donc ça typiquement on pourrait venir le lister dans un Google sheets et regarder si on a eu des problèmes justement sur nos sitite

map s' y a des erreurs qui ont été déclarées donc là ça peut aller assez vite ne vous inquiétez pas après dans chaque module on va voir ensemble vraiment le déroulé de chaque module vraiment bien précis comment on configure et cetera là c'est vraiment juste pour survoler et vous montrer ce qu'il est possible de faire ensuite on peut récupérer un sitite map donc ça on va tester le GET sit map toujours pareil on vient choisir notre domaine à partir de là donc sitemap URL voilà donc

lui il nous récupère en fait tous nos sit map donc par exemple si on clique sur page on fait ok on le run et à partir de là il va nous sortir en fait dans not s map euh combien d'images ont été envoyées et combien de page Web donc là typiquement dans le page sitemap si je vais dessus donc là mon site map vient de s'ouvrir du coup si on regarde bien sur Make et qu'on clique on avait bien en fait dans le web donc 10

pages qui sont dans ce sitite map là donc dans mon page sititeemap j'ai bien 10 pages et si je clique sur sitite map on voit que il y a bien forcément 10 URL et ici on a le nombre d'images aussi à chaque fois donc est généré par Yost SEO et on a bien du coup 57 images donc ça ça nous permet avoir voilà une petite analyse en fait de chacun des des sitite map euh du coup ensuite on on peut envoyer un site map donc ça

je l'ai tester tout à l'heure donc si on se rend sur ma search console alors ce qu'on va faire c'est que moi j'ai envoyé mon site map cette nuit du coup pour faire des tests donc on va choisir euh un autre compte euh alors qu'est-ce qu'on pourrait choisir comme site on va peut-être choisir euh tac donc pas de lastast donc je vais choisir par exemple ici sitemap URL d'accord donc là il nous dit qu'on peut envoyer sitemap je vais aller sur mon padle lastast je vais

aller sur la partie sititeemap et on voit que j'ai envoyé mon sitite map le 27 janvier 21 février et cetera donc là typiquement ce qu'on pourrait faire c'est lui dire ok ce site map là j'aimerais en fait le renvoyer automatiquement grâce à make donc c'est le siteemap index si je retourne ici je peux lui donner le lien là si je l'ajoute le problème qu'il y a c'est que on peut tester je vais le run voilà donc il me dit qu'il a bien envoyé donc donc je

vais retourner sur ma sech console je vais faire un petit refresh et donc là on voit que la dernière lecture date du 2504 donc on voit bien que ça vient d'être envoyé à l'instant si on tourne sur mes sitite map URL envoyé 25 avril maintenant ce qu'on pourrait faire c'est se dire ah mais du coup si on a envie d'envoyer nos sitite map au quotidien pour Google on pourrait aussi du coup le supprimer et le renvoyer et pour ça benah ils ont ajouté tout simplement un

petit module qui nous permet de supprimer un site map donc on va refaire la même chose on va lui donner le site URL qui est padle last et on va lui donner exactement le même site map donc euh on va lui dire que c'est le sitite MAP index qu'on veut supprimer voilà donc là on voit bien il est ici je lance mon automatisation donc je pareil clic droit et à partir de là donc il a bien fonctionné on vient ici et là si je refresche ma

page on a bien le site map qui a disparu donc là ce qui vous voulez on peut faire le test en rapide c'est à dire qu'on va supprimer tous les sitite map donc à partir de là ici lui il va savoir quel capier reste donc là logiquement j'en ai voilà j'ai le catégorie donc je vais le supprimer ensuite je peux supprimer le poste voilà ensuite le page voilà à partir de là je vais supprimer du coup club et logiquement si je refrche ici on a plus site map

donc désormais je vais pouvoir les renvoyer un à donc je vais retourner sur mon submit et à partir de là donc là j'ai plus les URL donc je vais aller les chercher à la main donc ok là je renvoie mon site map ok je vérifie s'il a bien été mis je refres hop il vient d'être envoyé à partir de là je reprends donc le poste le page le club events catégorie et je les ajouter un à un donc h voilà j'envoie donc ça typiquement on pourrait

très bien venir stocker toutes ces URL de sitemap les mettre dans un Google sheets et au quotidien lancer l'automatisation qui va aller directement dire à Google Search console he tiens je t'envoie un nouveau site map et du coup bah google va l'indexer instantanément donc je sais que ça il y a beaucoup de personnes dans le SIO qui le font qui s'amusent justement à envoyer leur site map assez souvent pour refaire passer bah le Craw des robots donc ça pourrait être en fait une automatisation hyper sympa

à mettre en place et ce c'est ce qu'on va faire justement dans le prochain module donc là normalement j'ai ajouté tous mes site maps voilà donc je viens de les envoyer euh ici il me dit qu' a un petit problème de site map mais je pense que c'est parce que je viens de l'envoyer si je refresh il devrait le trouver dans pas longtemps ou alors peut-être que c'est peut-être que généra sur la catégorie c'est fort possible vu que c'est un site qui abandon mais bon bref

en tout cas voilà ça marche très bien c'est vraiment top de pouvoir faire ça on va checker du coup les prochains donc le prochain ben c'est tout simplement d'inspecter une URL et ça c'est assez sympa aussi je vous montrer ce qu'il est possible de faire donc on vient le mettre à la fin fin inspecter une URL on va venir chercher directement sur le site URL euh on va récupérer mon nom de domaine à moi et là ici donc il n demande ok qu'est-ce que tu veux

euh regarder comme URL donc on va aller sur mon site hop on va récupérer la page airtable par exemple je vais lui donner mon URL et ici me demande le langage donc je pourrais très bien venir choisir français si vous avez un site en espagnol portugais et cetera pour ceux qui font de l'affiliation vous pouvez venir choisir directement le langage juste ici on fait OK clic droit runv module only et donc là il est en train de charger justement l'URL d'aller chercher toutes les informations ok

il vient de se terminer je clique dessus et donc là donc il a bien checké la page et on a pas mal d'infos mine de rien donc on peut voir que ça va nous relever en fait est-ce que l'URL a été indexé donc envoyé indexé auprès de Google est-ce que les robots l'ont indexé correctement quand est-ce que le crawl est passé donc là typiquement on voit que la page a été Craw hier à 11h57 ça a été du coup un succès on voit bien le Google canonical ainsi que le user on a du coup la page qui fait partie de différents site map les referring URL on voit que la page a été collée sur mobile et cetera et après on a d'autres infos comme le fil d'arian alors je sais pas trop à quoi ça sert sincèrement euh de remonter tous ces infos là peut-être que c'est intéressant j'avoue que je suis pas SIO pro mais euh mais voilà peut-être que ça peut servir pour certains d'entre vous en tout cas voilà il y a

toutes ces infos qui remontent et ce qui est pas mal et ça on va le voir dans le prochain module du coup c'est que en prenant cette URL là si par exemple ici moi j'avais une erreur en disant non attention actuellement non indexé bah du coup je sais que cette url là elle a un problème et que je dois forcément aller voir ce qui se passe et après l'indexer au près de Google bah ce lien si on prend et qu'on le copie colle et ben on

arrive directement sur la page qui va pouvoir euh du coup on va pouvoir en fait envoyer une demande d'indexation donc ça c'est cool ça va nous permettre de faire un Google sheet que je vous ai préparé juste ici justement d'aller checker en fait les URL qui sont indexés ou non de pouvoir faire un petit graphique et cetera qui va nous dire lesquels sont indexés et lesquels ne sont pas et d'avoir justement les URL qui vont nous permettre d'aller indexer et cliquer juste sur ce petit bouton

facilement ça je pense que c'est pas encore ajouté mais prochainement make va sûrement l'ajouter de pouvoir indexer directement via make et ça ça serait la folie clairement faut pas se le cacher même si on autorise qu'à 10 clics enfin 10 envoies d'URL par jour je pense que ça peut être intéressant de l'automatiser et j'en ai fait justement la demande sur Make d'ailleurs pour ceux qui s'y intéressent on peut justement make.can. on peut aller voir en fait les prochaines la road map en gros queles apps ont

été prévu d'être publié sur Make et si on va dans filtre euh je sais que j'ai fait un petit message justement pour cette fonctionnalité là alors Google Search console ça d'ailleurs je vous conseille pour ceux qui sont qui vraiment foncent sur Make aller dessus voilà bah ça typiquement c'est moi qui l'ai mis en place de demander justement de rajouter cette fonctionnalité là de pouvoir indexer une URL directement via make donc voilà si euh vous êtes chaud d'aller dessus et de cliquer sur le petit 1

pour faire un UP vote et justement que ça remonte en fait dans le feed et que les développeurs de make le voient euh ça pourrait être cool en tout cas de mettre ça en place donc voilà on a fait un petit tour rapide qui aura quand même pris 15 minutes mais au moins vous allez voir dans les prochains modules à quoi va servir

concrètement et qu'est-ce qu'il est possible de faire avec le module de la Google Search console allez on se retrouve juste après

1 - Envoyer son sitemap tous les jours à Google

Cours : SEO

Vidéo : <https://youtu.be/5g05pqErB1E>

Dans ce module on découvre comment faire pour envoyer son sitemap automatiquement tous les jours à Google.

Télécharger mon automatisation Make

Pièces jointes :

- Envoyer son sitemap tous les jours à Google.json

Transcription de la vidéo

(transcription automatique YouTube)

allez on est parti dans ce premier module où on va voir ensemble comment on peut automatiser on va créer un scénario qui va nous permettre d'envoyer son site map tous les jours à Google donc je sais qu'il y en a beaucoup qui attendent cette automatisation qui va nous permettre de supprimer son site map et de le renvoyer tous les jours pour que les robots reviennent crawler les pages donc c'est très simple moi je vais vous montrer ce que j'ai mis en place et ensuite on va

le créer de zéro donc là typiquement j'ai mis en place euh un Google sheet où j'ai stocké mon site map donc qui est juste ici donc mes différents site Maps et à partir de là je viens du coup le supprimer avec le module qu'on a vu précédemment quand on a survolé tous les modules de la Google Search console je viens mettre une petite pause de 7 secondes je crois que j'ai mis ouais c'est ça 7 secondes et ensuite je viens tout simplement renvoyer mon site map

donc on va repartir à zéro on va le faire ensemble pour vraiment le créer donc on va créer un nouveau scénario on va venir chercher notre Google sheets et à partir de là ici on va cliquer sur Google sheets et on va taper dans les modules donc search dans la petite barre on va search donc on va récupérer en fait l'information d'une colonne donc à partir de là d'une ligne pardon donc à partir de là ce qu'on va faire c'est qu'on va venir chercher notre spreadsheet

donc moi je l'ai appelé URL Lauro Nicola donc je viens chercher URL Lauro Nicola donc pareil je vous conseille de créer un spreadsheet à côté le sheet name donc l'onglet je l'ai nommé envoyer son site map tous les jours à Google donc envoyer son site map tous les jours à Google à partir de là je viens donc supprimer le filtre on en a pas besoin et je laisse comme ça je fais ok je fais un clic droit dessus run module only et là donc je regarde

si nous a bien remonté toutes les informations donc effectivement il nous remonte donc le site map donc le premier site map le second et cetera donc il nous en remonte 5 donc ça c'est parfait désormais ce qu'on a besoin c'est de venir supprimer ce site map donc on va faire plus Google Search console donc ici on va venir supprimer un site map on vient le joindre on clique dessus et à partir de là ce qu'on va lui dire c'est que donc le site URL on aimerait

faire ça c'est le roi Nicolas donc SC domain donc vous choisissez votre site et le site map URL plutôt que de venir cocher à la main on va venir cocher le MAP qui va nous permettre de venir mapper donc Google sheets donc les informations de Google sheets donc quand on clique et bien ici on se rend compte que vu qu'on a fait remonter la donnée juste avant on a fait run module vu qu'on a chargé les informations du tableau Google sheet on a toutes les données qui

sont ici et donc là on voit bien que ici on a notre site map donc c'est la colonne à tout simplement de notre tableau et nous remonte bien du coup le site MAP donc si on vient cocher ça à partir de là le Google Search

console va venir récupérer le bon site map donc on fait ok là ce qu'on veut c'est que pour pas être trop on va dire pour être crédible auprès de Google et pas qu'on soit considéré comme un robot on va venir

mettre une petite pause donc on va aller sur tools euh et on va lui dire bah ok tu vas slip donc tu vas dormir un petit peu pendant 7 secondes après vous pouvez mettre 10 10 secondes si vous avez envie allez on va laisser 10 donc là en gros il va attendre pendant 10 secondes et à partir de là ce qu'on va lui dire ben maintenant viens rajouter donc viens ajouter envoie ce ce nouveau site map donc on vient connecter le submit sitemap on vient choisir

une nouvelle fois donc le SC domain qui est juste ici et dans le S map URL on va lui dire ben tu renvoies cet URL là et on fait OK et donc là à partir de là notre scénario est terminé on peut venir le sauvegarder très important sur Make je le rappelle encore une fois mais il y a pas de sauvegarde automatique donc n'oubliez pas d'appuyer sur Save sinon vous allez perdre votre travail donc là actuellement moi si je vais sur mon site map euh donc

là on voit que ici donc ça a été envoyé le 25 avril donc c'est normal j'ai fait des tests donc pour l'exemple pour vous montrer que ça fonctionne vraiment je vais peut-être choisir du coup euh un autre site donc j' plus de site map disponible vu que je les ai récemment envoyé sur certains de mes sites donc là j'ai trouvé un des site que j'ai où j'ai pas envoyé mon site map depuis le 14 novembre 2023 donc on va faire le test sur celui-là donc je

viens de ajouter le site map ici dans mon tableau je suis venu choisir le bon site donc ici j'ai mis le ESS domain de gemis pas cher et j'ai fait pareil sur le site map je lance donc ici on a bien le 14 novembre 2023 je lance mon scénario donc là il vient récupérer mon url donc là il nous a bien supprimé le site map il fait une petite pause de 10 secondes et ensuite il va nous ajouter de nouveau le site map donc on attend

on va tester voilà donc là c'est ok on refresh et donc là on voit bien que le sitemap index XML vient d'être envoyé le 25 avril on voit bien qu'il vient n supprimer aussi le 4e qu'il avait juste ici donc on va rester sur l'automatisation on voit qu'il est déjà au 3e donc il attend 10 secondes donc ça c'est cool ça permet de mettre une petite sécurité on sait jamais quand même au niveau de Google euh qui nous considère pas comme un robot ça serait bête

de peut-être d'avoir des problèmes je sais pas trop si s'ils sont mis un peu de euh de l'antibot sur ça mais en tout cas voilà 10 secondes ça évite de le faire à la main c'est toujours plus facile donc là il nous dit qu'il y a une petite erreur euh quelle l'erreur fit pass ok si je refresh ok donc on a bien nos url qui ont qui ont été envoyé le 25 avril et l'erreur qu'il a dû avoir c'est parce que j'ai mis d'autres données dans

cette colonne là voyons voir ouais c'est ça en fait il s'attend à avoir une nouvelle donnée parce que ici j'avais une 5e colonne et ici dans le site map a donc dans cette colonne là il trouve rien donc c'est normal qu'il ait cette erreur là mais c'est parce que j'ai fait ça en rapide du coup pour vous mettre les URL à côté donc voilà en tout cas ça a bien fonctionné on a les URL du coup qui ont été envoyé le 25 avril donc ça c'est

cool on voit la dernière lecture qui a été faite aussi donc l'automatisation va vous permettre en tout cas d'envoyer votre site map si vous voulez par exemple maintenant le mettre à jour c'est dire que on veut que tous les jours ça soit envoyé à Google on va venir cocher ici on va lui dire ok je veux que tous les jours à 8h du matin ou par exemple à minuit min01 hop tu vienes envoyer tu vienes lancer cette cette automatisation et tu vas donc supprimer mon site

map et venir le rajouter et ici bien sûr n'oubliez pas de cocher le petit bouton pour activer votre scénario allez c'est parti on passe au module 2

2 - Lister ses sitemaps et détecter des erreurs

Cours : SEO

Vidéo : https://youtu.be/DhtGZN78_-0

Dans ce module on découvre comment faire pour lister ses sitemaps et détecter des potentielles erreurs.

Télécharger mon automatisation Make

Pièces jointes :

- Lister ses sitemaps et détecter des erreurs.json

Transcription de la vidéo

(transcription automatique YouTube)

donc on est parti pour le deuxième module où on va lister et détecter les erreurs potentiellement qu' peut y avoir sur différents sitite map donc pareil je vous montre l'automatisation que j'ai mis en place je viens lister les sitite map et j'ajoute en fait une ligne tout simplement dans mon tableau euh Google sheets donc ici typiquement c'est ce que j'ai mis en place euh on voit la date à laquelle j'ai envoyé mon sitite map euh à laquelle du coup ça a été téléchargé et sil a

des erreurs warning donc attention et s'il y a des erreurs et au niveau des des pages combien de pages ont été envoyé dans ce site map là donc très simple on va retourner sur Make on va venir créer un nouveau scénario donc on va faire ok à partir de là on vient choisir Google Search console une nouvelle fois on vient liste sitemap à partir de là on choisit donc alors je me suis trompé de compte voilà je viens choisir le SC domain dans la limite j'en

mets pas je fais ok je viens clic gauche clic droit pardon runv module only et donc là on a bien du coup toutes les informations du set map qui sont remonté avec justement le setemap en question euh est-ce qu'il y a des warnings donc attention est-ce qu'il y a des erreurs et après derrière on a du coup type web et combien de pages on été envoyé donc là nous ce qui nous intéresse ça se CR ça serait de créer sur Google sheets un petit onglet pour

avoir tout simplement un petit rapport savoir s'il y a des erreurs sur nos set map donc on vient cré un module Google et nous ce qu'on veut c'est ajouter nouvelle ligne à chaque fois donc on fait on vientquer làdessus on vient choisir leead donc moi ce que j'ai fait c'est que j'ai créé un nouvel ongl s'appelle LC des erreurs donc on vaouter CR par exemple ici ce qu'on vient faire c'est qu'on vient choisir directement dans le SPRE ID donc ici URL et dans le sheet name

c'est s map error à partir de là il nous dit donc donc les headers donc du coup c'est le nom des colonnes donc ça on met oui et là ici du coup ce qu'on va devoir faire donc c'est faire OK et on va devoir venir créer nos colonnes donc en colonne qu'est-ce qui nous intéresse de récupérer comme information bah déjà le site map URL donc site map URL ensuite qu'est-ce qu'on aurait besoin de savoir la date à laquelle il était envoyé donc on vient ajouter la

date euh quand est-ce qu'il a été téléchargé pourquoi pas les warnings ainsi que les erreurs et pourquoi pas aussi dans le content on avait l'information de euh combien de pages ont été envoyé dans le site map donc ici on peut mettre euh submitted donc là je mets les noms typiquement en anglais mais après si vous avez envie de mettre en français de votre côté vous pouvez ici je vais mettre en gras je vais centrer un petit peu pour que ça soit beau voilà donc j'écarte un

petit peu mes colonnes pour un peu plus de visibilité ok donc à partir de là ce qu'on va pouvoir faire maintenant c'est d'aller mapper nos données donc ce qu'on va faire c'est que on va aller ici sur l'onglet ow on

va venir faire un petit refresh pour qu'il prenne en compte nos colonnes qui ont été nommées et à partir de là on a bien nos colonnes donc on va cliquer sur semap URL donc là ici on vient lui mapper le sitemap donc on fait un clic

gauche hop ça vient se mettre directement dans la case la submit du coup c'est pareil donc ça c'est la date last download le download il est juste ici le warning là l'erreur et le submitted c'est dans content et submitted on vient faire ok on save notre scénario pensez bien aussi à le renommer donc là par exemple nous on l'avait nommé sitemap erreur donc sit map erreur on vient refaire un petit Save et partir de là ce qu'on peut faire c'est lancer notre scénario et on va

sur notre Google sheets et voilà et là l'instantané on voit directement euh tout simplement donc que bah il y a pas d'erreur il y a pas de warning et on voit bien le nombre de pages qui ont été indexé donc typiquement si je vais sur mon site map de auutor normalement j'ai une page donc effectivement j'ai bien ma page à moi si je vais sur mon catégorie sitite map il me dit que j'en ai 14 effectivement j'ai bien 14 URL là il y a juste un

petit problème du coup ce qu'on a pas fait c'est au niveau de l'heure et de la date au niveau du format de make il y a une petite formule à rajouter qui nous permet justement de condenser en fait la date et l'heure donc on va changer on va mettre la formule alors on va retourner sur Make on va retourner ici et dans donc du coup on a besoin de le faire pour la submit et la download donc pour last submit la formule c'est donc format date

donc ça je vous montrerai les format date en fait vous les avez juste ici donc là par exemple ici on l'a juste en dessous donc format date ensuite on a du coup le format heure et cetera donc DD mois heure donc année heure et minute donc ça je vous mettrai directement la formule à copier coller dans la formation comme ça ça sera pas galère pour vous et mais après vous avez tout qui est ici avec les formats dates et cetera donc là on vient faire pareil

donc l'AP submit et ici l'download et pour ça du coup ce qu'on vient faire on vient se placer juste ici on supprime et on vient ajouter le Last download et à partir de là on fait ok on s'ok notre scénario on va venir supprimer nos lignes pour pouvoir relancer tout ça et on relance notre scénario voilà et donc là on a bien la date et l'heure qui est au bon format pour les deux et du coup ça nous permet une nouvelle fois de savoir s'il

y a des erreurs donc je sais que certains veulent le mettre en place parce que ça permet d'avoir un suivi et puis pourquoi pas aussi faire un suivi pour ses clients et cetera ça peut être top de mettre ça en place avec un Google sheets partagé pour chacun des clients en SEO allez on passe au module 3 on va voir comment on peut inspecter une URL et savoir si elle a bien été indexé par Google

3 - Inspecter une URL et l'indexation

Cours : SEO

Vidéo : <https://youtu.be/XZ9NusklpjU>

Dans ce module on découvre comment faire pour envoyer son sitemap automatiquement tous les jours à Google.

Télécharger mon automatisation Make

Pièces jointes :

- Inspecter une URL et savoir si elle est bien indexée.json

Transcription de la vidéo

(transcription automatique YouTube)

donc dans ce 3^e module on va voir comment on peut inspecter une URL et savoir si elle a bien été indexée par google donc pour ça on va regarder ensemble l'automatisation que j'ai mis en place vous aurez d'ailleurs le blueprint qui sera disponible et vous pourrez télécharger pour le réutiliser donc à partir de là on va avoir besoin d'avoir une URL pour aller voir si elle a bien été indexée donc pour ça on va avoir besoin de créer tout simplement un petit tableau on va stocker

toutes nos URL du site web qui va nous permettre d'aller checker euh sur la search console si ça a été indexé ou pas donc pour ça ce qu'on va faire c'est qu'on va créer un petit tableau on va le faire ensemble de zéro donc moi je vais l'appeler URL index à partir de là du coup je vais nommer ma colonne URL et je vais avoir besoin d'aller chercher toutes les URL de mon site web donc pour ça je me rends sur mon site map je vais ouvrir justement toutes mes URL donc là ici je pourrais très bien les copier alors pardon ici je pourrais très bien les copier les donner à ChatGPT lui dire liste-moi toutes les URL uniquement et cetera ça prend un petit peu de temps donc moi j'utilise une extension qui s'appelle Instant Data Scraper donc je vous montre gérer l'extension donc voilà c'est une petite extension Instant Data Scraper on peut justement cliquer sur l'extension et à partir de là ça vient nous récupérer dans le code source toutes les

balises donc là on voit la balise table scraper et ici ça va nous récupérer tous nos URL donc ce qu'on fait c'est qu'on fait copy all on retourne sur notre tableau on vient se mettre ici voilà ensuite on vient faire pareil sur l're site map donc je viens copier ma donnée je colle je viens faire pareil pour ce site map là et ça ira beaucoup plus vite que ChatGPT et là j'en ai qu'une donc je vais la copier à la main à partir de là je

supprime ces trois petites lignes qui me servent à rien je viens supprimer ça et donc là j'ai toutes les URL de mon site web qui ont été mis en place dans mon tableau et ça va nous permettre tout simplement maintenant d'aller voir si c'est possible et si du coup les URL ont été indexées donc désormais une fois qu'on a toutes ces URL de notre site web qui sont stockées on retourne sur Make on crée un nouveau scénario donc ici on va l'appeler euh URL index donc

après vous le nommez comme vous avez envie c'est juste moi qui me repère par rapport à mon Google Sheets donc ce qu'on va avoir besoin c'est d'aller sur Google Sheets et de faire remonter une info de notre ligne et donc on vient encore une nouvelle fois choisir notre spreadsheet URL l'uronicola.f FA et on a mis URL index donc là à partir de là c'est pareil on a bien des en-têtes de colonnes on est ok on fait un clic droit et on regarde ok donc là ça

fonctionne bien il nous remonte du coup l'URL donc on a ajouté dans la colonne A donc tout les URL de notre site web il les remontent bien et si on descend on voit qu'il y en a 39 donc voilà ID car donc c'est ça 39 lignes donc désormais ce qu'on a besoin c'est d'aller une nouvelle fois cliquer sur le petit plus Google Search console et ce qu'on va regarder c'est est-ce qu'on peut inspecter une URL donc on vient mettre ce module on

le connecte on clique

dessus le site URL on vient choisir notre site donc site URL l'inspection URL du coup on va venir cliquer dessus et on va lui dire ben inspecte-moi l'URL qui est dans ma colonne A on fait ok le langage code toujours pareil moi je choisir français mais si vous avez envie de choisir bah la langue de votre site vous pouvez très bien le faire et donc là il va nous inspecter l'URL donc ce qu'on peut faire déjà c'est faire un test c'est lancer une première fois voir

un petit peu ce qu'il en ressort au niveau de l'URL et une fois que c'est fait on va mettre un petit stop voilà on le force on le stop hop ça évite de dépenser des opérations pour rien pour faire nos tests de développement on clique sur la première opération et ici dans les résultats on voit qu'il nous ressort donc comme on avait vu tout à l'heure en survolant un petit peu les modules on voit qu'il nous ressort pas mal d'informations et on voit justement ici que

l'URL a bien été indexé donc ça tout ça on aimerait désormais le stocker dans notre Google sheets pour savoir justement faire un petit rapport tous les jours savoir si on a pas des problèmes d'indexation sur certaines URL donc pour ça ce qu'on va faire c'est qu'on va retourner sur notre tableau je vais regarder mon tableau que j'avais fait donc moi j'avais mis inspection ok donc ici on retourne sur Make qu'est-ce qu'on aimerait récupérer donc l'inspection result link donc ça ça va être important on l'a vu

tout à l'heure ensuite qu'est-ce qu'on a besoin de savoir le coverage state donc envoyer indexer euh le robot Tex pourquoi pas si c'était allowed ou non le endig State last scroll time ça c'est important de le savoir aussi hop alors après moi c'est ce que j'ajoute dans mon tableau c'est vraiment pour la démo ensuite vous prenez exactement ce qui vous arrange si vous voulez pas du canonical par exemple vous le mettez pas vous êtes vraiment pas obligé mais moi je préfère quand même le montrer pour

ceux qui aimeraient vraiment faire un tableau complet ça coûte rien en soi là on est d'accord on a tout pris crolled on pourrait aussi pourquoi pas ajouter le cwed si c'était sur mobile sur Desktop et cetera voilà et qu'est-ce qui nous intéresse d'autres je pense que c'est tout parce qu'après ouais on a fait le tour est-ce que j'avais mis pareil dans mon tableau euh j'avais pas mis le crawled j' mis le user alors on va tester on va tester le CR voir ce qu'il en ressort

hop on va venir écarter un petit peu notre tableau voilà comme ça c'est plus propre plus lisible et à partir de là du coup ce qui nous reste à faire c'est donc une fois qu'on aura inspecté cette URL et qu'on a toutes les infos qui sont juste ici on va vouloir les stocker dans notre tableau donc on revient choisir l'onglet Google sheets et là ici ce qu'on va faire c'est update euro donc on veut mettre à jour la ligne donc update EUR on vient le join

on clique dessus et donc là c'est très important de choisir ce module et de pas mettre add euro parce que ad euro vous allez ajouter une nouvelle ligne donc ça sera à la suite alors que là update euro on va vraiment update cette colonne là par exemple cette ligne ensuite la prochaine ligne de la la prochaine URL tout simplement euh donc là on vient choisir URL et à partir de là on choisit encore notre sheet name donc URL index et ici dans le RW number c'est

très important de venir cliquer et de choisir le r number qui est juste là donc c'est le RW number du précédent module qu'on a utilisé ici en fait on vient chercher notre ligne et cette ligne là elle a un ID ici elle a l'ID 2 par exemple notre premier URL automatisé Shopify c'est l'ID numéro 2 donc ici dans le RAW number on vient mpper le RAW number donc en fait il vient récupérer l'id 2 et c'est ce qui va nous permettre de venir mettre à jour

notre donnée dans la bonne cellule donc dans le bon ID donc une fois qu'on a fait ça bah c'est très simple ici dans URL il nous reste plus qu'à venir mapper donc l'URL alors non pardon parce que l'URL c'est l'URL que nous on lui a donné de notre site map donc c'est la colonne B qu'on doit venir mapper donc l'inspection result link voilà le coverage States qui est juste ici le robot texte l'indexing le Last scroll page Google conical le user et le colled à partir

de là on fait OK save notre scénario on lance et on retourne sur notre tableau et on va regarder ce qui va se

passer donc là il est en train de chercher et si on se met sur notre tableau voilà on a bien du coup tout notre tableau qui est en train de se mettre à jour et donc on a bien toutes les informations on a le lien de cette page là donc par exemple automatiser Shopify avec Make s imaginons qu'ici elle était pas allowed donc

elle était pas indexée j'aurais juste à copier ce lien faire un coller et je suis déjà sur la page pour aller cliquer pour demander une indexation à Google donc ça c'est un gain temps qui est énorme et que beaucoup mont demande donc voilà en tout cas vous êtes servis pour sur sur cette formation et puis ça c'est toujours pareil vous pouvez le mettre en place aussi pour des clients pour avoir un rapport donc là je vais stopper l'automatisation on voit que ça fonctionne bien on a

bien toutes les infos et cetera j'ai pas de problème d'exation sur ce site là donc du coup j'aurai pas d'erreur mais là ce qui serait important de faire du coup comme j'ai fait dans ce précédent tableau c'est de faire un petit graphique tout simplement pour que ça soit plus visuel et qu'on n'est pas en fait à regarder à chaque fois si c'est bien écrit ind indexing allowed donc ce qu'on va faire c'est qu'on va choisir dire que ici dans notre tableau on aimerait savoir donc inding

state on va sélectionner toutes nos colonnes donc ici on va faire format mise en forme conditionnelle et donc on va lui dire que quand le texte contient donc non est égal donc est égal à indexing allowed donc on oublie pas le tirer du BIT donc quand euh les résultats qui sont entre E1 et E6 sont égales à indexing allowed alors tu le mets en couleur vert et on fait ok là par exemple si ici euh l'URL serait pas indexé je crois que ce serait not

allowed si je dis pas de bêtises donc là elle passerait en blanc donc pour ça pour que soit encore plus visuel du coup ce qu'on pourrait faire c'est de lui dire ici Ajouter une règle donc quand la donnée est égal et différent de on va mettre ça et différent de indexing allowed par défaut tu le mets en rouge voilà donc quand vous aurez une URL qui sera pas indexé que ça sera not allowed ou autre chose que indexing allowed bah typiquement ça passera en rouge et

donc là pour encore aller un petit peu plus loin mais ça c'est vraiment un petit plus c'est qu'on va faire insertion graphique on peut prendre notre graphique on peut le modifier on va vouloir allez pourquoi un petit cam en 3D et euh on va lui dire que en valeur nos valeurs elles sont là alors on va choisir tout euh toute la colonne du coup type non valide alors non j'ai mis E1 E6 mais c'est E2 parce que E1 c'est le titre donc E2 à E6 donné

cumulé voilà et donc là on a un petit graphique donc on va venir le personnaliser en style donc euh on va lui dire que la couleur c'est vert et que l'autre c'est rouge et donc là par exemple on voit très bien qu'on a 80 % d'URL indexé et 20 % qui sont pas indexés après voilà je vous laisserai faire entre guillemets votre tableau si vous avez envie de le faire mais voilà je préférerais vous montrer ça parce que c'est quand même beaucoup plus beaucoup plus intuitif

on peut changer la police on peut mettre en gras on peut bouger son texte et cetera et donc ça typiquement on peut venir le réduire le mettre juste ici voilà et en fait quand on ouvrira en fait tout simplement notre tableau et ben on aura les pourcentages de nos liens qui sont indexés ou non et donc du coup c'est pareil pour cette automatisation on pourrait très bien la lancer au quotidien une nouvelle fois en disant ok je veux que tous les jours hop everyday à min01

tu viens donc ça te lancer et donc du coup tous les jours vous allez avoir vos URL qui seront écrits ici si ça été indexé ou pas pareil là j'ai vu qu'on a pas mis dans le Last scroll on n pas mis le Time alors pareil je vous vous mettez la formule mais dans update r du coup qui est ici c'est le format date dans la scroll time voilà hop ici je fais ok je save on va venir supprimer tout ça je relance on va voir

d'ailleurs si le tableau fonctionne bien ok donc là ça fonctionne bien on a bien du coup la bonne date et l'heure donc c'est quand même mieux une date comme ça avec le bon format et voilà on voit que ça se met à jour donc là typiquement ben on voit que la dernière fois que ça a été Craw c'était le 22 avril donc là bah je pourrais prendre cette url là aller dessus et redemander une indexation pour que bah tout simplement le Craw

des robots soit fait

une nouvelle fois allez c'est parti on passe au 4e et dernier module on va voir comment on peut créer ensemble un rapport Google Search console qui sera totalement automatisé

4 - Créer un rapport GSC automatisé

Cours : SEO

Vidéo : https://youtu.be/bZqze2_aOVs

Dans ce module on découvre comment faire pour créer un rapport Google Search Console automatisé.

Télécharger mon automatisation Make

Pièces jointes :

- Créer un rapport Google Search Console automatisé.json

Transcription de la vidéo

(transcription automatique YouTube)

donc on est parti dans ce 4e et dernier module on va créer un rapport Google Search console automatisé donc je vous montre une nouvelle fois le module que j'ai mis en place donc l'automatisation c'est qu'on va lancer un rapport on va aller chercher la date de la veille et on va aller remonter les informations donc on pourrait très bien choisir la date le mot-cé la page en question le pays le device et cetera donc ça pareil on avait survoler ce module au tout départ mais en

gros le résultat ça serait ça c'est qu'on a un tableau qui soit comme ça on va pouvoir faire remonter toutes les informations donc on va faire plusieurs tests sur cette partie donc ça risque peut-être de prendre 5 10 minutes je pense euh parce qu'il y a pas mal de choses à faire je vais vraiment montrer au complet ce qu'il est possible de faire avec ce module parce que c'est pour moi euh le module le plus complet de la Google Search console sur Make et ensuite vous

choisirez en fonction de ce que vous désirez mettre sur votre tableau donc pour ça je vais vous mettre la formule euh alors on va déjà faire un test avant de faire ça dans l'ensemble si je prends mon module donc bien sûr c'est le module run report donc le premier on prend on le glisse on l'ouvre on choisit une nouvelle fois son site URL et ici ce qu'on va faire on va le remettre vide comme il était voilà donc il nous demande la date à la partir

de quand on veut remonter les informations donc ce qu'on va faire c'est qu'on va lui dire dans l'onglet date on aimerait que ce soit du lundi à minuit 01 donc le 1er avril jusqu'à aujourd'hui donc aujourd'hui jusqu'à maintenant si on a envie on peut faire now ici on a un petit bouton now donc ça va nous choisir la date et l'heure d'aujourd'hui alors là par contre il va un petit problème c'est qu'ici ça va être considéré comme le 1er janvier je pense on va tester

parce que je sais qu'il y a les format dates qui sont inversé avec Make effectivement voilà le 4 janvier donc on va modifier ici c'est le 1er avril à min01 si je relance 1er avril 2024 ok donc ici ben on l'a vu si on reprend on a lancé en fait donc à partir du 1er avril à min01 jusqu'à aujourd'hui le 25 avril 2024 à 15h10 si je prends ma Google sech console que je vais sur les résultats de recherche et que je filtre du premier jusqu'à

aujourd'hui je suis pas sûr que ce soit ouais donc je pourrais pas donc faut que je mette jusqu'au 24 euh ah mais forcément donc là on tombe juste on a 210 clics et 210 clics ici tout simplement parce que il prend pas en compte la journée d'aujourd'hui au niveau de la surge console donc ce qu'on pourrait faire c'est lui dire bah OK jusqu'à hier donc au 24 jusqu'à 23h59 par exemple et si on relance donc on a bien voilà 210 clics 9253 impression euh 0,02 en

moyenne donc le CTR 2,2 % et la position moyenne 16,5 donc les stats correspondent très bien donc là c'est toujours pareil on on pourrait très bien faire un rapport automatisé ou du moins tout stocker dans notre tableau et qui permettrait après par la suite pourquoi pas d'utiliser des logiciels comme power bi tableau euh il

y a quoi encore euh looker studio par exemple pour faire vraiment des dashboards interactifs et les envoyer à ses clients en leur disant voilà tel date il tel motclé qui ressorti telle

page sur tel device et cetera vraiment pouvoir faire des tableaux très poussé en terme d'information et de Capia du coup donc à partir de là donc on y a donné une date et donc on peut pourquoi pas donc là en fait on a zéro info on a juste le nombre de clics l'impression la position et cetera donc nous maintenant ce qu'on aimerait c'est savoir ok ben la date pourquoi pas euh donc on va rajouter date on fait un runv module only et donc là on a

bien la date donc on voit que le 1er avril j'ai eu huit clics euh 275 impressions 20e en position moyenne et cetera le 2 avril le 3 avril donc là on vraiment du 1er avril jusqu'au 24 avril et donc là ça nous permet de savoir vraiment toujours pareil on peut faire on peut faire le test des maintenant ce qu'on va faire c'est que on va un Link voilà ce que j'aimerais désormais c'est ajouter tout ça dans mon tableau donc on va commencer à le faire pour

pas trop perdre non plus le départ donc on va repartir à zéro on va faire un addow on vient choisir direct mon tableau donc dans URL name URL index alors non c'est un rapport moi je l'ai appelé créer un rapport Google Search et à partir de là donc il nous demande qu'est-ce qu'on veut mapper donc la date la query on l'a pas ça on va le voir ensemble après la page on l'a pas non plus on a le device on a le nombre de clics les

impressions hop et la position ça c'est les infos qu'on a donc ça je le garde pour de côté je save mon scénario et là je vais lancer et à partir de là voilà on a bien en fait tout le mois d'avril qui est en train de se charger instantanément dans mon tableau donc je vais faire pause hop donc là voilà si j'aurais laissé tourner bah de toute façon c'est ça on avait jusqu'au 24 avril donc là on a toutes les informations qui sont dans notre tableau maintenant on va recommencer on va vouloir avoir un peu plus d'informations donc ça typiquement on pourrait très bien ne plus le toucher et le laisser comme ça mais ce qui va nous intéresser c'est quand même d'aller chercher un peu plus d'information donc là on a récupéré la date maintenant ce qu'on aimerait c'est pourquoi pas récupérer les pages qui ont été vu donc on va cocher page ici comme au départ on laisse en type web et en agrégation auto data state all on touche vraiment pas on

a juste à laisser ça dans la limite on ne met rien et donc là on va cocher page on fait ok clic droit rvis modu only et on va regarder ce qui nous remonte donc là il nous remonte que bah le 20 avril sur la la page r table j'ai eu 9 clics 67 impressions euh le 19 on a eu par exemple sur la page r table pareil 7 clics 116 impressions donc là on voit qu'il nous remonte toutes les pages qui ont eu des clics

des impressions et cetera et si on descend on a vraiment on a 787 lignes avec les URL bon on voit qu'il y a tout il y a les sitite map et cetera il y a vraiment tout qui est compris il y a toutes les URL je crois même qu'il y a les URL de sous-domaine si je dis pas de bêtises tout à l'heure quand j'ai fait les tests voilà ici par exemple j'ai un sous-domaine qui est formation lur Nicola bah làù vous avez acheté ma formation

typiquement on voit que ça nous remonte aussi ces URL là le nombre d'impression la position et cetera donc moi perso je suis pas très Friant de ce de le configurer comme ça d'avoir les pages et cetera mais ça peut en intéresser certains d'entre vous pour vraiment voir les souspages les profondeurs en fait voir ce qui peut être intéressant d'aller gratter en terme de SEO euh ce qu'on va faire c'est qu'on va décocher page on va cocher country pour tester on va faire un run et on

va voir que bah là il nous remonte euh par exemple que à cette date là bah j'ai eu plus de Français euh qui sont venus euh je sais pas si voilà là par exemple j'ai eu CIV Belgique donc là en fait on voit que ça nous remonte tout simplement bah les pays entre guillemets on peut du coup aller refiltrer pourquoi pas refiltrer les pages là ce qui est le but en fait sur ce module là c'est d'aller chercher de vous montrer les différentes choses possibles on

peut aller chercher les device les device on peut voir que par exemple le 3 avril j'ai eu plus de PC donc j'ai eu 9F clics PC euh je pense pas vooir je crois que j'ai du mobile voilà là par exemple j'ai du mobile le 21 avril mais du coup on n'a pas forcément l'info ce qui serait intéressant de savoir c'est sur quelle page ils sont

tombés donc là du coup ben on pourrait recocher page relancer notre module et aller checker ok donc là effectivement sur ma

page rtable j'ai eu quatre clics et quitté sur mobile euh c'était le 20 avril mais j'ai eu aussi du coup sur PC j'ai eu cinq clics de personnes qui étaaient sur PC donc du coup est-ce que ma page elle doit être plus adaptée en fonction de voilà donc ça ça permet vraiment d'avoir d'aller vraiment plus en profondeur au niveau des pages savoir comment les optimiser et cetera donc ça c'est cool et après ce qu'on a pas vu c'est au niveau des queries donc je vais désactiver

tout ça je vais juste laisser date et query pour vous montrer mais c'est tout simplement les mots clés du coup qui remontent donc là quand j'ouvre par exemple on voit que ici bah le mot clé qui a été tapé sur lequel j'ai eu des clics c'est airtable donc j'ai eu 9U clics 47 impressions et c'était le 20 avril donc ça typiquement ça peut plus intéresser certains d'entre vous d'aller chercher les mots clés et cetera et de savoir du coup concrètement ben qu'est-ce qu'il est possible qu'est-ce

qui c'est intéressant de pousser sur votre site en terme de mot clés là on voit par exemple le r Nicola le 5 avril et après ben on peut faire un panel complet donc là on va le faire vraiment en total alors je vous conseille de tout cocher ceux qui ont envie de faire le test sauf le search apparence si on le coche ça marche plus le module ne fonctionne pas donc je vous conseille de laisser juste ces ces CIN là et de pas cocher le search

apparence on fait ok on run et donc là on a vraiment toutes les infos mais vraiment ultra complètes avec la date le mot-cé la page le pays euh le device le nombre de clic l'impression les positions et on en a voilà 2761 donc pour ceux qui ont vraiment envie de faire ça ben je vous conseille en tout cas de tout cocher et d'aller tout insrire dans votre Google sheets mais ça va être très compliqué après de vous y repérer alors après vous pouvez faire des graphiques

des conditions comme moi j'ai fait pour ceux qui sont à un niveau peu plus avancé sur Google sheet mais ça peut être intéressant de mettre ça justement pour avoir des rapports ultra complets ultra détaillés du SEO de votre site ou de ce de vos clients et là ce qu'on peut faire déjà bah du coup on va venir mapper donc date donc on a la date on l' fait le query donc le mot-cé on va venir le mapper la page et le device donc c'est ce qui nous manquait et tout le reste on l' fait clic impression et tout ça donc ça on est ok on fait Save et je le relance voilà donc là on a bien la date du coup qui est OK avec toutes les informations donc je vais stopper une nouvelle fois le scénario pour pas consommer des opérations pour rien mais voilà en gros on se retrouve vraiment avec un tableau on va voir toutes nos requêtes tous nos mots clés combien de clics on a eu donc ça vraiment enfin

je trouve que c'est une dinguerie de pouvoir avoir ça sur Make et d'automatiser ça sur Google sheets parce qu'on a une meilleure vision que je je trouve que sur la Google shortce console faut aller chercher voilà ici dans les pages cliquer ensuite sur les sous-pages savoir combien de clic combien d'impression alors que là on peut vraiment faire ça sur Google sheets dans un tableau et après ensuite faire des graphiques et vraiment l'améliorer le rendre beaucoup plus design et visuel avec des outils ext externe donc là

on a vu comment procéder d'une date donnée donc par exemple du début du mois à la fin du mois ou au 24 avril comme on vient de faire là ce qu'on pourrait faire aussi si certains ont envie de le faire c'est de récupérer uniquement les données de la veille donc de chaque jour donc pour ça la Google Search console forcément on est obligé d'attendre euh le jour d'après pour avoir toutes les informations de la veille donc ce qu'on va faire c'est qu'on va récupérer le premier

module que j'avais créé et je vais vous mettre en copiercollé dans laformation euh les les formules qu'il faut mettre parce que c'est c'est quand même assez complexe faut connaître un petit peu make donc du coup pour la date donnée ici par exemple je lui ai mis donc 7 minutes donc c'est toujours pareil hein ici dans les dates vous avez donc toutes les formules les fonctions on va dire qui V vous qui vont vous permettre de euh aller remonter donc là par exemple c'est typiquement de remonter

à un jour et euh à minuit donc voilà c'est une formule que je vous mettrai en tout cas dans la description de la

formation ici on lui dit tu vas nous chercher et remonter à un jour et pareil pour la date de fa donc là j'ai coché uniquement la date on fait ok je run le module et donc là on lui dit tu startes le 24 avril 2024 et tu t'arrêtes le 24 avril 2024 à minuit donc on fait un test on voit qu'ici il nous

dit ok le 24 avril tu as fait 13 clics et 918 donc on va lui dire le 24 appliqué donc 13 clics et 918 impressions donc ça correspond bien et la position et le CTR moyen donc c'est tout à fait OK et en plus c'est même plus précis du coup vu que Google sech console arrondi un petit peu donc ça c'est cool d'avoir des bonnes précisions voilà donc je vous mettrai en tout cas pour ceux qui le désirent de faire après pourquoi pas un tableau du

coup au quotidien donc là il me reste plus qu'à venir mapper les champs donc j'ai tout qui est rempli sauf la date hop je fais ok je lance mon scénario et voilà et on voit que pour le 24 avril du coup j'ai bien eu 13 clics 918 impressions et ça me permet de faire un suivi quotidien donc là toujours pareil hein on vient ici lui dire bah tu vas te lancer tous les jours à euh minuit 01 on fait ok on save notre scénario on vient

cocher on et là à partir de bah du coup tous les jours à partir de minuit 01 j'ai l'automatisation qui va se lancer qui va venir m'ajouter la veille combien j'ai fait de clic et d'impression donc là j'ai fait cette formation concrètement que sur Google sheets mais pour ceux qui sont sur airtable c'est exactement la même chose hein vous allez créer des colonnes avec vos noms et vous allez utiliser le module air table search search R et ajouter une colonne c'est exactement pareil airtable je sais

qu'il y a un peu plus de graphisme possible avec des extensions mais voilà en tout cas j'espère que ça va vous aider n'hésitez pas à me faire savoir en commentaire sur Twitter en mp sur discord et cetera savoir si concrètement cette formation vous a aidé à mettre en place tout ça qu'est-ce que vous avez comme idée de mettre en place pour vous pour vos clients pour essayer de d'automatiser ça au maximum n'hésitez pas aussi à partager si vous faites des dashboard et cetera ass est sur

Google sheets de montrer à la communauté sur ma newslatter chaque semaine désormais on va aborder un sujet il y aura l'automatisation de la semaine et euh clairement essaye de partager au maximum de ce que vous mettez en place aussi sur le discord il y a beaucoup d'entraide merci beaucoup en tout cas de m'avoir fait confiance une nouvelle fois à travers cette formation et laisser aussi un avis sur mon trust pilot ou mon Google my business je vous laisserai les liens juste à la fin de ce

module je compte sur vous merci beaucoup et à bientôt

Télécharger le tableau Google Sheets GSC

Cours : SEO

Voici le lien de mon tableau Google Sheets dont tu peux t'inspirer tout en suivant la formation pour bien comprendre comment fonctionne Make :

Liens :

-

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vaR1J6vBzhhvmdGL919s1VXQTEXja5QwqMrdRgnuWBA/edit?usp=sharing>

La formule de Date

Cours : SEO

```
{{formatDate(6.DATE; "DD-MM-YYYY HH:mm")}}
```

Recherche des mots-clés sur SemRush

Cours : SEO

Vidéo : https://youtu.be/gwNV_Kp9NW0

L'objectif de ce premier module est d'utiliser SemRush pour la recherche des mots-clés.

Cette étape est cruciale dans le développement d'un site WordPress, WooCommerce ou Shopify, car elle te permet de comprendre ce que ton audience cible recherche, d'optimiser ton contenu pour ces recherches et d'augmenter ta visibilité sur les moteurs de recherche.

- Recherche de mots-clés.
- Analyse des mots-clés.
- Exportation des données SemRush.

Transcription de la vidéo

(transcription automatique YouTube)

bienvenue dans cette formation on va voir ensemble comment on peut automatiser directement un WordPress un woocommerce et Shopify on va pouvoir mettre en place plein de processus qui vont automatiser toutes les tâches un peu chronophages donc déjà un grand merci je tiens à vous remercier à bah du coup à toutes les personnes qui ont pris cette formation c'est clairement la formation la plus grosse qui existe à mon avis en automatisation de e-commerce alors certes des formations e-commerce il en existe beaucoup mais en automatisation e-commerce je

n'en connais pas énormément donc sachez que vous allez pas être déçu et on est parti directement dans le premier module on va voir ensemble du coup donc je suis parti d'un exemple concret je suis reparti à zéro donc j'ai créé mon site là il y a euh vraiment euh lundi mardi euh là actuellement donc je suis parti sur les gummies pourquoi parce que bah c'est un mot clé où je me suis rendu compte qu'il y avait un petit peu de volume de recherche et récemment sur

Twitter j'ai vu des comptes un peu parler de biosanté de biohacking et cetera et c'est vrai que je me dis que à l'avenir il y a peut-être pas mal de problèmes de santé en plus qui vont euh forcément peut-être arrivé et je sais que de plus en plus de personnes découvrent et achètent en fait des compléments alimentaires tout simplement parce que bah des fois on a des CAN en vitamin et cetera en zinc donc je suis parti sur ça avant de démarrer ce module

petit aparté mais dans ce module on va parler beaucoup de SEO de comment analyser les mots clés la concurrence et cetera donc s'il y a des pro et CEO je vous invite à passer au module suivant donc si par exemple certains d'entre vous utilisent SEMRush il serait possible du coup de venir créer un nouveau scénario de venir venir ajouter le module SEM rush parce qu'il existe sur Make donc il vous faudrait avoir la version du coup API je crois que le forfait il a 500 €

donc généralement c'est les agences qui vont disposer de ce forfait donc là on clique sur SEM Rush et ici vous voyez on peut connecter du coup bah vos domaines donc les databases on peut venir chercher les keywords organiques les paid search donc en gros les campagnes paid quoi donc on va dire s'il y a du Google Ads et cetera voilà on peut vraiment venir faire plein de choses donc ici on a les domain reports ici on a les keyword reports on a les

URL les backlinks on peut venir ajouter vos projets avec des API et venir faire aussi du coup des appels API donc en vous connectant directement euh aux API de SEMRush donc pour ma part malheureusement j'ai pas d'accès API à SEMRush donc je pourrais pas vous montrer mais sachez qu'en tout cas si vous avez une version API que vous êtes une agence vous avez la possibilité de venir ajouter directement SEMRush à mon avis ça doit être le même système on peut créer une connexion voilà et vous

venez remplir directement votre clé à pays si vous avez un petit problème de connexion vous avez juste à venir cliquer sur le point d'interrogation et vous allez avoir une documentation de SEMRush qui va s'ouvrir où on peut voir du coup comment récupérer donc vous voyez sur votre profil il y a un petit un petit gif qui vous explique et du coup ok donc ACC account et on doit avoir forcément euh donc API donc ok là il nous montre sur le gif comment faire voilà donc ici

on a API unit et vous avez votre API k à justement venir récupérer ici vous la copiez et vous venez la mettre directement dans la liste voilà et après vous allez pouvoir directement connecter samrush avec votre clé à donc qu'est-ce que j'ai fait je suis parti sur un or Fox donc je sais pas si certains à mon avis d'entre vous l'utilise je pense que oui parce que malheureusement j'ai pas forcément les moyens et non plus le besoin d'aller acheter un abonnement de SEMRush à 500 € par

mois pour avoir la p donc j'utilise Anker Fox ceux qui l'ont pas qui voudrait s'intéresser je vous mettrai un petit lien dans la formation donc ce sera un petit lien affilié vous pouvez avoir en fait différé donc avec le Premium plan différents logiciels voilà on a canva en pro on a des logiciels de spin rewriter on a vraiment systrix on a majestic envato on a SEM rush voilà donc il y a plein plein plein de logiciels qui sont du coup en groupe by ce qu'on

appelle donc ça nous permet de pas payer très cher et d'avoir l'accès à tout donc je suis parti sur ce mot-cé gummies donc je suis venu ici sur cliquer vu d'ensemble des mots-clés et je suis venu taper gummies et une fois que j'étais là je me suis rendu compte que ben il y a quand même 8100 de volume de recherche chaque mois sur euh quasiment 21 % de difficulté de mots-clés et si on regarde en dessous les idées de mots-clés on a gummies

cheveux qui a 12100 avec 28 de CAD on a le mot gummies on a donc Gummer donc en fait on a pas mal de petits mots-clés qui sont quand même mine de rien dans le verre et euh benah je me suis dit pourquoi pas donc je suis parti clairement sur ce mot-cé et j'en ai fait un site du coup je me suis dit qu'est-ce que je pourrais prendre comme nom de domaine donc j'ai testé gummy pas cher parce que je me dis que il y

a forcément des gens qui vont on tapé pas cher et effectivement on se rend compte que là il y a un petit volume de 30 on a pas cher on a minceur pas cher donc on a pas mal de gens qui cherchent forcément des choses bah qui sont pas chères et je pense que ce nom de domaine peut être pas mal dans le futur à voir dans quelques mois quelques années si le volume augmente mais en tout cas du coup je suis parti sur ce Site

directement où j'ai proposé donc Gummy cheveux Gummy CBD Gummy sommeil minceur digestion et stress c'est clairement les mots-clés qui sont ressortis le plus avec on va dire le le nombre de mots-clés le plus conséquent donc du coup je suis parti sur ça et du coup bah c'est tout simplement la recherche à faire donc on va partir sur ce projet on va voir ensemble donc si on tape gummies on va recliquer du coup ici donc on voit Gummy cheveux on va pouvoir afficher tous les

mots-clés et donc là gummy cheveux on se rend compte quand même qu'il y a un volume de 12000 c'est vraiment énorme et derrière on voit poussecheveux cheveux à cheveux avant après et mine de rien ça fait pas mal de volume cumulé sur l'ensemble si on arrive à bien se positionner et si là on regarde du coup tous les mots-clés donc on a gummy cheveux gummies CBD gummies donc il y a quand même 3600 personnes et on voit que c'est une requête commerciale on

a gummy sommeil donc ça c'est pareil il y a beaucoup de personnes qui sont qui ont du mal à dormir des insomnies qui sont fatigués et cetera donc je sais qu'il y a pas mal de personnes qui prennent justement des gummies donc des compléments alimentaires on a for Capil qui est quand même une marque assez

connue on a luxeol aussi qui est très connu et on a d'autres petites marques et cetera donc je suis venu les prendre j'ai regardé un petit peu sur internet je

me suis renseigné sur cette niche là des fois c'est des mots clés qui ont vraiment rien à voir donc du coup je suis pas parti dessus on a aussi du coup les gummies perte de poids on a euh des gummies pour le stress on a les autobronzants donc en fait j'ai vraiment trié tous ces mots clés et je me suis dit ok on part sur ça donc désormais bah je suis parti sur ce site où c'est quand même un site qui est assez clean du coup

qui inspire confiance c'est pas un site dégueulasse on a juste des articles de blog euh là actuellement donc j'ai créé toutes les pages donc là on voit la page d'accueil où je suis allé mettre du texte et cetera généré avec chat GPT j'ai commencé à faire un petit peu de maillage interne et de l'autre côté on a du coup gummies où j'ai créé Gummy cheveux CBD sommeil minceur digestion et stress et si on ouvre les pages je suis venu quand même m'embêter à la main à

faire des petites images Photoshop assez sympa pour quand même que ce soit un site assez crédible et pas non plus un site où on viendrait mettre des images de banque d'images comme ça en glissé déposé donc on essaie de faire ça propre on vise le long terme et là du coup donc je suis venu mettre du texte je suis venu récupérer le texte qui parlait de gummy cheveux enfin j'ai vraiment mis tout un prompt que je vous donnerai juste après en amont et donc on a

forcément du coup les petits produits affiliés que je suis venu rajouter donc j'utilise affimx pour l'affiliation donc c'est très simple si on modifie la page on a juste un petit short code à venir mettre à venir glisser donc c'est très simple je vous montre juste ici dans ce petit module en rapide mais il y aura un module où on parlera justement d'affiliation donc si on est ici on regarde bien Ben affimx skyw et là j'ai mis donc gummy cheveux euh et du coup ça vient

automatiquement en fait me mettre à chaque fois des produits aléatoirement si par contre je veux mettre des produits moi-même parce que ces produits ils m'intéressent je peux venir cliquer sur l'autre short code et là on voit ici que j'ai ajouté en fait des numéros et c'est des numéros qui correspondent justement au produit Amazon si on clique sur ce produit euh on va se rendre sur Amazon on va taper gummies cheveux voilà et une fois qu'on est dessus ben là on se rend compte qu'on a

un produit on clique dessus le produit s'ouvre et quand le produit s'ouvre en fait l'URL va changer et là on voit qu'ici on a un petit code à chaque fois entre les slash ben c'est tout simplement le code du produit si par exemple je prends euh je sais pas qu'est-ce que je pourrais taper bah là je vois tondus Barb voilà que je clique sur ce produit on va prendre voilà la babilis on attend que ça s'ouvre on prend le petit lien qui est juste ici et

si je viens le remplacer juste là hop voilà on attend un petit peu là ça charge et on a forcément la tendeeuse qui va se remplacer à la place du premier produit voilà tout simplement donc très simple c'est une petite aparté vite fait sur l'affiliation pour ceux qui connaîtront pas du coup donc on est parti on va partir directement sur les mots clés je vais vous montrer du coup les autres pages ce que j'ai fait aussi c'est que du coup quand j'ai regardé les mots clés

je me suis rendu compte que forcément il y avait des marques et les marques mine de rien bah 17 c'est quand même assez atteignable il y a quand même 2400 de volume du coup ce que j'ai fait c'est que j'ai récupéré du contenu sur chaque site de ma marque je suis venu aussi m'aider de chat GPT avec des plugins et je lui ai demandé d'aller me chercher justement des informations sur cette entreprise pardon et d'aller me faire un résumé de cette boîte et de lui donner

du coup du contenu en amont et de me générer des pages du coup donc j'ai généré des pages de marque et sur ces pages de marque je vais mettre en mot clé le nom de la marque donc là for Capil gummies luxeol weol myum et en fait toutes ces marques là du coup pareil j'ai mis les produits en affiliation en fonction de chaque marque et donc du coup c'est des pages qui ressortent assez bien il y a un peu de texte j'ai essayé vraiment de

de de faire ça propre donc c'est pas du texte voilà en en bourrin c'est vraiment du texte un peu travaillé à voir pour le rallonger peut-être un peu plus tard on verra une fois que les pages auront commencé à s'indexer comment du coup le site réagit donc je vous donne aussi une petite astuce pour ceux qui ne la connaîtrai pas vous venez sur vue d'ensemble du domaine vous tapez Amazon.fr vous faites une petite recherche et si imaginons vous avez envie de chercher en France vous avez

tout simplement à cliquer ici donc là ça va nous trier directement le nombre de visite le trafic payant les backlinks et en bas du coup on peut aller voir directement donc les mots clés on voit qu'il y a 9 millions de mots clés donc c'est quand même assez énorme et ici on va voir du coup tous les mots clés de Amazon et on peut se rendre compte que ben on a déjà des petits mots clés assez sympas où il y a un petit peu de trafic

là par exemple on voit Amazon montre connecté 1900 de trafic donc Amazon en fait est 3e sur cette position et du coup ça leur permet forcément bah de déclencher des ventes parce qu'il y a quand même 2400 de volume de recherche et ça leur attire 1900 de trafic en étant 3e position et du coup on pourrait venir trier en fait les positions donc filtré par mot clé filtré par position ou alors nous ce qui nous intéresserait ça serait ben tiens par Cadé parce que

du coup ça serait un peu plus facile de se positionner dessus donc on va cliquer sur très facile là forcément les positions sont en train de se trier et donc là on voit bah bag réglable pour femme on voit qu'il y a 140 personnes qui cherchent ça tous les mois ainsi de suite là on voit par exemple œuf de mouette ah je sais pas du tout ce que c'est on va aller voir on voit 590 personnes et le Cadé qui a 5 et si on clique

dessus ok des œufs de moett praliné d'accord donc c'est des petits chocolat et ok d'accord benah comme quoi voilà c'est c'est un mot clé mine de rien il y a tout qui est tout on peut tout vendre on peut tout faire comme motcé mais en tout cas voilà on pourrait très bien trier par mots clés trier aussi pourquoi pas par volume de recherche est-ce qu'il y a des CAD par exemple qui pourrait nous attirer un peu de trafic là par exemple on pourrait venir trier après

par volume voilà et là logiquement on devrait se retrouver avec des volumes vers les 1000 voilà donc là on voit par exemple bourgeon de figuier donc en plus requette commerciale mine de rien il y a quand même 1000 personnes qui recherchent ça euh donc on pourrait très bien lancer un site qui ferait de l'affiliation sur des bourgeons ou sur des graines par exemple c'est une idée que j'ai eu et je pense que c'est le prochain site sur lequel sur lequel je me lancerai en affiliation c'est

que j'ai acheté un petit nombre domaine assez sympa pour justement vendre des graines de salade de tomates et cetera parce que je pense que bah j'ai déjà fait une petite recherche je vous laisserai la faire de votre côté voilà je vous donne une petite niche sur laquelle je vais me lancer n'hésitez pas en fait à regarder vraiment il y a vraiment tout qui est vendable on voit des lavettes microfibres euh il y a quand même 1000 de recherches tous les mois peu importe le mot-clé que

vous avez en tête peu importe ce que vous voulez vendre en affiliation n'hésitez pas à faire votre recherche par vous-même et hésitez pas surtout aussi à vous lancer tant pis faites ne serait-ce que une page avec ce produit essaye de bien booster et euh et envoyer du lourd quoi après très simple ce qu'on peut faire aussi c'est que par exemple du coup pour aller tquiner la concurrence imaginons qu'on parte donc on va partir sur Vue d'ensemble des mots clés et ici ce qu'on va faire c'est

qu'on va aller taper du coup gumies et on va regarder qui ressort premier donc là on descend et on voit que c'est santarom et si on clique sur SANTAROME on clique sur mium laab et du coup en 3e position c'est Amazon donc là déjà on a quand même Amazon qui est en 3e position et on a SANTAROME en fait qui est premier on se rend compte que ben du coup ils ont un petit city-commerce où ils vendent directement les gumies et donc ils ont un petit

peu de texte ici et si on descend ils ont voilà des questions fréquentes donc une FAQ qui est très très important et du coup qui nous décrit ben en fait qu'est-ce que qu'est-ce qu'une gumise euh est-ce que c'est efficace est-ce qu'il y a du sucre et en fait c'est une petite FAQ qui est avec un peu de texte et qui est très

bien rempli qui répond du coup aux requêtes utilisateur et du coup ça c'est plutôt cool et donc c'est peut-être pour ça que forcément benah

ils sont en premier parce que si on regarde en plus de ça c'est qu'ils ont très bien boosté leur page on voit qu'ils sont à 49 domaines référents sur la collection gumies bio donc en fait ça doit très très bien marcher et du coup bah forcément ils sont en tête position et je pense qu'à mon avis il y a pas grand monde qui va les rattraper en 2ème position on a myum Lab donc ça c'est une marque où je suis allé sur leur site justement tout

à l'heure pour récupérer des produits une marque assez stylée avec un design sympa un site vraiment top euh du coup qui ont fait des partenariats avec par exemple Karine Le Marchand j'ai l'impression donc vraiment une marque assez assez top en design pareil qui vend des gummies on se rend compte qu'ils ont 8 back links et Amazon bon ils ont pas forcément boosté voilà ils ont un parce que c'est la recherche de gumies mais en tout cas voilà comment on peut en fait venir après récupérer tout

ce contenu là le copiercoller le donner à chat GPT en amont et lui dire ok maintenant j'aimerais passer devant ce concurrent il répond à telle et telle requête est-ce que tu peux me dire à quelle requête il ne répond pas et en fonction de ça donne liste-moi ses requêtes et en fait peut-être qu'il va nous donner des questions toute simple que les gens se posent et que eux forcément Sant ne répondent peut-être pas et ça nous permettrait pourquoi pas d'aller taquiner peut-être quelques places avec un

peu de backlink peut-être se positionner en 5 4e position pourquoi pas il y a quand même enobiol qui est quand même assez costaud mais je pense que c'est une niche où il y a la possibilité en fait si on fait les choses bien d'aller taper cette niche donc c'est c'est mon objectif avec ce site là en plus de l'automatiser mais du coup voilà j'ai préféré partir sur un petit use case à zéro donc là ce qui nous intéresse ça serait de récupérer en fait des mots-clés

ou des questions que les gens se posent pour justement pouvoir aller créer des articles de blog et les automatiser donc on va se rendre sur Afficher tous les mots- clés dans les questions on voit que là ici il y a des questions donc on affiche toutes les questions il y a 1587 mots-cés et à partir de là du coup ça va nous donner quelques indications sur par exemple quel gumise pour maigrir comment prendre des gumis comment prendre les gumis la chilé donc on voit que c'est

quand même mine de rien pas mal de petites questions alors c'est très peu en terme de volume mais tout ça qui répond à une requête utilisateur et cumulé ça peut peut-être vous attirer 100 200 300 personnes tous les mois donc ce qu'on va faire c'est que on va exporter on va venir ici on va cliquer sur Exporter et on va cliquer sur CSV une fois qu'on a téléchargé ce fichier on va attendre de passer au prochain module où on verra dans airtable Comment on pourra intégrer

ces mots clés et ensuite automatiser les articles de blog donc c'est parti on passe dans le prochain module où vous allez pouvoir installer make et air table donc vous inquiétez pas il y a des formules gratuites et ensuite on passera au prochain module on va voir comment on peut créer une base de données sur airtable et faire du coup l'intégration des mots clés

Création de la base de données Airtable

Cours : SEO

Vidéo : <https://youtu.be/4j8WlyOO6wA>

Désormais, on va voir ensemble comment créer une base de données Airtable et comment intégrer les mots-clés qu'on a exportés de SemRush.

On va également voir comment générer automatiquement des titres H1 pour commencer à créer du contenu en utilisant ces mots-clés.

Télécharger mon automatisation Make

Pièces jointes :

- Génération de titre h1 pour article de blog.json

Transcription de la vidéo

(transcription automatique YouTube)

donc dans ce module on va voir ensemble du coup comment on peut intégrer les mots-clés qu'on vient de récupérer sur samrush et ensuite comment on va pouvoir les importer dans notre table air table et ensuite mettre en place l'automatisation pour aller générer un titre H1 et cetera donc du coup ce que j'ai fait c'est que j'ai importé mon fichier dans un Google Drive donc l'export en fait de SEMRush avec le motclés les mots-clés des gummies je viens de l'ouvrir et là en fait du coup j'ai

trié tout simplement mon export donc je viens de récupérer en fait ces mots clés là qui m'ont qui m'ont bien plu donc ce que je fais c'est que je les mets de côté je les garde et on va directement aller sur Air table une fois sur Air table vous allez arriver du coup sur votre sur votre base en fait vous allez pouvoir créer une base juste ici sur le petit bouton bleu moi du coup je vais récupérer ma précédente base avec quelques articles de bloc que

j'ai déjà et ici je vais cliquer sur Add or import donc là je vais créer en fait une nouvelle table donc je vais l'appeler gumies passer là la première colonne ce qu'on va faire c'est qu'on va l'appeler titre Hin donc ça sera le titre de l'article de blog voilà titre àin on va faire ici on va le modifier on va mettre un long texte on va faire pareil pour la seconde colonne on va venir edit on va l'appeler motclés on va faire un long texte on

fait save les deux autres colonnes on les supprime et ce qu'on aurait besoin aussi c'est de venir créer euh peut-être une CR time comme ça au moins on va pouvoir savoir du coup si on le met donc en européen on pourra le mettre en 24 he et comme ça on saura quand est-ce que notre article de blog a été créé donc à partir de là ce qu'on va devoir faire c'est venir tout simplement récupérer nos mots clés qui sont ici donc je fais un contrôle C

je viens placer sur ma colonne mots clés et là je fais un contrôle V donc là j'expands bien la table je continue et donc là j'ai bien tous mes motsclés qui viennent de se mettre dans ma tabletable une fois qu'on a ça on peut aller sur Make une fois que vous êtes sur Make et connecté à votre compte vous cliquez sur scénario ajouter donc créer un nouveau scénario et donc ce scénario là qu'est-ce qu'on a besoin on a besoin d'aller chercher dans notre table r table

notre case mot-cé donc on va cliquer sur plus on va taper air table on clique sur Air table et donc là on voit qu'on a pas mal de choses pas mal de de choses qui sont disponibles nous ce qu'on a besoin c'est d'aller chercher du coup une record donc on va faire search records ensuite on va se connecter donc moi ma table est déjà connectée mais vous vous aurez juste à vous connecter juste sur ce petit module si vous avez un problème de connexion n'hésitez pas

ici vous avez un petit point d'interrogation vous pouvez cliquer dessus et tout simplement vous avez une petite documentation qui vous explique comment vous allez pouvoir faire pour vous connecter en fait à airtable et au module donc une fois que vous êtes connecté vous allez venir choisir votre base dans votre base ici donc moi ma base s'appelle blog site Nico ensuite dans ma table donc là on voit bien qu'on a blog site Nico donc ça c'est ma base ensuite ma table ça va être gumis pas

cher donc ici table gumis pas cher ensuite le sort on n a pas besoin de le modifier la view c'est pareil on va juste venir cocher sur select all et on va choisir notre titre à ch mot-clé et quand est-ce que ça a été créé ensuite pas besoin de formule et là la limite on voit qu'on en a 10 et nous de souvenir on a 11 champs donc 11 mot clé donc ici la limite ce qu'on peut faire c'est la mettre à 15 on fait ok à partir

de là du coup qu'est-ce qu'on a besoin donc déjà ce qu'on a besoin de savoir c'est est-ce que là ça s'est bien mppé est-ce que les chances sont bien connectés entre eux donc on va faire un clic droit on va faire run vis module only et là on a un petit un qui s'affiche avec une loupe si on clique dessus on voit qu'en fait ici on a toute la data qui ressort donc on a bien du coup donc un bundle deux bundle et cetera et à

la fin on voit bien qu'on a 11 mot-clés et là à chaque fois donc on a le mot-clé qui ressort avec la date et le record de ici on a un ID en fait l'ID c'est tout simplement la case on va dire la cellule qui correspond est-ce que les gumies font grossir donc est-ce que les gumies se font grossir par exemple cette cellule làà elle a comme ID rect 4 et cetera donc ça voilà c'est juste pour comprendre le principe de ATABLE maintenant désormais qu'est-ce qu'on

a besoin on a nos mot clés on aimerait avoir un titre Ain qui serait généré par chat GPT on va venir directement faire add à nozer module ici on cherche chat GPT on clique dessus et là on fait create completion à partir de là pareil vous allez devoir vous connecter à votre compte openi et venir coller votre clé API donc c'est très simple vous allez vous rendre sur Open avec API case donc plateforme je vous mettrai le lien dans la formation en tant que texte une

fois que vous êtes ici vous venez créer en fait une nouvelle clé vous venez récupérer donc on va faire un test vous venez récupérer en fait cette clé et vous venez la coller directement dans votre intégration ici pareil de de open y si vous av un petit problème n'oubliez pas le petit point d'interrogation et on a en fait directement regardez le screen qui vous montre comment faire en récupérant justement votre organisation id et en venant coller donc votre organisation ID et votre AP k donc c'est

très simple ça prend vraiment 30 secondes donc une fois que vous êtes connecté vous venez créer du coup un prompt completion ensuite le modèle on va choisir le texte d'avinci 003 et dans le promp qu'est-ce qu'on a envie donc on a envie donc on va lui dire génère-moi un titre H1 un titre H1 structurer SEO en fonction de ce motcé et là on fait un deux points et là tout à l'heure vu qu'on a fait on a lancé le scénario de a table pour voir la

data qui en ressorté on voit ici que Air table on a comment prendre les gumis donc là on voit bien qu'on a un petit mot clé donc on a juste à cliquer dessus et hop il vient se mapper directement dans chat GPT donc là on fait ok ici ce qu'on a besoin c'est de venir régler vous savez la fameuse température et les tokens donc on va venir ajouter du coup des des settings avancés donc là le max token vous pouvez venir mettre franchement on en aura

largement assez et en température 07 le reste pas besoin de le remplir on fait ok on vient save le scénario pareil renommer votre scénario ça sera beaucoup plus facile pour vous y retrouver une fois que vous allez commencer à automatiser votre entreprise et vos business vous allez vous retrouver ave plein plein de scénarios donc je vous conseille de le renommer dès à présent donc là ici moi je vais le renommer génération de titre H1 pour article de blog gumis pas cher voilà comme ça au moins

je sais que je pourrais pas me perdre ensuite pareil une petite astuce si par exemple vous voulez euh renommer votre champ euh votre module pardon pour savoir un peu bah où c'est que vous en êtes vous avez juste à faire un clic droit dessus à faire rename et ici du coup on pourrait se mettre alors qu'est-ce qu'on vient

faire euh on vient récupérer le mot-cé voilà tout simplement et là on a le petit chat en fait qui se change ici on pourrait très bien le renommer

euh on demande à chat à chat GPT un un titre chin voilà et en fait ça vous permettra de vous y retrouver dans votre scénario c'est comme un développeur quand il code il ajoute des commentaires pour pouvoir s'y retrouver c'est très simple et ensuite chose aussi très pratique c'est qu'on peut venir directement ici en bas ajouter des notes si on clique sur notes ici à droite du coup et qu'on clique sur Air table euh pardon qu'on clique ici to add new donc right click donc on fait

ça et là on fait add note et donc là on a le petit bleu en haut de la table et avec un petit trait regardez qui part et qui va se mettre dans la note donc ici on pourrait très bien dire on vient récupérer le mot-cé euh dans ATABLE ensuite on fait un clic gros sur Chat GPT à de notes pareil la petite couleur verte et qui est bien relié euh on demande à chat GPT un titre de nous générer un titre chin voilà et

ainsi de suite donc là les notes je vous montre juste pour l'exemple on va pas les continuer mais du coup voilà c'est très pratique donc une fois qu'on a demandé à chat GPT un titre chin qui nous l'a généré donc là si vous voulez on peut faire le test donc là on fait save on fait run et là donc on voit chat qui est en train de chercher et qui va nous générer normalement 11 mots clés voilà donc là vous voyez il continue en fait tant qu'il

y en aura pas 11 il va continuer donc là on a des sorties de mots clés donc on voit les prompts et cetera donc ça fonctionne bien on va le stopper donc une fois qu'on a dit à chat de nous générer le titre chin on a besoin de venir mettre à jour directement dans notre table table le titre chin donc ce qu'on va faire c'est qu'on va ajouter un nouveau module on va cliquer sur Air table et donc on a besoin de venir mettre à jour

un record donc on fait update record une fois qu'on est là on va venir devoir sélectionner comme d'habitude notre base donc moi c'est bloc site Nico ensuite on va venir sélectionner notre table donc là Gummy pas cher et ici on va devoir venir chercher le record ID le record ID du coup c'est à chaque fois la cellule dans laquelle il va devoir venir mettre à jour donc ce qu'on fait c'est qu'on clique ici et là quand on vient récupérer le mot clé donc

juste ici on a un ID on a cette colonne donc on vient cliquer sur l'ID comme ça chaque fois il va venir chercher le nouvel ID de chaque cellule qui est juste ici voilà et donc là dans le titre à on va venir sélectionner directement dans choice chat GPT on voit il nous a généré un texte donc H1 donc on vient cliquer sur le texte qui vient se mapper directement dans la table table et le mot-clé on n'a pas besoin de le mettre à jour vu

que c'est nous qui lui avons donné et donc on vient faire ok on save notre scénario et à partir de là on fait run on et donc là notre scénario part tout seul là on vient de le lancer et si on regarde bien il est en train de continuer et si on vient se mettre sur notre table voilà on a en fait en temps réel chat GPT qui est en train de venir nous remplir nos petites notre petite colonne en fait avec nos différents titres chin

donc ça va nous prendre vraiment une minute chrono voilà et puis on voit mon petite ma petite icône en fait comme si c'était moi qui est en train de le remplir on va commencer à peaufiner un peu le prompt pour avoir un petit prompt quand même de qualité donc on attend qu'il finisse de générer ok donc on voit qu'il nous a bien généré en fait tous les titres chins là il en a fait 11 hop le scénario s'est arrêté donc là j'ai généré un petit

prompt assez sympa pour générer un titre chin donc j'ai mis en tant que copywriter spécialisé dans le contenu éditorial ton objectif est de rédiger un titre d'article de blog sur et du coup je suis venu mapper le mot-cé donc on fait ça on vient juste cliquer sur mot-cé et en fait il vient se mapper dans chat GPT donc j'ai mis en utilisant des techniques de copywriting pour structurer le contenu et maintenir l'engagement du lecteur tout au long de l'article on pourrait très bien venir dire

en tant que copywriter spécialisé dans les gummies euh ton objectif et cetera et donc là je fais ok on save le scénario et du coup on lance le nouveau scénario donc là je vais supprimer la précédente data et en fait quand on regarde à l'instanté donc il vient remplir en direct directement dans ma table rtable donc on voit qu'il est en train de me générer donc comment prendre les gummies pour maximiser leur avantage une guide

complète alors ça c'est pas fou du coup au niveau du

titre combien de Gomis devriez-vous consommer par jour une exploration profonde des bienfaits et des risques des gummies donc roquer ou non découvrir avantages inconvénients des gummies comment faire des gummies maison facilement ok alors je suis pas très satisfait tout simplement parce qu'en fait c'est tout simplement du chat GPT 3.5 donc ce que je fais c'est que je vais attendre que ça se génère et je vais demander à chat GPT du coup 4 parce que j'ai pas encore été reçu sur la waitlist pour avoir mon API

en gpt4 mais ceux qui l'ont en tout cas vous pourrez l'ajouter et vous aurez forcément un meilleur contenu donc là je vois que mon scénario s'est arrêté il a bien généré 11 sorties donc je viens copier mes titres ahins je les donne à chat gpt4 du coup hop et je vais lui dire supprime les gummies et euh mets uniquement euh la première lettre de chaque phrase en [Musique] majuscule au travail ces titres d'article s te convienne pas est ce que je vais faire pour bien le

mettre dans le contexte c'est que je vais venir récupérer directement en tant que copywriter spécial dans les gummies voilà voilà et je lui envoie et donc là logiquement il devrait quand même nous apporter quand même un meilleur contenu ouais voilà déjà il respecte ce que je lui dis alors pas forcément sur les guillemets j'ai l'impression qu'il comprend pas quand on lui donne les guillemets du coup euh désormais supprime chaque guillemet en début et fin de titre d'article voilà donc ça bien évidemment c'est moi qui veut

vraiment avoir des articles aux petits oignons et qui soi propres et j'ai pas envie de le faire à la main donc je le donne à chat GPT mais typiquement on pourrait très bien venir modifier à la main ça nous prendrait 2 secondes de toute façon après il faut se dire que le contenu une fois qu'il sera posé dans votre table il sera automatisé donc vous n'aurez pas à revenir dessus à le modifier et là vu que c'est un site quand même où je pars de zéro

j'ai envie que ce soit propre donc je viens faire des articles très propres et je viens juste après du coup recoller par-dessus voilà et donc là du coup euh ben on a vraiment des titres qui sont vraiment parfaits euh gummies et constipation les effets surprenants à connaître faire des gummies maisons facilement guide étape par étape pour des résultats magiques donc là on a vraiment des très bons titres je trouve donc une fois qu'on a ça ben en fait on peut venir tout simplement enregistrer notre scénario

et le garder de côté pour pourquoi pas après venir le dupliquer sur d'autres sites de blog mais en tout cas voilà on a un petit scénario vraiment très simple à mettre en place très rapide et qui nous permet de de nous générer des titres à chins très facilement

Paul Vengeons, Maître du SEO intervient

Cours : SEO

Vidéo : <https://youtu.be/Yzfrpxl8b0Q>

Paul Vengeons nous fait le plaisir d'intervenir dans cette formation !

Si tu fais partie du domaine du SEO, tu as sûrement déjà entendu parler de Paul !

Maître en ce du SEO qui fait bouger la sphère SEO e moment, il intervient dans la formation et te donne de précieux conseils sur l'analyse de mots-clés, la sémantique, le SEO on page, l'analyse de la concurrence, et des recommandations sur comment rédiger une page produit pour ranker top 1 !

Encore une fois, un grand merci à Paul !

Transcription de la vidéo

(transcription automatique YouTube)

pour cette partie de la formation j'ai eu le grand plaisir de pouvoir être accompagné avec Paul donc Paul vjon qui fait du SIO et vous connaissez sûrement pour ceux qui sont dans le domaine en ce moment il retourne un petit peu toute la sphère SEO donc je lui ai demandé s'il pouvait intervenir tout simplement sur le site que j'étais en train de créer pour nous donner un peu un étude de cas de ce qu'il en pensait du site au niveau des pages au niveau de ce

qu'il y aurait à améliorer pour avoir des requêtes et cetera donc n'hésitez pas à aller consulter son site internet il a fait un petit mouvement récemment où il est passé dans le top 3 sur le motclé agence SEO là actuellement on le voit donc en premier il y a noise ensuite 2 3 4 5 6 donc là il est encore 6e donc c'est vraiment quelqu'un qui est costau dans son domaine et qui sait de quoi il parle en tout cas il prouve les choses donc n'hésitez

pas à aller check son contenu sur youtube il donne vraiment des pépites je lui ai même dit il devrait faire payer carrément les tips qu'il donne parce que franchement des fois il y a des Agen so qui vous font payer les astuces que lui va vous donner donc sincèrement allez vraiment voir son contenu il y a vraiment du lourd un grand merci à Paul et je vous souhaite un très trs bon visionnage vous allez apprendre pas mal de trucs vous allez voir que dans sa vidéo

il nous a fait une petite vidéo du coup en opti h page sur gumies pas cher où il nous récapte en fait la carte d'identité de la page avec les intentions de recherche le persona il nous met plein de recommandations et ça ça va vous servir énormément pour vos sites donc je vous souhaite une très bonne vidéo parce que vous allez apprendre pas mal de choses hello à tous pour cette partie de la formation du coup je vais vous montrer vraiment l'essentiel à retenir quand on

veut optimiser une page pour un mot-clé précis ou plusieurs mots-clés qu'on aura identifié ici ici sous les yeux du coup on a toujours le site gumiespachcher.fr on est sur la page du coup gumies cheveux et si on veut vérifier si on tape ici g000 cheveux vous allez voir c'est une requête qui est assez intéressante puisqu'on a il me semble 12000 de volume de recherche à peu près donc voilà 12100 volume de recherche un keyword difficulty de 31 %. donc on voit que c'est vraiment en plus

un mot clé business donc en fait la première chose à faire c'est vraiment d'entrer le mot clé en navigation privée et de le taper comme ça pour analyser un peu la serpe et ce qui rang dessus on va pas tout de suite regarder vraiment le contenu à proprement parler des concurrents c'est plutôt pour voir la typologie de page que Google fait actuellement remonter donc on va ouvrir par exemple les les trois premiers hop et on voit que

globalement bah a priori voilà c'est de la page

catégorie une page ici produit et ici on a ou une sorte de de page catégorie avec avec du du texte informationnel donc on sait que déjà nous la page qu'on a sur gomisper.fr elle matche avec ça puisque du coup on a pareil une sorte de page catégorie avec vraiment du texte informationnel autour donc ça c'est chouette pour optimiser la page en fait on va regarder deux choses il y a deux étapes fondamentale il y a déjà la carte d'identité de la page donc c'est déjà regarder

est-ce que le title est optimisé queles sont les HN actuels de la page donc H1 H2 H3 et cetera et aussi pourquoi pas quelle est la méta description de la page donc ça on va le faire tout de suite on voit déjà que bah évidemment le title de la page donc là j'utilise detail SEO pour ceux qui se demanderaient c'est une extension qui permet comme ça de voir rapidement des données sur une page des données SEO sur une page qu'on est en train de visiter donc

c'est assez pratique du coup on a ici gumise cheveux donc le motclé est déjà présent dans le title donc ça c'est chouette on a le nom de marque que derrière si on voulait optimiser encore plus on pourrait peut-être ajouter un élément qui incite un peu au clic euh je sais pas acheter maintenant ou quelque chose comme ça puisque dans tous les cas on a que 34 caractères et le title on peut monter globalement jusqu'à 55 60 caractères donc autant en profiter donc ça ce serait pourquoi

pas une première reco mais plus pour le le CTR que ça va provoquer l'amélioration du CTR que ça provoquerait dans les serpes euh donc voilà pour ça la métal moi elle me semble bien on a le motclé principal qui est répété ici en en début de MTA desdescription donc c'est bien ça évite ça diminue les chances que Google reformule en fait cette mé desdescription là et donc après ce que je regarde c'est globalement les headings donc comme je disais les les HN donc là c'est bien

on voit que du coup le le motclé principal évidemment est dans le H1 et après globalement bah c'est les c'est les bienfaits qu'on a retrouvé ici dans le déroulé si on voulait être un peu tatillon on pourrait dire que là du coup il y a un H3 qui est déployé seul alors que bon on est censé plutôt quand c'est un peu la logique de la comment dire de quand vous étiez en cours qu'on faisait tout ce qui est synthèse conclusion et cetera les dissertations c'est quand

on déploie une sous-partie on veut souvent qu'elle soit qu'il a de sous-parties quoi ce qui est assez logique mais c'est vraiment rien de Game changer donc là moi je dirais que la structure à chaîne elle est bien euh elle est assez logique on a en plus à chaque fois de de la sémantique donc on voit ici bah gumis cheveux gumille cheveux et cetera le but c'est pas de répéter gummy cheveux partout dans l'article mais au moins on voit que c'est présent et même ici sur les

H3 du coup bah évidemment on a la notion de de cheveux qui qui revient souvent on a des sémantiques autour donc ça pour moi on est plutôt bon et je mettrai je ferai pas de reco spécifique là-dessus par contre ce qui peut être intéressant d'analyser c'est vraiment de quoi est-ce qu'on parle combien on a de produit et cetera et donc de comparer tout ça un peu avec les les concurrents donc ça c'est ce qu'on va faire à la fin euh donc maintenant on va parler de

l'intention de recherche une fois qu'on a fait la carte d'identité de la page on a vu que globalement c'était ok que c'était bien optimisé d'un point de vue sémantique on peut regarder du coup les intentions de recherche donc moi je mets toujours ici Personna comme étape une dans le sens où ce qu'on va vouloir faire au départ c'est vraiment avant même de regarder les concurrents c'est se dire ok de quoi est-ce qu'on parle sur la page et qu'est-ce qui pourrait être ajouté pour que ce soit

encore plus pertinent donc nous globalement on a une description assez rapide donc la ligne naturelle pour la pousse des cheveux et cetera donc ça c'est plus une introduction un peu copyrighté euh ok une étude publiée nana à conclu ok très bien donc là on parle d'une étude j'ai envie de voir est-ce qu'elle est citée non donc déjà euh on va mettre reco euh citer l'étude en question plus en ajouter si possible en fait il faut bien se dire que dans ce genre de de thématique vraiment

santé un peu bah enfin oui les thématiques santé Google peut être assez strict et donc on a tout intérêt à vraiment documenter tout ce qu'on dit justifier tout ce qu'on dit et souvent ça prend la forme d'un paragraphe en fin de page référence avec en italique les études les paragraphes des études en question qui parle de de ce qu'on met en avant sur la page donc ça c'est vraiment quelque chose que je recommanderais pour cette page là c'est déjà de de mettre en avant l'étude qu'on

cite et pourquoi pas d'autres études si on en trouve d'autres c'est toujours intéressant pareil pour améliorer plutôt leat euh donc le l'autorité que Google peut percevoir par rapport au site et la thématique traitée sur le site site ce serait pas mal peut-être de mettre comme il y a un peu de texte rédigé par et plus un professionnel peut-être de la santé donc je vais mettre ça après c'est si si c'est possible de le faire évidemment c'est pas quelque chose qu'il faut forcément faker mais ajouter un

maximum d'éléments de réassurance et d'autorité donc ici je mets juste rédiger par et puis là on peut mettre métier santé tu vois typiquement euh quelque chose quel chose de de fiable donc ça c'est c'est un peu dans dans la même chose que les les références client enfin les références au niveau des études ça peut être super intéressant d'ajouter ça pareil si vous voyez d'autres éléments de réassurance qui peuvent être ajoutés comme ça sur une page qui parle de santé de ce genre de produit pour les

cheveux et cetera il faut vraiment vraiment pas hésiter donc là-dessus ok donc là on était sur le texte donc là globalement c'est une introduction un peu sur les bénéfices que ça peut apporter les bienfaits incroyables donc là on a une une liste des bienfaits avec des compléments alimentaires dédiés j'ai l'impression par bienfait peut-être donc le premier avantage c'est la richesse en vitamines et en minéraux ok donc on explique rapidement un remède contre la perte de cheveux ok des cheveux plus forts et plus épais une solution

pratique et gourmande un impact positif sur la peau et les ongles ok donc là globalement si on devait retenir les intentions de recherche qui sont traité les informations qu'on donne sur la page c'est évidemment bah du listing produit donc ça c'est plus de la fonctionnalité une introduction globale sur ce que ça peut apporter au client et donc un détail des bienfaits donc vitamines perte de cheveux euh cheveux plus forts plus épais une solution pratique et gourmande et un impact positif sur la peau et les ongles

ok moi ce que j'aime bien faire dans ce cas-là c'est ajouter d'autres informations traiter toutes les questions que pourraient se poser les internautes en fait qui recherchent chercher ce produit ou qui tomberait par hasard sur ce produit qui Ta donné des réponses vagues parce qu'on peut pas toujours tout dire et donc voici ce que moi j'ajouterais donc on va mettre intention à ajouter entre parenthèses persona parce que là c'est ce qu'on est en train de faire c'est l'étude du persona c'est se demander entre guillemets faire

preuve de bon sens et voir ce qu'on peut ajouter donc pourquoi pas une donn sur le prix moyen des gumis donc là on peut faire un prix moyen bah au kilo par boîte ou par mois ça peut être sympa de de donner comme ça en moyenne un client chez nous dépense X € dans ses gumis par mois ça permet au clients de se situer et c'est une une intention de recherche une information qui est très pertinente et très liée du coup à l'intention d'achat donc ça

c'est chouette pourquoi pas si c'est pas traité on peut mettre tant de livraison même si plutôt modalité de livraison même si c'est traité sur une autre page du site peut-être c'est toujours bien de le rappeler puisque c'est vraiment lié pareil à l'achat donc modalité de livraison donc le temps livraison on va mettre gratuite point d'interrogation quelles sont les conditions pour avoir une livraison gratuite et cetera donc voilà peut-être temps avant d'avoir voir les premiers effets c'est pareil si on peut pas répondre en fait il faut

au maximum essayer de donner des chiffres clairs des des chiffres moyens mais si on peut pas répondre on fait un H2 là-dessus typiquement et et on dit que bah vraiment il y a pas de réponse fiable en tout cas il y a pas de de réponse claire ça dépend vraiment et cetera mais si on peut donner donner un chiffre moyen c'est toujours c'est toujours bien ça traite l'information de la meilleure des manières en fait c'est la la réponse la plus concrète donc voilà pour ça donc

le le temps en gros ouais qu'est-ce qu'on voudrait savoir combien ça coûte combien de temps est-ce que il y a

des effets secondaires super intéressant est-ce qu'il y a des risques donc effet secondaires est-ce qu'il y a des précautions à prendre et de manière plus générale j'ajouterai peut-être un gros H2 guide de consommation en gros et dedans je mettrai dh3 sur bah je sais pas la la pose ologie combien est-ce qu'on en prend par jour le les moments les meilleurs moments de prise euh qu'est-ce qu'on

pourrait ajouter d'autres moment de prise euh ouais ben globalement c'est ça et puis bah tout toutes les autres informations qui pourraient être utiles dans le dans le cadre du coup d'un guide de consommation général sur le produit euh donc voilà donc comment le consommer combien ça coûte comment c'est livré en combien de temps on a les premiers effets est-ce qu'il y a des effets secondaires est-ce qu'il y a des précautions on va prendre bon les précautions du coup euh ça ça c'est plutôt ici hop précaution

globalement voilà c'est c'est plein de choses qu'on pourrait se demander je pense que là on a on a fait un bon petit tour donc la partie Personna c'est ça ensuite on a la Google Suggest qui donne toujours des des suers Insight en général alors ce qu'on va faire c'est qu'on va reprendre notre mot clé ici euh on peut mettre juste notre curseur là et donc là on va voir tout ce qui est tout ce qui est recherché donc vous voyez les dangers avis donc OK on

peut faire une partie avis ça me semble hyper pertinent donc avis client donc là soit on donne on peut en faire un H2 en fait ici tout ça c'est plutôt desh2 et ici dh3 on peut en faire une partie où en fait soit on prend les avis clients du site où on fait une partie H2 les avis de nos clients sur ce produit là ou soit si on n pas encore d'avis ou quoi on peut très bien se baser sur ce qu'on trouve sur internet et donner

une tendance générale en général les gens pensent que et cetera voici les bénéfices qui sont liés à l'utilisation de ce produit selon tel blog tel blog on n'est pas obligé de faire des liens des backlinks vers les blogs qu'on cite mais par contre faut les citer si possible citer ses sources encore une fois quoi donc une partie sur les avis euh donc h donc après c'est les noms des produits d'accord ok euh ici dans ce cas-là ce que vous pouvez faire c'est ajouter un Astérix

pour débloquent d'autres Google Suggest donc action avis bon après c'est des noms de marque on va pas on va pas faire hop ici on peut se replacer au début avant le mot clé et ajouter une Astérix ici et pareil comme ça on va avoir on va voir d'autres mots clés donc là meilleur Gumy cheveux c'est pareil c'est quelque chose qu'on pourrait traiter avant après bon d'accord ok donc meilleur ça ça peut être quelque chose qu'on fait donc on peut mettre par exemple donc liste des meilleures

gumies où en fait on peut prendre bah ceux qui sont listés là évidemment voir en ajouter d'autres si possible mais sinon on peut reprendre ceux-là et peut-être en faire donc un classement donc en gros une liste à plus numéroté ça peut être ça peut être utile on peut faire ce classement de manière totalement subjective et dire voilà nous nos préférés chez en l'équipe gumies pas cher préfère ces ces gumies là c'est produit là et donc et donc faire un listing dans tous les cas ça nous

permet de traiter l'intention de recherche et sinon vous pouvez le faire de manière plus objective selon un critère que vous sélectionnez ben je sais pas le rapport qualité prix les avis clients sur les sites des vendeurs et cetera c'est tout à fait possible donc voilà ensuite qu'est-ce qu'on aurait avant après ça me semble un peu compliqué je pense qu'on a fait le tour des Google Suggest après on regarde du coup les PA donc en fait ici quand je mets Google Suggest c'est pas uniquement Google Suggest

c'est plus on va dire les indices de la SERP au sens large donc en gros on a Google Suggest on a les PA donc les autres questions posées et en bas les recherches associées mais qui sont souvent similaires au Google suggère donc ici on va juste regarder les PA est-ce que les gummies pour les cheveux sont efficaces euh quels sont les gummies les plus efficaces donc ça c'est un peu le meilleur qu'on a euh l'intention meilleure gummy cheveux quel est le produit le plus efficace OK

quand prendre les gummies donc ça on l'a traité dans notre guide consommation pourquoi consommer les gummies et cetera ok bon je pense que globalement on est assez bien il y a juste une question sur l'efficacité qui pourrait être peut-être traité d'emblé donc là ici on vend un peu le produit évidemment donc on dit que

globalement c'est efficace mais pourquoi pas faire un H2 dédié tout en haut de la page où on traite de l'efficacité du produit en fait efficacité du produit et donc souvent ce que

je fais parce que j'ai des clients un peu dans des thématiques similaires c'est que je mets bah est-ce que ce produit enfin ce produit est-il réellement efficace et dire oui ou non justifier ça dépend et cetera donc voilà pour ça euh ensuite du coup on va regarder maintenant le contenu des concurrents bon Amazon on sait que globalement c'est du listing mais il y a quand même une chose qui est intéressante c'est que on voit qu'ils ont bah énormément de référen produits comme c'est Amazon alors que

nous on en a pas tant que ça euh ici euh ici on en a on en a je crois six au total c'est ça donc ça c'est pareil sur certaines serpes ça peut faire la différence ici on voit quand même que du coup le deuxième c'est juste une page produit avec un seul produit donc on se doute que c'est pas un critère pour ranker le nombre de produits euh par contre bah évidemment ça peut ça peut être le cas donc euh donc ici c'est pas le

cas à priori donc Amazon ils ont juste un listing produits à avec les avis moyens par produit il faut aussi regarder les les fonctionnalités évidemment le prix des produits et puis globalement c'est tout ce qu'on retient ici et puis des filtres évidemment e-commerce sur la gauche nous qu'est-ce qu'on a on a le prix on n pas les avis donc on peut peut-être faire une recommandation ici d'ajouter si possible les avis de manière dynamique donc ajouter avis par produit point d'interrogation parce qu'évidemment ça dépend de de

ce que vous pouvez faire sur le sur le site euh ici du coup euh j'ai pas accès au au CMS du site avec mon extension mais euh ouais c'est c'est un WordPress donc avoir en fonction des plugins et cetera mais ça peut être un élément déjà même de réassurance qui qui favorise le clic sur les les offres Amazon d'affiliation euh donc je noterai ça Amazon on va dire que c'est traité ici on a une page produit bah pareil classique on retrouve quand même les avis

donc je pense que ça peut être utile de les ajouter encore une fois on a un listing des des des avantages des bienfaits du produit mais nous on l' bien détaillé déjà cette partie euh les alternatives ok ok ok peut-être que la composition ce serait un un bon élément de détailler ça peut-être euh quoi que au final comme on est sur un site d'affiliation il faut que le tout soit dynamique donc ce sera peut-être pas pas très pratique donc voilà pour ça ah et puis là

on a quand même de du texte un peu SEO quelle est la composition ok est-ce que c'est fabriqué en France est-il sans sucre ok donc c'est vraiment c'est même pas du texteo c'est vraiment que sur le produit donc où est-ce qu'on peut acheter ça ça peut être aussi une intention de recherche ça me fait penser [Musique] j'ajouterai donc après le guide consommation peut-être où acheter les meilleurs gumies pour cheveux évidemment mettre en avant le le site gumisper.fr mais parler de solution général aussi comme je sais

pas les pharmacies est-ce qu'on peut en acheter en pharmacie magasin physique et cetera pareil toujours dans dans l'optique d'accompagner au maximum l'internaut dans sa dans son intention dans ses attentes plutôt transactionnelles lui donner d'autres solutions pourquoi pas pour être toujours plus pertinent autour de l'achat donc ça c'est bon la liste d'ingrédients les précautions les valeur nutritionnelle ok après évidemment c'est un produit spécifique donc ils peuvent est OK et là on dirait que du coup on a un concurrent direct qui a l'air de faire je pense

de l'affiliation puisqu'ils vont plusieurs marques donc c'est possible donc vraiment on a le genre de contenu que nous on a en fait et donc là il nous décrit en fait un par un les produits donc OK alors du coup je pense que ça pourrait être utile tout à l'heure je disais ça je pense que pour terminer pour s'inspirer de ce concurrent là qui rend quand même bien ce qu'on peut faire c'est si possible on va dire donc ajouter une description par produit présenté si tentez que

ça reste les mêmes dans le temps on aura pas à faire ce travail là plusieurs fois et donc sur bah pourquoi pas information enfin surtout tout en fait euh la composition le mode de fabrication euh les infos nutritionnelles si on peut donner un un tableau nutritionnel c'est parfait pour vraiment détailler tous les produits je pense que là on est pas mal par rapport au concurrents donc on a vu rapidement la carte d'identité de la page avec title à

chaîne mé description et cetera on a vu

que tout était bon de ce côté-là on a identifié des intentions recherche lié aux attentes du persona qui serait bon d'ajouter euh par rapport aux indices de la SERP c'est pareil on a ajouté quelques intention de recherche et par rapport au concurrents on a réajouté des intentions de recherche et donc à partir de ce moment-là et cont tenu de ce qu'on avait déjà si on fait tout ça on sait qu'on va avoir une super page très détaillée avec tout ce qu'il faut surtout avec les petites

références et cetera le at qu'on va développer et qu'on aura vraiment toutes les chances de notre côté de bien ranker sur la requête voilà et ben écoutez j'espère que ça aura été très clair dans tous les cas évidemment il y a d'autres aspects à optimiser j'imagine que vous allez entendre parler prochainement ou même que vous avez déjà entendu parler peut-être du net linking qui a un autre facteur évidemment à optimiser surtout sur du e-commerce ou des des intentions de recherche comme ça e-commerce transactionnel et voilà

ben je vous dis à très vite