



FORMATION SUR LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

spécial débutant
spécial thérapeute

Aurélie Nussbaumer

VIDÉOS

1. [Introduction \(4:41\)](#)
2. [Module 1 : intro \(1:31\)](#)
3. [M1 : Définir son patient idéal \(5:22\)](#)
4. [M1 : Brainstorming \(2:17\)](#)
5. [M1 : Analyse des mots-clés \(7:58\)](#)
6. [M1 : Calendrier édito \(3:52\)](#)
7. [Module 2 : La structure \(5:19\)](#)
8. [M2 : Champ lexical \(3:02\)](#)
9. [M2 : Les liens \(3:22\)](#)
10. [M2 : Les images \(3:40\)](#)
11. [M2 : La métadescription \(2:03\)](#)
12. [Module 3 : L'intention de recherche \(3:41\)](#)
13. [M3 : Les mots-clés secondaires \(2:34\)](#)
14. [M3 : L'objectif \(1:57\)](#)
15. [M3 : Coulisses de la rédaction \(9:43\)](#)
16. [Module 4 : Ubersuggest \(8:24\)](#)
17. [M4 : Google analytics \(6:16\)](#)
18. [M4 : Google search console \(8:24\)](#)
19. [M4 : Tableau de suivi \(3:18\)](#)



Accéder à la [playlist](#) pour voir
les vidéos à la suite



BIENVENUE,



Merci pour ta confiance ! Je suis ravie de t'accueillir dans ma formation Visibilité + sur le référencement naturel spécial débutant & thérapeute !

Je suis Aurélie Nussbaumer, psychologue en libéral 2 jours par semaine et consultante SEO sur le web le reste du temps !

Mon but avec happygreenfree.fr est de partager mes connaissances en référencement et webmarketing pour aider les thérapeutes à vivre sereinement de leur activité (chose qu'on ne nous apprend pas à la fac ou en formation !)

"Parce qu'être sur le web c'est bien mais être visible c'est mieux !"

Aurélie

PSYCHOLOGUE & CONSULTANTE SEO

UN MODULE 1



La stratégie SEO
Vidéo d'introduction
Vidéo module 1 : intro



DÉFINIR SON PATIENT IDÉAL

[Voir la vidéo](#)

Une bonne stratégie SEO commence par connaître son patient idéal, celui pour qui nous allons créer du contenu. Cette étape est indispensable. Prenez le temps de répondre aux questions en imaginant les réponses ou en vous basant sur des patients avec qui vous avez adoré travailler.

La carte d'identité

- Prénom :
- Age :
- Genre :
- Situation familiale :
- Métier / revenu :
- Localité :
- Valeurs :
- Loisirs :
- Les personnes qu'il admirent :
- Livres, musiques, magazine, vidéos qu'il regarde :

DÉFINIR SON PATIENT IDÉAL

Les problématiques

- De quoi a-t-il secrètement peur ?
- Quelle est la pire chose qui pourrait lui arriver ?
- Qu'est-ce qui génère du stress chaque jour ?
- Quelles seront les conséquences sur sa vie si le problème persiste ?
- Comment réagit son entourage face à son problème ?

DÉFINIR SON PATIENT IDÉAL

Les rêves

- Quel est son plus grand rêve inavouable ?
- Quelle serait la solution miracle pour résoudre son problème ?
- Qu'est-ce que la résolution de son problème changerait pour lui ?
- Comment réagirait son entourage s'il allait mieux ?



BRAINSTORMING

[voir la vidéo](#)

Passons maintenant à la recherche des mots-clés et donc à la partie brainstorming ! Faites chauffer votre cerveau.

Lister tous les mots-clés autour de votre activité :

ANALYSE DES MOTS-CLÉS

[voir la vidéo](#)

Reportez-vous à ce [tableau](#) et faites bien une copie pour pouvoir l'utiliser directement dans Google drive.

Outils gratuit d'analyse des mots-clés : [Ubersuggest](#) & [Keyword planner](#)

CALENDRIER ÉDITORIAL

[voir la vidéo](#)

Reportez-vous à ce [tableau](#) et faites bien une copie pour pouvoir l'utiliser directement dans Google drive.

Toutes les explications sont dans la vidéo également

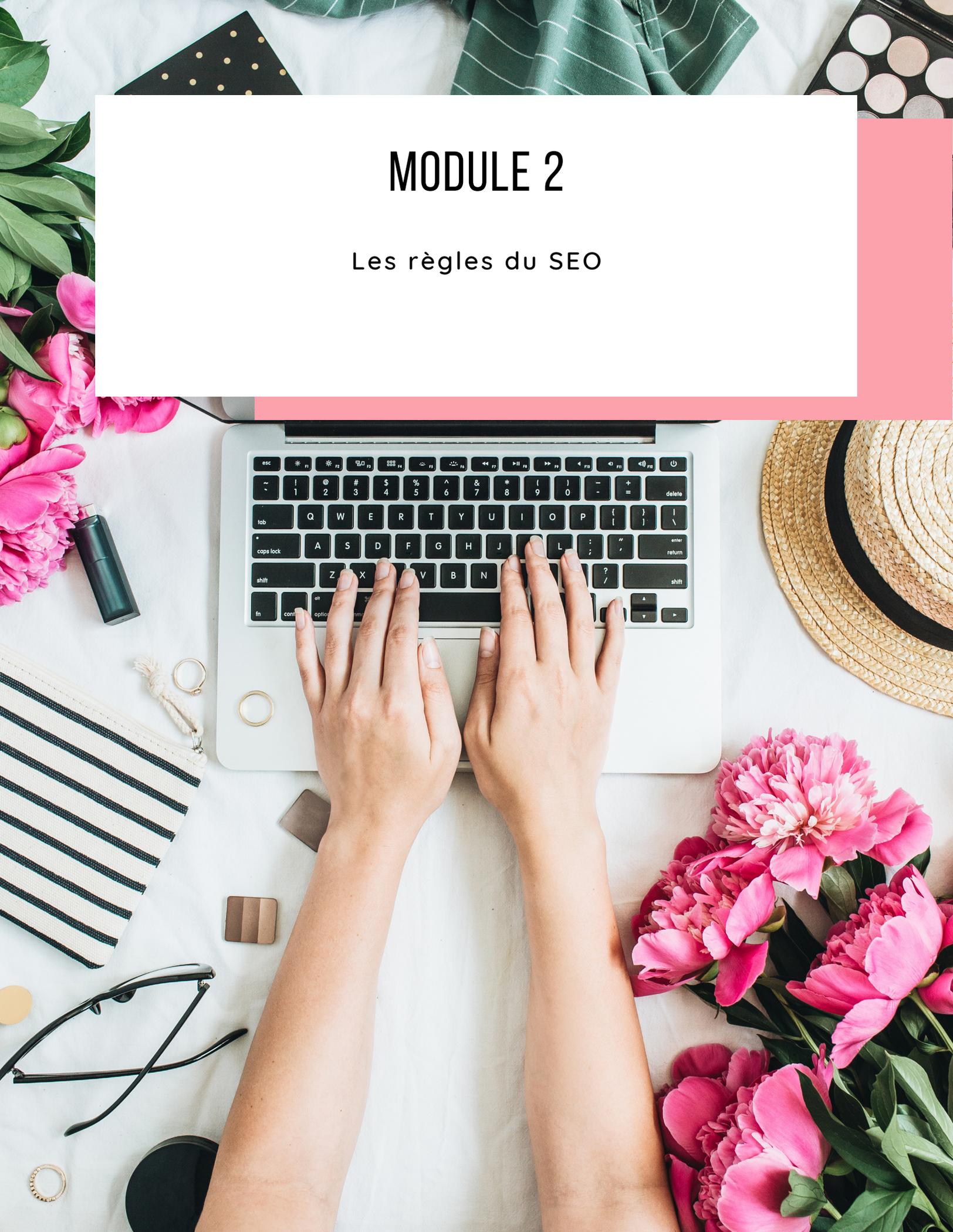


Un mot-clé est un mot ou un groupe de mot sur lequel vous souhaitez vous positionner dans Google lorsqu'un internaute tape sa requête dans la barre de recherche.

Pensez à utiliser la longue traîne c'est à dire des mots-clés de plus de trois mots comme "arrêter de fumer hypnose Bordeaux".

MODULE 2

Les règles du SEO





LA STRUCTURE

[voir la vidéo](#)

Il s'agit du titre et des sous-titres de vos articles.

Les titres qui convertissent le mieux :

- Découvrez les meilleures méthodes pour ...
- Comment (obtenir un résultat) en seulement (X jours)
- X étapes pour ...
- X conseils/astuces pour ...
- Le guide complet pour ...
- X raisons pour lesquelles ...

Le squelette de votre article :

- Titre 1 : titre de votre article
- Titre 2 : première partie
- Titre 3 : sous-partie 1
- Titre 3 : sous-partie 2
- Titre 2 : deuxième partie
- Titre 3 : sous-partie 1
- Titre 3 : sous-partie 2

LE CHAMP LEXICAL & SÉMANTIQUE

[voir la vidéo](#)

Utiliser des mots-clés, c'est bien mais toujours les mêmes c'est mal ! Il va donc falloir utiliser des synonymes afin d'enrichir le vocabulaire et améliorer la compréhension de votre article pour éviter la redondance.

C'est en utilisant le **champ sémantique** d'un mot que Google va en comprendre le sens. En effet, il y a des mots qui ont plusieurs sens et sans champ sémantique Google ne pourra pas vous positionner sur les bonnes requêtes.

Exemple avec le mot "glace" qui peut représenter un miroir ou à manger

Le **champ lexical** quant à lui est un ensemble de mot de même thème. Exemple avec le mot-clé "dépression"; le champ lexical serait : déprime, fatigue, anti-dépresseur, psychiatre etc ...



LES LIENS INTERNES & EXTERNES

[voir la vidéo](#)

Pour optimiser votre article, vous devrez insérer des **liens internes** (c'est à dire des liens d'autres articles de votre site) et des **liens externes** (c'est à dire des liens de sites extérieurs au vôtre mais qui restent cohérent et pertinent avec le sujet abordé). Pour ce faire, il est important de bien choisir le mot-clé sur lequel vous allez faire un lien, c'est ce qu'on appelle l'**anc**re de lien. Évitez les « cliquer ici » car cela n'apporte rien à votre référencement naturel.

LES IMAGES

[voir la vidéo](#)

1. Compresser vos images : compressjpg.com ou [tinyjpg](https://tinyjpg.com)
2. Renommer vos images : [psychologue-hypnose-bordeaux](https://psychologue-hypnose-bordeaux.com)
3. Remplir le texte alternatif de l'image dans votre bibliothèque de média

Sites de banques d'images gratuites libres de droit :

- [Pixabay](https://pixabay.com)
- [Unsplash](https://unsplash.com)
- [Kaboompics](https://kaboompics.com)
- [Pexels](https://pexels.com)
- [Stocksnap](https://stocksnap.com)
- [Gratisography](https://gratisography.com)
- [Picjumbo](https://picjumbo.com)
- [Styledstock](https://styledstock.com)



Vous trouverez également des images libres de droit sur [Canva](https://canva.com). C'est un outil indispensable dans ma création de contenu !

LA MÉTADescription

[voir la vidéo](#)

Enfin la dernière étape sera de remplir la **métadescription** de votre article. C'est le petit résumé qui s'affiche sous le titre de votre article dans les moteurs de recherche. Ce sont des indications supplémentaires sur le contenu de votre article qui donneront (ou non) envie de cliquer. Il faudra là aussi insérer votre mot-clé pour assurer une cohérence et si possible au début.



Si vous êtes sur wordpress, je vous invite à installer l'extension gratuite **Yoast SEO**. Les feux tricolores pourront vous aider au début. Cependant sachez que des feux verts ne veulent pas dire que le SEO est parfait ! Yoast a aussi ses limites 😊



VISIBILITÉ +

TROIS

MODULE 3



Le process de rédaction



L'INTENTION DE RECHERCHE

[voir la vidéo](#)

Pour trouver le titre idéal il faut à la fois attiser la curiosité de l'internaute et penser à l'intention de recherche. Votre titre doit amener une réponse et plus encore : une solution concrète pour convertir.

LES MOTS-CLÉS SECONDAIRES

[voir la vidéo](#)

Pour chaque mot-clé principal je vous conseille d'utiliser le champ sémantique pour déterminer 3 à 4 mots-clés secondaires et les insérer dans vos sous-titres pour aider Google à comprendre de quoi parle votre article.

L'OBJECTIF (CTA)

[voir la vidéo](#)

Pensez toujours à votre objectif, incitez toujours vos lecteurs à faire une action : lire un autre article, vous rejoindre sur vos réseaux sociaux, télécharger un freebie, prendre rdv avec vous, vous contacter, etc ...

Dans les coulisses de la rédaction d'un article

[voir la vidéo](#)

MODULE 4

Analyse & suivi du positionnement



UBERSUGGEST

[voir la vidéo](#)

Avec Ubersuggest vous allez pouvoir suivre le positionnement de vos mots-clés au fil des mois mais aussi ceux de vos concurrents !

GOOGLE ANALYTICS

[voir la vidéo](#)

Google analytics est un outil gratuit mis à disposition par Google. Il vous permet de connaître le nombre de visiteurs uniques mensuels, de savoir d'où ils viennent (google, réseaux sociaux etc.) et vos meilleures pages/articles. Voici le lien de l'article qui vous permettra de relier votre site à votre compte Google analytics.

GOOGLE SEARCH CONSOLE

[voir la vidéo](#)

Lien de l'article pour relier la search console à votre site.

TABLEAU DE SUIVI

[voir la vidéo](#)

Lien du tableau. Pensez à créer une copie avant de le remplir.

Félicitations !

VOUS ÊTES ARRIVÉ AU BOUT DE LA FORMATION
VISIBILITÉ +

Il ne vous reste plus qu'à appliquer ce que vous avez appris et à vous armer de patience pour faire décoller votre trafic, remplir votre agenda et augmenter votre chiffre d'affaire.

aurelie.socialmedia@gmail.com

Si vous avez une question ou juste envie de me faire un retour, ce serait avec plaisir !