

Checklist : Trouver les mots clés d'un site concurrent efficacement

Identifier vos principaux concurrents SEO

→ Faites une recherche sur Google avec vos mots-clés principaux et notez les 5 à 10 sites qui ressortent.

Utiliser des outils d'analyse SEO

→ Ouvrez SEMrush, Ahrefs ou Ubersuggest pour explorer les mots-clés sur lesquels vos concurrents se positionnent.

Repérer les mots-clés principaux ET secondaires

→ Listez les mots-clés forts (volume élevé) et ceux de longue traîne (plus précis et faciles à viser).

Vérifier le volume de recherche et la difficulté SEO

→ Priorisez les mots-clés avec un volume correct et une concurrence moyenne (0/100 à 35/100).

Étudier les balises Title, Meta, H1, H2 et ALT

→ Utilisez Detailed SEO Extension pour voir les mots-clés utilisés dans le code source.

Comparer votre positionnement SEO

→ Avec un outil de suivi de mots-clés, comparez votre classement avec celui de vos concurrents.

Analyser le nombre de résultats Google

→ Moins de résultats = moins de concurrence pour ce mot-clé !

Repérer les mots-clés achetés en publicité

→ Observez sur SEMrush ou Ahrefs les mots-clés achetés via Google Ads par vos concurrents.

Choisir vos mots-clés prioritaires

→ Sélectionnez une combinaison stratégique de mots-clés courts et longue traîne.

Intégrer naturellement les mots-clés dans votre contenu

→ Utilisez des générateurs de phrases pour insérer les mots-clés sans sur-optimiser.

Surveiller et ajuster votre stratégie régulièrement

→ Faites un suivi tous les mois pour optimiser votre référencement en continu.

