

MOTS-CLÉS INTENTIONNISTES ET DE LONGUES TRAÎNES



INTRODUCTION

Les ressources sur le web expliquant comment utiliser les mots-clés de longues traînes fleurissent et il est parfois difficile de s'y retrouver.

Dans ce guide Junto, vous apprendrez les tenants et les aboutissants de ce type de mot-clés.

Nous vous expliquerons concrètement comment vous en servir dans votre stratégie SEO.

À L'ORIGINE DES MOTS-CLÉS

Si les créateurs de contenu du monde entier attachent de l'importance aux mots, c'est avant tout parce qu'ils savent que les internautes les utilisent exclusivement pour faire leurs recherches sur les moteurs.

En effet, peu importe le moteur de recherche utilisé, ils n'ont rien trouvé de mieux que de faire taper des mots à leurs utilisateurs.

Les internautes en tapant des mots pour les requêtes traduisent leurs intentions et leurs souhaits, ainsi c'est souvent des questions qui sont directement posées à Google



TRADUIRE LES INTENTIONS DES INTERNAUTES

L'objectif ultime des sites internet devrait être de toujours rester en parfaite correspondance avec les intentions des internautes. Qu'est-ce que cela veut dire ?

Traduire les intentions c'est décoder les souhaits des internautes afin de leur proposer le contenu qu'ils recherchent. Si un internaute cherche à acheter un produit et qu'il utilise le verbe acheter, cela se traduit par une forte intention d'achat.

Ce type de mot-clé associé à toutes les thématiques pourrait donc être très concurrentiel.

Mais les internautes ne sont pas toujours aussi généralistes et utilisent souvent des mots-clés à longue traîne en tapant directement des petites phrases dans le moteur de recherche. C'est justement ce que nous allons cibler aujourd'hui : les mots-clés à longue traîne et les mots-clés d'intention.

MOTS CLÉS GÉNÉRALISTES

Les mots-clés trop généralistes sont coûteux, car ils génèrent un fort trafic, mais sont moins qualifiés.

Un mot-clé principal et très généraliste génère un fort trafic. Ces mots-clés sont donc très prisés et souvent coûteux, bien qu'ils soient souvent recherchés, ils ne sont pas toujours spécifiques en rapport avec ce que vous proposez et avec votre contenu.

LES MOTS-CLÉS À LONGUE TRAÎNE

Un mot-clé à longue queue ou longue traîne est un terme de recherche de plus de 3 mots qui permet de mieux cibler les résultats de la recherche en fonction des intentions des internautes et ainsi obtenir des résultats plus spécifiques. Ces mots-clés sont souvent moins difficiles, moins coûteux et moins volumineux.

POURQUOI LES UTILISER ?

Les mots-clés à longue traîne représentent parfaitement les intentions des internautes. En exploitant ces mots-clés vous vous mettez à la place des utilisateurs. Lorsque le client tape sa requête sur le moteur de recherche, il prend conscience de ses besoins et les formalise dans une petite phrase de recherche.

Ainsi il y a de plus de chance de cliquer sur votre produit et d'acheter votre service si c'est quelque chose que vous proposez. Il convient de cibler les mots-clés à longue traîne, car le trafic qu'ils génèrent sera beaucoup plus qualifié et susceptible de générer des conversions.

Les internautes ne sont plus dans un état d'esprit de « découverte ». Mais ils sont prêts à basculer sur un achat malgré un volume plus faible. Le trafic sera plus qualifié tout en préservant votre budget par un environnement beaucoup moins concurrentiel.

LES MOTS-CLÉS À LONGUE TRAÎNE SONT MOINS COÛTEUX

État	CPC max.	Détails des règles	URL finale	Clics	Impressions	CTR	CPC moy.	↓ Coût	Niveau de qualité	Pertinence de l'annonce
Éligible	0,97 € (enchère optimisée)	Approuvé	–	23	229	10,04 %	0,71 €	16,27 €	5/10	Inférieur à la moyenne
				23	229	10,04 %	0,71 €	16,27 €		
				26	273	9,52 %	0,70 €	18,25 €		

Les concurrences moins rudes sur les mots-clés à longue traîne vous offrent l'opportunité de préserver les coûts. Le modèle économique des moteurs de recherches fonctionne souvent au coût par clic, il y a donc nécessité de payer pour du trafic le plus qualifié possible au risque de voir s'effondrer votre rentabilité.

QUELQUES ASTUCES POUR SAVOIR COMMENT TROUVER DES MOTS-CLÉS À LONGUES TRAÎNES

Les suggestions de Google

Google offre deux possibilités détournées pour trouver des mots-clés à longue traîne :

1 - La recherche prédictive : Lorsque vous tapez doucement une requête sur le moteur de recherche, Google laisse apparaître des prédictions, qui correspondent à des mots-clés à longue traîne.



2 - Les recherches associées

Un deuxième moyen de chercher des mots-clés à longues traînes en utilisant Google consiste à regarder en bas de page au niveau de la section « recherche associée ». Vous trouverez ici des combinaisons de mot-clés longues traîne intéressant et correspondant aux recherches les plus volumineuses.

Recherches associées à recherche associé

recherche associé **investisseur**

recherche associé **restauration rapide**

cherche associe pour affaire

cherche associé pour création entreprise batiment

recherche associé **architecte**

recherche associé **agricole**

trouver un associé developpeur

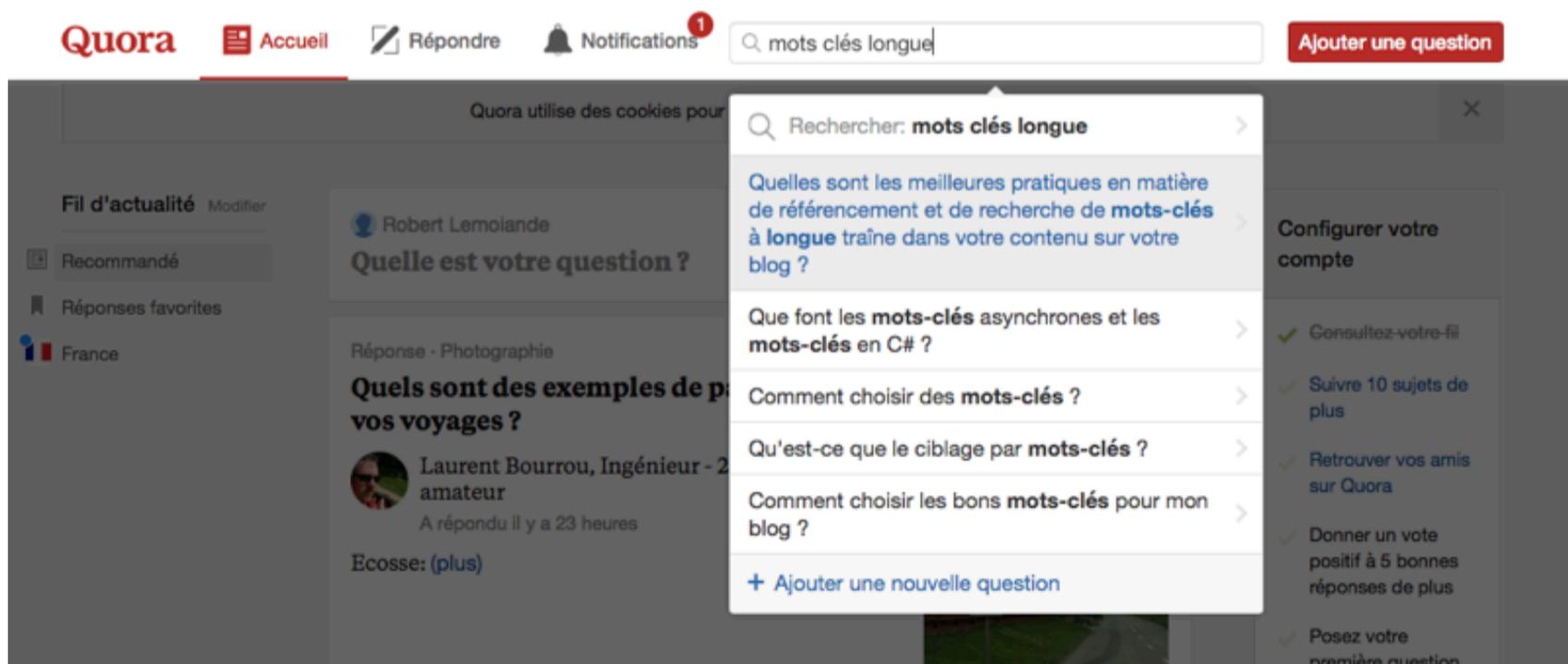
recherche associé **google**



3 - QUORA : Un autre moteur de recherche

Le moteur de recherche QUORA vous permet d'identifier des mots-clés à longue traîne

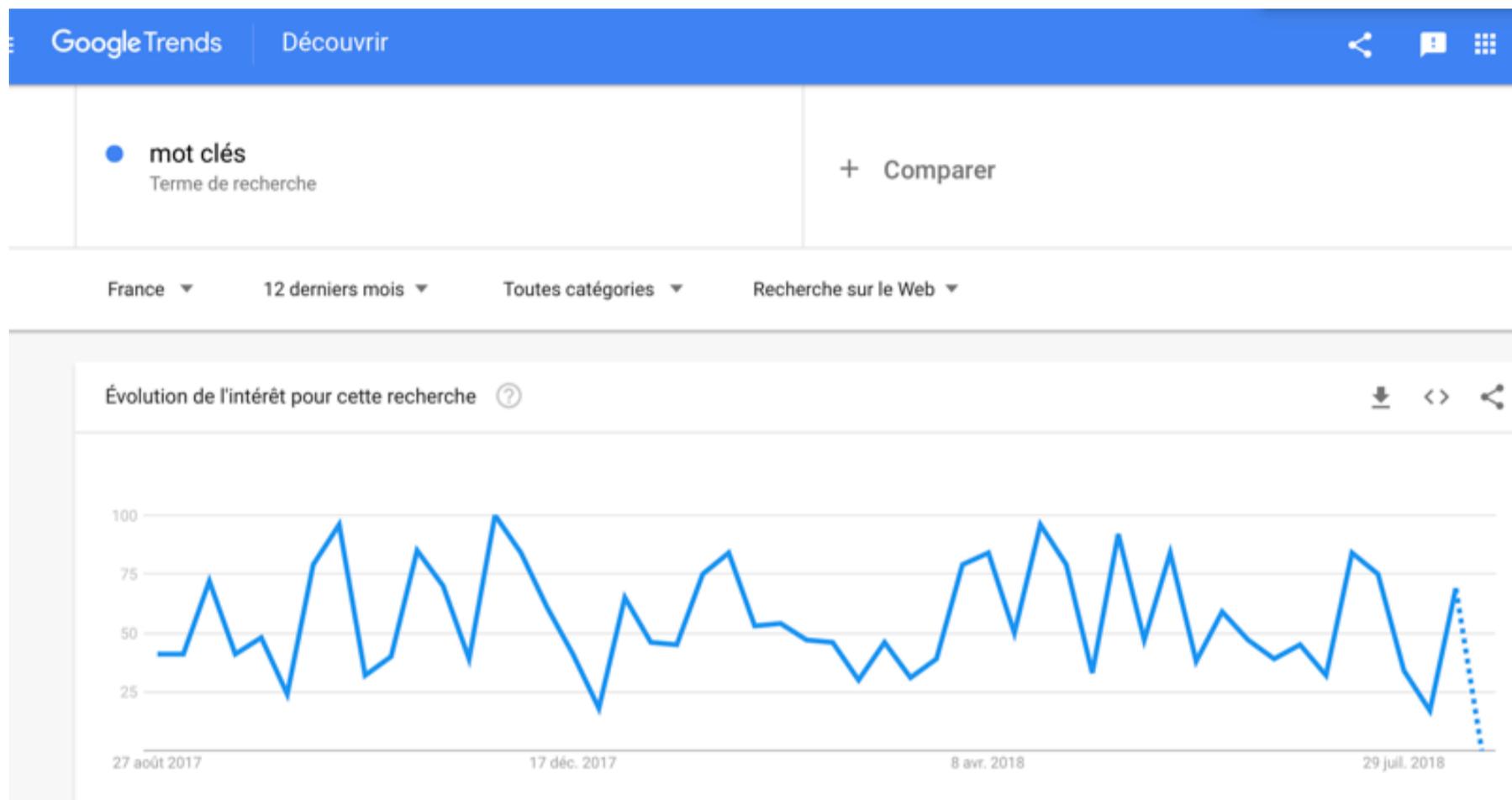
- Tapez votre mot-clé dans une recherche QUORA
- Filtrer les résultats pour afficher uniquement les questions



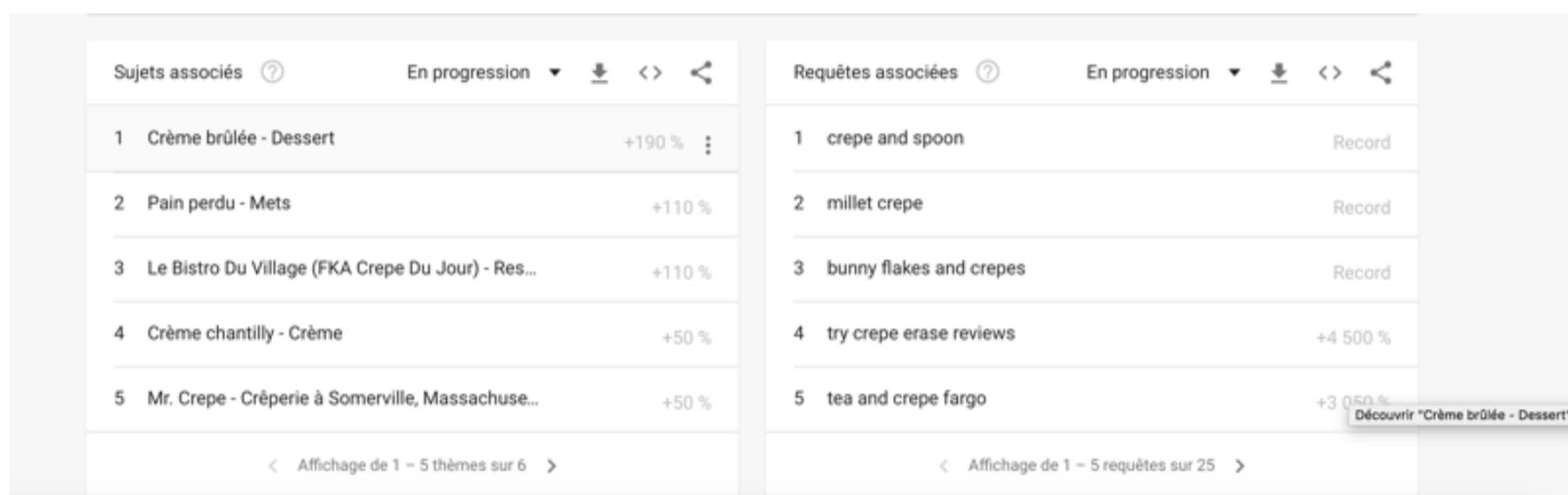
Les utilisateurs de QUORA répondent aux questions et pourraient vous inspirer dans le cadre de vos mots-clés et de votre contenu.

4 - GOOGLE TRENDS

L'utilitaire Trends de Google est utile pour voir les tendances et les fréquences des requêtes vis-à-vis du mot-clé.



Mais Google trends ne s'arrête pas uniquement à étudier les tendances, il propose aussi les requêtes associées qui sont souvent des petites phrases ou mot-clés à longue traîne.



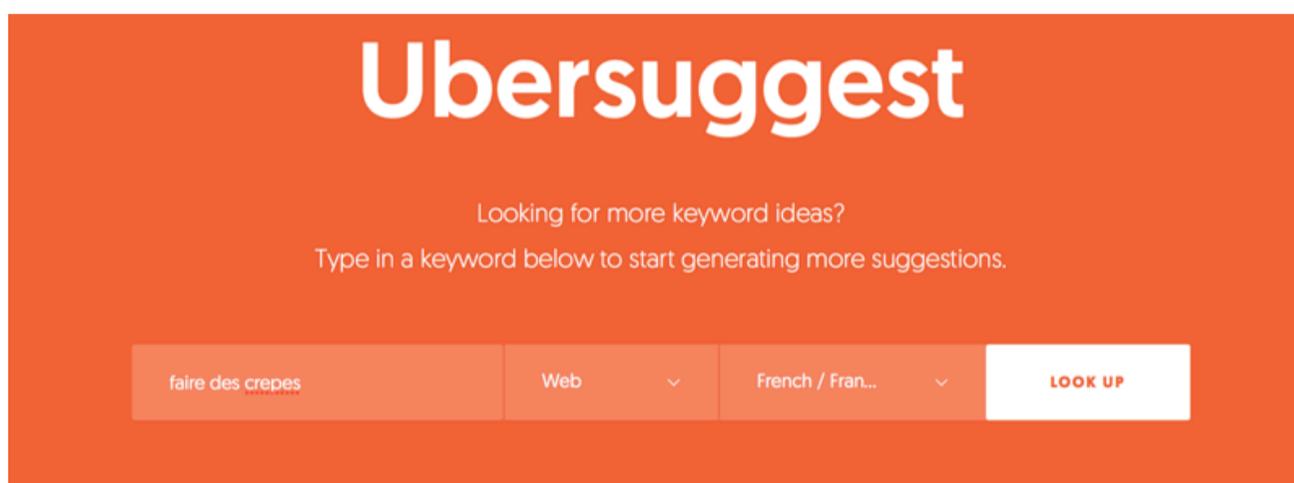
Ces recherches associées vous permettront de choisir des combinaisons pertinentes pour vos contenus.

5 - LES OUTILS AUTOMATISÉS EXTERNES

SEM RUSH et AHREFS sont parfaitement capables de faire ressortir des mots-clés à longues traînes en offrant en plus des statistiques précises sur le volume de recherche et les coûts par clics.

Ces outils sont néanmoins payants et offrent souvent d'autres fonctionnalités mais parfois inutiles pour vous.

C'est là qu'intervient un autre outil intéressant : UBERSUGGEST qui lui est proposé en freemium et qui se relève particulièrement efficace dans la recherche de mots-clés de longues traînes.



Il vous suffit en effet de saisir une requête ou tout simplement un mot-clé pour accéder à des statistiques poussées sur les recherches associées et pour voir des mots-clés à longue traîne apparaître et prêt à être utilisé !

<input type="checkbox"/>	KEYWORD	SEARCH VOLUME	CPC	COMPETITION
<input type="checkbox"/>	avec quoi faire des crepes			
<input type="checkbox"/>	bonne crepe	40		0.01
<input type="checkbox"/>	bonne crepe recette	10		0.05
<input type="checkbox"/>	bonne crepes	10		
<input type="checkbox"/>	bonne crepes recette	10		
<input type="checkbox"/>	bonne pate a crepe	110		0.06
<input type="checkbox"/>	bonne recette de crepe	140	€ 0.25	0.03
<input type="checkbox"/>	bonne recette de crepe sucee	10		
<input type="checkbox"/>	bonne recette de pate a crepe	10		
<input type="checkbox"/>	bonne recette pate a crepe	20		
<input type="checkbox"/>	chandeleur crepe	720	€ 0.49	0.01
<input type="checkbox"/>	comme faire des crêpes	50	€ 0.67	0.1
<input type="checkbox"/>	comme faire les crepes	10		
<input type="checkbox"/>	comment cuire des crepes	90		

COMPRENDRE LE MÉCANISME DES MOTS-CLÉS À LONGUE TRAÎNE

Nous savons que la pertinence est la clé de la réussite pour obtenir du trafic qualifié. Mais alors comment les mots-clés intentionnistes et de longues traînes peuvent impacter sur la qualité de votre trafic ?

Prenons l'exemple d'un internaute avec une intention de recherche spécifique :

Paul est cycliste, il est à la recherche d'un nouveau vélo pour faire une grande randonnée de plusieurs jours avec de longues distances et des bagages pendant les vacances.

Ses besoins sont les suivants : un vélo tous chemins ou de trekking avec de nombreuses vitesses et avec des sacoches. Il est donc dans une démarche d'acheter un vélo correspondant à ses besoins.

Voici les requêtes que Paul pourrait taper sur Google :

- 1 - VTC avec porte-bagage
- 2 - Vélo avec porte-bagage
- 3 - Meilleur vélo longue distance
- 4 - Vélo pour faire de la route
- 5 - Meilleur vélo trekking
- 6 - Acheter vélo trekking

Regardons les résultats de recherches de ces mots-clés à longue traîne

- 1 - VTC avec porte-bagage (environ 678.000 résultats)
- 2 - Vélo avec porte-bagage (environ 13.700.000 résultats)
- 3 - Meilleur vélo longue distance (environ 8.230.000 résultats)
- 4 - Vélo pour faire de la route (environ 53 100 000 résultats)
- 5 - Meilleur vélo trekking (environ 10.800.000 résultats)
- 6 - Acheter vélo trekking (environ 12.300.000 résultats)

Plus il y a de résultats plus la concurrence est rude. Que pouvons-nous constater en regardant ces résultats ? Les requêtes généralistes sont très concurrentielles d'un point de vue SEO (on ne parle même pas des annonces payantes).

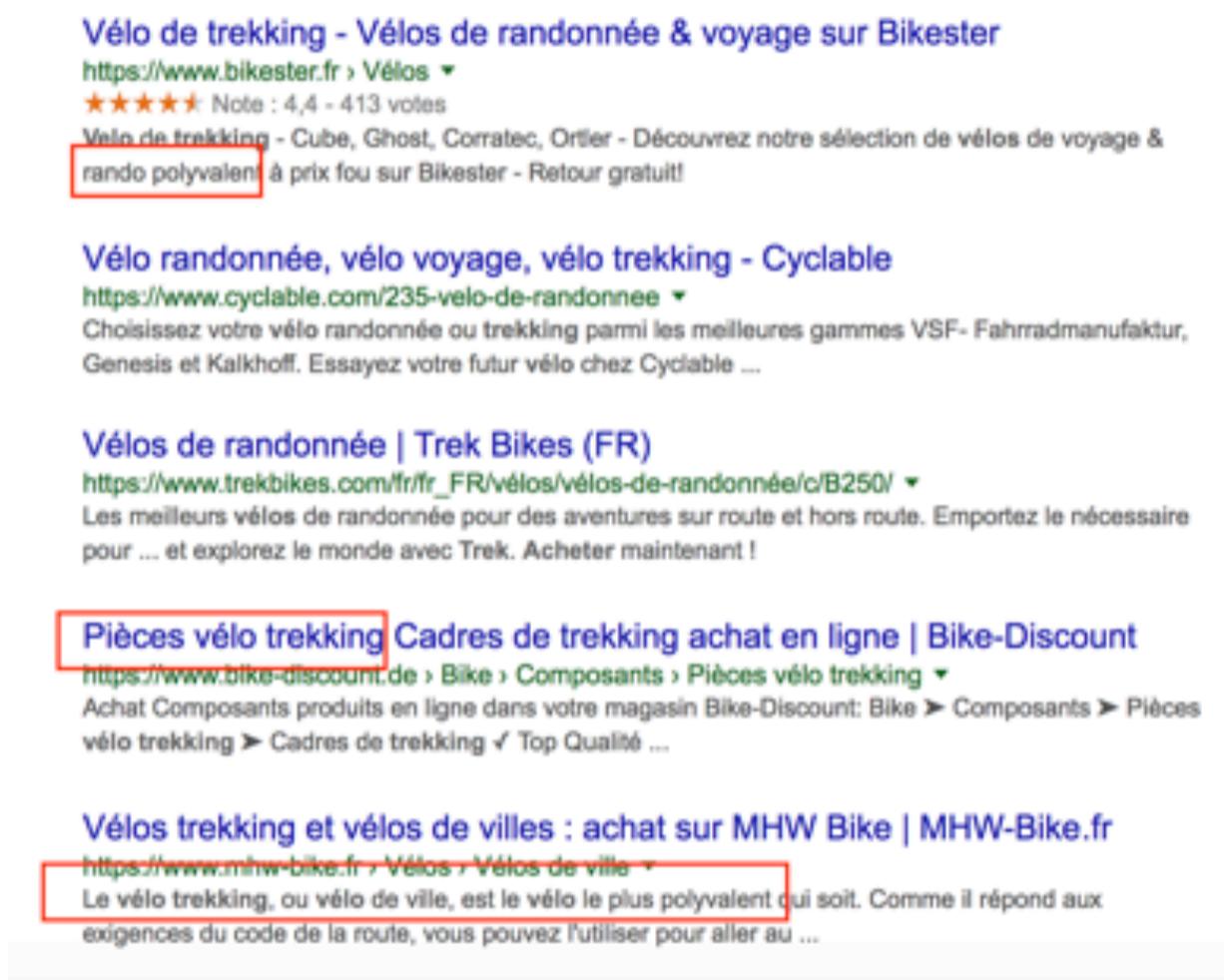
Cela veut dire que vous allez avoir beaucoup plus de difficulté à ressortir dans les résultats de recherches face à vos concurrents sur ces requêtes.

Si vous décidez par exemple de construire votre contenu autour du mot-clé à forte intention d'achat « Acheter vélo trekking », vous devrez alors batailler avec 12.300.000 concurrents.

Ce constat s'explique par la recherche trop généraliste qui ne permet pas à Google de préciser le résultat. Nous savons que les internautes font souvent deux ou trois recherches avant de cliquer sur le site le plus pertinent. Qu'est ce que cela veut dire ?

Les internautes commencent par des recherches très généralistes qui ne leur apportent pas de pertinence et effectuent une nouvelle recherche avec plus de précision en rajoutant souvent un mot-clé ou en changeant complètement la requête.

Paul aurait donc commencé par effectuer la requête « Acheter un vélo trekking », avant de se rendre compte que ces vélos ne lui correspondaient pas vraiment.



Les résultats de recherche reflètent ce côté trop généraliste en proposant des vélos « polyvalents ». Or, comme vous pouvez le voir sur l'illustration, Paul ne recherche pas un vélo polyvalent, ou des pièces de vélos, mais un vélo avec porte-bagages et de nombreuses vitesses.

Il va donc préciser sa recherche et affiner les résultats avec la requête « VTC avec porte-bagages » qui elle ne comprend qu'environ 678 000 résultats.

Ces résultats sont moins nombreux, car ils sont pertinents et correspondent aux intentions de recherche de PAUL.

Résultat sponsorisé :

 <p>Vtc homme 28" aluminium... 265,05 € Conforama Mar... Livraison gratuite Par Google</p>	 <p>Vtc homme 28" aluminium... 265,05 € Cdiscount Mark... Livraison gratuite Par Productcas...</p>	 <p>Vtc homme 28 ks cycling metrop... 284,09 € Alltricks Livraison gratuite Par Google</p>	 <p>Porte-bagages de vélo 25 Ajustab... 27,59 € LightInTheBox Par Google</p>	 <p>Porte Bagages 100 24-28 - Vel... 13,00 € Decathlon.fr Par Google</p>
---	---	---	--	--

Résultats SEO :

VTC - Nakamura

www.nakamura.fr/c/VTC?&sm=col-1&q=&showAllCriteria=0 ▼

Certains modèles sont également équipés en série de garde-boue et d'un panier avant amovible. Vous pouvez également fixer un porte-bagages à l'arrière de ...

WELOVEVELO

Le vélo polyvalent par excellence

Situé à mi-chemin entre le **vélo** de ville et le VTT, le **VTC** offre l'avantage de passer partout : routes, chemins, sentiers ne lui font pas peur. Il devient ainsi le compagnon de route idéal au quotidien. Grâce à leurs pneus larges et renforcés amortissant au mieux les irrégularités de surface, les **VTC Nakamura** passent aisément de l'asphalte au chemin de terre sans perdre en confort. La position de la selle s'adapte à votre utilisation : en étant placée **en bas**, elle vous apporte une position droite idéale en ville avec la selle haute, vous adoptez une position plus sportive, optimisée pour les longs trajets tout en ménageant votre dos. Le système de transmission (18 à 21 vitesses) est adapté à des types de terrains variés. Le changement de vitesses à poignée tournante est pratique et confortable. Quant aux roues de grandes tailles (28 ou 29 pouces), elles permettent d'améliorer votre rendement en zone roulante. Certains modèles sont également équipés en série de garde-boue et d'un panier avant amovible. Vous pouvez également fixer un porte-bagages à l'arrière de votre VTC afin de transporter des sacs ou d'y placer un siège pour enfant.



Regardez la pertinence de ce vendeur de vélo VTC : il répond parfaitement aux intentions des internautes et PAUL se trouve maintenant sur un site internet correspondant parfaitement à sa requête.

De plus, la marque NAKAMURA n'a pas payé pour se retrouver dans les résultats de recherche et c'est bien grâce au référencement naturel et à la pertinence de sa page de destination qu'elle apparaît en face du bon consommateur qualifié et prêt à l'achat.

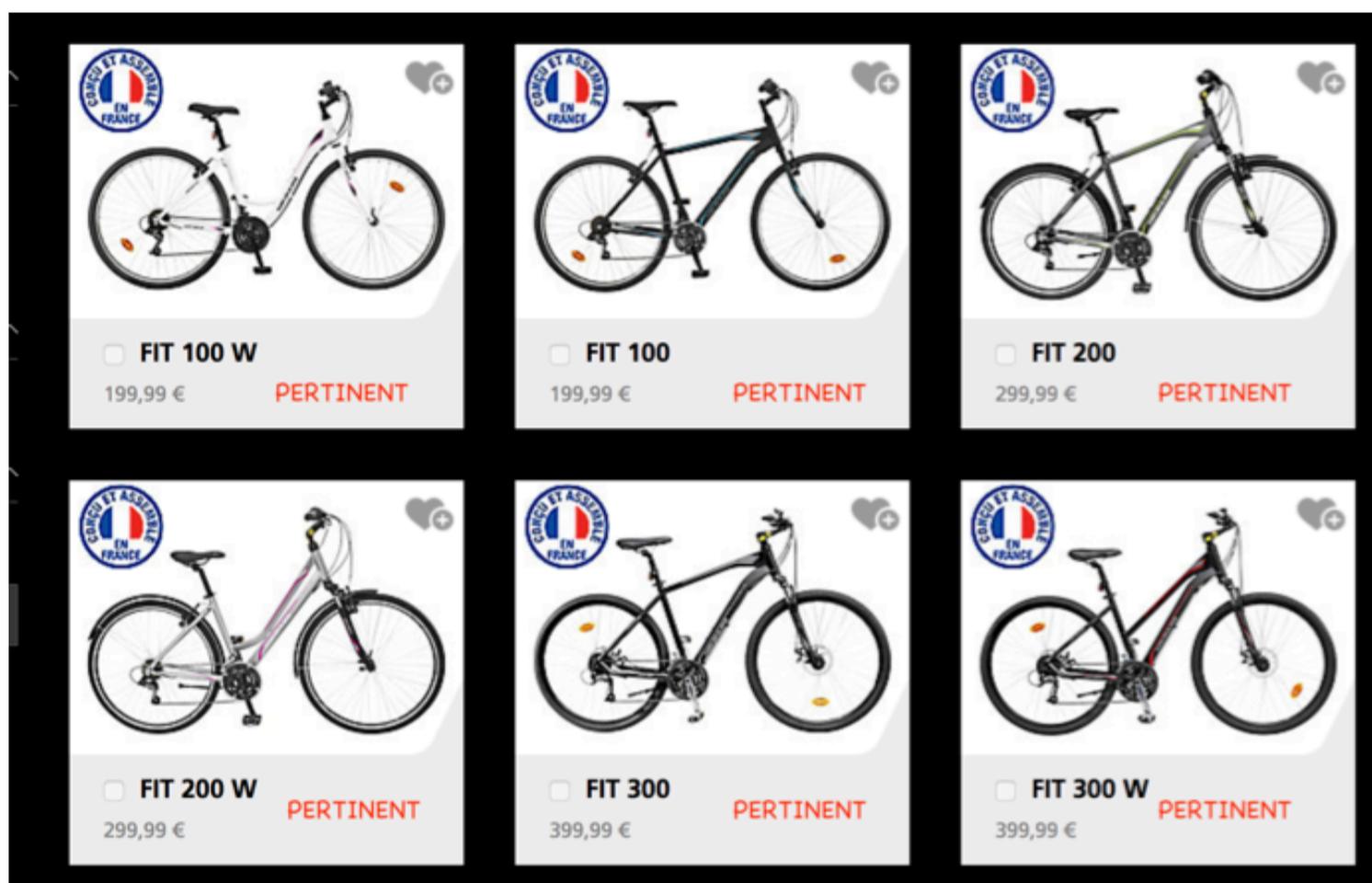
DES VISITES PLUS QUALIFIÉES

Faire des efforts pour apparaître en face du bon client sera plus efficace que n'importe laquelle de vos campagnes payantes, car non seulement cela vous permettra d'apparaître gratuitement dans les résultats de recherche, mais vous obtiendrez des visiteurs plus qualifiés et plus à même de convertir.

Ainsi vous allez augmenter votre taux de conversion de manière très importante et minimiser les coûts d'acquisition de vos clients.

COMMENT ÊTRE PERTINENT

La pertinence est souvent liée à votre manière de segmenter votre contenu et à répondre aux besoins des visiteurs. Lorsqu'un internaute effectue une requête, il s'attend à trouver une liste de site dans les résultats de recherches qui correspond parfaitement à ses intentions.



Lorsque les visiteurs cliquent sur votre site dans les résultats de recherches, ils doivent arriver sur une page de destination parfaitement cohérente vis-à-vis de leurs recherches. Cela veut dire que vous devez segmenter et faire attention à ne pas mélanger votre contenu.

Pour reprendre notre exemple d'une recherche sur les vélos de trekking avec porte-bagages, imaginez que les internautes arrivent finalement sur une page proposant une liste de vélos non pertinente, il y a de fortes chances qu'ils quittent la page et retournent dans les résultats de recherches (rebond).

Si par contre vous proposez une liste de vélo, mais que la page correspond à la requête de l'internaute alors vous risquez de convertir la recherche et faire basculer l'internaute sur un achat.

CONCLUSION DE NOTRE GUIDE AVEC 10 CONSEILS POUR ADAPTER SA STRATÉGIE SEO

1. Comprendre les intentions des internautes
2. Trouver des mots-clés moins généralistes
3. Établir une liste de mots-clés intentioniste et de longues traînes
4. Rédigez du contenu incluant des mots-clés pertinents
5. Segmenter votre contenu
6. Coller aux recherches des internautes
7. Cherchez à produire du contenu intéressant et précis
8. Travailler le couple : résultat de recherche et page de destination
9. Prendre le temps de découvrir les outils de recherches de mots-clés
10. Remettez-vous en question en permanence et placez vos visiteurs au centre de votre stratégie.

À PROPOS DE JUNTO

Junto est une société de conseil en acquisition en ligne pour les entreprises.

Nous gérons des millions d'euros d'investissements publicitaires online et nous conseillons les entreprises les plus ambitieuses aux modèles disruptifs afin de leur permettre de croître rapidement.

Avec une équipe de consultants en acquisition, Junto est à votre disposition dès maintenant !