

GUIDE

Maitriser le SEO on-page en 2026

Stratégies Marketing et outils pour optimiser le contenu SEO de vos pages et ressources



Le SEO est un levier stratégique pour les équipes marketing, permettant via leur site web de gagner en visibilité, d'augmenter le trafic et de maximiser la conversion.

Pourtant, c'est un domaine en constante évolution où il est difficile de savoir concrètement quelles actions mener et comment les exécuter efficacement.

C'est sur l'optimisation des pages et ressources, autrement appelé le SEO on-page, que nous avons décidé de nous concentrer dans ce guide.

Vous y trouverez les meilleures pratiques et outils à intégrer dans vos process marketing pour maximiser l'efficacité de chacune de vos pages.

Table des matières

L'optimisation SEO on-page	4
----------------------------	---

Mots-clés	6
-----------	---

Contenu	9
---------	---

Balisage SEO	11
--------------	----

Performances	13
--------------	----

Outils SEO	15
------------	----

L'optimisation SEO on-page

Le SEO on-page est l'une des grandes composantes du référencement naturel, aux côtés du SEO technique, du netlinking, et du SXO.

Il se concentre sur l'optimisation du contenu et de la structure des pages pour améliorer leur visibilité et pertinence aux yeux des moteurs de recherche.

COMPOSANTES DU SEO

Combine l'optimisation du référencement avec l'amélioration de l'expérience utilisateur.

S XO

Stratégie visant à augmenter le nombre et la qualité des backlinks pointant vers un site pour améliorer son autorité et son classement.

Netlinking

Optimisation des éléments "visibles" sur une page web, comme le contenu, les balises, les images, etc.

On-page

Amélioration des aspects techniques du site, tels que la vitesse de chargement, la structure des URLs, l'indexation.

Technique

Le SEO on-page : une optimisation en 4 étapes.

Il s'agit ici de créer une expérience utilisateur optimale tout en facilitant la compréhension de votre contenu par les moteurs de recherche.

Pendant longtemps, les stratégies des mots clés ont été utilisées par les content managers, pour améliorer le référencement de leurs pages. Non sans succès, puisque c'est en effet une des grandes variables du SEO on-page, mais ce n'est pas la seule.

Nous avons ici identifié 4 étapes essentielles d'optimisations : les mots-clés, le contenu, le balisage, et les performances. Chacune jouant un rôle crucial dans la façon dont le site sera perçu par les moteurs de recherche et par les utilisateurs.

1

Mots-clés

Ils permettent aux moteurs de recherche de comprendre le contenu de votre page et de le classer en fonction des requêtes des utilisateurs.

2

Contenu

La qualité, la pertinence, et la structuration du contenu de vos pages est crucial pour capter l'attention des utilisateurs et des moteurs de recherche.

3

Balisage

Le balisage HTML, tel que les balises titre (H1, H2) et les balises meta, sont cruciales pour aider les moteurs de recherche à comprendre la hiérarchie et le sujet de votre contenu.

4

Performances

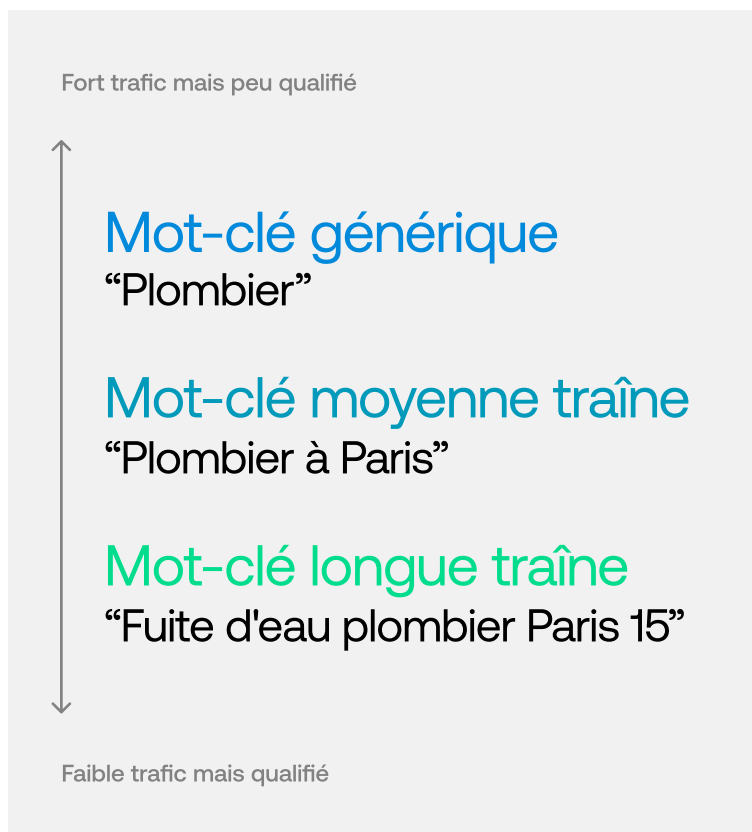
Le temps de chargement d'une page web, influence directement l'expérience utilisateur et est donc pris en considération par les moteurs de recherche dans le référencement.

Mots-clés

- 1 Mots-clés
- 2 Contenu
- 3 Balisage
- 4 Performances

Les mots-clés sont les termes et expressions que les internautes saisissent dans les moteurs de recherche pour trouver des informations.

L'objectif de l'analyse des mots-clés est de déterminer les termes pertinents pour votre site et votre public cible, afin de les utiliser pour optimiser vos pages. On distingue trois grandes catégories de mots-clés, chacune ayant le potentiel d'attirer un volume de trafic différent, avec des visiteurs plus ou moins qualifiés.



3,5

C'est la longueur moyenne de mots-clés, sur lesquels se positionnent les top 10 % des sites les mieux classés.

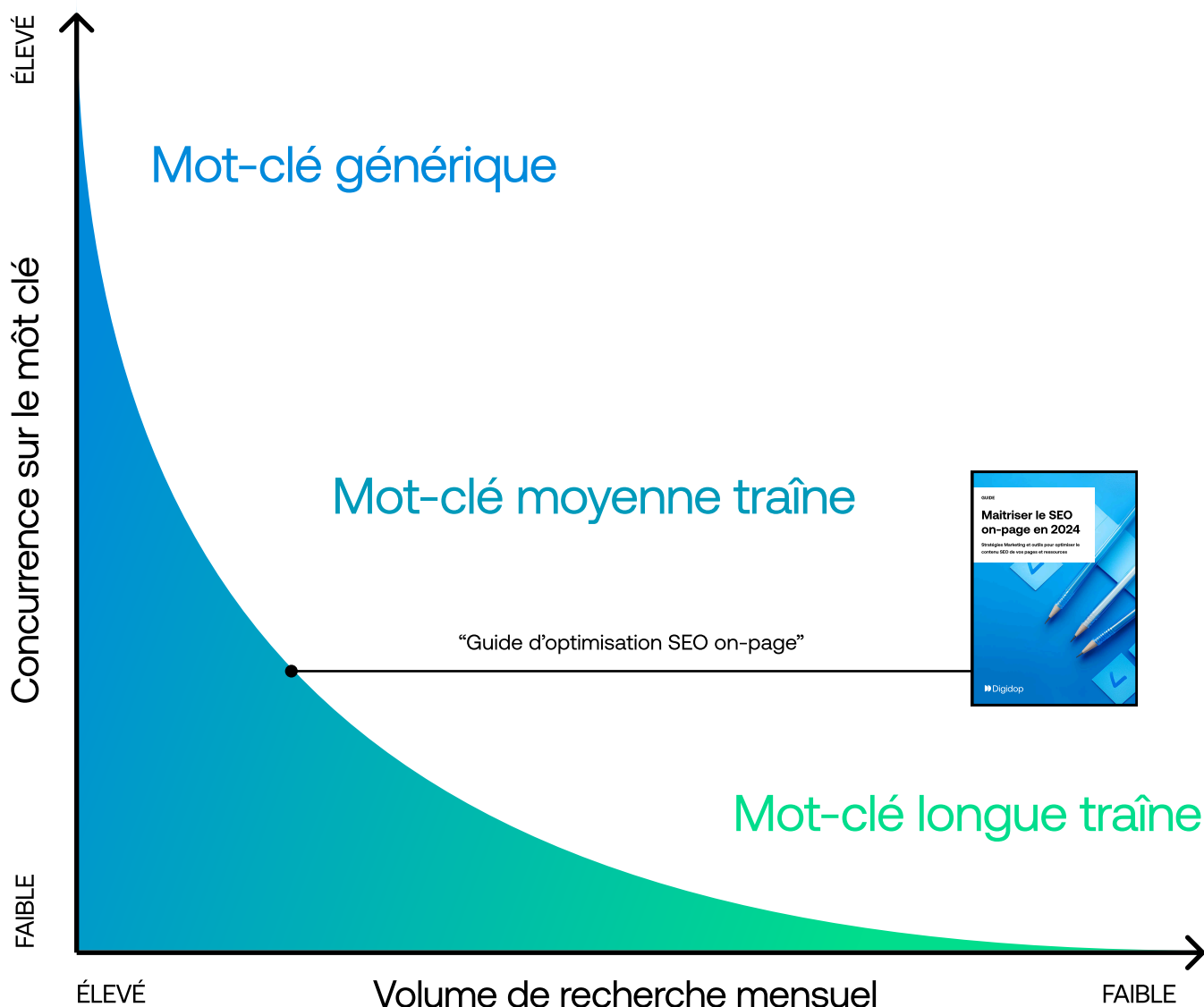
[Semrush - How Long does it take to rank Higher on Google](#)



Une stratégie efficace consiste donc à équilibrer les mots-clés génériques, pour capter un large public, avec les mots-clés de longue traîne pour cibler des intentions plus précises et moins concurrentielles.

- 1 Mots-clés
- 2 Contenu
- 3 Balisage
- 4 Performances

Prenons l'exemple de ce guide. Si vous aviez simplement cherché "SEO" sur Google, il y aurait eu peu de chance de tomber dessus. En revanche, une requête plus ciblée comme "Guide SEO 2024" ou "Guide d'optimisation SEO on-page" augmente vos chances découvrir cette ressource.



Quels critères retenir pour optimiser les mots-clés de vos pages ?

- 1 Mots-clés
- 2 Contenu
- 3 Balisage
- 4 Performances

✓ Checklist SEO : Mots-clés

Critère	Détail	Exemple
✔ Intentions de recherche Informationnelle Navigationnelle Commerciale Transactionnelle	Le point le plus important de cette checklist. Les moteurs de recherche ont pour but de proposer du contenu qualifié aux utilisateurs. Il est donc essentiel de comprendre leurs intentions de recherche pour être plus précis et pertinent dans l'approche.	• Informationnelle : "comment faire", "conseils pour" • Navigationnelle : nom de marque, nom de produit • Commerciale : "avis sur" "comparatif" • Transactionnelle : "acheter" "commander" "télécharger"
✔ Mots-clés primaires dans le titre principal	Placez des mots-clés primaires dans le titre principal pour attirer l'attention des moteurs de recherche sur le sujet de la page.	Titre : "Guide SEO 2024 : Optimisation complète"
✔ Mots-clés secondaires dans les sous-titres	Utilisez des mots-clés secondaires pour renforcer la pertinence de sous-thèmes connexes.	Sous-titre : "Meilleures pratiques SEO actuelles"
✔ Mots-clés à longue traîne	Utilisez des mots-clés à longue traîne pour cibler des recherches plus spécifiques avec moins de concurrence.	Mot-clé : "Stratégies SEO pour sites e-commerce"
✔ Mots clés géolocalisés	Utilisez des mots-clés géolocalisés pour cibler des audiences locales.	Mot-clé : "Agence SEO à Paris"
✔ Attention à la sur-optimisation des mots-clés	Evitez les répétitions de mots-clés, qui sont perçues comme du spam par les moteurs de recherche.	Mot-clé répété à l'excès selon la taille du texte

Contenu

- 1 Mots-clés
- 2 **Contenu**
- 3 Balisage
- 4 Performances

C'est à travers votre contenu que les moteurs de recherche évaluent la pertinence et l'autorité de votre site par rapport aux requêtes des utilisateurs.

Un contenu bien rédigé, informatif, et engageant ne se contente pas d'attirer les visiteurs : il les convertit, tout en améliorant votre positionnement dans les résultats de recherche.

Pertinant

Il doit répondre directement aux besoins et questions de votre audience cible

Original

Il doit être unique et apporter une réelle valeur ajoutée

A jour

Un contenu régulièrement mis à jour est perçu comme plus pertinent et fiable

Structuré

Une organisation et structure claire aide à la lisibilité et à l'indexation

Complet

Il doit être exhaustif, en incluant diverses ressources internes et externes

Engageant

Engager vos lecteurs avec des CTA ou des liens de partage renforce votre visibilité et crédibilité

Quelle place pour l'IA ?

L'IA doit être utilisée comme un complément, pour améliorer votre contenu, sans jamais compromettre son authenticité ou sa pertinence.

Optez pour une approche hybride :

- L'IA pour générer des idées de contenus, optimiser sa structure, analyser des données.
- L'expertise de vos équipes pour produire un contenu de qualité, authentique et créatif.

Quels critères retenir pour optimiser le contenu de vos pages ?

- 1 Mots-clés
- 2 **Contenu**
- 3 Balisage
- 4 Performances

✓ Checklist SEO : Contenu

Critère	Détail	Exemple
✔ Contenu original et unique	Chaque page doit traiter d'un sujet précis et unique. Attention à la duplication de texte qui est pénalisée par les moteurs de recherche.	Offrez de la valeur ajoutée par rapport à la concurrence <u>Vérifier le contenu dupliqué avec Siteliner</u>
✔ Contenu diversifié	Variez votre contenu entre textes, images, vidéos, infographies et autres ressources apportant de la valeur.	
✔ Liens internes	Intégrez des liens internes pour renforcer la structure du site en renvoyant vers des pages de la même thématique.	Lien vers d'autres articles, vers une page produit ou un service.
✔ Liens externes	Utilisez des liens externes pour crédibiliser votre contenu et donnent des informations complémentaires à vos lecteurs.	Lien vers une étude de cas ou un article de blog.
✔ Ancres de liens	Les liens que vous intégrez doivent être placées sur 3 à 4 mots-clés, du lien que vous décrivez. Pensez à varier les ancres.	<u>"guide SEO des bonnes pratiques"</u> <u>"principes essentiels du référencement naturel"</u>
✔ Mise à jour régulière	Tenez à jour vos contenus et indiquez les dates de mises à jour à vos visiteurs.	

Balisage SEO

- 1 Mots-clés
- 2 Contenu
- 3 **Balisage**
- 4 Performances

Le balisage SEO permet d'améliorer la compréhension de votre contenu par les moteurs de recherche.

Contrairement à ce que laisse penser le terme "Balisage", si le site est bien conçu au départ, aucune compétence technique n'est requise pour intégrer du balisage SEO à vos pages.

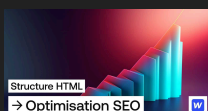
<html>

<p>Il s'agit simplement de **structurer correctement vos pages web** à l'aide de balises HTML spécifiques, afin d'aider les moteurs de recherche à comprendre la hiérarchie et le contenu.</p>

C'est ici que les équipes marketing, les copywriters, et toutes les personnes en charge de la gestion quotidienne du site jouent un rôle crucial.

En organisant et en hiérarchisant le contenu de vos pages avec des règles simples, comme dans une dissertation — un titre principal (H1) pour le sujet central, des sous-titres (H2, H3) pour les détails, des mots clés en gras, et des références pertinentes lorsque nécessaire — vous optimiserez non seulement l'indexation par les moteurs de recherche, mais aussi l'expérience utilisateur en rendant le contenu plus accessible et engageant.

<alt/>



Comment optimiser l'indexation de son site sur Google grâce aux balisages sémantiques ?

H1
H2
H3
H4
H5
H6

Quels critères retenir pour optimiser le balisage de vos pages ?

- 1 Mots-clés
- 2 Contenu
- 3 Balisage
- 4 Performances

✓ Checklist SEO : Balisage

Critère	Détail	Exemple
✔ Titres et sous-titres (H1, H2, H3)	Partez d'une seule H1 comme sujet principal puis utilisez des H2, H3, ... pour structurer votre contenu et aider à la lecture. Évitez les sauts de titres : ne passer pas d'une H2 à une H4.	H1 : "Guide SEO 2024", H2 : "Audit SEO" H3 : "Etape 1" ...
✔ Mise en forme des textes	Utilisez des paragraphes, listes à puces, mots en gras, et autres mises en forme pour structurer et faire ressortir certains éléments.	Exemple : utilisez une mise en forme spécifique pour les citations
✔ Balise Title SEO <60 caractères	Elle doit décrire en quelques mots-clés le contenu de la page afin de pousser au clic.	Exemple : "SEO : Le Guide Complet en 2024"
✔ Balise Meta Description SEO <160 caractères	Elle complète la Balise Title, à l'aide de mots-clés du même champs lexical. Soyez plus descriptif sur le contenu de la page.	Exemple : "Le SEO, vaste domaine comportant plusieurs techniques pour améliorer la visibilité d'un site. Voici un guide complet sur ce qu'il faut savoir pour optimiser votre référencement."
✔ Balises Alt pour les images	Décrivez le contenu des images dans des balises Alt afin d'améliorer leur accessibilité et leur référencement.	Alt : "Graphique montrant la croissance du SEO"
✔ URL <70 caractères	L'URL doit être précis et unique. Il contient les mots-clés primaires de la page, en supprimant les caractères spéciaux, majuscules et mots de liaison.	Exemple : https://digidop.com/ressources/guide-SEO-meilleures-pratiques-redaction-pages-ressources

Performances

- 1 Mots-clés
- 2 Contenu
- 3 Balisage
- 4 Performances

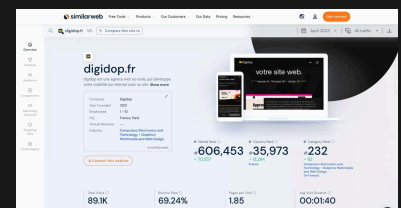
On a tous déjà remarqué qu’avec le temps, nos ordinateurs ont tendance à ralentir. La même chose peut arriver avec un site web si nous ne sommes pas vigilants.

Au fur et à mesure que vous ajoutez des éléments à votre site, comme des scripts personnalisés, des polices, des animations, et d’autres fonctionnalités, votre site peut accumuler ce qu’on appelle du “bloat” ou du “surpoids numérique”.

Un phénomène qui peut progressivement ralentir le temps de chargement de vos pages, affectant ainsi la performance globale de votre site.

Affecte les performances

- 1 Ajout de scripts
- 2 Ajout d’images
- 3 Intégration de vidéos
- 4 Ajout de plusieurs fonts
- 5 Animations complexes
- 6 Accumulation de plugins



4 outils incontournables pour suivre les performances de votre site web

Quels critères retenir pour optimiser le balisage de vos pages ?

- 1 Mots-clés
- 2 Contenu
- 3 Balisage
- 4 Performances

✓ Checklist SEO : Performances

Thème	Critère	Exemple
✓ Images	Optimisez : 1. Le format : privilégiez WEBP 2. La taille : utilisez une taille adaptée à celle de l'endroit où elle se trouve 3. Le poids : pensez à compresser l'image	Utilisez l'outil Squoosh de Google pour compresser, redimensionner et reformater vos images.
✓ Illustrations	Priorisez l'utilisation d'éléments SVG qui sont plus légers et perdent moins en qualité.	Illustrations, icônes, logos.
✓ GIFs	Compressez les GIFs insérés sur vos pages.	Utilisez Ezgif .
✓ Vidéos	Préférez l'intégration d'une vidéo hébergée depuis une autre plateforme plutôt que de l'héberger sur votre site web.	Utilisez YouTube ou encore Vimeo pour héberger vos vidéos.
✓ Typographies	Privilégiez l'utilisation de typographies en format web : WOFF ou WOFF2.	
✓ Lazy Load	Assurez-vous que votre développeur a différé le chargement des images et vidéos jusqu'à ce qu'elles soient visibles.	Utilisez le lazy load pour les images situées plus bas dans la page.
✓ Redirections multiples	Utilisez des redirections 301 et limitez les redirections multiples lorsque vous changez l'URL d'une page.	Remplacez une redirection en chaîne "page A -> page B -> page C" par une redirection directe de "page A -> page C."



SEO Tools

Le choix du bon outil repose sur une chose simple : vos besoins.

Identifiez-les pour chacun des 4 aspects du SEO on-page, puis composez une stack d'outils complémentaires qui réponde à ces exigences.

Tous comme vos besoins, cette stack n'est pas figée dans le temps. Faites la évoluer avec votre stratégie SEO.

Notre sélection d'outils pour optimiser votre SEO on-page

Outil	Description	Utilisation
 <u>Google Key Word Planner</u>	Vous permet de rechercher des mots-clés pertinents pour votre niche et d'estimer leur volume de recherche.	 Mots-clés
 Keyword Tool <u>Keyword Tool</u>	Keyword Tool est un outil de recherche de mots-clés qui utilise Google Autocomplete pour générer des centaines de suggestions de mots-clés.	 Mots-clés
 <u>Ubersuggest</u>	Propose des outils pour la recherche de mots-clés, l'analyse de la concurrence, et le suivi de classement.	 Mots-clés
 <u>Dokey</u>	Vous aide à optimiser le contenu de vos articles et pages web en se basant sur les résultats des meilleurs recherches.	 Mots-clés  Contenu  Balisage
 SURFER <u>Surfer SEO</u>	[Outil et plugin] Analyse les pages des concurrents et vous aide à optimiser votre contenu en fonction des données sur la densité de mots-clés, la structure du texte, et les backlinks.	 Mots-clés  Contenu



SEMrush

Offre des fonctionnalités pour la recherche de mots-clés, l'analyse de la concurrence, et l'audit de site. Il vous aide à optimiser votre contenu et surveiller vos performances.

- Ⓜ Mots-clés
- ≡ Contenu
- ⌚ Performance



Ahrefs

Ahrefs est une suite d'outils SEO qui permet d'analyser les backlinks, la recherche de mots-clés, et la performance du contenu.

- Ⓜ Mots-clés
- ≡ Contenu
- ⌕ Balisage



Squoosh

Squoosh

Outil gratuit de Google qui permet de compresser et de convertir vos images.

- ⌚ Performance



Ezgif

Spécialisé dans l'édition et la compression de GIFs.

- ⌚ Performance



Page Speed Insight

Analyse la vitesse de votre site web sur laptop et mobiles, en fournissant des suggestions pour améliorer les temps de chargement.

- ⌚ Performance



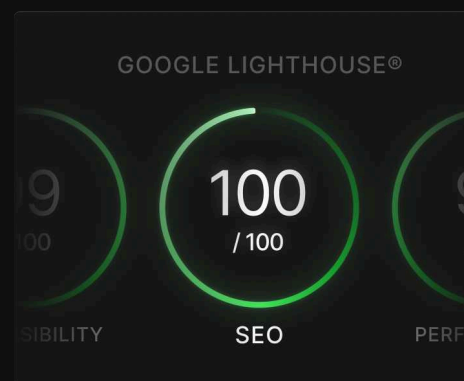
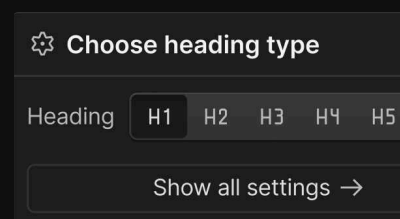
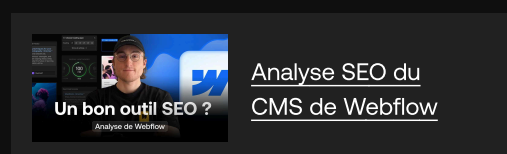
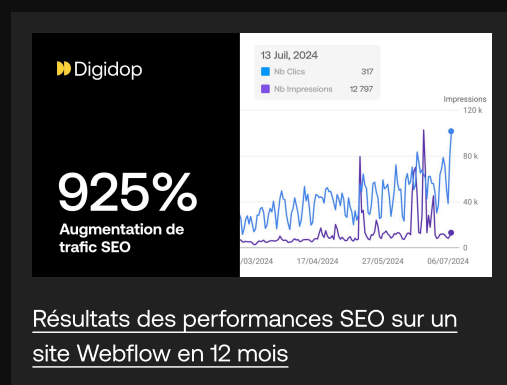
Google Search Console

Vous permet de surveiller la performance de votre site dans les résultats de recherche Google, d'identifier les problèmes d'indexation, et de balisage

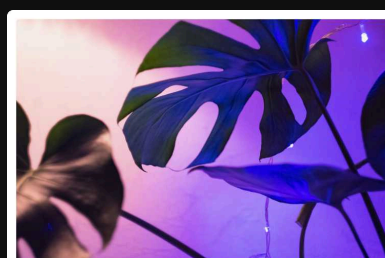
- ⌕ Balisage
- ⌚ Performance

Webflow est-il le bon outil pour votre SEO on-page ?

Performances techniques, puissant CMS et balisage en un clic, Webflow est un outil incontournable à considérer dans votre stratégie SEO.



En savoir plus



Invictos™
<https://invictos.edu> > Blog



Alt Text Custom description

Le SEO, un voyage continu

Vous connaissez maintenant les meilleures pratiques pour optimiser le SEO on-page de votre site web et améliorer son classement sur les moteurs de recherche.

Gardez à l'esprit que l'optimisation SEO est un domaine en constante évolution où chaque ajustement peut avoir un impact significatif sur votre visibilité et votre succès en ligne.

Aller plus loin

Restez informés en suivant notre blog digidop.com/fr/blog, nos réseaux, ou contactez nous à digidop@digidop.com

