

AUDIT SEO
DE VOTRE SITE
INTERNET
OFFERT

LE NOUVEAU LIVRE **SEO**

DÉVELOPPEZ VOTRE VISIBILITÉ
SUR INTERNET

La référence
du référencement naturel

—
Édition enrichie

SEO et intelligence artificielle (IA)
Avec **Elliott Bobiet** et **Olivier Duffez**



STÉPHANE ALLIGNE

Stéphane Alligne

Le nouveau livre SEO : développez votre
visibilité sur internet

© Stéphane Alligne, 2026

ISBN numérique : 979-10-405-9245-7

Librinova”

www.librinova.com

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants cause, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

En partenariat avec

le Journal Économique

JOURNAL
ÉCONOMIQUE

www.journal-economique.fr

Avant-propos

Aujourd'hui, il n'est plus possible de se passer de la visibilité en ligne et d'ignorer le SEO.

Qu'il s'agisse d'une activité de e-commerce ou bien physique, avec sa boutique en centre-ville ou son magasin en périphérie, le référencement naturel (SEO) est devenu une nécessité pour développer son activité.

La situation est la même concernant un média ou un blog. Sans visibilité, il n'a aucune chance d'émerger parmi les milliards de résultats présents dans les moteurs de recherche ni dans ceux des IA.

Cependant, si cela peut paraître simple au premier abord, la visibilité en ligne nécessite d'appliquer des techniques et des méthodes qui ne doivent rien au hasard et qui relèvent parfois de l'expertise.

Le SEO est le levier d'acquisition de visibilité le plus économique, mais aussi l'un des plus chronophages.

Cet ouvrage a pour objectif de transmettre une part de mes 20 années d'expérience à ceux qui n'en disposent pas, pour leur permettre de développer la visibilité de leur site internet : vitrine, blog, e-commerce, média, création de contenus...etc.

Le SEO nécessite d'en apprendre le fonctionnement ; c'est pourquoi je vous explique les fondamentaux qui vont vous permettre de comprendre, avec logique et bon sens, comment tirer parti du référencement naturel pour accroître votre visibilité en ligne.

Tout ce que vous lirez est le fruit de mes recherches et de mes expériences. J'ai dirigé des entreprises de commerce en ligne, mais aussi des magasins physiques, un éditeur de logiciels SaaS, des médias, etc., qui m'ont amené à m'immerger totalement dans l'univers du SEO depuis plus de 20 ans.

Des experts prennent également la parole : **Olivier Duffez**, fondateur de *WebRankInfo* et *MyRankingMetrics* ; et **Elliott Bobiet**, dirigeant de *Pub'n'drive* et co-fondateur du *SEO Summit*.

Par conséquent, dans ce nouveau livre consacré au SEO, vous trouverez tout ce dont vous avez besoin pour vous démarquer de vos concurrents et positionner votre site internet dans les premiers résultats de recherche sur les moteurs de recherche et dans les réponses des IA.

Pensez à laisser un avis sympathique concernant ce nouveau livre SEO et bénéficiez d'un **audit complet de votre site internet d'une valeur de 990€HT**.

Pour laisser un avis sympathique, scannez ce QR code :



Puis commençons le travail ;-)

Introduction

Définition du SEO et utilité

Le SEO, également appelé « *référencement naturel* », est indispensable pour accroître la visibilité d'un site Internet.



Si l'on devait matérialiser physiquement le SEO appliqué au commerce en ligne, il s'agirait de créer les routes qui mènent les visiteurs à votre magasin.

Les nombreuses règles techniques et stratégiques du SEO sont complexes.

Pour débiter, tentons de donner une définition claire du SEO (Search Engine Optimization). Il s'agit de l'optimisation des résultats sur un moteur de recherche tel que Google.

Plus communément, le SEO est la science de positionner un site Internet dans les résultats de recherche naturels de Google.

Le SEO permet d'accroître la visibilité d'un site internet en utilisant les algorithmes et les mécanismes des moteurs de recherche, à l'instar de Google.

Dans ce livre SEO, entièrement consacré au référencement naturel, vous

découvrirez ou redécouvrirez les points essentiels pour se positionner dans les premiers résultats de recherche de Google.

Le SEO pourrait se résumer à trois piliers essentiels pour sa réussite :

- Le contenu
- La technique
- L'autorité.

Le SEO nécessite un suivi régulier des KPI (indicateurs clés de performance) de votre site Internet.

Pour cela, il existe différents outils que nous détaillerons dans cet ouvrage.

Pour les consommateurs, le SEO a l'avantage de ne pas se présenter comme de la publicité.

De surcroît, apparaître dans les résultats naturels d'un moteur de recherche comme Google crédibilise l'image du site internet concerné.

Contrairement aux idées reçues, le SEO n'est pas un levier d'acquisition gratuit.

Bien au contraire, c'est un des leviers les plus coûteux dans la mesure où le temps à y consacrer est sans limite.

Seulement, une fois que la stratégie SEO montre des résultats, sa pérennité et sa rentabilité sont plus importantes que les autres leviers d'acquisition.

Le succès de n'importe quel site internet ou e-commerce réside dans sa visibilité.

Sans visibilité, aucune légitimité, aucun branding de la marque, aucune vente.

Le SEO et le SEA sont extrêmement complémentaires :

La meilleure configuration est de disposer d'une première position en référencement naturel sur Google et d'avoir, en plus, une annonce de lien sponsorisé placée juste au-dessus, comme ceci :



Ainsi, on peut espérer une audience démultipliée.

Vis-à-vis du consommateur, le résultat naturel en SEO crédibilise le résultat payant juste au-dessus.

Il est important d'avoir des notions de longue traîne, c'est-à-dire de ces requêtes saisies par les internautes sur leur moteur de recherche, mais dont la concurrence des résultats n'est pas flagrante.

Si sur « *prêt immobilier* » la concurrence généraliste est évidente, elle l'est beaucoup moins sur « *prêt immobilier in fine maison de campagne* ».

Il sera ainsi plus facile de se positionner sur ce dernier mot-clé que sur le mot-clé principal.

Par conséquent, il est souhaitable de consacrer au moins 40% des moyens et des ressources SEO à la longue traîne et 60% sur les mots-clés principaux.

De la même façon, il est plus simple de se positionner avec le SEO au niveau local.

Prenons l'exemple simple d'un magasin de chaussures.

Il sera toujours plus simple de positionner un site internet sur « *magasin de chaussures Nantes* » plutôt que « *magasin de chaussures* ».

En outre, la concurrence est naturellement moins importante en SEO local qu'au niveau national.

En effet, l'offre y est moins abondante et les concurrents moins nombreux. C'est d'autant plus vrai que de nombreux internautes recherchent des services locaux directement depuis leur téléphone portable. Il convient par conséquent d'être visible localement sur ces requêtes.