



Julien Cortesi  
@juliencortesi

# Stratégie **SEO B2B** Efficace en **5 Étapes**





Julien Cortesi  
@juliencortesi

Avant de commencer, il est important de  
lister **les erreurs les plus fréquentes en  
SEO B2B :**

**Une stratégie SEO déconnectée du  
marketing global**

**CTA mal aligné avec l'intention du visiteur**

**Un contenu TOFU qui n'amène pas à la  
conversion**





Julien Cortesi  
@juliencortesi

## **Conséquences :**

- ✗ Faible taux de conversion**
- ✗ Trafic non qualifié**
- ✗ Perte de temps et d'argent sur du contenu inefficace**





Julien Cortesi  
@juliencortesi

**Voici 5 étapes à suivre pour corriger ces problèmes**





Julien Cortesi  
@juliencortesi

# 1. Comprendre sa cible et son marché

Avant toute optimisation, vous devez répondre à ces questions :

- ✓ Quelle **problématique** mon produit/service résout-il ?
- ✓ Qui est mon **client idéal** ?
- ✓ Comment recherche-t-il une **solution** ?
- ✓ Quels **termes** utilise-t-il pour parler de mon produit ?
- ✓ Quels sont mes **concurrents** et comment se positionnent-ils ?

**Objectif** : Construire une stratégie alignée avec les **besoins réels** de votre audience.





Julien Cortesi  
@juliencortesi

## 2. Trouver les bons mots-clés

Identifiez les mots-clés qui traduisent les **intentions de recherche réelles** de votre audience. Pour cela :

- ✓ Recherche **par association** (outil + besoin, service + localisation...)
- ✓ **Analyse des concurrents** via Semrush ou Ahrefs
- ✓ Exploitation des données de **Google Search Console**
- ✓ Étude des **recherches transactionnelles** (Google Ads)

**Objectif** : Prioriser des mots-clés à **fort potentiel de conversion**.





Julien Cortesi  
@juliencortesi

### 3. Nettoyer et organiser les mots-clés

Ne gardez que les requêtes réellement **pertinentes** :

- ✓ Élimination des mots-clés **hors sujet** ou **trop génériques**
- ✓ Groupement par **intention** et **similarité** pour éviter la **cannibalisation**
- ✓ Identification des **opportunités stratégiques** (requêtes à faible volume mais forte intention d'achat)

**Objectif** : Regrouper les mots clés identifiés par similarité et supprimer les mots clés hors-sujets et les doublons.





Julien Cortesi  
@juliencortesi

## 4. Définir une stratégie de contenu puissante

Chaque groupe de mots-clés correspond à une **opportunité de contenu**.

Pour chaque page :

- ✓ **Type de contenu** : page produit, service, article, comparatif...
- ✓ **Position dans le parcours d'achat** : découverte, évaluation, conversion
- ✓ **Objectif marketing** : informer, convaincre, convertir
- ✓ **Call-To-Action adapté** : prise de contact, demande de devis, téléchargement
- ✓ **Intégration dans l'arborescence du site**

**Objectif** : Créer un contenu qui **attire ET convertit**. →





Julien Cortesi  
@juliencortesi

## 5. Produire du contenu optimisé

Avant d'écrire, structurez un **brief éditorial solide** :

- ✓ Type de format privilégié par Google : guide, article, comparatif...
- ✓ Longueur et structure du contenu (titres, sous-titres, paragraphes courts...)
- ✓ Intégration de médias : images, vidéos, infographies...
- ✓ Optimisation UX : lisibilité, clarté, navigation intuitive
- ✓ Call-To-Action pertinent à chaque étape du contenu

**Objectif** : Assurer un impact maximal sur le référencement et la conversion.





Julien Cortesi  
@juliencortesi

**Ce contenu  
vous a-t-il été  
utile ?**

Abonnez-vous.



Julien Cortesi • Vous  
Freelance | Développeur Web et consultant SEO  
1 j • 

+ Suivre ...

Réagis.



5 commentaires

 J'aime

 Commenter

 Republier

 Envoyer