

# PRATIQUES RÉDACTIONNELLES

## LE LECTEUR TYPE

Qu'est ce qu'un persona ?

Le persona Generation Voyage

## OPTIMISER SON CONTENU

Que signifie un contenu "facile à lire" ?

Comment construire une phrase efficace ?

Quels sont les bons usages de ponctuation ?

Comment optimiser les mots de liaison ?

Et le style dans tout ça ?

Points de vigilances supplémentaires

## OPTIMISER LE SEO/SXO AVEC YOAST

Les critères de lisibilité (SXO)

Les critères d'optimisation (SEO)

# LE LECTEUR TYPE

## Qu'est ce qu'un persona ?

Un Persona est une **personne fictive** qui représente un groupe cible. Lors de la construction du persona, cette personne fictive se voit assigner une série d'attributs qui enrichissent son profil pour mieux exprimer les caractéristiques du groupe cible. Grâce à ces caractéristiques, les équipes (...) créent des scénarios d'utilisation d'un produit ou d'un service, (...) définissent une **stratégie** de positionnement, de promotion ou de distribution.

## Le persona, ou lecteur type de Generation Voyage

# JEANNE MONJEAU

31 ans, professeur de français  
Banlieue parisienne - Célibataire - Sans enfant

*"Voyageuse dans l'âme, j'aime partir à la découverte du monde au moins une fois par an."*

**Aisance numérique** ●●○○

**Expertise domaine** ●●○○

**Fréquence d'usage** Plusieurs fois par jour

### 🎯 SES BESOINS

- Découvrir de nouvelles destinations ;
- Avoir accès à des guides de voyage complets ;
- Recueillir des conseils et témoignages ;
- S'inspirer des tendances voyage.

### 👤 SA PERSONNALITE

- Curieuse et passionnée ;
- Accorde de l'importance à l'esthétisme ;
- Adepte des réseaux sociaux ;
- Privilégie l'authenticité.



Dans tous les cas, il est désormais essentiel de garder en tête une ligne directrice : le lecteur apprécie le contenu facile à lire. Vous pouvez vous référer au Guide de bonne pratique du contenu disponible ici : <https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=fr>

## OPTIMISER SON CONTENU

---

### Que signifie contenu “facile à lire” ?

Nous allons vous demander de respecter un certain nombre de points sur lesquels nous serons désormais vigilants.

- **La longueur des paragraphes** (pour rappel : un paragraphe est une division d'un texte où n'apparaît aucun saut de ligne) : 150 mots au maximum
- **Le nombre de paragraphes par h3** : deux paragraphes par h3 sont autorisés. Si la quantité d'informations demande d'utiliser plus de 300 mots (et uniquement si cela s'avère nécessaire), il est possible d'utiliser des subdivisions en h4.

Exemple 1	Exemple 2
<pre>&lt;h3&gt;Titre 1&lt;/h3&gt; Paragraphe 1 : 150 mots (Saut de ligne) Paragraphe 2 : 150 mots  &lt;h3&gt;Titre 2&lt;/h3&gt; etc.</pre>	<pre>&lt;h3&gt;Titre 1&lt;/h3&gt; &lt;h4&gt;Sous-titre1&lt;/h4&gt; Paragraphe 1 : 150 mots  &lt;h4&gt;Sous-titre2&lt;/h4&gt; Paragraphe 2 : 150 mots  &lt;h4&gt;Sous-titre 3&lt;/h4&gt; Paragraphe 3 : 150 mots  &lt;h3&gt;Titre 2&lt;/h3&gt; etc.</pre>

- **Distance entre deux balises (entre deux balises h3 ou une h3 et une h4) :**

- entre deux balises h3 ou une balise h3 et h4 : maximum de 300 mots ;
- entre deux balises h4 : maximum de 150 mots.

- **La longueur des phrases :**

- **une phrase = une idée** ;
- une phrase bien construite ne fait pas plus de 15 mots, voire **20 mots** AU GRAND MAXIMUM.
- 5 phrases de plus de 40 mots sont autorisées pour un contenu de 1 500 mots. Si un contenu contient plus de 5 phrases de plus de 40 mots, il vous sera demandé de le reprendre.
- Les phrases de plus de 40 mots sont **proscrites**.

### **Pourquoi revenir à l'essentiel dans vos phrases ?**

Le premier point est d'inviter notre persona Jeanne à faire des pauses. Elle doit imaginer ce à quoi vous faites allusion. Le second point est lié aux moteurs de recherche.

En prenant la main de Jeanne dans sa lecture, elle aura le temps de se projeter dans le lieu que vous décrivez. N'oubliez pas que vous rédigez pour un site de voyage. De ce fait, vous devez lui donner envie de prendre son sac à dos et de partir à l'aventure.

## **Comment construire une phrase efficace ?**

Une phrase doit contenir un **sujet, un verbe et un complément**. Elle commence par une majuscule et se termine par un point.

## **Quels sont les bons usages de ponctuation ?**

(Si la ponctuation n'est pas bonne, il vous sera demandé de corriger le contenu.)

- Une phrase commence par une majuscule et se termine par un point (point final, exclamation, interrogation). Dans de rares cas, il est possible d'utiliser des points de suspension.
- Les **virgules** permet de marquer une courte pause dans une phrase.
- Le **point virgule** est à proscrire.
- Les **deux points (:)** sont à utiliser à la fin d'une phrase, pour indiquer un énoncé indépendant (précision, citation, etc.). Ce signe de ponctuation ne peut être utilisé qu'une seule fois par phrase.
- Les **parenthèses** : à utiliser rarement.

- Le **tiret-long** : ne pas l'utiliser car il allonge les phrases inutilement.
- Le **point d'exclamation** ne s'utilise pas pour toutes les phrases.
- N'inventez pas vos propres signes de ponctuation (du genre de ".." par exemple)

### Important

1. On met un espace avant et après les signes de ponctuation double ;
2. On met un espace SEULEMENT après un signe de ponctuation simple.

## Comment utiliser les mots de liaison ?

Pour structurer votre contenu, il est conseillé d'utiliser des mots de liaison. Ces mots de liaison conduisent le lecteur à vous suivre dans votre voyage.

En outre, les moteurs de recherche voient la logique de votre contenu. Les algorithmes de Google peuvent désormais **comprendre ce que vous rédigez**.

## Et le style dans tout ça ?

N'oubliez pas que vous rédigez pour un site de voyage.

Il est fort à parier que les personnes qui lisent l'article soit à la recherche d'informations sur leur destination. Ainsi, vous devez leur **donner envie de visiter** le lieu sur lequel vous êtes amenés à écrire.

Si vous avez un style qui vous est propre et que vous êtes un bon rédacteur web, vous saurez vous adapter aux contraintes de la rédaction web.

## Les points de vigilance supplémentaires

- Pas de **passé simple** : l'utilisation du passé simple est proscrite. Les phrases sont désagréables à lire et n'invitent donc pas au voyage.
- Le contenu paraphrasé, voire copié d'autres sites, est proscrit. Cette pratique est pénalisée par Google (**Duplicate Content**) ;
- Ne pas insérer le mot-clé à toutes les sauces, faire avec parcimonie ;
- Vous devez fournir une réponse précise à la problématique de l'article. Si le titre de l'article est "les 8 choses à faire à Lyon", il est essentiel de lister 8 choses **à faire à Lyon**. Pas 5 à Lyon, 2 à Saint-Etienne et 3 à Valence. Si vous n'en avez que 5 à Lyon, renommez votre article "Les 5 choses à faire à Lyon".

# OPTIMISER LE SEO/SXO AVEC YOAST

---

## Comment allons-nous juger la qualité de vos articles ?

Nous avons récemment remarqué que la qualité des articles de très nombreux rédacteurs n'étaient pas exactement conforme à nos attentes. Ainsi, nous avons réfléchi à une solution pour vous aider à mieux comprendre la manière dont vous devrez rédiger. Juger de la qualité d'un article est une chose délicate. Evidemment, nous allons nous baser sur notre propre **ressenti** et sur un outil connu de la rédaction web : **Yoast**.

Yoast est un outil qui **facilite le réglage des publications pour l'optimisation SEO** grâce à l'analyse des contenus publiés. Les critères établis par Yoast est un bon indicateur de référence. Yoast propose deux versants qui nous intéressent :

- **Les critères de lisibilité (SXO) ;**
- **Les critères d'optimisation (SEO).**

Ces deux versants de Yoast peuvent être utilisés indépendamment l'un de l'autre. Nous avons choisi de nous attarder sur ces deux aspects en simultané.

Si un versant est bien travaillé, un indicateur de **couleur verte** s'affiche instantanément. S'il est de qualité moyenne, il est de **couleur orange**. S'il est de mauvaise qualité, l'indicateur est **rouge**.

### Important

- Nous refuserons tout article qui aura un seul indicateur rouge, ou les deux rouges.
- Néanmoins, notre ressenti restera primordial. Un article peut parfaitement remplir tous les critères de Yoast sans être de qualité pour autant.

## Les critères de lisibilité (SXO)

- Le **score Flesch** : sur une échelle de 1 à 100 (100 étant le niveau optimal). Il permet d'avoir un indicateur sur la facilité de lecture d'un texte. Vous devez avoir un score minimum de 65. Le score baisse s'il y a des fautes, s'il est mal structuré et s'il ne répond pas aux consignes qui suivent.
- Ecrire à la **voix active** : la voix passive a tendance à apporter de la confusion dans la compréhension des textes.
- La **longueur des phrases** : Yoast ne tolère pas une densité moyenne de phrases longues (plus de 20 mots). Pour diminuer la longueur de vos phrases, utilisez la ponctuation adaptée.
- Les **phrases consécutives** : Yoast détecte les phrases qui commencent par les mêmes mots. Même dans le cas de listes, vous devrez varier le début de vos phrases.

- Les **mots de transition** : Yoast recommande que 30 % de vos phrases commencent par des mots de transition. Liste des mots de transition ici : <https://www.gimmesocialweb.fr/mots-de-transition-yoast-liste-complete/>
- La **hiérarchie des titres** : bonne utilisation des balises h2, h3 et h4. Ne jamais utiliser un h3 avant le h2, ni un h4 avant un h3. Référez-vous à la structure qui vous est demandée pour la rédaction de nos articles. Il doit y avoir une balise hn tous les 300 mots grand maximum.
- La **longueur des paragraphes** : 150 mots.

Pour l'heure, la majorité des contenus que nous recevons rencontre le genre de problèmes cités sur la copie d'écran qui suit. Le score de lisibilité Flesch est bon, mais les phrases sont beaucoup trop longues et les titres hn sont mal positionnés. Dans un tel cas, nous allons vous demander de reprendre votre article pour en améliorer sa lisibilité, donc sa compréhension.

**Exemple** : la phrase la plus longue de ce contenu contenait 96 mots.

SEO
Lisibilité
Réseaux sociaux

**Résultats de l'analyse** ?

^ Problèmes (4)

- **Voix passive** : 15.6% des phrases sont à la forme passive, ce qui est au delà du ratio maximum recommandé de 10%. [Passez plutôt à la voix active.](#)
- **Phrases consécutives** : Le texte contient 3 phrases consécutives qui commencent avec le même mot. [Ajoutez un peu de variété !](#)
- **Hiérarchie des titres** : 2 sections de votre contenu font plus de 300 mots et ne sont pas séparées par des titres. [Ajoutez-en pour améliorer la lisibilité.](#)
- **Longueur de phrase** : 42.6% des phrases contiennent plus de 20 mots, ce qui est au delà du ratio maximum recommandé de 25%. [Essayez de raccourcir vos phrases.](#)

^ Améliorations (1)

- **Longueur des paragraphes** : 1 des paragraphes font plus du maximum recommandé de 150 mots. [Raccourcissez vos paragraphes !](#)

^ Déjà optimisé (2)

- **Test de lisibilité Flesch** : Votre contenu obtient 71.6 au test, ce qui est considéré comme assez facile à lire. Bon travail !
- **Mots de transition** : Parfait !

## Les critères d'optimisation (SEO) qui vous concernent

- La **longueur du h2** (métadescription sur GV) : elle ne doit pas dépasser 156 caractères (impératif).
- Utiliser le **mot-clé de l'article** dans le H2/métadescription (impératif).
- Utiliser votre mot-clé **au début de votre titre**/métatitre
- Utiliser votre mot-clé le plus **rapidement** possible (idéalement dans le 1er paragraphe).
- Utiliser votre mot-clé de manière à ce qu'il soit répété à hauteur de **0,8 % à 1 %** de la totalité du texte (impératif).
- En termes de longueur du contenu, merci de vous baser sur nos indications.

Les autres critères évoqués dans la copie d'écran suivante ne vous concernent pas. Toutefois, en respectant les points SEO que nous évoquons précédemment, votre contenu sera prêt à être intégré sur Génération Voyage.

 Analyse SEO  
fête des lumières

[+ Ajouter des synonymes](#)  
[+ Ajouter une variante](#)

### Résultats de l'analyse

^ Problèmes (3)

- [Requête dans l'introduction](#) : Votre requête ou ses synonymes n'apparaissent pas dans le premier paragraphe. [Assurez-vous que le sujet soit rapidement évoqué.](#)
- [Requête dans les titres](#) : Plus de 75% de vos titres de haut niveau reflètent le sujet de votre contenu. C'est trop. [Ne sur-optimisez pas !](#)
- [Ancre avec la requête cible](#) : Vous faites un lien vers une autre page avec les mots de votre requête. [Ne faites pas ça !](#)

∨ Améliorations (1)

^ Déjà optimisé (11)

- [Liens externes](#) : Bon travail !
- [Maillage interne](#) : Il y a aussi bien des liens internes en nofollow que des liens normaux sur cette page. Bien joué !
- [Longueur de la requête](#) : Bon travail !
- [Densité de requête](#) : La requête cible a été trouvée 25 fois. C'est très bien ! 
- [Requête dans la méta description](#) : La requête ou son synonyme apparaît dans la méta description. Parfait !
- [Requête déjà utilisée](#) : Vous n'avez jamais utilisé cette requête, très bien.
- [Textes alternatifs](#) : Bon travail !
- [Longueur du contenu](#) : Le contenu a une longueur de 2358 mots. Bon travail !
- [Requête dans le titre](#) : Les mots de votre requête apparaissent au début de votre méta titre. Bon travail !
- [Longueur de méta titre](#) : Bon travail !
- [Requête dans le slug](#) : Bon travail !