

BrightonSEO Oct 2022 :

Le référencement sous toutes ses coutures

Pour l'équipe de BrightonSEO, le mois d'octobre est chargé. Après un événement physique sur trois jours, sa conférence sur les recherches en ligne se tiendra du 19 au 21 octobre 2022. Plus de 170 intervenant-es y aborderont des thèmes liés à la visibilité sur Internet : stratégie de contenu, aspects techniques du référencement naturel, SEO international...

Avec autant de présentations, vous ne pourrez pas assister à tout, encore moins en direct. Pour vous aider à faire votre choix, je partage ci-dessous ma sélection de 26 interventions.

De quoi vous aider à mettre toutes les chances de votre côté pour [attirer vos prospects sur votre blog](#), et même [passer au niveau supérieur](#) si vous êtes rédactrice ou rédacteur web !

Stratégie de contenu

Pour définir une stratégie de référencement naturel efficace pour votre site web ou ceux de votre clientèle, vous devez 1) apprendre à connaître votre public et 2) étudier les sites concurrents. Toutefois, avec un site existant, la première étape consiste toujours à 3) réaliser un audit de votre contenu.

Après ces étapes fondamentales, vous devriez vous assurer 4) de ne jamais manquer d'idées de contenu, mais aussi de 5) vous concentrer sur les sujets pertinents pour 6) créer du contenu qui convertit. Un 7) *cluster* peut être une méthode très efficace pour cela.

Bien sûr, une même stratégie ne fonctionnera pas pour toutes les sociétés. Par exemple, les 8) startups B2B ont des besoins particuliers.

1. *How to use brand archetypes to discover and define content pillars to build out a search strategy* par Tasha Antwi
2. *Understanding your competitors' business to be truly successful at SEO* par Tom Vaughton
3. *'You want me to look at HOW MANY pages?'* *How to do a content audit for thousands of URLs* par Lucy Dodds
4. *How to come up with content ideas without relying on search volume* par Steph Naylor
5. *Content prioritisation: approaching infinite opportunities with finite resources* par Sam Colebrook
6. *How to create content that actually brings in leads – not just traffic* par Araminta Robertson
7. *What the (cluster)f*ck? Convince Google you're an expert and plan your content faster* par Alice Rowan
8. *To 'B' or not to 'B': B2B content strategy for startups* par Yagmur Simsek

Responsabilité sociétale des entreprises (RSE)

Si votre public se préoccupe de l'impact de votre marque sur les personnes et sur l'environnement, vous devriez 9) définir une stratégie RSE et communiquer sur vos actions. En montrant ce que fait votre marque pour améliorer ses propres pratiques et celles de son secteur, vous pourrez renforcer la loyauté de vos clients, augmenter vos revenus, et plus encore.

Cette communication est d'autant plus importante si votre secteur a été critiqué pour ses pratiques non durables, comme 10) le secteur de la mode. Toutefois, tous les sites web sont concernés, car 11) Internet a une empreinte environnementale considérable. La bonne nouvelle, c'est que les professionnel·les du référencement naturel peuvent aider à la réduire.

9. *How to put together a corporate social responsibility strategy and why it matters* par Rebekah Conway
10. *David vs Goliath: the rise of sustainable fashion against fast fashion giants* par Monet Blake
11. *How your website impacts the planet - and what you can do about it!* par Stuart Davies

L'impact environnemental de nos activités en ligne est un sujet qui me tient à cœur. J'ai tendance à considérer que les spécialistes du SEO (dans lequel-les je m'inclus) font partie du problème et je trouve dommage que nombre d'entre nous n'en parlent jamais. J'ai vraiment hâte d'assister à la présentation de Stuart Davies et de découvrir les solutions qu'il va nous proposer.

Diversité, équité et inclusion (DEI)

Un autre sigle auquel vous devriez prêter attention est « DEI ». Si vous n'y connaissez rien, vous devriez écouter 12) ce que les deux fondatrices d'une communauté ont appris en matière de diversité et d'inclusion. Et si vous souhaitez 13) contribuer à la création d'un web plus inclusif, vous pouvez commencer par quelques corrections rapides à mettre en œuvre.

En tant que spécialistes du référencement naturel, comment pouvons-nous faire du web un espace qui reflète une plus grande diversité ? Si vous n'en avez aucune idée, prenez le temps de 14) comprendre pourquoi les premières positions des résultats de recherche manquent de diversité et comment vous pouvez contribuer à y remédier.

12. *What building a community can teach you about tackling diversity & inclusion issues* par Wilhemina Gilbertson-Davis et Rejoice Ojiaku
13. *Creating an inclusive web - quick and actionable fixes with a little cheat sheet* par Miracle Inameti-Archibong
14. *Where are all the Black owned companies in the SERPs?* par Fabio Embalo

J'espère que certain·es intervenant·es parleront de communication inclusive (p. ex. la prise en compte des handicaps, le bannissement des stéréotypes, l'utilisation d'un langage neutre du point de vue du genre ou d'un langage qui donne de la visibilité aux femmes et aux personnes non binaires), d'autant plus que je viens de commencer une [formation en écriture inclusive en français](#).

SEO international

Lorsque vous décidez de donner à vos contenus une dimension globale, vous devez définir une stratégie de SEO international. 15) Comment allez-vous optimiser votre site international ? 16) Comment localiser correctement votre contenu ? Quels écueils devrez-vous éviter ?

Par exemple, si vous ciblez une clientèle européenne, vous devriez savoir que des règles particulières s'appliquent en matière de cookies. 17) Si vous ne savez pas par où commencer, découvrez comment vous conformer au Règlement général sur la protection des données (RGPD) et à la directive ePrivacy.

15. *Bridging the content divide: removing the language barrier for international success* par Hinde Lamrani
16. *How to produce great multilingual content, even when you can't read it* par Laura McInley
17. *Cookie consent: mechanisms and practices for GDPR and ePrivacy compliance* par Rowenna Fielding

En tant que [traductrice spécialisée dans la protection des données](#), je me devais de mentionner la troisième présentation, mais je m'intéresse particulièrement aux deux premières.

J'espère que Hinde Lamrani et Laura McInley expliqueront comment elles collaborent avec des spécialistes de la localisation, et pas *seulement* avec des intermédiaires tels que les agences de traduction.

SEO et accessibilité

Une stratégie réellement inclusive devrait respecter les bonnes pratiques et s'appuyer sur des fonctionnalités d'accessibilité mûrement réfléchies. 18) Ces pratiques et fonctionnalités peuvent avoir un impact positif aussi bien pour les internautes que pour votre référencement naturel. 19) Est-ce que Schema en fait partie ?

La plupart des sociétés se privent d'une partie de leur public, car le contenu qu'elles publient sur les réseaux sociaux n'est pas accessible. 20) Découvrez en quoi consiste l'accessibilité sur les réseaux sociaux, quels défis rencontrent vos prospects sur vos canaux et comment vous pouvez éliminer ces obstacles.

18. *The intersection between SEO and accessibility* par Jessica Mackereth

19. *Accessibility, Strategy and Schema. Do they go hand in hand?* par Beth Barnham

20. *How to create accessible social media content* par Ellen Cole

N'ayant jamais approfondi le sujet de l'accessibilité ni pris le temps d'ajouter Schema à mon site, j'espère que ces présentations me décideront à le faire ! En attendant, je m'intéresse de près à deux autres outils d'accessibilité : [le langage clair et le legal design](#).

Aspects techniques du SEO

Même la meilleure stratégie de contenu sera inefficace si votre site web présente des problèmes techniques. C'est pourquoi les connaissances techniques sont si importantes pour les spécialistes du référencement naturel. Par exemple, savez-vous 21) comment JavaScript peut affecter l'affichage de votre site web et comment prévenir ou corriger les problèmes les plus courants ?

Pour vous aider à définir et mettre en œuvre votre stratégie SEO, vous devriez vous doter des bons outils. Si nombre d'entre eux ne demandent aucune compétence en programmation, certaines personnes font des choses incroyables 22) avec Google Sheets, 23) avec des API et même 24) en ligne de commande.

21. *A guided tour of JavaScript for SEOs* par Martin Splitt

22. *Spreadsheet sorcery: a Google Sheets guide for the aspiring wizard* par Matt Greenwood

23. *Using APIs and automation to resolve SEO challenges* par Jérôme Salomon

24. *Using command line to save time on common SEO tasks* par Dino Kukic

Je suis surprise de ne voir aucune présentation sur Python, car ce langage est aussi très utile pour le référencement naturel ! J'ai d'ailleurs rassemblé quelques ressources sur l'utilisation de Python pour le SEO. Si cela vous intéresse, n'hésitez pas à me contacter. Malgré tout, je me réjouis de découvrir de nouveaux moyens de gagner du temps sur les aspects techniques du SEO !

Développement commercial

Si vous êtes un-e spécialiste du SEO qui cherche à faire progresser sa carrière ou à développer son entreprise, vous devriez 25) vous renseigner sur le réseautage, son fonctionnement, ce qu'en pensent vos collègues et ce qu'il peut faire pour vous.

Vous devriez aussi 26) développer de bonnes pratiques pour vous assurer que votre stratégie de référencement naturel sera mise en œuvre. Découvrez comment tirer parti de la psychologie pour comprendre les motivations personnelles de votre clientèle, prendre en compte ses objectifs professionnels, mais aussi communiquer l'impact et le retour sur investissement de votre stratégie SEO de manière à ce qu'elle y adhère.

25. *Networking for SEOs (and why it matters)* par Greta Koivikko

26. *How to get 10x better at SEO, without learning any more SEO* par Daniel Cartland

Cette deuxième présentation devrait être particulièrement utile aux professionnel·les du SEO qui travaillent avec de grandes entreprises et qui ont affaire à de nombreuses parties prenantes. Toutefois, les TPE et PME ont aussi besoin d'être convaincues des apports du référencement naturel avant d'y investir leur temps et leur argent.

Tarifs et enregistrements

Pour assister à cet événement, vous aurez besoin d'un ticket gratuit ou payant. L'accès gratuit se limite au visionnage en direct, ce qui posera problème si vous voulez profiter à fond de cet événement. En effet, plusieurs présentations se dérouleront au même moment.

Pour accéder aux enregistrements, vous devrez acheter un ticket à 205 £ qui vous permettra de revoir les présentations pendant 365 jours à compter de votre achat. Ce ticket vous donnera également accès au Video Vault de BrightonSEO, qui coûte normalement 330 £ pour 6 mois ou 495 £ pour un an.

Si vous souhaitez partager votre accès aux enregistrements avec votre équipe, vous pouvez aussi opter pour un ticket à 820 £. Chaque membre de votre équipe qui souhaite assister à BrightonSEO en direct devra détenir un ticket gratuit.

Si vous comptez assister à BrightonSEO, quelles présentations avez-vous sélectionnées et pourquoi sont-elles importantes pour les spécialistes du référencement naturel ? Pensez-vous que cet événement a fait l'impasse sur des sujets pertinents ? Et y a-t-il d'autres événements liés au SEO que vous attendez avec impatience ? Dites-le-moi [sur LinkedIn](#) !