GUIDES

Comment écrire des pages que les gens recherchent vraiment ?

Par Erik Mäkitalo, fondateur de Mandalytics · Mis à jour le 3 novembre 2026 · 5 min de lecture

LA RÉPONSE COURTE

Google affiche pour chaque recherche la page qui y répond le mieux : une page claire sur un seul sujet vaut donc mieux qu'une page générale qui mentionne beaucoup de choses. Trouvez les recherches liées à votre activité pour lesquelles votre site n'a pas de page, et écrivez une page solide pour chacune. Chaque nouvelle page est une nouvelle porte d'entrée vers votre site, mais écrivez pour des lecteurs, pas pour une liste de mots-clés.

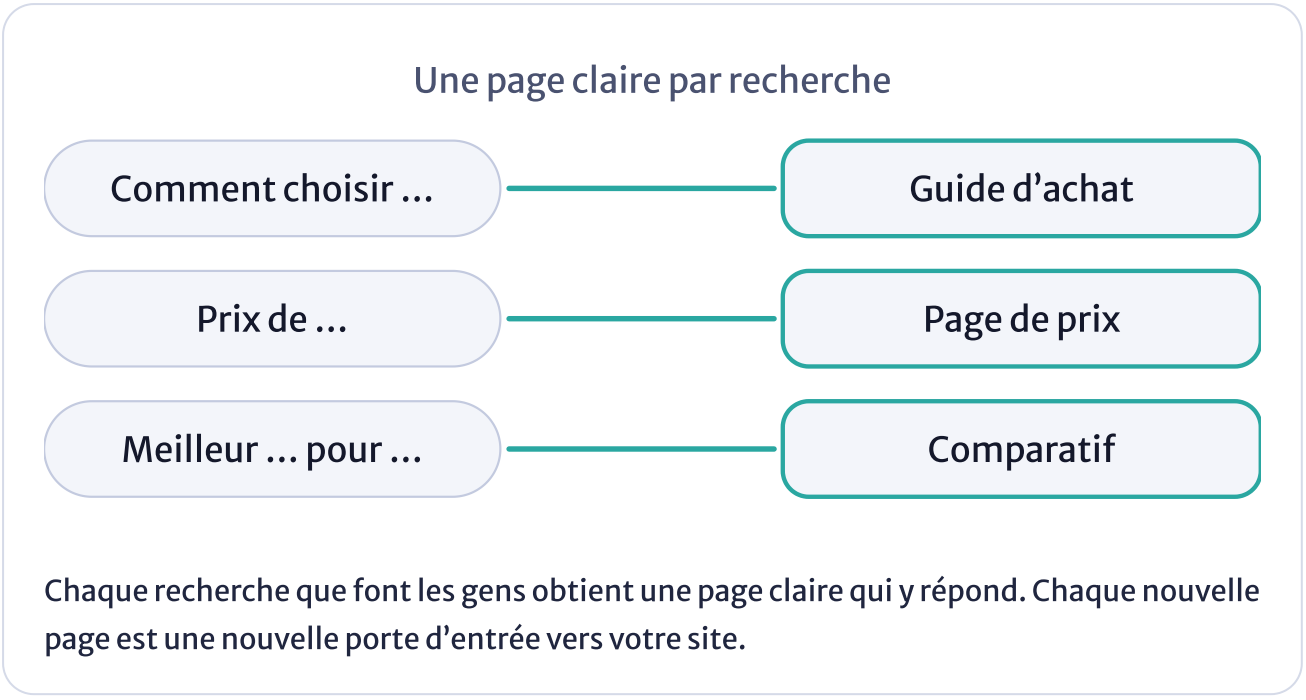
Pourquoi écrire de nouvelles pages plutôt qu'améliorer la page d'accueil ?

Google affiche pour chaque recherche la page qui y répond le mieux. Une page clairement consacrée à un sujet, avec les mots des gens dans son titre et ses premières lignes, l'emporte sur une page générale qui mentionne beaucoup de choses. Chaque nouvelle page que vous écrivez est une nouvelle porte d'entrée vers le site.

Comment choisir ce qu'il faut écrire ?

1. **Partez de vraies recherches.** Votre rapport liste des recherches voisines pour lesquelles votre site n'a pas de page et qui semblent accessibles.
2. **Vérifiez l'intention.** Regardez ce que Google affiche pour la recherche. Si les résultats sont tous des guides, écrivez un guide. Si ce sont des produits, écrivez une page produit ou catégorie.

3. **Choisissez un sujet par page.** Ne tassez pas trois sujets dans une seule page, et n'écrivez pas une page mince distincte pour chaque petite variante. Google considère comme du spam les pages conçues pour capter des questions isolées. Écrivez une page solide qui répond aussi aux questions suivantes du lecteur.



Chaque recherche que font les gens obtient une page claire qui y répond. Chaque nouvelle page est une nouvelle porte d'entrée vers votre site.

Qu'est-ce qui fait qu'une page est assez bonne ?

- **Un titre clair** avec les mots que les gens recherchent.
- **La réponse dès les premières lignes**, puis les détails.
- **De vraies précisions :** prix, étapes, exemples, à qui cela convient. Faites le test de l'échange : si un concurrent pouvait copier votre phrase telle quelle, rendez-la plus précise.
- **Assez de texte pour être utile.** Il n'y a pas de nombre de mots fixe. Les pages qui n'ont qu'un titre et quelques lignes apparaissent rarement, car Google n'a rien à quoi rattacher une recherche.
- **Des liens vers et depuis** vos pages voisines.

Et les pages minces et les pages de catégorie ?

Les pages quasiment sans texte sont difficiles à situer pour Google. Pour les boutiques, une page de catégorie avec moins de 100 mots de texte propre devrait recevoir deux ou trois paragraphes utiles : à qui s'adressent les produits, comment choisir et ce qui rend les vôtres différents. Améliorez-les avant d'en écrire de nouvelles, puisqu'elles existent déjà et sont peut-être déjà classées.

Questions fréquentes

Combien de nouvelles pages dois-je écrire ?

Autant que vous pouvez en faire de bonnes. Une page utile par semaine ou par mois vaut mieux que dix pages minces en une journée.

Un outil d'IA peut-il écrire la page à ma place ?

Google indique que la qualité dépend de l'effort, de l'originalité et de l'exactitude, pas de qui a tapé les mots. Utilisez un outil pour un premier jet si vous voulez, puis ajoutez vos propres faits, vérifiez chaque affirmation et faites-en votre texte.

Envie de recevoir ces étapes sous forme de liste de tâches hebdomadaire pour votre propre site ?

Si vous lisez ceci, vous avez déjà fait un pas en avant. Mandalytics analyse chaque semaine votre site dans Google et dans les outils d'IA, puis vous envoie les cinq tâches qui vous apporteront le plus de visiteurs, chacune avec la raison et les étapes pour la réaliser. Vous apprenez en avançant, et chaque petite victoire vous apporte plus de visiteurs, plus de clients et, au bout du compte, plus de chiffre d'affaires.

Découvrir Mandalytics

D'où vient cette information

- Google : créer du contenu utile, fiable et pensé pour les utilisateurs
- Arvow : le SEO par effet d'entraînement
- Arvow : SEO local pour les AI Overviews (le test de l'échange)