

Comment créer un article de blog viral ?

Le contenu représente la clé pour bien se positionner dans les SERPs. Et les utilisateurs adorent partager du contenu qualitatif et de valeur qui provoquent des émotions. La création d'un article de blog viral peut booster le trafic de votre site et votre popularité globale. Quelle est la recette pour créer ce genre de publication ? Voici des clés qui peuvent vous mener sur la bonne piste (bien sûr il n'y a pas de recette magique, mais ces éléments sont des orientations).



► Utilisez des chiffres impairs

Les titres contenant des chiffres ont plus de chance d'être partagés que les titres classiques. En effet, les utilisateurs savent déjà ce qu'ils vont lire et cela leur donne une première impression de l'article. De plus, une **étude** réalisée sur plus de 15 000 gros titres a montré que ceux avec un chiffre impair possédaient un meilleur taux de clic de 20% que ceux avec

nombres pairs.

► Publiez du contenu long

Le contenu long (plus de 1500 mots) est préféré des lecteurs puisqu'il offre de la valeur en plus et peut vous placer en tant qu'expert. De plus, le contenu long est plus bénéfique pour vos classements puisque Google aime le contenu riche.

► Utilisez des tirets et soyez concret

Les points ou puces aident vos visiteurs à rapidement lire votre article et à obtenir les principales informations. Ajoutez des conseils pratiques à ces points et c'est le duo gagnant. Ce genre d'article, qui peut être facilement scanné par les utilisateurs, est plus apprécié et partagé.

► Utilisez des parenthèses

L'utilisation de parenthèses pour donner des informations en plus sur le contenu de l'article peut augmenter votre taux de clic.

► Utilisez les émotions

Les articles de blog qui utilisent les émotions positives comme la surprise ou l'émerveillement ont plus de chances de devenir viraux.

► Utilisez des URLs courtes et descriptives

Les URLs descriptives sont fiables ce qui implique que vos visiteurs n'auront pas peur de cliquer dessus. Les URLs courtes auront d'avantage tendance à attirer les visiteurs puisqu'ils peuvent connaître son contenu d'un coup d'oeil.

► Utilisez des phrases courtes pour votre intro

Les utilisateurs ne lisent que 28% d'un article de blog. Il est essentiel de les attirer tout de suite si vous ne voulez pas rater votre effet. Votre introduction doit être concise, claire et attirante.

► Mentionnez des influenceurs

Essayez de mentionner des influenceurs dans votre article. Ceux-ci partagent souvent ce genre d'article parce qu'il est toujours agréable de recevoir des feedback positifs. Et la communauté de l'influenceur peut aider à transformer votre article en publication virale.

► Insérez une infographie

Les utilisateurs adorent les infographies car elles génèrent plus d'engagement. Buzzsumo a ainsi déclaré que les infographies génèrent 2 à 3 fois plus de partages sociaux.

► Mettez une image en vedette

Mettre une image en vedette peut être pertinent pour vos partages sociaux. Ainsi, ils apparaîtront automatiquement avec **cette image dans l'Open Graph**. Les études ont montré que les partages sociaux contenant des images obtiennent plus de retweets sur Twitter et plus de likes sur Facebook. Utilisez des images attirantes et professionnelles au dessus de la ligne de flottaison

L'utilisation d'une image colorée attirera l'attention de vos visiteurs et ceux-ci seront plus susceptibles de lire votre article. C'est pourquoi vous devriez utiliser des images professionnelles car celles-ci traduisent la qualité de votre blog, donnent une meilleure impression et auront plus de chance d'être partagées.

► Insérez des images dans votre contenu

Les visuels sont l'un des médias les plus partagés. Utilisez les pour illustrer votre article et le rendre plus convaincant. Alors, votre article sera plus susceptible d'être partagé par vos visiteurs comparé à un texte sans visuels.

► Publiez entre 8h et midi

Les articles publiés durant cette période sont plus partagés puisque les utilisateurs regardent plus souvent les actualités le matin au travail.

► Mettez des boutons de partage en dessous de la ligne de flottaison

Les boutons placés en dessous de cette ligne obtiennent un meilleur taux de clic. En effet, il est plus naturel pour les lecteurs de les trouver à cet endroit lorsqu'ils ont fini de lire votre article.

► Demandez aux personnes de partager

Il est tout à fait pertinent de demander à des personnes de partager votre contenu avec un Call To Action personnalisé et ciblé puisque cela peut augmenter les partages de votre article.

► Optimisez vos métas

L'optimisation de vos balises titres et *métas*¹ aidera vos visiteurs à vous trouver plus facilement dans les *SERPs*². Vous pouvez utiliser l'excellent plugin de *Yoast* (lien).

About Emma

Emma est Responsable Communication & Marketing à @Cognitiveev et écrit à propos de *SEO*³ et des mises à jour des moteurs de recherche.

¹ Une métadonnée (mot composé du préfixe grec *meta*, indiquant l'auto-référence ; le mot signifie donc proprement « donnée de/à propos de donnée ») est une donnée servant à définir ou décrire une autre donnée quel que soit son support (papier ou électronique). Un exemple type est d'associer à une donnée la date à laquelle elle a été produite ou enregistrée, ou à une photo les coordonnées GPS du lieu où elle a été prise. Les métadonnées sont à la base des techniques du *Web sémantique*. Elles sont définies dans le cadre du *modèle Resource Description Framework* (RDF).

² La page de résultats d'un moteur de recherche (également connue sous l'acronyme SERP, pour l'anglais search engine results page) est une page web qu'un moteur de recherche génère automatiquement en fonction de mots-clés saisis par un internaute, et qui consiste en un ensemble de liens pointant vers les ressources qu'il considère, parmi toutes celles qu'il indexe, comme pertinentes pour cette requête au regard de son système de classement intrinsèque. (Wikipédia)

³ L'optimisation pour les moteurs de recherche, couramment appelée **SEO** (acronyme de Search Engine Optimization), est un ensemble de techniques visant à optimiser la visibilité d'un site web dans les pages de résultats de recherche (les SERP, pour Search Engine Result Pages). (Wikipedia)