

The background of the slide features a dense, overlapping pattern of various tropical leaves, including large monstera leaves and feathery palm fronds, in shades of green and yellow.

Plan de Publication

Aneolys

Sommaire

Recherche d'idées	3
Les outils et méthodes	3
Inspiration de blogs et sites concurrents.....	3
Trouver les questions posées par les internautes.....	5
Analyse de la concurrence des mots clés	9
Le cocon sémantique	11
Rédaction de l'article	11
Template d'article	11
Règles éditoriales	12
1. Ajout du titre principal H1 (Dans l'éditeur Wordpress)	12
2. Ajout de la catégorie dans lequel l'article va figurer (Dans l'éditeur Wordpress)	12
3. Ajout de l'image principale de l'article (Dans l'éditeur Wordpress).....	13
4. Remplissage des métas informations de l'article (Dans l'éditeur Wordpress Yoast SEO)	15
5. Ajouter la reading bar (Dans l'éditeur Wordpress en bas de l'éditeur) .	15
6. Ajout du contenu de l'article (Dans le page builder Elementor)	16
Adaptation au cocon sémantique	17
Annexe	19
Explication du maillage interne/cocons sémantiques.....	19

Recherche d'idées

La recherche des idées est la partie la plus complexe, mais essentiel pour rédiger des articles de qualité et intéressant pour les internautes. Une multitude de méthodes et d'outils s'offrent à vous pour trouver des idées, je vais vous en présenter quelques-unes (les plus efficaces selon moi). Enfin, il est important d'avoir une cohérence dans la structure de maillage interne (cocon sémantique), en adaptant son article dans le maillage interne.

Les outils et méthodes

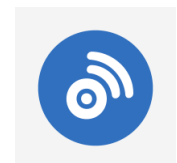
Deux grandes parties se trouvent présentes dans les outils et méthodes menant à la découverte d'une idée d'article. La première va consister à s'inspirer de ce que font les concurrents sur leur site ou blog. La deuxième va plus se concentrer sur les internautes et les questions qu'ils se posent. Pour finir, lorsque plusieurs idées sont trouvées, il faut vérifier l'intérêt des internautes en visualisant le taux de recherche mensuelles et la concurrence.

Inspiration de blogs et sites concurrents

La première méthode est de lister les blogs concurrents dans notre thématique pour les analyser et s'inspirer de certains articles. Se concentrer sur les populaires ayant eu plusieurs interactions, que ce soit partage ou commentaire, pour s'assurer de l'intérêt. Concernant les blogs, il ne faut pas se limiter à la France, mais se diriger également vers des **blogs américains** par exemple. Pourquoi ? Parce qu'on comptabilise bien plus de bloguer, ce qui ouvre un champ des possibilités plus grand, concernant les sujets abordés.

Le but final est de rédiger un article partant d'une idée trouvée avec différentes méthodes, mais en y apportant une valeur ajoutée. Cette valeur ajoutée s'exprime avec l'écriture d'un article plus long et plus détaillé, écrit différemment, plus de médias (vidéos, images), etc.

- a. Vous pouvez **visualiser les articles populaires et intéressant manuellement**. En analysant les partages, commentaires des internautes.
- b. Vous pouvez **automatiser cette recherche d'article populaire** en utilisant l'outil **Buzzsumo** qui peut baser sa recherche via l'url du blog ou via un mot clé en rapport avec la thématique souhaitée (affichera les articles selon leur popularité).



Recherche d'articles populaires via url du blog/site :

🔍 Exclure les idées réservées aux adultes AJOUTER UN FILTRE 26 idées de mots clés disponibles COL						
☐ Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence	Taux d'impressions des annonces	Enchère de haut de page (fourchette basse)	Enchère de haut de page (fourchette haute)	
Idées de mots clés						
☐ bilan de compétences rh	10 – 100	Moyen	–	1,00 €	2,61 €	
☐ bilan de compétence bordeaux	100 – 1 k	Moyen	–	1,10 €	3,17 €	
☐ formation en bilan de compéten...	10 – 100	Élevé	–	0,86 €	1,95 €	

Visualisation des mots clés utilisés par le concurrent

Maintenant, il faut interpréter les mots clés pour trouver des idées de sujet pour un article.

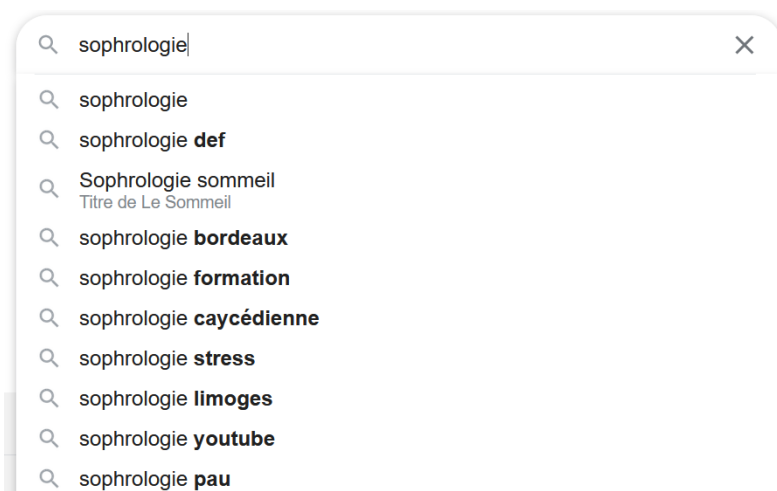
On retrouve le nombre de recherches moyennes mensuelles, se concentrer sur un volume minimum de 100 à 1k, qui montre l'intérêt des internautes sur ce mot clé. Ensuite les autres colonnes ne sont pas utiles, car elles sont en lien avec la campagne Google Adwords (la concurrence est celle des campagnes adwords utilisant les différents mots clés).

Trouver les questions posées par les internautes

La seconde méthode va se baser sur l'analyse des recherches et des questions que peuvent se poser les internautes sur le web dans notre thématique. Pour créer par la suite un article qui répond aux besoins des recherches courantes ou aux questions pas ou peu répondu sur le web.

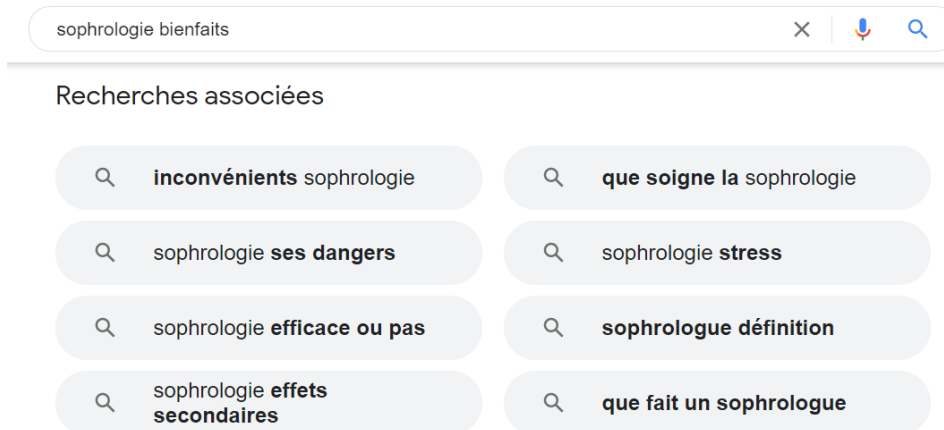
- Le **moteur de recherche Google** nous donne des pistes avec la fonctionnalité d'autocomplétion et les recherches associées. Pour cela, il faut transmettre une requête à Google dans la thématique l'on veut traiter.

Auto complétion :



L'auto complétion de Google, nous apprend ce que peuvent rechercher les internautes après un mot, donnant des idées de mots clés dans certains cas.

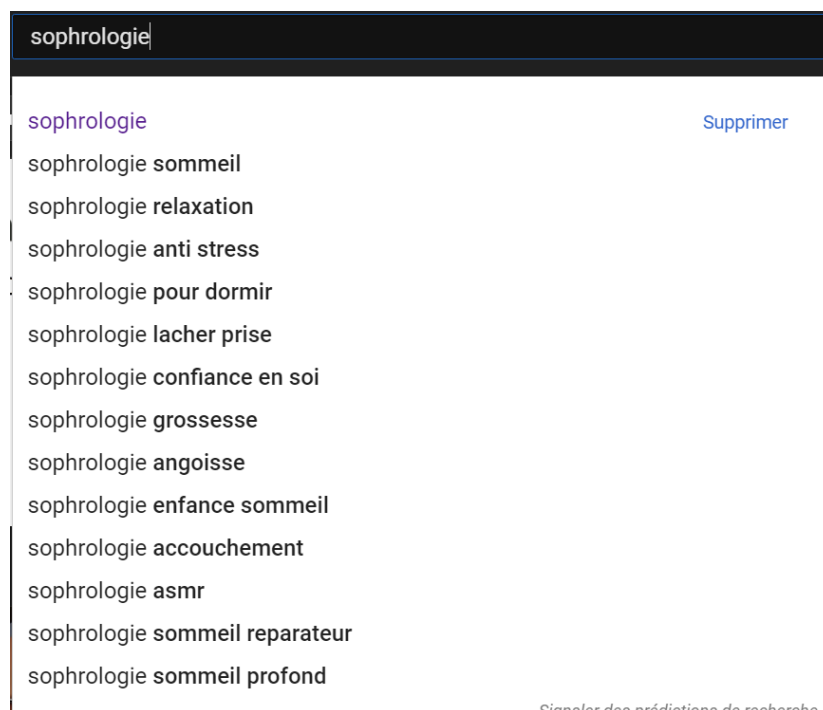
Recherches associées :



Les recherches associées se situent en bas de page de recherche Google. Elles permettent de visualiser d'autres requêtes des internautes dans la thématique demandée, ici la sophrologie et ce que ça apporte.

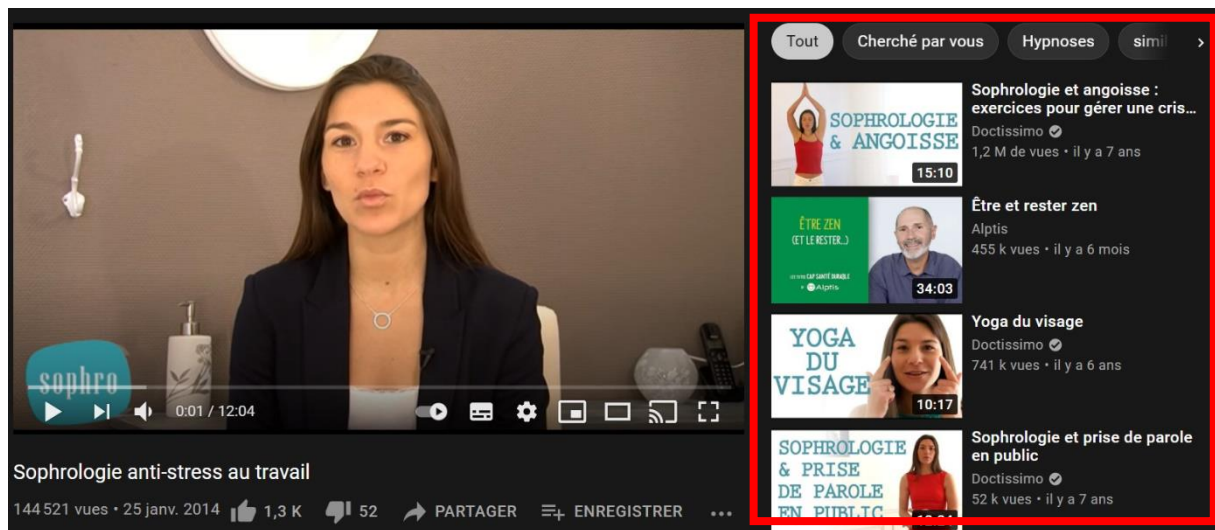
- b. Le **moteur de recherche YouTube** (2^e moteur de recherche du monde) nous transmet également des pistes avec l'auto complétion et les suggestions lorsqu'on clique sur une vidéo. On peut également rechercher une chaîne sur notre thématique et visualiser les vidéos les plus vues pour voir le sujet qui intéresse. Pour cela, il faut entrer une requête dans la thématique que l'on veut. YouTube donne une vision différente du sujet, car ils sont traités sous forme de vidéos, ce qui peut amener de nouvelles idées de sujets non traités sur Google dans un article.

Auto complétion :



Offre un large d'idée de sujet que peuvent rechercher les internautes sur YouTube.

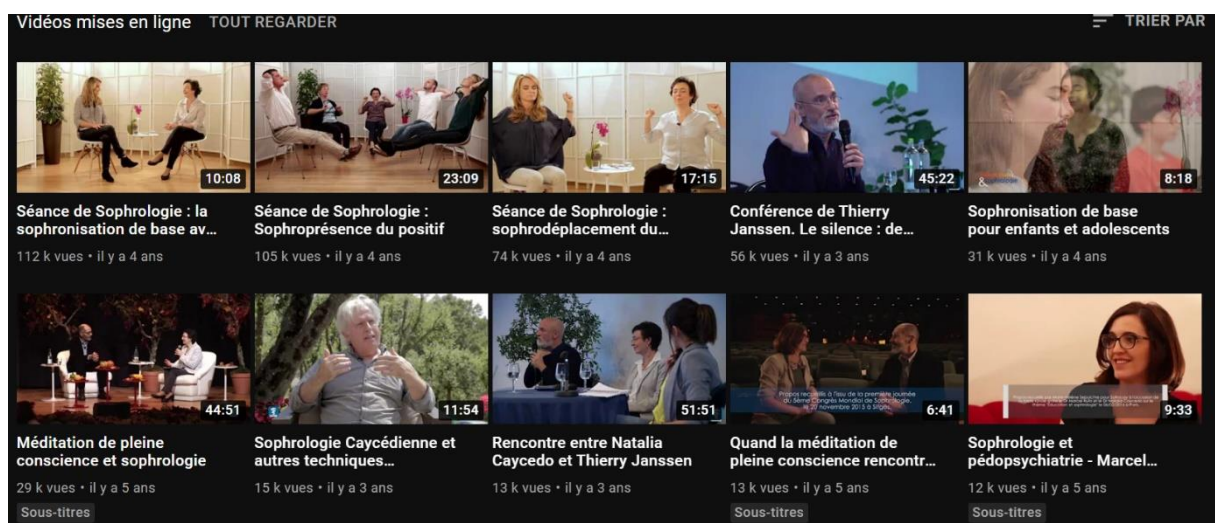
Suggestion :



Les suggestions de YouTube se situent à droite de la vidéo lancée, ce sont des vidéos en lien avec la thématique, pouvant donner des idées de sujets différentes.

Vidéos populaires :

La chaîne prise en exemple est « Sofrocay – Sophrologie Caycédiennne ». C'est une chaîne qui traite plusieurs sujets de la sophrologie, en mettant en ligne également des séances de sophrologie. Nous allons trier les vidéos par popularité (nombre de vues – décroissant).



Cette méthode, montre les concepts et sujets qui ont de l'intérêt pour les internautes.

- c. **Outils dédiés aux questions des internautes.** Ces outils sont multiples, sous différente forme, de réseau social, forums, etc.

Answer the public :

Voici un outil entièrement dédié aux questions que peuvent se poser les internautes. Il suffit d'indiquer un mot clé pour visualiser sous forme de mind map les questions et requêtes les plus populaires.



Résultats pour **sophrologie**

Sophrologie Suivre 102

Quels sont les bienfaits de la sophrologie ?

Nicolas Bontampi · 30 décembre
Lieu : Suisse

Les mêmes que la méditation, principalement de réduire le stress et de détendre le corps.... (plus)

Mon esprit ne se réveille pas bien après une séance de sophrologie. Je reviens facilement dans la rêverie jusqu'au lendemain au-moins. Quel est le problème ?

André Fiset · 31 mai 2020
Anciennement Psychiatre (1975–2010)

Je ne connais pas la sophrologie, je ne peux donc ni juger de sa valeur ni de son efficacité ni pourquoi elle vous laisse http://reveur. Si elle vous rendait somnolent la réponse serait plus facile.... (plus)

À quoi sert la sophrologie ?

Groupe FB :

Le réseau social Facebook a mis en place la fonctionnalité des groupes, qui peut être une vraie mine d'or d'informations sur les questions fréquentes. En ce qui concerne les groupes FB, il est essentiel d'effectuer une recherche des groupes actifs et sérieux sur une thématique souhaitée (forum nouvelle génération, plus interactif).



Forum :

Bien évidemment, les forums restent une valeur sûre pour visualiser les questions les plus populaires. Comme pour les groupes FB, il faut mener une recherche pour repérer des forums sérieux et de qualité dans notre thématique voulue.

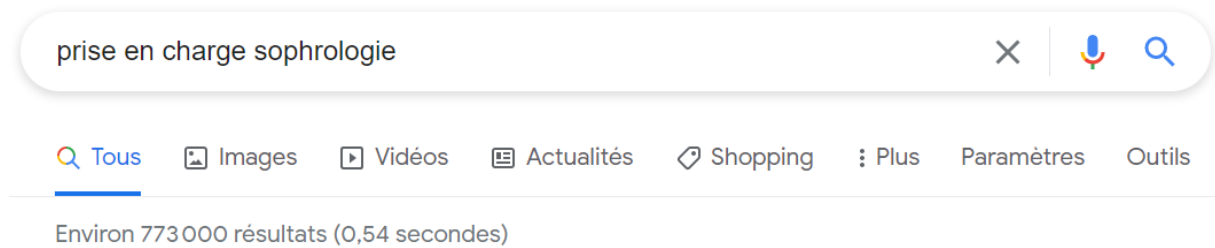
Analyse de la concurrence des mots clés

- L'analyse de la concurrence sur les mots clés** est essentielle, elle découle d'une recherche de mots clés qui intéressent les internautes ([voir planificateur de données](#)). Cette méthode vient à la suite des étapes précédentes, elle consiste à indiquer des variables devant les mots clés dans le moteur de recherche Google (recherche avancée).

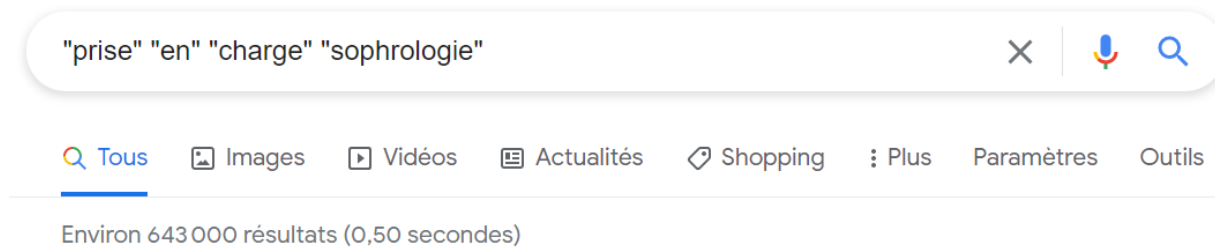
On va se servir du mot clé « prise en charge sophrologie » qui obtient 10 à 100 recherches mensuelles par les internautes.

☐ Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles
☐ mutuelle sophrologie	10 – 100
☐ sophrologie prise en charge	10 – 100
☐ prise en charge sophrologie	10 – 100

Voici la requête de base sur Google qui nous affiche 773 000 résultats. Il faut maintenant affiner la recherche, car cette requête affiche toutes les pages en rapport avec le mot clé précisé.

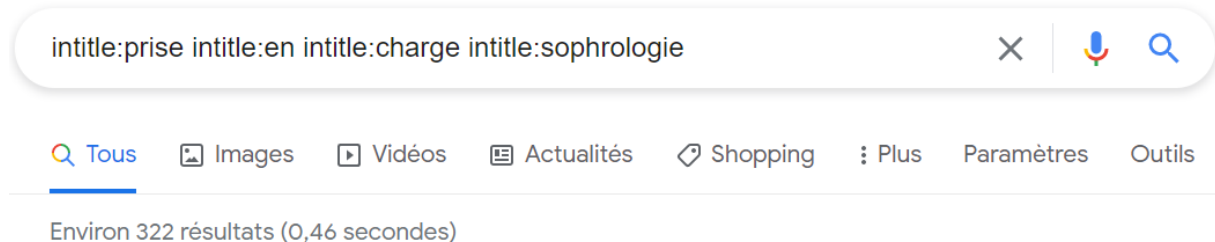


Les guillemets :



Les guillemets vont permettre de filtrer les recherches, en affichant les requêtes qui contiennent les mots clés dans tout le contenu d'une page. Soit à la suite, si on demande « prise en charge sophrologie » ou dans aucun ordre précis en demandant la requête ci-dessus « prise » « en » « charge » « sophrologie ».

Intitle :



En référencement, il est important de placer les mots clés importants dans le titre de ses pages ou articles. Nous allons filtrer le résultat, avec « Intitle : » pour accéder à toutes les pages web contenant (dans aucun ordre précis) dans leur titre le mot clé « prise en charge sophrologie ». Les résultats donnés à la suite de cette requête (ci-dessus), seront affichés en premier lors d'une requête normale d'un utilisateur (sans les variables, intitle ou guillemets).

Interprétation des résultats :

Lorsqu'on a récupéré des chiffres sur la concurrence et le volume de recherche de notre mot clé, place à l'interprétation. On a un mot clé (prise en charge sophrologie), qui est recherché **10 à 100 fois chaque mois** et on **322 pages web concurrentes**. On peut en déduire que dans ce cas, il y a une forte concurrence, qu'il va falloir apporter une valeur ajoutée par rapport aux autres pages pour sortir du lot.

Le cocon sémantique

Dès lors que l'idée de l'article est validée, il faut l'ajouter dans le [maillage interne](#), dans un des cocons sémantiques, pour pouvoir le traiter en conséquence lors de la rédaction. Pour cela, il est possible de créer de nouvelles branches dans les cocons sémantiques, demandant alors des modifications.

[Maillage interne / Cocons Sémantiques](#)

Rédaction de l'article

À propos de la rédaction, un template et des règles éditoriales sont à suivre et mettre en place pour obtenir un article cohérent et qualitatif.

Template d'article

Pour créer une cohérence dans la forme des articles, un template vient les formaliser. Il se compose :

- Une ligne en dessous de l'image de l'article
- Un bouton contactez-nous (optionnel selon la tournure de phrase de fin)
- Un bloc « En savoir plus » pour lier si besoin des articles du cocon sémantiques (optionnel)
- L'image d'Aneolys et son texte rappelant l'identité de l'entreprise, ainsi que sa location

CONTENU DE L'ARTICLE

Contactez-nous

En savoir plus :

- Article soeur 1
- Article soeur 2



Cabinet en ressources humaines sur Bordeaux et sa Rive droite

Prés de chez vous: Lormont / Cenon / Floirac / Artigues / Yvrac / Saint Loubès / Tresses / Carbon Blanc / Izon...

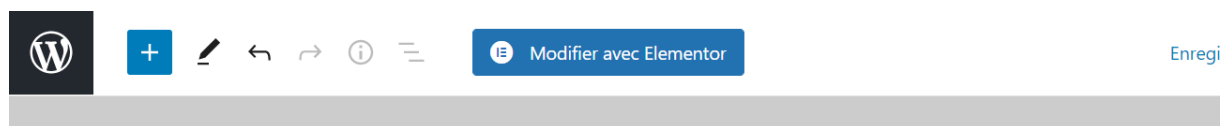
Template par défaut des articles

Pour voir comment ajouter ce template par défaut sur elementor, [cliquez ici](#).

Règles éditoriales

Les règles éditoriales correspondent à toute la partie contenue de l'article, mais également la configuration pour son affichage sur le web. Vous pouvez retrouver ci-dessous une démarche détaillée de la création d'un article.

1. Ajout du titre principal H1 (Dans l'éditeur Wordpress)

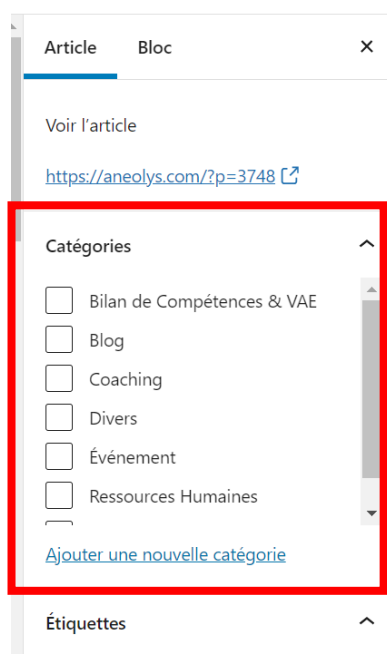


Ce titre principal est primordial dans le référencement. Il faut qu'il se compose des mots clés de l'article.

Les titres peuvent se retrouver sous différentes formes, celles qui fonctionnent et attirent les plus d'internautes sont les formes interrogatives et de classification/énumération (5 bienfaits de ...).

Pour qu'il soit optimisé, il ne doit pas dépasser 10 – 12 mots.

2. Ajout de la catégorie dans lequel l'article va figurer (Dans l'éditeur Wordpress)



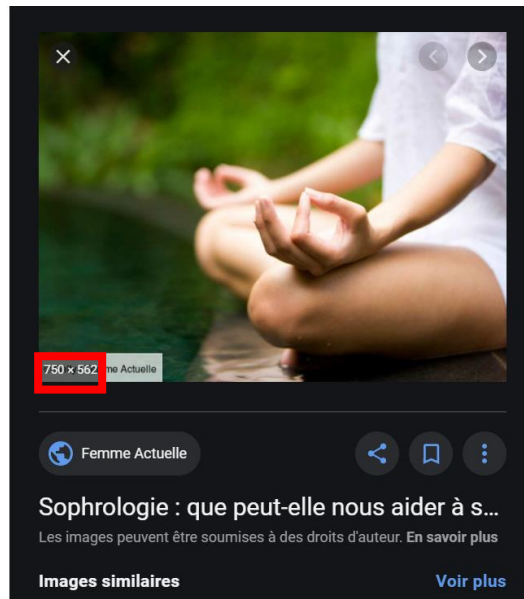
3. Ajout de l'image principale de l'article (Dans l'éditeur Wordpress)

L'image doit être compressée et d'une taille précise pour une cohérence entre les articles.

a. Changement des dimensions

Les images se doivent d'avoir une longueur de 400 pixels (px), et aucune dimension précise pour la largeur.

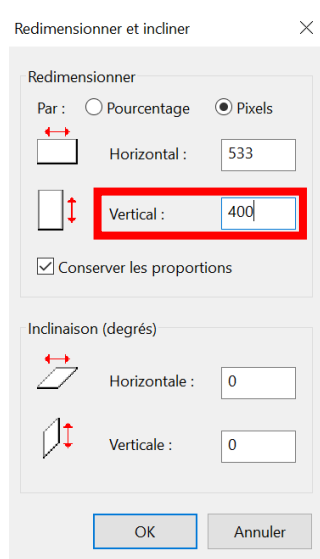
Il suffit de trouver une image sur internet avec une longueur supérieur ou égal à 400.



L'image ci-dessus a pour dimension 750 pixels en largeur et 562 pixels en longueur. Cette image est correcte, il faut maintenant la redimensionner.

Pour redimensionner une image, l'outil Paint fait l'affaire, il est présent sur tous les ordinateurs sous le système d'exploitation Windows.

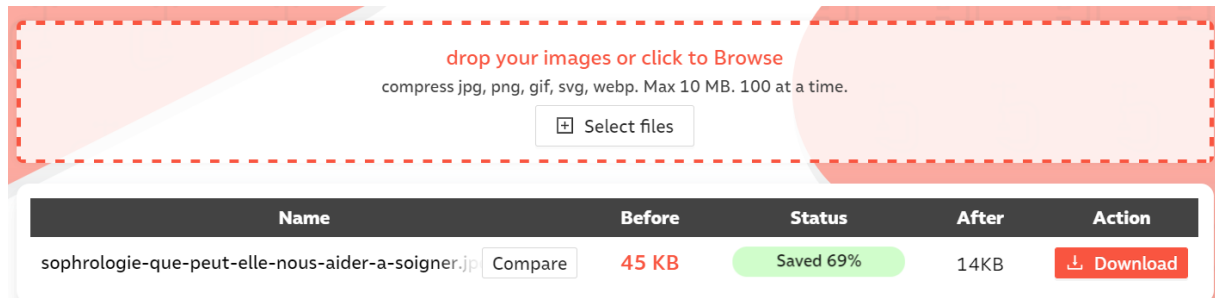
Glisser l'image dans Paint -> redimensionner -> Pixels -> modifier à 400 le champ vertical -> OK



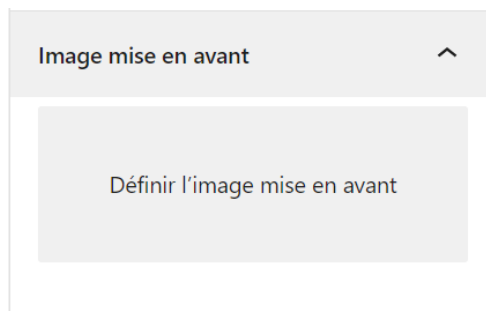
b. Compression

Maintenant, il suffit de compresser l'image pour diminuer sa taille. Plusieurs compresseurs d'images en ligne existent, je vous propose d'utiliser compressor.io qui est simple d'utilisation.

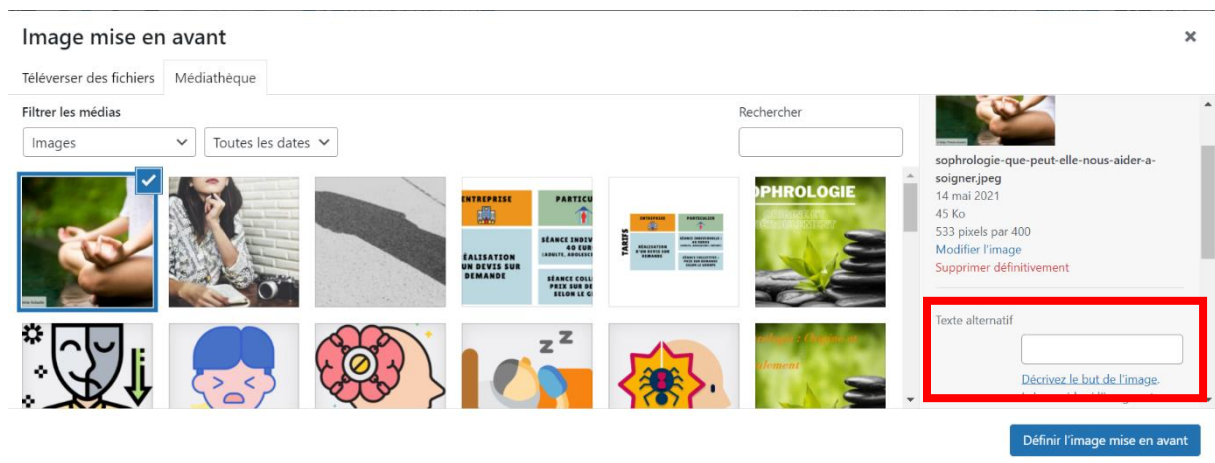
Glisser l'image redimensionnée (drop your image or click to Browse)-> Télécharger l'image compressée (Download)



c. Ajout de l'image dans Wordpress (Retourner sur éditeur Wordpress)



Cliquer sur « Définir l'image mise en avant »



Glisser ou téléverser l'image dans la bibliothèque de Wordpress puis remplir le champ « Texte alternatif » par une description de l'image (ajouter la plupart du temps le titre de l'article).

4. Remplissage des métas informations de l'article (Dans l'éditeur Wordpress | Yoast SEO)

On retrouve trois méta informations essentielles : la méta titre, le slug/url et la méta description.

a. Méta titre

Elle ne doit pas dépasser 65 caractères et sa forme universelle est :

« titre principal de la page » - Aneolys.

Méta titre

Insert variable

Titre principal H1 - Aneolys

3

b. Slug/URL

À travers une URL, on doit comprendre l'objectif de la page, pour cela il faut être succins pour une bonne lisibilité par l'internaute.

Slug

titre-principal

c. Méta description

La méta description doit expliquer brièvement avec 150 caractères max le sujet et but de l'article. Son but est de donner envie à l'internaute de le lire. De plus, la citation des mots clés principaux est fortement conseillé (important pour le référencement).

Méta description

Insert variable

Modifiez votre méta description en l'éditant ici

5. Ajouter la reading bar (Dans l'éditeur Wordpress | en bas de l'éditeur)

Cette implantation d'une reading bar permet une meilleure expérience utilisateur, indiquant au lecteur ou il se trouve dans sa progression de lecture.

WP Reading Progress

display reading progress bar

6. Ajout du contenu de l'article (Dans le page builder Elementor)

Le contenu de l'article doit se composer généralement d'un chapeau, d'un ou plusieurs intertitres (H2/H3/etc.) et de paragraphes. La hiérarchie des balises titre et intertitres doit être respectée (sinon le robot google est perdu quand il vient analyser la page).

```
<h1>Titre de la page</h1>
<h2>Sous titre – complément du titre de la page</h2>
  <h3>Titre pour détailler un point précis</h3>
  <h3>Titre pour détailler un second point précis</h3>
<h2>Sous titre – complément du titre de la page</h2>
  <h3>Titre pour détailler un point précis</h3>
  <h3>Titre pour détailler un point précis</h3>
  <h3>Titre pour détailler un point précis</h3>
<h2>Sous titre – complément du titre de la page</h2>
  <h3>Titre pour détailler un point précis</h3>
```

Toutes les parties d'un article correspondent à des balises HTML, qui ont des polices, taille et couleurs définies. Pour simplifier cela, des propriétés ont été enregistrées pour chaque balise (Paragraphe, titre et intertitre), [cliquer pour voir leurs utilisations](#).

Chaque bloc de textes de l'article doit être justifiés.

a. Chapeau

- Propriétés : taille (16 px) ; police (Conformta sans-serif) ; couleur (#7A7A7A)
- Contient une **introduction répondant à quelques W de la règle des 5W**
- **400 - 500 signes et espaces compris max** pour qu'avec un coup d'œil le lecteur ait rapidement les informations qu'il pourra retrouver dans l'article.

b. Intertitres

- Propriétés H2 : taille (25 px) ; police (Conformta sans-serif) ; couleur (#54595F)
- Propriétés H3 : taille (20 px) ; police (Conformta sans-serif) ; couleur (#54595F)
- Propriétés H4 : taille (18 px) ; police (Conformta sans-serif) ; couleur (#54595F)
- Des **intertitres utiles**, concis et **intégrant des mots-clés**. Ne pas hésiter à utiliser la forme interrogative.
- **10 mots maximum**.

c. Paragraphes

- Propriétés : taille (16 px) ; police (Conformta sans-serif) ; couleur (#7A7A7A)
- Ne pas hésiter de **mettre en gras les mots importants des paragraphes**, pour faciliter la lecture des parties essentielles au lecteur, sans trop l'infantiliser.
- **1 idée par paragraphe**, ce qui va faciliter la lecture par bonds, sans suivre le déroulé de l'article. (**Exemple 1 paragraphe = la réponse à un W ou H**)
- Des phrases de **15 à 20 mots maximum**.

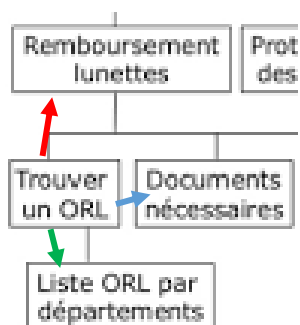
d. Ajout d'image dans le contenu de l'article (Dans le page builder Elementor)

À la différence de l'ajout de l'image principal précédemment, il suffit de compresser l'image, aucune dimension à modifier. Pour rappel la compression peut s'exécuter avec compressor.io.

Adaptation au cocon sémantique

En ce qui concerne le cocon sémantique lors de la rédaction, il doit s'intégrer à travers des ancres de lien disposer dans des endroits spécifiques de l'article. Les zones d'ancres conseillées ci-dessous sont les plus optimales, mais c'est possible de ne pas pouvoir les respecter. Dans tous les cas, il faut intégrer ces ancres pour garder une liaison entre les articles.

Exemple d'adaptation d'un article dans un cocon sémantique :



On va mettre en place une structure type de liaison interne lors de la création de la page « Trouver un ORL » (pas ORL mais Ophtalmo*)

La page à comme liaison :

- Page mère = « Remboursement lunettes »
- Page sœur (page sur le même niveau de profondeur dans le cocon) = « Documents nécessaires »
- Page fille = « Liste ORL par départements »

Lorsqu'on connaît les liaisons, il faut les mettre en place dans le contenu de la page que l'on traite (« Trouver un ORL »).

Titre H1 = Trouver un ORL

Chapeau/paragraphe d'introduction = orienter une phrase du chapeau pour citer le lien de la **page mère « Remboursement lunettes »**.

Titre H2 = Titre en rapport ou qui va permettre d'orienter une phrase sur la page fille « Liste ORL par départements »

P (paragraphe) = Dans le paragraphe orienter la parole sur la technique de sophrologie pour citer le lien de la **page fille « Liste ORL par département »**

En savoir plus (à la fin de la page ou l'article) :

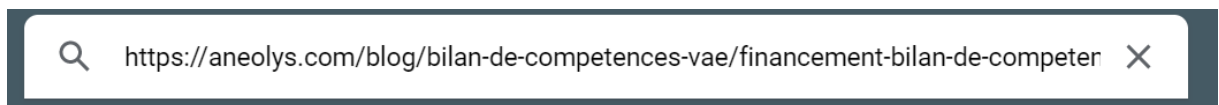
- « Documents nécessaires » (Ancre du Lien vers la page sœur « Documents nécessaires »)

Indexation de l'article

Lorsque que l'article est terminé, vous devez le publier, mais attention ce n'est pas tout, il faut le rendre visible aux yeux de Google, sinon personne ne le verra. Cette visibilité s'effectue automatiquement avec le Crawl du site par le robot Google, par contre, le temps avant que le robot vienne est variable selon plusieurs critères. Pour venir accélérer cette étape et obtenir un certain contrôle, vous avez la possibilité de prévenir et demander au robot Google de venir indexer cette nouvelle page.

Ce contrôle de l'indexation est possible grâce à l'outil Google Search Console, avant de pouvoir l'utiliser, il faut bien évidemment y [connecter son site](#).

1. Entrer l'url de l'article ou la page mise en ligne dans la barre de recherche de Google Search Console



Search bar containing the URL: <https://aneolys.com/blog/bilan-de-competences-vae/financement-bilan-de-competer>

2. L'url ne sera pas encore connue par Google, cliquez sur « Demander une indexation »

Inspection de l'URL

TESTER L'URL EN DIRECT



Cette URL n'a pas été indexée par Google

Cette page ne figure pas dans l'index, mais ce n'est pas dû à une erreur. Pour savoir pourquoi elle n'a pas été indexée, veuillez consulter les informations ci-dessous.

[En savoir plus](#)

AFFICHER LA PAGE EXPLORÉE

Page modifiée ?

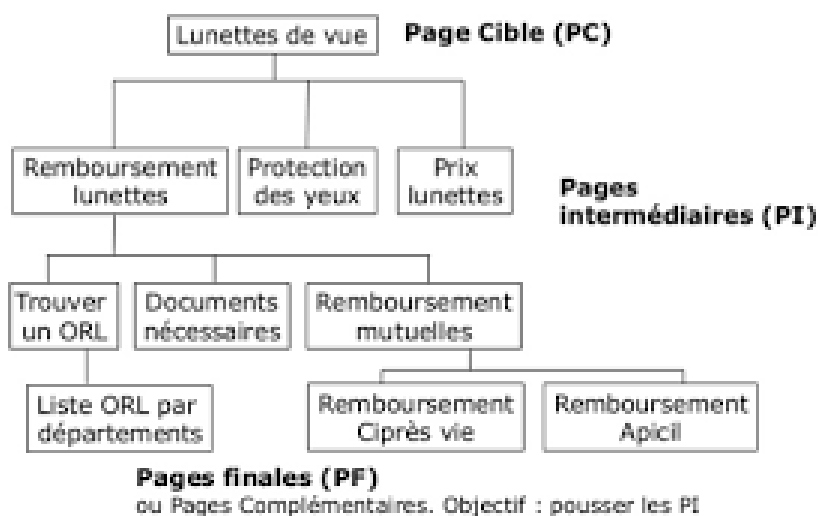
DEMANDER UNE INDEXATION

Annexe

Explication du maillage interne/cocons sémantiques

Le maillage interne va dépendre des cocons sémantiques (méthode pour élaborer un maillage interne), ils permettent de répartir le site par catégorie sémantique, sous forme de Silo, qui est plus ou moins profond selon la matière que l'on a. Effectuer un cocon, va faciliter l'indexation des pages, garder plus longtemps les visiteurs sur notre site, être considéré comme un professionnel d'un sujet s'il est bien réparti à travers différents sujets traités concernant la catégorie principal, etc.

Voici un exemple de cocon sémantique :



Dans cet exemple, on part d'un site qui vend des lunettes et propose des services autour de ce sujet. On va vouloir se faire passer pour un professionnel de la lunetterie, pour cela il va falloir effectuer des articles parlant des différents types de lunettes.

1. La première catégorie concernera les « **lunettes de vue** » (page cible). Il faut maintenant traiter différents sujets autour des lunettes de vue.
2. Pour cela plusieurs sous-catégories (pages intermédiaires) vont être abordées, l'aspect financier avec le prix « **Prix lunettes** », un autre avec les remboursements possibles « **Remboursement lunettes** », puis la protection des yeux « **Protection des yeux** ».
3. On peut avoir des sous-catégories de sous-catégorie (qui continue dans le niveau des pages intermédiaires), on va préciser la sous-catégorie « **Remboursement de lunettes** », en parlant des Ophtalmos qui propose des remboursements « **Trouver un Ophtalmo** », les documents nécessaires « **Documents nécessaires** » et les remboursements possibles par les mutuelles « **Remboursement mutuelles** ».
4. Puis la dernière étape, est de conclure le cocon sémantique, enfin une de ces sous-catégories, qui va correspondre à un article qui n'aura pas de lien qui viendra compléter ou approfondir un axe abordé durant celui-ci (pages finales). La sous-catégorie « **Trouver un ophtalmo** » se conclut par un article listant les ophtalmos du département « **Liste Ophtalmo par départements** ». La sous-catégorie « **Remboursement mutuelles** », se termine sur les différents types de remboursement de mutuelle « **Remboursement CIPRÈS vie** », « **Remboursement Apicil** ».

Il faut maintenant lier les différents niveaux du cocon. Pour cela chaque page, selon son niveau dans le cocon, devra **citer le lien de la page du niveau supérieur, du même niveau et du niveau inférieur.**

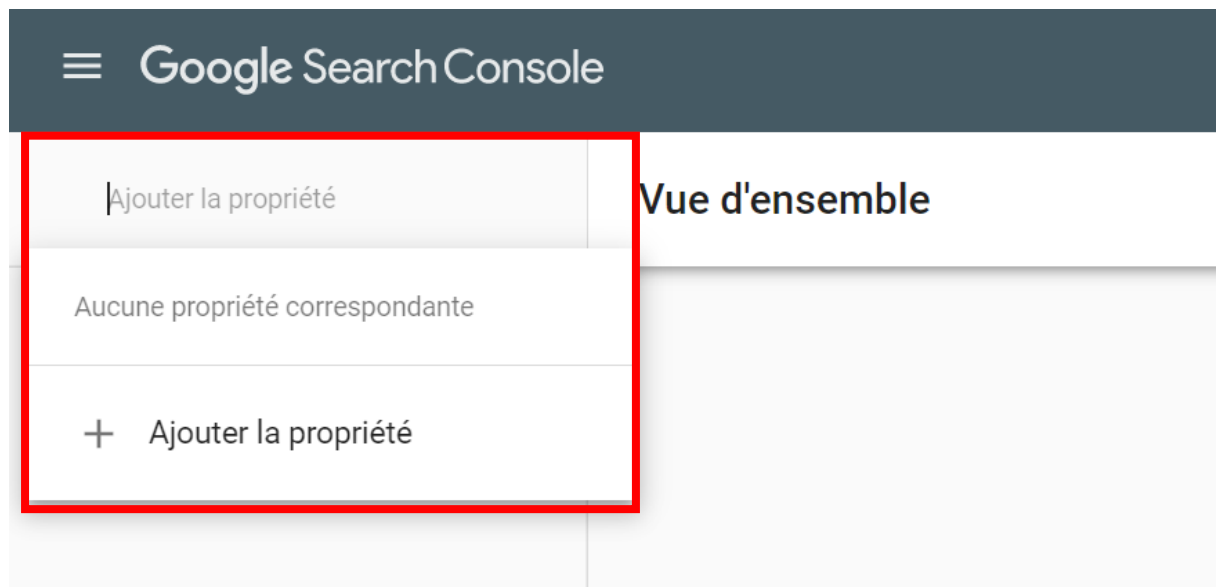
Les sujets traités dans les cocons sémantiques se choisissent selon ce que se demandent les internautes. Les intentions de mots clés utilisés sur le web pour notre sujet (catégorie/page cible si on reprend l'exemple précédent). On va répondre à leurs interrogations, pour être utile et bien sûr en attirer sur notre site pour les convertir en clients.

Connexion du site avec la Google Search Console

Explication de la démarche pour connecter son site avec la Google Search Console, cela permettra qu'il récupère des données sur le site.

<https://search.google.com/search-console/>

1. Ajouter une propriété sur Google Search Console



2. Sélection du type de propriété et saisie de l'url du site, puis cliquez sur le bouton « Continuer »

Sélectionnez le type de propriété

Domaine nouveau

- Toutes les URL de tous les sous-domaines (m. www. ...)
- Toutes les URL sur https et http
- Validation DNS obligatoire

ou

Préfixe de l'URL

- Seules les URL de l'adresse saisie
- Seules les URL du protocole spécifié
- Différentes méthodes de validation acceptées

example.com
Saisissez un domaine ou sous-domaine

CONTINUER

https://www.aneolys.com
Saisissez une URL

CONTINUER

EN SAVOIR PLUS ANNULER

3. Copie de la balise HTML (va faire office de connecteur entre le site et Google Search Console)

Valider la propriété
https://www.aneolys.com/

Balise HTML

Ajouter une balise Meta à la page d'accueil de votre site

1. **Copiez** la balise Meta ci-dessous et collez-la sur la page d'accueil de votre site. Elle doit être placée dans la section `<head>`, avant la première section `<body>`.

`<meta name="google-site-verification" content="IFnDopU_318IIQy">` **COPIER**

2. Cliquez sur **Valider** ci-dessous.

Pour conserver votre statut de propriétaire confirmé, ne supprimez pas la balise Meta, même une fois la validation effectuée.

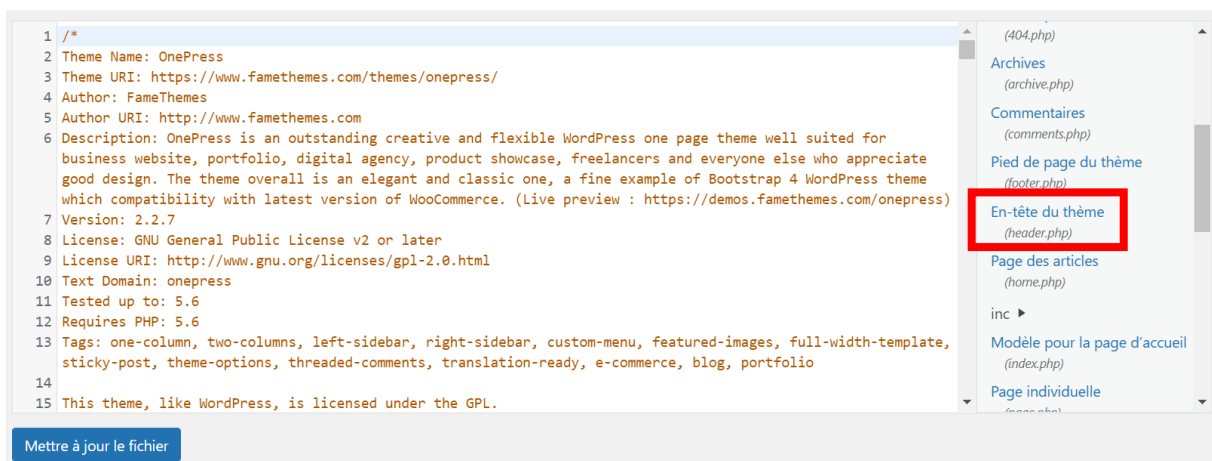
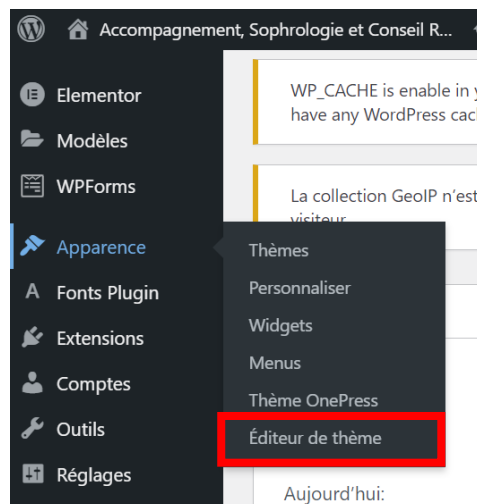
[Informations détaillées](#)

VALIDER

SUPPRIMER LA PROPRIÉTÉ TERMINER

4. Coller la balise HTML dans le fichier « header.php » du site web :

Connectez-vous sur le site, sur l'interface administrateur -> Apparence -> Editeur de thème -> Sélectionnez le fichier En-tête du thème (header.php) -> Coller la balise HTML copiée dans la balise « head » -> cliquez sur le bouton « Mettre à jour le fichier »



5. Dernière étape, retourner sur la Google Search Console et cliquez sur le bouton « Valider »

Valider la propriété

https://www.aneolys.com/

Balise HTML

Ajouter une balise Meta à la page d'accueil de votre site

1. **Copiez** la balise Meta ci-dessous et collez-la sur la page d'accueil de votre site. Elle doit être placée dans la section `<head>`, avant la première section `<body>`.

`<meta name="google-site-verification" content="IFnDopU_318IIQy"`

COPIER

2. Cliquez sur **Valider** ci-dessous.

Pour conserver votre statut de propriétaire confirmé, ne supprimez pas la balise Meta, même une fois la validation effectuée.

[Informations détaillées](#)

VALIDER

SUPPRIMER LA PROPRIÉTÉ

TERMINER

✓ La propriété a été validée

Méthode de validation :
Balise HTML

Pour conserver votre statut de propriétaire confirmé, ne supprimez pas la balise Meta de la page d'accueil de votre site. Pour éviter de perdre la validation, vous pouvez ajouter plusieurs méthodes de validation à partir de la page **Paramètres > Validation de la propriété**.

TERMINER

ACCÉDER À LA PROPRIÉTÉ