

QUESTIONS/RÉPONSES WEBINAIRE « LES OUTILS INCONTOURNABLES POUR TROUVER DES IDÉES DE CONTENUS PERFORMANTS » - 13 AVRIL 2016

Est-ce que les résultats sont normalisés pour tenir compte de l'augmentation organique d'Internet?

Bonjour Julien! Merci pour votre présence au webinaire. Vous pouvez retrouver l'ensemble des détails sur les données de Google Trends (y compris sur les calculs, l'ajustement, etc.) sur [la FAQ de l'outil](#). Au final, les résultats nous permettent effectivement de comparer des thématiques et des termes de façon assez juste, que ce soit un concept de plus en plus populaire (comme <https://www.google.ca/trends/explore#q=workout>) ou, au contraire, en déclin (<https://www.google.ca/trends/explore#q=energy%20drink>).

Pouvez-vous préciser en quoi décocher l'option Recherche instantanée dans Google nous donne plus de résultats? Merci d'avance!

Bonjour Erika, il s'agit simplement d'une petite fonctionnalité sur Google qui permet d'avoir plus de suggestions et de regarder en détail les questionnements des utilisateurs sur une requête précise.

Si nous nous inspirons des sujets tendance ou pour lesquels beaucoup de contenus existent déjà, comment va-t-on réussir à se démarquer ou sortir dans les résultats? Il n'y a pas un risque d'être noyé par les autres résultats, même avec un SEO bien optimisé?

Bonjour Julien, effectivement l'enjeu est de se démarquer des sujets existants. Matthieu va pouvoir revenir sur ce point à la fin de la présentation pour vous donner des bonnes pratiques. (RÉPONDU DANS LE WEBINAIRE)

Est-ce que Quora est un outil uniquement utilisé au Canada?

Bonjour Sylvie, Quora n'est pas spécifique au Canada cependant vous pouvez cibler vos recherches :)

Camille, lorsqu'on a trouvé une tendance qui nous intéresse, dans combien de jours devrait-on faire un billet de blogue ou autre? Combien avons-nous de temps pour surfer sur la tendance?

Allô Nathalie, merci pour votre question, Matthieu va y répondre à la fin de sa présentation pour vous donner plus de détails. (RÉPONDU DANS LE WEBINAIRE)

Ahrefs n'est pas gratuit ?

Effectivement Ahrefs est un outil payant mais qui peut être un très bon investissement pour récolter l'ensemble du data présenté par Matthieu en amont

En effet, il fut un temps où on pouvait accéder à l'outil sans souscrire à un plan! Un essai gratuit est toutefois disponible. Si jamais vous recherchez une alternative, je vous conseille [Open Site Explorer de Moz](#). La version gratuite contient une limite de quelques requêtes par jour.

Comment ces outils (ahrefs et BuzzSumo) capturent-ils les données qu'ils présentent? Je présume qu'ils ont des robots qui parcourent le net, mais donc ils comptabilisent seulement les partages sur les pages "publiques" des médias sociaux?

Exact! À la même manière d'un « crawler » comme Googlebot, les outils comme Ahrefs et BuzzSumo disposent de leurs propres robots. La récolte des données passe également par l'utilisation des API fournies par Facebook, Pinterest, etc. ([sauf Twitter depuis novembre dernier](#)). Par contre, il faut garder en tête qu'on ne cherche pas à avoir les données des pages sur les médias sociaux (comme la page d'une marque sur Facebook ou d'un compte sur Twitter), mais plutôt à évaluer l'impact d'une pièce de contenu sur les médias sociaux. Combien de fois tel ou tel article de blogue a-t-il été partagé sur Facebook, combien de commentaires ont été rédigés en réaction, etc. Techniquement, à partir du moment où une page ne bloque pas l'accès aux robots, les données seront accessibles.

Avez-vous des formations sur la gestion de crise sur les médias sociaux?

Oui! Ça tombe bien d'ailleurs, c'est justement le sujet principal d'une des 2 formations que donne Camille: <http://www.technologia.com/fr/technologies-de-linformation/webmarketing/medias-sociaux/medias-sociaux-vigie-et-relations-publiques/>. :)