

Le SEO (référencement naturel) est une technique en évolution perpétuelle.

Adapter son site et ses contenus est impératif pour espérer séduire les algorithmes des différents moteurs de recherche.

Découvrez-ici toutes les informations à connaître sur l'E.A.T., la structure préconisée par Google.

Expertise, Autorité, Fiabilité

L'acronyme E.A.T. renvoie à trois notions différentes.

La première est l'Expertise.

Pour améliorer votre référencement naturel, vous devez montrer vos connaissances et vos compétences.

La seconde concerne l'Autorité, dans le sens où votre site doit réellement montrer votre autorité dans votre domaine.

Enfin, la troisième notion est la Fiabilité.

Ici, c'est la confiance (**Trust**) que les internautes portent à votre entreprise qui est en jeu.

Ces critères sont évalués pour chaque site web par des *Quality Raters* de la part des moteurs de recherches.

Expertise, Autorité et Fiabilité sont désormais indispensables pour optimiser votre référencement naturel.

Pourquoi les critères EAT sont-ils devenus essentiels au SEO ?

En juillet 2018, Google a annoncé une mise à jour de son algorithme. Celui-ci devenait encore plus sensible aux contenus à forte valeur ajoutée. Éditées par la firme américaine, des consignes de qualité développaient le concept d'EAT. Améliorer son référencement naturel passe donc aujourd'hui par la prise en compte de ces critères. À la clé, se trouvent des contenus encore plus riches et pertinents.

Consolider son positionnement sur le web

Le référencement naturel est une notion indispensable à qui veut gagner en visibilité sur le web. Il induit la prise en compte de nombreux éléments : structure HTML, requêtes-clés, maillage interne et externe, etc. Le comportement d'un internaute est également déterminant :

- Combien de temps a-t-il passé sur la page ?
- A-t-il visité d'autres pages du même site ?
- S'est-il transformé en client ?

La rédaction de contenus optimisés est un moyen reconnu et efficace pour améliorer son référencement. Avec l'E.A.T., Google indique clairement la méthode à adopter.

Appliquer l'EAT à sa stratégie de contenu

L'E.A.T. ne s'applique pas de la même façon selon votre secteur d'activité. Par exemple, une boutique en ligne mettra en place une *wishlist*, quand un blog santé donnera des conseils. L'essentiel est donc de définir sa stratégie en partant de son public cible :

- Quels sont ses besoins ?
- Quelles sont ses problématiques ?
- Quels services puis-je offrir ?

L'E.A.T. est une stratégie de contenu globale à définir en fonction de son audience potentielle.

E.A.T. : au-delà de la rédaction de contenus

Les critères définis par Google ne s'appliquent pas qu'au texte d'une page. Les *Quality Raters* prennent aussi en compte :

- Les fonctionnalités de votre site web
- Son design
- Son interactivité

Il vous faudra donc appliquer l'EAT à toutes les facettes de votre site. C'est seulement à cette condition que vous verrez apparaître des résultats probants. Ceux-ci se traduiront alors par une augmentation de votre nombre de visiteurs et donc de votre taux de conversion.

L'Expertise, l'Autorité et la Fiabilité sont les trois pôles clés à travailler pour un référencement naturel pérenne.

Expertise : toutes nos prestations en SEO

L'agence Expertisme est à vos côtés pour réfléchir à votre stratégie SEO. Nous vous proposons notamment :

- Des conseils personnalisés en stratégie digitale
- La réalisation d'un audit SEO de votre site
- De la rédaction de contenus optimisés
- Une formation pour optimiser son référencement naturel
- Deux autres formations dédiées à la rédaction de contenus : les fondamentaux de la rédaction optimisée SEO et booster son référencement par les bonnes pratiques de rédaction

L'avis de l'expert en référencement



La structure EAT permet de mieux cerner les attentes des moteurs de recherche. Elle est devenue incontournable pour espérer apparaître dans les premiers résultats des pages de recherche. **N'hésitez pas à contacter notre agence pour travailler sur le référencement de votre site.**