50 Skills Claude pour le SEO : le kit, de l'audit au reporting

Le kit de 50 Skills Claude pour le SEO : audit technique, mots-clés, intention, contenu, on-page, maillage, SEO local, backlinks, GEO et Google Search Console.

BLYX-AGENCY.COM · 13 NOVEMBRE 2026 · PAR PIERRE CORDELIER

Le SEO est un métier de répétition. Exporter des données, les trier, repérer ce qui cloche, écrire un brief, vérifier une balise, refaire le même rapport le mois suivant. C'est là que le temps part, et que les corrections qui feraient bouger les clics attendent.

Un Skill règle cela. C'est une méthode écrite une fois, que Claude relit dès que la tâche correspond. Ce kit en réunit cinquante, rangés en dix familles : de l'audit technique au reporting Google Search Console, en passant par le contenu, le maillage, le local et les réponses des IA.

Il ne remplace pas un spécialiste du SEO, et il ne promet aucun gain de trafic : aucune source ne permet de le faire. Il vous donne un système pour chercher plus vite, décider avec des données et exécuter sans les tâches répétitives. Une personne de chez vous relit et décide toujours.

Comment utiliser le kit

Chaque ligne des tableaux ci-dessous décrit un Skill avec le même squelette :

- **À fournir** : ce que Claude attend de vous. Sans cela, il devine, et c'est là que naissent les erreurs.
- **Sortie** : le format exact du résultat, pour le réutiliser sans le retoucher.
- **Contrôle** : ce que Claude vérifie avant de vous répondre.

Commencez par un seul Skill, celui de la famille 10 qui trie vos pages par position, et ajoutez les autres au fil du besoin. Installer cinquante Skills d'un coup est le meilleur moyen de n'en utiliser aucun.

Le gabarit d'un Skill

Un Skill est un dossier qui porte son nom et contient au minimum un fichier `SKILL.md` : un en-tête avec `name` et `description`, puis le corps en Markdown. Scripts et fichiers annexes sont facultatifs.

```
---
name: pages-position-8-15
description: Repère dans un export Search Console les pages en
position 8 à 15. À utiliser pour choisir quelles pages optimiser en
premier.
---

# Pages en position 8 à 15

## Quand l'utiliser
[La tâche, en une ou deux phrases.]

## Ce dont j'ai besoin de votre part
[Les informations à fournir. Si l'une manque, poser la question
avant de commencer.]

## Méthode
1. [Étape 1]
```

```
2. [Étape 2]
3. [Étape 3]

## Format de sortie
[Le gabarit exact du résultat.]

## Contrôles qualité
- [Contrôle propre au Skill]
- Rien n'est inventé : toute donnée absente est signalée.
```

Les règles de forme à respecter :

- Le nom du dossier est identique au champ `name` : minuscules, chiffres et tirets, 64 caractères au plus. Les mots « claude » et « anthropic » sont réservés : un Skill ne doit pas les contenir. Les noms du kit les évitent.
- La description dit ce que fait le Skill et quand l'utiliser, à la troisième personne. La documentation technique d'Anthropic autorise 1 024 caractères, mais un article d'aide indique 200 : restez sous 200 pour être tranquille.
- Le corps de `SKILL.md` reste sous 500 lignes. Le détail va dans des fichiers annexes.
- Datez les règles qui vieillissent vite (politique d'une fiche locale, seuils de vitesse). Une règle sans date devient fausse sans prévenir.

Pour fabriquer les fichiers, collez ce prompt dans une conversation, une ligne du kit à la fois :

```
Voici une ligne de mon kit de Skills SEO : [nom, à fournir, sortie,
contrôle].
Écris le fichier SKILL.md correspondant avec le gabarit ci-dessus
en-tête name et description (200 caractères au plus, à la troisième
```

```
personne), puis Quand l'utiliser, Ce dont j'ai besoin, Méthode,
Format de sortie, Contrôles qualité.
Règles : pas de date ni de nom de modèle dans le texte, rien
d'inventé, aucun appel à un service externe sans me le dire.
Montre-moi le fichier et attends mon accord.
```

Installer et tester

Il vous faut un compte Claude et l'exécution de code activée. Selon l'aide d'Anthropic, les Skills sont proposés sur tous les plans, gratuit compris : vérifiez dans vos réglages.

Dans Claude, ouvrez Customize puis Skills, et importez un zip par Skill. Le dossier du Skill doit être à la racine du zip : `mon-skill.zip` contient `mon-skill/SKILL.md`, pas les fichiers à plat. Les deux articles d'aide d'Anthropic ne décrivent pas le menu de la même façon : suivez ce que vous voyez dans l'application. Dans Claude Code, le dossier va dans `~/.claude/skills/` pour vous, ou `.claude/skills/` pour un projet.

Testez chaque Skill avec trois demandes réelles, dans une conversation neuve. Si Claude ne le charge pas, reformulez la description avec les mots que vous employez vraiment. Anthropic recommande aussi d'essayer chaque Skill avec ses trois tailles de modèle (Haiku, Sonnet, Opus) : ce qui marche avec l'un peut être trop vague pour un autre.

Préparer vos données

Claude ne lit pas votre Search Console tout seul : prévoyez des exports CSV. Voici la méthode, qui sert aux familles 2, 3, 26 à 30 et 46 à 50.

1. Dans Google Search Console, ouvrez le rapport Performances et choisissez les 16 derniers mois : c'est la durée de conservation des données.
2. Activez la position moyenne : elle n'est pas affichée par défaut, il faut la cocher au-dessus du graphique.
3. Exportez les requêtes et les pages séparément. Le rapport propose aussi pays, appareils et apparence dans la recherche.
4. Il n'existe pas de filtre « position 8 à 15 » dans l'outil : triez d'abord dans votre tableur, puis donnez le fichier à Claude.

Pour l'audit technique, Claude a besoin d'un export de crawl (fichier produit par l'outil de votre choix) ou d'une session qui peut aller chercher le site. Via l'API, les Skills n'ont pas d'accès au réseau : utilisez Claude ou Claude Code, et testez sur un cas réel avant de vous y fier.

Famille 1 : audits techniques

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
1. `audit-technique-site`	Export de crawl du site	Liste des problèmes classés par gravité et par nombre de pages	Chaque problème cite des URL réelles
2. `diagnostic-indexation`	Pages non indexées (export Search Console), sitemap	Cause probable par groupe de pages	Une cause marquée « hypothèse » tant qu'elle n'est pas testée

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
3. `vitesse-core-web-vitals`	Rapport de vitesse de vos pages types	Les points faibles et les corrections à demander	Parle de LCP, INP et CLS ; INP a remplacé FID en mars 2024
4. `robots-et-sitemap`	Votre `robots.txt` et votre sitemap	Règles qui bloquent à tort, URL oubliées	Aucune règle modifiée sans votre accord
5. `redirections-et-erreurs`	Codes de réponse du crawl	Chaînes de redirections, erreurs 404, plan de correction	Chaque redirection a une page de destination équivalente

Famille 2 : mots-clés et clustering

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
6. `nettoyage-export-mots-cles`	Export brut de mots-clés	Fichier sans doublons ni variantes inutiles	Les lignes écartées sont listées avec leur motif
7. `clustering-`	Liste nettoyée	Clusters thématiques, un nom et une page cible par cluster	Un mot-clé dans un seul cluster

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
`ue`			
8. `priorisation-mots-cles`	Clusters, vos offres, votre capacité de production	Classement avec la raison de chaque rang	Barème écrit et appliqué partout
9. `cannibalisation-pages`	Requêtes et pages (Search Console)	Pages qui se disputent la même requête, page à garder	Chaque cas montre les deux URL
10. `mots-cles-concurrents`	Pages publiques de 3 à 5 concurrents	Sujets qu'ils couvrent et que vous ne couvrez pas	Tout vient d'une page citée

Famille 3 : intention de recherche

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
11. `classer-intention`	Liste de requêtes	Chaque requête : s'informer, comparer, acheter ou trouver un lieu	Les cas ambigus sont signalés
12. `lecture-resulta`	Une requête et les pages qui s'affichent	Type de pages attendues, angle dominant	Basé sur ce que vous collez, pas sur la mémoire de Claude

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
`google`			
13. `questions-des-clients`	Mails, appels, questions de vos équipes commerciales	Questions réelles à traiter en contenu	Aucune question inventée
14. `page-et-intention`	Une page, sa requête cible	Écart entre ce que la page offre et ce que la requête attend	Propose un changement concret
15. `parcours-achat-b2b`	Vos offres, vos cycles de vente	Requêtes par étape du parcours	Chaque étape a au moins une page prévue

Famille 4 : briefs et contenu

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
16. `brief-contenu`	Requête, intention, votre point de vue	Brief d'une page : promesse, plan, exemples à fournir	Un fait propre à votre entreprise par section
17. `plan-editorial`	Clusters, rythme de publication	Calendrier par semaine	Pas deux fois le même angle de suite

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
18. `brouillon-avec-expert`	Brief, notes d'un expert interne	Brouillon à relire par cet expert	Rien d'ajouté à ce que l'expert a dit
19. `relecture-anti-bouillie`	Un texte	Passages génériques repérés, version plus précise	Chaque passage réécrit gagne un fait ou un exemple
20. `mise-a-jour-contenu`	Page ancienne, nouvelles informations	Liste de ce qui a vieilli, texte corrigé	Chaque chiffre est daté et sourcé

Google déconseille de produire du contenu en masse sur des sujets variés et d'automatiser largement. Ces Skills préparent, ils ne publient pas à votre place.

Famille 5 : optimisation on-page

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
21. `title-et-meta`	Page, requête cible	3 titres et 3 descriptions	Longueurs affichées, aucune promesse fausse
22. `structure-des-titres`	Texte de la page	Plan H1, H2, H3 corrigé	Un seul H1, les H2 répondent à l'intention

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
23. `optimisation-page`	Page et requête	Liste de corrections classées par effort	Chaque correction est visible dans la page
24. `donnees-structurees`	Page et type de contenu	Balisage proposé	Le balisage correspond au texte visible de la page
25. `signaux-d-expertise`	Page, auteur, preuves disponibles	Auteur, sources, exemples à ajouter	E-E-A-T traité comme une pratique, pas comme un facteur de classement direct

Famille 6 : maillage interne

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
26. `audit-maillage`	Export des liens internes du crawl	Pages qui reçoivent peu de liens, pages qui en donnent trop	Chiffres issus de l'export
27. `pages-orphelines`	Crawl et sitemap	Pages sans lien interne	Chaque page citée est bien dans le sitemap
28. `ancres-de-liens`	Liens existants	Ancres répétitives ou vagues, alternatives	Les ancres décrivent la page cible

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
29. `plan-maillage-cluster`	Un cluster et ses pages	Qui lie vers qui, dans quel texte	Aucune page du cluster isolée
30. `pages-pivot`	Pages en position 8 à 15, pages fortes	Liens à ajouter depuis les pages fortes	Lien utile au lecteur, pas seulement au robot

Famille 7 : SEO local

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
31. `fiche-google-business`	Votre fiche Google Business Profile	Éléments manquants, catégories, description	Règles datées, car la politique d'édition a changé en avril 2026
32. `pages-locales`	Villes ou zones servies, offres	Plan de pages locales	Chaque page a un contenu propre, pas une ville remplacée
33. `avis-clients`	Avis reçus	Thèmes récurrents, réponses types	Aucune réponse n'invente un fait
34. `coherence-coordonnees`	Nom, adresse, téléphone sur vos pages et annuaires	Écarts à corriger	Liste précise ligne par ligne

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
35. `requetes-locales`	Métiers et zones	Requêtes avec mention de lieu	Aucune zone hors de votre périmètre

Famille 8 : backlinks et RP digitales

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
36. `audit-des-liens`	Export de vos liens entrants	Liens douteux, sources utiles	Chaque lien jugé douteux a un motif
37. `idees-de-liens`	Vos expertises, vos données propres	Contenus qu'un site tiers voudrait citer	Chaque idée repose sur une donnée que vous possédez
38. `message-aux-sites`	Site visé, raison de le contacter	Mail court et personnalisé	Un fait précis sur le site visé
39. `communique-de-presse`	Une annonce réelle	Communiqué et angle pour la presse locale ou métier	Rien d'exagéré, chiffres sourcés
40. `mentions-sans-lien`	Liste de mentions de votre marque	Demandes de lien à envoyer	Une mention vérifiée avant chaque demand

N'achetez pas de liens et n'en échangez pas à grande échelle : ces Skills rédigent des demandes, vous envoyez vous-même.

Famille 9 : GEO, être cité par les IA

Le GEO consiste à rendre vos pages faciles à citer dans les réponses de ChatGPT, de Claude ou de Perplexity. Aucune méthode ne garantit une citation. Et selon Google, aucune exigence ni balisage spécial n'est nécessaire pour apparaître dans ses AI Overviews et son AI Mode, et un fichier `llms.txt` n'est pas utile : la page doit surtout être indexée et utile.

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
41. `acces-robots-ia`	Votre `robots.txt`	Règles pour ClaudeBot, Claude-User et Claude-SearchBot, et pour Googlebot	Rappelle que bloquer les deux derniers peut réduire la visibilité dans les réponses de Claude
42. `pages-faciles-a-citer`	Une page	Réponse directe en tête, définitions, chiffres sourcés, auteur	Chaque ajout est visible dans le texte
43. `questions-reponses`	Questions de vos clients	Sections courtes qui répondent chacune à une question	Une question, une réponse, une source
44. `test-`	10 questions que vos	Grille à remplir à la main : l'IA vous cite-t-	Date du test et out notés, résultats non

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
`citations`	clients posent	elle, qui cite-t-elle	généralisés
45. `coherence-de-marque`	Vos pages, profils et annuaires	Descriptions contradictoires de votre entreprise	Un texte de référence unique

Pour comprendre pourquoi un concurrent est cité et pas vous, le Skill 44 donne la méthode : poser les mêmes dix questions chaque mois, noter les sources citées, comparer avec vos pages. Les réponses d'une IA varient d'un jour à l'autre : ne tirez aucune conclusion d'un seul test. Un benchmark de chercheurs sur le GEO annonce des gains de visibilité qui varient selon le domaine : ce n'est pas un résultat attendu chez vous.

Famille 10 : Google Search Console et reporting

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
46. `pages-position-8-15`	Export des pages avec position moyenne	Pages à pousser en premier, avec leurs requêtes	Position moyenne notée avec la période

Skill	À fournir	Sortie	Contrôle
47. `ctr-faible`	Pages et requêtes avec impressions et clics	Pages bien placées mais peu cliquées, nouveaux titres à tester	Pas de conclusion sous un volume d'impressions trop faible
48. `baisse-de-trafic`	Deux périodes comparables	Pages et requêtes en baisse, pistes de cause	Les causes sont des hypothèses à tester
49. `rapport-mensuel-dirigeant`	Exports du mois et du mois précédent	Une page : ce qui a bougé, ce qu'on a fait, ce qu'on fait ensuite	Chaque chiffre vient d'un export
50. `suivi-des-actions`	Liste des corrections menées, dates	Tableau avant et après sur les pages touchées	Une action récente n'est pas jugée trop tôt

Premier essai en quinze minutes

Exportez vos pages de la Search Console avec la position moyenne, triez-les entre 8 et 15, puis collez ce prompt avec le fichier :

```
Voici l'export de ma Search Console : pages, clics, impressions,
CTR, position moyenne, sur [période].
Garde les pages dont la position moyenne est entre 8 et 15 et qui
ont au moins [nombre] impressions.
```

```
Pour chaque page, donne : la requête principale, ce qui manque
probablement pour passer en première page (hypothèse à tester, pas
une certitude), et la correction la plus simple.
Classe par effort croissant. N'invente aucune donnée absente du
fichier et dis-moi ce qu'il te manque.
```

Appliquez la correction la plus simple sur trois pages, attendez, puis comparez avec le Skill 50. C'est ainsi que le kit prouve son utilité chez vous : sur vos chiffres.

Trois règles avant de publier

Relisez chaque Skill. Un Skill est une suite d'instructions. N'installez que des Skills écrits par vous ou venant d'une source de confiance, et ne mettez jamais de clé ou de mot de passe dedans.

Un expert signe chaque contenu. Claude prépare, analyse et rédige un brouillon. La personne qui connaît votre métier ajoute l'exemple, le chiffre propre à votre entreprise et le dernier mot.

Tout se date. Les règles du SEO, de Google et des IA changent. Notez la date de chaque règle dans vos Skills et relisez le kit une fois par trimestre.

Source. Anthropic, What are skills, Anthropic, How to create custom skills, Spécification Agent Skills, Anthropic, Skill authoring best practices, Google Search Central, AI features and your website, Google, rapport Performances de la Search Console, Google, Search Console et Analytics, Anthropic, Does Anthropic crawl data from the web.