Le kit SEO avec Claude : 200 ressources en 5 étapes, des mots-clés au netlinking

Le système SEO avec Claude rangé en 5 étapes : 50 Skills nommés, un prompt, un workflow et un modèle par étape, et les garde-fous de Google.

BLYX-AGENCY.COM · 18 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 vos clics attendent.

Ce kit range le travail en cinq étapes : la recherche de mots-clés, l'audit technique, le contenu, le maillage interne et le netlinking. Pour chacune, il réunit cinq sortes de ressources : des guides, des Claude Skills, des prompts, des workflows et des modèles. Au total, 200 ressources : 50 guides, 50 Skills, 50 prompts, 25 workflows et 25 modèles.

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

Comment le kit est rangé

Chaque étape reçoit la même dotation. C'est ce qui rend le kit simple à parcourir : vous savez toujours où chercher.

Type de ressource	Par étape	Au total	À quoi elle sert
Guide	10	50	Comprendre une question et la règle à suivre
Claude Skill	10	50	Une méthode que Claude relit seul dès que la tâche correspond
Prompt	10	50	Une demande prête à coller dans une conversation
Workflow	5	25	Un enchaînement d'étapes, avec ce que vous apportez et ce que vous contrôlez
Modèle	5	25	Un tableau ou un document à remplir

Cette page donne le cœur du système : les 50 Skills nommés, puis pour chaque étape un prompt, un workflow et un modèle complets, et le prompt qui fabrique le reste à votre contexte (guides, prompts, workflows, modèles) sans que Claude invente un seul chiffre.

Avant de commencer

Il vous faut un compte Claude avec l'exécution de code activée (Paramètres, puis Capacités). Les pages d'Anthropic ne s'accordent pas sur les formules qui incluent les Skills : vérifiez dans vos réglages que la fonction est disponible chez vous, avant de compter dessus.

Une Skill ne va pas chercher de données en direct. Elle ne se connecte ni à Search Console, ni à un outil d'exploration de site. Vous apportez donc les données, en fichier :

- l'export Search Console (rapport Performances : requêtes, pages, clics, impressions, position) ;
- l'export de l'outil qui explore votre site (adresses, codes de réponse, balises) ;
- votre sitemap ;
- la liste de vos pages, avec leur objectif.

Claude analyse ce que vous donnez. Il n'a pas vos volumes de recherche ni votre trafic : quand une donnée manque, il doit le dire, et chaque prompt du kit le lui demande.

Le gabarit d'une Skill

Une 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 données 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 à la Skill]
- Rien n'est inventé : toute donnée absente est signalée.
```

Les règles de forme : le nom du dossier est identique au champ `name` (minuscules, chiffres et tirets, 64 caractères au plus) ; la description tient en 1 024 caractères au plus ; le corps de `SKILL.md` reste sous 500 lignes.

Étape 1 : la recherche de mots-clés

Objectif : savoir quelles recherches vos clients font vraiment, et dans quel ordre s'en occuper.

Skill	Ce qu'elle fait
collecte-mots-cles-export	Nettoie l'export de requêtes
regroupement-par-theme	Range les requêtes en thèmes
intention-de-recherche	Classe chaque requête selon son intention

Skill	Ce qu'elle fait
pages-position-8-15	Isole les pages proches de la première page
cannibalisation	Repère deux pages sur la même requête
questions-des-clients	Transforme les questions reçues en requêtes
priorisation-effort-impact	Classe les sujets par effort et impact
calendrier-editorial	Répartit les sujets par mois
mots-cles-a-ecarter	Liste ce qui ne vous apportera pas de clients
rapport-mensuel-mots-cles	Compare le mois à celui d'avant

Prompt à copier :

```
Contexte : je dirige [activité, en une phrase]. Mes clients
cherchent [ce qu'ils cherchent, à leur manière]. Je joins l'export
Search Console de mes requêtes.
Objectif : savoir sur quels sujets écrire en premier.
Méthode :
1. Regrouper les requêtes en thèmes.
2. Pour chaque thème, donner l'intention dominante (s'informer,
comparer, acheter) et la page de mon site qui y répond, ou
"aucune".
3. Signaler les thèmes où deux pages de mon site se concurrentent.
4. Proposer un ordre de travail, en disant sur quel critère il
repose.
Format : un tableau (thème, intention, page, action proposée).
Règles : ne donner aucun volume de recherche qui ne figure pas dans
mon fichier. Si une donnée manque, le dire. Ne rien conclure d'un
thème qui compte très peu d'impressions.
```

Workflow : exportez les requêtes des trois derniers mois, lancez le prompt, validez les thèmes avec la personne qui connaît vos clients,

puis lancez la Skill de priorisation. Vous contrôlez surtout les intentions : Claude les déduit des mots, pas de ce que vous savez de vos clients.

Modèle à remplir : un tableau à cinq colonnes, Thème, Intention, Page existante, Action (créer, améliorer, fusionner), Date prévue.

Étape 2 : l'audit technique

Objectif : vérifier que Google peut lire vos pages, et corriger ce qui l'en empêche.

Skill	Ce qu'elle fait
audit-balises-title-meta	Repère balises absentes ou en double
pages-non-indexees	Explique pourquoi une page n'apparaît pas
sitemap-controle	Compare le sitemap et vos pages réelles
robots-txt-lecture	Vérifie qu'aucune page utile n'est bloquée
redirections-chaines	Repère les redirections en cascade
erreurs-404	Classe les pages introuvables par importance
donnees-structurees-controle	Relit les données structurées de vos pages
titres-h1-doublons	Repère les titres de page identiques
images-poids-alt	Liste les images lourdes ou sans texte alternatif
plan-de-correction	Ordonne les corrections par urgence

Prompt à copier :

```
Contexte : voici l'export de l'exploration de mon site [nom du site] et mon sitemap.
Objectif : un plan de correction technique que je peux confier à la personne qui gère mon site.
Méthode :
1. Lister les pages qui répondent en erreur ou par une redirection.
2. Comparer le sitemap et les pages explorées : pages du sitemap introuvables, pages explorées absentes du sitemap.
3. Repérer les balises title et les titres H1 absents ou en double.
4. Classer chaque problème : bloquant, à corriger, mineur.
Format : un tableau (adresse, problème, gravité, correction proposée).
Règles : ne parler que de ce qui figure dans mes fichiers. Rappeler qu'un sitemap ne garantit ni l'exploration ni l'indexation. Ne proposer aucune modification du site : seulement des recommandations.
```

Workflow : exportez, lancez le prompt, faites relire le tableau par la personne qui gère le site, corrigez les points bloquants, réexportez un mois plus tard et comparez. Le sitemap se dépose à la racine du site et se soumet dans Search Console, ou se déclare par une ligne `Sitemap:` dans `robots.txt`.

Modèle à remplir : un suivi de corrections (adresse, problème, responsable, date, vérifié oui ou non).

Étape 3 : le contenu

Objectif : des pages utiles à ceux qui les lisent, pas des pages écrites pour le volume.

Skill	Ce qu'elle fait
brief-de-page	Écrit le brief d'une page
plan-article	Propose le plan à partir des questions réelles
reponse-aux-questions	Prépare des réponses courtes et exactes
relecture-utile-au-lecteur	Teste si la page sert vraiment le lecteur
mise-a-jour-page-ancienne	Dit quoi réviser sur une page datée
page-service	Structure la page d'un de vos services
meta-description	Propose des descriptions honnêtes
faq-page	Construit une FAQ depuis vos vrais échanges
verification-des-faits	Liste chaque affirmation à sourcer
note-de-production	Rédige la mention sur la façon dont la page a été produite

Google demande un contenu utile aux personnes, et note que générer beaucoup de texte par IA sans supervision humaine demande peu d'effort. Il précise aussi qu'indiquer aux lecteurs comment un contenu a été produit peut leur être utile : c'est le rôle de la dernière Skill.

Prompt à copier :

```
Contexte : je dirige [activité]. Je veux une page pour [sujet],
destinée à [type de lecteur]. Voici ce que je sais sur le sujet,
avec mes propres exemples : [notes, cas clients anonymisés,
chiffres vérifiés].
```

```
Objectif : un brief de page, pas la page.
Méthode :
1. Dire quelle question du lecteur la page doit résoudre, en une phrase.
2. Proposer un plan en titres et sous-titres.
3. Pour chaque partie, indiquer ce que je dois apporter de mon expérience, que Claude ne peut pas inventer.
4. Lister les affirmations qui demandent une source.
Format : le brief en une page.
Règles : n'écrire aucun chiffre, aucun nom, aucune référence qui ne vienne pas de mes notes. Signaler tout passage qui ferait du remplissage.
```

Workflow : brief, rédaction par une personne de chez vous à partir du brief, relecture par Claude avec la Skill de relecture, vérification des faits, publication, puis réexamen après quelques mois dans Search Console.

Modèle à remplir : une fiche de page (question du lecteur, plan, apports de votre expérience, sources, date de dernière révision).

Étape 4 : le maillage interne

Objectif : relier vos pages entre elles pour que le lecteur, et Google, trouvent le chemin.

Skill	Ce qu'elle fait
inventaire-pages	Dresse la liste de vos pages par thème
pages-orphelines	Repère les pages sans lien entrant
ancres-internes	Contrôle le texte des liens
pages-piliers	Désigne la page centrale de chaque thème

Skill	Ce qu'elle fait
suggestions-liens-internes	Propose les liens à ajouter
liens-casses-internes	Liste les liens qui mènent à une erreur
profondeur-de-clic	Mesure le nombre de clics depuis l'accueil
cocon-thematique	Organise un thème autour de sa page pilier
liens-vers-pages-position-8-15	Renforce les pages proches de la première page
plan-maillage-mensuel	Planifie quelques liens à poser chaque mois

Prompt à copier :

```
Contexte : voici la liste de mes pages avec leur adresse, leur titre, leur thème et le nombre de liens internes qu'elles reçoivent.
Objectif : un plan de maillage interne.
Méthode :
1. Désigner, pour chaque thème, la page centrale.
2. Lister les pages qui ne reçoivent aucun lien.
3. Pour chacune, proposer deux ou trois pages de mon site qui devraient pointer vers elle, avec un texte de lien descriptif.
Format : un tableau (page source, page cible, texte du lien, raison).
Règles : ne proposer que des liens utiles au lecteur. Ne rien inventer sur le contenu d'une page que je n'ai pas fournie : demander son texte.
```

Workflow : listez vos pages, lancez le prompt, faites poser les liens validés par la personne qui gère le site, puis refaites l'inventaire le mois suivant.

Modèle à remplir : une matrice (page, thème, liens reçus, liens donnés, action).

Étape 5 : le netlinking

Objectif : obtenir des liens qui viennent de vraies recommandations, sans enfreindre les règles de Google.

Google classe en spam de liens le fait d'acheter ou de vendre des liens pour le classement, et d'utiliser des programmes automatisés pour créer des liens vers votre site. Il admet les liens payants à condition qu'ils portent `rel="nofollow"` ou `rel="sponsored"`. Le kit est écrit dans ce cadre : Claude prépare, qualifie et rédige, vous décidez et vous envoyez.

Skill	Ce qu'elle fait
profil-liens-actuel	Résume les liens que votre site reçoit déjà
liste-de-cibles	Dresse la liste des sites qui pourraient parler de vous
qualification-site-cible	Évalue si un site est pertinent pour vous
message-prise-de-contact	Rédige un message personnalisé à relire
relance-sans-insister	Écrit une relance courte et polie
mention-sans-lien	Repère les citations de votre nom sans lien
liens-payants-balises	Vérifie la balise d'un lien payant
controle-risque-spam	Signale ce qui ressemble à du lien acheté

Skill	Ce qu'elle fait
suivi-liens-obtenus	Tient la liste des liens obtenus
rapport-netlinking	Résume le mois

Prompt à copier :

```
Contexte : mon entreprise est [activité]. Voici la liste de sites [revues de mon secteur, partenaires, annuaires professionnels] que j'envisage de contacter, avec leur adresse et ce que j'en sais.
Objectif : savoir lesquels contacter, et comment.
Méthode :
1. Pour chaque site, dire en une phrase pourquoi il serait utile à ses lecteurs de parler de moi.
2. Écarter ceux où la seule raison serait le lien.
3. Pour les autres, rédiger un message court, personnel, qui propose quelque chose d'utile (une information, un cas, une intervention).
Format : un tableau (site, raison, message).
Règles : ne jamais proposer d'acheter un lien sans la balise sponsored ou nofollow. Ne rien envoyer : tous les messages me reviennent pour relecture. Ne rien affirmer sur un site que je n'ai pas décrit.
```

Workflow : listez les sites, lancez le prompt, relisez et envoyez vous-même chaque message, notez les réponses dans le suivi, relancez une fois.

Modèle à remplir : un suivi de contacts (site, personne, date d'envoi, réponse, lien obtenu oui ou non, balise).

Le prompt qui fabrique le reste

Les guides, les prompts, les workflows et les modèles qui ne figurent pas ci-dessus se fabriquent avec une demande unique, à lancer une ligne de tableau à la fois :

```
Voici une ligne de mon kit SEO : [étape, nom de la Skill, ce
qu'elle fait].
Fabrique la ressource suivante : [un guide d'une page, un prompt,
un workflow ou un modèle].
Elle doit dire ce que je dois fournir, ce que Claude produit et ce
que je contrôle moi-même.
Règles : ne donner aucun chiffre ni aucune règle de Google qui ne
figurent pas dans ce que je t'ai fourni. Si une information manque,
poser la question. Montre le résultat et attends mon accord.
```

Installer et tester

Dans claude.ai, ouvrez Customize, puis Skills, et importez un zip par Skill. Le dossier de la Skill doit être au premier niveau du zip : `mon-skill.zip` contient `mon-skill/SKILL.md`, pas les fichiers à plat. Dans Claude Code, le dossier va dans `~/.claude/skills/` pour votre usage, ou dans `.claude/skills/` pour un projet partagé par git. `/nom` la lance à la main.

Une Skill partagée n'est pas relue par Anthropic : lisez son `SKILL.md` et ses fichiers avant de l'activer, et ne mettez jamais de clé d'accès dedans. Commencez par une seule Skill, celle des pages en position 8 à 15, testez-la avec trois demandes réelles, puis ajoutez les autres au fil du besoin. En installer cinquante d'un coup est le meilleur moyen de n'en utiliser aucune.

Trois règles avant de publier

1. **Aucune garantie de classement.** Un sitemap et les données structurées ne garantissent ni l'indexation ni un meilleur classement.
2. **Des pages utiles, pas du volume.** Google cite parmi ses exemples d'abus le fait de produire beaucoup de pages avec des outils d'IA sans rien apporter au lecteur.
3. **Vous relisez toujours.** Claude propose, une personne de chez vous vérifie les faits et signe.

Source. Google : Spam policies for Google web search, Creating helpful content, Build a sitemap et Search gallery. Anthropic : Create custom skills, Skills overview et Extend Claude with skills. Les prompts, les noms de Skills et les modèles sont les nôtres.
