

Checkliste SEO Jova

Structure de l'article

- Introduction de 5 à 10 lignes maximum
- 1 seul H1 (mot-clé principal inclus)
- H2 = grandes intentions / parties clés
- H3 = sous-questions
- Conclusion de 5 à 10 lignes maximum
- Sommaire présent

Optimisation SEO

- Mot-clé principal présent dans l'introduction
- Mot-clé principal présent 1 à 2 fois dans les titres H2
- Mot-clé principal présent dans la conclusion
- Champ lexical riche et naturel (SEO + lisibilité)
- Paragraphes courts (2 à 4 lignes)
- Listes à puces utilisées avec parcimonie
- Slug URL Clean
- Meta description
- Meta titre
- Fil d'ariane présent
- Balise No index désactivée
- URL modifiée pour inclure la catégorie de l'article

Contenu

- Réponse claire et structurée à la question d'origine
- Exemples et cas d'usage
- Définitions ajoutées si nécessaire
- Aucun remplissage inutile
- Pas de répétitions artificielles
- Photo de couverture
- Assigné à un rédacteur

Images & UX

- Images utiles (valeur ajoutée réelle)
- Balise ALT descriptive sur chaque image
- Mise en page aérée
- Responsive (mobile-friendly)
- Sommaire cliquable pour faciliter la lecture

Liens & maillage interne

- 2 à 5 liens internes pertinents
- Liens externes cohérents avec le sujet

FAQ

- Section FAQ présente
- Questions issues de vraies recherches utilisateurs
- Réponses courtes et claires
- Analyse des PAA Google pour identifier les questions
- [Schéma HTML structurés de la FAQ](#)
- Intégrées dans le <head> ou en bas du <body> de la page

Conversion & conclusion

- CTA cohérent avec le contenu
- Conclusion récapitulative des points clés
- Ouverture vers un autre sujet ou contenu connexe

2/ Mettre plus de relief sur les bullets

1. Membre du même groupe



Bonjour {{firstname}}, je remarque que nous sommes tous les deux membres du groupe (mettez **groupe LinkedIn** en commun), entrons en contact pour partager nos connaissances.

2. Posts avec un hashtag



Bonjour {{firstname}}, j'ai adoré votre post sur le hashtag (exemple de hashtag) Que pensez-vous (nom de la tendance du hashtag) ? Au plaisir d'en discuter avec vous.

3) Utilisez la photo de couverture pour vous présenter

LinkedIn permet d'ajouter une [bannière LinkedIn](#) en fond de votre profil. Il est indispensable de s'en servir en pro LinkedIn, pour ajouter un aspect plus visuel à votre profil qui sera autrement terne.

Cela vaut le coup de passer un peu de temps à travailler votre image, ou bien de le faire faire si vous n'avez pas les compétences.

4) Tirez profit du résumé LinkedIn pour prospecter

Vous avez été concis sur votre titre, l'espace « résumé » vous permet d'en dire plus sur ce que vous faites, votre « histoire », ce qui vous a amené à être qui vous êtes aujourd'hui. 🙄

Vous pouvez recourir au [storytelling](#) pour **capter** l'attention. Si vous captez l'attention, vous serez en mesure de

3/ Améliorer le sommaire disponible en scroll

Pas de sommaire comme Tribes

<https://www.followtribes.io/intent-signals-capter-prospects-bon-moment/>

Soit à gauche comme Evaboot

Contents

Comment fonctionne LinkedIn Sales Navigator ?

Comment utiliser LinkedIn Sales Navigator pour la prospection ?

Les 5 meilleures pratiques pour utiliser LinkedIn Sales Navigator

Sales Navigator pour le marketing basé sur les comptes

Comment utiliser Sales Navigator Advanced ?

Comment utiliser Sales Navigator Advanced Plus ?

Comment utiliser Sales Navigator pour le recrutement ?

FAQ



Exporter u

Dans ce guide, je vo
sujets suivants :

à droite sur ordinateur comme Pharow ?

entreprises

section

que, la propriété intellectuelle, ou si vous avez
re, ce n'est pas la source la plus pratique.

Commerce

x de commerce. C'est la référence pour obtenir

SOMMAIRE

1. Qu'est-ce qu'une base de données
entreprise et pourquoi l'utiliser ?

**2. Les bases de données entreprises
publiques et gratuites (Open Data)**

3. Les limites des bases de données gratuites
pour la prospection commerciale

4. Pourquoi choisir une base de données B2B
privée comme Pharow ?

5. Critères pour choisir sa base de données
entreprise

Contents

Limites Sur Les Demandes de
Connexion sur LinkedIn

Comment envoyer plus de 100
invitations par semaine sur
LinkedIn ?

Comment contourner la limite
de demandes de connexions
hebdomadaires de LinkedIn ?

Limite de connexions LinkedIn

Limites des Messages LinkedIn

Limite des Visites de profils
LinkedIn

Limites de l'API LinkedIn

Les risques à connaître si vous
jouer avec les limites LinkedIn

Cet article fournit
LinkedIn et sur la
demandes de c

En étant mieux in
prospection et t
LinkedIn.

Prêt à maîtriser l

Plongeons dans l

l imites

Mieux structurer la hiérarchie des titres 1/2/3 graphiquement

(taille, couleur etc.) cf. pharow beaucoup plus clean

Les fonctionnalités d'export et d'intégration CRM

Une bonne base de données doit s'intégrer facilement à vos outils existants. Sinon, vous allez perdre un temps fou à faire des copier-coller et des imports/exports manuels.

Les intégrations indispensables :

- **Export CSV** : Le format universel, compatible avec tous les outils
- **Intégration CRM** : HubSpot, Pipedrive, Salesforce... pour synchroniser automatiquement vos contacts
- **Intégration outils d'envoi** : Lemlist, La Growth Machine, pour lancer vos séquences sans manipulation
- **Webhooks** : Pour automatiser l'envoi de données vers vos outils métier
- **API** : Pour les équipes techniques qui veulent industrialiser l'enrichissement

Pourquoi c'est important ?

Parce que vous ne voulez pas :

- Créer des doublons dans votre CRM
- Perdre du temps à faire des imports manuels
- Risquer des erreurs de manipulation

Pharow propose des **intégrations natives** avec les principaux CRM et outils d'envoi. Vous créez votre liste, vous cliquez sur "Exporter vers HubSpot", et vos contacts sont synchronisés automatiquement, sans doublon.