Prompt pour avoir un Keyword difficulty personnalisé

En utilisant Ahrefs MCP, construisez des scores de « Difficulté de mot-clé personnalisée » pour **[DOMAINE CIBLE]** en ciblant plusieurs mots-clés.

Analysez les mots-clés suivants :

- **[KEYWORD 1]**
- **[KEYWORD 2]**
- **[KEYWORD 3]**
- **[KEYWORD 4]**
- **[KEYWORD 5]**

Le score de Difficulté de mot-clé personnalisée doit être calculé de 0 à 100 pour chaque mot-clé et prendre en compte les facteurs suivants (avec les pondérations indiquées) :

Facteur 1 : Difficulté de mot-clé de base (pondération : 40 %)

- Utilisez la métrique standard de difficulté de mot-clé pour chaque mot-clé cible
- Elle représente le nombre médian de domaines référents vers les pages classées dans le top 10

Facteur 2 : Autorité thématique dans le cluster parent (pondération : 30 %)

Analysez l'autorité thématique du domaine cible pour le cluster de sujet parent le plus proche de chaque mot-clé (doit contenir au moins 5 mots-clés) :

- Combien de mots-clés le domaine cible positionne-t-il dans ce cluster ?
- Quelles sont leurs positions (notamment les positions #1 et le top 10) ?
- Quel volume de trafic organique le domaine capte-t-il via ces mots-clés du cluster ?
- Comparez avec les performances des concurrents dans le même cluster (nombre de mots-clés positionnés et trafic)

Note : si plusieurs mots-clés partagent le même cluster parent, calculez ce facteur une seule fois et appliquez-le à tous les mots-clés concernés.

Facteur 3 : Domain Rating (pondération : 20 %)

- Le Domain Rating (DR) du domaine cible
- Comparez-le avec les DR des concurrents présents dans la SERP pour chaque mot-clé cible
- Le DR reflète des avantages au niveau du domaine (confiance, autorité, vitesse de positionnement) non captés par la difficulté de mot-clé de base

Facteur 4 : Autorité des pages du cluster (pondération : 10 %)

Calculez la moyenne pondérée du URL Rating (UR) pour les pages du domaine cible positionnées dans chaque cluster parent :

- Pondérez le UR de chaque page par le trafic qu'elle génère via les mots-clés du cluster
- Formule : Moyenne pondérée UR = Σ(UR × Trafic) / Trafic total

Comparez cette moyenne avec celle des concurrents pour leurs pages positionnées dans le même cluster :

- Identifiez les principaux concurrents positionnés sur ce cluster
- Calculez leur moyenne pondérée de UR selon la même méthode
- Comparez la moyenne pondérée du domaine cible avec celle de chaque concurrent majeur

Note : le UR a une pondération plus faible (10 %) car la difficulté de mot-clé de base intègre déjà partiellement l'autorité des pages via les domaines référents, ce qui crée une redondance. Le DR capture des avantages propres au domaine non reflétés dans la KD.

Logique de calcul (CRITIQUE) :

Difficulté de mot-clé personnalisée = KD de base + ajustements

- Commencez par la KD de base (pondérée à 40 %)
- **SOUSTRAYEZ** des points pour les avantages (ce qui facilite le classement) :
    - Forte autorité thématique (beaucoup de mots-clés du cluster positionnés, trafic élevé)
    - DR élevé par rapport aux concurrents présents dans la SERP
    - Moyenne pondérée UR élevée par rapport aux concurrents
- **AJOUTEZ** des points pour les désavantages (ce qui rend le classement plus difficile) :
    - Faible autorité thématique (peu de mots-clés du cluster positionnés, faible trafic)
    - DR faible par rapport aux concurrents présents dans la SERP
    - Moyenne pondérée UR faible par rapport aux concurrents

Interprétation du résultat :

- **Difficulté personnalisée < KD de base** = plus facile pour le domaine cible (les avantages compensent le niveau de difficulté de référence)
- **Difficulté personnalisée > KD de base** = plus difficile pour le domaine cible (les désavantages augmentent la difficulté)
- **Difficulté personnalisée ≈ KD de base** = neutre (le domaine cible n'a ni avantage ni désavantage particulier)

Plancher minimum : la Difficulté personnalisée ne peut pas être inférieure à 0 (si le calcul donne un résultat négatif, ramenez-le à 0).

Exigences de sortie

1. Tableau de synthèse exécutive

Présentez tous les mots-clés dans un tableau comparatif avec les colonnes suivantes :

- Mot-clé
- KD standard
- KD personnalisée
- Différence
- Volume de recherche
- Sujet parent
- Mots-clés positionnés
- URLs du cluster
- Niveau de priorité

Mot-clé	KD standard	KD personnalisée	Différence	Volume de recherche	Sujet parent	Mots-clés positionnés	URLs du cluster	Niveau de priorité
[mot-clé 1]	[#]	[#]	[+/-#]	[#]	[topic]	[#]	[count]	Élevée/Moyenne/Faible

[mot-clé 2]	[#]	[#]	[+/-#]	[#]	[topic]	[#]	[count]	Élevée/Moyenne/Faible

Mots-clés positionnés : le nombre de mots-clés de ce cluster de sujet parent pour lesquels le domaine cible est actuellement positionné (par ex. « 28 » signifie que le domaine se positionne sur 28 mots-clés dans ce cluster).

URLs du cluster : le nombre d'URLs uniques du domaine cible actuellement positionnées sur des mots-clés de ce cluster de sujet parent (par ex. « 5 URLs » signifie que 5 pages différentes du domaine cible se positionnent sur des mots-clés de ce cluster).

Différence : affichez une valeur négative (par ex. « -13 ») lorsque la KD personnalisée est inférieure (donc plus facile) à la KD standard, et une valeur positive lorsqu'elle est supérieure (donc plus difficile).

Tri : classez par meilleure opportunité (KD personnalisée la plus basse avec le volume de recherche le plus élevé).

2. Inventaire des URLs du cluster

Pour chaque cluster de sujet parent unique identifié, listez toutes les URLs du domaine cible qui se positionnent sur des mots-clés de ce cluster :

Sujet parent : « [nom du cluster] »
Trafic : ~[X] visites mensuelles
[X] mots-clés positionnés sur [Y] URLs

- URL 1 : [URL complète] (UR : [#], Trafic : [#], Mots-clés : [#])
- URL 2 : [URL complète] (UR : [#], Trafic : [#], Mots-clés : [#])
- URL 3 : [URL complète] (UR : [#], Trafic : [#], Mots-clés : [#])
- [continuer pour toutes les URLs du cluster]

3. Recommandations de priorisation

Catégorisez les mots-clés en :

Priorité élevée :

- KD personnalisée faible (<40)
- Conditions favorables
- Forte opportunité

Priorité moyenne :

- KD personnalisée modérée (40–60)
- Conditions mixtes
- Valeur stratégique

Priorité faible :

- KD personnalisée élevée (>60)
- Conditions défavorables
- À éviter ou à repousser

Pour chaque niveau de priorité, expliquez brièvement pourquoi ces mots-clés appartiennent à cette catégorie sur la base des données.

4. Détail individuel par mot-clé

Pour chaque mot-clé, fournissez :

[Nom du mot-clé] - KD personnalisée : [Score]

Détail des facteurs :

- KD de base (40 %) : [score] points
- Autorité thématique (30 %) : [+/- points] (avantage/désavantage)
- Domain Rating (20 %) : [+/- points] (avantage/désavantage)
- Autorité de page (10 %) : [+/- points] (avantage/désavantage)
- **Score final :** [total] (plancher à 0 si négatif)

Interprétation : [indiquer clairement si c'est plus facile, plus difficile ou neutre par rapport à la KD de base]

Données clés :

- Cluster de sujet parent : « [nom du cluster] » ([# mots-clés positionnés dans ce cluster])
- URLs du cluster : [# URLs uniques] (voir l'inventaire des URLs du cluster ci-dessus pour la liste complète)
- Trafic du domaine cible provenant du cluster : [# visites mensuelles]
- Moyenne pondérée UR : [#] vs concurrents : [liste]
- Principaux concurrents : [liste avec DR]

Évaluation rapide :
[1 à 2 phrases sur l'opportunité ou le risque à partir des données]

5. Enseignements au niveau des clusters

Si plusieurs mots-clés partagent les mêmes clusters de sujet parent, fournissez une analyse commune :

- Quels clusters le domaine cible domine-t-il ? (indiquer le nombre de mots-clés et le trafic pour chacun)
- Quels clusters sont sous-développés ? (indiquer les écarts de nombre de mots-clés par rapport aux concurrents)
- Observations issues des données sur les schémas de performance par cluster

6. Points clés à retenir

Meilleures opportunités (sur la base des données) :
Listez 2 à 3 mots-clés avec la KD personnalisée la plus faible et la plus forte valeur stratégique.

Incluez les points de données précis qui en font des opportunités, par ex. :

- « KD personnalisée 34 vs KD standard 47 (-13 points), UR pondéré 14,5 vs 3,9 chez les concurrents »

Cibles difficiles (sur la base des données) :
Listez 1 à 2 mots-clés avec la KD personnalisée la plus élevée.

Incluez les points de données précis qui les rendent difficiles, par ex. :

- « KD personnalisée 68 vs KD standard 52 (+16 points), faible autorité thématique avec seulement 3 mots-clés du cluster positionnés »

Lacunes des clusters :
Identifiez quels clusters de sujet parent nécessitent une meilleure couverture (comparaison du nombre de mots-clés).

Montrez les données précises, par ex. :

- « X mots-clés positionnés vs concurrent Y avec Z mots-clés »

Notes critiques

- N’estimez pas et n’approximez pas les données : utilisez uniquement les données réelles de l’API Ahrefs
- Excluez le maillage interne de l’analyse (il ne peut pas être mesuré précisément via l’API)

- **LOGIQUE DE CALCUL :** plus la KD personnalisée est basse, plus il est facile de se positionner. Soustrayez des points pour les avantages, ajoutez des points pour les désavantages
- Pour l'autorité de page (facteur 4) : vous devez calculer une **moyenne pondérée UR par le trafic**, et non une moyenne simple
- Pour l'inventaire des URLs du cluster :
    - Affichez toujours le nom du sujet parent, le trafic total du cluster, le nombre de mots-clés positionnés et le nombre d'URLs dans l'en-tête
    - Listez **toutes** les URLs uniques (pages) du domaine cible qui se positionnent sur des mots-clés de ce cluster
- Affichez toujours le nombre de mots-clés : dans chaque section où vous mentionnez un cluster de sujet parent, indiquez combien de mots-clés le domaine cible positionne dans ce cluster
- **Efficacité :** si des mots-clés partagent le même cluster de sujet parent, calculez les facteurs d'autorité thématique et d'autorité de page une seule fois pour ce cluster
- Gardez les recommandations centrées sur les données : évitez les conseils prescriptifs ; présentez plutôt des observations basées sur les données qui permettent une interprétation stratégique
- Soyez concis : les recommandations stratégiques doivent être brèves et centrées sur les points de données, pas sur des plans d'action détaillés
- Montrez vos calculs : incluez les chiffres réels (mots-clés positionnés, volumes de trafic, valeurs UR, comparaisons de DR, listes complètes d'URLs) utilisés dans les calculs
- Clarifiez toujours le sens : lorsque vous affichez des ajustements de points, indiquez clairement s'il s'agit d'un **avantage (soustraction)** ou d'un **désavantage (addition)**

Exemple d'application

Domaine cible : ahrefs.com
Mots-clés cibles :

- « AI search optimization »
- « SEO for AI »
- « generative engine optimization »
- « AI SEO tools »
- « optimize for ChatGPT »

Veuillez analyser ces mots-clés et fournir les scores de Difficulté de mot-clé personnalisée avec le détail complet et la priorisation.