

SEO et E-commerce

Modalité : Sur-mesure
Niveau : Tout niveau

Présentation

Le SEO e-commerce est un métier dans le métier.

Duplication de contenus, profondeur de crawl, spider trap... de nombreux enjeux techniques et structurels peuvent faire et défaire le succès SEO d'un site e-Commerce. D'autant plus quand le nombre de références est élevé !

Technique mais aussi contenu : savoir rendre son contenu unique, optimiser chaque recoin de son offre sont des enjeux incontournables pour ressortir face à des marketplaces omniprésentes. Et bien entendu, le linking reste un indispensable, qui, s'il est bien travaillé, deviendra le bras armé de votre performance SEO E-commerce et également de votre image de marque.

Objectifs

- Maîtriser les bases du SEO E-Commerce
- S'appropriier les techniques de structuration d'un site e-commerce
- Savoir analyser et optimiser un site e-commerce

Compétences acquises

- Identifier les opportunités sémantiques pour un site e-commerce
- Structurer son arborescence : structure globale, catégories, linking, filtres, tris...
- Optimiser ses pages produits : sémantique, balises, données structurées, URLs...
- Rendre ses facettes SEO-friendly : ouvertures et fermetures SEO de facettes...
- Exploiter les opportunités SEO liées à son moteur de recherche interne
- Savoir gérer les problèmes SEO courants : produits expirés, hors-stock, duplicate...
- Tirer profit des tendances : saisonnalité, marronniers, soldes ...
- Travailler la popularité de son site e-commerce : linking et brand-building.
- Monitorer et améliorer : analyse de logs, analyse de crawl.
- Se positionner sur les nouvelles tendances : Vocal, IA...

Pré-requis & Profil des participants

Il est souhaitable d'avoir les pré-requis suivant :

- Connaissances de base en webmarketing,
- Compréhension des mécanismes sous-jacents à Google Ads et Google Analytics,
- Éventuelles notions en HTML, CSS, JS et langages dynamiques

Elle est destinée aux :

- Responsables SEO,
- Trafic managers,
- Responsables marketing digitaux,
- Développeurs et Web Analystes.

Télécharger en pdf

Programme

MODULE 1 : Introduction au SEO E-Commerce

- Chiffres clés et état des lieux
- Tendances de fond

MODULE 2 : Les grandes règles du SEO E-Commerce

- La recherche sémantique : Point de départ du SEO E-Commerce
- Maîtriser la formule VPIC
- Mettre en place un mapping de mots clés
 - L'arborescence E-Commerce : La structuration idéale
- S'approprier les règles de structuration
- Faire les bons choix entre catégories et facettes
- « Editorialiser » ses pages catégories
- Transformer ses pages catégories en « vaisseaux amiraux » SEO
 - Les pages produits : Les indispensables de la longue traîne
- Travailler votre balisage SEO (Title, H1...) / structure des URLs
- Intégrer les rich snippets (Schema.org...)
- Booster le contenu sans en écrire
- Cross-selling et cross-linking

- Gestion des facettes : un des éléments majeurs du SEO E-Commerce
- Identifier les combinaisons utiles au SEO
- Savoir ouvrir et fermer ses facettes
- Éviter le travers du spider trap
- Utilisation des balises Noindex et Nofollow
- Pages Carrefours : quand les facettes ne suffisent pas
- Détecter les opportunités transversales au site
- Les exploiter grâce à des pages hubs
- Les enjeux techniques à ne pas négliger : performance, budget crawl, mobile-friendly, sécurité
- Les problèmes courants (qui sont souvent mal gérés)

Traitement des produits hors stock / expirés / saisonniers / dupliqués (DUST)

- Tirer profit de la saisonnalité :
- Le levier du moteur de recherche interne
- Activer le suivi dans GA, détecter les opportunités et les transformer en « assets » SEO
- Le rendre search-engine friendly
- Mixer moteur de recherche interne et pages dédiées SEO
- Contenu : aller plus loin que les pages produits
- Créer du contenu ciblant l'amont du parcours d'achat
- Savoir cibler les contenus froids et tièdes liés à vos produits
- Renforcer votre image de marque avec du contenu SEO de haute qualité
- La popularité : faire décoller sa boutique en ligne
- Déployer un linking multi-levels
- Déployer un linking haut de gamme mixant enjeux SEO et brand-building
- Monitorer et améliorer
- Faire un sanity-check régulier grâce au crawl
- Maitriser Googlebot avec l'analyse de logs
- Sans oublier l'Analytics : Pas de SEO sans analyse

MODULE 3 : Les nouvelles opportunités SEO E-Commerce

- Déployer une stratégie AEO
- Answer Engine Optimisation
- Règles pour se lancer
- Prendre le train du vocal SEO

- Google Shopping
- Enjeu réel ou opportunité de communication ?
 - Amazon SEO
 - Le contenu automatique : Rédaction SEO et IA