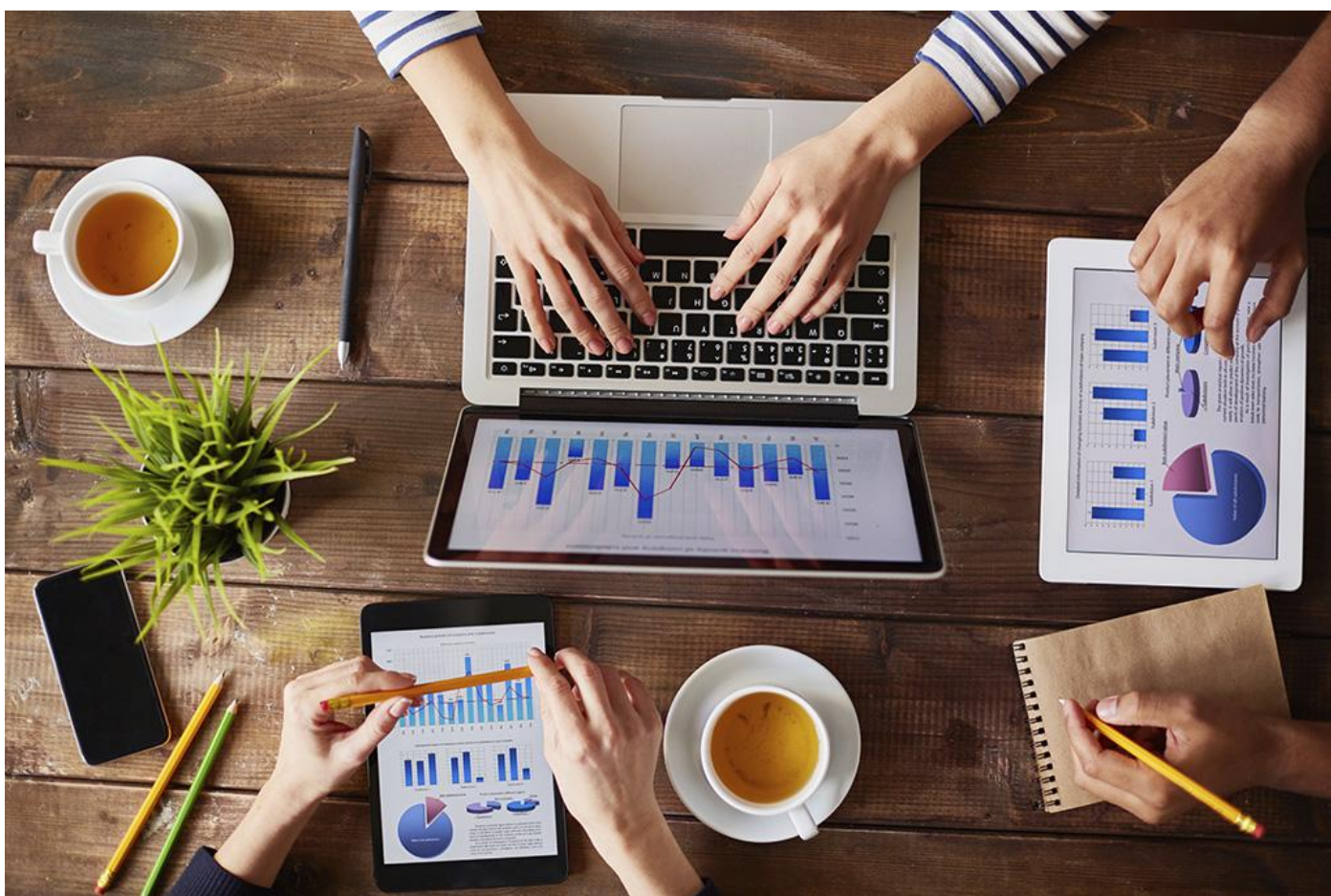


Les bonnes pratiques du SEO

Le référencement naturel
de votre boutique en ligne



Sommaire

Introduction.....	3
Pourquoi optimiser son référencement ?.....	3
Comment Google classe-t-il les résultats de recherche ?.....	3
1. De liens en liens.....	3
2. Mots et expressions clés	4
3. Pertinence et qualité.....	4
Quelles sont les bonnes pratiques SEO et rédaction web ?.....	4
1. Proposer du contenu de qualité.....	4
Des contenus uniques et originaux.....	5
Des pages sur lesquelles on s'attarde.....	5
Une navigation fluide	5
Qualité et quantité vont de pair.....	6
Enrichissez votre site avec des images	6
2. Générer des liens vers votre contenu	6
La qualité (encore) pour plus de partages.....	7
Partage sur les réseaux sociaux.....	7
Blogs et forum, leviers essentiels de visibilité et e-réputation.....	8
Des liens internes bien utiles	8
La vente croisée peut générer des liens entre vos produits.....	8
3. Utiliser des mots et expressions clés	8
Qu'est-ce qu'un bon mot clé ?.....	8
Les outils pour trouver les bons mots-clés.....	9
Google Suggest.....	9
La recherche associée Google	9
L'outil de planification des mots clés Google Adwords	10
Ubersuggest.....	10
Positionnement	10
4. Formatage et balises.....	11
5. Vérifiez le référencement de votre boutique en ligne grâce au SEO cockpit ..	12
6. Utiliser les outils gratuits de Google pour le référencement.....	12
Conclusion.....	14
A propos de l'auteur	14

Introduction

Nous vous proposons, en collaboration avec Stéphanie Rivier, experte SEO, ce livre blanc sur le référencement. Il reprend les bonnes pratiques à maîtriser, ainsi que les outils de votre back office vous permettant d'optimiser votre référencement et d'être visible sur Internet.

Le *Search Engine Optimization (SEO)* – traduisez **Optimisation pour les moteurs de recherche** – est une méthode de rédaction web qui permet de favoriser le placement de votre site marchand en haut de page des recherches Google.

Pourquoi optimiser son référencement ?

Comme vous le savez certainement, la grande majorité des internautes se cantonne à la première page de résultats quand ils font une recherche sur Google. Par conséquent, vous gagnez beaucoup en visibilité si vous parvenez à **positionner votre site e-commerce parmi les premiers résultats de recherche** liés à votre activité et aux produits ou services que vous vendez.

Or Internet se développant à vitesse grand V, on dénombre plusieurs centaines de milliards d'urls – c'est-à-dire de pages web – dans le monde. **Comment être bien positionné parmi les résultats de recherche ? Comment donner de la visibilité à votre site e-commerce ?**

Pour répondre à cette question, il est primordial de comprendre le fonctionnement d'indexation des sites par Google. Cela vous permet ensuite de rédiger les textes de votre site web de manière optimale, tout en gardant à l'esprit que **le plus important demeure la qualité de vos contenus web.**

Comment Google classe-t-il les résultats de recherche ?

L'indexation des pages web par Google relève d'un processus complexe destiné à rendre visible aux internautes les résultats les plus pertinents en fonction de leurs recherches.

1. De liens en liens

Pour faire simple, Google a recours à des logiciels très puissants – **les robots d'exploration** – qui balayent l'intégralité des données présentes sur le web afin d'établir un recensement de toutes les urls existantes. Cette exploration d'Internet se fait grâce aux **liens hypertextes** qui permettent de passer d'une page web à une autre (telle une passerelle entre des contenus).

2. Mots et expressions clés

Les robots Google scannent chaque page à la **recherche de mots clés et de synonymes**. Ils évaluent aussi la qualité des contenus et leur nouveauté. Ils quantifient le nombre de liens qui pointent vers cette page et la pertinence des liens... C'est cette analyse minutieuse des données présentes sur chaque url qui permet de créer un index répertoriant l'intégralité du contenu web.

3. Pertinence et qualité

Lorsqu'un internaute effectue une recherche, Google explore cet index et propose **les résultats les plus pertinents**, en fonction des critères d'évaluation suivants : mots clés et synonymes, positionnement de ces keywords, liens internes et externes, qualité et orthographe du contenu, etc.

Quelles sont les bonnes pratiques SEO et rédaction web ?

Sachant comment Google fait le tri entre les pages Internet, *nous comprenons* aisément qu'un bon référencement naturel ne se fait pas par hasard. Au contraire, travailler son contenu web est essentiel pour obtenir de la visibilité dans le cyberspace. **Comment être bien positionné dans les résultats de recherche Google ? Découvrez les critères essentiels pour remonter dans les résultats de recherche.**

1. Proposer du contenu de qualité

Si le SEO est une technique utile pour favoriser un bon référencement naturel, il faut tout de même garder à l'esprit que vous écrivez votre contenu non pas pour Google mais pour les visiteurs de votre site. Ainsi, **privilégiez toujours la qualité et l'authenticité de vos textes**. Par

ailleurs, les robots Google, même s'ils ne sont pas capables de comprendre les textes et de les évaluer comme un être-humain, tiennent compte de la qualité du contenu pour référencer votre site marchand.

Des contenus uniques et originaux...

Pour être bien référencé, **favorisez les contenus uniques pour votre site web**. En somme, il est important que vous fassiez preuve de créativité, singularité, originalité et style. Un site marchand qui a de la personnalité est un site qui saura plaire à vos visiteurs et aux moteurs de recherche. De même, **l'orthographe est très importante pour le référencement** puisque Google met en avant les sites web dont le contenu est exempt de fautes.

Des pages sur lesquelles on s'attarde

Si les internautes passent du temps sur votre site web, celui-ci sera mieux référencé dans les résultats de recherche. En effet, dans son algorithme d'indexation, **Google prend en compte le taux de rebond et le temps passé sur chaque page**. Ainsi, les pages qui plaisent et où les internautes restent longtemps ont un meilleur référencement naturel.

Une navigation fluide

L'arborescence de votre boutique est une simple retranscription des différentes pages et sections de votre site. Ce plan, que vous réalisez dès le début du projet, doit être structuré, un peu comme un arbre généalogique.

Dans votre boutique, c'est avant tout l'organisation des catégories et sous-catégories. Votre arborescence doit donc être claire et intuitive. Elle permet aux internautes **de trouver rapidement le produit** qu'ils recherchent et **aux robots des moteurs de recherche de mieux parcourir votre site** en suivant la structure de liens qui leur est proposée.

Le design de votre site est ainsi très important : plus vous avez de catégories, plus la navigation se complique pour l'internaute. L'utilisation d'un template avec méga menu permet de simplifier votre structure. Ainsi lorsqu'un utilisateur clique sur une catégorie principale, il voit aussitôt un large aperçu de toutes les sous-catégories.



Mille et une feuilles
La papeterie aux racines de votre créativité

Mon compte

Recherche

Papiers de Création Enveloppes Couleur Carton Plume Cartonnage Carnets et Cahiers Activités Manuelles Enfants

Papiers	Papier Origami	Gommettes	Matériels
Papiers Créatifs	Papier origami couleur	Gommettes Baby	Ciseaux
Papier Crépon	Papier origami à motifs	Gommettes Géométriques	Tampons et encres
Papier de Soie	Papier origami 12 x 12 cm	Gommettes Thématiques	Raphia
Papier Kraft	Papier origami 20 x 20 cm	Gommettes Alphabétique	Coloriage
Jeux Créatifs	Peinture	Gommettes 3D	Cahier de Coloriage de 3 à 5 ans
Kit création enfant	Coffrets peinture enfant	Gommettes à Colorier	Cahier de Coloriage de 6 à 8 ans
Poupée à customiser	Supers héros à peindre		Carnet de Stylisme 9 ans et +
Kits Decopatch enfant	Poupée à peindre		

En livraison suivie

Vous trouverez davantage d'informations sur les catégories et méga menus de votre boutique en ligne dans les articles [Premiers pas : création d'une nouvelle catégorie](#) et [Menus et méga menus : optimisez votre arborescence](#).

Qualité et quantité vont de paire

La quantité ne fait pas toujours la qualité. Toutefois étant donné le nombre de contenus Internet traitant d'un même sujet, **une page web au contenu approfondi sera mieux classée qu'une page dont les textes sont courts**, simplistes, peu détaillés voire bâclés. Sans compter qu'il y aura nécessairement plus de mots clés dans un texte long. Ainsi, lorsque vous rédigez pour le web, pensez à enrichir au maximum votre contenu (tout en restant pertinent et intéressant pour vos lecteurs). Cela est très important par exemple pour votre page « à propos de nous » et surtout pour vos fiches de produits. Rédigez des fiches de produits complètes, riches, uniques et de qualité. Elles doivent contenir toutes les informations nécessaires pour vos clients et des mots clés pour favoriser le référencement naturel.

Enrichissez votre site avec des images

Les images sont aussi de bons moyens de générer de la visibilité pour votre site e-commerce. En plus d'être essentielles pour générer des ventes dans votre boutique en ligne, les photos de produits ont aussi un réel potentiel pour le référencement de votre site. Les images doivent être de préférence de **grandes tailles** car Google en favorise l'indexation. Cependant, veillez à ce qu'elles ne soient pas trop lourdes pour ne pas ralentir le fonctionnement de votre site.

Google indexe uniquement les images aux formats suivants : GIF, JPEG, PNG, Webp, SVG et BMP. Même s'il est pris en charge, évitez le format BMP, car il rend les images lourdes et entraîne des problèmes de chargement.

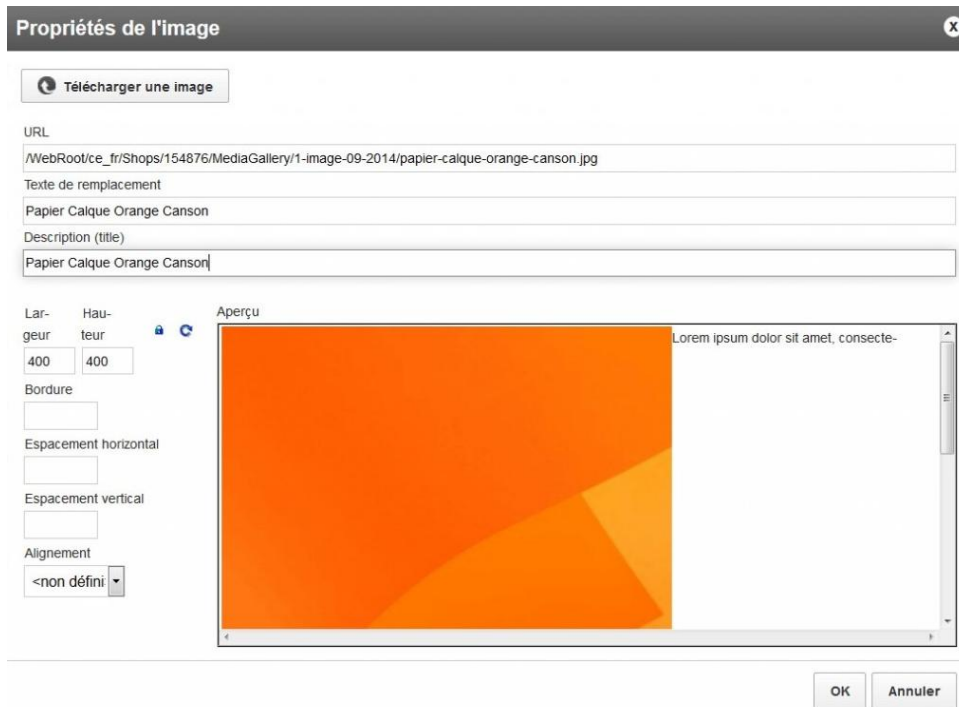
En résumé, pour vos photos privilégiez le **format jpeg** et pour vos images animées le **format gif**.

Retenez donc de soigner toutes vos images, non seulement celles de vos photos produits, mais aussi celles qui illustrent vos catégories ou vos articles de blog.

La clé du référencement des images, ce sont les textes !

N'oubliez pas de bien nommer vos images : donnez-leurs des noms qui ont du sens et qui peuvent correspondre à une recherche Google plutôt qu'un numéro type IMG4521. Par exemple : papier-canson-orange.jpg

Dans l'interface d'administration, lorsque vous ajoutez des images au sein de votre gestionnaire de fichiers, n'oubliez pas de **remplir le texte de remplacement et la description**. Ces balises sont prises en compte par Google pour le référencement de votre site marchand.



2. Générer des liens vers votre contenu

Comme vous le savez désormais, les robots de Google parcourent le net et passent d'un site à un autre en suivant les hyperliens présents sur chaque page. C'est d'ailleurs le principe même de la toile – un réseau de pages web reliées entre elles. Ainsi, **plus il y a de liens renvoyant vers votre site Internet** – ces liens sont souvent appelés *backlinks* ou rétroliens –, mieux **votre site sera référencé**. Découvrez cinq moyens d'obtenir des rétroliens.

La qualité (encore) pour plus de partages

Tout d'abord, et une fois de plus, l'idée d'un contenu qualitatif apparaît primordiale. Si **le contenu de votre site est intéressant et inédit**, il y a de grandes chances que des internautes, blogueurs, twittos et autres rédacteurs web partagent votre contenu via des liens hypertextes.

Partage sur les réseaux sociaux

Afin d'avoir des liens pointant vers votre site, vous pouvez commencer par **partager vous-même votre contenu sur vos pages de réseaux sociaux**. Attention l'idée n'est pas de spammer le net à grand renfort de liens vers vos pages Internet. Google sanctionne le spam et votre site pourrait être déclassé. Au contraire votre communication sur les réseaux sociaux doit être authentique et adaptée à votre cible.

Pensez donc à promouvoir votre site e-commerce et engager vos clients via Facebook, Twitter, Pinterest, et/ou Google +. Dans cette optique, il est fortement conseillé de lier directement votre site marchand à vos réseaux sociaux afin que vos visiteurs puissent partager vos pages de produits sur les réseaux sociaux. Pour cela, rendez-vous dans l'onglet **Marketing** puis **Réseaux sociaux**.

Blogs et forum, leviers essentiels de visibilité et e-réputation

Afin de favoriser le bon référencement de votre site e-commerce, nous vous suggérons d'intégrer à votre boutique un **blog** et/ou un forum. Cela vous permet de **dialoguer avec vos clients** et de créer des liens vers votre site marchand. Attention un blog ou un forum n'est pas un outil de publicité déguisé : veillez donc à ne pas y sur vendre vos produits. Publiez régulièrement de nouveaux contenus susceptibles d'intéresser vos visiteurs et rassemblez les **internauts** autour de vos thèmes de prédilection. Par exemple, si vous vendez des produits alimentaires bio, un blog et/ou un forum sur lesquels vous engagez vos visiteurs et discutez d'alimentation et sante est un excellent outil et relai pour ensuite valoriser votre site e-commerce.

Des liens internes bien utiles

Enfin, il faut savoir que vous pouvez **créer des liens entre vos pages**. Si vos liens sont pertinents et justifiés, cela ne peut qu'ajouter de la plus-value à votre site. Vos pages seront liées entre elles, vos internautes pourront naviguer aisément et Google fera remonter votre contenu dans ses résultats de recherche.

La vente croisée pour générer des liens entre vos produits

La vente croisée, aussi appelée **vente additionnelle** ou **cross-selling**, consiste à proposer à vos clients l'achat d'un produit complémentaire ou alternatif. En mettant en place la vente croisée dans votre boutique, vous favorisez la génération de liens internes entre vos produits et cela ne peut qu'être bénéfique pour votre référencement naturel et pour vos ventes. Retrouvez [ici](#) les différents articles sur la vente croisée dans votre boutique en ligne ?

3. Utiliser des mots et expressions clés

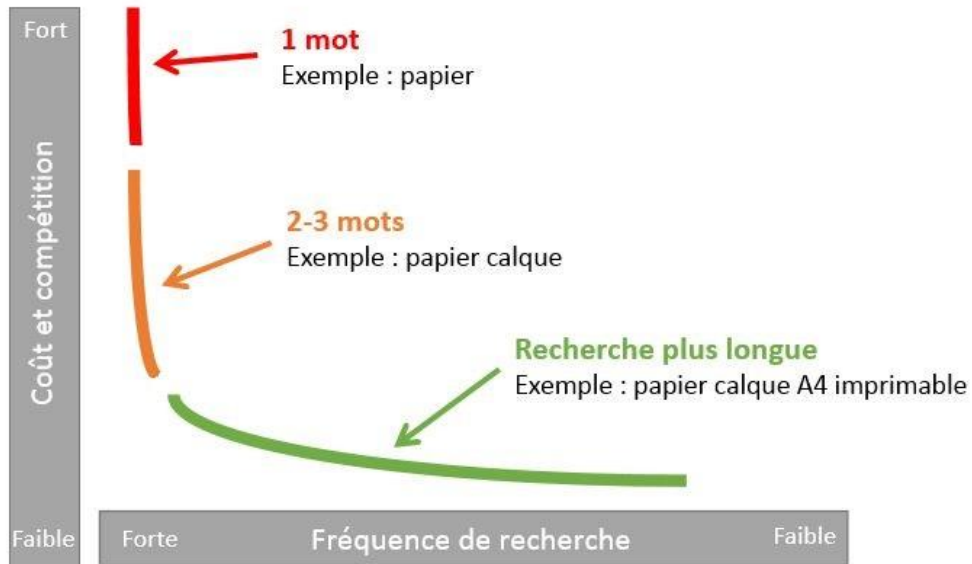
Lorsque les pages web sont analysées et évaluées, chaque phrase, chaque mot est décrypté afin d'établir les mots clés les plus présents sur une url donnée. Ainsi, il est conseillé de réfléchir aux mots clés liés à votre domaine d'activité. **Listez ces mots clés, cherchez des synonymes**. Réfléchissez aussi au principe de la longue traîne, c'est à dire **des mots clés de niche moins populaires mais sur lesquels vous pouvez être très visibles**.

Qu'est-ce qu'un bon mot clé ?

Ne choisissez pas des mots-clés trop techniques, les internautes utilisent des mots plutôt « communs » lorsqu'ils font des recherches. Vos mots-clés doivent être adaptés à votre cible.

Un bon mot-clé doit pouvoir générer du trafic sur votre site, être faiblement concurrentiel et être pertinent pour vous apporter des visiteurs qualifiés pour lesquels le taux de conversion est susceptible d'être élevé. Ainsi, un bon mot clé est davantage une expression clé, c'est-à-dire une combinaison de 3 ou 4 mots pour lesquels la concurrence est faible. C'est le principe de la longue traîne. Evitez donc de choisir des mots génériques et préférez des expressions clés plus originales et spécifiques. 80% du trafic est généré par des recherches longues et donc les requêtes plus courtes ne génèrent que 20% du trafic.

LA LONGUE TRAINE SEO

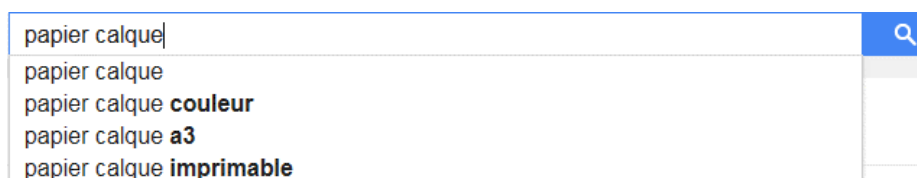


Les outils pour trouver les bons mots-clés

Il existe des générateurs de mots-clés qui vous permettent d'obtenir une liste de mots-clés pertinents en relation avec la thématique de votre boutique.

Google Suggest

Cet outil révèle les mots-clés que les internautes utilisent le plus. Il s'agit simplement de taper un mot dans la barre de recherche Google afin de faire apparaître une liste d'expressions construite à partir de ce mot.



La recherche associée Google

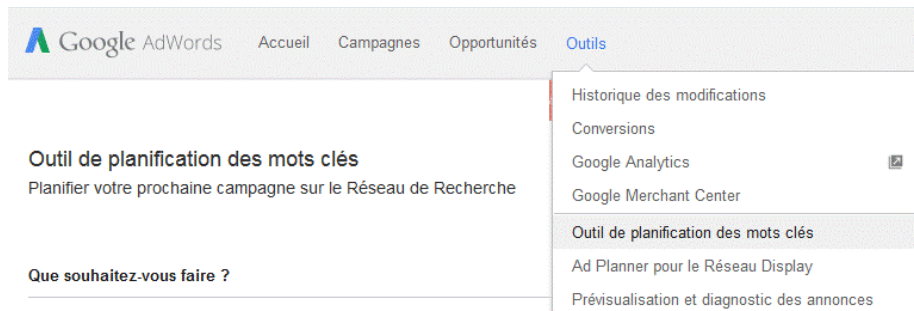
Lorsque vous faites une recherche sur Google, tout en bas de la page se trouvent des recherches associées à votre mot-clé. Celles-ci pourront compléter votre liste d'expressions-clés.

Recherches associées à papier calque

- papier calque utilisation
- rouleau papier calque
- papier calque grand format
- papier calque millimétré
- papier calque imprimable
- papier calque ignifugé
- papier calque pour imprimante
- papier calque a3

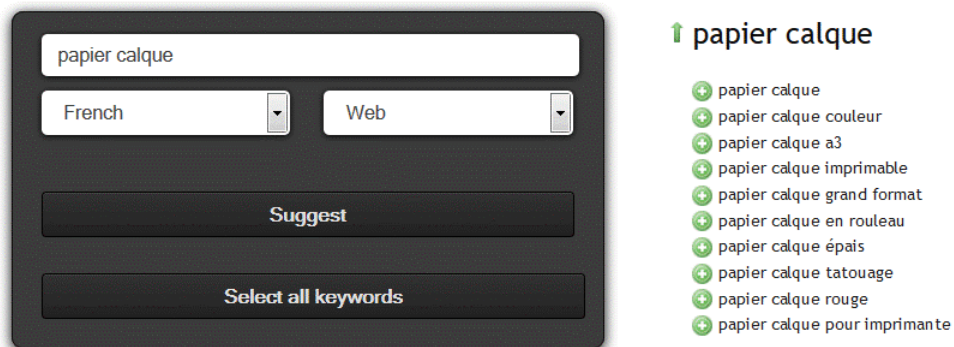
L'outil de planification de mots clés Google AdWords

Cet outil vous permet de savoir quels sont les mots et expressions les plus recherchés sur Google. Le [guide](#) de Google Adwords vous aidera à l'utiliser.



Ubersuggest

Cet outil vous suggère des mots-clés en fonction des résultats de Google. Une liste d'expressions de longues traînes apparaît à partir d'un mot-clé générique.



Positionnement

La dernière étape vous permet de savoir si vous pouvez vous positionner sur les mots-clés que vous avez listés. Pour cela, tapez le mot-clé potentiel sur Google et regardez le nombre de résultats :

- **Moins de 20 000 résultats:** ce mot-clé est peu concurrentiel, vous pouvez envisager de vous positionner sur ce mot et vous devriez obtenir un résultat satisfaisant assez rapidement.
- **Entre 20 000 et 200 000 résultats:** ce mot-clé est concurrentiel. Même si vous pouvez vous positionner sur ce mot, les résultats se feront plutôt à long terme.
- **Au-delà de 200 000 résultats:** ce mot-clé est très concurrentiel. Si vous vous positionner dessus, cela sera une perte de temps car vous n'obtiendrez aucun résultat satisfaisant.

4. Formatage et Balises

Lorsque vous écrivez un texte pour le web, il y a quelques règles techniques à respecter concernant la mise en page html de votre contenu. Il est préférable notamment d'**utiliser des titres, intertitres, listes à puce, mots clés en gras, liens...**

Par ailleurs, il est important de remplir les balises, c'est-à-dire les codes html, de votre site marchand. Situées dans l'en-tête de la page de votre boutique, elles donnent des informations supplémentaires aux moteurs de recherche.

[Papeterie Créative : fournitures loisirs créatifs, papier recyclé et papier couleur](#)

www.milleetunefeuelles.fr > [Papeterie créative en ligne](#)

Notre expertise : les papiers de création ... papier calque, papier couleur, papier recyclé, carton mousse et activités manuelles enfants.

Parmi ces balises, trois sont plus importantes :

- **La balise « Title » ou « Titre »**

Lorsqu'un internaute tape quelque chose sur un moteur de recherche, le titre est un des éléments qu'il voit en premier, ce qui en fait un facteur très important du référencement. Limité à 80 caractères, espaces compris, il doit être percutant et informer clairement du sujet à l'aide de mots-clés stratégiques.

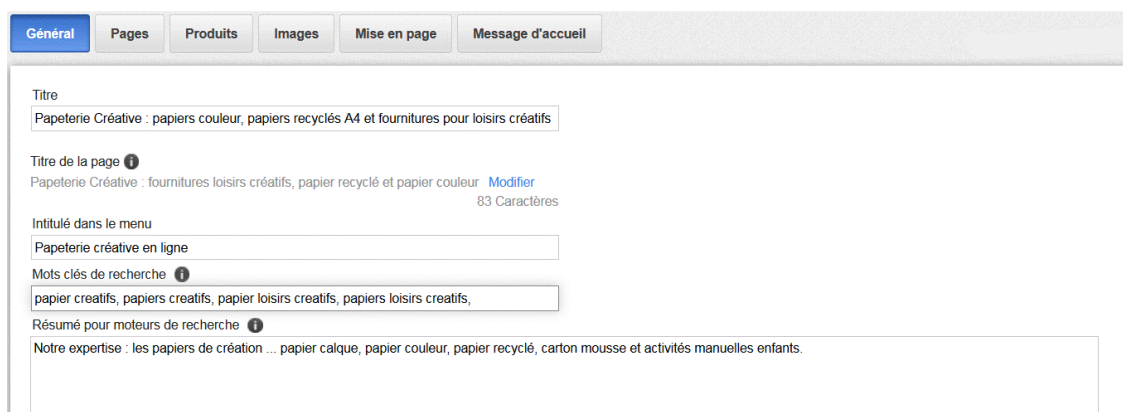
La balise « Description »

Les moteurs de recherche utilisent la balise « Description » dans leur liste de résultat. La description idéale doit comprendre entre 140 et 200 caractères, espaces compris. Utilisez un mot-clé principal qui va éveiller la curiosité du lecteur sur le sujet.

- **La balise « Mots-Clés »**

Même si cette balise n'est plus utilisée aujourd'hui par les moteurs de recherche, les mots-clés sont utiles pour le moteur de recherche interne de votre boutique.

Dans votre boutique, **la création technique de ces balises est automatique**. Votre tâche est alors seulement d'en définir le contenu. Pour remplir les balises principales de votre boutique, allez dans le menu **Contenu / catégories** puis **Vue des données techniques** puis **Général**.



The screenshot shows the 'Général' (General) settings page in the epages interface. It includes several input fields for SEO-related information:

- Titre:** Papeterie Créative : papiers couleur, papiers recyclés A4 et fournitures pour loisirs créatifs
- Titre de la page:** Papeterie Créative : fournitures loisirs créatifs, papier recyclé et papier couleur (83 Caractères)
- Intitulé dans le menu:** Papeterie créative en ligne
- Mots clés de recherche:** papier creatifs, papiers creatifs, papier loisirs creatifs, papiers loisirs creatifs,
- Résumé pour moteurs de recherche:** Notre expertise : les papiers de création ... papier calque, papier couleur, papier recyclé, carton mousse et activités manuelles enfants.

Pour bien optimiser votre référencement, il est nécessaire de remplir les données des balises de chacune des pages de votre site marchand, c'est-à-dire sur les pages de catégorie et les fiches de produit.

Dans votre boutique, lorsque vous créez une catégorie, le nom choisi devient également l'identifiant, le titre de la page et l'URL de votre catégorie. Vous devez ensuite rédiger une description courte pour chaque catégorie en reprenant l'expression clé choisie.

5. Vérifiez le référencement de votre boutique en ligne grâce au SEO cockpit

Grâce à l'outil SEO Cockpit disponible dans votre interface d'administration, vous pouvez vérifier l'efficacité de votre référencement naturel. Vous pouvez retrouver cet outil dans le menu *Marketing > Optimisation du référencement (SEO)*. Dans cette section, le SEO Cockpit vous donne des conseils pour optimiser le contenu textuel de votre site marchand.

SEO Cockpit



Vous pouvez optimiser votre site Web pour les moteurs de recherche à l'aide des moyens suivants :

- Logo avec un lien vers la page de démarrage** (Erreur) : Aucun logo n'apparaît sur votre site Web. Ajoutez un élément de page "Logo" dans l'en-tête de votre site Web et faites-le pointer vers votre page de démarrage. [Ajouter un logo maintenant](#)
- Répéter le titre de la page dans le pied de page du site Web** (Erreur) : Ajoutez l'élément de page "Titre de la page" au pied de page de votre site Web afin de répéter les mots clés les plus importants sur toutes les pages. [Ajouter un élément de page maintenant](#)
- Blog ou forum sur le site Web** (Attention) : Il y a de nouveaux messages sur le blog/forum. Liez également votre profil Google+ aux entrées du blog. [Modifier les paramètres utilisateur](#)
- Intégrer Facebook et Twitter** (Attention) : Vous offrez déjà des fonctions Facebook. Affichez aussi le bouton Twitter sur vos pages. [Activer l'affichage du bouton Twitter ici](#)
- Site Web avec son propre domaine** (Bon) : Votre site Web s'exécute sous le domaine "www.milleetunefeuilles.fr".
- Extensions HTML et métadonnées** (Bon) : Aucune extension HTML n'empêche l'accès à votre site Web.
- Activer le cache de pages** (Bon) : Le cache de pages est actif.
- Utilisation des outils Google pour les webmasters** (Bon) : Votre site Web est inscrit sur Outils pour les webmasters.
- Site Web ouvert aux visiteurs et plan de site XML envoyé** (Bon) : Le site Web est ouvert aux visiteurs. Le plan de site XML a été généré et envoyé aux moteurs de recherche.
- Utilisation de la fonction "Vente croisée automatique"** (Bon) : La fonction "Vente croisée automatique" sert à renforcer les liens internes.
- Afficher les évaluations de produits** (Bon) : La fonction "évaluations de produits" est activée et fournit un contenu supplémentaire unique.

6. Utiliser les outils gratuits de Google pour le référencement

L'essence même du **référencement naturel** est la recherche Google. Il est donc important d'utiliser les outils mis à votre disposition par Google pour donner de la visibilité à votre site marchand, et ainsi **acquérir de nouveaux clients et vendre plus**.

Google my business

Aujourd'hui, le **réseau social Google +** et l'outil **Google map** sont intégrés ensemble dans la plateforme **Google My Business**. Percevez **Google +** comme un réseau social dédié à votre business. Proposez donc un **contenu différent** de celui que vous partagez sur les autres réseaux sociaux. Il est préférable de créer une page en tant que personne auteur, c'est-à-dire

une page à votre nom, et une page business au nom de votre entreprise. Gardez à l'esprit que plus un auteur est connu, plus il donne de la visibilité à sa page business.

Google Maps vous permet d'afficher la géolocalisation de votre boutique physique si vous en avez une. Le cas échéant, partager cette information sur votre site marchand peut être très bénéfique puisque cela permet d'encourager la ROPO, dans le cadre d'une stratégie cross-canal.

Google Analytics

L'outil Google Analytics est très important pour votre stratégie de référencement puisqu'il vous permet d'**analyser votre audience sur Internet**. Vous pouvez configurer votre compte Google Analytics directement depuis votre interface d'administration avec cet [article](#).

D'une manière générale, Google Analytics vous donne accès à une multitude d'informations statistiques sur les visiteurs de votre boutique en ligne que vous devez utiliser pour optimiser **votre site marchand et vendre plus**.

Google shopping

Google Shopping est le dernier outil développé par Google afin de **référencer vos produits** directement sur le moteur de recherche et ainsi vous aider à vendre en ligne. Lorsque les internautes cliqueront sur vos produits, ils seront redirigés vers votre site web où ils pourront acheter les articles qui les intéressent.

Google Shopping est un **service monétisé** qui fonctionne de la même manière que Google Adwords, c'est-à-dire qu'il s'agit de campagnes publicitaires payantes. Avec Google shopping, vous ne payez que pour les annonces qui vous rapportent. Ainsi, vous n'êtes facturé par Google que **lorsqu'un client est redirigé vers votre site marchand**.

Pour proposer votre catalogue de produits sur Google Shopping, il est nécessaire de créer un fichier contenant les données clés de vos produits (photographie, nom du produit, description, prix, unités en stock, prix d'expédition, etc.). Pour vous faire gagner un temps précieux, **votre site marchand** dispose d'une fonctionnalité pour **créer ce flux de données de manière automatique**. Il est important que vos descriptions de produits soient riches, détaillées et utilisent des mots clés pertinents. Il est notamment recommandé de renseigner de manière précise des éléments comme **la marque, le style et la couleur de vos produits**. De même, les titres de vos produits doivent absolument faire **moins de 70 caractères** si vous voulez que ceux-ci s'affichent de manière optimale.

Youtube

Sur votre site marchand, il est très facile d'intégrer une vidéo Youtube ? Les internautes apprécient les contenus interactifs et le référencement des vidéos fonctionne comme celui de n'importe quel contenu sur votre site web.

Conclusion

Comme vous avez pu le constater, la rédaction web et les méthodes SEO ne s'inventent pas. En revanche, avec un peu de bon sens, un travail de recherche des mots clés et l'envie de rédiger un contenu original, unique et de qualité, nul doute que **vos pages web remonteront vite dans les résultats de recherche Google**. Par ailleurs, sachez qu'en plus des outils et méthodes de référencement naturel, il est possible d'avoir recours aux **outils de référencement payant**, aussi appelés SEA (Search Engine Advertising). Le SEA permet de faire apparaître des **liens sponsorisés** bien positionnés dans les moteurs de recherche. En contrepartie, chaque clic sur un lien qui mène à votre site marchand induit un paiement de votre part. Dans cette optique, les outils Google adwords, Google Shopping, et Google retargeting peuvent favoriser votre visibilité en ligne.

A Propos de l'auteur



Stéphanie Rivier est fondatrice de la boutique en ligne Mille et une feuilles. Cette e-commerçante lance son site en 2006, offrant une large gamme de Papier, du papier créatif au carnet de note. Rapidement, elle apprend à maîtriser et optimiser le SEO de sa boutique et devient première en référencement sur son segment. Aujourd'hui Stéphanie Rivier est aussi formatrice en technique SEO. Elle a créé son site Mes Ateliers SEO. La transmission et le partage sont les valeurs qui l'amènent à vous faire part de son expérience d'e-commerçante. Elle partage avec vous ses idées, son analyse et sa pratique quotidienne de la plateforme.