

Contact facturation : facturation@cmbenchmark.com - 01 47 79 48 01  
Contact formation : formation@cmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

## SEO et E-commerce

### Objectif de la formation

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

### Prérequis :

- 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

### Public :

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

### 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

### Progression pédagogique :

#### 1. Introduction au SEO E-Commerce

- Chiffres clés et état des lieux
- Tendances de fond

#### 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 traine

- 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

- Maîtriser Googlebot avec l'analyse de logs

- Sans oublier l'Analytics : Pas de SEO sans analyse

### 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

La formation sera animée par Yann Sauvageon

## **Les moyens pédagogiques**

### **Support de formation**

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

### **Locaux - Matériel fourni**

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

*CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.*

### **Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi**

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

### **Convention de formation**

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 58575 75** auprès du préfet de région d'Ile-de-France.

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

### **Durée de la formation**

La durée totale de la formation est de **7 heures**.