

Posséder une boutique en ligne complète et actuelle est un pré-requis indispensable pour bien s'adresser à ses clients. En ajoutant à cela de bonnes pratiques et la mise en application de conseils SEO, vous pouvez faire passer votre commerce en ligne à la vitesse supérieure. Découvrez ici **10 bonnes pratiques pour optimiser un site e-commerce**.

Pourquoi optimiser son site de vente en ligne ?

Alors que la concurrence en ligne est plus forte que jamais, il est essentiel de savoir **optimiser ses pages et fiches produits** pour se distinguer. Grâce à ces quelques conseils pour optimiser un site, apportez à vos clients une réelle valeur ajoutée et boostez durablement vos performances.

1. Optimiser le référencement naturel

L'amélioration de votre site e-commerce peut influencer sur votre SEO. Augmenter la vitesse de chargement des pages, optimiser les méta-descriptions et employer les bons mots-clés sont autant de manières de gagner des points auprès des robots des moteurs de recherche. Ne négligez aucun correctif car chaque détail compte pour s'améliorer.

2. Optimiser ses pages de destination

Optimiser le contenu des pages – et pas uniquement de sa homepage – est important. Les internautes arrivent en effet très souvent sur votre site via des pages de catégorie ou des fiches produit. Quelle que soit la page concernée, ils doivent y trouver toute l'information nécessaire et pertinente pour que le **taux de conversion visiteurs** soit satisfaisant.

3. Travailler son maillage interne / Externe

Un bon **maillage interne** facilite la navigation de l'internaute souhaitant consulter plusieurs pages produits du site. Par ailleurs, le maillage améliore notablement votre SEO. Deux excellentes raisons de créer des liens pertinents entre vos pages de catégories produits et d'enrichir votre structure de site.

Une stratégie de Netlinking externe vous permet de gagner en popularité sur vos différentes pages.

4. Soigner l'expérience utilisateur (UX)

L'expérience vécue par vos utilisateurs lors de leur achat se doit d'être unique. Des premières requêtes au suivi de commande, votre site doit faciliter la prise d'information à chaque étape. **L'utilisation du SXO et une expérience utilisateur (UX)** de qualité vous feront gagner du terrain sur vos concurrents.

5. Proposer un moteur de recherche interne

Certains visiteurs n'hésitent pas à cliquer sur les différentes rubriques et sous-rubriques pour atteindre la page désirée, et ce même si le chemin d'accès est long. Cela leur permet notamment d'avoir une vue d'ensemble et de remonter d'autres produits. Mais d'autres visiteurs n'ont pas autant de patience et souhaitent accéder directement à la page du produit recherché. L'absence de moteur de recherche sur le site peut vite irriter ce profil de client. Proposer un **moteur de recherche interne** performant, c'est vous assurer de répondre à cette problématique.

6. Personnaliser le parcours d'achat

La personnalisation est le maître-mot d'une **expérience utilisateur réussie**. Celui-ci doit, autant que possible, pouvoir accéder à des informations précises le concernant, dialoguer avec vous de manière fluide et recevoir une compensation en cas d'expérience décevante. Personnaliser le parcours d'achat, c'est vous assurer plus de fidélité de vos clients.

7. Optimiser le parcours sur mobile

La navigation et l'achat sur mobile sont de plus en plus répandus chez les internautes. Tout site marchand de qualité doit désormais être utilisable, clair et convivial sur mobile, et s'adapter à tout format d'écran. Veillez à proposer une version mobile de votre site, voire une application dédiée pourvue de fonctionnalités avancées.

8. Encourager vos clients à laisser leur avis

L'e-reputation compte ! Les acheteurs potentiels se fient aux avis d'autres clients, et les consultent même attentivement avant de se décider. Encouragez donc les internautes à **déposer un avis sur vos produits** après l'achat, afin de proposer un nombre de commentaires clients suffisamment parlant.

9. Faciliter le dialogue à tout moment avec vos clients

Qu'ils en soient encore à la prise d'informations ou qu'ils souhaitent acheter un produit, les clients doivent pouvoir vous joindre facilement. Faciliter le dialogue via un formulaire de qualité ou même installer un chatbot sont d'excellentes manières de vous montrer à l'écoute des besoins.

10. L'analyse du parcours d'achat internaute et les améliorations de site

L'optimisation du contenu des fiches produits doit aussi être le fruit de votre analyse. En fonction du **comportement des internautes** sur votre site (paniers abandonnés, taux de rebond élevé, etc.), enclenchez rapidement des actions correctives et venez à bout des freins à l'achat. Le Web Analytics et le Tag Management sont des outils vous permettant de comprendre les chemins de navigation de vos internautes en mettant en place un plan de tracking avancé.

« Un marchand ne doit pas se contenter de posséder un site e-commerce. Il doit maîtriser l'outil numérique dans son ensemble et entreprendre toute une série d'actions visant à améliorer l'expérience utilisateur. Sans quoi il sera plus difficile d'amener le visiteur potentiel plus loin dans le tunnel de conversion. » Laurent Rignault - fondateur et CEO d'Expertisme.

L'avis des experts d'Expertisme

De nombreux internautes jugent la fiabilité d'un marchand en ligne par la qualité de son site e-commerce. Pour le marchand en ligne, exploiter un site attrayant n'est pas suffisant. Celui-ci doit être visible, offrir à l'utilisateur une navigation confortable, fluide, des informations pertinentes et un processus d'achat ne présentant aucune difficulté. Pour le commerçant qui construit ou améliore son site, cela demande de l'empathie, des efforts et une analyse approfondie pour comprendre le visiteur et son comportement.

Les équipes d'Expertisme vous aident à développer votre site e-commerce selon les bonnes pratiques d'optimisation. Souhaitez-vous améliorer votre boutique en ligne ? Contactez-nous pour nous faire part de votre projet.