

La rédaction de contenus est un pilier fondamental du référencement d'un site internet.

La stratégie à déployer doit donc être bien préparée pour apporter tous ses bénéfices.

Retrouvez tout de suite les éléments à connaître pour optimiser le SEO de votre site grâce à la production de contenus !

e-commerce : Pourquoi mettre en place une stratégie éditoriale

Une stratégie éditoriale est le fondement de votre marketing de contenus. C'est elle qui va cadrer toutes vos publications, donnant plus de poids à vos actions.

En e-commerce, elle englobe aussi bien la rédaction de fiches produits que vos posts sur les réseaux sociaux. Cette méthode se révèle indispensable pour incarner le *brand content* de l'entreprise et se démarquer des sites concurrents.

C'est pourquoi elle doit être précise et cohérente.

L'importance du contenu éditorial en SEO

Le contenu éditorial d'un site web est un pilier du référencement naturel.

En effet, les robots des moteurs de recherche vont l'étudier pour déterminer son positionnement. Pour cela, ils vont notamment se baser sur

- Les mots-clés employés
- Sa valeur ajoutée
- Sa pertinence par rapport aux recherches des internautes

De bons contenus vont améliorer la visibilité de votre site.

En lui apportant davantage de trafic qualifié, ils contribuent aussi à un meilleur chiffre d'affaires.

Bâtir sa stratégie de contenus

Construire votre ligne éditoriale passe par une phase d'étude approfondie. Vous allez définir votre public cible pour bien comprendre ses attentes et son parcours d'achat.

Vous devez également analyser vos sujets d'expertise et vos objectifs. Ensuite, il vous faudra réaliser une stratégie de mots-clés, qui alimenteront vos futurs contenus.

Enfin, vous listerez et vous planifierez vos idées dans un calendrier éditorial.

« Une bonne stratégie de contenus repose sur une analyse fine de votre persona. Ce sont ses besoins qui vont orienter votre production de contenus, suscitant ainsi son intérêt. »

Qu'est-ce qu'un bon contenu web ?

L'écriture web répond à des normes particulières, sur le fond et sur la forme. Un bon contenu doit donc être concis, intéressant et rédigé sans faute.

Le référencement des mots-clés fait aussi partie des aspects à travailler.

Enfin, les textes doivent correspondre aux exigences de Google, par exemple avec un balisage HTML soigné.

Bien rédigés, vos contenus doivent :

- **Répondre aux problématiques de vos clients**
- **Les inviter à interagir avec votre site**
- **Démontrer votre expertise**

Il est possible d'optimiser les contenus existants pour renforcer leur référencement.

Pour cela, la première étape est de réaliser un audit, qui va identifier les axes d'amélioration possibles.

L'essor de la recherche vocale

Ces dernières années, la recherche vocale s'est considérablement développée. Pratique, elle permet à l'internaute de dicter ses recherches plutôt que de les écrire.

Son influence en e-commerce mène à la création d'autres types de contenus, comme une FAQ enrichie, ou des guides d'achat.

Elle implique l'optimisation du moteur de recherche interne du site, voire le développement de cocons sémantiques.

Il est donc important de l'intégrer dans sa stratégie digitale e-commerce.

Référencement : Les prestations de notre agence

Expertise accompagne les e-commerçants dans le référencement de leur site web. Nous vous proposons différents services, dont :

- L'amélioration de votre référencement sous WordPress ou autre CMS
- La création de vos contenus optimisés
- Une formation sur le référencement naturel
- Une formation sur les bonnes pratiques de rédaction



L'avis de l'Expert en Référencement

En e-commerce, l'efficacité d'une bonne stratégie éditoriale n'est plus à prouver.

En plus d'améliorer votre positionnement sur le web, elle traduit votre image de marque.

Vous hésitez sur le CMS à choisir ? WooCommerce, PrestaShop, Shopify : découvrez les conseils de notre équipe.