

Votre site e-commerce a besoin d'un nouvel élan ?

La mise en place d'une stratégie de contenus pertinente peut vous permettre de gagner à la fois en visibilité et en audience. Découvrez tout de suite comment la production de contenus réguliers impactera votre chiffre d'affaires !

Établir une stratégie éditoriale en e-commerce

Répondre aux questions des internautes, améliorer le taux de conversion : le contenu de votre site e-commerce est directement lié à l'Expérience Utilisateur (UX). C'est pourquoi il est essentiel de définir une stratégie éditoriale pour votre boutique en ligne.

Celle-ci fait pleinement partie de votre identité et devenir le fil conducteur de votre stratégie marketing. Elle doit donc être à la fois cohérente avec vos objectifs et pertinente dans ses propositions.

Elle se déclinera ensuite en rédaction de contenus : articles de blog, ebooks, newsletters, etc.

Accompagner l'expérience d'achat

En e-commerce, le *brand content* répond à plusieurs objectifs, parmi lesquels :

- Améliorer la visibilité, grâce au référencement naturel (SEO)
- Informer les internautes
- Renforcer l'identité de la marque

En amont, il est donc nécessaire de bien connaître sa cible et ses besoins. Cela passe par une phase d'analyse des contenus existants et du parcours de navigation des internautes.

De cette manière, chaque page peut remplir le rôle que vous lui avez attribué, transactionnel ou informationnel, optimisant ainsi l'expérience d'achat de vos clients.

Les astuces pour une stratégie de contenus efficace

Votre stratégie éditoriale doit être réfléchie en amont à partir de vos domaines d'expertise. Elle doit également vous permettre d'atteindre vos objectifs en e-commerce.

D'autre part, elle s'inscrit dans la logique du **référencement d'un site web**, avec la recherche de mots-clés pertinents, voire la création de cocons sémantiques.

Enfin, elle doit pouvoir être planifiée, afin de vous offrir une vision globale de vos futurs contenus. Ainsi, votre *brand content* est établi sur des bases solides et durables.

« Une stratégie de contenus e-commerce doit s'appuyer sur les spécificités de votre activité et s'articuler sur les attentes de votre audience et les impératifs du référencement. »

La création d'un calendrier éditorial

Le calendrier éditorial est un outil stratégique dans la production de contenus. Il va vous permettre de :

- Anticiper la rédaction des contenus
- Répartir les tâches, si vous travaillez en équipe
- Équilibrer vos thématiques
- Assurer un rythme régulier

En plus des sujets à traiter, le calendrier indique également la fréquence de publication et les canaux de diffusion concernés : site web, réseaux sociaux...

La mise en place d'un calendrier éditorial vous permet de gagner du temps et de l'efficacité dans la création de nouveaux contenus.

Évaluer l'efficacité de votre stratégie de contenus

Une fois mise en œuvre, votre stratégie éditoriale devra être réévaluée régulièrement afin d'être ajustée si

nécessaire.

Les critères pris en compte sont notamment :

- Les réactions des internautes à votre contenu (commentaires, likes, partages...)
- Le nombre de pages vues et visites de vos contenus
- Le trafic SEO
- Le positionnement de vos pages
- Le temps de lecture et le taux de rebond

Un bilan de référencement tous les trimestres est indispensable pour suivre l'évolution du trafic et ajuster la stratégie.

L'efficacité d'une stratégie de contenus est essentielle, particulièrement en e-commerce. L'évaluer régulièrement permet de l'ajuster et d'optimiser ses résultats.

Expertise, votre partenaire e-commerce

Notre agence de communication Digitale Full Service vous accompagne tout au long de l'élaboration de la stratégie de contenus pour votre boutique en ligne :

- Accompagnement lors de la définition de votre stratégie digitale
- Rédaction de contenus optimisés
- Le référencement de votre site internet
- Une formation dédiée au SEO en e-commerce (référencement sous WordPress, WooCommerce, PrestaShop et Shopify)

L'Avis de l'Expert en Référencement Naturel



L'élaboration d'une stratégie digitale en e-commerce est un chantier qui comporte de multiples facettes, depuis l'analyse du personae jusqu'à la production de contenus, en passant par le référencement des mots-clés.

La mise en place d'un planning éditorial et une régularité dans la publication de vos contenus est primordial pour garantir l'efficacité de votre stratégie de contenus.

Mettre en place une stratégie éditoriale nécessite également de planifier et mettre en place des outils de pilotage comme des bilans de référencement réguliers, pour en suivre la performance et ajuster l'angle éditorial si besoin.

N'hésitez pas à nous contacter pour en savoir plus.