



REGLE D'OR

La base en e-commerce c'est de proposer un produit de qualité, dont les internautes ont besoin et l'envie d'acheter. Posez-vous la question "Pourquoi le client devrait-il acheter chez vous plutôt qu'ailleurs ?"

- : à traiter en phase 1
- : à traiter en phase 2
- : à traiter en phase 3

PREREQUIS

- définir votre objectif
- trouver les bons mots clés

INFRASTRUCTURE

- hébergement VPS (dans le pays)
- domaine (selon la cible)

CONTENU

- TITLE
- H1,H2,H3
- Meta description

- corps de texte sur homepage
- + 200 mots par page (sémantique)
-

- vidéos YouTube
- calendrier éditorial
- PDF / Word

AUTOMATISABLE

- url-rewriting propre
- balise "alt" des images
- données structurées

LIENS

- obtenir des backlinks

- simplifier & unifier le maillage interne
- structure en SILO sans mega-menu (ou obfuscation)

- cocon sémantique qui répond aux questions de l'internaute

STRUCTURE

- HTTPS
- tester entête HTTP / 200
- sitemap
- robots.txt

- plan du site

- UX & mobile First

INTERNE

- pagination rel=next/prev
- urls canoniques (contenu dupliqué)
- hreflang

- désindexer contenu

- vitesse du site

TRUST

- Google My Business

- Avis clients

SOCIAL

- choisir 1 plateforme + régularité

SUIVI

- Google Search Console
- Google Analytics

- RM Tech
- Sem Rush