

Réalisations Notoires SEO

Mes réalisations, dans des domaines qui sont les plus notoires.

Chapitre

Librairie en ligne — www.chapitre.com — 2004 – 2008

Problématique et Stratégie

Chapitre est un libraire en ligne concurrent en France d'Amazon, et de la Fnac (sur le web en tout cas.). Il s'est spécialisé dans les livres rares et épuisés, ainsi que les reproductions d'art.

La problématique de Chapitre lorsqu'il a contacté la web agency 123Position était d'accroître sa notoriété sur Internet, afin de pouvoir un volume de ventes.

Peu connu dans le domaine des reproductions d'art et des livres épuisés, le rôle de l'agence était de lui assurer cette notoriété, et développer les services que Chapitre voulait lancer : la vente de DVD.

Actions effectuées

Pour assurer cet objectif :

- 1) Site Corporate
 - a) Travail de boost sur le site chapitre.com sur des requêtes précises :
 - i) Livre ;
 - ii) Livres ;
 - iii) Livre rare ;
 - iv) Livre Ancien.
 - b) Structuration du code HTML sur le site www.chapitre.com
 - i) Renseignement des balises Meta Title et Meta Description ;
 - ii) Placement de balises H1 et H2 ;
 - iii) Optimisation des balises ALT sur les emplacements des Images.
 - c) Acquisition de lien à fort PR : système de location de lien pour des durées de 6 mois pour obtenir un PR6, afin de faciliter les échanges de liens ultérieurs, et redistribuer ainsi le PR sur les sites secondaires créés.
- 2) Autres Sites
 - a) Création de sites secondaires (dvd.chapitre.com, auteurs.chapitre.com, reproduction.chapitre.com et 6 autres noms de domaines) afin d'intégrer les bases de données d'œuvres supplémentaire que l'agence a réclamées, et que Chapitre a fournies.

Le but de ces sites secondaires était de pouvoir apporter du contenu supplémentaire, et d'intégrer les descriptifs des articles que Chapitre vendaient.

La page d'achat du produit se situait sur le site corporate.
 - b) Optimisation des sites secondaires :
 - i) Création sur nos serveurs des bases de données produits ;
 - ii) Balises Meta Titres, Description ;
 - iii) Intégrations de balises de hiérarchisation : H1, H2, et H3 ;
 - iv) Intégration de résumés uniques des œuvres.
- 3) Optimisation de la dilution de la notoriété (Pagerank) des « mini sites » en diminuant le cheminement vers la page descriptif du produit.

Bénéfices

Le Trafic généré sur les sites secondaire a été de plus de 27 000 000 de visites et 28% ont été redirigées (±7 500 000 visites) sur le site chapitre.com, en 3 ans.

Boutemy Immobilier

Agence Immobilière à Port-Grimaud.

www.boutemy.net — 2005 – 2006

Problématique et Stratégie

Boutemy Immobilier est une agence immobilière à Port-Grimaud qui a dans son catalogue des résidences de caractères et des charmantes maisons de pêcheurs.

La problématique de l'agence immobilière était la recherche d'une notoriété online. L'agence bénéficiait d'une bonne notoriété offline, mais elle se limitait à la Côte d'Azur.

Le rôle de l'agence de référencement 123position a été de construire cette notoriété online afin de toucher une clientèle internationale : anglaise, américaine, et allemande.

Après audit initial du site, il s'est avéré que le site utilisait des technologies bloquantes : Flash, et Iframes.

La stratégie a consisté, pour ce client, à déporter temporairement du contenu sur des sites satellites, en attendant qu'une version 2 du site corporate soit créée ; et à injecter du contenu supplémentaire (glossaire immobilier notamment) qui serait repris dans la version 2.

Actions effectuées

Sites satellites :

Création de contenu optimisé sur des requêtes précises (immobilier port-grimaud, immobilier var, maison de pêcheur var...) sur des sites satellites hébergés sur les serveurs de l'agence

Ce contenu ne devant pas être repris dans la version 2, l'optimisation pouvait être quelque fois dans la limite de ce qui pouvait se faire. Pour arriver à se placer dans le secteur concurrentiel qu'est l'immobilier en côte d'Azur.

Site V1 de Boutemy Immobilier

- 1) Création de page d'échanges de liens.
- 2) Échanges de liens effectués avec des sites à thématique immobilières (mais sur des zones géographiques différentes ;
- 3) Ajout de contenu « propre » et utile (glossaire immobilier...) afin que le site ait du texte référencé dans les moteurs de recherche (les technologies employées ne permettaient pas de référencer du texte !).

Site V2 du client

Les actions menées ont été de l'ordre du conseil donné au client, par l'intermédiaire de son agence web :

- optimisation des titres et des métas description ;
- conseil sur les technologies à ne pas employer ;
- structure des pages : emploi des balises H1, et H2 ;
- Reprise des contenus employés pour la Version 1 (pages partenaires, glossaire)

Bénéfices

Le client a pu passer en douceur sur la version 2 de son site Internet, en ne perdant pas les bénéfices des sites satellites créés. Le trafic généré par ces sites satellites a été compensé par la version V2. Les sites satellites ont été coupés lorsque le site V2 a atteint 700 visites par jour.

Weekendesk

Vente de Coffrets Weekend — www.weekendesk.fr — 2005 – 2006

Problématique et Stratégie

Weekendesk vend en ligne (mais aussi hors-ligne) des coffrets weekends et des séjours thématiques en France

La Problématique de Weekendesk lorsqu'il a contacté l'agence 123position, était de s'assurer une position de leader dans la vente en ligne de coffrets weekends et de séjours de courte durée.

La stratégie proposée à Weekendesk a été de créer du contenu supplémentaires sur des sites additionnels (week-end-france.weekendesk.fr et coffret-cadeaux.weekendesk.fr) afin d'intégrer la base de données produits de Weekendesk et d'optimiser les sites secondaires pour apporter un volume de trafic conséquent.

Un travail sur le site weekendesk.fr n'a pas été oublié.

Actions réalisées

Site weekendesk.fr

Conseil en optimisation du site weekendesk.fr :

- Optimisation des balises meta title, et meta description ;
- Hiérarchisation des balises titres : H1, H2...
- Amélioration de la « dilution » de la notoriété en réduisant le cheminement vers la page produit ;
- Optimisations des balises ALT des Images,
- Création d'ancres optimisées sur les liens.

Sites Secondaires

Création de deux sites – week-end-france.weekendesk.fr et coffret-cadeaux.weekendesk.fr – qui ont été optimisés purement pour le référencement, et intégrés sur les serveurs de l'agence de référencement.

Optimisation des deux sites au niveau HTML :

- Optimisation des balises meta title, et meta description ;
- Hiérarchisation des balises titres : H1, H2...
- Amélioration de la « dilution » de la notoriété en réduisant le cheminement vers la page produit ;
- Optimisations des balises ALT des Images,
- Création d'ancres optimisées sur les liens.

Rédactionnel

- Audit de mots clefs niche pour l'activité de Weekendesk ;
- Intégration de fiches-résumés produits uniques de Weekendesk ;
- Création de résumés optimisés sur des landing pages afin d'avantager le positionnement des mots-clefs-niches (idées weekend, Weekend Paris, weekend de charme...).

Résultats

Génération de plus de 1 000 000 de visites en 2 ans sur les sites secondaires créés.

Redirection de ±500 000 visites (50% de taux de redirection)

ServiceMagic

Mise en relation entre Artisans et particuliers – www.123devis.com, www.servicemagic.co.uk –
2009 – présent.

Problématique et stratégie

ServiceMagic est une société de mise en relation entre le particulier et le professionnel du bâtiment en proposant au particulier de pouvoir passer des demandes de devis dans

La problématique de ServiceMagic USA, en 2008, était de pouvoir se forger une réputation en Europe. Il a été créé une division Europe en 2009, basée à Londres pour la direction, et Aix-en-Provence pour le service technique.

Après le rachat de trois sites déjà implantés (www.123devis.com et www.travaux.com en France, et www.123getaquote.co.uk en Angleterre), l'objectif final est de transformer la notoriété des sites existants et faire connaître la marque ServiceMagic ; et faire un volume de trafic conséquent.

La stratégie utilisée pour assurer cet objectif :

- La création d'un nom de domaine servicemagic.co.uk
- La transition en douceur de 123getaquote.co.uk vers servicemagic.co.uk ;
- Utilisation de campagnes de liens sponsorisés pour assurer la promotion de la nouvelle marque ;
- Création de contenus rédactionnels pour la partie anglaise, qui manque cruellement de contenu
- Optimisation du maillage interne de Travaux.com pour le passage de devis ;
- Création de contenus optimisés pour 123devis.com qui manque de contenu ;
- Lancements d'autres canaux d'acquisition de particuliers et de professionnels, comme l'affiliation de contenu, ou la création de newsletter.

Actions réalisées

Technique

Sites anglais :

- Mise en place de redirections 301 progressives pour transférer la notoriété de 123getaquote.co.uk vers servicemagic.co.uk ;
- Optimisation des balises html : Meta title, description, Alt Images, liens title et ancres A href ;
- Optimisation de la navigation en y intégrant un fil d'Ariane ;
- Intégration et optimisation techniques e sections [News](#), et [Articles](#), afin de pouvoir y intégrer du contenu rédactionnel ;
- Intégration d'un système d'annuaires regroupant et listant les professionnels ;
- Mise en place de réseaux de liens avec les autres sites de la compagnie, et les autres sites de la maison-mère (www.servicemagic.com, www.hotels.com...);
- Optimisations et intégration newsletter ;
- Suivi de projet de la création des sections articles et News.
- Optimisation (pour le référencement) de la structure des articles de fond, et des news.

Sites Français :

- Optimisation des balises html : Meta title, description, Alt Images, liens title et ancres A href ;
- Optimisation de la navigation en y intégrant un fil d'Ariane ;
- Intégration d'un système [d'annuaire](#) regroupant et listant les professionnels ;
- Mise en place de réseaux de liens avec les autres sites de la compagnie, et les autres sites de la maison-mère (www.servicemagic.com, www.hotels.com...);
- Optimisation du maillage du site www.travaux.com pour élever le nombre de conversion de passage de devis.

Rédactionnel

Pour les sites anglais et Français :

- Aide à l'optimisation d'articles anglais et français pour optimiser la visibilité sur les mots-clefs ciblés : hiérarchisation, maillage avec des articles similaires ;
- Optimisation du taux de conversion de passage de devis à partir du rédactionnel, en plaçant des liens adéquats.

Divers

- Intégration de newsletter UK, et suivi de la délivrabilité de celles-ci.

MARC DUPUY