

ÉTUDES DE CAS

15 stratégies de contenu SEO décryptées



L-Expert-Comptable
com



DECATHLON

Qonto

CAMBIUM
MEDIA SOLUTIONS

ouest
france

lesfurets

ADEPEM

NUOO

PAP

uni_médias

DECITRE *

GGVIE

OnlineStores



Introduction

Selon la typologie des entreprises, l'organisation des équipes et les problématiques identifiées, les stratégies SEO et de Content Marketing sont souvent très différentes.

Il n'existe pas un plan d'action unique pour améliorer ses performances, mais plutôt une multitude de possibilités. Néanmoins, de bonnes pratiques existent. Les intégrer concrètement dans votre entreprise est une première étape pour générer plus de croissance.

Pour vous aider sur ce sujet, Semji, solution Saas conçue pour maximiser le ROI des contenus SEO, a répertorié les témoignages de marques leaders utilisatrices de sa plateforme.

Leur retour d'expérience vous permettra de vous inspirer des meilleures stratégies éditoriales, d'en apprendre plus sur leurs challenges et des actions mises en place pour réussir.



Placeholder for a testimonial or quote, represented by several horizontal lines.

DECATHLON

RETAIL

Muscler son SEO pour des contenus en forme



“Pourquoi produire du contenu sur la pratique sportive ? C’est un moyen de créer du lien avec l’audience et aussi de nous différencier. Au-delà de nos concurrents historiques, il y a aujourd’hui de nombreuses marques plutôt lifestyle qui émergent dans le milieu sportif et qui se positionnent sur certains domaines comme le bien-être, la santé ou la nutrition. On souhaite, à travers notre stratégie de contenu, occuper également ce terrain et renforcer l’attachement des internautes à notre marque.”



Emilie Dufour
Brand content manager



Decathlon est aujourd’hui la marque préférée des Français, notamment parce qu’elle a su démocratiser la pratique sportive en offrant un accompagnement complet à ses clients. La création du site Conseil Sport en est la preuve avec des recommandations exhaustives sur toutes les pratiques sportives.

LE CHALLENGE

Avec plus de 2000 contenus sur le site Conseil Sport, Decathlon détient une nette longueur d’avance sur ses concurrents. Néanmoins, seuls 48% de ses contenus se positionnent et captent du trafic SEO. Constatant une belle marge de progression, Decathlon équipe ses rédacteurs de Semji pour les aider à optimiser leurs contenus.








LES OBJECTIFS

- Devenir la marque de référence auprès de son audience et de Google sur le domaine du conseil sportif.
- Augmenter la visibilité SEO des contenus existants et futurs.
- Identifier de nouvelles thématiques à aborder pour occuper le terrain sur toutes les requêtes de pratiques sportives.



LES ACTIONS MENÉES

-  **Audit concurrentiel**
-  **Conseils SEO & éditoriaux**
-  **Identification des contenus à fort potentiel SEO**
-  **Priorisation des optimisations pour 71 pages**
-  **Identification de nouveaux mots-clés à cibler**

LES BONNES PRATIQUES DE M.BRIFFA & E.DUFOUR

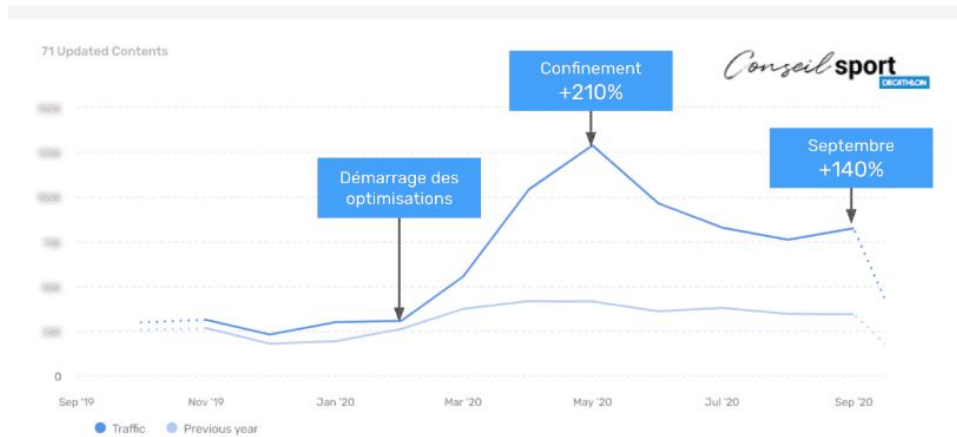
- Prioriser la création de contenus sur des thématiques porteuses. La priorisation est cruciale pour rentabiliser tous les efforts de production.
- Se différencier par rapport aux contenus concurrents pour faire préférer votre marque (ex: proposer un contenu plus poussé, faire une vidéo tuto, etc.).
- Penser expérience client dans sa globalité. Utiliser le contenu pour créer un vrai dialogue avec son audience, sans marquer une césure avec le magasin physique.
- Penser SEO tout en gardant l'âme du site et sa tonalité.



Mathilde Briffa & Emilie Dufour
Responsable SEO & Brand content manager

+140% D'AUGMENTATION DU TRAFIC SEO

Decathlon utilise la plateforme Semji pour prioriser les contenus à retravailler. Semji s'appuie sur deux principaux critères pour classer les contenus à reprendre: le trafic potentiel à gagner et l'effort de rédaction nécessaire. Après avoir détecté et mis à jour les contenus à plus fort potentiel, Decathlon a vu grimper sa courbe de trafic SEO de plus de 140%. Les 71 premiers contenus optimisés ont permis à eux seuls de capter plus de 110 000 visiteurs SEO mensuels.



Gains de trafic SEO en optimisant les contenus existants

conseilsport.decathlon.fr

90% DES NOUVEAUX CONTENUS CAPTENT DU TRAFIC SEO

Une fois le travail d'optimisation des contenus existants réalisé, Decathlon a entrepris la création de nouveaux contenus. La marque s'est de nouveau appuyée sur Semji pour identifier les nouvelles requêtes à cibler (ex: "sport après 60 ans", "sport et tendinite", "commencer vélo de route", etc.). Résultat : 90% des nouveaux contenus créés et optimisés avec Semji captent du trafic SEO (contre 48% au global selon l'audit initial).

Online Contents	Content Score	Trend
faire du sport après 60 ans Les conseils s... https://conseilsport.decathlon.fr/conseils-sports/fa	75	
Tendinites, la tuile de tous les sportifs Les... https://conseilsport.decathlon.fr/conseils/sport-et-ten...	62	
COMMENCER LE VÉLO DE ROUTE Les con... https://conseilsport.decathlon.fr/conseils/commencer-...	80	
NATATION : COMMENT RESPIRER EN CRAW... https://conseilsport.decathlon.fr/conseils/natation-co...	59	
Natation : comment respirer en brasse ? ... https://conseilsport.decathlon.fr/conseils/natation-co...	60	
DOSSIER : FAIRE DU VÉLO Les conseils sp... https://conseilsport.decathlon.fr/conseils/dossier-faire...	95	



NUOO

RETAIL

Prendre soin de son audience grâce à des contenus de qualité



“Nous avons un très gros volume de contenus non optimisés pour le SEO (environ 3000 fiches produits, 400 articles et 400 collections) avec une problématique de temps sur les briefs destinés aux rédacteurs. Nous avons donc vraiment besoin d’une stratégie de priorisation pour ne pas faire les choses au hasard.”



Coralie Crétenet
SEO Manager



Entreprise française née à Orléans, NUOO est l’un des premiers sites de vente de cosmétiques bio en France. Soins pour les cheveux, démaquillants, crèmes pour le visage... Ce sont plus de 4000 références et 170 marques qui sont soigneusement sélectionnées par la marque.



LE CHALLENGE

L’objectif de NUOO est de développer son blog pour apporter des solutions aux internautes recherchant des conseils sur leur beauté et bien-être. La marque est consciente des enjeux d’optimisation pour rendre visible ses contenus auprès de son audience. Pour améliorer sa productivité vis-à-vis de la création de ses contenus, l’entreprise souhaite également arriver à mieux prioriser ses efforts de production et optimiser toute la partie briefings SEO. La marque s’est donc tournée vers Semji pour être certaine de suivre la bonne orientation stratégique et faciliter l’optimisation des contenus.











LES OBJECTIFS

- Donner plus de visibilité au site NUOO.
- Générer plus de trafic organique.
- Augmenter les ventes.



LES ACTIONS MENÉES

-  **Analyse de 5 390 pages indexées**
-  **Priorisation des optimisations pour 25% des pages selon les meilleures opportunités SEO à aller chercher**
-  **Analyse et recherche de nouveaux mots-clés stratégiques à cibler**
-  **Création d'un calendrier éditorial 6-12 mois**
-  **Automatisation de 340 briefs SEO**
-  **Mise à jour et création de 340 nouveaux contenus en 1 an**
-  **Amélioration du maillage interne**
-  **Analyse des gains**

LES BONNES PRATIQUES DE CORALIE CRÉTENET

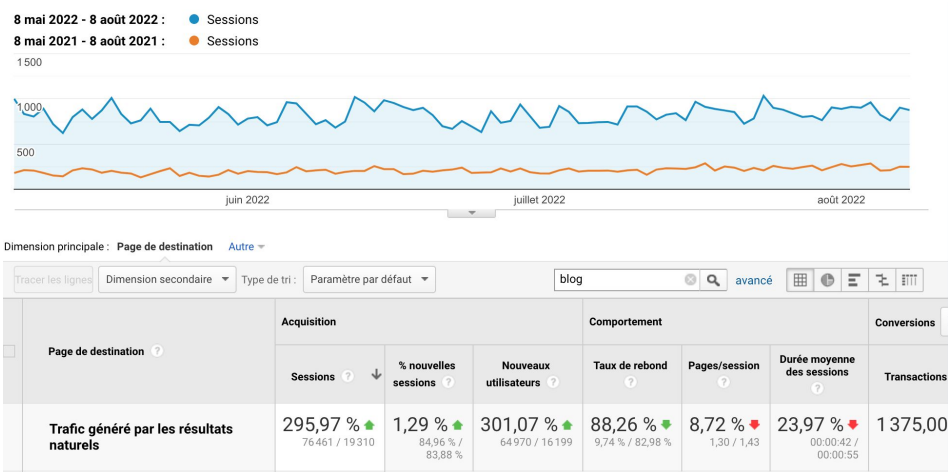
- Ne pas hésiter à essayer de nouveaux outils et de nouvelles pratiques. Ne pas rester sur ses acquis en SEO.
- Mettre à jour les anciens contenus. On a fait 80% du travail en les rédigeant donc cela ne prend pas beaucoup de temps mais permet des gains importants.
- Optimiser son temps. On se concentre sur des missions à forte valeur ajoutée et sur sa stratégie avant tout.



Coralie Crétenet
SEO Manager

+300 % DE TRAFIC ORGANIQUE

L'équipe de NUOO a réalisé un audit sur les 5000 pages indexées de son site afin de définir les pages prioritaires. Avec l'aide de Semji, elle a réussi à en identifier 340 à mettre à jour ou à créer. Pour maintenir le rythme de production, l'équipe de NUOO s'est appuyée sur la plateforme Semji et ses fonctionnalités (automatisation des briefs, Content Score, rédaction assistée par l'IA, centralisation de la production, etc.) Un an plus tard, ses efforts ont été récompensés avec une augmentation du trafic organique de 300%.



DES ARTICLES QUI SE POSITIONNENT EN PREMIÈRE PLACE

Grâce à l'IA de Semji, l'équipe de NUOO a pu facilement identifier les besoins et les sujets attendus par les internautes. Grâce à l'expertise des rédacteurs et à l'autorité de NUOO sur ces sujets, plusieurs contenus ont obtenu des premières positions sur des requêtes de longue traîne stratégiques (ex: "Se laver le visage au savon de Marseille : bonne idée ?" Content Score de 91, "Cheveux poreux : que faire ?" Content Score de 94, "Comment scruncher ses cheveux pour des boucles à tomber ? Content Score de 80).

Page	Content Score	Focus Keyword	Position	Volume	Trend	Clicks mensuels (Jul 2022)	Evolution (Jul 2021)	%	Last publication
Se laver le visage au savon de marseille : bonne idée ? - Nuoo https://www.nuobox.com/blogs/conseils/laver-visage-savon-de-mars...	91	se laver le visage ...	1	170		915	+915	+	Aug 17, 21
Se laver les cheveux au savon de marseille : l'alternative écologi... https://www.nuobox.com/blogs/conseils/laver-cheveux-savon-marsel...	76	se laver les cheve...	1	390		1,3K	+1,3K	+	Sep 07, 21
Le savon de marseille contre l'acné - Nuoo https://www.nuobox.com/blogs/conseils/savon-marseille-lutter-acne	88	savon de marseill...	1	110		209	+209	+	Jun 02
Cheveux poreux : que faire ? - Nuoo https://www.nuobox.com/blogs/conseils/cheveux-poreux-que-faire	94	cheveux poreux	1	2,9K		550	+550	+	Sep 23, 21
Comment scruncher ses cheveux pour des boucles à tomber ? - N... https://www.nuobox.com/blogs/conseils/scrunch-cheveux	80	scrunch cheveux	1	320		411	+411	+	Dec 06, 21
L'huile de jojoba : l'allié des peaux grasses - Nuoo https://www.nuobox.com/blogs/conseils/huile-jojoba-ville-peaux-gra...	80	huile de jojoba pe...	1	90		132	+132	+	Jan 18
9 astuces efficaces pour enlever les cicatrices d'acné naturelleme...									



RETAIL

Des contenus de qualité pour des performances durables



“Nous avons misé sur les contenus en raison de l’évolution des usages et de l’utilisation des moteurs de recherche. Aujourd’hui, vendre une pièce détachée ne suffit plus pour répondre aux besoins des clients. Ces derniers veulent trouver la panne et savoir comment réparer un appareil.”



Quentin Braquehaye
Responsable Digital



Créée en 1981, Adepem est une entreprise familiale spécialisée dans la vente de pièces détachées de grandes marques. Son catalogue compte plus de 200 000 références. Elle fait aujourd’hui partie des acteurs de référence dans la lutte contre le gaspillage et l’obsolescence des appareils électroménagers.



LE CHALLENGE

Adepem souhaite répondre à la demande croissante des internautes pour des conseils et des astuces de réparation des appareils électroménagers. Avec un public de plus en plus sensibilisé aux enjeux environnementaux, Adepem souhaite mettre en place une stratégie alliant contenus de qualité et conversions. Or, l’entreprise fait face à une capacité de production limitée. Adepem a donc fait appel à Semji pour gagner du temps, organiser la rédaction dans l’équipe et suivre efficacement les résultats des contenus.



LES OBJECTIFS

- Générer du trafic organique.
- Acquérir une notoriété “Top of Mind”.
- Fidéliser leurs clients.

LES ACTIONS MENÉES



Analyse de 172k pages existantes sur le site



Priorisation des optimisations et de création de plus de 200 contenus



Analyse de 83k mots-clés



Renforcement du maillage interne



Suivi mensuel de la performance des contenus



Coaching SEO des équipes

LES BONNES PRATIQUES DE QUENTIN BRAQUEHAYE

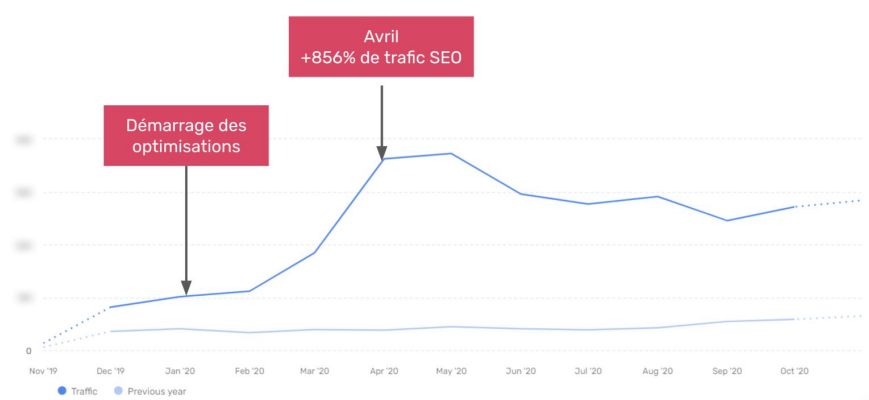
- Essayer de nouvelles techniques et toujours remettre en question ses connaissances sur le SEO.
- Organiser et planifier une stratégie SEO de manière constante et sur le long terme, notamment pour suivre la saisonnalité.
- Donner de l'autonomie aux rédacteurs et les laisser être créatifs.



Quentin Braquehaye
Responsable Digital

+230% D'AUGMENTATION DU TRAFIC SEO

















Après l'analyse des 172 000 pages référencées sur son site, l'équipe d'Adepem identifie avec Semji un certain nombre de contenus prioritaires et se mobilise pour permettre une augmentation rapide des performances du site. En seulement 4 mois, le trafic global SEO sur le site augmente de plus de 856% par rapport à la phase de démarrage. Les contenus optimisés bénéficient, quant à eux, d'une augmentation de trafic SEO de plus de 230 %.



Performances des contenus mis à jour dans Semji
149 contenus optimisés (données Google Analytics)

97% DES NOUVEAUX CONTENUS CAPTENT DU TRAFIC SEO

Dès le départ, l'équipe d'Adepem produit à un rythme soutenu une dizaine de contenus par mois avec un Content Score moyen de 92. Les gains ne se font pas attendre. Plus de 97% des nouveaux contenus produits avec Semji captent du trafic SEO.

Online Contents	Content Score	Trend
 Panne de lave-vaisselle : comment identifier l... https://www.adepe.com/blog/panne-lave-vaiss...	90	
 Comment réparer une tronçonneuse qui ne d... https://www.adepe.com/blog/reparer-troncon...	98	
 Comment faire le réglage d'un carburateur d... https://www.adepe.com/blog/reglage-carburat...	92	
 Frigo qui coule ou qui fuit, que faire ? Adepem https://www.adepe.com/blog/frigo-coule-fuite...	88	
 Lave-vaisselle bouché, que faire quand l'eau ... https://www.adepe.com/blog/lave-vaisselle-b...	98	
 Comment résoudre le code erreur E22 sur mo... https://www.adepe.com/blog/lave-vaisselle-b...	85	
 Panne de lave-vaisselle Whirlpool : que signifi... https://www.adepe.com/blog/code-erreur-lave...	90	
 Tassimo voyant rouge, comment faire un bon... https://www.adepe.com/blog/voyant-rouge-d...	85	

Être à la page sur les contenus attendus par les internautes



Face aux enseignes nationales, Decitre s'est construit une place unique de spécialiste en Rhône-Alpes. L'enseigne appartient avec Le Furet du Nord au groupe NOSOLI. Acteur majeur du paysage culturel national, la librairie s'appuie sur 350 collaborateurs répartis sur 12 librairies. 100 000 titres sont référencés dans chacune des librairies Decitre et environ 7 millions de livres sont vendus par an.



LE CHALLENGE

Decitre souhaite développer son blog en créant et optimisant des contenus utiles aux yeux de ses clients et de Google. La marque souhaite également diminuer le temps de briefing SEO et de rédaction. Decitre a fait appel à Semji pour gagner du temps, donner plus d'autonomie à ses rédacteurs pour qu'ils rédigent des contenus performants plus rapidement mais aussi pour bénéficier de l'expertise d'une solution leader sur ces sujets.




LES OBJECTIFS

- Se positionner en libraire expert.
- Augmenter le trafic organique sur les catégories stratégiques.
- Augmenter les ventes.
- Diminuer le temps de briefing et de rédaction.
- Créer du contenu optimisé et utile.



LES ACTIONS MENÉES

-  **Analyse de 2 000 000 pages indexées**
-  **Identification de 517 contenus à optimiser en priorité selon ratio efforts / gains SEO**
-  **Automatisation de briefs SEO**
-  **Optimisation des contenus existants**
-  **Amélioration du maillage interne**
-  **Suivi de la performance des contenus**

LES BONNES PRATIQUES DE CORENTIN ARMAND

- Se former en continu sur le SEO.
- Reprendre les anciens contenus pour les mettre à jour et les réoptimiser.
- Mailler les pages contenus et les pages produits dans les deux sens.



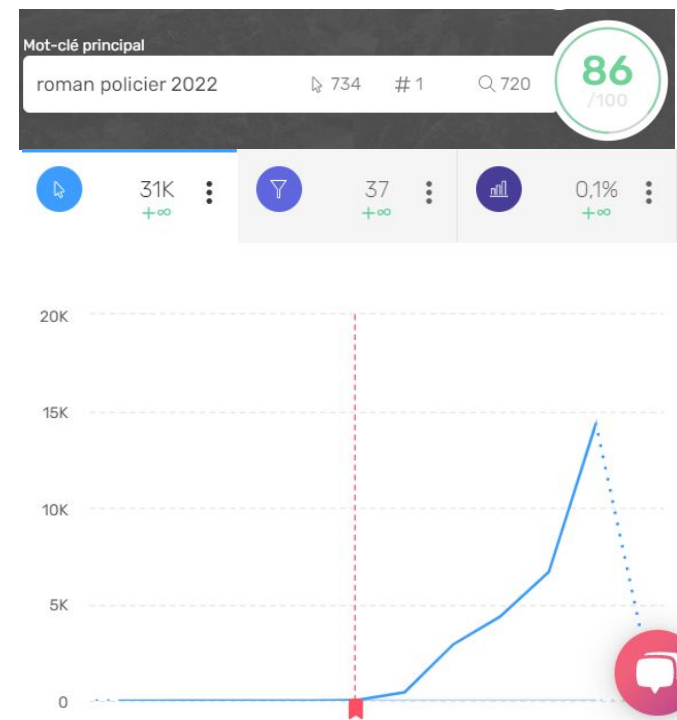
Corentin Armand
Traffic Manager

+244% DE PAGES VUES SUR LE BLOG

En peu de temps, Decitre a vu la fréquentation des pages du blog grimper avec plus de 244% de pages vues. Parallèlement, le temps passé chaque mois sur les briefs éditoriaux a diminué de 60%.

14K VISITES POUR UN SEUL ARTICLE

Decitre est l'exemple parfait qu'un contenu bien optimisé peut générer de nombreux gains. Sur le mot-clé "roman policier 2022", l'équipe de Decitre a su parfaitement répondre aux intentions de recherche des internautes : "quels sont les derniers romans policiers ?", "meilleur polar", "romans policiers nouveauté 2022" ou encore "roman policier historique 2022". 6 mois après sa publication, ce travail a été récompensé : l'article atteint les 14k visites et apparaît en première position.



Construire son autorité à travers ses contenus, en combinant expertise et IA



“L’IA est comme un “sparring partner”. Elle permet de produire le squelette du contenu. Le rédacteur ici reste central pour approfondir les idées de base et réinjecter toute son expertise. L’IA les libère de la charge mentale pour consacrer plus de temps sur la création de contenus qui se démarquent sur l’apport journalistique et le style”.



Charlotte Thizy
Digital Content Manager



Enseigne du groupe Saint-Gobain, Point.P est le spécialiste de la distribution de matériaux de construction en France. Après s’être donnée comme objectif d’offrir une meilleure expérience omnicanale pour tous leurs clients, la marque remporte en 2022 le prix “Stratégie Omnicanale” du Trophée LSA Commerce & Consommation. Ce trophée récompense leur dispositif « Accompagner les particuliers dans la réussite de leurs travaux ».



LE CHALLENGE







L’objectif de Point P est d’offrir une expérience omnicanale optimale pour tous leurs clients. Cette stratégie permet de mettre l’acheteur au centre de toutes leurs attentions afin de répondre au mieux à ses attentes. Dans ce contexte, l’enjeu de leur stratégie de contenu est donc de répondre parfaitement aux nouvelles envies des clients en leur proposant, entre autres, des réponses adaptées à leurs problématiques. C’est dans ce sens que Point.P fait appel à Semji pour développer la thématique Déco et découvrir de nouvelles opportunités sur lesquelles se positionner.



LES OBJECTIFS

- Intégrer pleinement le contenu dans sa stratégie omnicanale
- Offrir des contenus adaptés par rapport aux nouveaux usages de ses clients
- Mettre en valeur son expertise
- Multiplier le trafic
- Gagner en efficacité
- Mesurer la performance

LES ACTIONS MENÉES

-  **Identification des contenus à créer en priorité pour la thématique cible Déco**
-  **Création et optimisation de 65 nouveaux contenus**
-  **Optimisations de pages existantes à fort potentiel SEO**
-  **Ciblage de nouvelles thématiques et mots-clés à cibler**
-  **Suivi mensuel de la performance des contenus**
-  **Conseils SEO & éditoriaux**

LES BONNES PRATIQUES DE CHARLOTTE THIZY

- Tester des prompts de l'IA afin de voir quelles sont les questions et les instructions les plus efficaces.
- Apporter de la valeur ajoutée à ses contenus en offrant un regard "humain" et une expertise journalistique.



Charlotte Thizy
Digital Content Manager

+30% DE CLICS SEO SUR LA THÉMATIQUE DÉCO

Pour construire son autorité sur le sujet Déco, Point.P a intensifié la production de ses contenus. Avec l'aide de Semji, la marque a identifié 65 contenus à optimiser pour couvrir tous les besoins de ses clients sur ce marché. Après 1 an, le bilan est très satisfaisant puisque ces pages génèrent à elles seules plus de 30% de trafic SEO. La bonne optimisation de ces contenus lui permet d'atteindre de belles performances sur des requêtes stratégiques. Exemple avec un contenu créé de 0, "dalle sur plot" où elle obtient une 2e position et 28k clics.

Pages	Content Score	Trend
 Pavé béton carrossable, dalle pierre naturelle : comment choisir ? POINT.P	81	
 Comment bien choisir sa terrasse en dalles ?	95	
 Quelle dalle sur plot pour ma terrasse ? POINT.P	83	
 Comment bien choisir sa terrasse en pierre naturelle ? POINT.P	83	
 Lames de terrasse en bois composite Point.P	78	

28K Clicks +∞ Previous year: 0

1 Updated Contents



Des contenus pour restaurer et augmenter ses revenus SEO



Online Stores est spécialisé dans le retail de niche et compte 7 sites internet dont englishteastore.com, northlineexpress.com et united-states-flag.com. L'entreprise a été classée par le Newsweek magazine parmi les meilleures boutiques en ligne dans les catégories "collection", "jardin et artisanat" et "alimentation".



LE CHALLENGE

Les dernières Google Core Updates ont fait chuter les positions moyennes des sites d'Online Stores. Parallèlement, la recherche de mots-clés et l'optimisation des pages ont été effectuées manuellement par les équipes d'Online Stores. Un travail particulièrement chronophage pour ces dernières. Le groupe américain a donc fait appel à Semji pour gagner en productivité et regagner les parts de marché perdues suite aux dernières mises à jour de Google.








LES OBJECTIFS

- Gagner des positions sur la SERP.
- Augmenter le trafic SEO.
- Augmenter les revenus SEO.













LES ACTIONS MENÉES

-  **Identifier les meilleures pages à optimiser**
-  **Planifier et optimiser 76 contenus**
-  **Production automatisée de briefs SEO**
-  **Identifier les sujets et thèmes stratégiques à aborder**
-  **Mesurer les performances du référencement et du contenu**



+55% DE TRAFIC SEO SUR UNITED-STATES-FLAG.COM

Sur le site united-states-flag.com, l'équipe marketing a commencé par identifier avec Semji les contenus offrant le plus d'opportunités SEO. Au total, ce sont 1000 contenus qui ont été sélectionnés pour être retravaillés. Au bout de 4 mois, 76 pages ont ainsi été mises à jour et ont vu leur trafic SEO augmenter de 55%.

Pages	Content Score	Tendance
 American Flags Largest Online Vendor of Flags Si... https://www.united-states-flag.com/outdoorflags.html	79	
 Buy US Flags and Flagpoles at United States Flag... https://www.united-states-flag.com/	93	
 American Stick Flags - 12" x 18" On Sale Now! https://www.united-states-flag.com/outdoorflags.html	100	
 US Flag Bunting Largest Flag Retailer in the USA https://www.united-states-flag.com/bunting.html	80	
 Imported American 6ft x 10ft Polyester Flag https://www.united-states-flag.com/6ftx10ft-super-tough-am...	100	

+35% DE REVENUS SEO SUR UNITED-STATES-FLAG.COM

Les équipes d'Online Stores mesurent l'impact des optimisations SEO en termes de trafic et surtout de revenus. Il s'agit d'un grand pas pour les équipes marketing et SEO du groupe américain, qui désormais suivent une approche ROIste. En optimisant 76 contenus avec Semji et en 4 mois seulement, Online Stores a augmenté son revenu SEO de 35%.





BANQUE & ASSURANCE

Déployer une Content Factory qui assure



“Nous avons identifié environ 15,5 millions de requêtes à capter chaque mois classées par marques, produits ou intentions. Le benchmark de nos contenus, notamment sur l’offre auto, a montré que nous avons une importante marge de progrès vis-à-vis de nos concurrents.”



Antoine Wintrebert
Responsable Marketing digital



La Macif est une compagnie d’assurance qui propose tout type de services. Elle est la première en France en nombre de contrats automobile (6 millions*) et bénéficie de l’un des meilleurs taux de fidélisation du marché banque assurance (95,83%*).

*source : Etude de Cas MACIF : +89% de trafic hors marque



LE CHALLENGE






La Macif a décidé de changer sa stratégie face à un marché attaqué par des pure players à forte autorité, notamment en matière de contenu. L’objectif est donc de mieux exploiter la fréquentation du site afin de générer un maximum d’opportunités commerciales, voire des ventes directes. Pour cela, la Macif a mis en place avec Semji une content factory ROIste et, de ce fait, optimisé la production de contenus SEO pour plus de rentabilité.



LES OBJECTIFS

- Renforcer la visibilité digitale de la Macif.
- Capter du trafic.
- Augmenter le taux de conversion.
- Incarner une marque de référence.

LES ACTIONS MENÉES

-  **Audit SEO et analyse des contenus existants (ranking, trafic...).**
-  **Analyse de la répartition du LinkJuice et de la détection des meilleures pages.**
-  **Analyse de >5k données (keywords, questions des internautes, contenus rankés sur la SERP...)**
-  **Identification de 150 sujets à prioriser et ciblage des intentions de recherche pour chaque sujet.**
-  **Création de 70 nouveaux contenus avec des opportunités SEO.**

LES BONNES PRATIQUES DE ANTOINE WINTREBERT

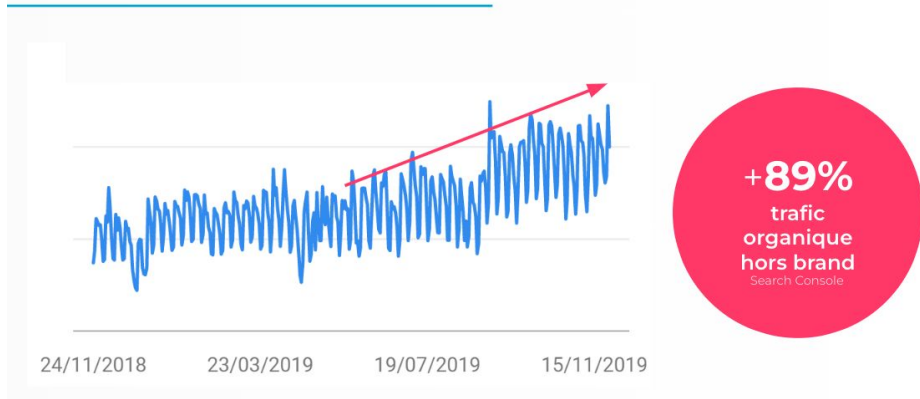
- Recouper plusieurs données pour savoir quels contenus créer et ceux qui ont un fort potentiel SEO (trafic des concurrents sur certains mots-clés, questions internautes, recherches associées, etc.)
- Prioriser selon la légitimité de sa marque sur le sujet pour ranker rapidement.
- Optimiser l'existant, à savoir les contenus qui ont un fort potentiel SEO.
- Passer du temps sur la pédagogie, expliquer ses objectifs et partager sa passion pour le SEO.
- Travailler ses briefs pour une qualité optimale et le respect des délais.
- Penser au SXO, au SEO et à l'UX. Ne pas se focaliser uniquement sur le mot-clé, mais aussi sur la transformation et le business.



Antoine Wintrebert
Responsable Marketing digital

+89% DE TRAFIC HORS MARQUE

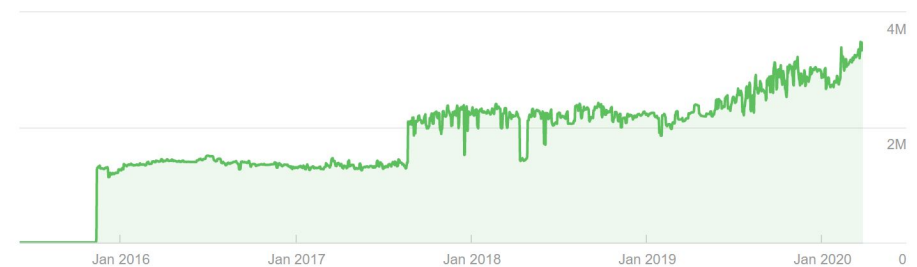
La création des nouveaux contenus centrés sur les besoins des utilisateurs a quasiment fait doubler le trafic hors marque de la Macif. Grâce à ces résultats, le Groupe a pu se positionner en tant que [leader SEO parmi les 20 premiers assureurs français](#) et dans le TOP 3 sur des mots-clés stratégiques tels que "assurance scooter", "devis assurance habitation" ou encore "complémentaire santé".

Evolution du nombre de clics "hors marque"**3,5 M D'EUROS D'INVESTISSEMENT EN VALEUR DE TRAFIC**

C'est l'équivalent du montant qu'aurait dû déboursier la Macif en campagne de référencement payant pour obtenir le trafic qu'elle a acquis grâce au référencement naturel. C'est donc autant d'économies réalisées par l'assureur.

Source SEMrush. Données mensuelles agrégées de façon trimestrielle. 20 plus gros assureurs français (classement Argus de l'Assurance 2018).

Valeur du trafic : \$3,481,314



Faire sa place sur un marché SEO ultra-concurrentiel



“Nous avons une problématique de volumétrie de contenus à produire. Nous nous occupons d’une dizaine de produits. Cela équivaut à mettre à jour et alimenter une dizaine de sites tout en conservant des contenus de qualité qui apportent de l’information aux utilisateurs.”



Marion Plasse
Content Manager



Comparateur leader sur le marché des dépenses contraintes, Lesfurets a d’abord été spécialisé dans l’assurance avant d’élargir ses services à d’autres domaines comme les prêts immobiliers, les banques, les fournisseurs d’énergie ou encore les entreprises de déménagement. Au total, ce sont plus d’une centaine d’offres qui sont passées au crible pour permettre aux Français de faire des économies.



LE CHALLENGE








L’objectif de l’entreprise est de faire sa place sur plusieurs marchés ultra-concurrentiels en SEO tels que l’assurance, les prêts/crédits ou encore l’énergie. En effet, en tant que comparateur et pureplayer, Lesfurets a une variété de produits à couvrir (véhicules, finance, maison, santé) et doit donc faire face à une multitude de concurrents (compagnies d’assurance, courtiers, banques et organismes de crédits, mutuelles…) souvent déjà bien implantés. Lesfurets a alors fait appel à Semji pour garder une avance sur tous ses concurrents, pour savoir quels contenus existants mettre à jour et détecter de nouveaux contenus à cibler pour construire son autorité sur tous ses sujets.



LES OBJECTIFS

- Conserver ses positions sur le marché.
- Se positionner face à des acteurs historiques.
- Produire un important volume de contenus.
- Tenir à jour plus de 7000 pages.
- Construire l’autorité du site sur chaque sujet stratégique.

LES ACTIONS MENÉES

-  **Analyse concurrentielle SEO**
-  **Travail de projection et d'identification des priorités business** (selon produits, présence concurrentielle, budget, potentiel de trafic SEO et de chiffre d'affaires)
-  **Création Roadmap SEO & Content à l'année**
-  **Brief & cadrage éditorial**
-  **Priorisation et optimisation de 164 contenus existants en 6 mois**
-  **Création de nouveaux contenus sur des sujets porteurs, où il y a de la demande** (ex: énergie)
-  **Netlinking**

LES BONNES PRATIQUES DE MARION PLASSE & ANTHONY PRIVÉ

- Internaliser les équipes SEO et Content, surtout quand les thématiques sont complexes et nécessitent de bonnes connaissances produits. Cela permet également plus de flexibilité quand des changements de direction sont nécessaires.
- Rendre autonome l'équipe éditoriale sur certaines tâches SEO. Cela fait gagner du temps aux équipes SEO tout en permettant de diversifier les missions des rédacteurs.
- Filer la longue traîne pour répondre aux questions des clients, faire de la pédagogie sur les produits et se positionner sur l'actualité tout en développant le maillage interne.



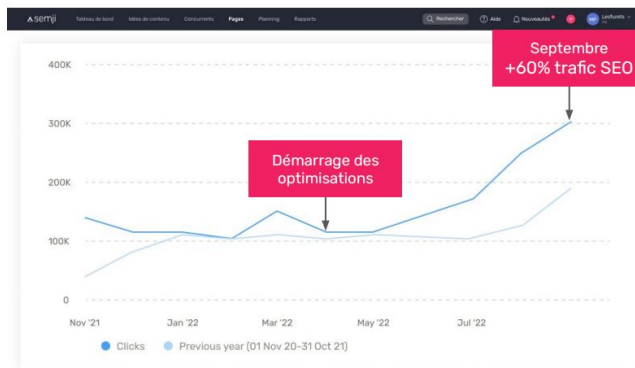
Marion Plasse & Anthony Privé
Content Manager et Head of SEO

+60% DE TRAFIC SEO SUR 164 CONTENUS OPTIMISÉS

En prenant en compte l'audit concurrentiel, mais aussi les objectifs business et les contenus prioritaires identifiés par Semji, l'équipe de Lesfurets a mené un travail d'optimisation à une cadence de 30 contenus par mois. Parmi les contenus existants sur la thématique "assurance auto", Semji a ainsi permis de détecter des mots-clés stratégiques sur lesquels il était intéressant de travailler certaines pages. C'est le cas, par exemple, de "assurance voiture électrique", "assurance jeune conducteur", "assurance auto sans permis" ou encore "location longue durée". Sur 164 contenus repris ou créés avec la plateforme Semji, le gain de trafic a été de plus de 60%.

164 contenus optimisés en 6 mois

Suivi des performances des contenus mis à jour dans Semji



91% DES NOUVEAUX CONTENUS "ÉNERGIES" CAPTENT DU TRAFIC SEO

L'énergie est une thématique qui préoccupe de plus en plus d'internautes. C'est pourquoi le comparateur Lesfurets a créé 35 guides énergie destinés à répondre aux questions de ses utilisateurs. Certaines de ces pages font partie des plus consultées sur le site. Pour produire ces contenus, Lesfurets a collaboré avec les fournisseurs d'énergie et a effectué un important travail de maillage interne et de netlinking. Parallèlement, Semji a aidé les équipes éditoriales à produire des articles encore plus pertinents sur ces différents sujets. Ainsi, sur cette thématique "énergie", 91% des nouveaux contenus créés avec Semji captent du trafic SEO.

Pages	Content Score	Tendance
Tout savoir sur les différents types de gaz lesfurets https://www.lesfurets.com/energie/guide/types-gaz	85	
Le fonctionnement du compteur électrique lesfurets https://www.lesfurets.com/energie/guide/compteurs/compteu...	90	
Prix du m3 de gaz : grilles tarifaires et conversions en kWh lesfurets https://www.lesfurets.com/energie/guide/prix-m3-gaz	85	
L'installation de votre compteur électrique lesfurets https://www.lesfurets.com/energie/guide/compteurs/compteu...	87	
Les problèmes liés au compteur électrique lesfurets https://www.lesfurets.com/energie/guide/compteurs/compteu...	85	

L'utilisateur au cœur de la stratégie éditoriale



“Au démarrage du projet, nous partions d’une page blanche et nous avons 3 gros objectifs stratégiques. L’objectif prioritaire était la génération de trafic organique. Nous souhaitons également faire monter nos collaborateurs sur le SEO. Nous sommes une petite équipe composée de rédacteurs internes et de rédacteurs externes. Il fallait donc optimiser la production de contenu pour être le plus efficace possible.”



Murielle Coine
Responsable Marketing Digital



En 2018, l’assureur Groupama Gan Vie (GGVie) lance le site d’information [Ma Nouvelle Vie](#) pour accompagner les actifs sur leurs retraites. En effet, 7 non-retraités sur 10 s’estiment mal informés*. Le site propose ainsi de très nombreux outils, simulateurs, guides et vidéos pour mieux comprendre comment préparer sa retraite.

*Sondage Odoxa 2022.



LE CHALLENGE








Le défi de GGVie est de devenir le site d’information de référence sur la retraite tout en générant des leads pour les offres du groupe. Il faut également former les équipes internes au SEO. GGVie a fait appel à Semji pour l’aider dans la mise en place et le suivi des performances de la stratégie éditoriale, mais aussi pour faire en sorte que les équipes gagnent en productivité dans la rédaction des contenus SEO.



LES OBJECTIFS

- Créer des contenus SEO de qualité.
- Optimiser la production de contenus.
- Allier site d’information et conversions.
- Démontrer le ROI de la stratégie de contenus.
- Faire du SEO le premier levier d’acquisition.

LES ACTIONS MENÉES

-  **Analyse des 250 contenus existants**
-  **Identification des contenus à fort potentiel SEO**
-  **Priorisation des optimisations pour 25% des pages**
-  **Analyse des 50 000 mots-clés**
-  **Création de 70 nouveaux contenus**
-  **Amélioration du maillage interne**
-  **Formation des équipes aux bonnes pratiques SEO et éditos**

LES BONNES PRATIQUES DE MURIELLE COINE

- Essayer toujours de nouvelles choses et adopter une démarche de test and learn sur la durée.
- Décloisonner le marketing en engageant le dialogue avec les services internes en lien avec les clients et avec les clients eux-mêmes.
- Donner de l'autonomie aux rédacteurs pour rendre leur travail plus intéressant. Avec Semji, par exemple, les rédacteurs ont la possibilité de faire un certain nombre de choix et de voir assez rapidement quels sont les résultats.

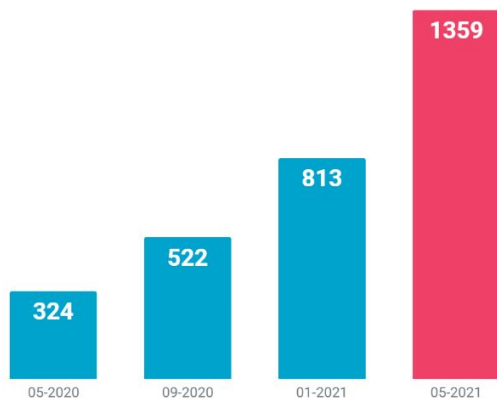


Murielle Coine
Responsable Marketing Digital

+300 % DE TRAFIC SEO EN 12 MOIS

Au début du projet, les équipes de GGvie et Semji ont identifié les contenus prioritaires à retravailler (soit 25% des 250 pages du site) et à créer (70 nouvelles pages). L'identification de ces pages prioritaires a permis de gagner du temps et d'obtenir rapidement des résultats. En l'espace d'un an, le site Ma Nouvelle Vie a dépassé ses principaux concurrents et a gagné plus de 300% de trafic organique sur les nouveaux contenus produits avec Semji.

Le site est passé également de 324 mots-clés positionnés dans le top 10 à 1 359 mots-clés. Enfin, le nombre de contenus rédigés et publiés a doublé.



Croissance du nombre de mots clés Top 10

L'ÉQUIVALENT DE 160 000 € D'INVESTISSEMENT EN TRAFIC PAYANT

Sur un an, GGvie a doublé le nombre de contenus rédigés et publiés et a permis une augmentation substantielle du trafic organique. Ces résultats ont une valeur qu'on estime à environ 160 000 € en trafic payant.

Page	Content Score	Trend
 Minimum retraite – montant – jamais travaillé – Ma Nouvelle Vie https://manouvellevie.groupama.fr/la-retraite-mode-demploi/quel-...	67	
 Retraite brut net → comment la calculer ? Simulateur – Ma Nou... https://manouvellevie.groupama.fr/la-retraite-mode-demploi/retrait-...	70	
 Préretraite : définition – à quel âge ? – Ma Nouvelle Vie https://manouvellevie.groupama.fr/pre-retraite-progressive-quel-a-...	85	
 Exemples de calculs de retraite – Montant – Simulateur – Ma N... https://manouvellevie.groupama.fr/la-retraite-mode-demploi/syste-...	69	
 Pénibilité retraite – Compte pénibilité – Point – Critère – Ma No... https://manouvellevie.groupama.fr/la-retraite-mode-demploi/comp-...	93	
 Pension de réversion Divorce – Remariage – Deuxième épouse ... https://manouvellevie.groupama.fr/la-retraite-mode-demploi/pensi-...	83	
 Simulateur de pension de réversion – calcul du montant → Ma ... https://manouvellevie.groupama.fr/ma-simulation-de-pension-de-r-...	79	
 Ma Nouvelle Vie Le Podcast – Retraite → Femme au foyer et... https://manouvellevie.groupama.fr/la-retraite-mode-demploi/retrait-...	78	

Qonto

BANQUE & ASSURANCE

Compter comme la solution leader européenne



“Nous sommes actuellement présents sur 4 marchés (France, Allemagne, Espagne et Italie) et 5 langues. Dans une stratégie d’internationalisation, le challenge est de savoir ce qui est répliquable ou ce qui doit être localisé. D’un point de vue SEO, cela intègre toute la partie identification des bons mots-clés à cibler et production des bons contenus à créer. ”



Karim Elmlih
Lead SEO



Véritable success story de la Fintech, Qonto est devenue la 3e licorne française en seulement 6 ans. Elle s’impose comme la néo banque de référence en Europe pour simplifier le quotidien financier et comptable des PME et indépendants. L’entreprise compte aujourd’hui plus de 600 collaborateurs et se développe en France, Allemagne, Espagne et Italie.



LE CHALLENGE

L’ambition à long terme de Qonto est de devenir la solution de gestion financière d’un million de PME et d’indépendants en Europe. Pour atteindre cet objectif, un des enjeux majeurs est de savoir comment déployer sa stratégie de SEO à l’international. Quels sont les besoins de chacune de leurs audiences ? Quels mots-clés cibler ? Quelles sont les attentes niveau contenu derrière chaque requête ? Comment organiser toute la production ? Et enfin, comment garantir la performance SEO de chaque contenu publié ? Pour y répondre, l’équipe SEO collabore étroitement avec les équipes marketing locales pour connaître les problématiques spécifiques de ses différents marchés. Qonto s’appuie également sur Semji pour alimenter leur réflexion stratégique et gagner en efficacité opérationnelle.



LES OBJECTIFS

- Occuper le terrain à l’international.
- Augmenter son trafic et ses conversions sur ses 4 marchés (France, Espagne, Allemagne et Italie).
- Industrialiser une organisation de production efficace entre ses différentes équipes.
- Faire monter en compétence SEO les différentes équipes marketing locales.

LES ACTIONS MENÉES



Travail de priorisation des contenus par marché

(selon les habitudes de conso FINTECH pour chaque marché, mots-clés transactionnels stratégiques, concurrents, etc.)



Construction d'un planning éditorial pour chaque marché



Optimisation et création de 1000 contenus



Transcréation de textes (traduction et optimisation des contenus en langue étrangère).



Mise à niveau du CMS (Prismic)



Formation rédaction SEO



Netlinking

LES BONNES PRATIQUES DE KARIM ELMLIH

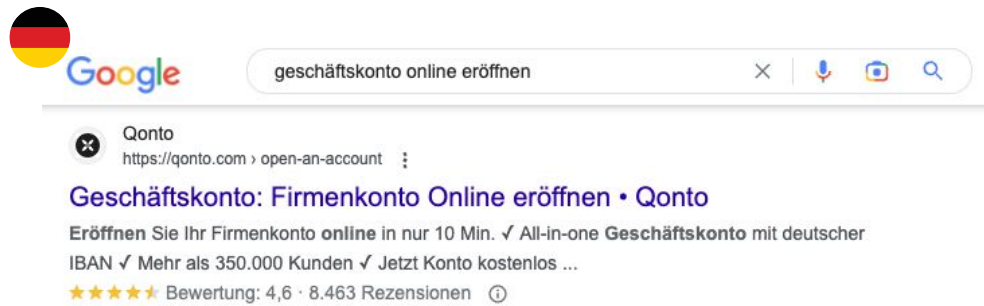
- Identifier les business keywords pour chaque marché et privilégier l'adaptation à la traduction.
- Segmenter sa stratégie de contenu en fonction du marché visé. Les préoccupations ne sont pas toujours les mêmes d'un marché à l'autre.
- Benchmarker ses concurrents. Cette étape est précieuse lors des phases de lancement. L'identification des deux points précédents se fait principalement par l'analyse de la SERP et des concurrents.



Karim Elmlih
Lead SEO

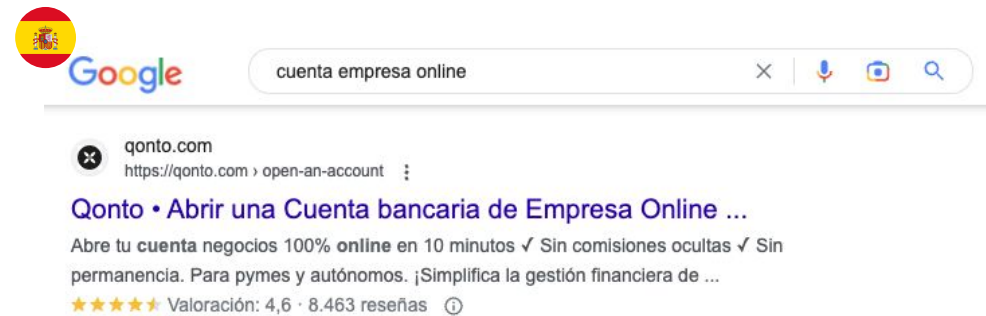
104% DE CROISSANCE SEO EN À PEINE 1 AN ET + DE 1000 CONTENUS PRODUITS

En à peine 1 an, la croissance des conversions venant du trafic SEO a doublé. Ces résultats positifs poussent Qonto à élargir son équipe SEO et Content. En se concentrant sur l'optimisation de contenus Business et avec l'aide de Semji, l'équipe de Qonto a travaillé sur plus de 1000 contenus identifiés comme prioritaires.



DES TOP POSITIONS SUR LES MOTS-CLÉS BUSINESS SUR LES 4 MARCHÉS

Sur chacun des 4 marchés cibles, les équipes de Qonto ont identifié les mots-clés business prioritaires et les adaptations nécessaires. Ainsi, en élaborant des stratégies de contenus SEO distinctes pour ses contenus, Qonto a pu rapidement atteindre des top positions sur les mots-clés relatifs aux comptes professionnels comme "compte pro en ligne", "carte business", "geschäftskonto online eröffnen", "cuenta empresa online", "conto aziendale online".



Valoriser une expertise précise et rigoureuse au travers de ses contenus



[L-Expert-Comptable.com](https://www.l-expert-comptable.com) est le premier cabinet comptable 100% en ligne qui offre des services allant de la création d'entreprise à la comptabilité quotidienne. L-Expert-Comptable.com propose en outre un accompagnement adapté à tous les entrepreneurs qui souhaitent simplifier leur quotidien.



LE CHALLENGE

Afin de répondre aux besoins de son audience, le site L-Expert-Comptable.com a besoin de proposer des contenus sur de nombreux thèmes comme la création d'entreprise, la comptabilité, le droit du travail ou encore la fiscalité des particuliers. L'équipe de L-Expert-Comptable.com compte plusieurs dizaines de rédacteurs internes et externes experts dans leur domaine. La qualité des articles publiés est en effet cruciale pour la crédibilité de l'entreprise, mais aussi son référencement sur Google. L-Expert-Comptable.com a fait appel à Semji pour centraliser et fluidifier la production, mieux répondre aux critères EEAT de Google et ainsi améliorer son positionnement sur les pages de résultats.








LES OBJECTIFS

- Simplifier la gestion du planning éditorial.
- Faciliter la création de contenus pour des rédacteurs peu formés au SEO.
- Accroître le trafic SEO du site.
- Suivre les résultats des articles rédigés.



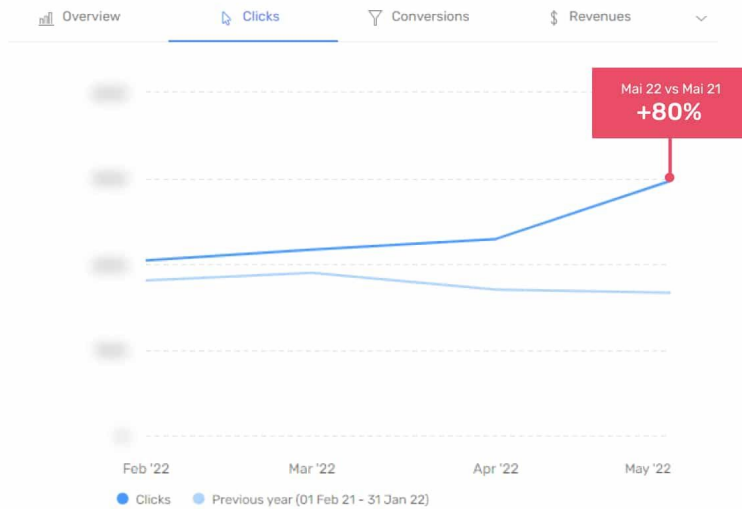
LES ACTIONS MENÉES

-  **Identification des sujets, questions et thématiques à aborder**
-  **Priorisation des optimisations des contenus à fort potentiel SEO**
-  **Production automatisée de briefs SEO**
-  **Création et optimisation de 515 contenus SEO**
-  **Suivi mensuel de la performance des contenus**



+80% DE TRAFIC SEO SUR LES CONTENUS OPTIMISÉS

L'équipe de L-Expert-Comptable.com a commencé ses actions avec l'optimisation des contenus existants qu'il fallait adapter aux critères EEAT de Google. Elle s'est donc appuyée sur Semji pour retravailler ses articles et a observé une augmentation de plus de 80% du trafic SEO en l'espace de 12 mois.

**96% DES NOUVEAUX CONTENUS CAPTENT DU TRAFIC SEO**

Après l'optimisation des contenus présents sur le site, l'équipe de L-Expert-Comptable.com a choisi de se concentrer sur la production de nouveaux contenus. Elle a pu notamment constater l'intérêt de son audience sur les questions relatives à l'entrepreneuriat et à la gestion d'entreprise. Un choix qui s'est révélé payant. 96% des nouveaux contenus produits avec Semji captent du trafic SEO à l'instar de l'article [Calcul de la Valeur Actuelle Nette \(VAN\) : Définition, utilité...](#), qui attire chaque mois environ 6 000 visiteurs.

**Trafic mensuel sur l'article "Calcul de la Valeur Actuelle Nette (VAN) : Définition, utilité.."**

Conjuguer actualité et expertise



“Il faut faire la différence entre le moteur de recherche Google News et le classique. La durée de vie d’un contenu vis-à-vis d’un événement est d’environ 48h. On essaie donc de traiter l’actualité autrement en s’appuyant sur notre expertise. L’approche n’est pas seulement de traiter ré-activement les sujets, mais d’aller plus loin dans le partage d’informations avec des contenus froids. On va traiter le sujet en profondeur, apporter des réponses plus poussées aux internautes.”



Hamidou Diallo
Responsable SEO



Uni-Médias est un éditeur de presse et de sites web positionnés sur les thématiques de la famille, de la santé et de l’art de vivre. Avec 3 millions de lecteurs, il compte plusieurs magazines dont “Parents”, “Santé magazine”, “Détente jardin”. Chaque site et magazine possède sa propre équipe éditoriale, mais la stratégie SEO est pensée à l’échelle du groupe.



LE CHALLENGE

Les équipes d’Uni-Médias doivent être réactive à l’actualité tout en proposant une expertise poussée. Publiant des contenus liés à la famille, santé, économie, finances, Uni-Médias traitent de sujets dits “YMYL” (your money your life). Pour ces sites, Google impose qu’ils répondent à des critères EEAT (Expérience, Expertise, Autorité, Confiance). L’équipe d’Uni-Médias avait besoin de Semji pour rendre encore plus visible l’expertise de ses journalistes et renforcer l’autorité de ses sites auprès de Google.



LES OBJECTIFS

- Dépasser les sites d’informations concurrents et gagner des parts de trafic SEO notamment sur des contenus froids.
- Valoriser l’expertise des journalistes sur le web.
- Renforcer l’autorité et la fiabilité (critères EEAT) des contenus publiés.
- Sensibiliser les rédacteurs aux bonnes pratiques du SEO.

LES ACTIONS MENÉES



Audit concurrentiel



Identification des bons mots-clés à cibler et sujets à aborder



Priorisation des optimisations des contenus à fort potentiel SEO



Amélioration du maillage interne



Formation SEO des équipes (atelier, cocon sémantique, recherche de mots-clés, maillage interne...)



Suivi de la performance des contenus

LES BONNES PRATIQUES DE HAMIDOU DIALLO

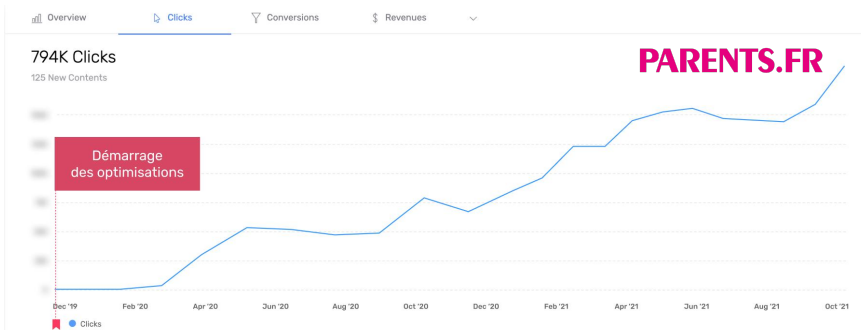
- Tester de nouveaux formats de contenus pour innover et se différencier.
- Signer les articles et mettre en avant les auteurs/experts pour répondre aux critères EEAT.
- Écrire toujours pour les internautes avant de penser au SEO.
- Essayer de traiter l'actualité autrement, notamment pour éviter l'obsolescence rapide des contenus.
- Faire de la veille sur les tendances et créer des contenus même s'il n'y a pas encore de volume de recherche.



Hamidou Diallo
Responsable SEO

+794K CLICS GRÂCE AUX CONTENUS CRÉÉS SUR PARENTS.FR

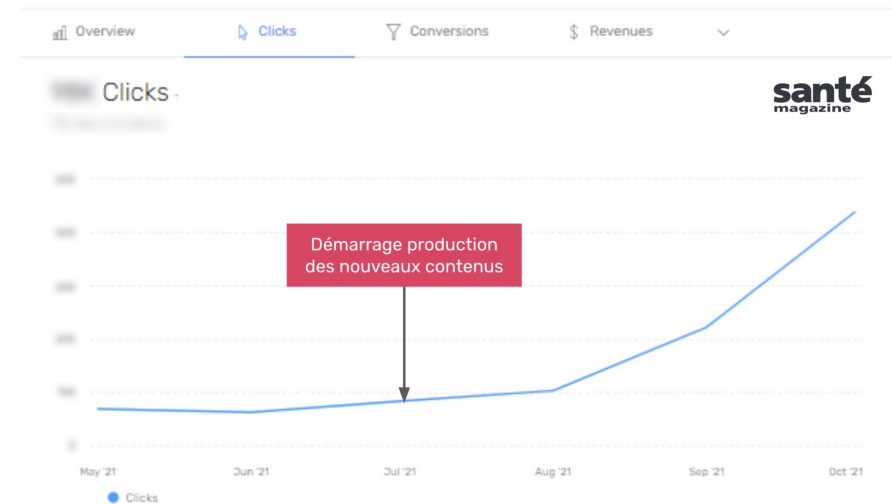
Après avoir identifié grâce à Semji les sujets à traiter en priorité, l'équipe éditoriale de parents.fr a produit 125 nouveaux contenus en l'espace de 12 mois. Ces derniers ont permis, à eux seuls, de capter plus de 794k clics en raison d'une approche plus ciblée et plus en phase avec les attentes des internautes.



Performances des contenus créés dans Semji
125 nouveaux contenus (données Google Analytics)

+98K CLICS GRÂCE AUX CONTENUS CRÉÉS SUR SANTEMAGAZINE.FR

Avec l'aide de Semji, les journalistes ont pu aborder de nouveaux sujets, créant ainsi 112 nouveaux contenus sur santemagazine.fr. En seulement 4 mois de production, ils réussissent à engendrer plus de 98k clics. Certains de ces nouveaux contenus se positionnent dans le TOP 3 comme l'article « À quoi sert un cataplasme ? ». Le rédacteur utilise Semji pour découvrir les sujets attendus par son audience (« cataplasme farine de lin », « cataplasme feuilles de chou », etc.) et use de son expertise pour créer la différence. Un effort gagnant puisque ce contenu a permis de capter plus de 7 000 visiteurs.



Performances des contenus créés dans Semji
112 nouveaux contenus (données Google Analytics)

Mettre le cap vers des contenus plus performants



“Pour l’acquisition de trafic, il était trop risqué de tout miser sur l’actualité car c’est une source très volatile et les audiences sont erratiques. L’intégration de sites partenaires en sous-domaine permet de se diversifier et d’acquérir du trafic plus stable. Cela a un intérêt éditorial car on a affaire à des experts, on étoffe l’offre de contenu tout en étant dans une logique de recirculation de l’audience.”



François Mouton
Responsable SEO



Le Groupe SIPA Ouest-France est aujourd’hui le 3e site d’actualité au classement ACPM. C’est aussi le 1er quotidien payant français grâce à un positionnement innovant sur le web.



LE CHALLENGE

Ouest-France avait une problématique de volatilité de son trafic propre au domaine de l’actualité et souhaitait également toucher un public non plus local mais national. Le Groupe a donc choisi d’intégrer des sites de partenaires en sous-domaine afin de diversifier son offre et de gagner un trafic SEO plus stable. Les sites partenaires (sport, bien-être, lifestyle, voyages, etc.) bénéficient de l’autorité du site de Ouest-France et envoient, en contrepartie, une partie de leur trafic vers le site d’actualité.




Ouest-France a intégré Semji pour former certains de ces sites partenaires aux bonnes pratiques SEO (J’aime Jardiner, MadInFoot, Vin et Champagne), les aider à mieux prioriser leurs efforts de production et augmenter leur part de trafic. L’IA intégrée à la plateforme représente aussi un gain de temps pour les rédacteurs.



LES OBJECTIFS

- Augmenter les opportunités de trafic SEO.
- Gagner en efficacité sur le temps de production.
- Mesurer les gains de trafic et de productivité.

LES ACTIONS MENÉES

-  **Optimisation de 180 contenus existants ou nouveaux**
-  **Mesure des gains de trafic et de productivité par les équipes SEO de Ouest-France**
-  **Recueil des feedbacks des équipes rédactionnelles**

LES BONNES PRATIQUES DE FRANÇOIS MOUTON

- Ne pas faire reposer sa stratégie de sous-domaine uniquement sur les contenus mais également sur le maillage et les liens entre thématiques similaires.
- Établir un vrai dialogue avec le partenaire pour maintenir une ligne éditoriale cohérente.



François Mouton
Responsable SEO



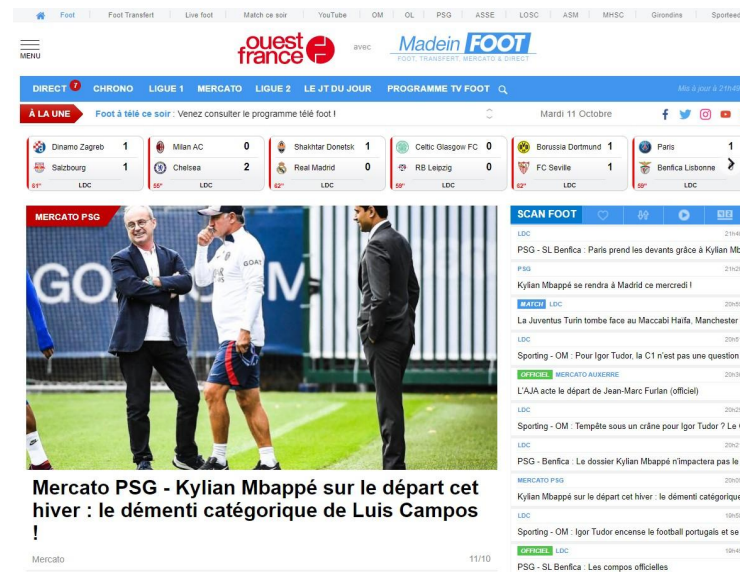
+25% DE TRAFIC SEO POUR LES CONTENUS PRODUITS OPTIMISÉS

180 contenus ont été optimisés et créés avec Semji en seulement quelques mois. Les premiers résultats en matière de trafic ont permis d'estimer un gain de trafic SEO d'environ 25% sur une année. Avec l'organisation en sous-domaines cette croissance du trafic bénéficie à l'ensemble des sites et des rubriques Ouest France.

Pages	Content Score	Tendance
 Épinards à la crème - une recette facile et rap... https://jaime-jardiner.ouest-france.fr/epinards-a-la-creme/	84	
 Quel réhausseur sans dossier choisir pour le s... https://www.ouest-france.fr/shopping/guide-achat/quel-re...	74	
 Calendrier / Résultats Ligue 1, journée : 7 - Sai... https://madeinfoot.ouest-france.fr/ligue-1/calendrier-resultats...	78	
 Laurier rose - nerium - planter, entretenir, bout... https://jaime-jardiner.ouest-france.fr/laurier-rose/	70	
 Calendrier lunaire du jardinage 2022 - La lun... https://jaime-jardiner.ouest-france.fr/calendrier-lunaire-jardin/	77	
 Jeux vidéo. Les Sims 4 : comment avoir des jum... https://www.ouest-france.fr/gaming/jeux-video-les-sims-4...	75	

+20% DE TEMPS GAGNÉ SUR LA PRODUCTION

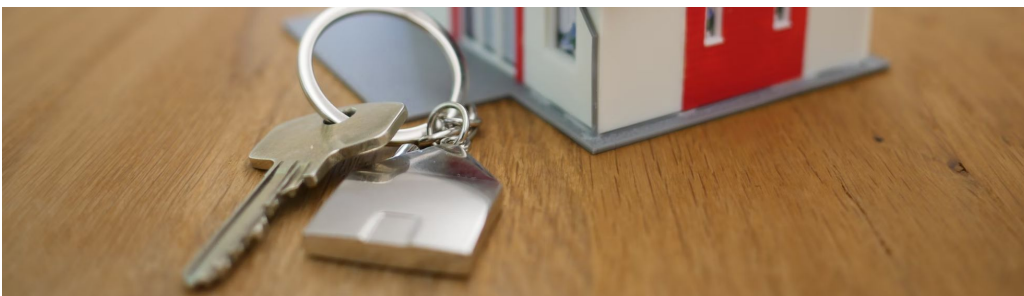
L'utilisation de Semji a permis aux rédacteurs de gagner en productivité. C'est au total 20% de temps gagné sur la réalisation des contenus grâce à l'automatisation de certaines tâches chronophages comme la création de briefs.



The screenshot shows the 'Match ce soir' section of the Ouest-France website. The main headline is 'Mercato PSG - Kylian Mbappé sur le départ cet hiver : le démenti catégorique de Luis Campos'. Below the headline, there is a list of related news items, including 'PSG - SL Benfica : Paris prend les devants grâce à Kylian Mbappé' and 'Kylian Mbappé se rendra à Madrid ce mercredi 11'. The page also displays a live score for the match between PSG and SL Benfica, with PSG leading 1-0.

Position 0 sur requête "match ce soir" (volume : 368 000)

Irriguer la SERP de contenus frais



“Chez Cambium Media, nous bénéficions déjà d’un trafic important mais nous avons besoin d’une stratégie pour pérenniser ces chiffres. Nous nous positionnons principalement sur des sujets pratiques et d’expertise sur lesquels notre audience attend des solutions. Pour les univers jardinage et bricolage, nous sommes également soumis à des questions de réglementation et de sécurité sur lesquels nous devons être vigilants afin de ne pas nous faire dépasser par la concurrence.”



Amandine Carayon
 Responsable des Contenus Digitaux



Groupe média leader dans l’univers du jardin et de la maison, Cambium Media édite plusieurs grandes marques de magazines tels que Rustica, Système D, Maison Brico ou encore C déco. Les sites du groupe génèrent environ 9 millions de visiteurs mensuels uniques.



LE CHALLENGE






Cambium Media possède toutes les caractéristiques d’une Content Factory avec des sites comprenant plus de 70 000 pages publiées. Un volume qui rend l’optimisation SEO complexe et chronophage. Le groupe a donc fait appel à Semji pour faciliter l’optimisation et prioriser les contenus à créer ou retravailler.



LES OBJECTIFS

- Accroître le trafic SEO des différents sites du Groupe.
- Fournir à ses lecteurs l’information la plus à jour et la plus pertinente possible.
- Suivre la performance et la rentabilité des contenus optimisés.
- Trouver le parfait équilibre entre optimisation SEO et expertise éditoriale.

LES ACTIONS MENÉES

-  **Audit concurrentiel**
-  **Priorisation des optimisations pour 195 pages**
-  **Identification des bons mots-clés et sujets à aborder**
-  **Conseils SEO et éditoriaux**
-  **Audit netlinking**

LES BONNES PRATIQUES DE AMANDINE CARAYON

















- Étudier son audience en profondeur : tranche d'âge, outils utilisés pour lire les contenus, centres d'intérêts, problématiques, etc.
- Planifier une stratégie en fonction par persona.
- Cibler les contenus à fort potentiel SEO.
- Accompagner la formation des équipes SEO.
- Articuler les 3 piliers du SEO : technique, édito et netlinking.



Amandine Carayon
Responsable des Contenus Digitaux

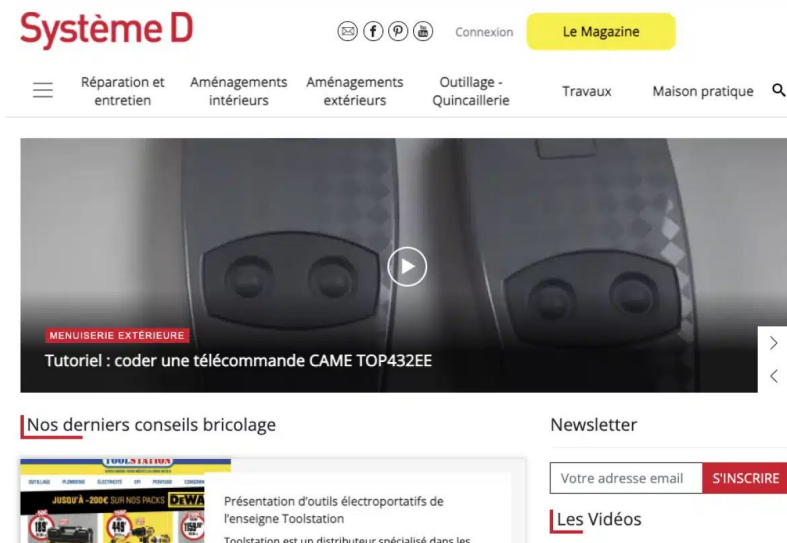
+535% DE TRAFIC SEO MENSUELS POUR RUSTICA.FR

Afin de pérenniser son trafic, l'équipe du site rustica.fr a entrepris d'optimiser 140 contenus existants sur le site. Rapidement, ces derniers ont enregistré une progression de plus de 535% de trafic SEO et plus de 204k visiteurs mensuels issus du référencement naturel. En moyenne, l'équipe a également constaté un gain de pages consultées par session de plus de 77%.

Online Contents	Content Score	Trend
 Comment bien cultiver la glycine : taille, plant... https://www.rustica.fr/arbres-et-arbustes/comm...	80	
 Fiche de culture: entretenir les bégonias à fle... https://www.rustica.fr/plantes-vertes/begonias-...	83	
 Comment bouturer une lavande : conseils et ... https://www.rustica.fr/arbres-et-arbustes/boutu...	87	
 Comment cultiver le dahlia : variétés, taille, fl... https://www.rustica.fr/fleurs/dahlia-dahlia.4157.h...	97	
 Un champignon de saison : le pied-de-mouton https://www.rustica.fr/biodiversite/pied-mouton...	72	
 Un champignon de saison : la coulemelle ou l... https://www.rustica.fr/biodiversite/coulemelle-m...	76	
 Quand tailler les framboisier pour l'hiver ? https://www.rustica.fr/fruits-et-verger/tailler-fra...	75	
 Un champignon de saison : le cèpe de Bordea... https://www.rustica.fr/biodiversite/cepe-bordea...	63	

+280% DE TRAFIC SEO SUR LES CONTENUS OPTIMISÉS POUR SYSTEMD.FR

L'équipe éditoriale de Systemd.fr a réalisé les mêmes actions d'optimisation de contenu sur son site et a également pu constater d'importantes progressions. L'optimisation de seulement 55 contenus a ainsi permis d'attirer plus de 55k visiteurs SEO chaque mois. L'équipe de Systemd.fr a ainsi observé un gain de pages vues par session de 93%. Les contenus optimisés avec Semji permettent, à eux seuls, d'augmenter le trafic sur le site de plus de 280%.



The screenshot shows the homepage of System D, a website for home improvement and DIY. The header includes the logo 'Système D' and navigation links for 'Réparation et entretien', 'Aménagements intérieurs', 'Aménagements extérieurs', 'Outillage - Quincaillerie', 'Travaux', and 'Maison pratique'. A 'Le Magazine' button is also visible. Below the header is a large video player with a play button and a title 'Tutoriel : coder une télécommande CAME TOP432EE'. To the right of the video is a 'Newsletter' sign-up form with a 'S'INSCRIRE' button. Below the video is a section for 'Nos derniers conseils bricolage' featuring a banner for 'LUNEXTEREUS' and 'JUSQU'A -200€ SUR NOS PACKS D'OUTILS' with a 'D'ETWA' logo. The text below the banner reads 'Présentation d'outils électroportatifs de l'enseigne Toolstation' and 'Toolstation est un distributeur spécialisé dans les'.

Valoriser son expertise aux yeux des particuliers



“La rédaction assistée par l’IA est une révolution qui bouleverse le secteur et qui engendre des changements radicaux au niveau SEO. La question est de savoir comment s’adapter à cette nouvelle façon de rechercher l’information pour rédiger les contenus. Actuellement l’IA nous aide à trouver des idées, à définir des angles sur certains de nos sujets. C’est au final un gain de temps, car la rédaction se concentre davantage sur la mise en valeur de notre expertise.”



Michel Lechenault
Directeur éditorial web



PAP.fr est le premier site immobilier français à proposer des annonces de location et de vente immobilières entre particuliers. L’une de leur volonté est de permettre aux particuliers de gérer en toute autonomie leurs transactions immobilières et d’apporter toutes les informations nécessaires pour mener à terme leur projet. L’entreprise propose des services dédiés comme le conseil à la location ou à la vente.



LE CHALLENGE

PAP souhaite renforcer leur compétitivité et regagner des parts de marché SEO en pratiquant une meilleure optimisation de leurs contenus. Les équipes décident de s’équiper de Semji et de bénéficier de l’IA pour augmenter leur force de frappe et accélérer la production.









LES OBJECTIFS

- Faire monter les journalistes en compétences SEO.
- Bénéficier des technologies de l’IA pour gagner en productivité sans perdre en qualité de contenu.
- Multiplier les gains SEO.
- Mesurer la performance.



LES ACTIONS MENÉES

-  **Identification des contenus à fort potentiel SEO**
-  **Automatisation de 167 briefs SEO**
-  **Priorisation des optimisations pour 132 contenus**
-  **Identification de nouveaux mots-clés à cibler**
-  **Création de 35 nouveaux contenus**
-  **Suivi de la performance des contenus**

LES BONNES PRATIQUES DE MICHEL LECHENAULT

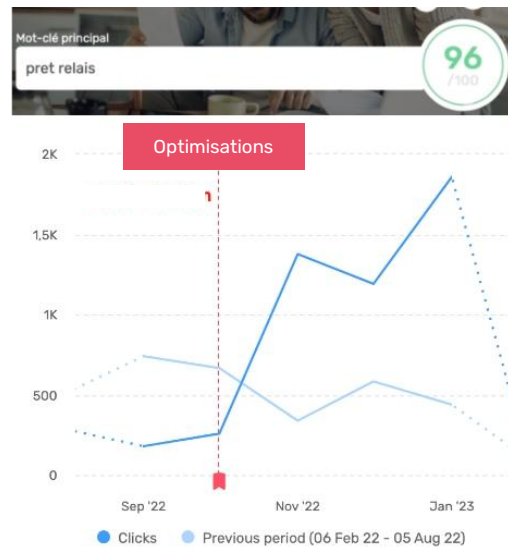
- Considérer l'IA comme une aide pour construire la base de son contenu et pour aller plus vite dans la production.
- Pour se démarquer, prioriser les sujets sur lesquels les rédacteurs peuvent apporter une vraie expertise par rapport aux IA et à la concurrence : reportages, témoignages, interview, etc.
- Rassurer les rédacteurs sur leur valeur ajoutée par rapport à l'IA.



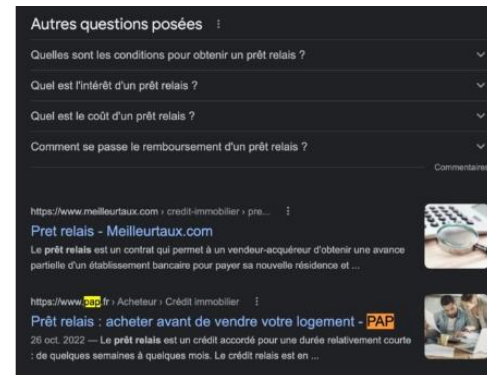
Michel Lechenault
Directeur éditorial web

+55% DE TRAFIC SEO EN 4 MOIS

Après la perte de trafic liée à l'augmentation de la concurrence et à la faible optimisation des contenus, PAP a réussi en quelques mois à renverser la tendance. En 4 mois seulement et avec l'aide de Semji, l'entreprise a ainsi gagné plus de 55% de trafic SEO.

**DES GAINS DE POSITIONS RAPIDES**

Grâce à des actions d'optimisation ciblées sur plusieurs pages stratégiques, les équipes de rédaction de PAP ont réussi à améliorer le positionnement de ces dernières. Plusieurs pages du site sont rapidement remontées dans les résultats de recherche. C'est le cas, par exemple, de la page portant sur le prêt relais qui est passée de la 6e à la 3e place sur Google en l'espace de 4 mois.

**Oct 2022-Jan 2023**

- +55% de trafic SEO
- Position 6 à position 3

Optimisation d'un texte existant sur la requête "Prêt relais"

<https://www.pap.fr/acheteur/credit-immobilier/le-pret-relais/a3310>



Conclusion

Quel que soit le challenge exposé par ces entreprises, des facteurs communs se retrouvent dans toutes les stratégies utilisées :

- La remise à plat des pratiques SEO et éditoriales ;
- L'optimisation parfaite des contenus pour mieux répondre aux attentes de leurs audience et de Google ;
- Une meilleure priorisation des contenus à retravailler ou à créer ;
- L'amélioration de la productivité via l'automatisation de certaines tâches ;
- La montée en compétences des équipes éditoriales aux enjeux du SEO ;
- Un travail régulier et soutenu sur les contenus ;
- Un suivi précis de leur performance.

Autre facteur important qui influe sur la rentabilité de leur stratégie : l'intégration de l'IA dans leurs process quotidiens. Les marques sont aujourd'hui dans un tournant décisif et leur développement d'acquisition digitale en dépend. Faire l'impasse sur l'IA, c'est risquer de compromettre sa compétitivité.

D'où la nécessité d'embarquer votre direction sur ces choix stratégiques, de former les équipes à l'IA et d'être bien équipé pour monter en compétences sur ce levier. Tous nos clients chez Semji l'ont fait, pourquoi pas vous ?



CONVERSIONS
+167 conversions





À propos de Semji

Semji est une plateforme SaaS spécialement conçue pour maximiser le ROI de vos contenus SEO.

Notre solution vous aide à créer des contenus plus performants en moins de temps.

Quel que soit le marché ciblé, Semji vous permet de :

- Multiplier le trafic de vos contenus,
- Augmenter votre chiffre d'affaires,
- Booster la productivité de vos équipes,
- Mesurer la performance de vos investissements en contenu.

[Demandez une démo](#)



Optimisations SEO

Garantissez la publication d'un contenu aux gains SEO Optimum grâce aux recommandations de la plateforme.

Score de priorisation

Découvrez en quelques secondes les contenus à optimiser en priorité.

Idées de contenus

Identifiez rapidement de nouvelles sources d'acquisition SEO.

AI Writing & Brief GPT-3

Produisez 6x plus rapidement en gagnant du temps sur la préparation et rédaction de vos contenus.

Reporting

Suivez en toute simplicité la rentabilité des contenus créés et optimisés.

Extension Chrome

Éliminez les tâches chronophages de production et gagnez jusqu'à 10h par mois.

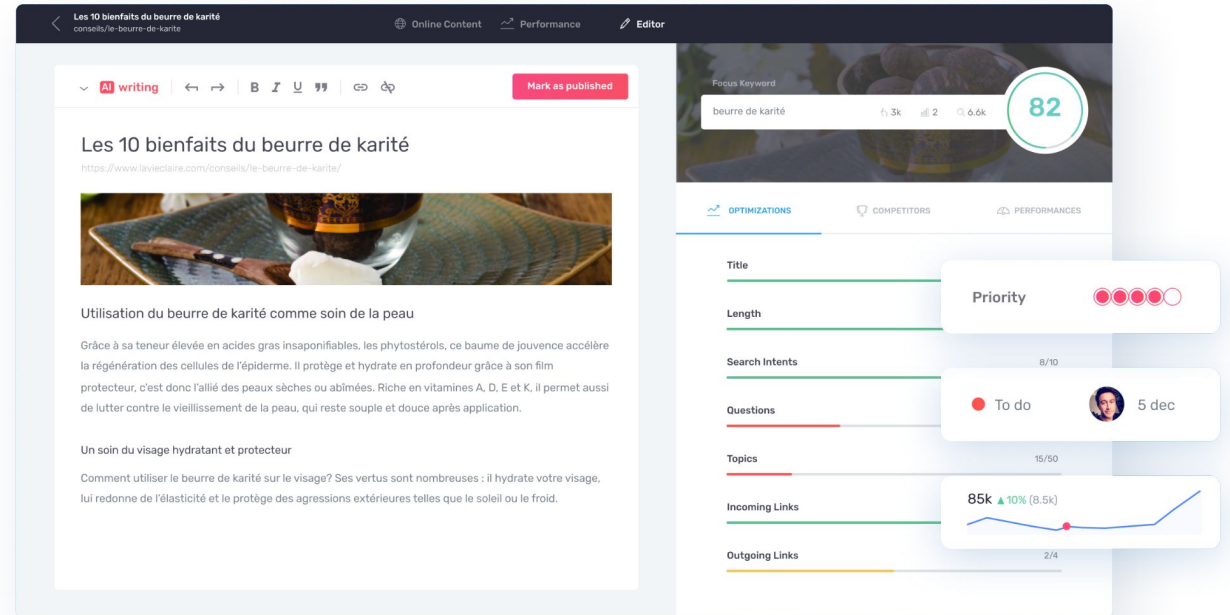


Accélérez dès maintenant la performance de vos contenus

Semji est la solution n°1 pour les PME et les grands comptes :

- **+53% de conversions**
- **+45% de chiffre d'affaires**
- **Temps de production divisé par 6**

Vous souhaitez en savoir plus sur Semji ?
Contactez-nous !





Maximisez le ROI de vos contenus

[Testez gratuitement](#)

[Demandez une démo](#)

Un retour à donner sur notre étude ?
Une question sur Semji ? Contactez-nous !