



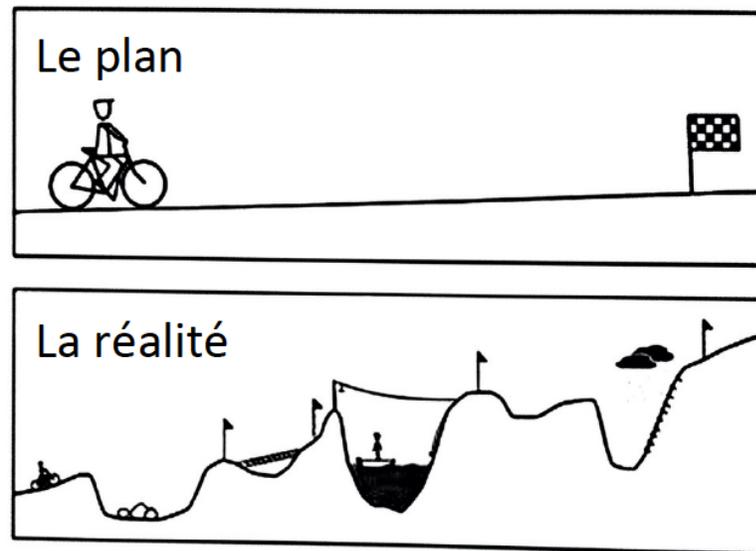
E-FORUM 2019

ÉDITION DE LA LOUVIÈRE

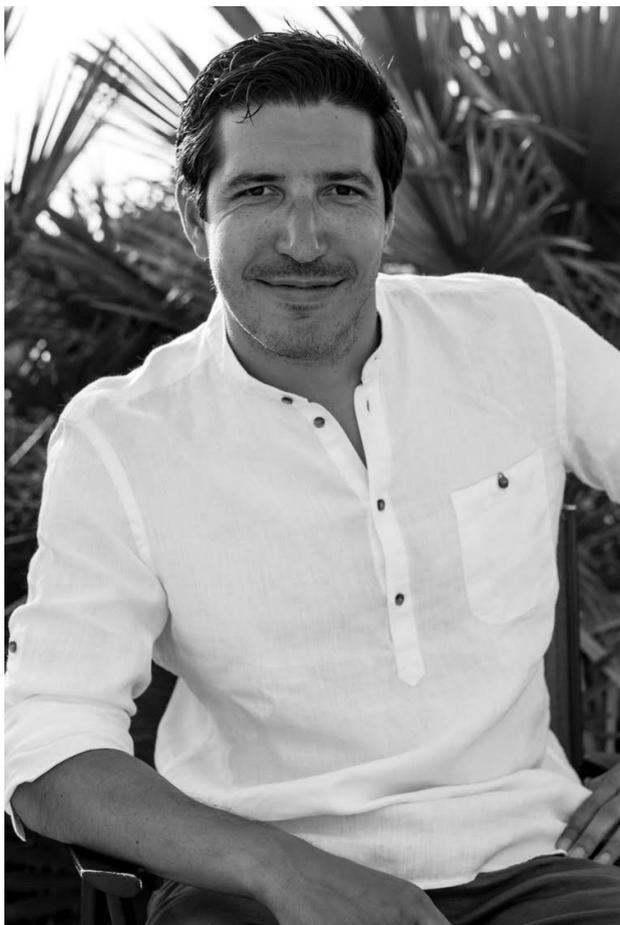
" AUGMENTER SES VENTES À L'INTERNATIONAL GRÂCE À L'E-COMMERCE "

"COMMENT ADAPTER SON E-MARKETING EN FONCTION DU PAYS DU CONSOMMATEUR ?"

La résilience : une motivation tout terrain



Qui suis-je ?



- ✓ 14 années d'expériences en SEO
- ✓ Intervenant universitaire à:
 - L'université Catholique de Lille
 - Les instituts d'administration des entreprises de Lille (IAE)
- ✓ Plus de 40 conférences en SEO
- ✓ CEO d'Open Linking
- ✓ Co-fondateur du réseau international Ranking Road

Le groupe

M A T I È R E
RESSOURCES CRÉATIVES & DIGITALES

1ère Position
TAKE THE LEAD

OPEN LINKING

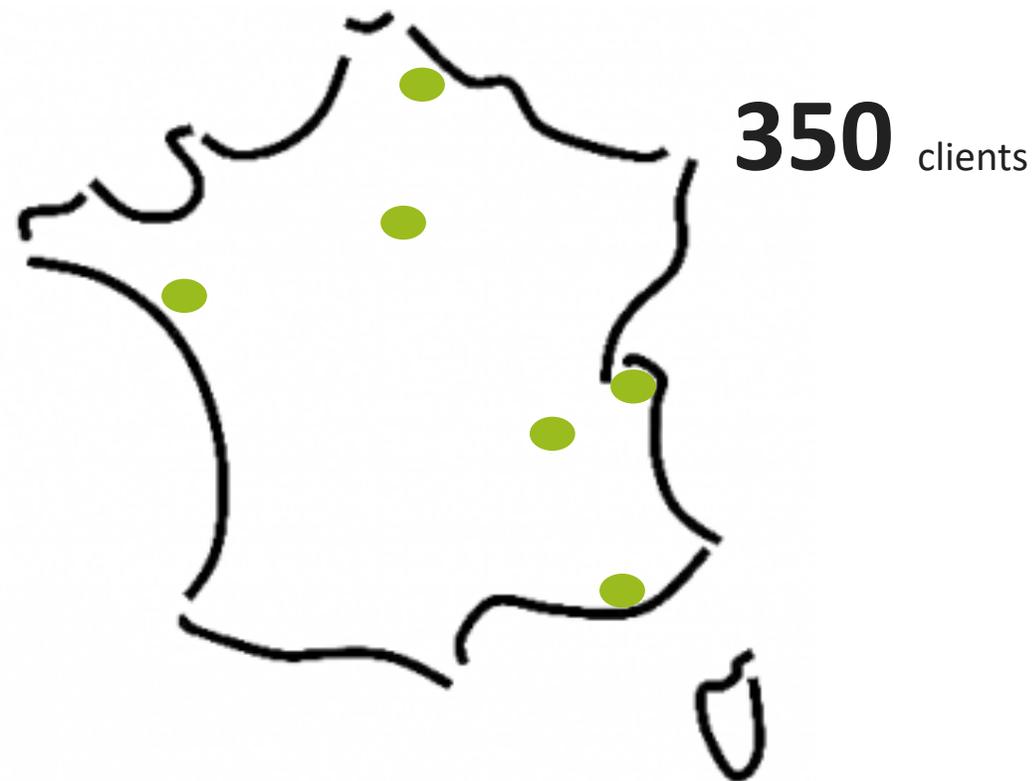
RR RankingRoad

optimiz.me

6 agences

LYON
LILLE
NANTES
MARSEILLE
ANNECY
PARIS

60 collaborateurs



I - Etude de cas

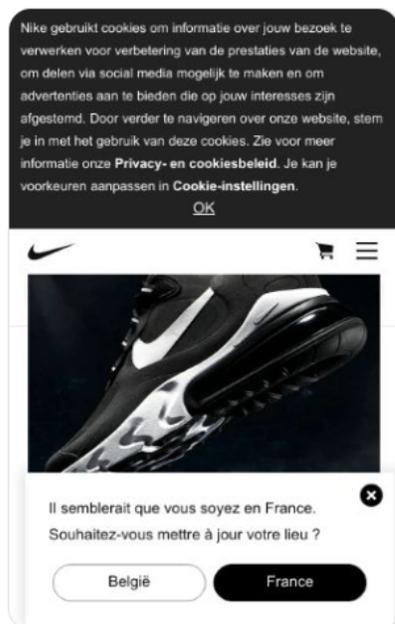
2 stratégies SEO international



Nike Vs Adidas: 2 stratégies différentes



Etude de cas : 2 stratégies SEO international



Single TLD approach : Nike.com

Nike.be * > nike.com/be/fr/ (ou NL)

Nike.de > nike.com/de/

Nike.es > nike.com/es/

...



Multiple TLD approach :

Adidas.be/fr (ou NL)

Adidas.de

Adidas.es

Adidas.co.uk

Etude de cas : Adidas

Comment Google
crawl adidas.com
sur un parcours FR ?



The screenshot shows a browser window with the address bar containing <https://www.adidas.com/>. Below the address bar, a status bar displays a 302 redirect to <https://www.adidas.fr/> with a response time of 76 ms (24%). To the right, there are icons for information (I) and favicon (F), and a section for LRT Power and PAGE metrics. Below the status bar, there are buttons for "Copy to Clipboard", "Export", "Save screenshot", and "Try LinkResearchTools".

Etude de cas : Adidas



site:adidas.com



Tous Images Actualités Shopping Maps Plus Paramètres Outils

Environ 589 000 résultats (0,29 secondes)

Publicité Google

Essayer avec Google Search Console

www.google.com/webmasters/

Êtes-vous le propriétaire de **adidas.com** ? Obtenez des informations détaillées sur l'indexation et le classement par Google.

adidas® Site Officiel France | Tenues de sport

<https://www.adidas.com> > ...

Chaussures adidas, tenues de sport et collections : Originals, Running, Football & Training sont sur le site officiel adidas. Retours gratuits pendant 30 jours!

adidas® Store Ufficiale Italia |Articoli sportivi

<https://www.adidas.com> > ...

Sito ufficiale di articoli sportivi adidas. Trova scarpe e abbigliamento adidas: Originals, Running, Football & Training. Reso gratuito per 30 giorni!

adidas® Official Website UK | Sportswear

<https://www.adidas.com> > ...

Sports shop for adidas shoes and sportswear: Originals, Running, Football & Training on the official adidas UK website. Return for free for 30 days!

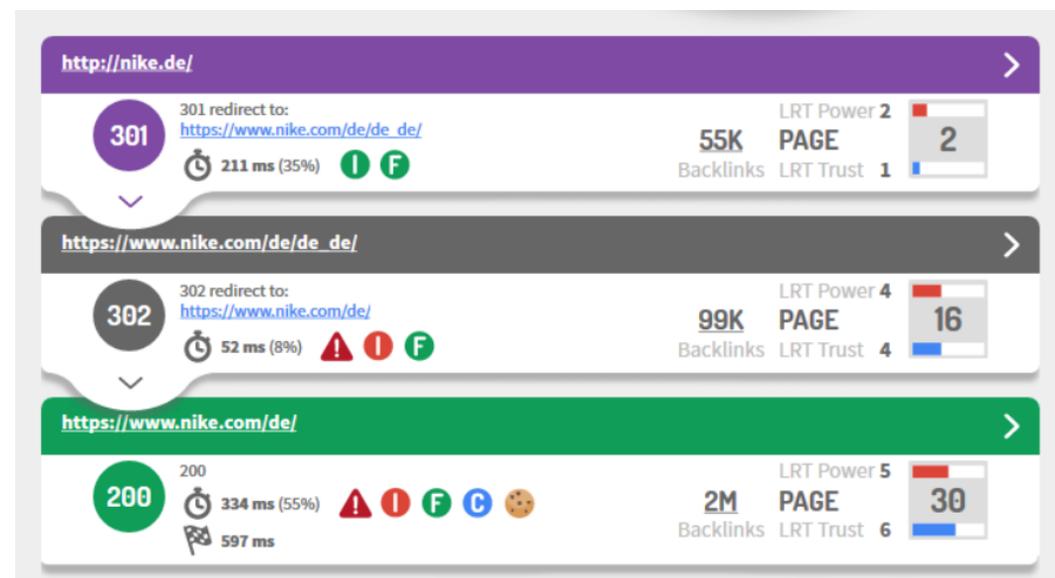


url: <https://www.adidas.com/fr/>

Etude de cas : Nike



Comment Google
crawl Nike.de sur
un parcours DE ?



Conclusion

Il faut se poser les bonnes questions !

II - SEO international

Comment ca marche ?

Pourquoi le SEO international est compliqué ?



Les consommateurs et les marchés sont différents



La langue est différente



Le E-commerce est différent



= Google est différent

SEO international: les problématiques

- Comment gérer une langue présente dans plusieurs pays
- Comment éviter la duplication de contenu
- Comment gérer un pays ayant plusieurs langues



Les questions techniques à se poser avant de se lancer:

Avez-vous:

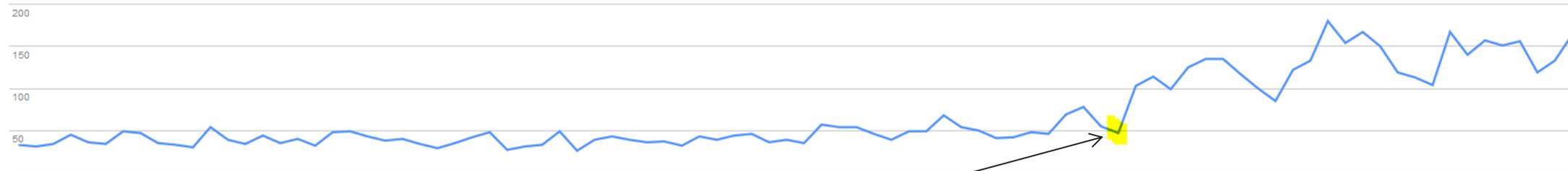
- Une bonne utilisation de l'attribut rel="alternate" hreflang= ?
- Une bonne gestion de vos urls Vs domaines (ccTLD / gTLD) ?
- Un contenu non dupliqué / pas de fuite au niveau de la gestion des langues ?
- Une bonne configuration des balises canonical ?
- Une bon ciblage dans la search console ?

Exemple d'une optimisation technique

Nombre total de clics

6 153

Clics



Mise en place de l'attribut langue sur le partie BE-FR
Résultat immédiat !

Tips SEO International

—

**Pour identifier des problèmes au niveau du
SEO international:**

—



site:https://www.jelmoli-shop.ch/fr/



Les questions marketing à se poser avant de se lancer.

Avez-vous:

- Une offre en affinité avec le marché / impact maillage interne
- Un ciblage de mots clés en phase avec les objectifs du marché
- Un bon positionnement / études concurrents locaux
- Un site traduit à 100% par un local et non par un cabinet de traduction
- Un numéro de téléphone adapté à votre zone cible (+44, +33, +31 ...)
- Ciblé le bon moteur en fonction du pays

Les questions de popularité à se poser avant de se lancer.

Avez-vous:

- Des liens du pays cible ?
- Une connaissance des moeurs et des coutumes sur la manière d'obtenir des liens:
 - Influenceur ?
 - Link ninja ?
 - Linkbaiting ?



**Et si vous ne pouvez pas
faire cela ...**

Une ré-orientation du e-commerce ?



Quelques chiffres sur Amazon

- En France, Amazon c'est **25% de part de marché du e-commerce**. Au Etats-unis, c'est **+48% du marché** qui est capté par Amazon
- Selon une étude MillwardBrown Digital, sur les 500 premiers marchands en ligne, les membres Amazon Prime affichent **un Tx de conversion de 74%** contre 13% pour les utilisateurs classiques
- Même pour les utilisateurs classiques, le taux de conversion est **22 fois supérieur** au taux habituel d'un magasin de commerce électronique

Est ce que vous êtes prêts à vous priver de 25% du e-commerce* en France ?

Source: ecommerce magazine: septembre 2019



A9: Est le nom de l'algorithme d'Amazon



Product Search

If you've done a search on Amazon, you've used the A9 Product Search engine.

Our work starts long before a customer types a query. We've been analyzing data, observing past traffic patterns, and indexing the text describing every product in our catalog before the customer has even decided to search. As soon as we see the first keystroke, we're ready with instant suggestions and a comprehensive set of search results.

We strive for continuous improvement of our ranking algorithms. We continuously evaluate them using human judgments, programmatic analysis, key business metrics and performance metrics.

books", we distinguish in their query the title: "Harry Potter" from the category information: "in books".

Customers rely on us to find the right product based on context, even if a query is misspelled: if someone searches for

Date	A9 com Inc patents (updated weekly) - BOOKMARK this page
06/29/17	NEW! Techniques for providing personalized behavior-based content
06/29/17	NEW! Preview search results
06/22/17	Scalable image matching
06/15/17	Advertisement relevance
06/01/17	Fast interest point extraction for augmented reality
04/27/17	Augmenting a live view
04/13/17	Method and system for matching an image using normalized feature vectors
04/13/17	Automated highlighting of identified text
03/16/17	Dynamic search partitioning
02/23/17	Sharing links in an augmented reality environment
02/16/17	Combined online and offline ranking
02/02/17	Techniques for search optimization
01/26/17	Decoding visual codes
01/26/17	Displaying representative images in a visual mapping system
12/29/16	Image match for featureless objects

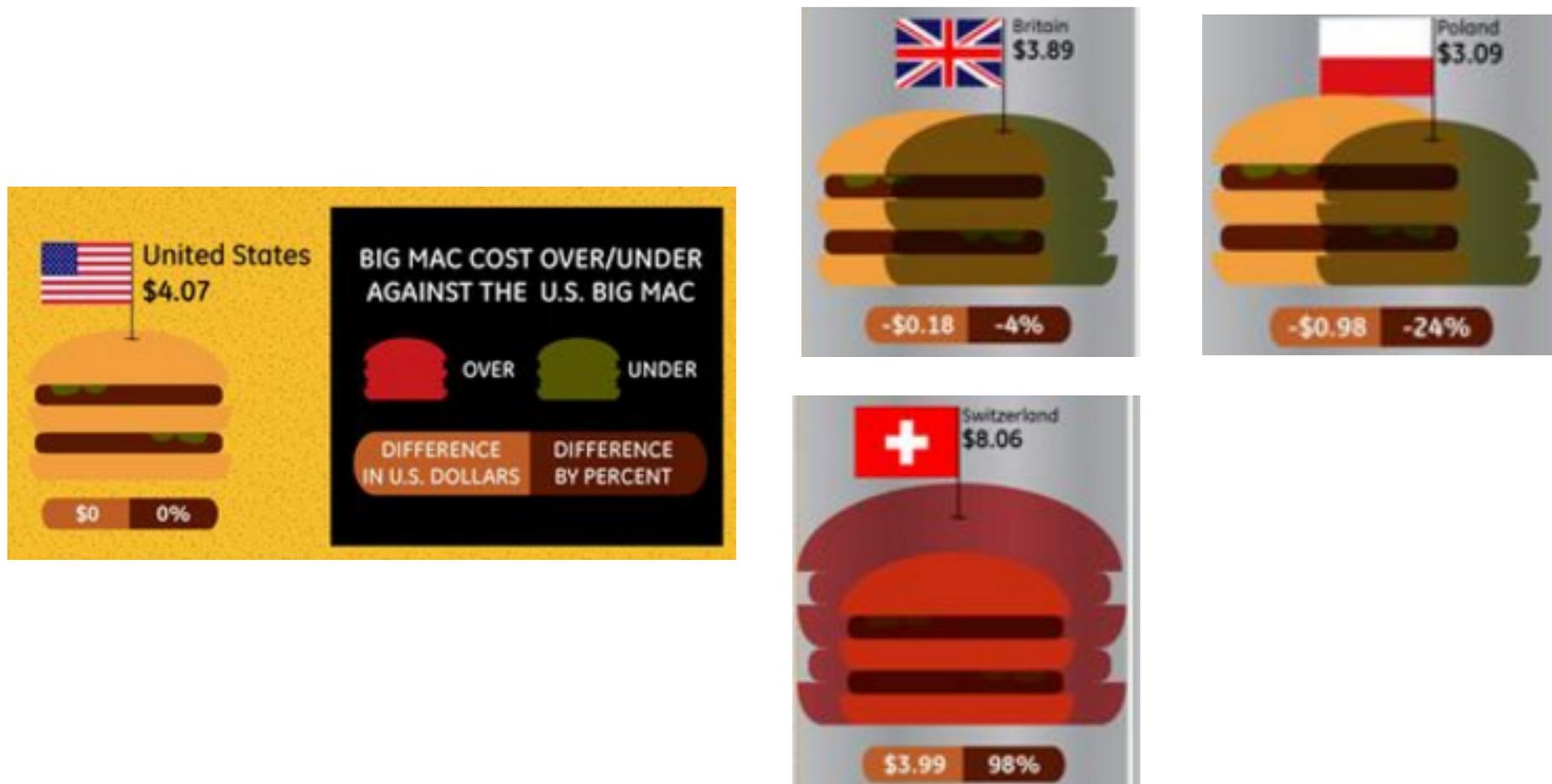
<https://www.a9.com/whatwedo/product-search/>



III – Développer le marketing

Evitez de tomber dans les pièges de l'international

Cette chaine adapte le goût et le ... prix



Marketing: vos problématiques

Lorsque vous travaillez à l'international ...



VOUS DEVEZ CONNAÎTRE LES US ET COUTUMES
des différents pays cibles pour être performant



VOUS PASSEZ BEAUCOUP DE TEMPS
à sélectionner puis à travailler avec des agences locales

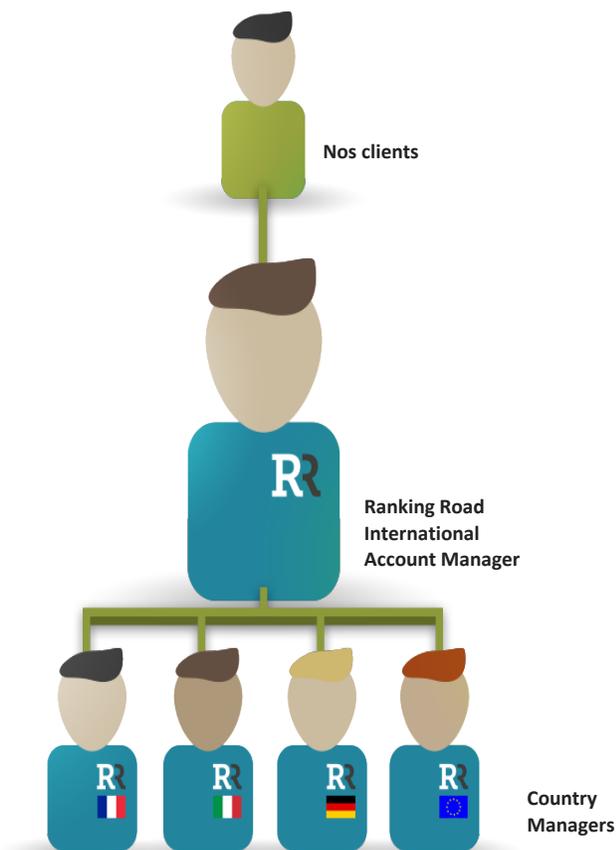


CHAQUE AGENCE LOCALE A SES PROPRES METHODES
qu'il est parfois complexe de comparer et de piloter

La stratégie éditoriale



Organisation conseillée



UN SEUL INTERLOCUTEUR POUR VOTRE STRATEGIE D'ACQUISITION EN EUROPE

Un / une INTERNATIONAL ACCOUNT MANAGER vous accompagne sur toute la durée du projet. Il est votre interlocuteur privilégié.

Il COORDONNE LES EQUIPES LOCALES et assure une mise en oeuvre efficace et performante du projet.

Il vous adresse des REPORTINGS REGULIERS sur les performances obtenues sur les différents marchés. Une seule grille de lecture : vous faire gagner en temps et en efficacité.

Sinon ?



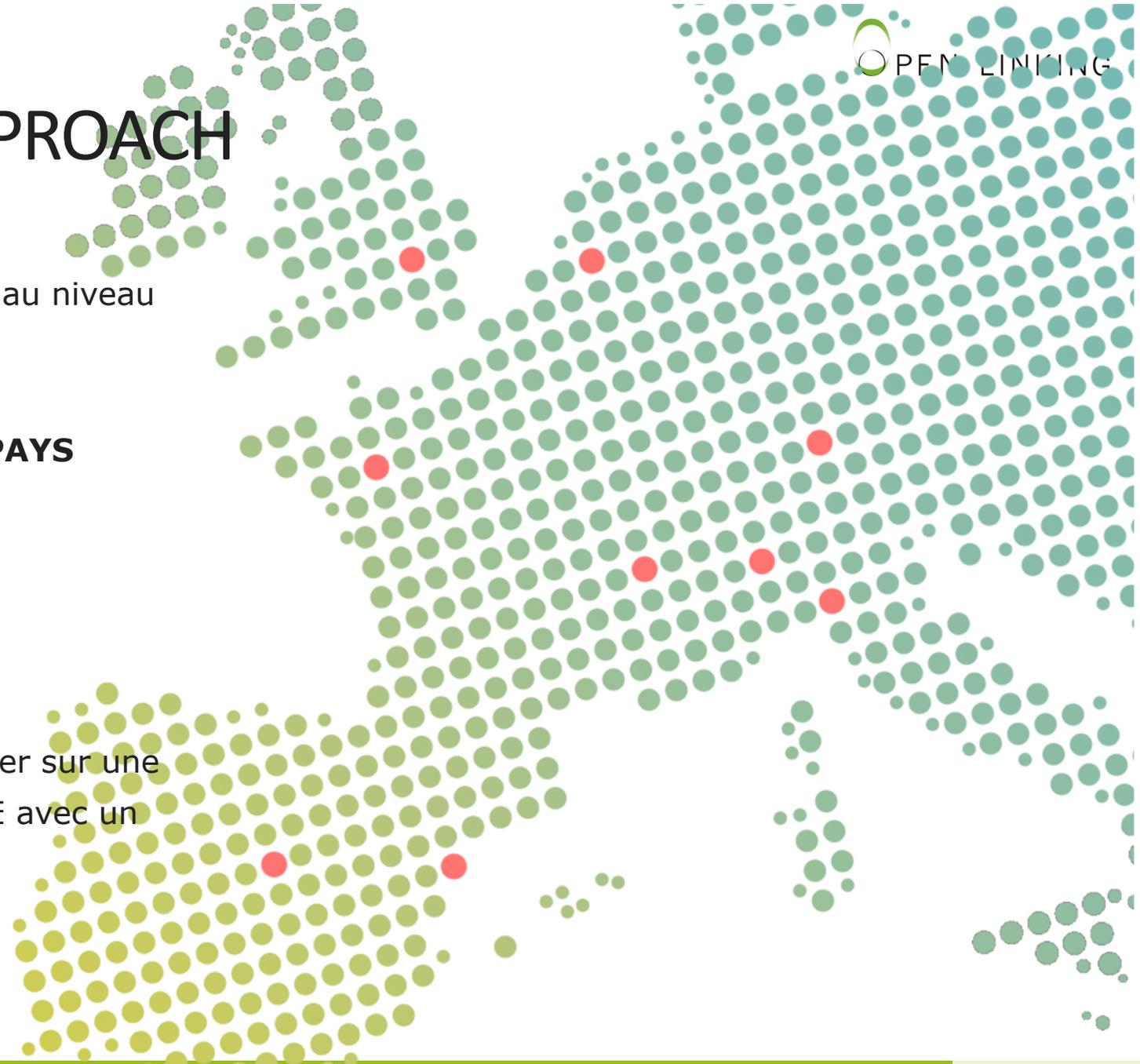
RANKING ROAD G-LOCAL APPROACH

NOUS PENSONS GLOBAL, et nous agissons au niveau **LOCAL**

Nous proposons des services sur plus de **10 PAYS EUROPÉENS**

Nous créons des **STRATÉGIES DIGIALES PERSONNALISÉES** pour chaque marché

Dans chaque pays, nos clients peuvent compter sur une **ÉQUIPE D'EXPERTS HAUTEMENT SPÉCIALISÉE** avec un **GESTIONNAIRE DE COMPTES UNIQUE**.





OPEN
LINKING