

WooCommerce : Optimiser le SEO

L'optimisation du référencement naturel (SEO) pour une boutique en ligne WooCommerce est essentielle pour améliorer la visibilité de votre site et attirer du trafic organique.

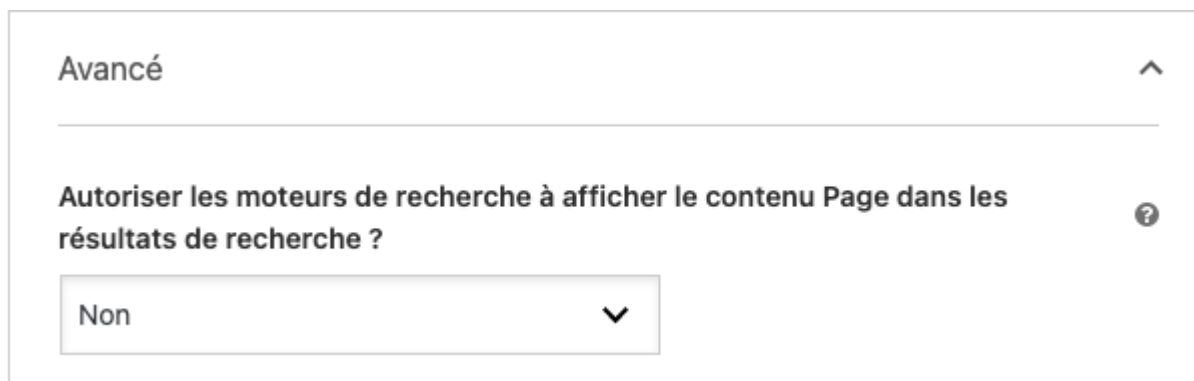
Optimisation technique : désindexation des pages inutiles

Les **robots d'indexation** de **Google** disposent d'un temps limité pour parcourir chaque site web (**budget de crawl**).

Retirez les pages inutiles, comme la page ... :

- **Panier**
- **Commander**
- **Mon Compte**

Depuis chaque page, dans les réglages de **Yoast SEO** :



Avancé ^

Autoriser les moteurs de recherche à afficher le contenu Page dans les résultats de recherche ? ?

Non v

Optimisation des images produits

Compression

Optimisez le poids de vos images produits : une boutique en ligne nécessite l'import d'un grand nombre de photos, ce qui peut pénaliser les temps de chargement de vos pages.

L'optimisation de vos images aide au référencement naturel en améliorant la vitesse de votre site WooCommerce !

Quelques extensions utiles : [Compress JPEG & PNG Images \(TinyPNG\)](#), [WP Smush IT](#), [Imagify](#), [Ewww Image Optimizer](#), ...

Compression sans compromettre la qualité.

Nom de fichier et attribut ALT

Pensez à bien renseigner vos noms de fichiers (ex. televiseur-4K-toshiba-170cm.jpg au lieu de DCIM100067.jpg).

Rajoutez les **attributs ALT** à vos images pour les recherches **Google Images**.

Info : l'**attribut ALT** est également utilisé pour l'accessibilité pour les mal voyants → lecture audio du texte affiché.

Optimisation rédactionnelle

Créez une description produit efficace : UNIQUE, concise, et qui définit la valeur du produit pour l'acheteur.

Pensez à y inclure vos mots-clés principaux en gras, des inter-titres H2 - H3, etc.

Assurez-vous que les titres et les descriptions de produits sont optimisés pour les moteurs de recherche.

Incluez les mots-clés pertinents dans les titres et les descriptions pour aider les moteurs de recherche à comprendre le contenu de la page.

Attention !! N'utilisez pas les descriptions produits fournies par votre fabricant, proposez un contenu original au risque d'être sanctionné par Google : duplication de contenu avec perte de classement de votre page dans le moteur de recherche.

Placez des mots-clés dans l'URL (slug) de votre fiche produit.

Utilisez des URL conviviales pour les moteurs de recherche en incluant des mots-clés pertinents dans l'URL de chaque page.

Content is KING (= le contenu est roi)

Détaillez vos fiches produits de la manière la plus précise possible !

Ex. pour un TV : taille d'écran, résolution / technologie (AMOLED, 4K, ...), marque, modèle, ports disponibles (HDMI, USB, etc), dimensions produit, FAQ, etc.

300 mots s'avèrent être le strict minimum !!

Linking

Utilisez une structure de lien interne logique pour aider les moteurs de recherche à comprendre la structure de votre site web.