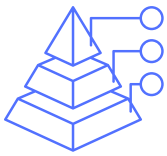
Check-list pour fiches produits SEO

Recherche et préparation

- [ ] Définir 1 mot-clé principal.
(Le mot que vos clients taperaient pour trouver votre produit).
- [ ] Lister 2 à 3 mots-clés secondaires.
(Des variantes ou expressions proches pour toucher plus large).
- [ ] Comprendre l'intention de recherche.
(Savoir si votre client veut s'informer ou acheter directement).



Balises et structure

- [ ] Insérer un titre H1 clair avec le mot-clé principal.
(Il doit annoncer clairement ce que la page propose).
- [ ] Rédiger une balise title engageante (≤ 60 caractères).
(C'est ce que vos clients lisent en premier sur Google).
- [ ] Créer une méta description concise et attrayante.
(Elle doit donner envie de cliquer en quelques mots).
- [ ] Construire une URL courte et descriptive.
(Une adresse simple, facile à comprendre pour Google et vos visiteurs).

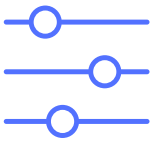
Contenu de la page produit

- [ ] Commencer par une introduction rapide et engageante.
(En quelques lignes, donnez envie d'en savoir plus).
- [ ] Proposer une fiche technique claire.
(Dimensions, matériaux, caractéristiques importantes).
- [ ] Intégrer un strorystelling autour du produit.
(Expliquez comment le produit aide ou s'utilise dans la vraie vie).
- [ ] Ajouter des avis clients et des témoignages.
(La preuve sociale rassure énormément vos futures acheteurs).

Check-list pour fiches produits SEO

Médias

- [ ] Utiliser au moins 3 photos compressées et qualitatives.
(Elles doivent être belles et rapides à charger).
- [ ] Remplir les balises alt pour toutes les images.
(Cela aide Google à comprendre vos visuels et améliore l'accessibilité).
- [ ] Ajouter une vidéo courte de démonstration si possible.
(Montrer le produit en action rassure et engage mieux).



Technique SEO

- [ ] Intégrer les données structurées (Product).
(Elles permettent d'afficher le prix, stock et avis dans Google).
- [ ] Activer le lazy-load sur les images hors écran.
(Pour accélérer le temps de chargement sans sacrifier la qualité).
- [ ] Vérifier que le poids total de la page reste sous 1 Mo.
(Une page trop lourde fait fuir vos visiteurs et pénalise votre SEO).

Conversion et expérience utilisateur

- [ ] Placer le bouton "Ajouter au panier" bien visible sans scroller.
(Faciliter la décision d'achat immédiatement).
- [ ] Afficher clairement les informations de livraison et de retour.
(La transparence renforce la confiance).
- [ ] Proposer des produits complémentaires (cross-selling).
(Pour augmenter le panier moyen naturellement).
- [ ] Mettre en place un maillage interne entre les pages.
(Relier vos produits entre eux booste votre SEO et garde l'acheteur plus longtemps).