

1. Définition des Objectifs et du Périmètre du Projet

- **Objectifs principaux :**
 - Améliorer la visibilité du site sur les moteurs de recherche.
 - Générer un trafic qualifié pour augmenter les demandes et ventes en ligne.
 - Positionner l'entreprise en tant qu'expert dans son domaine.
- **Indicateurs de Performance (KPI) :**
 - Nombre de visites organiques
 - Positionnement sur les mots-clés stratégiques
 - Taux de conversion (formulaires, appels, ventes)
 - Temps passé sur le site et taux de rebond
- **Périmètre du projet :**
 - Audit technique et sémantique du site existant
 - Optimisation on-page (balises, contenus, structure)
 - Stratégie de contenus (blog, articles, guides)
 - Mise en place d'une stratégie de netlinking
 - Suivi et reporting régulier des résultats

2. Planification et Phases du Projet

Phase 1 : Audit et Diagnostic (1 à 2 mois)

- **Audit technique et sémantique :**
 - Analyser la structure du site, la technique de performance, la qualité des contenus existants et l'usage des mots-clés.
- **Élaboration d'un plan d'action :**
 - définir les actions prioritaires à mettre en œuvre.

Phase 2 : Optimisations Techniques et Contenus (3 à 6 mois)

- **Optimisation sur la page :**
 - Correction des erreurs techniques, optimisation des balises, amélioration UX/UI.
- **Stratégie de contenu :**

- Création d'un calendrier éditorial mensuel avec publication d'articles, guides et autres contenus.
- **Stratégie de netlinking :**
 - Identification de partenaires et mise en place d'actions pour obtenir des backlinks de qualité.

Phase 3 : Suivi, Reporting et Ajustements (suite)

- **Suivi régulier :**
 - Mesurez les performances via des rapports mensuels et ajustez la stratégie en fonction des résultats.
- **Réunions d'équipe :**
 - Organisateur des réunions de suivi hebdomadaires pour échanger sur les avancées et les éventuels obstacles.
- **Adaptation de la stratégie :**
 - Ajuster le plan d'action en fonction des évolutions du marché, des mises à jour des algorithmes et des retours d'expérience.

3. Outils et méthodologies

- **Outils d'audit et d'analyse :**
 - Google Analytics, Google Search Console, SEMrush, Ahrefs, Screaming Frog.
- **Gestion de projet :**
 - Utilisation de plateformes collaboratives comme Trello, Asana ou Monday.com pour suivre les tâches et les échéances.
- **Suivi des performances :**
 - Tableaux de bord personnalisés pour surveiller l'évolution des KPIs (positionnement, trafic, conversions).
- **Méthodologie Agile :**
 - Approche itérative avec des sprints mensuels pour permettre des ajustements rapides et une flexibilité dans l'exécution des actions.

4. Communication et Reporting

- **Rapports mensuels détaillés :**

- Analyse des performances (trafic, positionnement des mots-clés, engagement, conversions).
- Bilan des actions mises en place et recommandations pour le mois suivant.
- **Points de suivi réguliers :**
 - Réunions d'équipe pour discuter des réussites, des difficultés et planifier les ajustements stratégiques.
- **Communication interne :**
 - Partage des rapports et feedbacks avec l'ensemble des parties prenantes (direction, équipes marketing et technique).