



Les 3 étapes pour

Augmenter les ventes de votre e-commerce

grâce au SEO !



Réussir mon e-commerce



Par Olivier Clémence

www.reussir-mon-ecommerce.fr

Bonjour, je suis Olivier CLEMENCE et cela fait plus de 14 ans que j'accompagne les e-commerçants dans le développement de leur entreprise.

*Et, j'ai pu constater que l'acquisition de nouveaux clients est **le problème N°1 des boutiques en ligne**.*

Contrairement à ce que l'on pense communément, ce problème ne vient pas d'un manque de compétence.

*En réalité, ce sont les **fausses croyances et l'absence de méthode** qui sont à l'origine de ce problème.*

*Dans ce guide, je vais vous dévoiler la stratégie que j'utilise pour attirer **un flot continu, prévisible et gratuit, de clients** grâce à Google.*

Voici ce que vous découvrirez au fil de votre lecture :

- ✓ *Comment j'ai découvert LE CONCEPT qui m'a permis de créer la méthode P² pour atteindre les premières places sur Google.*
- ✓ *Pourquoi le trafic est l'élément essentiel et vital d'une boutique en ligne.*
- ✓ *Pourquoi la bonne volonté des blogueurs vous induit en erreur.*
- ✓ *Quelles sont les 3 seules valeurs que vous devez améliorer pour avoir un e-commerce rentable et dans quel ordre vous devez les travailler.*
- ✓ *Pourquoi devez-vous vous méfier de la publicité.*
- ✓ *Pourquoi vous ne devez pas faire de technique en référencement naturel !*

IMPORTANT:

Le concept que j'ai découvert et dont je vais vous parler aujourd'hui respecte parfaitement les règles imposées par Google et il ne s'agit absolument pas de techniques interdites (communément appelées « black hat »).

*Vous pouvez l'utiliser **sans risque**, il fonctionnera maintenant et pendant des années, car il se base sur les fondements de Google, son ADN !*

*C'est **un procédé universel** utilisé par Google et par tous ceux qui ont du succès sur internet ou ailleurs !*

Ça vous intéresse ?

Alors c'est parti !

SOMMAIRE



01 / *Découverte du concept universel !*

5

02 / *Le brouillard numérique nous voile la vue !*

11

03 / *Le trafic c'est la vie !*

13

04 / *Méfiez vous de la publicité !*

15

05 / *Oubliez la technique en référencement naturel !*

18

06 / *Pourquoi Google utilise-t-il ce concept ?*

21

07 / *Voulez vous allez plus loin et plus vite ?*

23

01

Découverte du concept universel !



Il m'aura fallu beaucoup de temps avant de trouver la solution pour créer un flux constant et prévisible de clients qui visitent mes sites.

Pour comprendre le concept clé que j'enseigne aujourd'hui j'ai fait un grand nombre d'erreurs.

Et il est important que je vous explique comment je l'ai découvert.

En 2006 lorsque j'ai créé mon site, j'ai cru que j'avais réalisé le plus gros du travail.

Mais j'avais tort !

*J'ai vite compris que la création du site n'était qu'une petite colline à gravir et qu'il fallait ensuite escalader ce que je croyais être une énorme montagne, celle de **l'acquisition de clients**.*

J'ai passé un nombre d'heures incalculables à faire des recherches et à tester toutes sortes de choses pour arriver en tête sur Google.

Et même si les conseils que je lisais me semblaient bons, je trouvais très difficile de savoir ce qui allait marcher, ou pas, pour moi.

*Au final, **j'avais peu de résultats et j'étais frustré** de ne pas comprendre pourquoi certains sites étaient mieux positionnés que le mien.*

*Franchement, **il y avait de quoi se décourager** et je dois avouer que **ma fierté en avait pris un coup**, mais c'est justement ce qui m'a poussé à persister.*

J'ai donc continué à tester toutes sortes d'astuces et j'ai commencé à avoir des résultats et même de très bons résultats.

J'avais notamment réussi à placer mon site en 3e position sur le mot-clé « Agence web ». (À cette époque, je proposais aux e-commerçants de m'occuper de la création de leur boutique en ligne.)

Sans le savoir, j'avais mis en place des éléments de la solution que je vais vous dévoiler juste après et c'est pour ça que j'ai fini par obtenir des résultats.

*Mais comme vous allez le voir, je continuais aussi à faire des erreurs et **ça m'a été fatal**.*

En attendant, grâce au trafic que Google m'apportait, les prospects arrivaient en masse et j'avais plus de demandes que je ne pouvais en traiter.

J'ai donc décidé d'**embaucher deux personnes** à temps plein : un graphiste et un développeur.

Et là ! Alors que je commençais enfin à entrevoir le sommet de cette satanée montagne, **Google décide de bannir mon site !**

C'est la chute vertigineuse sans aucune corde pour me retenir !



En une nuit j'ai perdu 80 % de mon trafic et les demandes de devis qui allaient avec.



Par chance, je n'avais encore rien signé et j'ai pu annuler ces deux embauches (désolé pour eux et pour moi :()).

Si Google avait décidé de bannir mon site quelques semaines plus tard mon business n'aurait eu **aucune chance de survivre**.

Pendant un certain temps, j'ai complètement laissé tomber le référencement en pensant que dans mon domaine il était trop difficile pour une petite entreprise d'être bien positionnée sur Google.

Il fallait que je trouve une autre solution, et surtout cette fois **une solution qui ne risque pas de s'effondrer** du jour au lendemain.

J'ai commencé à étudier ceux qui étaient capables d'avoir du succès sur la durée, quel que soit le domaine : Steven Spielberg, Steve Jobs, Tony Robbins, etc..

J'ai notamment lu deux fois "Total recall", la biographie d'Arnold Schwarzenegger.

Personnellement, quelqu'un capable de devenir à plusieurs reprises Mister Olympia, Mister Univers, une star du box-office et être élu 2 fois de suite comme gouverneur de Californie, moi ça m'intrigue.

Et c'est lors de ma deuxième lecture de son livre que j'ai compris !

Si Arnold et tous les autres que j'ai étudiés ont réussi, c'est parce qu'ils sont à la fois **Populaires et Pertinents** et si vous n'avez que l'un de ces deux éléments vous n'aurez jamais le succès auquel vous prétendez.

Pour que vous compreniez bien l'importance de la pertinence et de la popularité, je vais reprendre l'exemple d'Arnold.

S'il a pu prétendre au poste de gouverneur, c'est parce qu'il était déjà connu et apprécié du grand public (donc populaire :)).

Mais pour être élu, ça n'est pas suffisant et encore moins à 2 reprises.

(Sinon Mr Bean serait depuis longtemps 1er ministre du Royaume-Uni. 🤪)

Non, il fallait aussi qu'il soit pertinent aux yeux des électeurs.

Là, vous commencez sans doute à vous demander en quoi une star du cinéma d'action pourrait être pertinente comme gouverneur de Californie.

Et c'est normal, car, en tant que Français, notre culture est très différente de celle des Californiens.

Les Américains sont très attachés au fait que tout est possible dans leur pays, que même les plus pauvres peuvent devenir millionnaires.

C'est le fameux "rêve américain" !

Et d'après vous, quel état représente le mieux la réussite, le succès, bref: l'apogée du rêve américain ?

La Californie bien sûr, avec ces jeunes femmes splendides, cheveux au vent, qui longent des plages magnifiques dans leur Lamborghini.



Et maintenant, deuxième question, quel personnage représente le mieux le "rêve américain" ?

Arnold Schwarzenegger évidemment: un immigrant Autrichien pauvre, venu aux USA pour devenir riche et célèbre et qui, incontestablement, a réussi son pari !



Vu sous cet angle, on comprend tout de suite beaucoup mieux pourquoi Arnold était si pertinent dans le rôle de gouverneur de Californie.

Les Californiens ont (consciemment ou non) évalué la pertinence et la popularité de chaque prétendant au poste de gouverneur avant de choisir Arnold Schwarzenegger .

C'est donc bien **sa pertinence et sa popularité** qui lui ont permis de gouverner l'état le plus peuplé des États-Unis.



Nous utilisons la pertinence et la popularité pour faire nos choix.

OK !

C'est très intéressant tout ça, mais quel est le rapport avec Google et le référencement ?

Justement, j'y viens :)

Lorsque j'ai découvert l'importance de la pertinence et de la popularité, j'ai voulu vérifier si cette formule fonctionnait dans tous les domaines.

Eh oui, ça fonctionne à chaque fois.

Dès que nous avons un choix à faire, nous utilisons le concept de pertinence et de popularité pour prendre notre décision.

Par exemple, lorsqu'on achète un livre.

On commence par regarder le résumé pour confirmer qu'il correspond à nos habitudes de lectures (c'est la pertinence).

Puis une fois qu'on se retrouve avec 4 livres dans les mains on choisit celui dont on connaît l'auteur ou celui qui a la mention best-seller (c'est la popularité).

Et on peut reproduire ce comportement à chaque fois: pour choisir un film, un restaurant, ou l'expert avec qui on souhaite travailler.

Et c'est là que j'ai eu le déclic !

J'ai compris pourquoi j'avais tant de mal à faire monter mes sites en première page de Google et pourquoi quand, par chance, j'y arrivais je disparaissais du jour au lendemain.

Le secret, c'est que Google utilise depuis toujours la pertinence et la popularité pour positionner les sites dans ses résultats et que ces deux critères surpassent tous les autres !

À partir du moment où j'ai fait cette découverte, tout a changé !

*J'ai pu clairement identifier les actions à éviter et celle à mettre en place pour **atteindre les meilleures places.***

A RETENIR

- ✓ Popularité + Pertinence = Premier sur Google
- ✓ S'il vous manque l'un de ces deux ingrédients, vous n'obtiendrez jamais les résultats que vous méritez.

Désormais, je sais ce que je dois donner à Google pour qu'il m'apprécie et il me le rend bien.

Valeur du trafic : \$6,314



La courbe que vous voyez ci-dessus est extraite de l'outil Ahrefs.

Elle montre le budget publicitaire que je devrais dépenser tous les mois pour obtenir le même trafic que ce que le référencement naturel m'apporte.

On peut voir sur ce graphique que **le référencement naturel m'apporte tous les mois l'équivalent de 6300 \$ de publicité Google Adwords.**

02

Le brouillard numérique nous voile la vue !



Si malgré vos efforts vous n'avez pas découvert cette solution, ça n'est pas de votre faute.

*Car elle est noyée **sous une overdose de conseils plus ou moins judicieux.***

Le pire c'est que cela part d'une bonne intention !

Des astuces en référencement il y en a des millions sur internet et, pour être honnête, les blogueurs qui les diffusent le font de bon cœur et sans arrière-pensée (enfin la plupart :)).

Mais le problème, c'est que dans la majorité des cas, ces informations ne sont pas vérifiées et rarement applicables.

*On se retrouve avec un énorme brouillard numérique plein de **conseils faux, incomplets, dépassés et sans aucun lien les uns avec les autres.***

*C'est cette overdose d'informations qui m'a amené à faire **tout un tas d'erreurs** et qui continue de sévir auprès des e-commerçants.*



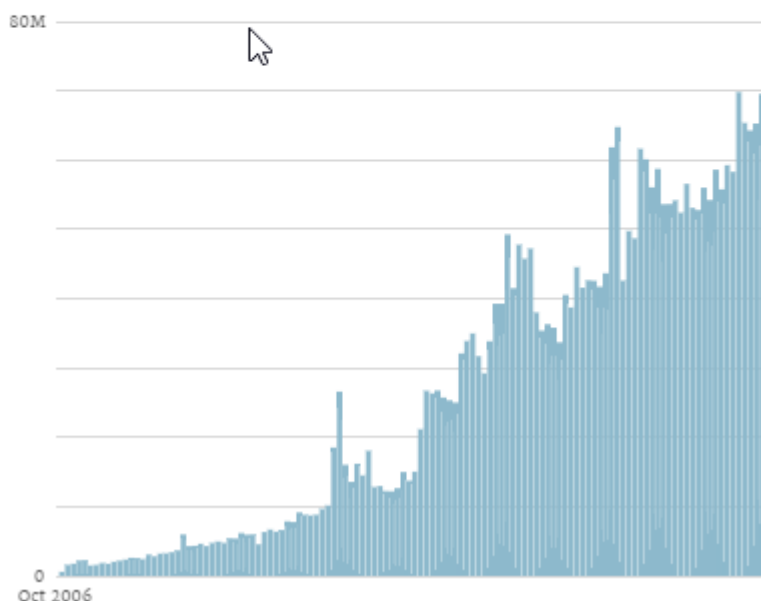
En appliquant des conseils non vérifiés et sortis de leur contexte, vous prenez le risque de vous faire bannir par Google.

Et avec **plus de 70 millions d'articles postés chaque mois** sur Internet, les choses empirent de jour en jour !

How many posts are being published?

Users produce about **73.9 million new posts** and **49.0 million new comments** each month.

[View more posting stats.](#)



Source : wordpress.com

A RETENIR

- ✓ *L'overdose d'informations sur le net nous empêche de discerner l'important de l'inutile.*
- ✓ *70 millions d'articles supplémentaires sont postés chaque mois sur internet.*
- ✓ *Appliquer de mauvais conseils peut amener Google à bannir définitivement votre site.*

03

Le trafic c'est la vie !



Pourtant en tant qu'e-commerçant vous n'avez pas le choix.



Vous devez avoir un flux de trafic régulier sur votre site sinon c'est la mort assurée pour votre boutique en ligne !

Je m'explique :

Pour avoir un e-commerce à succès, il n'y a que trois valeurs fondamentales sur lesquelles vous devez travailler :

- **Le trafic** : c'est le nombre de clients potentiels qui visitent votre site chaque jour.
- **Le taux de conversion** : C'est le nombre de commandes qui sont passées sur votre site toutes les 100 visites.
- **Le panier moyen** : C'est le montant moyen que dépensent vos clients à chaque commande.

TRAFFIC	TAUX DE CONVERSION	PANIER MOYEN
		
Nombre de clients potentiels qui visitent votre site chaque jour.	Nombre de commandes qui sont passées sur votre site toutes les 100 visites.	Montant moyen que dépensent vos clients à chaque commande.

Ces trois valeurs sont les seules que vous devez améliorer et vous devez le faire dans un ordre précis qui est :

1. Trafic -> 2. Taux de conversion -> 3. Panier moyen.

Si vous essayez d'améliorer votre taux de conversion ou votre panier moyen sans avoir le trafic suffisant, **vous allez perdre votre temps et votre argent !**

Prenons un exemple:

Vous avez lu sur internet qu'en changeant la couleur du bouton "ajouter au panier" il est possible d'améliorer son taux de transformation.

Vous décidez donc de faire 2 versions de votre fiche produit, l'une avec le bouton rouge l'autre avec le bouton vert.

D'après le site convertize.com (spécialisé dans la conversion) il faudrait obtenir plus de **100 000 visiteurs sur cette page** pour avoir des résultats fiables sur ce genre de test.

Si votre fiche produit ne reçoit qu'une centaine de visites par jour, vous devrez donc attendre 1000 jours avant d'avoir des données utilisables.

Vous avez alors deux solutions:

- Soit, vous **attendez 1000 jours** pendant lesquels vous ne pourrez absolument rien modifier sur votre page sous peine de fausser le test.
- Soit, vous écoutez le test et les valeurs que vous obtiendrez ne seront donc pas fiables. **La décision que vous prendrez n'aura pas plus de valeur qu'un pile ou face.**

Et c'est le même problème avec le panier moyen qui lui, dépend directement du taux de conversion.



Essayer d'optimiser son taux de conversion ou son panier moyen avec trop peu de trafic, c'est comme repeindre la façade d'un magasin perdu au milieu du désert - c'est une perte de temps !

A RETENIR

- ✓ Sans un flux de trafic régulier, votre boutique ne pourra pas progresser.
- ✓ Il n'y a que 3 valeurs à améliorer pour un site e-commerce: le trafic, le taux de conversion et le panier moyen.
- ✓ Vous devez les travailler dans cet ordre: Trafic -> Taux de conversion -> Panier moyen.

04

Méfiez vous de la publicité.



Vous vous dites peut-être que, dans ce cas, c'est plus simple de faire de la publicité.

Et bien malheureusement non !



**Car le référencement a un avantage essentiel sur la publicité :
les visiteurs gratuits !**

*En effet, une fois votre site correctement positionné dans les moteurs de recherche, **les visiteurs que vous allez recevoir ne vous coûteront rien.***

*Vous obtenez alors un **trafic gratuit, régulier, prévisible** et donc extrêmement **simple à rentabiliser.***

Ce n'est pas le cas de la publicité où chaque visite que vous recevez est payante.

Sur la page suivante, vous trouverez un graphique réalisé par l'agence américaine WordStream dans lequel on peut voir qu'en moyenne un clic sur une publicité coûte 2,32 \$ à l'annonceur (c'est à dire vous).

Ça signifie que pour obtenir 100 visites sur votre site vous allez devoir dépenser 232 \$.

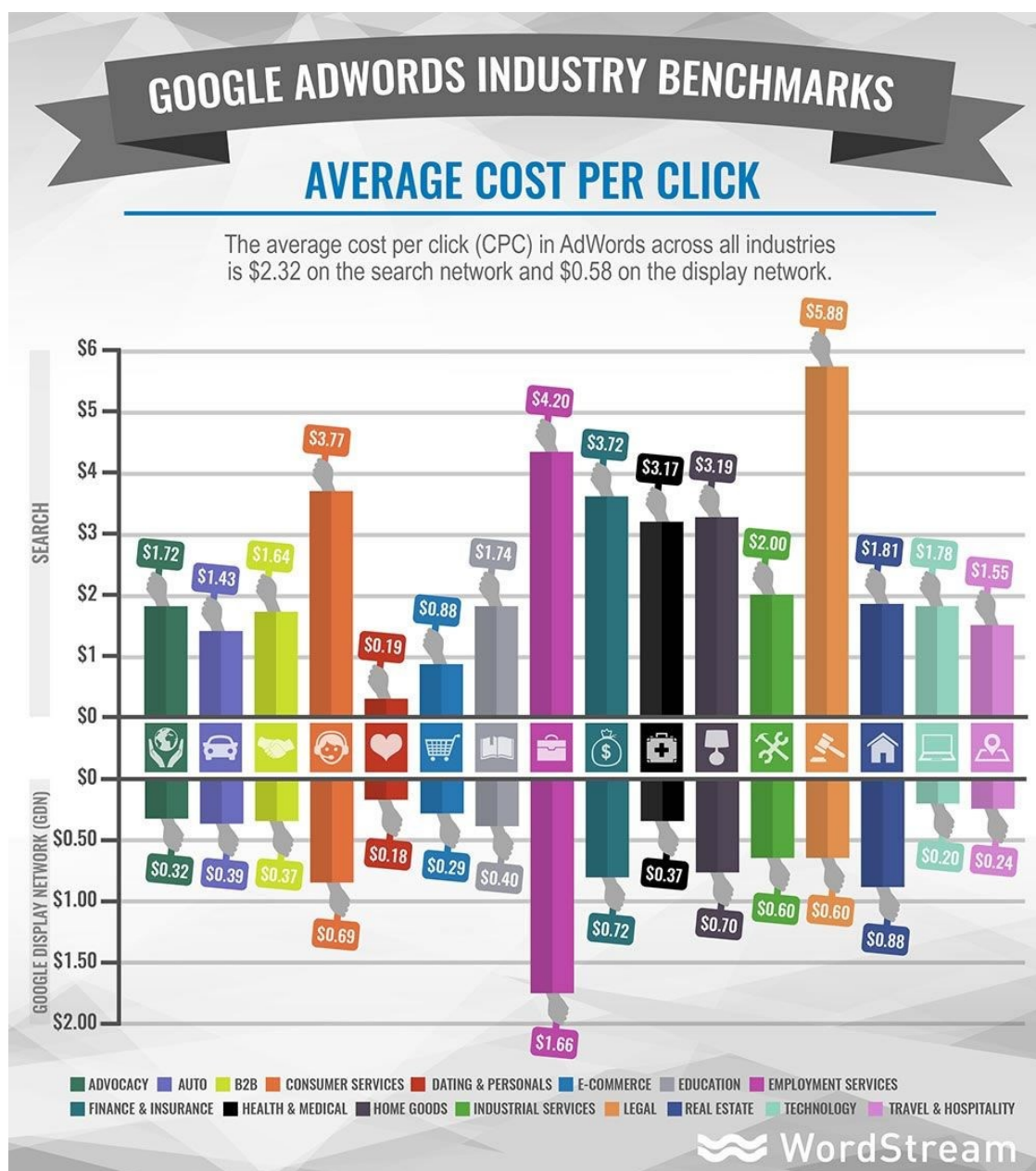
Donc, pour que vos campagnes publicitaires soient rentables, il faut qu'un gros pourcentage des visites provenant de vos annonces se transforme en commande et que le montant de ces commandes soit conséquent.

Ça ne vous rappelle rien ?

Eh oui, on est à nouveau en train de parler de taux de conversion et de panier moyen.

Et comme on l'a vu précédemment, pour améliorer votre taux de conversion ou/et votre panier moyen, vous allez devoir faire des tests sur des milliers de visiteurs.

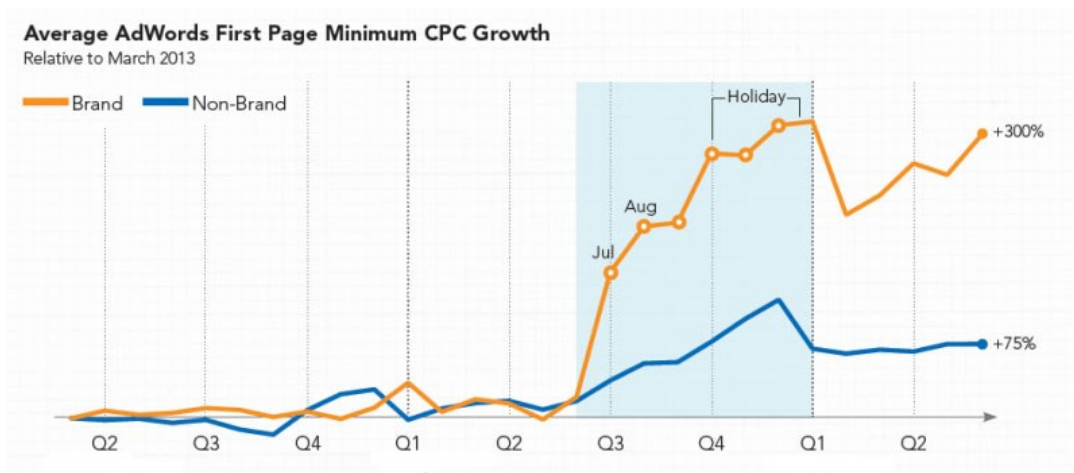
C'est le serpent qui se mord la queue !



Vous risquez donc de dépenser une véritable fortune avant de réussir à être rentable.

Et à moins que vous n'ayez un budget très important à perdre, je vous déconseille cette solution.

De plus, avec l'augmentation permanente des coûts publicitaires (+300 % en un an pour Adwords), ça ne risque pas de s'arranger.



Mais, en réalité, l'augmentation des coûts publicitaires n'est pas votre plus gros problème.

Votre plus gros danger, c'est ce que j'appelle le cercle vicieux de la publicité !

Si la publicité est votre source de trafic principale, c'est alors grâce à elle que vous générez vos revenus.

Revenus que vous allez ensuite réinvestir en publicité pour continuer d'attirer de nouveaux clients (et donc de nouveaux revenus).

Mais que se passera-t-il le jour où vous ne pouvez pas réinvestir dans la publicité ? (Pour un problème de trésorerie par exemple.)

Votre source de trafic tombera immédiatement à 0 tout comme vos revenus.

Vous vous retrouverez alors dans **un cercle vicieux** dont il est **très difficile de ressortir**.

A RETENIR

- ✓ Contrairement à la publicité, le référencement naturel apporte un trafic gratuit, régulier, prévisible et très facile à rentabiliser.
- ✓ Votre site doit déjà être très bien optimisé pour que vos publicités puissent être rentables.
- ✓ Les coûts publicitaires augmentent tous les ans.
- ✓ Si vous n'avez plus de budget publicitaire vous vous retrouvez dans un cercle vicieux qui peut mettre en péril votre entreprise.

05

Oubliez la technique en référencement naturel !



L'un des points qui bloquent le plus les e-commerçants lorsqu'il s'agit d'améliorer le référencement naturel de leur site c'est la technique.

- "Je ne comprends rien au référencement."
- "Il y a trop d'informations, c'est impossible de s'y retrouver."
- "Le référencement, ça change tout le temps il faut être un expert."

J'ai une bonne nouvelle pour vous, c'est faux !



Le référencement n'est pas réservé aux experts SEO !

C'est un mythe entretenu (sans doute involontairement) par les blogueurs qui diffusent des astuces très techniques et par les professionnels (certainement volontairement) qui préfèrent vendre leurs prestations plutôt que de vous apprendre comment faire.

En réalité, le référencement c'est avant tout du bon sens.



En référencement, vous pouvez obtenir 90% des résultats simplement en tapant sur votre clavier.

Ci-dessous, vous trouverez la conclusion d'une étude réalisée par le "Journal du net" auprès de 140 experts SEO qui ont classé les points les plus importants à améliorer pour un bon référencement.

J'ai mis en vert les critères qui ne demandent aucune compétence et en rouge ceux pour lesquels il est préférable d'avoir des connaissances techniques.

*Et vous pouvez voir que sur les 20 premiers critères **seulement 4 demandent des connaissances particulières.***

Les critères qui favorisent le plus le référencement

Rang	Critère	Score (moyenne des notes sur 100)	Indice de confiance (max : 100)
1	De nombreux liens provenant de sites qui font autorité pointent vers la page	92	91
2	Mots clés pertinents dans la balise Title (précisions : un contenu ou un mot clé "pertinent" répond à la requête de l'internaute)	89	95
3	Le contenu de la zone centrale de la page est pertinent : il donne une bonne réponse à la requête	81	83
4	Nombreux liens provenant de sites du même secteur / de la même thématique	81	83
5	De nombreux liens pointent vers la page	77	83
6	Mots clés pertinents en H1	77	84
7	Fraîcheur des infos de la page sur un sujet qui le requiert	76	78
8	Site adapté au mobile (selon l'outil de Google)	74	80
9	Rapidité d'affichage du site sur mobile	73	77
10	Présence d'une balise H1	72	81
11	De nombreux liens pointent vers le site	72	81
12	Ancienneté du site (sur la même thématique)	72	78
13	Le vocabulaire employé est varié et soutenu	71	76
14	Variété des domaines pointant vers le site	70	65
15	Rapidité d'affichage du site sur desktop	68	65
16	Présence de contenu enrichi (avec des images, des vidéos...)	68	70
17	Dans les résultats de Google, le taux de clic de la page est supérieur à la moyenne	66	62
18	Mots clés pertinents en H2, Hn	60	70
19	Présence de données structurées (issues de schema.org) sur la page	58	74
20	Présence de H2, Hn	56	69

Peut-être qu'à la lecture de ce tableau les éléments en vert ne vous parlent pas trop et c'est normal, car encore une fois ce tableau a été réalisé par des professionnels du référencement qui utilisent des termes techniques inutilement.

Là où les référenceurs parlent de "H1,H2,Hn" une personne normale parlera de "titre" et de "sous titre" (oui oui exactement comme dans Microsoft WORD).

Là où vous lisez "contenu enrichi", il faut comprendre "vidéos et images" et enfin "un site d'autorité" c'est tout simplement "un site populaire".

Donc même si certains veulent vous faire croire le contraire :



Le référencement, ce n'est pas compliqué et vous avez déjà toutes les compétences nécessaires en interne pour le faire !

Et pour ce qui est des changements d'algorithme que fait Google et dont vous devriez "soi-disant" vous inquiéter sous peine de voir votre référencement dégringoler :

*là encore, **aucune inquiétude à avoir !***

Vous verrez dans la suite de ce guide que si vous suivez mes conseils, vous n'aurez plus jamais à vous soucier des modifications d'algorithme de Google.

A RETENIR

- ✓ Les professionnels et non professionnels vous font croire à tort que vous ne pouvez pas gérer vous-même le référencement de votre site.
- ✓ En référencement, 90% des résultats peuvent être obtenus sans connaissance technique.
- ✓ Vous n'avez pas besoin de vous soucier des changements d'algorithme de Google.

06

Pourquoi Google utilise-t-il ce concept ?



Si Google est le moteur de recherche le plus utilisé (et de loin) c'est parce qu'il donne des réponses de qualité aux internautes !

Et c'est là qu'il y a un problème ! Car ...



... la "qualité" est une notion subjective.

Si, par exemple, je vous conseille d'aller voir un film ou de lire un livre que je trouve de qualité, il est tout à fait possible que je vous fasse perdre votre temps.

Pourquoi ?

Parce que ce qui est de qualité pour moi ne l'est sans doute pas pour vous et ne le sera pas pour vos clients.

Dans ce cas comment fait Google pour toujours donner des réponses qui plaisent à la majorité de ses utilisateurs ?

C'est grâce au génie de ses fondateurs qui ont compris avant tout le monde que nous, les hommes, utilisons depuis la nuit des temps la pertinence et la popularité pour définir ce qui est de qualité et faire nos choix.

Pour une machine, trouver la pertinence et la popularité d'une page est assez simple.

Pour définir la pertinence, il va regarder si la page répond à la question de l'internaute (via l'étude des mots clés et le comportement des internautes).

Et pour la popularité il regardera combien (et quels types) de liens pointent vers cette page.

C'est aussi simple que ça !

Votre rôle en tant qu'economiste est donc de **respecter ces 3 étapes** :

1. Identifier et comprendre les questions de vos prospects.
2. Créer les pages qui répondent à ces questions.
3. Faire connaître vos pages auprès de vos futurs clients.

Désormais, pour améliorer le référencement naturel de votre boutique en ligne je vous invite à utiliser le concept de pertinence et de popularité comme un filtre.

Pour chacune des actions que vous allez mettre en place posez-vous toujours la question suivante :



Est-ce que cette action va améliorer ma pertinence ou/et ma popularité ?

Si elle n'améliore ni l'un ni l'autre alors, ne la faites pas, vous éviterez ainsi de perdre votre temps !

Vous ne prendrez également plus le risque de subir une pénalité de la part de Google, car vous faites ce qu'il attend de vous : répondre aux questions des internautes.

A RETENIR

- ✓ La "qualité" est une notion subjective impossible à définir pour Google.
- ✓ Google a reproduit un comportement humain en remplaçant la qualité par la formule "pertinence" + "popularité".
- ✓ Utilisez la pertinence et la popularité comme filtre pour toutes vos actions en référencement naturel.

IMPORTANT:

Maintenant, si vous voulez **aller encore plus loin, gagner un maximum de temps** et **éviter tous les pièges** dans lesquels je suis tombé en 10 ans d'expérience, [lisez la page suivante](#) 😊

07

Voulez vous aller plus loin et plus vite ?



Vous vous en doutez sûrement, je n'ai pas découvert tout ça en un weekend.

Il m'aura fallu un peu plus de 10 ans de succès et d'échecs ainsi qu'une bonne dose de persévérance pour mettre tout ça au clair.

*Pendant ces 10 années, **j'ai testé des centaines de solutions différentes** dont beaucoup n'avaient aucun impact (ou pire qui détruisaient mon référencement).*

*Depuis, j'ai réuni **les stratégies les plus efficaces** pour créer la méthode P² que j'enseigne désormais aux e-commerçants au travers de mon programme « AlphaGoogle ».*

AlphaGoogle, c'est la solution la plus simple et la plus rapide pour attirer un flot continu et croissant de nouveaux clients sur votre boutique en ligne.

Pour vous présenter ce programme (et revenir plus en détail sur certains points de ce guide), j'ai créé une MasterClass dédiée aux e-commerçants.

*C'est une **MasterClass totalement gratuite** et accessible directement en ligne.*

*Si vous souhaitez découvrir le programme AlphaGoogle et **passer dès maintenant à la vitesse supérieure** avec votre e-commerce, **inscrivez-vous !***

**CLIQUEZ ICI POUR VOUS
INSCRIRE À LA MASTERCLASS**

<https://www.reussir-mon-ecommerce.fr/inscription-master-class/>