

GAME plus de double ses revenus de Black Friday grâce à la recherche organique comme levier stratégique



+82%

de pages crawlées par Google

+7.27%

de clics sur les pages stratégiques YoY

+23%

d'impressions

INTRODUCTION

GAME, un e-commerçant britannique populaire de jeux vidéo appartenant au groupe Frasers, rencontrait des obstacles techniques et un manque de ressources techniques, affectant ses performances SEO. Pour réussir son Black Friday 2023, il lui fallait une nouvelle stratégie de revenus organiques.

CHALLENGE

La dette technique de GAME couplé au manque de ressources rendaient les optimisations SEO compliquées et longues à implémenter. Le changement d'un title tag pouvait prendre jusqu'à 6 à 12 mois pour être implémenté. Ainsi leurs pages stratégiques à fort potentiel de conversion souffraient d'un manque d'optimisation, alors les pages les moins pertinentes apparaissaient dans les recherches des consommateurs. Dans l'industrie du jeu vidéo, la saison des fêtes est cruciale. Contrairement à la majorité des marques, qui déprécient le SEO en amont des périodes de pointe, GAME avait pour objectif de se positionner comme un concurrent incontournable face aux géants mondiaux tels que Sony et Microsoft. Résoudre les blocages techniques permettrait de donner de la visibilité aux pages produits clés, d'optimiser son budget de crawl et d'augmenter son trafic.

SOLUTION

L'équipe SEO de GAME s'est associée aux experts de Botify pour concevoir une solution sur-mesure. Grâce à PageWorkers de Botify, GAME a pu automatiser

l'implémentation à grande échelle d'optimisations visant à améliorer la structure de liens internes. De ce fait, Game a pu réduire la profondeur de son site et pousser le contenu le plus pertinent pour les utilisateurs auprès des crawlers des moteurs de recherche.

RÉSULTATS

Après l'implémentation de PageWorkers sur leur site, l'équipe SEO de GAME a pu surmonter la dette technique, les difficultés d'infrastructure et le manque de ressources qui limitaient son potentiel.

Le temps de déploiement des optimisations est passé de 6-12 mois à quelques minutes, leur offrant plus d'indépendance. En conséquence, le nombre de pages crawlées par Google a atteint 82 %. Ils ont également observé une augmentation de 7,27 % des clics sur les pages produits à forte conversion et une hausse de 23 % des impressions.

Avec une stratégie saisonnière ultra-ciblée permise grâce à PageWorkers de Botify, GAME a acquis un avantage concurrentiel fort. Les revenus organiques de GAME ont ainsi plus de doublé d'une année sur l'autre.

En utilisant PageWorkers pour accélérer ses résultats, GAME a insufflé une nouvelle dynamique à son SEO, transformant un cercle vicieux en cercle vertueux.

