

L'Atelier d'Amaya structure sa stratégie SEO & GEO et gagne en autonomie dans un marché fortement concurrentiel



+35 %

de trafic annuel moyen

+46 %

de mots-clés uniques hors marque

+19 %

de clics n-1 avec une part croissante du hors marque

CONTEXTE

Fondée en 2007, L'Atelier d'Amaya est une marque française de bijoux personnalisables, vendue via un réseau de boutiques en France et en Belgique, et en ligne. En forte croissance sur un marché très concurrentiel, la marque fait du SEO, et désormais du GEO, un levier stratégique pour soutenir son e-commerce et ses ambitions de développement. Après une migration de plateforme en 2022, l'enjeu était clair : gagner en visibilité, en agilité et en autonomie malgré des contraintes techniques.

DÉFIS SEARCH

Google étant un levier clé d'acquisition, L'Atelier d'Amaya devait accélérer sa croissance organique, performer sur les temps forts commerciaux (Saint-Valentin, Fête des Mères, Shopping Season) et l'équipe, gagner en autonomie SEO. Le tout dans un environnement technique complexe : migration avec changements d'URL, facettes ouvertes pour capter le trafic et forte volumétrie de pages à prioriser. Il y a deux ans, la marque choisit Botify pour allier analyse, action et autonomie.

SOLUTION

L'Atelier d'Amaya s'appuie sur la suite Botify pour piloter sa stratégie SEO & GEO de bout en bout, de l'analyse à l'exécution. L'équipe a déployé des optimisations structurantes à grande échelle : masquage de pages inutiles, renforcement du maillage interne, correction des liens post-migration, remplacement des redirections 301/302, optimisation des données structurées et nettoyage de plus de 13 000 pages non indexables.

Objectif : réaligner le site avec les exigences de crawl et d'indexation de Google.

Un focus particulier a été porté sur l'anticipation des temps forts commerciaux, avec un maillage renforcé et une mise en ligne anticipée des pages saisonnières afin d'en accélérer le crawl et le positionnement.

En parallèle, la solution GEO de Botify (AI Visibility) permet de suivre la visibilité sur les moteurs IA, d'analyser les prompts associés aux requêtes stratégiques et d'identifier les pages exploitées par les bots IA. Ces insights alimentent directement la stratégie éditoriale (FAQ, pages catégories, nouveaux contenus) pour aligner SEO et usages conversationnels.

RÉSULTATS

Le SEO et le GEO sont devenus des leviers business structurants pour L'Atelier d'Amaya. En 2023, le site a généré 1,5 million de clics, dont 72 % liés à la marque, avec une croissance du trafic annuel moyen de +35 %. En 2025, les clics ont augmenté de 19 % par rapport à 2024, avec un renforcement du hors marque : +46 % de mots-clés uniques, +46 % d'impressions et +26 % de clics. En 19 mois, 167 optimisations ont été réalisées, dont 76 % déployées en interne, renforçant l'autonomie de l'équipe et l'efficacité des ressources. Un partenariat qui fait du SEO et du GEO un moteur de performance business, aujourd'hui et demain

[Lire la success story complète sur notre site.](#)