

Comment L'Occitane booste sa visibilité digitale à l'ère de l'IA



+154%

De revenus
organiques

+87%

De présence dans les
réponses IA

+96%

De clics non-brandés (Cal.
avent, vs n-1)

CHALLENGE

Maison française emblématique fondée en 1976, L'Occitane en Provence est présente dans 22 marchés via son réseau de boutiques et son e-commerce. Alors que l'IA transforme en profondeur les usages de recherche, la marque fait du SEO et désormais du GEO un levier stratégique pour reprendre le contrôle de sa visibilité et réduire sa dépendance au Paid.

Fortement dépendante des investissements Paid, notamment sur les mots-clés marque, L'Occitane devait rééquilibrer ses leviers d'acquisition — dans un environnement complexe : ressources SEO limitées, forte dépendance à l'IT ralentissant l'exécution, et une complexité technique (JavaScript) limitant la lecture des contenus par les moteurs et les IA. L'enjeu est devenu double : rester visible sur les moteurs traditionnels tout en s'imposant dans les nouveaux environnements conversationnels, sur 22 marchés.

SOLUTION

L'Occitane s'appuie sur Botify pour piloter une stratégie SEO & GEO unifiée, de l'analyse à l'exécution. Avec PageWorkers, les équipes ont déployé 31 actions en production sans solliciter l'IT (pages catégories, métadonnées, maillage interne, plus de 300 modules FAQ en données structurées), tout en structurant une gouvernance claire avec l'IT :

les quick wins passent par PageWorkers, les chantiers structurants par les cycles IT. En parallèle, Botify AI Visibility analyse plus de 5 000 prompts par semaine sur plusieurs LLMs (ChatGPT, Gemini, Perplexity) pour piloter la présence et la perception de la marque dans les réponses générées par l'IA.

RESULTS

En quelques mois, le Search est passé d'un levier d'acquisition à un pilier stratégique : +154 % de revenus organiques, +39 % de clics et +33 % d'impressions, sur 22 marchés à effectif constant. Côté IA, la marque est présente dans 87 % des prompts générant une recommandation produit et obtient 73 % de mentions positives. Sur les temps forts : la meilleure performance Black Friday jamais enregistrée, et +96 % de clics non-brandés sur le Calendrier de l'Avent.

"Avec Botify, nous avons accéléré notre exécution et intégré l'IA au cœur de notre stratégie Search. Le Search est devenu un pilier majeur de notre avantage concurrentiel à l'ère de l'IA."

Dorian Candavoine, Directeur E-commerce EMEA

