

Comment S.T. Dupont a boosté son CA organique grâce à l'automatisation du Search



X2

Part du revenu SEO sur le revenu total

+27 %

De trafic hors marque

+30 %

d'URLs indexables

CONTEXTE

En décembre 2023, S.T. Dupont, maison de luxe renommée pour ses briquets et ses stylos, a opéré un rebranding ambitieux. Le lancement simultané d'un nouveau logo, d'une plateforme de marque innovante, d'un site e-commerce repensé, d'une nouvelle boutique et d'une ligne de maroquinerie pour femme représentait un enjeu fort en termes d'acquisition de trafic et de positionnement face aux géants du luxe - tout en sécurisant les acquis sur les segments historiques que sont le briquet, le stylo et l'homme.

DÉFIS

Pour déployer sa nouvelle identité, S.T. Dupont a misé sur une stratégie alliant SEO et investissements médias. Côté SEO, trois défis majeurs se sont présentés : identifier les problèmes techniques et optimiser à grande échelle l'ensemble des sites (FR, UK, DE, IT, EUROPE), améliorer l'indexation des pages (seulement 30 % indexées par Google), et accroître la visibilité des points de vente (environ 2 000 pages boutiques peu visibles).

SOLUTION

S.T. Dupont a fait du SEO un levier stratégique et s'est appuyé sur Botify pour reconquérir son trafic "brand", optimiser le parcours de conversions et attirer une nouvelle clientèle européenne. En 6 mois, 35 optimisations ont pu être déployées (corrections des

404 et 301, ajout de datas structurées, optimisations des contenus, remplacement des non canonical, ajout de balises manquantes type H1, fil d'ariane...)

Botify a permis aux équipes de gagner en productivité grâce à une exécution des tâches accélérée et des analyses rapides. La solution, propulsée par l'IA, a délivré des actions concrètes et priorisées à l'équipe eCommerce et Digital de la marque. Enfin, l'accompagnement des experts Botify en continu assure le déploiement rapide des optimisations, et l'industrialisation des analyses et du traitement SEO.

RÉSULTATS

L'adoption immédiate de l'outil a permis une montée en compétences SEO et une autonomie accrue des équipes, générant des économies de temps et de budget.

En seulement 3 mois, le chiffre d'affaires organique a bondi de 28 % à 50 %, porté par une augmentation de 27 % du trafic hors marque, 24 % de mots-clés uniques supplémentaires et 18 % d'impressions en plus.

L'indexation s'est nettement améliorée : les pages non indexables ont diminué de 28 % à 10 %, tandis que les URLs actives ont augmenté de 12 % à 32 %. Quant au pourcentage d'URLs avec un temps de chargement rapide, il a augmenté de 20 points en l'espace de 4 mois.

