

Assurer le SEO durant les temps forts : la réussite i-Run



+75%

d'impressions SEO YoY

+99%

de clics organiques YoY
(brand et hors brand)

N°1

sur la requête "Black Friday
Garmin" sur la période

INTRODUCTION

Depuis sa création en 2007, **i-Run** s'est imposé comme un détaillant de référence dans le domaine du running, du fitness, du trail et de la randonnée, avec 15 magasins en France et une présence en ligne internationale, notamment en Belgique, Espagne, Allemagne et Pays-Bas. En 2022, i-Run réalise un chiffre d'affaires de 104 millions d'euros, et une croissance à 2 chiffres sur 2023.

CHALLENGE

Le eCommerce fait partie de l'ADN d'i-Run avec un SEO au cœur de la stratégie. En 2022, la marque observe une diminution de la part du trafic organique dans le mix marketing face à l'accélération des leviers payants. Priorité est notamment donnée au SEO pour en faire le levier n°1 qui devra drainer, à lui seul, 50 % du trafic.

D'abord, i-Run décide de réorienter son positionnement sur des requêtes top-tails notamment associées aux disciplines (running, trail, randonnée) et non plus seulement sur le nom des produits ou des marques. Ensuite, pour renforcer sa position de leader sur le segment du "running", la marque cherche à booster sa visibilité lors des temps forts générateurs de chiffre d'affaires, comme les soldes ou le Black Friday.

SOLUTION

Pour réussir ces défis et accélérer ses performances SEO, i-Run a fait le choix de la solution Botify. L'utilisation de Botify Analytics et de PageWorkers a permis : de connaître en détail l'état de santé du site et des pages produits,

d'intervenir rapidement et en toute autonomie - libérant ainsi de la bande passante côté IT, et pour les temps commerciaux forts, d'augmenter le maillage de ces pages et d'accélérer les résultats SEO.

RÉSULTATS

Lors du Black Friday 2023, i-Run a connu une journée record en termes de chiffre d'affaires, avec un **revenu généré à 55 % grâce à l'organique**. i-Run a réussi à se positionner juste après les marques sur leurs requêtes brandées, mais parfois même avant. En décembre 2023, le **trafic SEO pour Garmin a notamment été multiplié par 6**, grâce à la collaboration efficace entre les équipes. **La part de trafic provenant des leviers gratuits a augmenté de 70 %** par rapport à une période de référence comme les soldes d'été, ce qui a permis de rééquilibrer les investissements dans le mix marketing, réduisant ainsi la dépendance d'i-Run aux leviers payants.

"Après un an de collaboration avec Botify, les résultats sur le SEO ont été remarquables ! PageWorkers nous a aidés à la fois à améliorer rapidement et de manière autonome la structure de nos pages et à renforcer chaque page créée, nous permettant de nous positionner efficacement dans les résultats de recherche."

Celya Marnay, Directrice Marketing Digital, i-Run

