

# Comment optimiser la visibilité de ma boutique et de mes produits ?

Créer une boutique et ajouter ses produits sur Le Bon et Beau du Coin est une première étape importante. Mais pour obtenir des visites et des ventes, il faut également aider les internautes à découvrir vos créations ou vos produits.

Cette visibilité se travaille de plusieurs façons :

- en présentant correctement vos produits pour qu'ils soient compris par les visiteurs et les moteurs de recherche ;
- en parlant de votre activité sur les réseaux sociaux ;
- en faisant connaître votre boutique autour de vous.

L'objectif de ce guide n'est pas de vous transformer en spécialiste du référencement ou de la communication. Il vous donne simplement quelques bonnes pratiques faciles à appliquer pour augmenter progressivement la visibilité de votre boutique.

---

## Première partie : améliorer le référencement de vos produits

Le référencement naturel, aussi appelé SEO, regroupe les techniques qui permettent à une page d'apparaître dans les résultats des moteurs de recherche comme Google.

Lorsqu'un internaute recherche un produit, Google essaie de lui proposer les pages qui correspondent le mieux à sa demande. Pour cela, le moteur de recherche analyse notamment le titre, les textes et les liens présents autour de la page.

Il est donc important de présenter vos produits avec des informations suffisamment précises.

### **Mettez-vous à la place d'un client qui découvre votre produit**

Vous connaissez parfaitement vos produits, leur fabrication, leurs matériaux et leurs particularités. Ce n'est pas forcément le cas de la personne qui arrive pour la première fois sur votre fiche produit.

Avant de rédiger un titre ou une description, posez-vous quelques questions :

- De quel type de produit s'agit-il ?
- À quoi sert-il ?
- Pour qui est-il destiné ?
- Avec quelle matière est-il fabriqué ?
- Quelles sont ses dimensions ?
- Quelle est sa couleur ?
- Est-il personnalisable ?
- Est-il fabriqué à la main ?
- Qu'est-ce qui le différencie d'un produit similaire ?

Ne supposez pas que le client connaît déjà votre univers ou votre façon de travailler. Les informations qui vous paraissent évidentes ne le sont pas toujours pour lui.

Une description précise permet de rassurer le client, mais aussi d'aider Google à comprendre ce que vous proposez.

## Soignez le titre de votre produit

Le titre est l'un des premiers éléments lus par le client et par les moteurs de recherche.

Il doit permettre de comprendre immédiatement ce que vous vendez. Évitez les titres trop vagues ou composés uniquement d'un nom de collection.

Par exemple, un titre comme :

### **Douceur d'automne**

peut être joli, mais il ne permet pas de savoir s'il s'agit d'une bougie, d'un bijou, d'un tableau ou d'un produit alimentaire.

Un titre plus précis serait :

### **Bougie artisanale parfumée aux senteurs d'automne**

Vous pouvez conserver le nom de votre création, mais en l'accompagnant d'une description claire :

### **Douceur d'automne – Bougie artisanale parfumée**

Selon le produit, le titre peut préciser :

- le type de produit ;
- la matière ;
- la couleur ;
- l'usage ;
- le parfum ;
- le public concerné ;
- une caractéristique importante ;
- le caractère artisanal ou local.

Le titre doit toutefois rester naturel et agréable à lire. Il ne faut pas ajouter une longue succession de mots-clés uniquement pour essayer d'apparaître dans Google.

## Rédigez un descriptif court efficace

Le descriptif court (ou champ sommaire) présente les informations essentielles du produit. Il doit permettre au visiteur de comprendre rapidement ce que vous proposez et lui donner envie de lire la suite.

Vous pouvez y indiquer :

- la nature du produit ;
- sa principale particularité ;
- sa matière ou sa composition ;
- son poids, sa taille, sa contenance
- son utilisation ;
- le fait qu'il soit artisanal, local ou fabriqué par vos soins.

Exemple :

« Cette tasse en grès est façonnée et émaillée à la main dans mon atelier. Sa contenance de 30 cl la rend idéale pour le café, le thé ou le chocolat chaud. Chaque pièce est unique et peut présenter de légères variations. »

Évitez les phrases trop générales comme :

« Très beau produit de qualité, idéal pour offrir. »

Cette phrase ne donne aucune information précise sur le produit.

Le descriptif court doit être concis, mais il doit tout de même apporter une information utile.

## Utilisez le descriptif long pour répondre aux questions du client

Le descriptif long permet de présenter votre produit plus en détail.

C'est l'endroit idéal pour expliquer :

- les matériaux ou les ingrédients utilisés ;
- les dimensions, le poids ou la contenance ;
- les couleurs disponibles ;
- la méthode de fabrication ;
- l'origine des matières premières ;
- les conseils d'utilisation ;
- les conseils d'entretien ou de conservation ;
- les possibilités de personnalisation ;
- les précautions particulières ;

- le délai de fabrication lorsqu'il s'agit d'une création réalisée à la commande ;
- ce que contient exactement la commande.

Vous pouvez également raconter brièvement l'histoire du produit ou expliquer ce qui vous a inspiré.

Le texte doit rester facile à lire. Utilisez des paragraphes courts et, lorsque cela est utile, des listes pour présenter les caractéristiques.

L'objectif est de répondre aux questions que le client pourrait se poser avant de commander.

Une fiche produit bien détaillée limite les hésitations et réduit également le risque de déception après la réception de la commande.

## Évitez de copier directement la mise en forme de Word

Lorsque vous préparez vos textes dans Word ou dans un autre logiciel de traitement de texte, un simple copier-coller peut également transférer une mise en forme invisible.

Cette mise en forme peut provoquer des différences de police, des tailles de caractères incohérentes ou un affichage inhabituel sur la fiche produit.

Pour éviter ce problème :

1. Copiez votre texte avec **Ctrl + C**.
2. Dans le champ de description, utilisez **Ctrl + Majuscule + V**.

Cette combinaison permet généralement de coller le texte sans reprendre sa mise en forme d'origine.

Vous pourrez ensuite utiliser directement les outils disponibles sur Le Bon et Beau du Coin pour ajouter les titres, les paragraphes, le gras ou les listes.

## Utilisez l'intelligence artificielle avec discernement

Une intelligence artificielle peut vous aider à structurer une description, corriger des fautes ou rendre un texte plus fluide.

Elle ne connaît cependant pas votre produit aussi bien que vous. Il est indispensable de relire le résultat et de vérifier chaque information avant de le publier.

Attention également aux textes trop longs, trop commerciaux ou remplis d'émojis. Ce type de rédaction peut donner une impression artificielle et rendre la description moins agréable à lire.

Lorsque vous demandez à une intelligence artificielle de vous aider, ajoutez une consigne comme :

**« Rédige un texte naturel, simple et professionnel, sans emoji. »**

Vous pouvez aussi demander :

**« Utilise très peu d'emojis et évite les phrases trop commerciales. »**

Pensez à fournir des informations précises à l'intelligence artificielle : matière, dimensions, fabrication, origine, usage et particularités. Plus votre demande est précise, plus le résultat sera pertinent.

Ne publiez jamais directement un texte généré sans l'avoir relu et adapté à votre manière de parler.

## **Créez des liens vers votre boutique et vos produits**

Les liens provenant d'autres sites peuvent aider les internautes à trouver votre boutique. Ils permettent également aux moteurs de recherche de découvrir plus facilement les pages du site.

Vous pouvez ajouter un lien vers votre boutique Le Bon et Beau du Coin :

- depuis votre propre site Internet, si vous en avez un ;
- depuis votre blog ;
- sur votre fiche d'établissement Google ;
- dans la signature de vos e-mails ;
- sur votre page Facebook ;
- dans votre profil Instagram ;
- dans vos publications sur les réseaux sociaux.

Vous pouvez également partager directement le lien d'un produit dans une publication, un e-mail, un forum ou une discussion lorsque cela est pertinent.

Évitez toutefois de publier vos liens partout sans contexte. Un lien est plus efficace lorsqu'il accompagne un véritable message : présentation d'une nouveauté, explication de votre travail, idée cadeau ou histoire du produit.

---

## **Deuxième partie : utiliser les réseaux sociaux**

Pour certaines personnes, communiquer sur les réseaux sociaux est naturel. Pour d'autres, publier une photo, parler de son travail ou apparaître dans une vidéo peut être beaucoup plus difficile.

Il n'est pas nécessaire d'être spécialiste, de publier tous les jours ou de réaliser des vidéos parfaites.

En revanche, la visibilité passe aussi par les réseaux sociaux. Vos publications permettent de présenter vos produits, de raconter votre activité et de rappeler régulièrement à votre entourage que votre boutique existe.

Chaque publication peut toucher de nouvelles personnes, être partagée et générer une visite sur votre boutique.

## **Ajoutez le lien de votre boutique à vos profils sociaux**

Pensez à ajouter le lien de votre boutique Le Bon et Beau du Coin directement dans vos profils sur les réseaux sociaux.

Vous pouvez notamment l'ajouter :

- dans la biographie de votre compte Instagram ;
- dans les informations de votre page Facebook ;
- dans votre profil TikTok, Pinterest ou LinkedIn si vous utilisez ces réseaux ;
- dans une publication épinglée en haut de votre page ;
- dans un outil regroupant plusieurs liens, si vous en utilisez un.

Ce lien doit être facile à trouver. Lorsqu'une personne découvre votre travail grâce à une publication, elle doit pouvoir accéder rapidement à votre boutique sans avoir à la rechercher.

Vérifiez également régulièrement que le lien fonctionne et qu'il dirige bien vers votre boutique Le Bon et Beau du Coin.

## **Parlez de vos nouveaux produits**

Lorsque vous ajoutez un nouveau produit sur Le Bon et Beau du Coin, pensez à le présenter sur vos réseaux sociaux.

Votre publication peut contenir :

- une ou plusieurs photos ;
- une courte présentation ;
- une particularité du produit ;
- son histoire ou sa méthode de fabrication ;
- le lien direct vers sa fiche produit.

Exemple :

« Une nouveauté vient d'arriver dans ma boutique : cette bougie artisanale aux notes de fleur d'oranger. Elle est coulée à la main dans mon atelier et disponible dès maintenant sur Le Bon et Beau du Coin.

Découvrez-la ici : [lien du produit] »

Le lien est important. Il permet à la personne intéressée d'accéder directement au produit, sans avoir à le rechercher elle-même.

N'hésitez pas à taguer le compte Le Beau et Beau du Coin, j'essaie un maximum de partager les publications qui parle de produit du site

## **Suivez les autres vendeurs du collectif**

Le Bon et Beau du Coin rassemble des créateurs, des artisans et des producteurs locaux.

Pensez à suivre les comptes des autres vendeurs sur Facebook et Instagram. Vous découvrirez leur travail et pourrez également participer à la vie du collectif.

Lorsque vous appréciez une publication, vous pouvez :

- l'aimer ;
- la commenter ;
- la partager ;
- suivre le compte du vendeur.

Ces interactions donnent davantage de visibilité aux publications et permettent de faire connaître les différents membres du collectif.

## **Commentez les publications**

Un commentaire apporte généralement plus d'interaction qu'un simple « J'aime ».

Il n'est pas nécessaire d'écrire un long message. Un commentaire sincère et personnalisé suffit :

- « Très belle création ! »
- « J'aime beaucoup cette nouvelle couleur. »
- « Bravo pour ce travail. »
- « Une très bonne idée de cadeau. »

Évitez de publier exactement le même commentaire sous toutes les publications. Prenez quelques secondes pour écrire un message en rapport avec le produit présenté.

Les échanges entre vendeurs montrent également que Le Bon et Beau du Coin est un véritable collectif et pas seulement une succession de boutiques indépendantes.

## **Partagez occasionnellement les publications des autres vendeurs**

Vous n'êtes pas obligé de partager toutes les publications du collectif.

En revanche, une fois de temps en temps, vous pouvez relayer la publication d'un autre créateur ou producteur dont vous appréciez particulièrement le travail.

Vous pouvez ajouter un petit message personnel :

« Je vous invite aujourd'hui à découvrir le travail de cette créatrice également présente sur Le Bon et Beau du Coin. »

Ces partages croisés permettent à chaque vendeur de toucher de nouvelles personnes.

Le principe doit rester naturel. L'objectif n'est pas de transformer votre page en catalogue de publications partagées, mais de mettre ponctuellement en avant d'autres membres du collectif.

## **Diffusez aussi les publications du Bon et Beau du Coin**

Lorsque la page du Bon et Beau du Coin présente une boutique, un produit, une actualité ou une sélection, vous pouvez partager la publication sur votre propre page ou dans votre story.

Ce geste simple permet :

- de faire connaître la plateforme ;
- de valoriser l'ensemble du collectif ;
- de rappeler que votre boutique y est présente ;
- d'augmenter la portée des publications.

Plus les contenus sont aimés, commentés et partagés, plus ils ont de chances d'être vus.

## **Ne cherchez pas la perfection**

Une publication simple et sincère est souvent plus intéressante qu'une communication très travaillée mais impersonnelle.

Vous pouvez parler :

- d'un nouveau produit ;
- d'une commande en préparation ;
- d'une étape de fabrication ;
- de votre atelier ;
- d'un marché auquel vous participez ;
- d'une matière première ;
- d'une difficulté rencontrée ;
- d'une petite réussite ;
- de la vie quotidienne de votre activité.

Votre public ne souhaite pas uniquement voir des produits finis. Il peut aussi être intéressé par les personnes, les gestes et les histoires qui se trouvent derrière chaque création.

---

## Troisième partie : ne pas oublier la communication physique

La visibilité ne passe pas uniquement par Internet.

Le bouche-à-oreille reste très important, particulièrement pour une plateforme qui met en avant les créateurs, artisans et producteurs d'un territoire.

### Parlez du site autour de vous

N'hésitez pas à expliquer à vos clients, à vos proches ou aux visiteurs de vos marchés que votre boutique est également disponible sur Le Bon et Beau du Coin.

Vous pouvez en parler :

- à vos clients habituels ;
- pendant les marchés ;
- lors des salons et événements ;
- aux commerçants avec lesquels vous travaillez ;
- à votre entourage ;
- aux personnes intéressées par vos créations.

Une personne qui ne commande pas immédiatement peut retenir le nom du site, en parler à quelqu'un d'autre ou revenir plus tard.

### Affichez votre appartenance au collectif

Une affiche « Je fais partie d'un collectif » est mise à votre disposition sur la page des guides .

Vous pouvez l'afficher :

- dans votre atelier ;
- dans votre boutique ;
- sur votre stand pendant un marché ;
- lors d'un salon ;
- dans un point de vente partenaire.

Cette affiche permet d'expliquer que vous faites partie d'une démarche collective réunissant des professionnels locaux.

Pensez également à prendre une photo de l'affiche installée dans votre atelier, votre boutique ou sur votre stand, puis à la publier sur vos réseaux sociaux.

Vous pouvez par exemple accompagner la photo d'un message simple :

« Heureux de faire partie du collectif Le Bon et Beau du Coin, qui rassemble des créateurs, artisans et producteurs locaux de Bretagne et de Loire-Atlantique. »

Identifiez la page Le Bon et Beau du Coin dans votre publication. Je pourrai ainsi la repartager sur les réseaux sociaux de la plateforme et mettre en avant votre participation au collectif.

Cette publication permet à la fois de faire connaître votre boutique, de valoriser le collectif et de montrer à vos clients que vous participez à une démarche locale.

## **Chaque action compte**

Il n'existe pas une seule action qui apporte immédiatement beaucoup de visibilité.

C'est l'accumulation de petites actions qui produit progressivement des résultats :

- compléter soigneusement ses fiches produits ;
- partager le lien d'une nouveauté ;
- commenter la publication d'un autre vendeur ;
- parler du collectif pendant un marché ;
- ajouter l'adresse de sa boutique dans un e-mail ;
- afficher son appartenance au Bon et Beau du Coin.

Vous n'avez pas besoin de tout faire en même temps. Commencez par quelques actions simples, puis adoptez progressivement de nouvelles habitudes.

La visibilité du Bon et Beau du Coin dépend de la communication de la plateforme, mais aussi de l'implication de chaque membre.

Plus le site, les boutiques et les produits sont partagés, plus l'ensemble du collectif peut être découvert.