

Clustar.
**BUSINESS
CASE**



PIERRE CALVET

Club Med 



PIERRE CALVET



Depuis 5 ans, Clustaar et Club Med travaillent ensemble pour optimiser le SEO du tour-opérateur.

Nous avons pu interviewer Pierre Calvet, SEO International dans la BU International Marketing Technologic, poste partagé entre Business Europe, Afrique et France.

A l'arrivée de Pierre au sein de l'équipe Club Med, l'entreprise avait un besoin d'optimisation de sa visibilité organique par rapport à ses concurrents.

PAIN POINTS



Site internet intégralement en JavaScript



Trop peu de contenu hors marque (80% du trafic WordWide provient de la marque)

OBJECTIFS



Atteindre 50% de trafic marque, 50% de trafic hors marque



Mise en place du projet des 1500 contenus

LE PROJET DES 1 500 CONTENUS

" La genèse du projet date d'avant mon arrivée.

Nous avons commencé la création de contenu sur les pages de Destinations. Nous avons travaillé les pages Resorts mais elles n'étaient pas assez détaillées. Il y a d'abord eu la création des pages destinations, puis la création de pages voyages qui englobaient les resorts, circuits et croisières.

Et puis, nous voulions ensuite passer à la vitesse supérieure en multipliant nos contenus. C'est à ce moment que je suis arrivé chez Club Med.

Mon objectif était donc de faire monter Club Med sur des terrains sur lesquels nous étions absents. J'ai remarqué le champ de bataille sur le hors marque, il paraissait donc évident de créer du contenu intéressant tout en montrant nos activités proposées par destinations. Nous avons filtré la recherche selon les intérêts des utilisateurs et les recherches."

Résultats

- Croissance hors marque de 8%
- Sessions SEO : plus de 2000 sessions liées aux pages SEO du projet soit 4% d'augmentation

COMPARAISON
2020 VS 2019



Focus sur la période de production

Après avoir identifié ce qui manquait aux contenus, Club Med a créé une méthodologie pour mettre à jour les contenus au fur et à mesure.

" Nous avons fait intégralement confiance à Clustaar pour la sélection des sujets. Ils avaient une bonne compréhension du besoin avec l'historique et les différents échanges. "

L'équipe SEO de Club Med a eu 3 mois pour produire ces sujets et pour compléter toute cette matrice.

" On a pris du temps pour les catégoriser également pour y voir plus clair et optimiser leur maillage. "

La rédaction a été confiée à une agence de création de contenus et la partie vérification des contenus (title / meta description / alt tag images etc.) était prise en main par Clustaar.

Club Med a ensuite pu faire intégrer les contenus au site internet.

LA SUITE DU PROJET



Amélioration du système d'actualisation : Club Med ne propose pas toutes les activités d'un resort à un autre. Il faut alors s'assurer de la véracité des contenus et fournir à l'utilisateur la meilleure pertinence.



Modification du maillage : Club Med veut pousser son contenu le plus intéressant et stratégique en fonction de leurs objectifs et de la saison

Le fait marquant de Pierre Calvet

" La chose qui m'a le plus marqué sur les 1 500 contenus, c'est que nous sommes rentrés sur ce projet en ayant en tête que nous devons attendre un certain temps avant de nous positionner. Pourtant, l'un des premiers contenus « voyage de noce au Brésil » a cartonné dès le début en arrivant premier sur cette requête en une semaine. On n'oublie jamais sa première position ! "

CLUB MED ET LA CRISE DU COVID

"Au début, on ne savait pas vraiment comment s'adapter. Nous avons rapidement été mis au chômage partiel. Nous sommes donc rentrés dans la crise avec un dispositif pour sauvegarder les emplois tout en pensant à la reprise. Ce qui a résonné en interne était de se concentrer sur les projets pour cette reprise. Le SEO n'a pas fait partie des points à « économiser » en dehors de la période de freeze pendant le gros du Covid. C'est le budget sur lequel il y a eu le moins de coupes."

Nouvelle Disposition

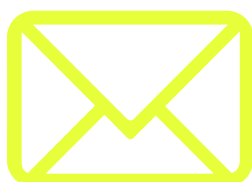
Suite à cette crise, Club Med a ouvert un poste de SEO à l'international et de façon plus centralisée.

Aujourd'hui, le tour-opérateur a identifié le besoin de créer davantage de postes sur ce canal d'acquisition en interne.



Vous avez un projet SEO ? Ou vous souhaitez une étude personnalisée de votre site internet ?

Contactez dès maintenant nos experts SEO !



: Alexandre.eyer@clustaar.com



: 4 Rue Tesson



: +33 6 50 44 43 86

Clustaar.