



**Comment Incremys a permis à Giphar de faire du SEO un canal business stratégique capable de challenger les géants du secteur de la santé sur le web ?**

## Chiffres clés

**+227%**

de sessions organiques entre 2020 et 2021

**+1K**

mots-clés positionnés en Top 3 Google en 24  
mois

**+ de 50K€**

par mois d'équivalence en paid media SEA  
économisé

# Challenge



## Présentation

Giphar, un groupement de pharmaciens d'officine français créé en 1968

1300 pharmacies sur toute la France.

2 domaines avec une logique drive-to-store :

- Un site de contenus d'experts santé au service du patient [pharmaciengiphar.com](http://pharmaciengiphar.com)
- Un site de marque de distributeur [laboratoire-giphar.fr](http://laboratoire-giphar.fr)

## Enjeux

### Enjeux

- Avec une **législation ne permettant pas de solliciter la patientèle commercialement**, le challenge consiste à attirer les internautes / patients en leur proposant **des articles sur des sujets de santé qui les intéressent et répondent à leurs interrogations.**
- Giphar attache une grande importance à la **qualité de contenus**, rédigés par des **experts santé et relus par des pharmaciens**. Ces contenus engagent la réputation du groupement et doivent permettre à Giphar de se positionner comme expert sur les sujets santé stratégiques à l'organisation.
- De nombreux **médias généralistes** sont présents sur ces sujets dans le moteur de recherche et à **priori difficiles à concurrencer**. De plus, **d'autres groupement de pharmaciens** (concurrents directs) possèdent également des sites internet et **sont présents sur le web.**
- Une **stratégie SEO** qui était à construire avec notamment un besoin **d'optimiser le temps alloué** à la définition de celle-ci.
- Pour finir, un besoin **d'optimiser le budget alloué** sur ce levier. Le challenge principal étant de choisir les bons mots-clés sur lesquels se positionner afin de **maximiser le retour sur investissement de la stratégie SEO.**

## Objectifs

01

**Mettre en avant l'expertise** des pharmaciens Giphar sur les **sujets sanitaires, et les services proposés en officine.**

02

**Accroître la notoriété et la visibilité** de Giphar pour in fine, inciter à utiliser le **store locator** et générer du **trafic en pharmacie.**

# Giphar témoigne



## Mélanie Dieu

Content Manager

“Quand on a démarré, on faisait un travail de fourmi en essayant d’identifier des thématiques qui pouvaient nous intéresser. On a mis en place des actions sans vraiment savoir quel était l’impact et le ROI était très faible. Avec Incremys, nous sommes capables d’identifier tout de suite les sujets prioritaires et leur potentiel SEO pour ne conserver que ceux capables de ranker et de mesurer les résultats des contenus produits.”



## Mélanie Dieu

Content Manager

"L'outil Incremys est vraiment très bien pensé et couvre tout le champ SEO, de la stratégie guidée par la donnée à l'industrialisation de la production de contenus de grande qualité et ce jusqu'au pilotage sur-mesure. En plus de ça, l'équipe Incremys est hyper humaine et très pédagogue !"

# Solution

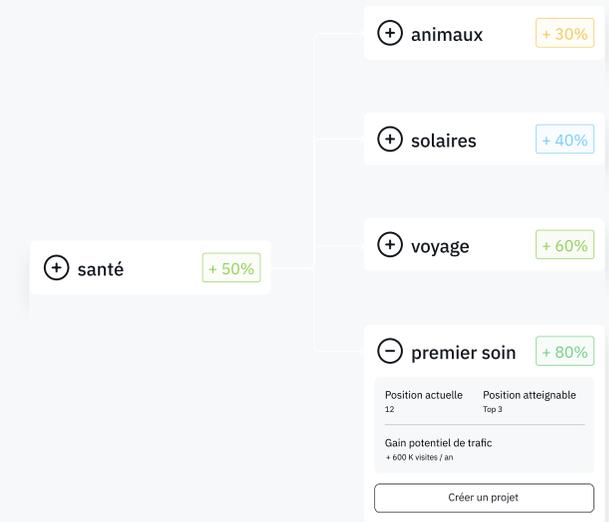
## Étape 01

# Optimiser la santé technique du site et accompagner à la refonte

Grâce à la plateforme Incremys, Giphar a pu obtenir une **vision à 360° des performances de son site**. Les fonctionnalités de **“cartographie des pages”** et **“priorités techniques”** ont permis à l’équipe de consulter une vue priorisée par l’impact des principales erreurs à résoudre pour gagner facilement des positions dans le moteur de recherche.

**Le module de “contribution” Incremys** analyse la performance initiale de l’ensemble des pages du site Pharmaciengiphar.com dans les résultats de Google, a permis de rationaliser les contenus initialement présents sur le site et in fine la compréhension du site par l’algorithme Google. Certaines pages ont été conservées car contributives à la performance SEO de GIPHAR en 1ère page ou 2ème page des résultats. D’autres ont été rationalisées car elles n’avaient aucun poids SEO et surtout, aucun intérêt stratégique marketing.

Au quotidien, cette **vue à 360° des performances du site** permet de repérer les opportunités sémantiques à saisir ainsi que les corrections techniques qui peuvent survenir dans la gestion quotidienne du domaine (corrections de balises, de titres, de méta descriptions...). Ces opportunités sémantiques et corrections techniques sont toujours automatiquement priorisées par Incremys afin de maximiser l’impact du trafic généré par les actions menées.



- ✓ Audit Technique
- ✓ Audit Sémantique
- ✓ Comportement utilisateurs

### Le critère de choix

“Grâce à la cartographie des pages sous l’angle du trafic potentiel généré, Giphar a pu retravailler une arborescence de site claire et pertinente pour maximiser son impact et améliorer sensiblement l’expérience utilisateur proposée à ses visiteurs.

## Étape 02

# Mettre en œuvre une stratégie data-driven

Après avoir rationalisé les contenus, assurer la bonne santé technique du site, la fonctionnalité d'analyse concurrentielle, couplée aux algorithmes statistiques d'Incremys, a permis d'identifier les sujets prioritaires à produire ou à retravailler, pour passer devant la concurrence et gagner des parts de marché dans les résultats organiques.

### L'objectif

**“Hiérarchiser et prioriser la création des contenus** en fonction du potentiel SEO, optimiser le temps de travail grâce à une vue simple des mots clés pertinents à travailler par rapport à la concurrence et accélérer sur les contenus à fort potentiel  
 Capturer l'audience et amener **Giphar en top position Google**  
**Démontrer en interne l'impact attendu** sur les visites générées sur le site et convaincre de la pertinence de ce canal d'acquisition

### Les bénéfices au quotidien

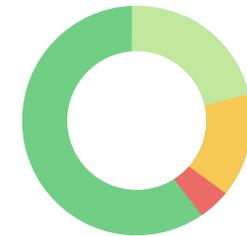
“Passer devant des géants de la santé sur le web, c'est possible ! Grâce aux fonctionnalités prédictives d'Incremys, on a réussi à se positionner dans les tops positions sur des thèmes très importants pour nous et le site Giphar a aujourd'hui une bonne autorité : c'est un cercle vertueux de travailler avec Incremys.”

Mélanie Dieu - Content Manager

Total volume : 217 000

Nb keywords: 34

Probability distribution



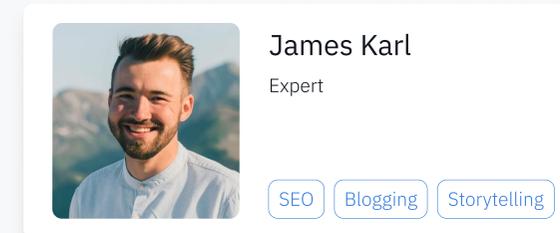
## Étape 03

# Industrialiser la production de contenus

Pour produire des **contenus de qualité en quantité**, Giphar s'appuie sur la **Content Factory Incremys**, composée de rédacteurs certifiés.

**Directement accessible depuis la plateforme en un clic**, la Content Factory se voit attribuer une centaine de contenus à produire chaque année pour faire exploser le trafic organique de Giphar.

Ces articles sont directement livrés au sein de la plateforme puis **relus et validés par le comité éditorial Giphar** (composé de pharmaciens et professionnels du secteur) avant publication sur le site.



# +100

articles publiés cette année  
dont la plupart positionnés en  
haut des résultats Google

### Résultats

- **Plus de 100 contenus sont publiés chaque année** avec un **niveau de qualité de contenus exceptionnel** puisque construits par la donnée et validés par des professionnels. Giphar possède notamment un grand nombre “d’extraits optimisés” présents au plus haut des résultats de Google.

Cette capacité de production permet aux équipes GIPHAR de se recentrer sur l'essentiel : proposer des contenus qui performant, génèrent du trafic sur le site et témoignent de l'expertise du groupement sur les sujets de santé liés au métier de pharmacien.

### Les bénéfices au quotidien

“Incremys est intuitif et simple à utiliser, même pour des non-initiés comme les pharmaciens Giphar. Un vrai gain de temps sur toute la chaîne de production !”

Mélanie Dieu - Content Manager

## Étape 04

# Centraliser l'accès aux résultats et prouver la rentabilité SEO

Pour permettre à l'équipe Giphar de piloter sa stratégie SEO par la donnée et mener à bien son plan d'action, tous les **reportings de performances** sont directement **intégrés** dans Incremys.

**Créés sur-mesure en fonction des métriques** pertinentes à suivre, le temps gagné quotidiennement par l'équipe Giphar n'est pas mesurable mais les équipes s'accordent à dire qu'il est très conséquent.

Le pilotage de la stratégie et de sa mise en œuvre est très largement optimisé : **les reportings sont détaillés** par projet, par types d'urls travaillés, par type de contenus publiés... pour assurer un suivi détaillé de ces données.

### Mes reportings

Mots clés / URL	Rédacteurs	Position
soin anti-âge <a href="https://www.giphar.fr/soin-anti-age">https://www.giphar.fr/soin-anti-age</a>		🏆 Position 0
huiles complexes <a href="https://www.giphar.fr/huiles-complexes">https://www.giphar.fr/huiles-complexes</a>		🏆 Top 3
electrosimulation <a href="https://www.giphar.fr/electr">https://www.giphar.fr/electr</a>		

Vous économisez

**+50K€** /mois

en utilisant moins de SEA

### Résultats

La stratégie SEO opérée par Giphar permet **d'économiser plus de 50 000 € / mois de paid media SEA**

# Résultats

## Résultats

La stratégie SEO opérée par Giphar permet d'économiser plus de 50 000 € / mois de paid media SEA

**+227%** de sessions organiques entre 2020 et 2021

**+1k** mots-clés positionnés en Top 3 Google en 24 mois

**+50K€** par mois équivalence en paid media SEA économisé

# Le SEO nouvelle génération commence ici

[incremys.com](https://www.incremys.com)

