

1. Trois mots-clés principaux avec justification :

- **sac à dos écologique** : correspond directement à l'activité ; pertinent et populaire.
- **sac à dos durable** : valorise l'aspect longévité, mot-clé connexe très recherché.
- **sac à dos en matériaux recyclés** : met en avant un argument écologique spécifique.

2. Variantes longue traîne :

- sac à dos écologique → **sac à dos écologique pour étudiant en ville**
- sac à dos durable → **sac à dos durable pour les randonnées**
- sac à dos en matériaux recyclés → **acheter sac à dos en matériaux recyclés pas cher**

Ces variantes répondent à des intentions de recherche plus ciblées et convertissent mieux.

3. Analyse de la concurrence (ex. : « sac à dos écologique ») :

En recherchant ce mot-clé :

- Les premiers résultats sont des grandes marques comme Patagonia ou Decathlon.
- Leur contenu est bien structuré avec des blogs, fiches produits, témoignages clients.
- Opportunité : peu de résultats ciblent spécifiquement les étudiants ou les femmes.

Conclusion : se différencier par un angle précis (ex. : usage urbain, cible jeune) permettrait de mieux se positionner.

4. Outil utilisé et méthode :

- **Google Search Console :**
 - Pour voir quels mots-clés amènent du trafic.
 - Identifier les pages avec un bon taux de clics mais une mauvaise position → à améliorer.
 - Suivre l'évolution des impressions/clics après modifications.

5. Action d'optimisation concrète :

Sur la fiche produit « Sac à dos urbain en bouteilles recyclées » :

- Ajouter dans le titre : « Sac à dos écologique urbain – Fait en bouteilles recyclées »
- Intégrer les mots-clés dans l'URL, la méta-description et les balises ALT des images.
- Ajouter une section FAQ avec des expressions longue traîne.