

Atelier Numérique pour professionnels du tourisme Terra Volcana

Fiche Google & Optimisation site web



CCI PUY-DE-DÔME
CLERMONT AUVERGNE MÉTROPOLE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

Programme



1. Comment créer et optimiser sa fiche Google

- Importance d'avoir une fiche Google
- Mettre en avant vos points de contact
- Avoir une vitrine attractive : utilisation des différentes possibilités des fiches Google (produits, actualités, services, FAQ etc.)
- L'importance de la gestion avis

2. Comment optimiser son site web – les composants du référencement naturel

- Les composants du référencement naturel
- Testez votre positionnement
- Importance du parcours visiteur et ergonomie mobile de votre site

Questions/réponses



1. Comment créer et optimiser sa fiche Google Business Profile



Focus sur le référencement local

Le référencement local, c'est aussi du référencement naturel.

Concrètement : quand on optimise le **référencement local** de son entreprise, on mène plusieurs actions pour **apparaître dans les résultats d'une recherche géolocalisée**.



Google en tête des moteurs de recherche

Les moteurs de recherche les plus utilisés en Janvier 2023 France

La part de marché de Google est de 93.12% en Janvier 2023, ce qui en fait le moteur de recherche le plus populaire et le plus utilisé - France



Google

93.12%



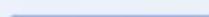
Bing

3.95%



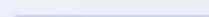
Ecosia.Org

0.64%



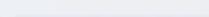
Yahoo

0.43%



DuckDuckGo

0.23%



Other

1.63%

Source : Similarweb – Janvier 2023



 Moteur de recherche →  Search Engine

- **Requête** : mots-clés utilisés pour interroger un moteur de recherche.
- **Page de résultats de recherche** (SERP = Search Engine Result Page) :
Page web qu'un moteur de recherche affiche en fonction de la requête saisie et qui présente un ensemble de liens.
- **Référencement naturel** (SEO = Search Engine Optimisation) :
Art de positionner un site ou une page web dans les premiers résultats naturels des moteurs de recherche.
- **Référencement payant** (SEA = Search Engine Advertising) :
Publicité sur les moteurs de recherche.



Une page de résultats de recherche Google

Requête

Liens vers le site web de la CCI

Fiche Google Business Profile

Google cci puy de dome

Images Sites de lieux Actualités Vidéos Logo Sites d'offres d'emploi Livres Finance

Tous les filtres Outils

Résultats pour Montjuzet, Clermont-Ferrand · Choisir une zone

CCI Puy-de-Dôme
https://www.puy-de-dome.cci.fr

CCI Puy-de-Dôme - Chambre de Commerce et d'Industrie du ...
La CCI Puy-de-Dôme est chargée de représenter les intérêts des entreprises (industriels, commerçants, prestataires de services) du.

- L'agenda de la création**
La CCI constitue le premier réseau d'appui à la création/reprise d ...
- Adresse**
Accessibility · CCI Puy-de-Dôme Clermont Auvergne Métropole ...
- Missions et fonctionnement**
La CCI est un établissement public qui représente et accompagne ...
- Votre formation ...**
Vous avez des projets de formation, CCI Formation Puy ...

Autres résultats sur puy-de-dome.cci.fr »

CCI Formation Puy-de-Dôme
https://www.cciformation63.com

CCI Formation Puy-de-Dôme | Organisme de formation
Cette formation obligatoire tous les deux ans vous permet d'actualiser vos connaissances et compétences en matière de secourisme au travail et de valider le ...

Annuaire | Service-Public
https://annuaire.service-public.fr · puy-de-dome

Chambre de commerce et d'industrie (CCI) 63 - Puy de Dôme

CCI Puy-de-Dôme
Site Web Itinéraire Enregistrer Appeler

4,2 ★★★★★ 30 avis

Chambre de commerce et d'industrie à Clermont-Ferrand

Adresse : 148 Bd Lavoisier, 63000 Clermont-Ferrand

Horaires : Ouvert · Ferme à 16:30

Téléphone : 04 73 43 43 43

Suggérer une modification · Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?

Événements à venir

lun. 26 févr. 12:00 Gardez le lien avec vos clients...

Questions et réponses
Afficher toutes les questions (5) Poser une question

Envoyer sur votre téléphone Envoyer



Référencement local : de quoi parle-t-on ?



Toutes les techniques
qui permettent
d'améliorer votre visibilité
dans Google au niveau
local.



Parmi ces techniques :

La création d'une fiche
Google Business Profile

Un bon référencement local permet d'apparaître dans les **résultats locaux**.

Ces résultats locaux s'affichent lorsqu'une requête :

- intègre une **destination** / un **lieu**
- désigne un établissement **physique**

NB : Google propose par défaut une liste de résultats à proximité de soi

🔍 boulangerie lyon

Recherche Google

J'ai de la chance



Le référencement local, c'est si important ?

OUI !



Les internautes **recherchent de plus en plus** des services / commerces de proximité.



Google **utilise la localisation** des internautes pour **adapter ses résultats à leur position**.



C'est un moyen efficace d'être **visible** et **attirer l'attention** de nouveaux clients.

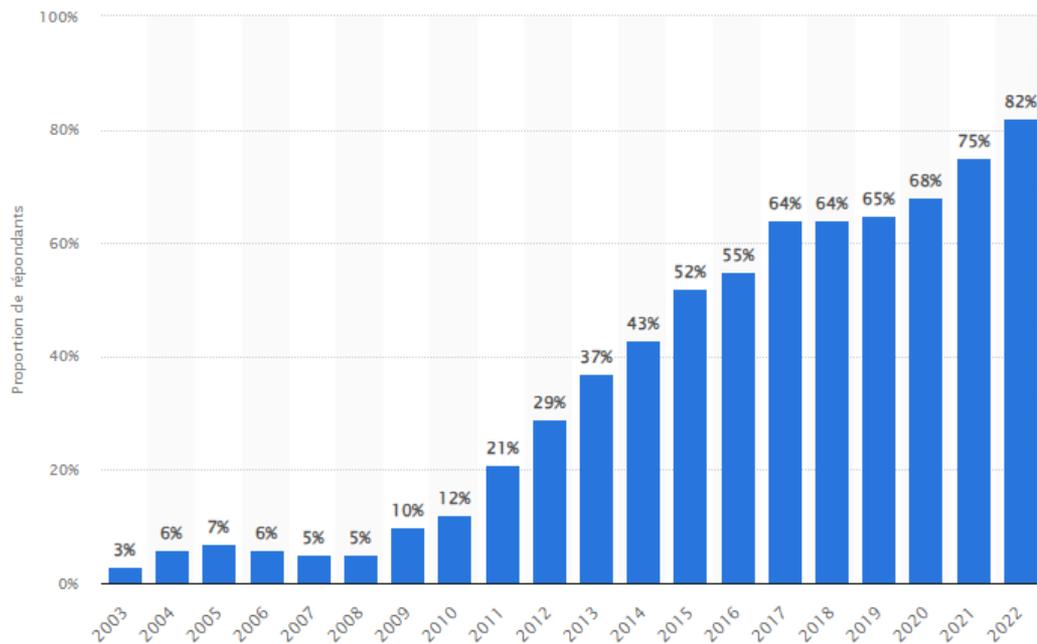


30% des recherches effectuées sur Google, à propos d'une **enseigne locale**, aboutissent sur un acte d'**achat** en moins de 24h.



Le référencement local : indispensable à l'ère du « mobile-first »

Part de la population accédant à Internet sur téléphone mobile en France de 2003 à 2022



L'enjeu

Vous rendre visible auprès des internautes qui utilisent leur mobile !



Comment apparaître localement sur Google ?



Les critères de positionnement dans les résultats locaux

- **Pertinence** par rapport à la **requête** saisie. Google reprend les informations présentes sur la fiche Business Profile (titre, description, coordonnées, etc.).
- **Importance** : niveau de **popularité** de l'établissement (avis, liens...). Google prend également en compte la notoriété de l'établissement dans le monde réel (ex : musée).
- **Distance** : **proximité** entre le lieu recherché et la position de l'internaute.

Procéder par étapes :

- Créer une fiche professionnelle sur Google Business Profile
- Optimiser votre site web pour le référencement local
- Inscrire votre entreprise sur des annuaires en ligne
- Récouter des avis clients sur Internet





La fiche Google Business Profile

L'outil fonctionne comme une sorte de « **carte d'identité** » en ligne de votre entreprise.

Pour les fiches touristiques (hôtellerie et restauration notamment), GBP propose des fonctionnalités plus avancées : prise de rendez-vous, réservation chambres, passer une commande, réserver une table, consulter le menu...



Anatomie d'une fiche Google Business Profile

Photos du propriétaire et/ou des internautes

Aperçu de Google Maps

Liens externes

Avis

Coordonnées & horaires

Produits

Les Belles de Savon

Site Web Itinéraire Enregistrer Appeler

4,5 ★★★★★ 25 avis Google

Artisanat à Queuille

Adresse : 3 bis avenue du Méandre, 63780 Queuille

Horaires : Fermé ·ouvre à 14:00 jeu. · Plus d'horaires

Téléphone : 06 77 40 50 56

Suggérer une modification ·
Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?

Produits Tout afficher

Crème déodoran... 14,00 €

Crème déodoran... 14,00 €

Crème déodoran... 14,00 €



Seul prérequis
Avoir un compte Google

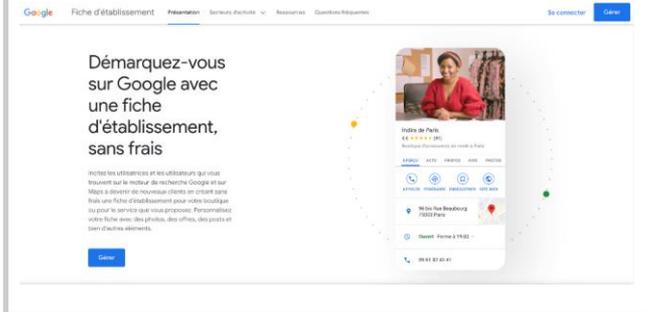
- Un service internet **gratuit**, destiné aux propriétaires d'entreprises.
- L'annuaire de Google, associé au service Maps
- Permet de gérer la présentation et les informations de votre établissement **dans les résultats locaux**.



Comment utiliser Google Business Profile ?

Depuis votre navigateur web

A l'adresse : <https://www.google.com/business/>



Depuis l'application mobile

Disponible gratuitement sur Google Play et sur l'App Store

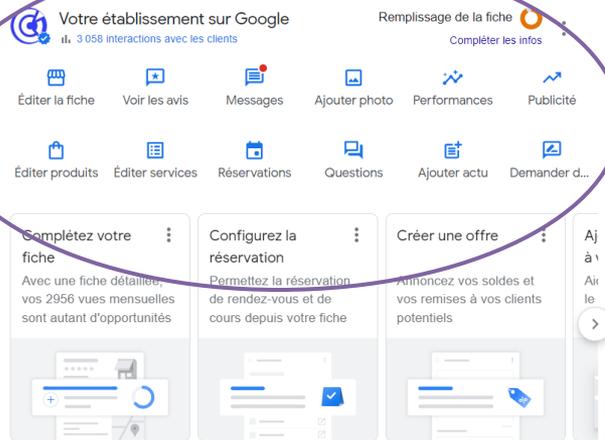




Nouvelle présentation

Si vous possédez un seul point de vente, la gestion de votre fiche se fera principalement directement via **Google Search et Google Maps**. Adieu l'application mobile **Google My Business**, il vous suffit de rentrer le nom de votre enseigne dans la recherche Google afin de, via la page de résultats, avoir accès aux options de modification de votre fiche.

Modification fiche



Seuls les administrateurs de cette fiche peuvent voir ces informations





Pour commencer :

1. Assurez-vous d'avoir un compte Google
2. Rendez-vous sur <https://www.google.com/business/>

Google My Business



Google Business Profile



Quelques conseils pour une fiche efficace



La règle d'or

Plus votre fiche sera complète, mieux elle sera classée parmi les recherches



Il faut penser à :

- Une description précise de votre activité
- Vos avantages concurrentiels (parking gratuit, wifi visiteur, ouvert le dimanche...)
- Des photos
- Mettre à jour vos horaires d'ouverture

Les commentaires clients auront le plus d'impact !

- Incitez vos clients à poster leurs avis
- Veillez à leur répondre régulièrement



Plusieurs possibilités

Rechercher et gérer votre établissement

Q Entreprises

- Entreprises**
Créer un établissement de ce nom
- Entreprises TARDY**
Chemin du Vieux Moulin, Tassin-la-Demi-Lune
- Entreprises & Numérique**
Passage Panama, Lyon
- entreprises export**
Rue de Trion, Lyon
- Entreprises Habitat Immobilier**
Boulevard des Canuts, Lyon

Le Court-Circuit
4.4 ★★★★★ (172)
16, Bis Place de la Victoire, 37000 Tours, France

← Quel est le nom de votre établissement ?

Nom de l'établissement

Entreprises

En continuant, vous acceptez les [Conditions d'utilisation](#) et les [Règles de confidentialité](#) suivantes

Suivant

← Cette fiche a déjà été revendiquée

Cette fiche a déjà été validée par **de...@gmail.com**. Si cette adresse e-mail vous appartient, veuillez suivre les instructions du [guide de récupération de compte](#).

Si vous souhaitez toujours ajouter cette fiche à votre compte, vous pouvez en demander l'accès au propriétaire actuel. [En savoir plus](#)

Si vous voulez mettre à jour les informations de cette fiche sur Google, vous pouvez également nous [signaler un problème](#). Ce dernier sera ainsi examiné plus rapidement.

Demander l'accès



3 possibilités

← Cette fiche a déjà été revendiquée

1

Cette fiche a déjà été validée par **de...@gmail.com**. Si cette adresse e-mail vous appartient, veuillez suivre les instructions du [guide de récupération de compte](#).

2

Si vous souhaitez toujours ajouter cette fiche à votre compte, vous pouvez en demander l'accès au propriétaire actuel. [En savoir plus](#)

3

Si vous voulez mettre à jour les informations de cette fiche sur Google, vous pouvez également nous [signaler un problème](#). Ce dernier sera ainsi examiné plus rapidement.

[Demander l'accès](#)

1

Vous l'avez déjà créée avec votre compte Google, il vous suffit de **vous reconnecter**.

2

Quelqu'un l'a créé pour vous. Vous pouvez **demandeur un accès au propriétaire actuel**.

3

Si l'établissement ne vous appartient pas, vous pouvez quand même **demandeur une mise à jour des informations**.



Comment revendiquer un établissement

Plusieurs moyens pour accéder à la page de revendication de l'établissement :

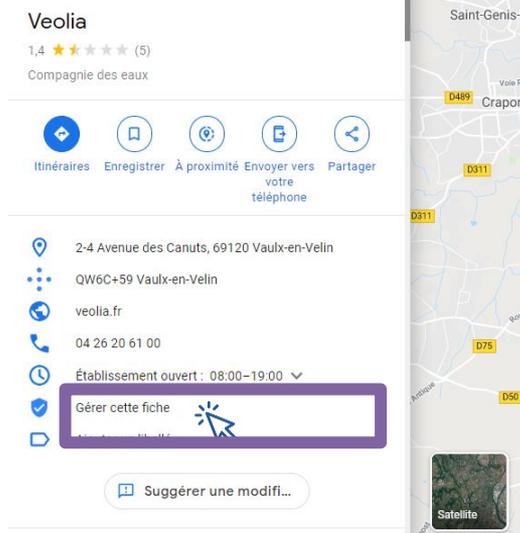
Depuis le site Google Business Profile

Rechercher et gérer votre établissement

Q Saisissez le nom de l'établissement



Depuis les résultats Google Maps



Depuis les résultats de recherche





L'étape indispensable : valider la propriété

Sélectionner une méthode de validation

Pour représenter cette entreprise sur Google et bénéficier de toutes les fonctionnalités de gestion, vous devez confirmer qu'elle vous appartient.

Sélectionnez le mode d'envoi de votre code de validation. [En savoir plus](#)



04 70 45 03 92

Recevoir maintenant votre code par appel automatique à ce numéro (soumis aux tarifs standards)

Appel

Langue

français ▼



Courrier postal

Recevoir votre code par courrier à cette adresse

Délai de réception : jusqu'à 5 jours

Nom du contact

Courrier postal

La Boulange

Rue Saint-Vincent, 03000 Neuvy, France



Faire valider plus tard

Vous ne pouvez pas gérer votre fiche tant qu'elle n'a pas été validée

Plus tard

Pour devenir propriétaire, vous devez recevoir un code de validation :

- Par **téléphone** (validation immédiate), à condition que le numéro qui figure sur la fiche soit le vôtre.
- Par **courrier postal**, à l'adresse de l'établissement. Délai moyen : 1 semaine.

Attention, ce code n'est valable que pendant 30 jours !

Mon établissement existe-t-il déjà sur Google Maps ?

Oui

Non

La fiche a déjà été
revendiquée

La fiche n'a pas
de propriétaire

Je crée l'établissement sur <https://www.google.com/business>

Demander l'accès

Revendiquer
l'établissement

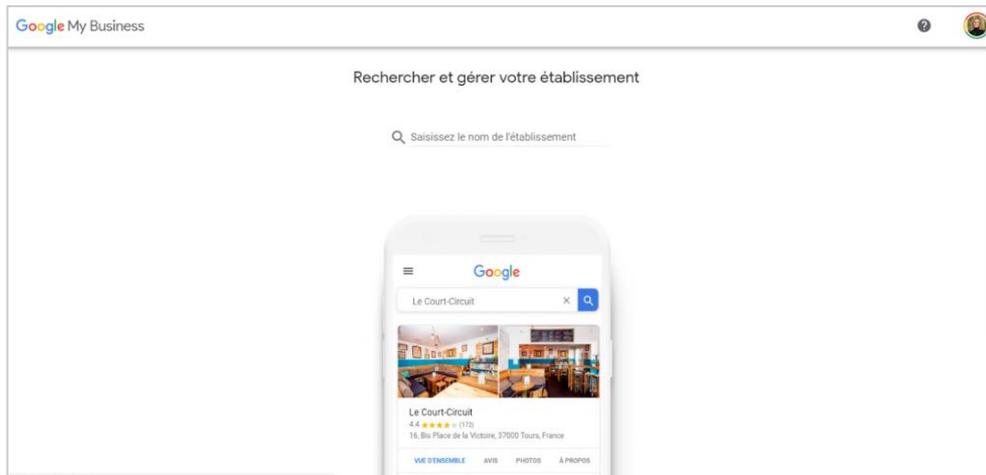
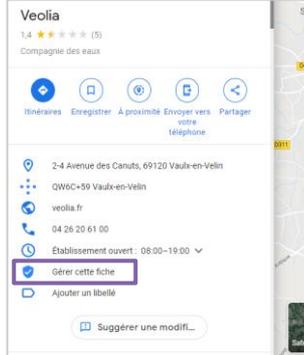
← Cette fiche a déjà été revendiquée

Cette fiche a déjà été validée par de...@gmail.com. Si cette adresse e-mail vous appartient, veuillez suivre les instructions du [guide de récupération de compte](#).

Si vous souhaitez toujours ajouter cette fiche à votre compte, vous pouvez en demander l'accès au propriétaire actuel. [En savoir plus](#)

Si vous voulez mettre à jour les informations de cette fiche sur Google, vous pouvez également nous [signaler un problème](#). Ce dernier sera ainsi examiné plus rapidement.

[Demander l'accès](#)





Renseigner un maximum d'infos



Produits

Ajouter ou modifier des produits



Services

Ajouter un service



Points forts

Ajouter des attributs

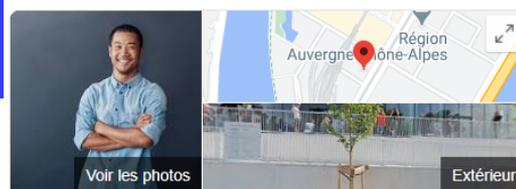
Santé et sécurité

Ajouter des attributs

Services disponibles

Rendez-vous en ligne

Services sur place non disponibles



Entreprises & Numérique

ene

Site Web Itinéraire Enregistrer Appeler

4,7 ★★★★★ 38 avis Google

Services aux entreprises à Lyon

✓ Rendez-vous en ligne · ✗ Services sur place

Situation : King Charles

Adresse : Campus Région du Numérique, 11 Passage Panama, 69002 Lyon

Vous y étiez en février

Horaires : Fermé · Ouvre à 09:00 (ven.)

Téléphone : 04 37 64 46 10

Rendez-vous : ene.fr

Suggérer une modification · Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?

Infos de cet établissement (COVID-19)

ene Entreprises & Numérique sur Google

Nos locaux sont fermés au public mais nous restons disponibles par téléphone, par email et en visio-conférence. À bientôt !

3 nov. 2020

Appeler



Collecter des avis clients

← Recueillez plus d'avis



Donnez à vos clients un lien pour évaluer votre établissement sur Google

Les avis permettent de gagner la confiance des clients, et aident la fiche de votre établissement à se démarquer dans la recherche et sur Maps

E-mail

WhatsApp

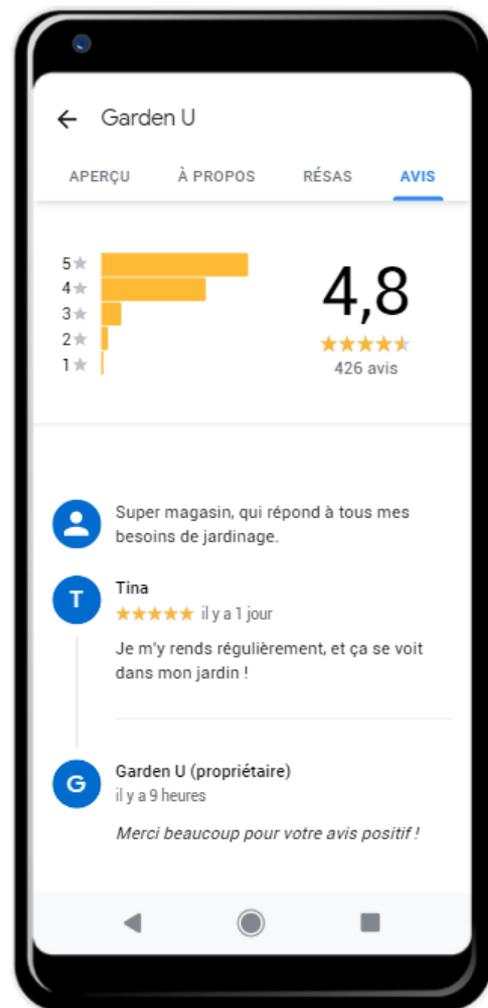
Facebook

Lien de l'avis

<https://g.page/r/CQ98fYKBitqIEBM/review>



[En savoir plus](#) sur les bonnes pratiques pour demander l'avis des clients et gérer les avis négatifs





Collecter des avis clients

⚠ Depuis peu, lorsque vous cliquez sur le lien "Avis" sur une fiche Google My Business, le moteur de recherche n'agit plus de la même façon.

Au lieu de vous montrer uniquement les avis laissés dans votre fiche Google, **le moteur de recherche déclenche une recherche "Entreprise + avis"** avec une interface dédiée qui mélange différentes sources d'avis et qui affiche ensuite une liste de résultats naturels.

Dans certains cas, il peut même n'afficher que des résultats naturels classiques.



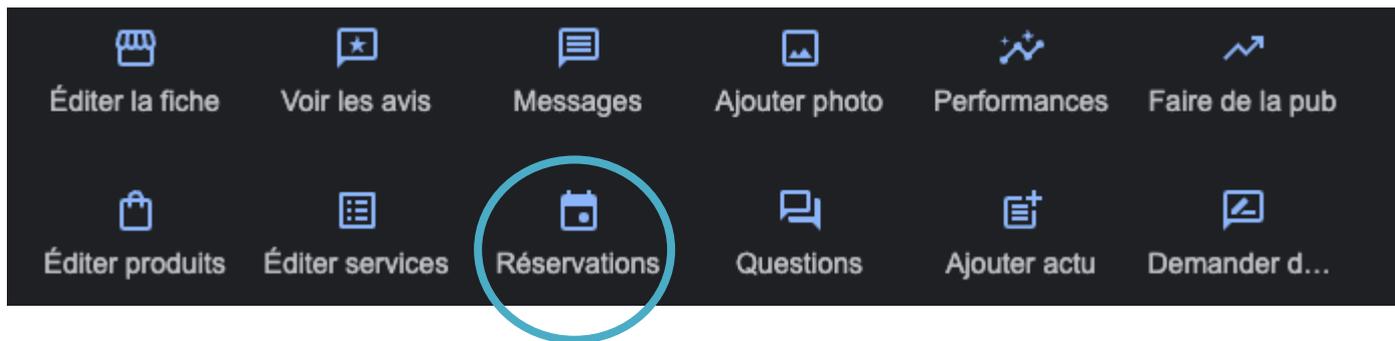


Comment fonctionne-t-elle ?

Il faudra tout d'abord **activer** cette fonctionnalité dans le tableau de bord

Les administrateurs auront alors la possibilité d'intégrer dans cet onglet :

- Un lien de commande **depuis leur site**
- Un lien vers un **fournisseur tiers**





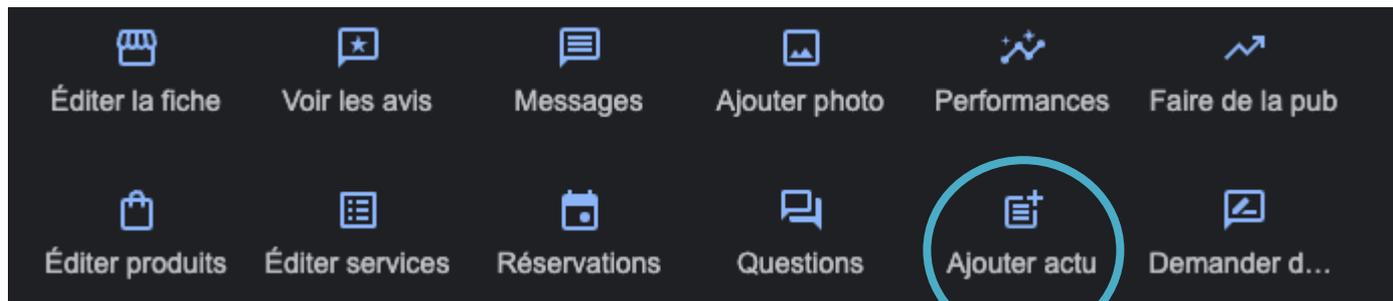
Publication de posts Google

Les **Google Posts** permettent à Google Business Profile de se positionner sur la **diffusion** de contenus chauds et d'**actualité**. Exactement comme ce que propose Facebook avec son « **fil d'actualité** » pour les pages locales.

Cela donne un côté « social » supplémentaire aux fiches d'établissement. Et c'est un moyen efficace pour les marques d'engager leurs clients potentiels dès le moment de leur recherche sur le Web.

Il existe **3 types** de Posts différents :

- **Nouveautés**
- **Offres**
- **Evénements**
- **Produits / Services**





Publication de posts Google



Les Belles de Savon

Site Web Itinéraire Enregistrer Appeler

4,5 ★★★★★ 25 avis Google

Artisanat à Queuille

Adresse : 3 bis avenue du Méandre, 63780 Queuille

Horaires : Fermé · Ouvre à 14:00 jeu. · Plus d'horaires

Téléphone : 06 77 40 50 56

Suggérer une modification ·

Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?

Produits

Tout affic



Crème déodoran...
14,00 €



Crème déodoran...
14,00 €



Crème déodo...
14,00 €



Huile précieuse corps ...



Crème déodorante Ro...



Crème déodorante à O...

Les Belles de Savon

06 77 40 50 56

3 bis avenue du Méandre, Queuille

Afficher tous les produits



Crème déodorante Meringue Vanille

14,00 €

Crème déodorante à appliquer aux doigts, naturelle et végane, très efficace et douce pour une protection optimum. Format économique

Commander en ligne

Autres produits de cette catégorie

Avis

Donner un avis

Ajouter une photo

25 avis Google

Les avis ne sont pas vérifiés

Source : Les Belles de Savon

"Bienvenue à la savonnerie du méandre et son point de vue unique. Dans une atmosphère rétro, inspirée de la Belle Époque et de l'essor du thermalisme, Les Belles de Savon vous accueillent dans leur atelier-boutique. Sur place, fabrication de savons... Plus



Les Belles de Savon sur Google

Fermeture de la savonnerie pour congés. Je serai absente du 31 Aout au 15 Septembre. La boutique en ligne reste ouverte mais vos commandes seront traitées par ordre d'arrivée et dès mon retour. Prévoyez donc un délai supplémentaire pour leur expédition. Et pensez à nos...

24 août 2023

Commander en ligne



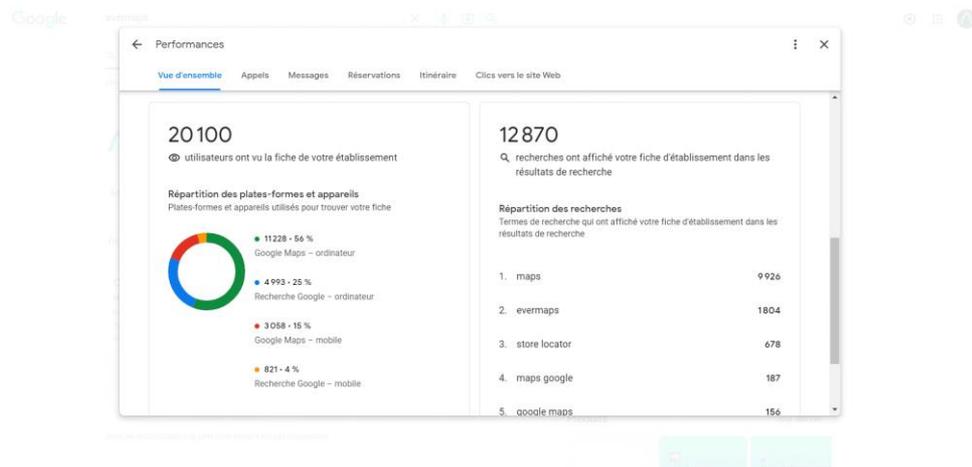
CALENDRIER DES ATELIERS

La saison des ateliers 2023 est ouverte !!!! Il y en aura pour...

31 mai 2023

En savoir plus

- Le **tracking** des **Call to Actions** (site web, itinéraires, téléphone)
- Recherches **Search** vs. Recherches **Maps**
- Recherches **Search Desktop / Mobile** et recherches **Maps Desktop / Mobile**
- Nombre de **vues des fiches**
- Réservations : le nombre de **réservations reçues**
- Commande de repas : le nombre de **commandes reçues**
- Conversations : le nombre de **messages reçus**
- Répartition des recherches : les **termes de recherche** qui ont affiché votre fiche d'établissement dans les résultats de recherche





← Ajouter actu



Ajouter actu

Publiez des actualités sur Google pour tenir vos clients informés



Ajouter une offre

Créez une offre et attirez les clients dans votre établissement



Ajouter un événement

Informez vos clients sur les événements que vous organisez



← Ajouter actu



Ajouter une description

Ouverture exceptionnelle de la boutique ce dimanche, de 9 h à 17 h



66 / 1500



Ajouter des photos

1 / 10

Ajouter un bouton (facultatif)

En savoir plus



Lien de votre bouton*

<http://www.ensavoirplus.com>

(Exemple : google.fr)

Aperçu

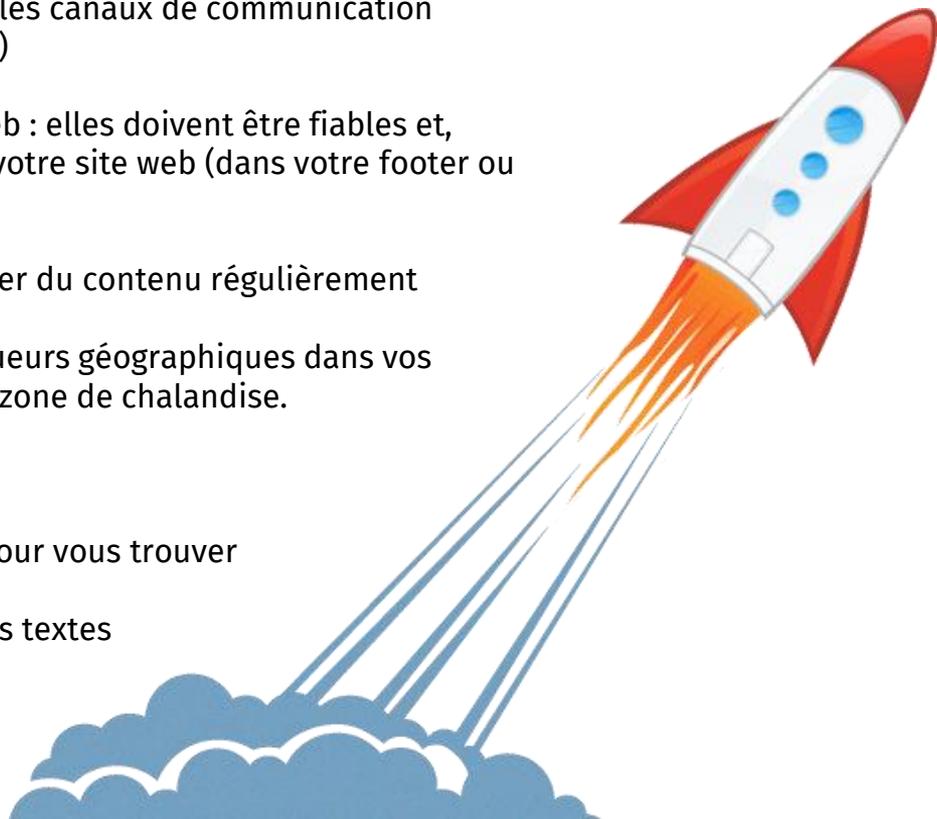
Post



Booster le référencement de sa fiche

La cohérence est la clé
du référencement local

- **Uniformiser** son nom et ses coordonnées sur tous les canaux de communication (réseaux sociaux, annuaires, sites de partenaires...)
- **Mettre en avant vos coordonnées** sur votre site web : elles doivent être fiables et, idéalement, apparaître sur chacune des pages de votre site web (dans votre footer ou bas de page)
- **Faire vivre** la fiche : mettre à jour les infos et publier du contenu régulièrement
- Utiliser des **mots-clés localisés** : inclure des marqueurs géographiques dans vos mots-clés – à vous de choisir en fonction de votre zone de chalandise.
Ex. : « Coiffeur visagiste Lyon 7^{ème} »
- Utiliser des **mots-clés stratégiques** :
 - Réfléchir aux **mots et expressions requêtés** pour vous trouver
 - Consulter les fiches de vos concurrents
 - Intégrer ces mots et expressions clés dans vos textes
Ex. : « Réfection fauteuil cuir Lyon »



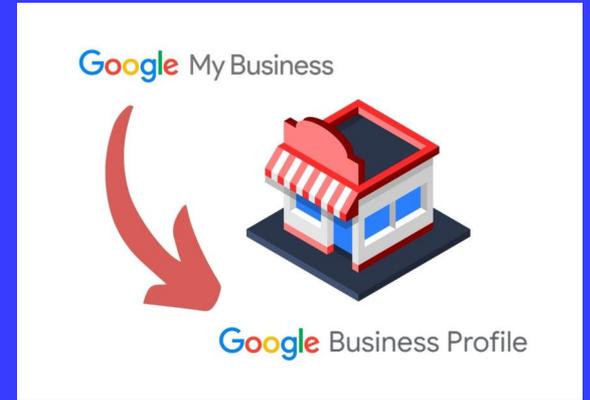


La check-list pour bien configurer une fiche My Business

- ✓ Faire **valider** sa fiche
- ✓ Bien définir son nom et ses **coordonnées**
- ✓ Choisir une (ou plusieurs) **catégorie(s)**
- ✓ Définir les **horaires** d'ouverture
- ✓ Compléter la **description**
- ✓ Ajouter un **lien** vers son site web
- ✓ Soigner la qualité des **visuels**
- ✓ Récolter et gérer les **avis** clients
- ✓ Ajouter vos **services** ou **produits**.
- ✓ **Rédiger des posts** régulièrement



Des questions ?



2. Comment optimiser son site web

les composants du référencement naturel



Les composants du référencement naturel

1. Identifier ses mots clés
2. Balisage Hn du site web : niveaux de titres
3. Balises meta : titres et descriptifs sur Google
4. Maillage interne du site : parcours visiteur
5. Balise alt des images : renommer les images
6. Optimiser ergonomie mobile du site
7. Optimiser temps de chargement des pages
8. Liens externes ou backlinks
9. Check de son positionnement via Ubersuggest

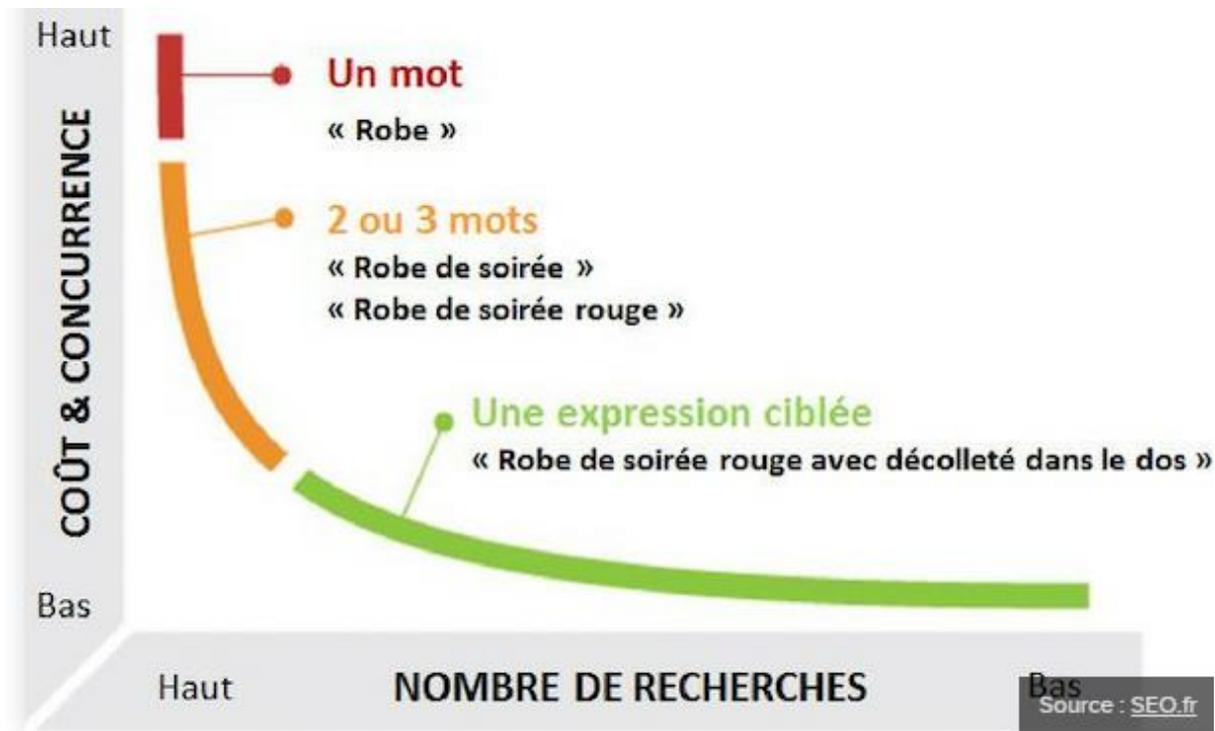




Bien identifier vos mots clés/requêtes en fonction des pages de votre site

Rappel du principe de la longue traîne :

Les 10 premiers mots clés génériques génèrent 30% du trafic et les 70% recherchent par des requêtes plus précises.





Bien identifier vos mots clés/requêtes en fonction des pages de votre site

Utilisez **les suggestions de Google** pour connaître les mots clés/requêtes recherchés ou les recherches associées pour constituer votre champ lexical.

Cet outil vous permettra de faire votre choix ou vous orienter vers des requêtes que vous ne pensiez peut être pas utilisées mais qui peuvent vous donner de la visibilité.





Mémo

La structure d'un contenu web

ESSENTIEL



DETAIL

Promesse éditoriale

Corps du texte

! Pensez à insérer du contenu multimédia !

Conclusion

Titre article

Accroche ou chapô

Titre paragraphe

Premier paragraphe

Titre paragraphe

Deuxième paragraphe

Appel à l'action



Balisage Hn de vos pages

COMMENT BIEN ÉCRIRE POUR LE WEB ?

Les derniers changements de technologies et d'algorithmes de Google et les [moteurs de recherche alternatifs](#) à Google (Bing, Yahoo!, Qwant) tendent vers une nouvelle manière de faire de la rédaction web. Bien écrire pour le web implique une adaptation dans le fond et la forme.

RÉPONDRE À LA REQUÊTE DES INTERNAUTES

Google et les autres moteurs de recherche souhaitent apporter une nouvelle manière de naviguer et s'améliorent chaque jour en ce sens. Un moteur de recherche tend de plus en plus à répondre à une requête d'un internaute plutôt que d'afficher des pages web qui parlent d'un sujet plus ou moins précis.

Pour la rédaction web, cette nouvelle approche implique de devoir apporter des réponses directes et simples aux requêtes que les internautes pourraient formuler. Il convient de se préoccuper des requêtes génériques à fort volume mais aussi des [requêtes longue traîne](#). Les questions et les listes sont d'excellents moyens d'atteindre la première page voire la première position pour longtemps. En facilitant le travail de Google, vous facilitez le travail de l'internaute !

L'INTENTION COMPTE PLUS QUE L'EXACTITUDE DANS LES MOTS CLÉS

En 2018, votre stratégie de rédaction doit prendre en compte l'intention de l'internaute plus que sa requête exacte. Le [Googlebot](#) et les autres moteurs de recherche sont capables de comprendre le sujet de votre page web avec une plus grande compréhension.



Titre article

Accroche ou chapô

Titre paragraphe

Premier paragraphe

Titre paragraphe

Deuxième paragraphe

Appel à l'action



Balisage Hn de vos pages

Veiller à la bonne chronologie du titre principal de votre page web et des sous-titres.

- On doit toujours suivre l'ordre titre 1 (ou en-tête 1 ou h1), titre 2, 3 ...
- On peut avoir plusieurs titres 2, 3, 4, ..., mais un seul titre 1
- Le titre 1 doit contenir la requête principale de la page (« dénominateur commun » avec URL et balise Title)

Pour vérifier vos niveaux de titres, utilisez l'extension Chrome [META SEO Inspector](#)



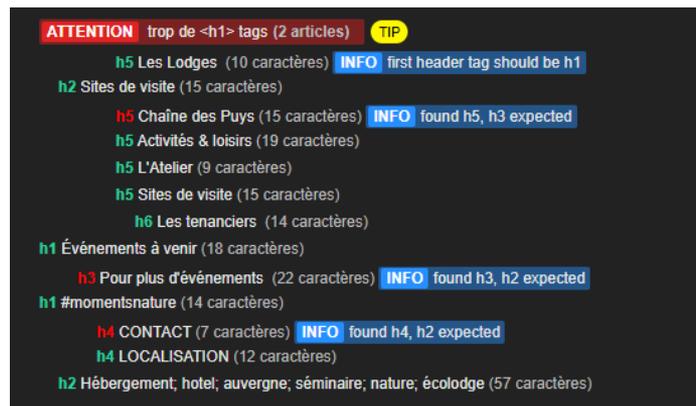
META SEO inspector



www.omiod.com



Sélection



Pour mettre en avant d'autre mots clés dans vos pages > utiliser la mise en gras (= balise strong pour Google)



Balisage meta

Ecrire pour le Web en 2018 : Quelle boîte à outils idéale ? - Decode ...

<https://www.frenchweb.fr> > Data Room > Analyse ▾

On apprend alors dans les livres et dans les formations à bien **écrire sur le Web**, à réussir son site Web en structurant avec des mots finement choisis ses pages ...

- Veiller à personnaliser pour chacune des pages de votre site ou chacun de vos produits les balises meta
- Balise titre < 60 caractères
- Meta description < 150 caractères

⚠ **Nouveauté 2024** l'importance des méta-descriptions est remise en question par Google : Google recommande à présent des méta-descriptions qui fournissent « **un résumé précis** » du contenu de la page.

Méta-données :

- Title
- Description
- URL (adresse de la page)

Contenu :

- <H1> titre
- <p> Chapô : résumé de la page
- <H2> sous titre
- <p> Paragraphe de texte
- <H2> sous titre
- <p> Paragraphe de texte
- ...

Ecrire pour le Web en 2018 : Quelle boîte à outils idéale ?

Par Jean-Luc Raymond, expert Transformation numérique des TPE/PME et social media

- 27/08/2018

7 minutes de lecture



Facebook 58 LinkedIn Twitter 54

Il y eut un temps où l'écriture Web faisait le bonheur du questionnement des spécialistes et prospectivistes incarnés du Web. Cette période déjà bien lointaine où l'image ne dominait pas les espaces en ligne et les textes se glissaient aisément et invariablement au cœur des blogs. Le début des années 2000 où ce monde incertain avançait naïvement sans publicité croyant que l'expression individuelle allait dominer la planète. Il y avait la Presse en ligne d'un côté et de l'autre, cette impressionnante et vibrante expression qu'aucune frontière d'octets ne semblait arrêter.

L'âge d'or des blogs

On apprend alors dans les livres et dans les formations à bien écrire sur le Web à réussir son site Web en structurant avec des mots finement choisis ses pages Web. Le graal est de se retrouver dans les listes figurant sur d'autres blogs : on découvre les écrits Web par rebond : l'hyperlien relie vraiment les écrits.

Des médias et professionnels qui finissent par dévorer les blogs

Dès le milieu des années 2000, la révolution concomitante des systèmes de gestion de contenus (CMS) et l'arrivée des champs de commentaires a pris le pas sur cet idéalisme forcené, moment clé de la professionnalisation d'une foye de blogs et de l'arrivée des marques comme partenaires et patrons. Ce petit monde voit l'arrivée du billet sponsorisé au cœur des écrits.

Il y a eu aussi les médias professionnels qui ont dévoré les blogs...

Veiller au maillage interne du site





Optimiser le parcours du visiteur en le guidant au fil des pages, en ajoutant des boutons « d'appel à l'action » : pour le guider d'une page à l'autre du site web

- Exemple on est sur la page d'accueil, on le guide vers une catégorie de produit ou de service
 - Pour un site ecommerce on guide ensuite vers le panier / produits associés ou additionnels / finalisation de la commande
 - Pour un site vitrine on guide vers les détails du service puis vers la prise de contact (numéro de téléphone avec lancement de l'appel ou téléchargement de document ou formulaire de contact)



Bien renseigner le champ texte alternatif pour vos images

Pour que Google comprenne ce qu'il y a dans votre image ou que vous ressortiez sur une recherche dans les résultats dans l'onglet « Images » il faut renseigner comme une « légende » le champ « **Texte Alternatif** » ou « **Balise alt** » de vos images.



Téléversé le : 29 août 2022
Téléversé par : [Didacil Ouedrao](#)
Téléversé vers : [Le site de mon site](#)
Nom du fichier : IMG_2332-moi-raed-ouedrao
Type de fichier : image/jpeg
Taille du fichier : 222 Ko
Dimensions : 1020 pixels par 2560
Image d'origine : [IMG_2332-moi-raed-ouedrao](#)

Texte alternatif Profitez de la rentree pour se démarquer jusqu'au bout des pie...
Appuyez sur la touche Alt de votre clavier pour voir le contenu de l'image.

Titre Profitez de la rentree pour se démarquer jusqu'au bout des pie

Légende

Description

URL du fichier : https://mehasseur.com/wp-content/uploads/2022/08/IMG_2332
Copier l'URL dans le presse-papiers

Les champs obligatoires sont indiqués avec *

Vidéo

Ajouter YouTube / Vimeo URL

Instagram Ce média n'est pas pris en charge.

Paramètres ? X

Lorsqu'on clique sur l'image :
Un lien s'ouvre

À quoi connecte l'image ?
BOUQUET DE FLEURS RIOM

Texte de l'infobulle

Ajouter une infobulle

Reformatage de l'image

Garder les proportions

Les moteurs de recherche ainsi que les outils d'accessibilité ne peuvent pas voir les images mais peuvent déchiffrer le texte Alt. Ajoutez une description pour améliorer le référencement et l'accessibilité de votre site.

Que contient l'image ? Dites-le à Google...
bouquet de fleurs riom

Texte de l'infobulle

Ajouter une infobulle

Reformatage de l'image

Garder les proportions

Bouquet de fleurs



Optimisez l'ergonomie mobile du site

Testez votre site sur mobile et corrigez les anomalies.

En principe le mobile correspond à 80 ou 90% du trafic de votre site web.





Optimisez le temps de chargement des pages

Pour tester votre site : [Google page speed insight](#)

- Saisir l'URL de la page à tester
- Check de la note sur mobile (tendre à minima sur score entre 50 et 89) et sur desktop (tendre à minima sur score entre 90 et 100)
- Check des leviers d'action proposer par l'outil



Performances

Les valeurs sont estimées et peuvent varier. Le [calcul du score lié aux performances](#) repose directement sur ces statistiques. [Affichez la calculatrice.](#)

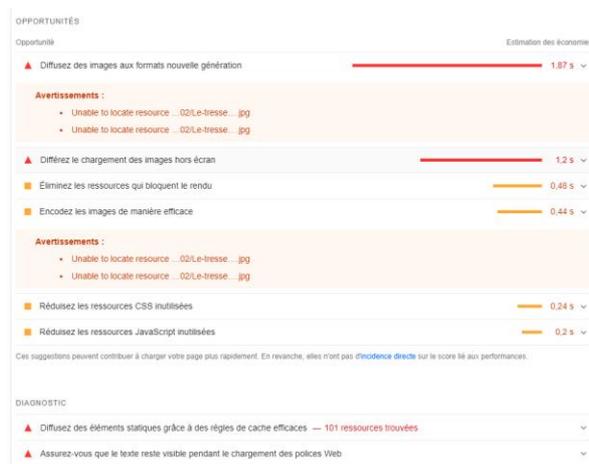
▲ 0-49 ■ 50-89 ● 90-100



Performances

Les valeurs sont estimées et peuvent varier. Le [calcul du score lié aux performances](#) repose directement sur ces statistiques. [Affichez la calculatrice.](#)

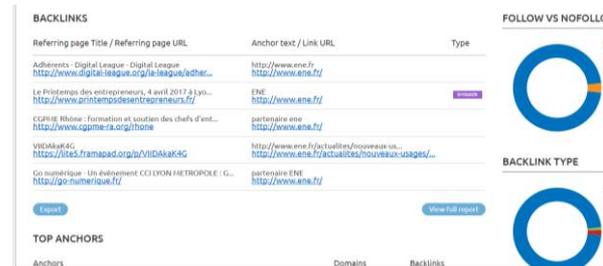
▲ 0-49 ■ 50-89 ● 90-100



- Les liens pointant vers votre site permettent d'accroître son trafic mais aussi d'améliorer sa note.
- Cette note est aussi liée au nom de domaine et au volume du site



- Comment connaître les liens qui pointent vers son site : outil **Search console**
 - Ouvrir un compte/trafic/liens vers votre site
- Pour connaître les liens qui pointent vers les concurrents
- **Semrush**



Referring page Title / Referring page URL	Anchor text / Link URL	Type
Adhérents - Digital League - Digital League http://www.digital-league.org/fr/league/cher...	http://www.ene.fr	
Le Pilier des entrepreneurs, 4 avril 2017 à 10... http://www.artisanpressent.com/archiv...	ENE http://www.ene.fr/	
CCPME Rhône : formation et soutien des chefs d'ent... http://www.ccpme-ra.org/rhone	partenaire ene http://www.ene.fr/	
VIDÉO K&G http://lesframpad.org/b/VIDÉO K&G	http://www.ene.fr/actualites/nouveaux-cl...	
Co-subsidier - Un événement CCI LYON METROPOLE - G... http://go-metrique.fr/	partenaire ENE http://www.ene.fr/	

Export View full report

TOP ANCHORS

Domains	Backlinks
---------	-----------

FOLLOW VS NOFOLLOW



BACKLINK TYPE





Comment optimiser son netlinking





Testez votre site sur Ubersuggest

- Vous pourrez créer gratuitement un compte sur Ubersuggest : <https://app.neilpatel.com/fr/dashboard>
- Dans la partie « Audit de site » copier-coller le lien de votre site web :

The screenshot shows the Ubersuggest dashboard interface. At the top, there is a navigation bar with the Ubersuggest logo, a language dropdown set to 'FR', a user profile dropdown with 'US' and 'Ubersuggest', and links for 'CONSEIL' and 'PLANS & TARIFS'. The left sidebar contains a menu with items like 'Ajouter un Projet', 'Tableau de Bord', 'Suivi du ranking', 'Opportunités SEO', 'Mon espace de travail', 'Extension Chrome', 'Audit de site' (highlighted in red), 'Recherche de mots-clés', 'Estimations de trafic', 'Liens retour', 'Labs', and 'Compte et facturation'. The main content area features a search box with the placeholder text 'Entrez un domaine ou une URL [p. ex. exemple.com ou exemple.com/blog]', a 'Domaine' dropdown, and a 'CHERCHER' button. Below the search box is a call-to-action box that says 'Pour commencer : Saisissez l'URL de votre domaine ou de votre page et cliquez sur "Chercher" pour auditer votre site.' The main heading is 'Trouvez les problèmes SEO sur votre site', followed by a sub-heading 'Identifiez et résolvez les problèmes de SEO sur votre site web.' and a paragraph 'Vérifiez si votre site présente des problèmes de SEO et obtenez des instructions détaillées sur la manière de les résoudre.' Below this are two checkmarks: 'Obtenez une vue d'ensemble de votre santé SEO' and 'Découvrez les problèmes SEO qui ont un impact sur le trafic de votre site'. On the right side, there is a 3D-style graphic of several overlapping cards showing various SEO metrics and charts.



Testez votre site sur Ubersuggest

- Vous pourrez créer gratuitement un compte sur Ubersuggest : <https://app.neilpatel.com/fr/dashboard>
- Dans la partie « Audit de site » copier-coller le lien de votre site web :

The screenshot shows the Ubersuggest dashboard interface. At the top, there is a navigation bar with the Ubersuggest logo, a language dropdown set to 'FR', a user profile dropdown with 'US' and 'Ubersuggest', and a search icon. On the right side of the navigation bar, there are links for 'CONSEIL' and 'PLANS & TARIFS'. The left sidebar contains a menu with items: 'Ajouter un Projet', 'Tableau de Bord', 'Suivi du ranking', 'Opportunités SEO', 'Mon espace de travail NOUVEAU', 'Extension Chrome', 'Audit de site' (highlighted in red), 'Recherche de mots-clés', 'Estimations de trafic', 'Liens retour', 'Labs NOUVEAU', and 'Compte et facturation'. The main content area features a search box with the text 'Découvrez les problèmes SEO qui affectent l'URL de votre site ou de votre page'. Below the search box is a dropdown menu labeled 'Domaine' and an orange 'CHERCHER' button. A callout box with a red arrow points to the search box, containing the text: 'Pour commencer : Saisissez l'URL de votre domaine ou de votre page et cliquez sur "Chercher" pour auditer votre site.' Below this, the section is titled 'Trouvez les problèmes SEO sur votre site'. The text explains that users can identify and resolve SEO issues on their website and obtain detailed instructions. Two checkmarks indicate benefits: 'Obtenez une vue d'ensemble de votre santé SEO' and 'Découvrez les problèmes SEO qui ont un impact sur le trafic de votre site'. At the bottom right, there is a 3D-style graphic showing several overlapping cards representing various SEO audit reports and analytics dashboards.



Testez votre site sur Ubersuggest

- Dans l'onglet « Mots clés organiques » vous aurez votre positionnement par mot clé sur lesquels vous êtes référencés.

Trouvez les mots-clés qui génèrent du trafic vers un site ou l'URL d'une page.

Langue / Pays

https://www.veygoux.com/ Domaine FR Français / France CHERCHER

Mots-clés recherchés : https://www.veygoux.com/

Volume Difficulté SEO Filtres de mots-clés

EXPORTER EN FORMAT CSV COPIER DANS LE PRESSE-PAPIERS METTRE LES MÉTRIQUES À JOUR [0/500] AJOUTER À LA LISTE 0 sur 250 sélectionnés

LIEUX FR / FR [1 008] US / EN [1] BE / NL [0] DZ / FR [0] PLUS

<input type="checkbox"/>	MOTS-CLÉS	VOLUME	POSITION	VISITES EST.	SD	MISE À JOUR
<input type="checkbox"/>	manoir de veygoux veygoux.com/ Recherches	1 900	1	789	41	2 mois ↻
<input type="checkbox"/>	manoir veygoux veygoux.com/ Recherches	170	1	76	48	1 mois ↻
<input type="checkbox"/>	le manoir de veygoux veygoux.com/ Recherches	110	1	59	48	2 mois ↻
<input type="checkbox"/>	jeu d enquête veygoux.com/animations/jeu-denquete/ Recherches	1 900	39	8	35	2 mois ↻



Des questions ?





Besoin de conseils individuels ?

Pour tout projet numérique, votre CCI peut vous accompagner en coaching personnalisé

Votre contact :
numerique@puy-de-dome.cci.fr

Contact web :
<https://www.puy-de-dome.cci.fr/produit/conseil-numerique-sur-mesure>



Accompagnements via la CCI

- **Agenda de nos ateliers collectifs sur le numérique :**
<https://www.puy-de-dome.cci.fr/evenements?univers=10211&profils=All&maturite=All>
- **Booster votre site Internet**
<https://www.puy-de-dome.cci.fr/produit/booster-votre-site-internet>
- **Comment gérer vos réseaux sociaux**
<https://www.puy-de-dome.cci.fr/produit/comment-gerer-vos-reseaux-sociaux>



Accompagnements via la CCI

- **Autotestez-vous sur votre cybersécurité :**

<https://www.puy-de-dome.cci.fr/produit/auto-diag-cybersecurite>

- **Vous mettre en conformité RGPD**

<https://www.puy-de-dome.cci.fr/produit/sensibilisation-mise-en-conformite-rgpd>

- **Votre diagnostic Cyber**

<https://www.puy-de-dome.cci.fr/produit/sensibilisation-cybersecurite>





Pour toute question contactez votre
conseillère numérique, Laëtitia à
numerique@puy-de-dome.cci.fr
ou au 04 73 43 43 43