

**Audit SEO – gerance-swiss.ch**  
**Rapport de performance & recommandations**  
**Date : Avril 2025**



# A propos de ce rapport

Fournir un état des lieux clair du site gerance-swiss.ch en matière de référencement naturel (SEO) et proposer des recommandations concrètes pour améliorer sa visibilité.

## Méthodologie

Ce rapport s'appuie sur :

- Une analyse technique du site via Screaming Frog
- Une évaluation de la visibilité sur Google avec SEMrush
- L'observation de la structure du contenu et des mots-clés
- Une estimation de l'autorité et de la présence locale

## Informations générales

Rapport réalisé par : Camilo Rivera

Date : 7 avril 2025

Périmètre : analyse SEO externe (sans accès à Google Analytics ni Search Console)

Les concurrents et mots-clés analysés proviennent d'une phase exploratoire, et peuvent évoluer dans le cadre d'un projet SEO plus poussé.

# Visibilité SEO actuelle

**Nombre de mots-clés positionnés : 1**

**Mot-clé identifié : "agence immobilière aigle" – Position 49**

**Trafic SEO estimé : 0 clics / mois**

**Aucune présence sur des requêtes de marque**

## Qu'est-ce qu'un mot-clé ?

Un mot-clé, c'est ce que les internautes tapent dans Google pour trouver une information, un service ou un produit.

Exemples :

- 🔍 "agence immobilière Aigle"
- 🔍 "acheter appartement avec jardin"

Un site "positionné" sur un mot-clé, ça signifie que Google l'affiche dans les résultats lorsqu'un internaute fait cette recherche.

Dans notre cas :  
Le site gerance-swiss.ch n'apparaît sur Google que pour un seul mot-clé, et en 49e position, c'est-à-dire en bas de la 5e page.

➡ Résultat : aucun trafic naturel n'est généré.

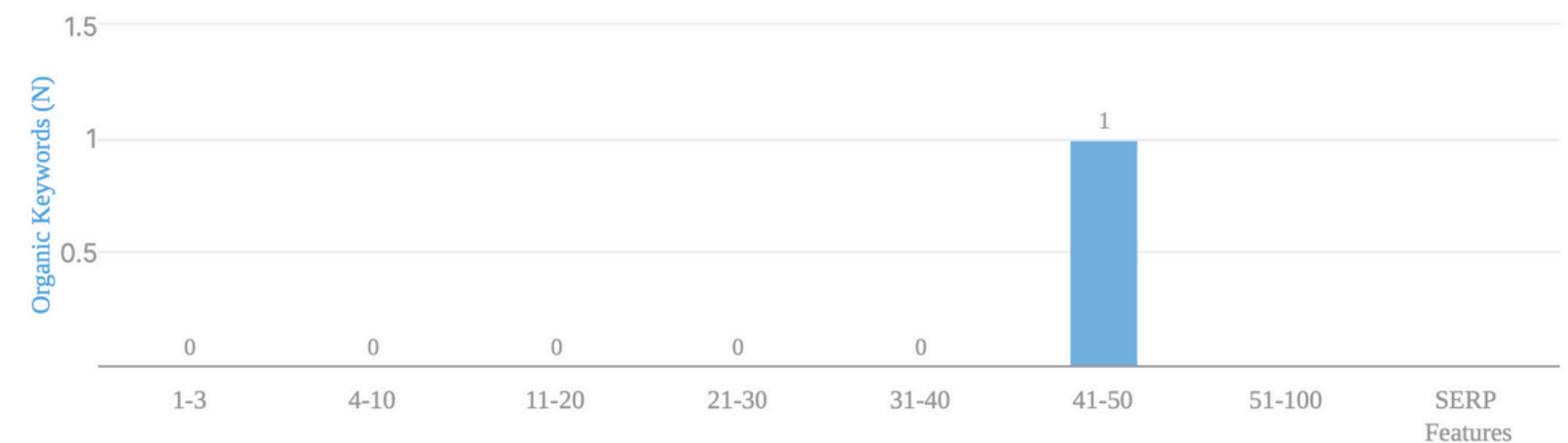
### Organic Search: Top Keywords (1)

CH | Domain | gerance-swiss.ch

Keyword	Pos	Volume	Traffic
agence immobilière aigle	49	320	0.00%

### Organic Search: Keyword Position Distribution

CH | Domain | gerance-swiss.ch



source : SEMrush

# Analyse des mots-clés suivis

## Ce qu'il faut retenir

Dans le cadre de cet audit, nous avons identifié 25 mots-clés stratégiques en lien avec les services immobiliers proposés par gerance-swiss.ch. Ces mots-clés ont été sélectionnés pour leur pertinence locale (zone d'Aigle et ses alentours) et leur potentiel de trafic.

Parmi eux :

- Certains sont déjà positionnés, mais loin dans les résultats Google.
- D'autres présentent un potentiel intéressant, mais nécessitent une optimisation pour apparaître dans les premières pages.

Nous présentons ici un échantillon de 10 mots-clés représentatifs.

Le rapport complet est disponible en annexe (PDF : Position Tracking SEMrush).

Objectif : construire une stratégie de contenu ciblée pour améliorer la visibilité sur ces requêtes locales, et ainsi capter un trafic qualifié.

Top 10 mots-clés suivis - Position dans Google	
Mot-clé	Position Google
agence immobilière aigle	61.0
location appartement aigle	Non positionné
courtage immobilier aigle	Non positionné
gérance immobilière aigle	Non positionné
agence immobilière de confiance aigle	Non positionné
conseil en investissement immobilier aigle	Non positionné
expertise immobilière aigle	Non positionné
location de locaux commerciaux aigle	Non positionné
gestion de copropriété aigle	Non positionné
agence immobilière aigle avis clients	Non positionné

## 2. Comparaison avec les concurrents

Voici comment se positionnent les principaux concurrents locaux :

Domaine concurrent	Visibilité SEMrush	Mots-clés en top 3	Top 10	Top 100
schneeberger-immo.ch	28.35%	9	14	22
cerise-immobilier.ch	8.29%	2	8	15
agiev.ch	7.06%	5	6	16
bernard-nicod.ch	6.01%	0	6	20
gerance-swiss.ch	0.07%	0	0	2

🎯 **Conclusion** : Le site est **quasi invisible sur Google** par rapport à ses concurrents.

gerance-swiss.ch a actuellement une visibilité très faible (0,07%) et seulement 2 mots-clés dans le top 100 – aucun dans le top 10 ou top 3.  
Ses concurrents directs, eux, dominent les premières pages sur des requêtes locales stratégiques.

### ■ Comment lire ce tableau ?

#### Visibilité

C'est un indice (en %) qui représente la part de visibilité estimée sur Google pour les mots-clés suivis.

Plus le pourcentage est élevé, plus le site est visible dans les résultats et a du potentiel pour générer du trafic.

#### Mots-clés en top 3 / top 10 / top 100

Ce sont les mots-clés pour lesquels le site apparaît dans les résultats Google :

- Top 3 : tout en haut de la page, très cliqué (1re à 3e position)
- Top 10 : première page de résultats (1re à 10e position) – **objectif SEO**
- Top 100 : jusqu'à la 10e page – le site est indexé, mais peu ou pas visible

source : SEMrush

# Audit technique SEO

Source : Screaming Frog, Detailed SEO Chrome

Type d'élément	Observation	Commentaire
Balises <title>	Plusieurs pages avec des balises <b>trop courtes ou absentes</b>	Cela empêche Google de bien comprendre le contenu des pages
Meta descriptions	Descriptions <b>manquantes sur plusieurs pages</b>	Important pour inciter au clic dans Google
H1 / H2	Présence correcte mais parfois <b>manque de cohérence</b>	À revoir pour une hiérarchie claire des contenus
Pages orphelines	Pages identifiées <b>sans lien interne</b>	Ces pages sont difficiles à découvrir pour Google
Liens internes	Certaines pages n'ont <b>qu'un seul lien entrant</b>	Faible maillage interne → à améliorer
Vitesse	Quelques pages <b>longues à charger</b>	Potentiel impact sur l'expérience utilisateur et le SEO
HTTPS	Site bien sécurisé (certificat actif)	✓ Aucun souci à ce niveau
Erreurs techniques	Pas d'erreurs 404 bloquantes ni de chaînes de redirection	✓ Structure globalement saine

OverviewHeadingsLinksImagesSchemaSocialAdvanced

Title ?

✖ 13 characters

Gérance swiss

Description ?

Missing

URL ?

✓ Indexable ?

Canonical ?

✓ Self-referencing ?

Robots Tag ?

max-image-preview:large

X-Robots-Tag ?

Missing

Nous avons analysé l'ensemble du site pour identifier les éléments techniques pouvant freiner son référencement (balises, structure, vitesse...). Le site est globalement stable, mais des optimisations ciblées sont nécessaires — notamment sur les balises, le maillage interne et la hiérarchie des contenus — pour améliorer durablement sa visibilité sur Google.



# SEO Local

Source : Google My Business

Éléments évalués	Constats	Commentaires
Fiche Google Business	Fiche bien renseignée et active	✓ Bonne base pour le SEO local
Intégration sur le site	Aucune intégration visible (pas de widget, carte, lien vers la fiche)	À ajouter pour renforcer la crédibilité et améliorer l'UX
Pages locales dédiées	Aucune page spécifique par ville ou zone desservie	Opportunité de créer des pages ciblées "ville + service"
Référencement local dans les résultats Google	Aucun classement dans le Local Pack (Google Maps)	Visibilité à construire via contenu, optimisation fiche et backlinks locaux



## Gérance swiss SA

Real estate agency in Aigle :

[Website](#) [Directions](#) [Reviews](#) [Save](#)

[Share](#) [Call](#)

**Address:** Ruelle de, La Charrerettaz 8, 1860 Aigle

**Phone:** 024 468 23 10

**Hours:** Closed · Opens 2 pm ▾

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

- /agence-immobiliere-aigle
- /location-appartement-bex
- /gerance-locative-monthey

### Le référencement local, c'est quoi ?

Le SEO local permet à une entreprise d'apparaître dans les résultats Google quand un internaute cherche un service près de chez lui (ex. : "agence immobilière Aigle"). Aujourd'hui, bien que la fiche Google Business soit présente, le site ne met pas en avant ses informations locales, et aucune page dédiée par ville ou secteur n'a été créée. Créer des pages locales ciblées (ex. : "gérance locative à Aigle") est une action simple et stratégique pour renforcer la visibilité locale et capter un trafic qualifié.

# Analyse des backlinks

Élément analysé	Observation	Commentaire
Nombre total de backlinks	22 liens	Volume faible pour un site professionnel
Domaines référents	12 domaines	Essentiellement annuaires / portails immo
Liens follow vs nofollow	12 follow / 10 nofollow	Ratio correct mais faible autorité globale
Qualité des liens	Globalement faible	Peu d'impact sur le positionnement actuel
Score d'autorité SEMrush	4 / 100	Autorité très faible aux yeux de Google

Les backlinks (liens entrants) sont des liens depuis d'autres sites vers le vôtre. Google les considère comme des **recommandations**, et plus ils sont nombreux et de qualité, **plus votre site a de chances d'être bien positionné**. Aujourd'hui, gerance-swiss.ch bénéficie de peu de liens et d'une faible autorité globale. Il est donc essentiel de mettre en place une stratégie de netlinking, notamment via des partenariats locaux, des annuaires professionnels et des articles invités. Le rapport complet est disponible en annexe (PDF : Backlink List SEMrush).

## Backlinks: Totals

Root Domain: gerance-swiss.ch

Total Backlinks

22

The number of links pointing to the queried URL

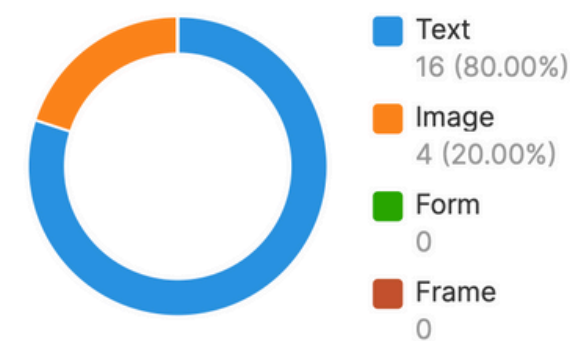
Referring IPs

13

The number of IPs pointing to the queried URL

## Backlinks: Types

Root Domain: gerance-swiss.ch





# Conclusion & recommandations

Notre diagnostic SEO

Le site gerance-swiss.ch repose sur une base technique correcte, mais reste quasiment invisible sur Google, y compris sur les requêtes locales liées à son activité.

- Il n'est positionné sur presque aucun mot-clé à intention commerciale (achat, location, estimation...)
- Il souffre d'un manque de contenus optimisés, d'un faible maillage interne, et d'une autorité SEO très basse
- Aucun positionnement dans les résultats locaux Google Maps (Local Pack)

## Axes d'amélioration prioritaires

- Créer des pages locales ciblées (ville + service)
- Optimiser les balises SEO (title, meta description)
- Renforcer le maillage interne pour améliorer la structure du site
- Lancer une stratégie de netlinking local (backlinks de qualité)

---

### Portée & limites de l'analyse

Les outils utilisés (SEMrush, Screaming Frog, PageSpeed...) permettent d'avoir une première vision claire des forces et faiblesses du site.

Cependant, l'accès à Google Analytics et Google Search Console serait nécessaire pour affiner le diagnostic, mieux comprendre le comportement des visiteurs, et prioriser les actions.

Les mots-clés et concurrents listés ici sont issus d'un audit exploratoire, et pourront évoluer en fonction des objectifs définis si un projet SEO est engagé.



**OSOM**  
**agence marketing & SEO**  
**rue de Clodevis 13**  
**1967 Bramois**  
**hello@osom.ch**