

# CONSEILS POUR UNE VISIBILITÉ LOCALE EFFICACE SUR GOOGLE

*Comment accroître sa visibilité sur internet grâce au référencement local ? Comment optimiser le référencement pour les entreprises locales du type TPE/PME.*

## PARTIE I- QU'EST-CE QUE LE RÉFÉRENCIEMENT LOCAL SUR GOOGLE ?

Pourquoi parle-t-on de référencement local sur internet ?

### a) Définition du concept

Le référencement local, également appelé *local SEO*, désigne une stratégie visant à améliorer le positionnement d'une entreprise lorsque des requêtes locales sont effectuées sur un moteur de recherche. Ce système permet d'augmenter la visibilité web d'une entreprise dans un secteur géographique spécifique.

Le référencement local repose également sur la commercialisation de marques, produits ou services auprès de potentiels clients locaux.

*Un concept assez simple à comprendre, maintenant rentrons dans le vif du sujet en abordant les bénéfices et défis du référencement local pour les entreprises locales sur internet.*

### b) Les bénéfices d'un SEO local

Optimiser son référencement local signifie plus de trafic et de prospects puisque la stratégie est plus pertinente pour une base de clients locaux. Cette stratégie ciblée est un moyen d'aide vers une recherche de compétitivité face aux grandes marques nationales ayant des ressources illimitées à dépenser. En se concentrant sur des tâches de référencement locales spécifiques, il sera plus facile de neutraliser l'avantage stratégique des grandes marques qui optimisent régulièrement leur contenu par des mots-clés plus étendus et s'appuient sur la reconnaissance de leur marque, au lieu de proposer un contenu qui va attirer du trafic.

Un autre avantage du référencement local pour les entreprises possédant plusieurs agences dans des secteurs géographiques différents, c'est d'avoir la possibilité d'être référencé auprès d'un public divers, ou tout simplement, atteindre une cible locale.

Quelle que soit la taille et le type de la société (PME..), être bien référencé localement peut aussi constituer une stratégie de lancement afin d'améliorer sa position sur le plan national par la suite.

# PARTIE II- LES FONCTIONS DU RÉFÉRENCEMENT LOCAL

## a) Les bénéfices d'un référencement *on-site*

Le référencement naturel est soumis aux nombreuses exigences de Google. Mais le référencement local ne déroge pas à la règle, notamment celle d'avoir un site optimisé pour les moteurs de recherche et accessible aux internautes.

C'est pourquoi, travailler son SEO *on-site* est important afin que le site web se positionne prioritairement dans les résultats des moteurs de recherche. Et pour cela, il faut respecter certains critères techniques :

### ❖ La stabilité et la performance

La vitesse de chargement des pages doit être rapide.

### ❖ Le responsive design

À l'heure où la recherche sur internet se fait en grande partie sur mobile, avoir un site mobile friendly est indispensable pour améliorer son référencement naturel et local.

### ❖ Des URL optimisées

Éliminez les mots superflus dans vos URL (le, la, un, à, etc.) et ne gardez que les mots-clés.

### ❖ Un site clair et structuré

Afin que les moteurs de recherche puissent explorer et indexer facilement vos pages, il est important d'avoir un site bien organisé. Votre site doit pouvoir offrir une navigation rapide et intuitive, avec des catégories ou tags.

### ❖ Des contenus pour internet originaux et mis en forme

Mettre en forme un contenu original et actualisé permettra d'améliorer le référencement naturel de votre site et de fidéliser vos visiteurs.

Une fois ces prérequis appliqués, il est important de se concentrer sur la dimension locale en travaillant certains éléments dans le cas où :

### **Votre entreprise s'étale sur une région**

Il faut optimiser les contenus avec des mots-clés intégrant une composante locale comme la ville ou la région où votre activité est implantée. N'hésitez pas à le répéter plusieurs fois, notamment sur vos pages sociétés. À chaque déclinaison SEO, ajoutez un ancrage local. Le fait d'ancrer sa société permettra ainsi de donner des informations sur votre localisation aux internautes, et aux moteurs de recherche.

### **Votre entreprise possède plusieurs agences sur le plan national**

Si vous possédez plusieurs agences, vous pouvez créer une page spécifique pour chaque agence, où vous déclinerez votre *SEO local*. Chaque page doit avoir un contenu unique, tout en gardant la même structure que les autres. Cela vous sera utile notamment dans le cadre d'un objectif de référencement payant par exemple. Afin d'optimiser vos pages agences, n'oubliez pas le maillage interne et l'optimisation de vos images.

## **b) Les bénéfices d'un référencement local *off-site***

*Optimiser son référencement on-site ne suffit pas : le SEO off-site représente lui aussi une part importante des critères de Google et permet d'accroître sa visibilité sur le web et augmenter sa popularité auprès des internautes et des robots (SERP). Voici quelques outils indispensables pour développer son SEO off-site local.*

### **❖ Les backlinks : guest blogging et acteurs locaux**

Obtenir de bons *backlinks* provenant d'autres sites renforce votre autorité et donne du poids à votre référencement local. De plus, il ne faut pas hésiter à contacter des blogueurs influents en leur proposant de publier des contenus pertinents (en échange d'un lien), ainsi que de sites locaux comme la mairie, l'office du tourisme, la chambre du commerce, la presse locale ou encore des associations. Tous les moyens sont bons afin de diversifier sa visibilité sur le web !

### **❖ Les réseaux sociaux**

YouTube, Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, LinkedIn... Autant de plateformes qui vous permettent de gagner en notoriété et de vous rendre visible sur les moteurs de recherche. Considérant qu'en moyenne, les Français passent 2h30 par jour sur les réseaux sociaux, il serait dommage de ne pas capitaliser dessus ! N'hésitez pas à rejoindre des communautés locales, et de publier des contenus intéressants et ciblés afin de susciter l'engagement.

Tout comme le référencement naturel traditionnel (SEO), le référencement local doit répondre à des règles strictes et nécessite la mise en place d'un ensemble de techniques « *on-site* » et « *off-site* » orientées local. Bien exploité, le local SEO permet d'atteindre des visiteurs ciblés géographiquement et d'améliorer, à terme, son taux de conversion et de développer l'activité de son business.

## **PARTIE III- LES DIFFÉRENTS MOYENS POUR UN RÉFÉRENCEMENT LOCAL PERFORMANT**

### **a) Les 6 critères pour une meilleure apparition locale**

Le référencement local a acquis ces dernières années une place de plus en plus primordiale. Être commerçant, entrepreneur ou dans une agence web, la visibilité sur internet passe forcément par une optimisation de référencement local de son site internet. Le référencement local est donc un levier efficace à privilégier afin d'augmenter sa visibilité de manière ciblée. De plus, depuis que Google a permis *la maps* dans les résultats de recherche, il est devenu l'élément indispensable pour le développement de sa présence en ligne via des requêtes géolocalisées.

Afin de gagner en optimisation ainsi qu'en visibilité sur internet, il est nécessaire de respecter 6 grandes étapes :

### ❖ **Créer un profil entreprise sur Google My Business**

La première étape afin d'apparaître correctement sur Google Maps est de créer sa fiche d'établissement ou fiche Google My Business, en effet, Google étant très sensible aux informations listées sur un site web, donc plus les informations professionnelles sont claires et listées, l'algorithme associera facilement ces coordonnées à votre nom et activité.

Le service Google My Business s'adresse avant tout aux entreprises souhaitant gagner en visibilité localement. C'est un principe déterminant dans le référencement local car détenir une fiche entreprise permet non seulement d'apparaître sur *Google Maps*, mais également de recueillir plus facilement des avis de consommateurs ainsi que de partager des actualités sur la vie de son entreprise.

Pour ce faire, toujours revendiquer sa page *My Business* avec des justificatifs, sinon vous pouvez directement optimiser votre page de référencement local. Puis après avoir lister ses informations personnelles, il faudra sélectionner une catégorie, et pour ce point important, il est naturel de chercher à mettre des mot-clés sur lesquels vous souhaitez vous positionner.

Même si cela semble fastidieux notamment pour des sites e-commerce avec de gros catalogues, c'est une alternative pratique pour celles et ceux désireux de développer leur marque.

Enfin, il est conseillé de prendre des photos de son entreprise ainsi que de son activité. La qualité des photos est importante pour l'attrait d'internautes mais leurs métadonnées le sont aussi pour Google. Il est aussi possible de les optimiser en y ajoutant une localisation géographique à l'aide de plusieurs outils en ligne.

### ❖ **Optimiser son site web pour le référencement local**

Le référencement local fonctionne grâce à la dynamisation de l'algorithme, il est donc essentiel de placer toutes ses informations professionnelles sur son site. Attention cependant à les mettre aux bons endroits :

- dans une partie en haut, émettre ses informations personnelles
- dans une page dédiée à la prise de contact, insérer un formulaire pour que l'internaute puisse laisser un message
- dans le corps, travailler son contenu web (avoir du contenu de qualité, utiliser un champ lexical sémantique de votre activité, ne pas dupliquer un contenu déjà présent sur Internet, rédiger des contenus ciblés sur des expressions clés liées à votre secteur d'activité).

### ❖ **S'inscrire sur des annuaires en ligne**

Il existe une multitude d'annuaires locaux ou nationaux, gratuits ou payants. Afin de ne pas s'éparpiller, il est nécessaire de rester dans sa thématique ainsi que sa région car c'est le moyen le plus efficace de gagner en visibilité localement. Parmi les plus connus, on peut citer : *118000, Juste à côté, Hotfrog, Tripadvisor, La Poste, PagesJaunes, Mappy, Bing Places, et Google My Business*.

### ❖ **Récolter des avis réels de clients sur internet**

Google porte une attention particulière aux avis des consommateurs, c'est ce qui prouve que votre entreprise procure un service adapté à ses clients afin qu'ils soient satisfaits.

Google fait dans de nombreux cas remonter les meilleures adresses, donc plus les commentaires de vos clients sont positifs, plus votre référencement local va s'accroître. Cependant, naturellement, les personnes seront plus promptes à vous critiquer qu'à vous encenser, lorsque c'est le cas, toujours bien répondre aux clients mécontents car une réponse honnête de votre part soulignera votre volonté de vous améliorer dans votre activité. Et surtout, encourager les clients avec lesquels vous avez eu une bonne expérience à vous rédiger un bel avis.

#### ❖ **Insérer les bon mots-clés**

Pour le référencement local, il faut chercher à cibler une audience locale qui correspond à sa propre zone. La base de toute stratégie de référencement local, c'est le ciblage des bons mots-clés, car c'est par ça que tout commence.

Il sera donc important de décrire son entreprise, ses particularités et son histoire dans la limite de 750 mots.

Le ciblage des mots-clés est une chose fondamentale et c'est le meilleur moyen pour qu'un potentiel client arrive sur votre site. Pour cela, il est indispensable d'inclure dans vos mots-clés deux éléments :

- votre secteur d'activité (ou votre activité)
- un indicateur géographique (Exemple : agence web saint-étienne).

#### ❖ **Inscrire son numéro et adresse sur les pages**

Dans l'optimisation *on-site*, vous devrez indiquer dans le plus de pages possible votre adresse et votre numéro de téléphone. Ces informations sont importantes, car elles permettent de mieux localiser votre site. Le numéro de téléphone est un indicateur de géolocalisation très utilisé par Google, de plus, en faisant apparaître votre localisation sur plusieurs pages, vous optimisez votre référencement sur les recherches qui utilisent le nom de votre localisation.

### **b) L'algorithme de visibilité locale de Google**

Afin d'offrir une visibilité locale pertinente à toutes les recherches effectuées par les utilisateurs, Google utilise un algorithme spécifique.

Ce dernier décide des éléments à afficher dans les différents résultats de recherche et prend en compte différents paramètres :

#### ❖ **la pertinence entre la requête recherchée et le produit proposé par l'entreprise**

La pertinence est la base de l'algorithme local de Google.

#### ❖ **la notoriété visant à savoir si l'entreprise est digne de confiance**

La notoriété est la façon dont votre marque se différencie des autres. Etant donné que vous êtes évalués vis-à-vis de vos concurrents, il faudra faire comprendre à Google que votre entreprise est digne de confiance.

Pour que Google vous offre une visibilité locale, posséder une grande notoriété en ligne est très important. Comme nous l'avons vu précédemment, il est nécessaire de s'inscrire sur les différents annuaires présents sur le web.

❖ **la proximité du magasin ou du prestataire de services par rapport aux données de l'utilisateur**

Enfin, la proximité est également très importante pour gagner en visibilité locale car elle se base sur un classement d'établissements aux alentours de l'utilisateur.

## CONCLUSION

Faire grandir sa notoriété et sa visibilité locale sont, comme nous l'avons vu, nécessaires pour les entreprises physiques. En effet, ce paramètre attire beaucoup plus de clients dans votre magasin. Ainsi, vous convertissez plus facilement les différentes personnes désireuses de vos produits.

Comme nous l'avons compris, une entreprise doit disposer d'une très bonne visibilité locale. Et afin de l'obtenir, il existe plusieurs paramètres à optimiser afin d'acquérir plus de notoriété et de confiance sur Internet.

En maîtrisant le domaine du référencement local, vous pourrez efficacement trouver de nouveaux clients et les fidéliser.

Investir dans ce type de référencement vous aidera donc à développer votre activité sur web ainsi que votre clientèle.