LES RESSOURCES PRATIQUES

Concept DigiWeb

CRÉATION • VISIBILITÉ • AUTOMATISATION

FICHE PRATIQUE GRATUITE

ÊTRE TROUVÉ SUR Google

Le guide simple et efficace

Pour améliorer votre visibilité en ligne et attirer plus de clients

LES BASES
Comment fonctionne Google

OPTIMISATION
Les bonnes pratiques pour votre site

CONTENU
Des textes qui plaisent à Google et à vos clients

RÉSULTATS
Suivre et améliorer votre visibilité

CONSEILS PRATIQUES
Des actions concrètes et accessibles



Plus de visibilité, plus d'opportunités !

ORDINATEUR • TABLETTE • MOBILE

Être trouvé sur Google : par où commencer ?

Vous avez un site internet, mais vos futurs clients le trouvent-ils ? Ce guide vous aide à améliorer votre visibilité, sans jargon ni promesse de première place.

1. Comprendre comment Google fonctionne

Google découvre des pages, essaie de comprendre leur contenu puis choisit celles qui semblent les plus utiles pour chaque recherche. Il n’existe pas de bouton magique pour apparaître en premier.

Exemple : une personne cherche « coiffeur à Vichy ». Google tente de proposer des résultats pertinents pour cette activité et cette ville.

2. Choisir les recherches qui comptent

• Notez les services que vous proposez réellement.

• Ajoutez les mots utilisés par vos clients, pas seulement votre vocabulaire professionnel.

• Pour une activité locale, pensez à la ville et à la zone desservie.

• Consacrez une page claire à chaque service important, si cela aide vos visiteurs.

À faire aujourd’hui

Écrivez trois recherches qu’un client pourrait taper pour vous trouver. Vérifiez si votre site répond clairement à chacune d’elles.

Rendre votre site plus facile à trouver

3. Soigner les pages essentielles

• Un titre de page précis : indiquez le service et, si pertinent, la ville.

• Un titre visible (H1) qui explique simplement le sujet de la page.

• Des paragraphes utiles : prestations, public concerné, tarifs ou devis, zone d’intervention.

• Des liens internes entre vos pages importantes.

• Des images pertinentes, légères et accompagnées d’un texte alternatif descriptif lorsque nécessaire.

À éviter : répéter vingt fois « meilleur artisan Vichy » ou copier le même texte sur toutes les pages. Écrivez d’abord pour vos visiteurs.

4. Être visible sur les téléphones

La plupart des recherches peuvent se faire sur mobile. Testez votre site sur un vrai téléphone : le texte doit rester lisible, les boutons faciles à toucher et le formulaire utilisable.

5. Vérifier les bases techniques

• Votre site fonctionne en HTTPS et ne présente pas d’alerte de sécurité.

• Les pages importantes ne sont pas bloquées à l’indexation par erreur.

• Le site charge correctement et ne saute pas dans tous les sens.

• Les liens et formulaires fonctionnent.

• Le menu permet de retrouver facilement les informations utiles.

Vous pouvez utiliser Google Search Console pour voir quelles pages Google connaît et repérer certains problèmes d’indexation.

Développer votre visibilité locale

6. Votre fiche d’établissement Google

Si votre activité est éligible à une fiche Google Business Profile, complétez-la avec soin. C’est particulièrement utile pour les professionnels qui reçoivent des clients ou se déplacent dans une zone définie.

• Choisissez la catégorie qui décrit le mieux votre activité.

• Renseignez des coordonnées, horaires et services exacts.

• Ajoutez des photos authentiques et récentes.

• Répondez avec courtoisie aux avis, sans divulguer de données privées.

• Actualisez les informations en cas de changement.

Une fiche d’établissement n’est pas adaptée à toutes les activités, notamment à certaines entreprises exclusivement en ligne.

7. Donner confiance aux visiteurs

Expliquez qui vous êtes, comment vous travaillez et comment vous contacter. Des exemples de réalisations, des réponses aux questions fréquentes et des informations cohérentes rassurent davantage qu’un texte rempli de mots-clés.

8. Publier utile, pas forcément souvent

Un article ou une page qui répond vraiment à une question de vos clients vaut mieux que plusieurs textes vagues. Mettez à jour les contenus lorsque vos offres ou informations changent.

Une idée simple

Listez cinq questions que l’on vous pose régulièrement. Chacune peut devenir une section de page, une FAQ ou un futur article.

Mesurer et progresser, étape par étape

9. Les outils gratuits à connaître

• Google Search Console : suivi de la présence de votre site dans les résultats de recherche Google.

• Google Business Profile : gestion de votre fiche d’établissement, si vous y êtes éligible.

• PageSpeed Insights : pistes pour améliorer la vitesse et l’expérience de vos pages.

• Google Analytics : analyse de fréquentation, avec une configuration respectueuse des règles applicables en matière de confidentialité.

10. Votre plan d’action sur 30 jours

Semaine 1 : Identifier vos recherches importantes et relire les pages principales.

Semaine 2 : Améliorer les titres, les textes, les liens et les informations de contact.

Semaine 3 : Contrôler la version mobile, les performances et Search Console.

Semaine 4 : Mettre à jour votre fiche locale si applicable, puis noter les résultats et les prochaines améliorations.

Votre mini-diagnostic

• Mes services sont compréhensibles dès la page d’accueil.

• Mes pages indiquent clairement à qui je m’adresse.

• Mes coordonnées et ma zone d’activité sont faciles à trouver.

• Mon site est agréable à consulter sur téléphone.

• Je sais où consulter mes données de visibilité.

À retenir : le référencement naturel (SEO) est un travail progressif. Les résultats ne sont ni immédiats ni garantis, mais des améliorations régulières rendent votre site plus utile et plus facile à découvrir.

Besoin d’un accompagnement pour votre site, votre visibilité ou votre organisation digitale ? Rendez-vous sur conceptdigiweb.com/contact/.