

Guide SEO LOCAL



Crée avec ♥ par Affluence Digitale

HELLO !

& BIENVENUE



Présentation

Spécialisée en SEO, (Search Engine Optimization) j'accompagne les entrepreneurs et petites entreprises à mener à bien leur projets web en apportant des solutions de visibilité sur les moteurs de recherches à travers un levier puissant du webmarketing : le référencement naturel.

Ce guide s'adresse à toutes les entreprises à la recherche de visibilité locale sur le web.



Fiona Golay

- 1. QU'EST CE QUE LE SEO ?**
Définitions générales
- 2. COMMENT FONCTIONNE LE SEO LOCAL ?**
Principe de fonctionnement
- 3. QUELLES OPPORTUNITÉS POUR VOTRE ENTREPRISE ?**
Tous les avantages pour votre business
- 4. OPTIMISER VOTRE RÉFÉRENCIEMENT LOCAL**
Toutes les techniques pour booster votre SEO local

1

Qu'est ce
que le *SEO*
local ?



Qu'est ce que le SEO local ?

Le référencement local est une pratique du référencement naturel visant à positionner une entreprise sur une requête géographique.

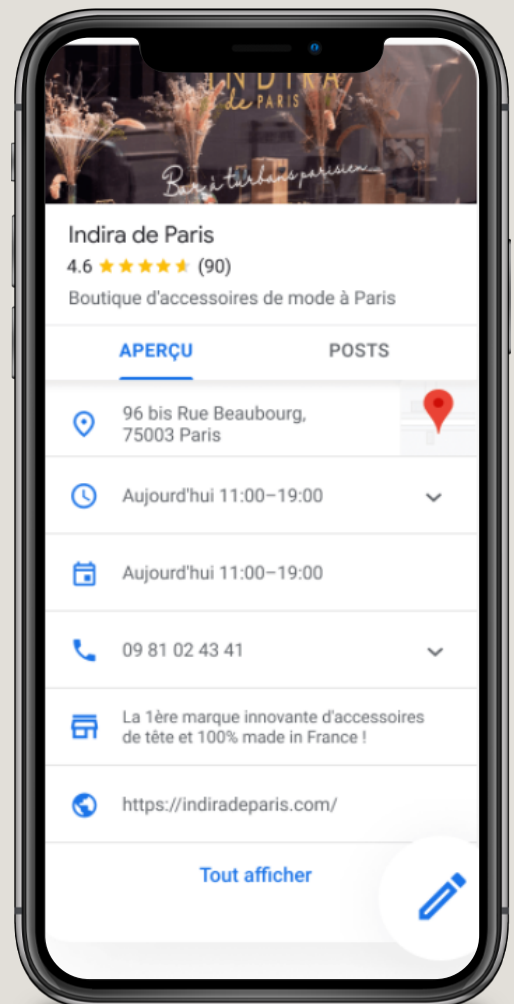
« Le référencement naturel en anglais SEO (Search Engine Optimization) est un ensemble de techniques permettant aux moteurs de recherches (Google, Qwant, Bing, etc.) de faire apparaître votre site web dans les pages de résultats de recherche en fonction des requêtes des internautes. »

Plus simplement, le référencement naturel consiste à améliorer la position des pages de votre site web pour être visible en top position lorsqu'une personne tape une requête précise.

Le référencement local SEO utilise les mêmes techniques - à l'exception qu'il s'appuie beaucoup plus sur la géolocalisation des requêtes.



28 % des recherches locales débouchent sur un achat immédiat





Qui est concerné par le référencement local ?

Toutes les entreprises sont concernées par le référencement local, dès lors que vous gérez un business dans une zone géographique

Toute entreprise disposant d'un emplacement physique peut bénéficier du référencement local.

Le SEO local concerne :

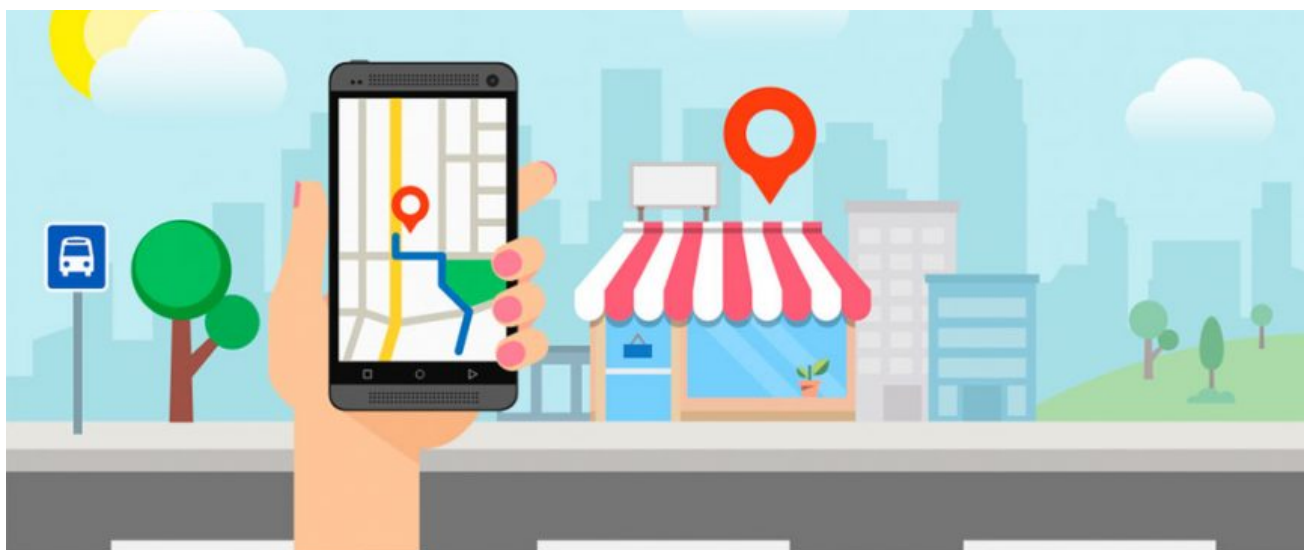
- **les restaurants,**
- **les boutiques,**
- **les commerçants,**
- **les artisans,**
- **et les professions libérales.**

Mais également **tous les indépendants ne disposant pas d'un endroit physique pour accueillir ses client.**

Finalement, tous les professionnels peuvent bénéficier du référencement local. Que vous soyez une entreprise qui effectue de la vente en magasin ou une entreprise de service, vous êtes concerné par cette stratégie de visibilité.

“

Regarder sur internet est le premier réflexe de 97% des consommateurs en recherche d'une entreprise locale.



Comment fonctionne le SEO local ?

L'objectif de toute entreprise est d'apparaître dans les premiers résultats de recherche pour des requêtes ciblées et liées à son activité.

La visibilité de votre entreprise en SEO local va dépendre de plusieurs critères :

- La **proximité** : votre entreprise est-elle proche de l'internaute ?
- La **pertinence** : vos produits et services sont-ils pertinents par rapport aux requêtes ?
- L'**importance** : que disent les consommateurs sur vos produits et services ? (avis)

Si un internaute effectue une requête locale, Google liste les entreprises les plus pertinentes en évidence sur la page de résultats.

Le **but du SEO local** est donc d'avoir une place au sein du traditionnel « pack local » : c'est à dire **les trois résultats de recherche qui sont affichés par Google Maps**.

L'internaute découvre ainsi les premiers résultats de la recherche locale avec un lien indiquant les emplacements des résultats sur la **carte de Google Maps**.

Comment fonctionne le SEO local ?

LE PACK LOCAL

Google My Business (GMB) est l'un des moyens les plus simples d'accroître la présence de votre business dans les résultats de recherche locaux.

Pourtant, seules 44 % des entreprises disposent d'une fiche Google My Business.

GMB est une fiche qui présente les informations relatives à votre entreprise, les avis des clients, vos messages et bien plus encore.

Par exemple, si vous avez recherché "boulangerie", vous pourrez voir apparaître les trois premiers résultats du pack local.

Boulangeries



Note ▾

Horaires ▾

Boulangerie du Palais

4,4 ★★★★★ (885) · €€ · Boulangerie

8 Rue du Palais de Justice

Achats en magasin



Boulangerie FEBRE Lyon Vaise

2,9 ★★★★★ (44) · Boulangerie

Gare routière, 1 Place de Paris

Vente à emporter · Aucun repas sur place · Aucune livraison



Boulangerie Saint Paul | Maison Farine | Lyon

4,8 ★★★★★ (180) · €€ · Boulangerie

8 Pl. Saint-Paul

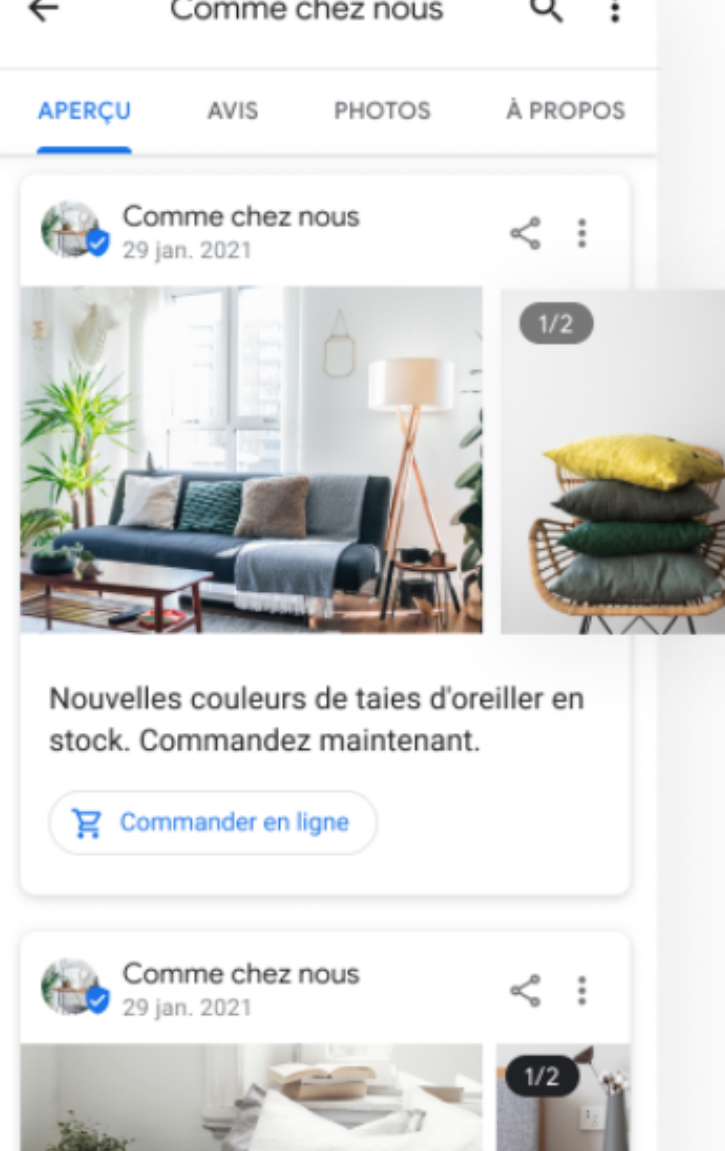
Achats en magasin





MINI GUIDE DU SEO
LOCAL

**Quelles
opportunités le
SEO local
apporte-t-il à
votre entreprise
?**

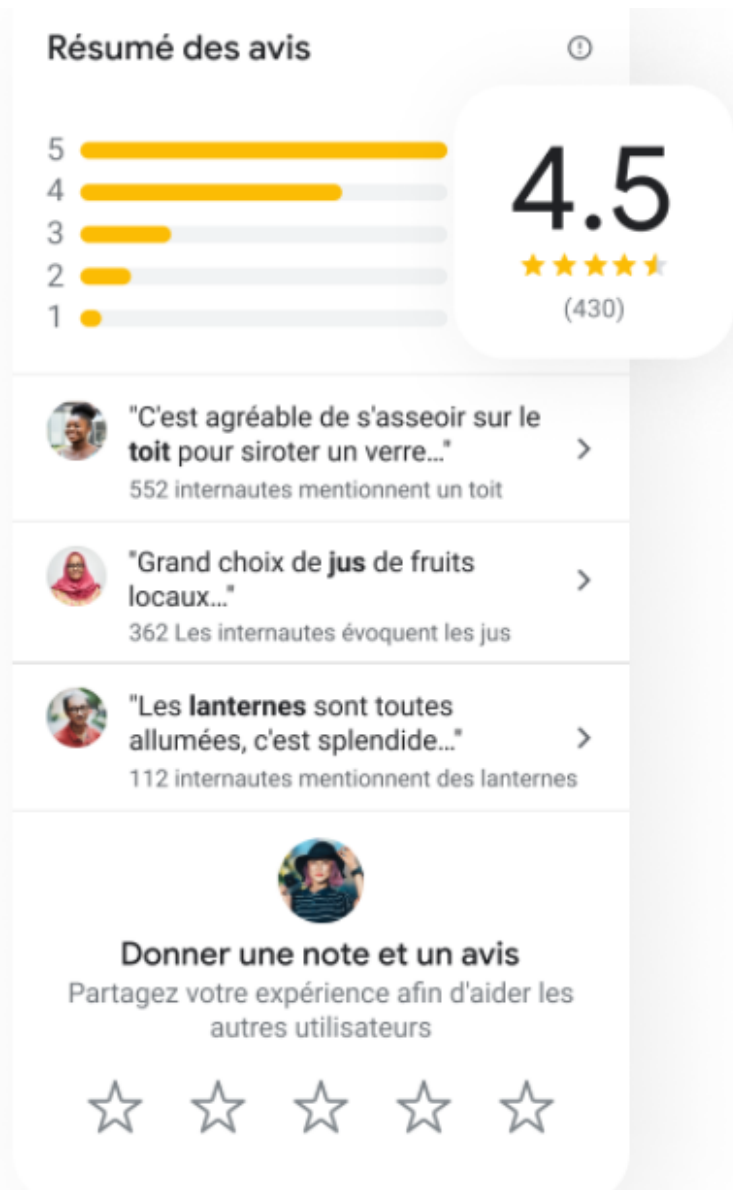


2) Communiquez facilement avec vos clients

- Informez vos clients de votre actualité en publiant des posts ou des offres, ou encore par le biais de messages privés.
- Répondez aux avis pour gagner la confiance de vos clients, qu'ils soient nouveaux ou plus anciens.
- Communiquez par message privé directement avec vos clients et automatisez vos réponses les plus courantes.
- Publiez des réponses aux questions les plus fréquentes !

1) Générez de nouveaux prospects

Bien évidemment, si l'on vous trouve plus rapidement et facilement sur les moteurs de recherche, cela va indéniablement augmenter le nombre de vos nouveaux prospects et par conséquent votre chiffre d'affaire.



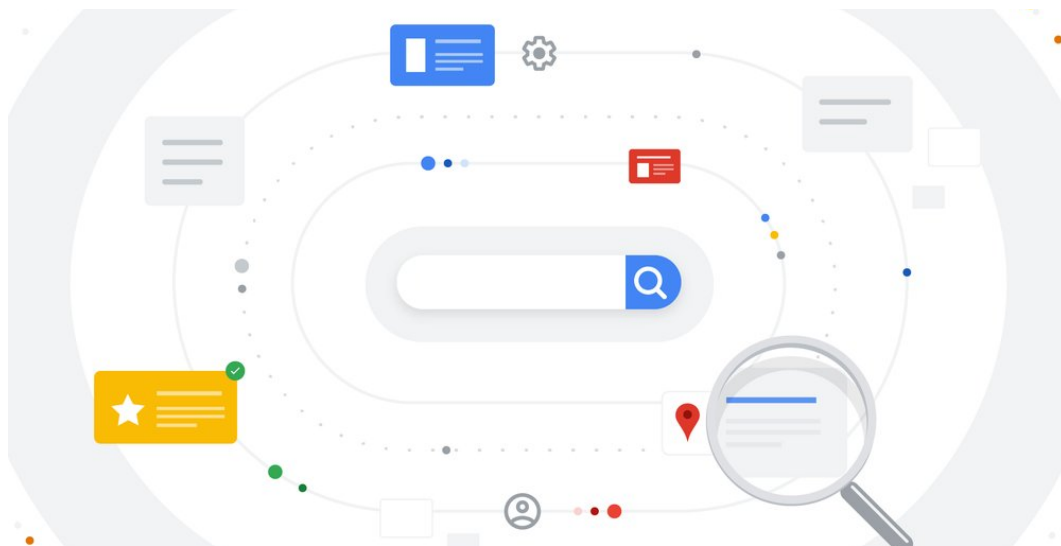


3) Recevez des statistiques détaillées

Découvrez comment vos clients trouvent votre établissement ainsi que les mots clés saisis pour vous trouver. Obtenez des statistiques sur vos appels, avis et réservations.

4) Une solution clé en main lorsqu'on débute sur le web

Même si vous n'avez pas encore de site web, créer une fiche Google My Business est un excellent moyen de commencer sur le web !
 Gratuite, la fiche d'établissement est rapidement mise en ligne et vous pouvez générer des leads très rapidement.



GUIDE DU SEO LOCAL

COMMENT OPTIMISER VOTRE RÉFÉRENCIEMENT LOCAL SEO ?

Maintenant, que vous avez une bonne vision sur la définition du référencement local et de ses bénéfices, il est temps de vous guider sur les leviers à activer pour être visible !

1. Optimiser votre fiche Google My Business

Veillez à la cohérence de votre fiche Google My Business

Tout d'abord, veiller à la cohérence des informations de votre page Google My Business avec votre site internet.

Cette cohérence doit être vérifiée à tous les niveaux :

Est-ce que vos informations (nom, adresse, téléphone) de la fiche sont identiques à celles de votre site web ?

L'emplacement de l'entreprise a-t-il bien été confirmé ? (Vous recevez un courrier postale 5 jours après la création de votre fiche d'établissement).

Les catégories renseignées dans la fiche sont-elles pertinentes par rapport aux recherches effectuées par les internautes ?

Vous devez impérativement créer la fiche Google My Business de votre entreprise afin d'être visible dans le local pack de Google.

REMP LISSEZ CORRECTEMENT TOUS LES
CHAMPS DE VOTRE FICHE

Créer et optimiser votre fiche Google my Business



Créer votre page Google my Business

Rendez-vous sur :
https://www.google.com/intl/fr_fr/business/



Revendiquer votre fiche d'établissement

Vous recevez un courrier par voie postale à l'adresse indiquée



Optimiser votre fiche

Il est essentiel de bien travailler votre fiche d'établissement pour l'optimiser au maximum. C'est la clé d'un référencement local efficace.



Sélectionner la catégorie

Choisissez une catégorie principale en lien avec votre activité puis des catégories secondaires.



Rédiger une description

Utiliser les 750 caractères disponibles et des mots-clés pertinents.



Ajouter des photos

Ajouter des images pour illustrer ce que vous proposez : produits ou services, entreprise, logo, etc.



Publier vos actualités

Publiez des offres promotionnelles, nouveautés, actualités régulièrement.



Recueillir les avis et commentaires

Prenez les rênes de votre **e-réputation** et récoltez vos avis Google.



Optimiser votre site pour la recherche local

Une fois votre fiche complète vous pouvez travailler le SEO local de votre site web !

2.

Inscrivez votre entreprise dans les annuaires locaux

Les annuaires locaux permettent de transformer un prospect sur deux en un consommateur réel. C'est aussi un levier très puissant pour améliorer le référencement naturel de votre site web. En effet, ils augmentent la popularité de ce dernier.

Générez des backlinks vers votre site internet

Les annuaires locaux permettent de référencer votre site sur d'autres sites et ainsi générer des backlinks vers votre site internet. Travailler son netlinking est une bonne chose pour votre SEO en général. Les backlinks sont les liens vers votre site internet présents sur d'autres sites web. Plus l'autorité dudit site est importante plus votre backlink sera qualifié. Ainsi, si vous ajoutez des liens vers votre site sur des annuaires locaux, cela donne de bonnes indications à Google et aux autres moteurs de recherche. En effet, votre situation géographique sera confirmée et la confiance envers votre site auprès de Google sera améliorée.



3.

Créer du contenu géolocalisé sur votre site web

Un dernier levier à activer et - non des moindres - pour optimiser votre référencement local est de produire du contenu géolocalisé sur votre site web.

Vous avez déjà optimisé votre site pour le SEO, dans ce cas rien de plus simple :

Vous pouvez retravailler les pages de votre site internet et y intégrer la ville, le département et/ou la région dans lesquels se trouve votre zone de chalandise.

Pour cela, ajoutez vos mots-clés dans le contenu de vos pages dans votre texte, les balises H1, H2, les balises title et meta description et les images.

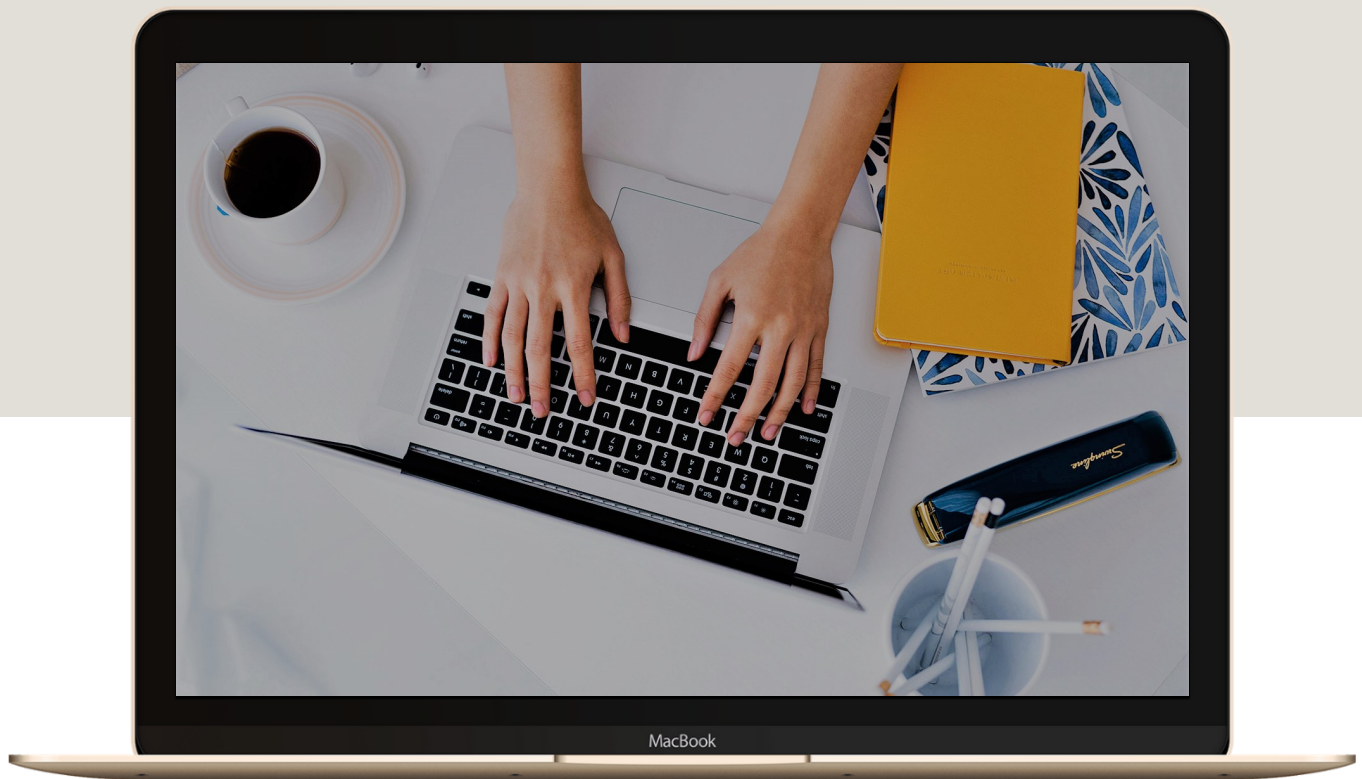
Attention toutefois à ne pas sur optimiser vos pages de géolocalisation et faire en sorte qu'ils soient intégrés de manière naturelle.

Vous n'avez pas du tout travaillé le SEO sur votre site :

Dans ce cas, en plus de faire un travail sur la localisation de vos mots-clés, vous devrez aussi effectuer une **analyse sémantique des mots-clés à travailler en priorité.**

Merci !

VOUS CONNAISSEZ DÉSORMAIS TOUS LES BÉNÉFICES ET
SOLUTIONS À METTRE EN PLACE POUR OPTIMISER
VOTRE SEO LOCAL !



PLUS DE
CONSEILS SEO ?





"Tous droits de reproduction, d'adaptation et de traduction, intégrale ou partielle réservés pour tous pays. L'auteur ou l'éditeur est seul propriétaire des droits et responsable du contenu de ce livre."

"Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayant droit ou ayant cause, est illicite et constitue une contrefaçon, aux termes des articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle."



Fiona Golay