

# Référencement : les bonnes pratiques

Mardi 9 mai 2023

---



## Les objectifs de cet atelier :

- **MAITRISEZ LES BASES ET LES TENDANCES DU RÉFÉRENCEMENT**
- **COMPRENDRE LE RÉFÉRENCEMENT DE VOTRE ÉTABLISSEMENT**
- **AMÉLIORER VOTRE VISIBILITÉ EN LIGNE**

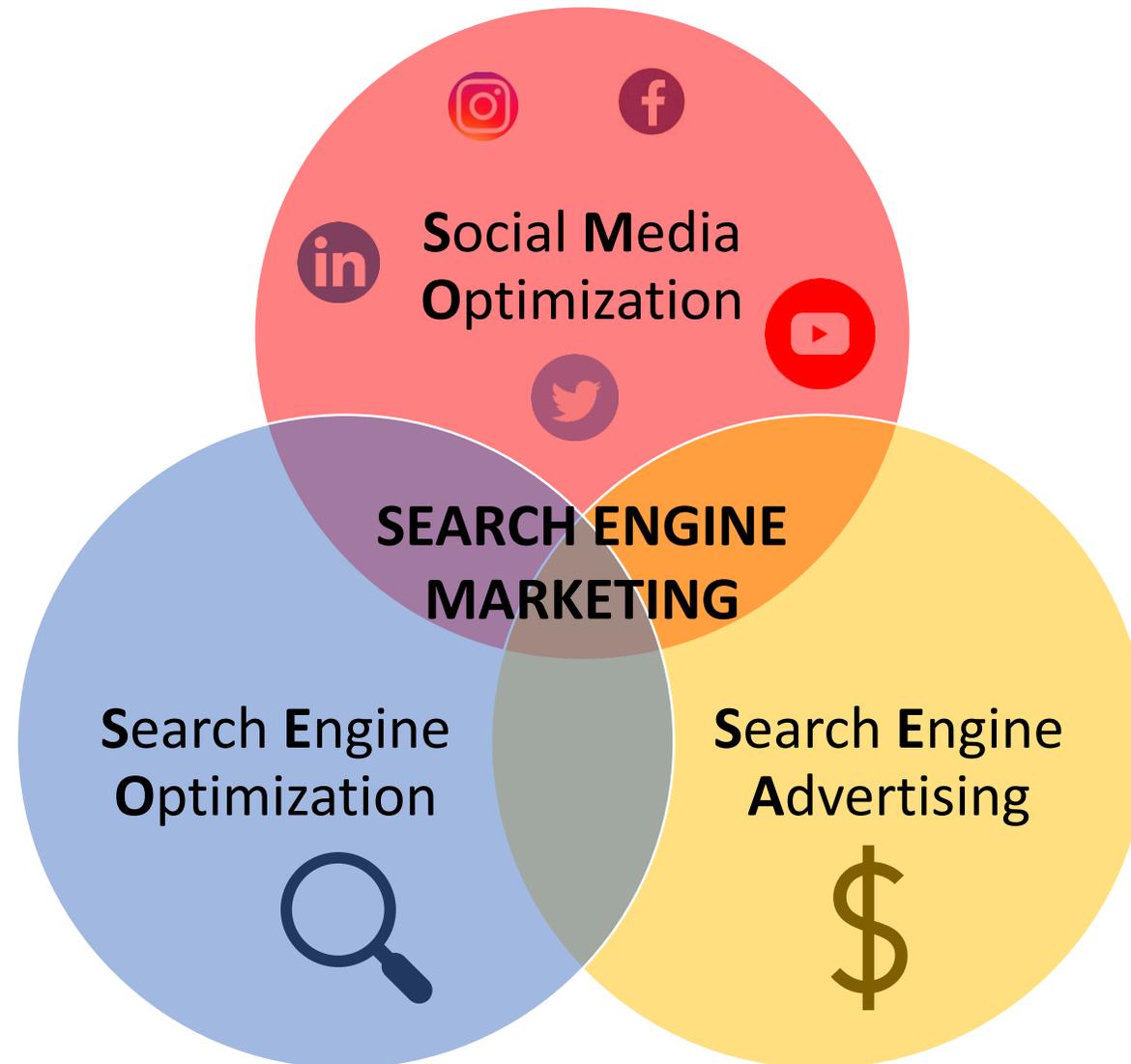
## Le programme de cet atelier :

**Partie N°1 – Déterminer sa stratégie de référencement**

**Partie N°2 – Auditer son positionnement**

**Partie N°3 – Mettre en place sa stratégie de référencement**

# Comprendre les fondamentaux



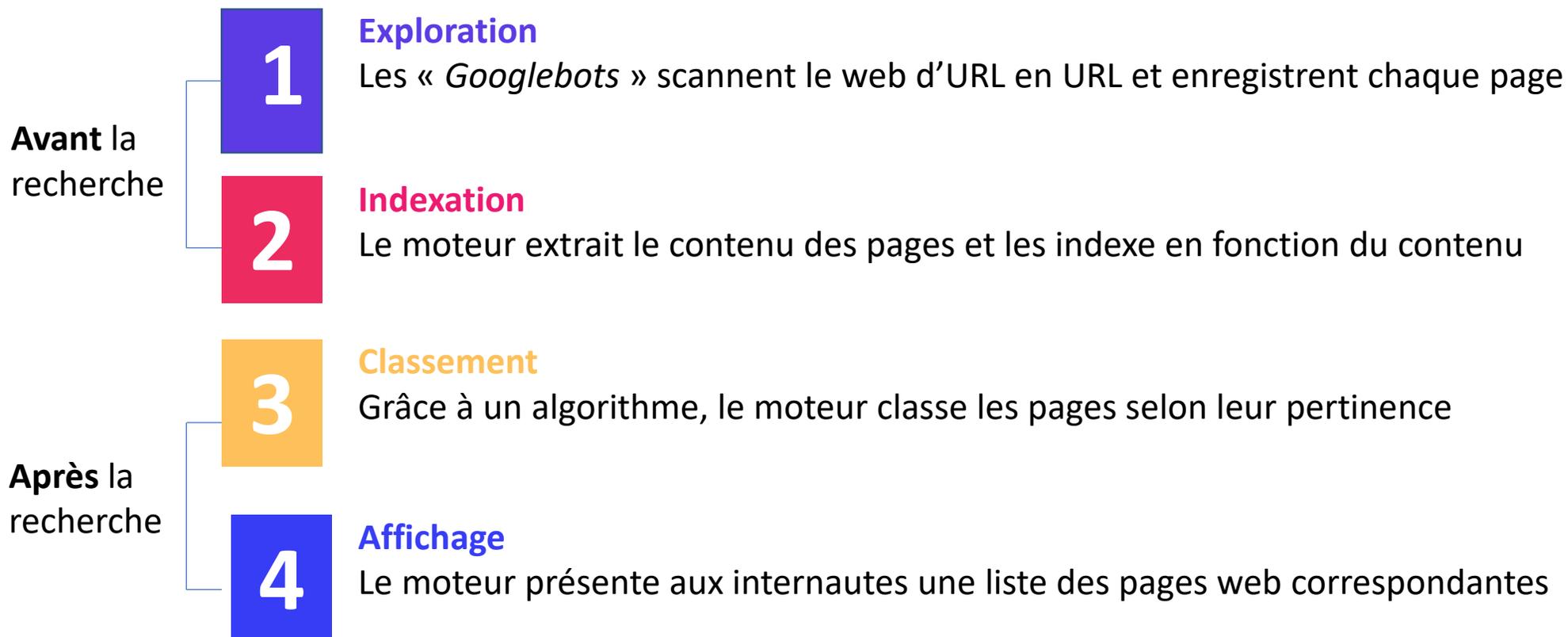
# Comprendre les moteurs de recherche

Google

 Bing

yahoo!

# Comprendre le fonctionnement d'un moteur de recherche



# Comprendre le référencement

## Expression clé

Saisie par le prospect

## Référencement payant

Annonce publicitaire payée au clic

## Référencement naturel

Listes de sites répondants à l'expression clé classée d'après leur qualité

The screenshot shows a Google search for the keyword "oenotourisme". The search bar is highlighted with a blue box. Below the search bar, the Google logo is visible on the left, and navigation links for "Tous", "Actualités", "Images", "Maps", "Vidéos", "Plus", and "Outils" are on the right. The search results are displayed below, with a count of "Environ 4 600 000 résultats (0,43 secondes)".

The first result is a sponsored advertisement, highlighted with a red box. It is from "ladegust.fr" and titled "Oenotourisme Bordeaux - Dégustation et visite". The description reads: "Visitez une magnifique bâtisse du XVIe siècle et les authentiques chais de vinification Dégustation commentée et conviviale de la trilogie des vins du...". To the right of this result is a small image of a vineyard.

The second result is an organic search result, highlighted with an orange box. It is from "Oenotourisme.com" and titled "Oenotourisme.com : visite des caves et dégustation des ...". The description reads: "Partez à la rencontre de nos exploitants viticoles (domaines, caves, châteaux) pour comprendre et découvrir autrement nos vins de France !". To the right of this result is a small image of a vineyard.

The third result is also an organic search result, highlighted with an orange box. It is from "Vinotrip" and titled "Vinotrip: Le spécialiste de l'oenotourisme". The description reads: "Agence de voyage spécialisée dans l'oenotourisme, Vinotrip propose des séjours week-ends sur la route des vins, pour visiter les vignobles et rencontrer ...". To the right of this result is a small image of a vineyard.

# Comprendre le référencement

## Title

Titre de la Page

## Méta-description

Résumé du contenu de la page



Oenotourisme.com

<https://www.oenotourisme.com>

### Oenotourisme.com : visite des caves et dégustation des ...

Partez à la rencontre de nos exploitants viticoles (domaines, caves, châteaux) pour comprendre et découvrir autrement nos vins de France !



Vinotrip

<https://www.vinotrip.com>

### Vinotrip: Le spécialiste de l'oenotourisme

Agence de voyage spécialisée dans l'oenotourisme, Vinotrip propose des séjours et week-ends sur la route des vins, pour visiter les vignobles et rencontrer ...

Séjour Œnologique · Coffret cadeau week-end... · Vallée du Rhône · Route des vins



## Partie N°1

Déterminer sa stratégie de référencement

# Les tendances pour 2023

-  **91 %** des voyageurs affirment aujourd'hui que le digital augmente leur confiance pour voyager
-  **90%** des internautes disent consulter les avis clients
-  **46%** d'entre eux choisissent leur restaurant, leur hôtel ou les visites de domaines viticoles selon les avis
-  **44 %** des français se déclarent prêts à payer plus cher leur séjour afin de voyager de manière responsable et respectueuse de l'environnement



**Zoom** : Développement des offres oenotouristiques, de restauration et d'hôtellerie durable : économies d'énergie, gestion des déchets, recours à des circuits courts d'approvisionnement, produits bio ou équitables, produits écologiques dans la salle de bain, réduction de quantité de linge à laver.

# 2. Connaitre son persona

1

## Le persona a plusieurs objectifs

Délivrer un message pertinent et adapté

Mieux comprendre qui sont vos utilisateurs et comment ils agissent

Mettre en place des campagnes marketing personnalisées

Proposer des produits et services ciblés

2

## Les éléments clés d'un persona

Prénom, sexe, âge, situation maritale, lieu d'habitation,

Métier exercé et catégorie socio-professionnelle, centre d'intérêt

Besoins, attentes, motivations

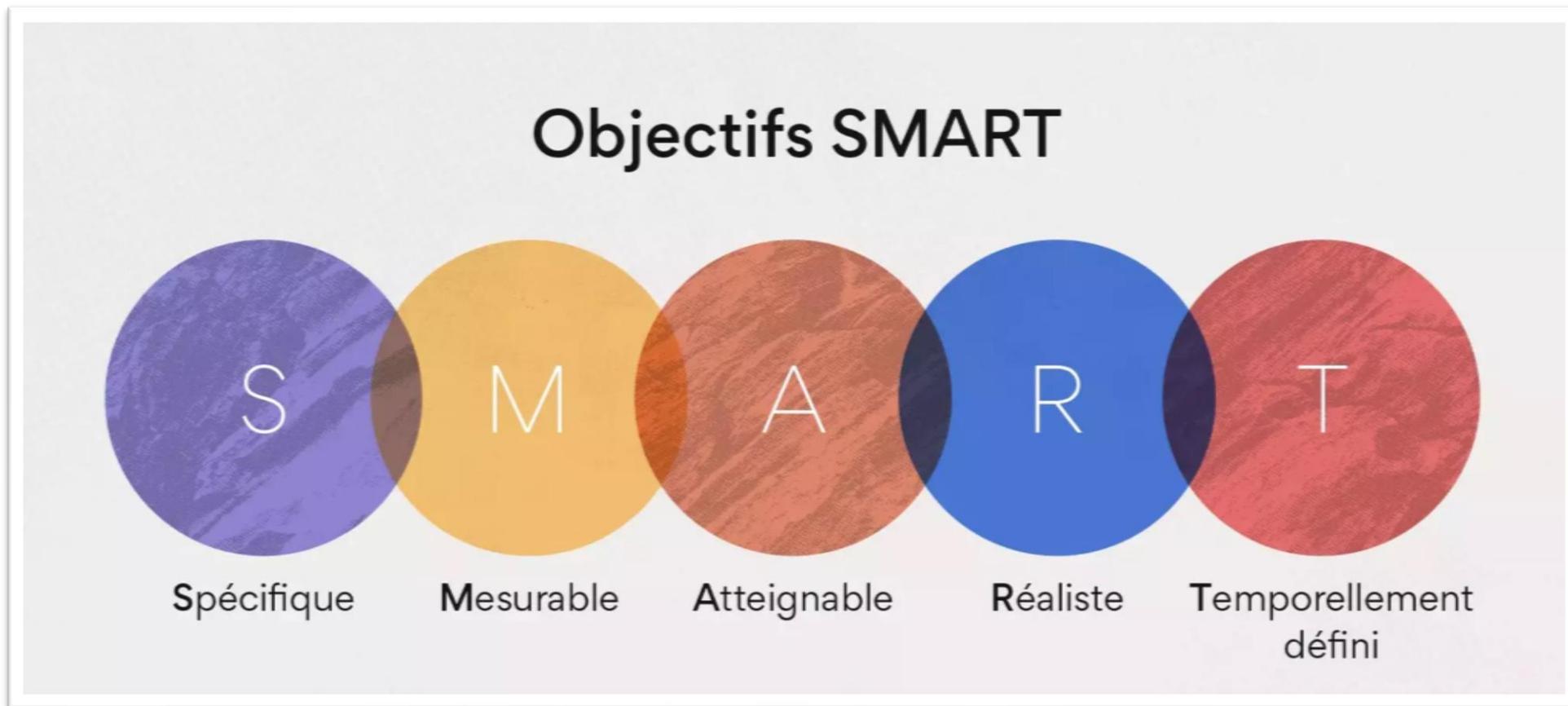
Obstacles, freins et frustrations

3

## Comment obtenir des données pour créer un persona

1. Procéder à des entretiens auprès de vos clients actuels
2. Analyser votre base de données et vos statistiques
3. Observer les informations qui circulent sur Internet
4. Mener des enquêtes quantitatives et qualitatives

# 3. Définir ses objectifs



# 3. Définir ses objectifs

## Exemples d'objectifs SMART

- **Site web : augmentation de 20 % de visiteurs avant le S3 2023**
- **Fréquentation : augmentation de 12 % de visiteurs supplémentaires au sein du domaine en 2023**
- **Sur la période de mai à octobre 2023 : récupération de contenu pour publier tout au long de l'année (photos, vidéos, interview, satisfaction client...)**
- **Instagram : augmentation de 100 followers sur la période mai à juin 2023**
- **Fiche d'établissement Google : récolter 20 avis clients (5 étoiles) durant la saison estivale**



CCI BORDEAUX  
GIRONDE

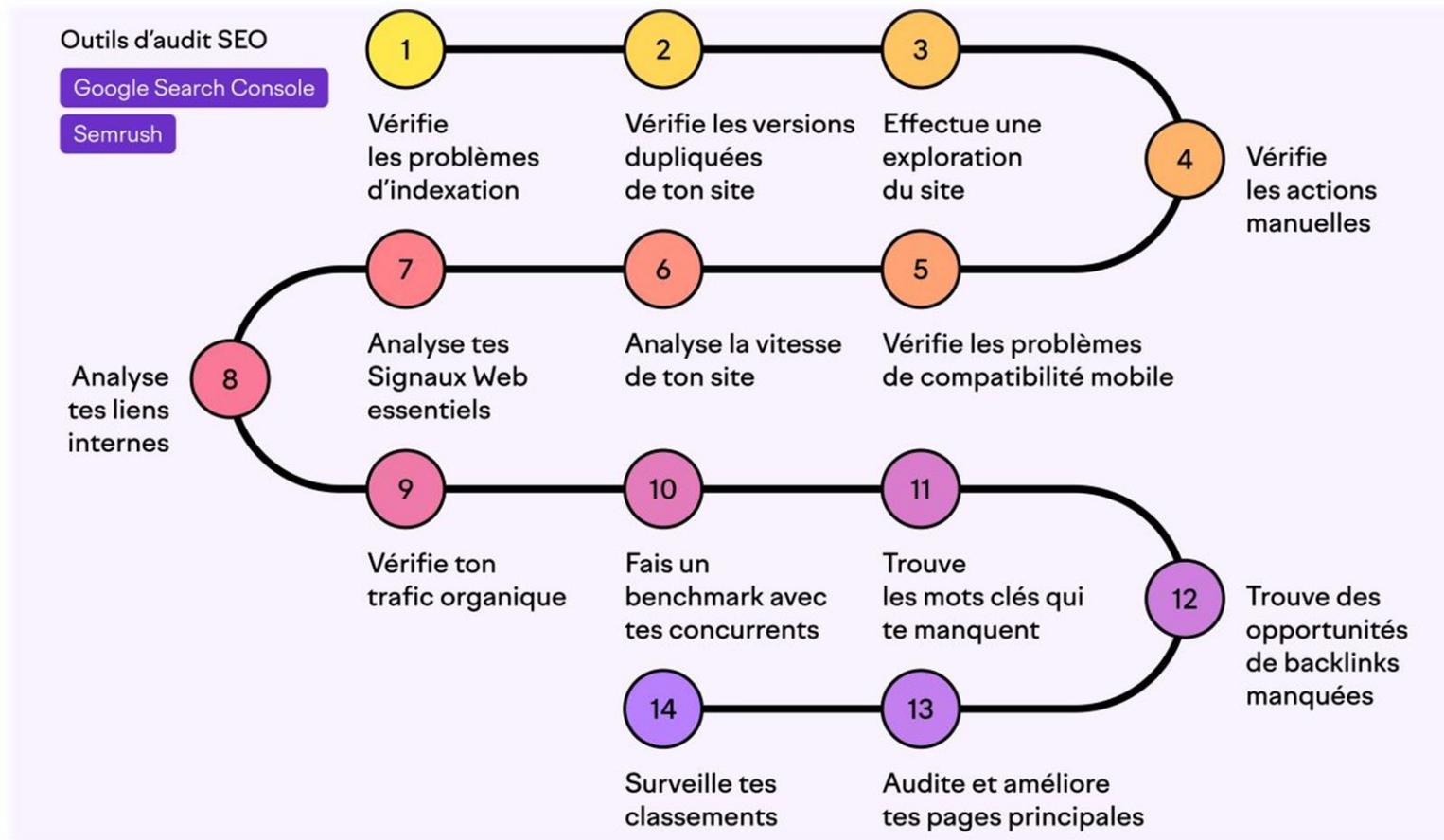
---

Partie N°2

Auditer son positionnement

# 1. Audit de mon site Web

## Analyse globale



# 1. Audit de mon site Web

## Analyse des 3 principaux piliers



### La technique SEO technique

- L'indexation
- L'ergonomie mobile
- La vitesse de chargement
- La lisibilité des URL
- Les images



### Le contenu SEO On-Page

- Contenu du site
- Contenu des textes
- Article de blog
- Architecture + balises



### La notoriété SEO Off-Page

- Les backlinks
- Le SEO local
- La variété des canaux de diffusion
- La fiche GMB
- Plateformes d'avis

# 1. Audit de mon site Web

Analyse de la data



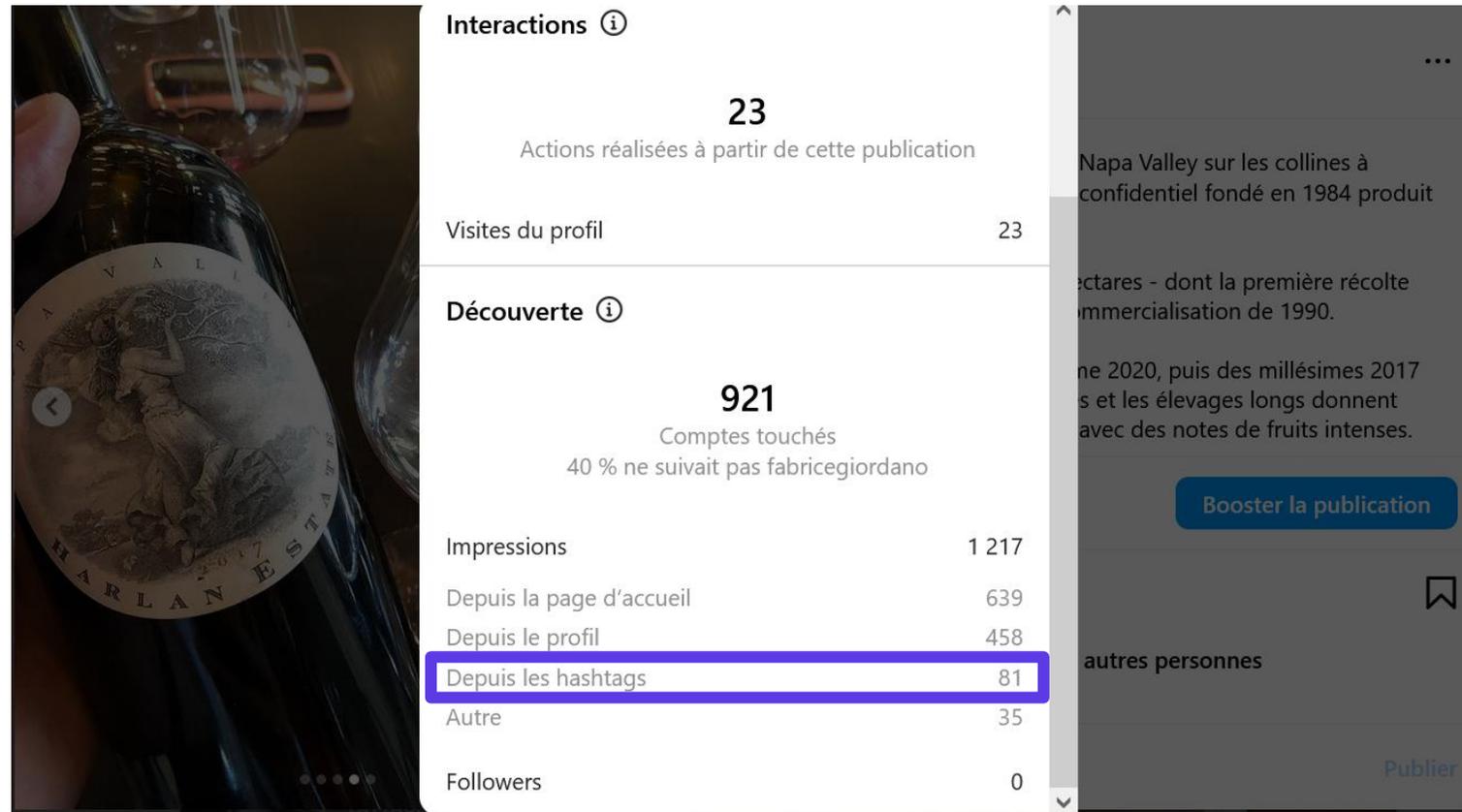
## 2. Audit des réseaux sociaux



Harmonie du feed  
Performance des publications  
Contenu : texte + hashtags  
Stratégie mise en place

# 2. Audit des réseaux sociaux

## Zoom Hashtags



The image shows a social media post for a wine brand. On the left is a photograph of a wine bottle with a label that reads 'NAPA VALLEY' and 'HARLAN ESTATE'. On the right is the analytics panel for the post. The 'Interactions' section shows 23 actions, with 23 profile visits. The 'Découverte' section shows 921 accounts reached, with 40% not following the user. A table breaks down the reach by source, with 'Depuis les hashtags' highlighted in blue. The 'Publication' section on the right shows a 'Booster la publication' button and a 'Publier' button.

Interactions ⓘ	
<b>23</b>	Actions réalisées à partir de cette publication
Visites du profil	23

Découverte ⓘ	
<b>921</b>	Comptes touchés
40 % ne suivait pas fabricegiordano	
Impressions	1 217
Depuis la page d'accueil	639
Depuis le profil	458
<b>Depuis les hashtags</b>	<b>81</b>
Autre	35
Followers	0

Publication details:  
Napa Valley sur les collines à confidentiel fondé en 1984 produit  
ectares - dont la première récolte mmercialisation de 1990.  
ne 2020, puis des millésimes 2017 s et les élevages longs donnent avec des notes de fruits intenses.  
Booster la publication  
autres personnes  
Publier

# 3. Audit de la fiche d'établissement Google



1. Audit de la fiche GMB



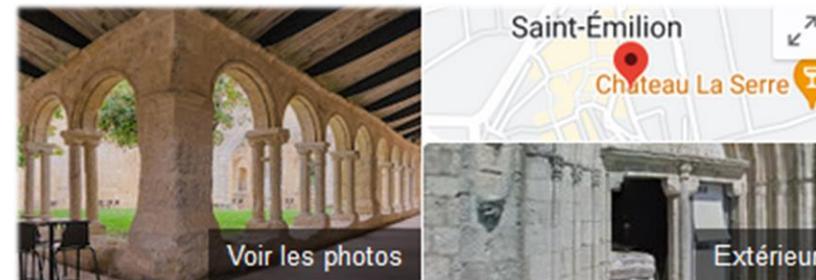
2. Analyse des avis clients



3. Analyse des attributs et CTA



4. Analyse de la performances



Cloître des Cordeliers

Site Web

Itinéraire

Enregistrer

4,4 ★★★★★ 807 avis Google ⓘ

Magasin de vins et spiritueux

Dans les caves d'un cloître médiéval, fabrication traditionnelle de vins pétillants avec visites guidées.

**Services disponibles:** Achats en magasin · Retrait en magasin

**Adresse :** 2 Rue de la Prte Brunet, 33330 Saint-Émilion

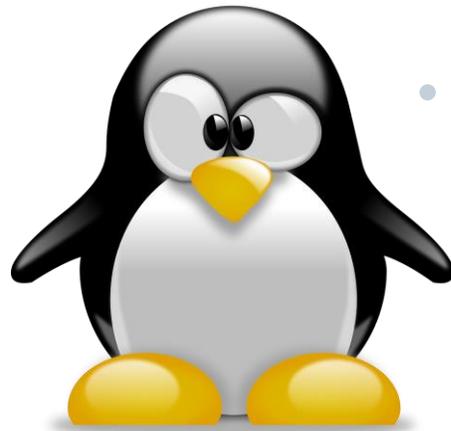
**Horaires :** Ferme bientôt · 19:00 · Ouvre à 10:30 ven. ▾

**Téléphone :** 05 57 24 42 13

[Suggérer une modification](#) ·

[Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?](#)

# Auditer son positionnement

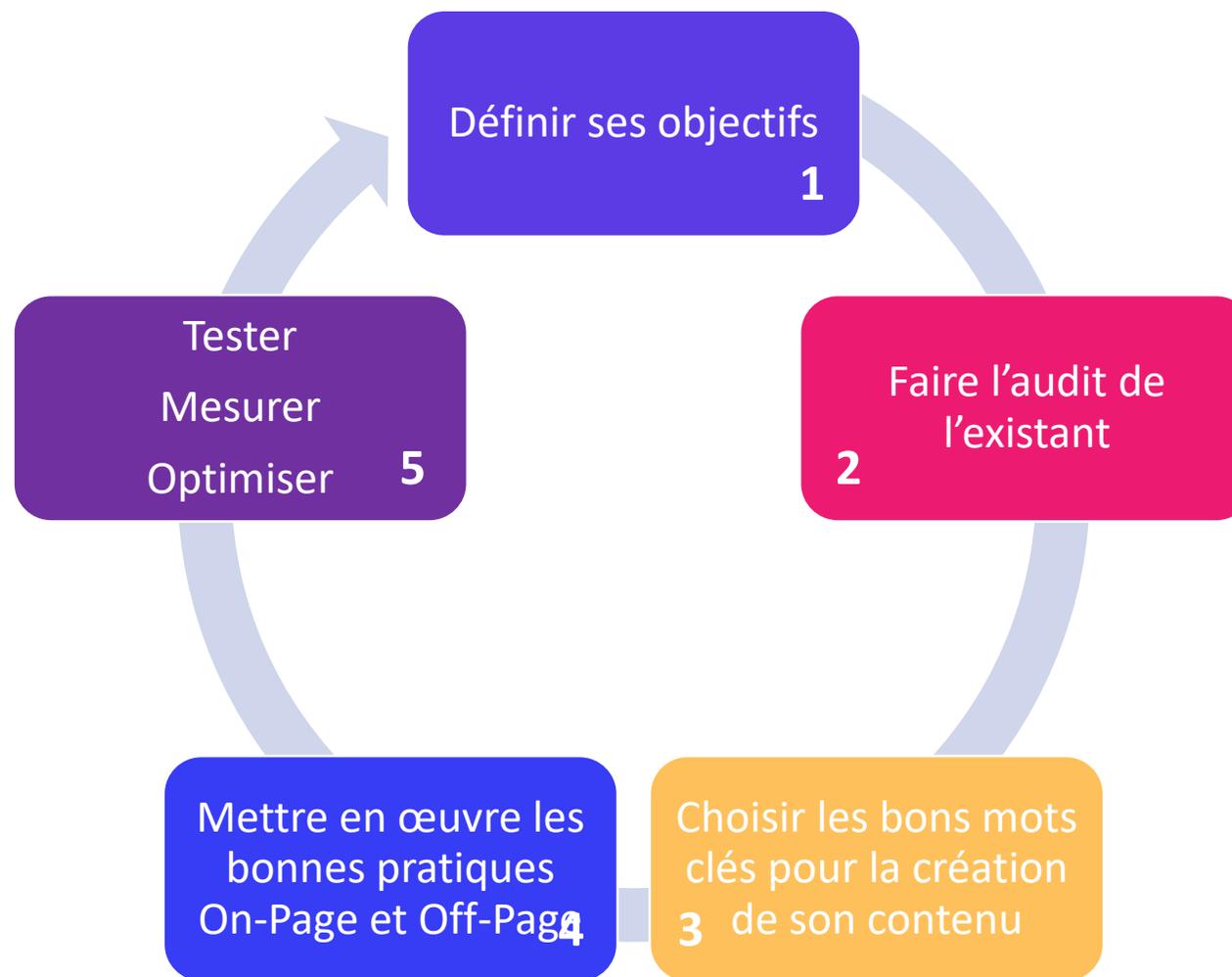


*Est-il possible  
d'avoir un  
exemple ?*

## Partie N°3

Mettre en place sa stratégie de référencement

# Méthodologie



# Les outils



Outils de gestion de projet digitaux



Outils de recherche de mots clefs

[https://1.fr/load\\_report?report\\_id=61671946497](https://1.fr/load_report?report_id=61671946497)



Outils pour acheter des Backlinks

<https://www.paper.club/>

# 1. Le référencement naturel

## Les 3 types de recherches locales

Les mots-clés correspondent aux **mots que les internautes sont susceptibles de taper** quand ils font une recherche :

50% découvertes

Chateau dégustation sauternes

Adresses :



Château d'Yquem  
4.7 ★★★★★ (251) · Vignoble  
Sauternes  
"Superbe visite au château suivi d'une dégustation."

Château Sigalas Rabaud 1er Grand Crù classé Sauternes  
4.9 ★★★★★ (137) · Hôtel  
Bommes  
"Super visite avec dégustation !"

30% marques

pernod ricard

Lieux :



A PERNOD  
Marseille · 04 96 16 50 29  
Ouvert · Ferme à 17.00  
Site Web Itinéraire

B Pernod Rizard France  
Marseille  
Site Web Itinéraire

20% directes

Chateau Pétrus

Commentaires

Pomerol.com  
<https://www.pomerol.com> · Les châteaux ·  
**Château Pétrus - Achat Vin Pétrus**  
L'encépagement se compose de Merlot noir et de Cabernet-Franc noir. **Petrus** produit en moyenne 30 000 bouteilles par an. Les raisins sont vendangés à la main et ...

Wikipedia  
[https://fr.wikipedia.org/wiki/Petrus\\_\(vin\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Petrus_(vin)) ·  
**Petrus (vin)**  
Le domaine **Petrus** (qui ne possède pas de **château**) tire son nom du lieu-dit sur lequel sont installées ses terres. Ce lieu aurait été nommé après saint ...  
Site web : [www.petrus.com](http://www.petrus.com) · Volume produit : 30 000 bouteilles/an  
Superficie plantée : 11,4 ha · Pays : France  
Histoire · Terroir · Vins · Culture populaire

# 1. Le référencement naturel

## Choisir les bons mots-clés

**1 - Comprenez l'intention du mot-clé et proposez le bon contenu :**

Découverte



Considération



Décision

**2 - Variez vos types de mots-clés entre de la courte traîne et de la longue traîne**

- Courte traîne : Grands Crus Classés
- Longue traîne : Grands Crus Classés vignoble du médoc

**3 - Choisissez des mots-clés avec un volume de recherche suffisant**

Vérifiez la concurrence de vos mots clés en les tapant dans Google et en utilisant la commande « **intitle:** »

# 1. Le référencement naturel

## Choisir les bons mots-clés

4 étapes simples pour classer ses mots-clés

**1**

Créez des catégories

Utilisez vos mots  
clés à disposition  
pour créer ces  
catégories

**2**

Sélectionnez vos  
mots-clés principaux

Un seul par page  
avec un bon volume  
de recherche et un  
indice de  
concurrence faible

**3**

Sélectionnez vos  
mots-clés  
secondaires

3/4 par page avec un  
bon volume de  
recherche et un  
indice de  
concurrence faible

**4**

Recherchez les  
questions  
d'internautes

Choisissez celles  
pour lesquelles vous  
avez un contenu de  
qualité à proposer  
ou créez en un

# 1. Le référencement naturel

1

## La Home Page

Proposition de valeur

Structure et architecture simple du site

URL Canonique

Structure du texte (Balise Hn 1 à 6)

Enrichir le contenu

2

## Les pages produits

Photos, vidéo et texte de qualité

Optimisation du contenu (SEO friendly)

CTA

Balise Title & Meta description

3

## La partie Blog

Contenu original, de qualité et pédagogique (mots-clés, facile à lire, plusieurs paragraphes)

Maillage interne

Cocon sémantique

Stratégie de Backlinks

# 1. Le référencement naturel

## Optimisation du contenu

## Utilisation des balises – Balises H1-H6

**<h1>** : unique et obligatoire  
requête principale longue  
traîne

**<h1> Les balises Hn </h1>**

**<h2>** : **conseillé**  
Éléments de réponses  
+ mots-clés secondaires

**<h2> Pourquoi utiliser des balises Hn </h2>**

**<h3> Pour la lecture à l'écran </h3>**

**Contenu :**  
paragraphe, texte

**<h3> Pour le référencement </h3>**

**<h3>** : **facultatif**  
champ sémantique  
et champ lexical

# 1. Le référencement naturel

## Exemple

<https://domainedelarchey.com/>

☰ 20 headings

```
<h1> Hôtel & Restaurant dans le vignoble Bordelais
<h2> Votre hôtel de charme de Bordeaux
<h3> Les chambres calmes de votre hôtel du vignoble de Bordeaux
<h3> Un hôtel proche de Bordeaux avec piscine, jacuzzi et massages ayurvédiques
<h3> Un domaine pour organiser votre mariage en Gironde
<h3> Location de salles et organisation de séminaires à Bordeaux
<h2> Restaurant gastronomique proche de Léognan
<h3> Produits frais et locaux dans notre restaurant de Saint-Médard d'Eyrans
<h3> Un hôtel où goûter les meilleurs vins du vignoble de Bordeaux
<h2> Notre hôtel de Bordeaux, proche de Martillac et de Saint Médard d'Eyrans
<h3> Découvrez Bordeaux et ses alentours depuis notre hôtel
<h3> Visitez le vignoble de Bordeaux depuis notre hôtel
<h3> Un hôtel éco-responsable à 15 min du centre de Bordeaux
<h3> DOMAINE DE LARCHEY ★★★
<h3> Se reposer
<h3> Se régaler
<h3> Se détendre
<h3> Se réunir
<h3> Se rencontrer
<h2> Fermeture annuelle
```

Description des services proposés

Insertion des mots-clés

Localisation + SEO local  
Mise en avant de la démarche RSE

# 1. Le référencement naturel

## Optimisation des images WEBP

« Une image vaut 1000 mots »

- Images **représentatives** du contenu
- Favoriser les **images personnelles**
- **Compresser** les photos pour ne pas impacter le temps de chargement du site
- **Renommer les photos** pour qu'elles soient bien interprétées par Google (pas de « \_ », pas de majuscules ni de caractères accentués)
- Remplir la **balise ALT** (mettre votre mot-clé, décrire le contenu de la photo)

Nom : DOC180423-18042023104609-0001.jpeg



**Balise alt** : alt = « vignoble-saint-emilion-region-bordeaux »

**Balise alt** : alt = « vignoble-medoc-nouvelleaquitaine-france »

## 2. Le référencement local (SEO Local)

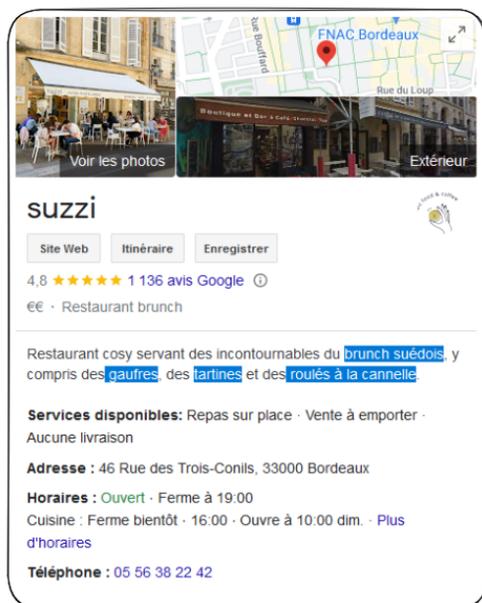
### Les acteurs incontournables



# Zoom – Fiche d'établissement Google

## SEO Local et mots-clés

### Fiche d'établissement



### Description de l'entreprise

"Envie d'un délicieux brunch à **Bordeaux** ? Que ce soit la semaine ou le weekend, Suzzi est un café et restaurant nordique qui propose du brunch fait-maison tous les jours de la semaine à **Bordeaux** ! Cafés, pancakes salés, gaufres suédoises, nappages maison, tartines salés, pâtisseries, goûters maison: tout y est pour passer un agréable moment à **Bordeaux**. Un brunch qui change de l'ordinaire à **Bordeaux**! Créé par Arvid et Margaux, un couple franco-suédois, il met à l'honneur les racines suédoises d'Arvid qui ajoute sa touche personnelle... Passer la porte de Suzzi c'est embarquer pour un voyage scandinave, une expérience riche en chaleur humaine et en gastronomie nordique, tout en restant... à **Bordeaux**! Options vegan et sans gluten :)"

750 caractères

### Fiche optimisée

Compréhension du service et des produits : restaurant + produits  
Référencement naturel travaillé (SEO) : Copywriting + mots-clés + storytelling  
Référencement Local (SEO Local) : Bordeaux

# Zoom – Fiche d'établissement Google

## Les avis clients - réponse

Comment répondre aux avis clients et aux commentaires ?

- 1 - Rapidité
- 2 - Pertinence et proactivité
- 3 - Personnalisation
- 4 - Empathie



**Lucie Soticek**  
Local Guide · 154 avis · 467 photos

★★★★★ il y a un an

Vraiment excellent.  
Le cadre de la partie japonaise est magnifique, les plats sont extrêmement bons. Les desserts et cocktails le sont aussi. Je ne suis jamais déçue!  
Je conseille fortement!



👍 2

**Réponse du propriétaire** il y a un an  
Chère Lucie Soticek

Avant tout nous souhaitons **vous remercier** pour votre avis et sommes ravis d'apprendre que votre expérience au sein de notre établissement ait été un succès. Soyez assuré que cela sera **transmis à nos équipes** dont la priorité est votre satisfaction.  
MayaBay est impatient de vous **accueillir de nouveau** et vous souhaite une excellente journée.

Cordialement,  
L'équipe du MayaBay

# Zoom – Fiche d'établissement Google

## Les avis clients - réponse

Il est important d'inciter vos visiteurs à laisser un avis sur Google et de répondre aux commentaires ensuite. Cela crée davantage de flux et de visibilité pour votre structure.



**Cedric Potier**

10 avis · 2 photos

★★★★★ il y a 5 mois

Superbe expérience ! La visite est géniale : d'abord le château et son histoire, puis le vin et l'évolution dans le domaine, et enfin la dégustation. Élodie a les mots justes, pour les grands et pour les petits. Du coup tout le monde a profité ! Évidemment le vin est top également. Bref, a ne pas manquer si vous êtes dans le secteur.

Visité en novembre 2022



**Réponse du propriétaire** il y a 5 mois

Merci beaucoup Cédric pour votre **gentil mot, qui me touche**. Il faut croire que **ma passion pour le vin** s'est ressenti lors de la visite-dégustation. Vous étiez vous aussi un **groupe très sympathique** que j'ai eu plaisir à animer. Et les **enfants ont été adorables**. Bravo à eux d'avoir réussi le jeu de piste !

# Zoom – Fiche d'établissement Google

## Les avis clients - réponse



**Jerome Fanouillere**

Local Guide · 47 avis · 28 photos

★★★★★ il y a un an

Le résultat de la rénovation de ce chai est époustouflant. Ce qui est remarquable, c'est cette sensation d'être dans un lieu chargé d'histoire tout en étant intégré avec des installations ultra modernes.

Prouesse donc. Equipe d'accueil super sympa, continuez comme ça!

Visité en décembre 2021



J'aime

**Réponse du propriétaire** il y a un an

Cher Jérôme, merci de votre enthousiasme, nous avons toujours un grand plaisir à vous accueillir à la Winery !

## 2. Le référencement local (SEO Local)

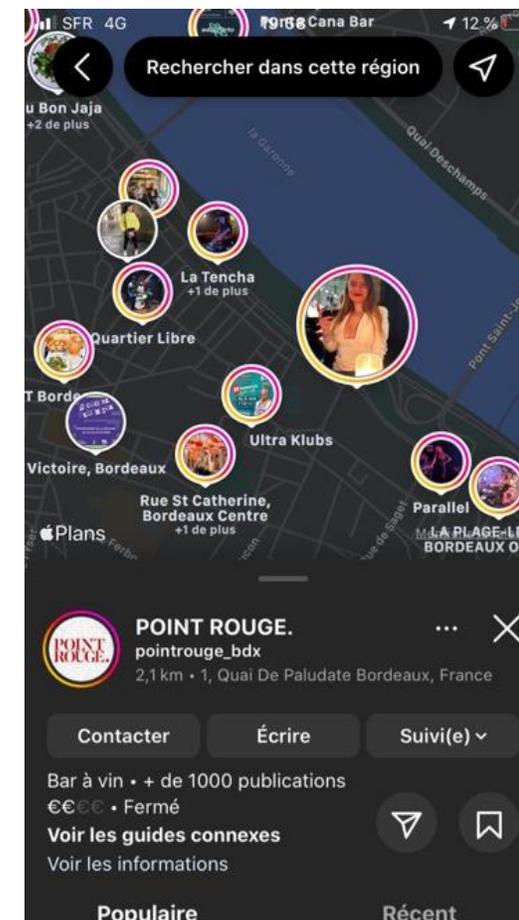
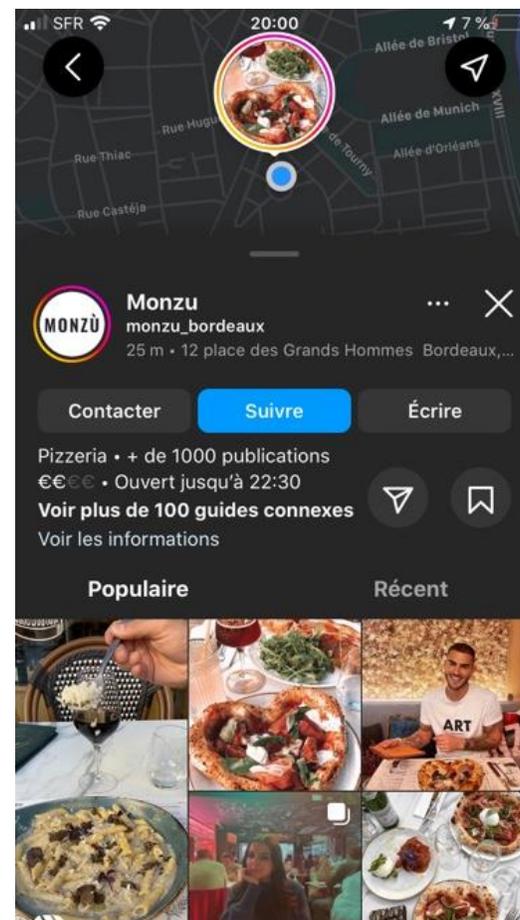
### Les nouveautés – Social Media

Si vous ciblez une clientèle plus jeune, pensez aux réseaux sociaux et à leur système de géolocalisation.



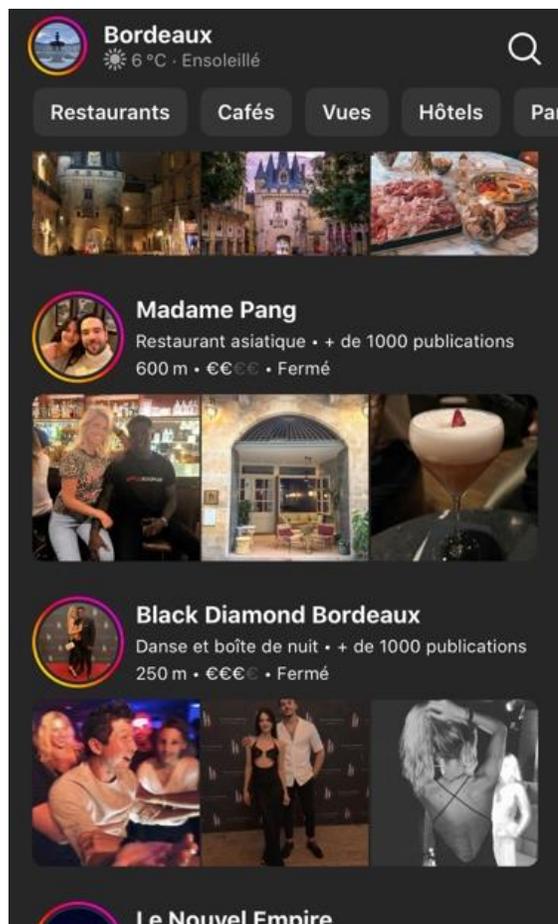
## 2. Le référencement local (SEO Local)

### News 2022 : Instagram Local



# 2. Le référencement local (SEO Local)

## News 2022 : Instagram Local



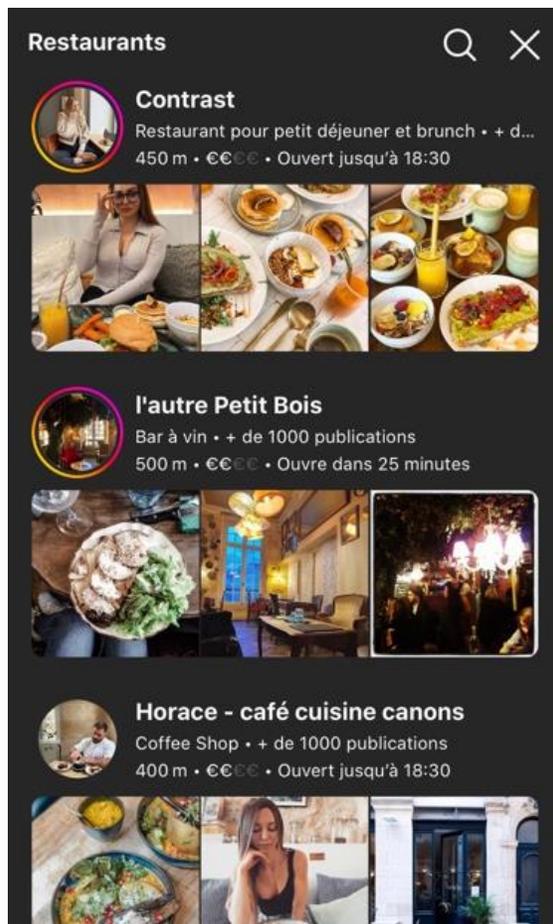
**Bordeaux**  
6 °C · Ensoleillé

Restaurants Cafés Vues Hôtels Par

**Madame Pang**  
Restaurant asiatique · + de 1000 publications  
600 m · €€€€ · Fermé

**Black Diamond Bordeaux**  
Danse et boîte de nuit · + de 1000 publications  
250 m · €€€€ · Fermé

**Le Nouvel Empire**

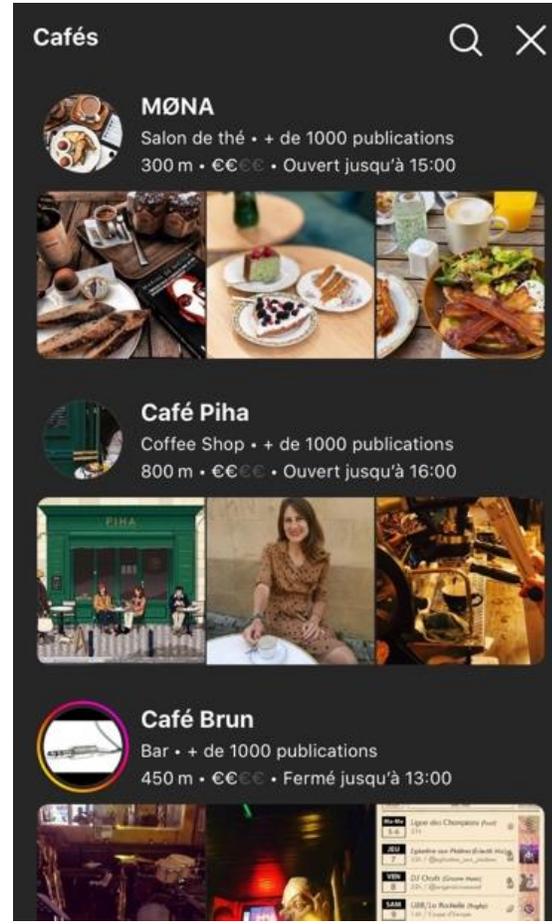


**Restaurants**

**Contrast**  
Restaurant pour petit déjeuner et brunch · + d...  
450 m · €€€€ · Ouvert jusqu'à 18:30

**l'autre Petit Bois**  
Bar à vin · + de 1000 publications  
500 m · €€€€ · Ouvre dans 25 minutes

**Horace - café cuisine canons**  
Coffee Shop · + de 1000 publications  
400 m · €€€€ · Ouvert jusqu'à 18:30

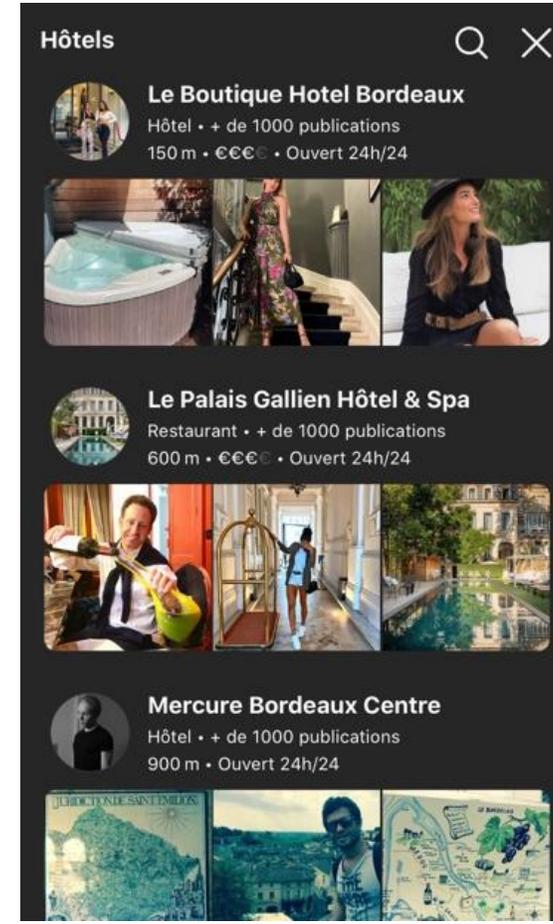


**Cafés**

**MØNA**  
Salon de thé · + de 1000 publications  
300 m · €€€€ · Ouvert jusqu'à 15:00

**Café Piha**  
Coffee Shop · + de 1000 publications  
800 m · €€€€ · Ouvert jusqu'à 16:00

**Café Brun**  
Bar · + de 1000 publications  
450 m · €€€€ · Fermé jusqu'à 13:00



**Hôtels**

**Le Boutique Hotel Bordeaux**  
Hôtel · + de 1000 publications  
150 m · €€€€ · Ouvert 24h/24

**Le Palais Gallien Hôtel & Spa**  
Restaurant · + de 1000 publications  
600 m · €€€€ · Ouvert 24h/24

**Mercure Bordeaux Centre**  
Hôtel · + de 1000 publications  
900 m · Ouvert 24h/24

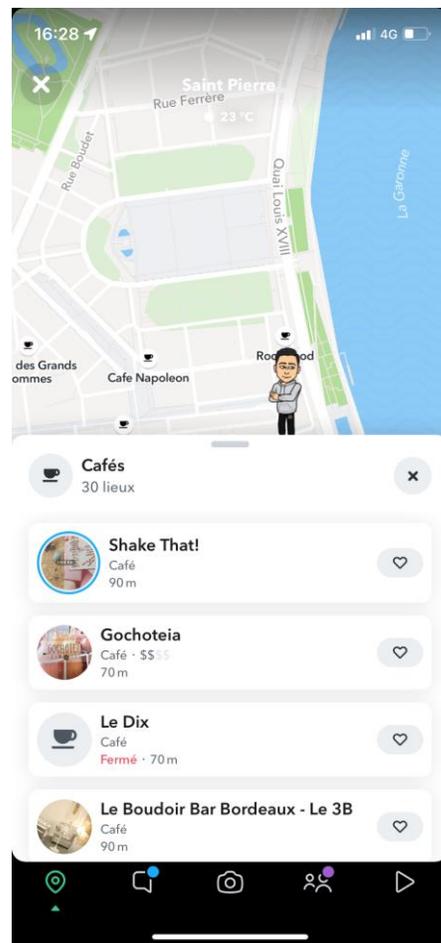
## 2. Le référencement local (SEO Local)

### News 2022 : Snapchat Local



# 2. Le référencement local (SEO Local)

## News 2022 : Snapchat Local



# 3. Le référencement payant

Search Ads



Social Ads



Autres plateformes



Tripadvisor.



Booking.com

Google

Hotel Ads

Uber  
Eats



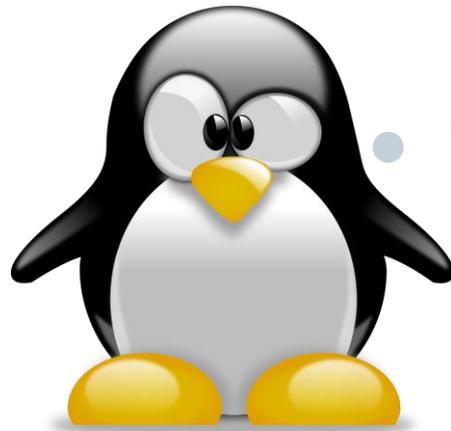
deliveroo

Géolocalisation



# Conclusion

# Conclusion



*Mon trafic SEO a-t-il  
augmenté ?  
La qualité de mon trafic est-  
elle meilleure ?  
Mon trafic SEO génère t-il  
plus de vente ?*

# Conclusion

## Comment analyser les performances du référencement de votre entreprise ?

- Analyse des performances de votre site
  - Nombre de visiteurs
  - Nombre de réservations
  - Temps de visite
- Analyse des performances de la page d'établissement
  - Nombre d'avis et de notations
  - Vues de la page
  - Appels depuis la page
- Analyse des performances de vos réseaux sociaux
  - Taux d'engagement : likes, commentaires, partages
  - Comptes touchés
  - Comptes ayant interagi



**Fabrice GIORDANO**  
fgiordano@bordeauxgironde.cci.fr



**Romain DELLA-GUIONIE**  
rdellaguionie@bordeauxgironde.cci.fr



**Christelle PECHDO**  
cpechdo@bordeauxgironde.cci.fr



**Anaïs KOTBI**  
akotbi@bordeauxgironde.cci.fr



**Christophe DONADIER**  
cdonadier@bordeauxgironde.cci.fr



**Mathieu DUFFOIRE**  
mduffoire@bordeauxgironde.cci.fr



**Ronald SAINTE-CROIX**  
rsaintecroix@bordeauxgironde.cci.fr



**CCI BORDEAUX  
GIRONDE**

**BORDEAUXGIRONDE.CCI.FR**

