

# Fiches pratiques

#004 *méthodologie* 



**Comment améliorer votre  
référencement local ?**

**7 conseils pour réussir le référencement local  
de son entreprise**

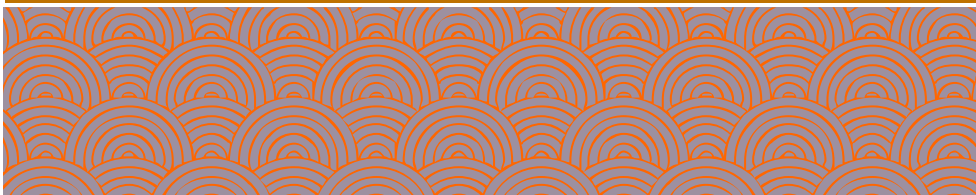
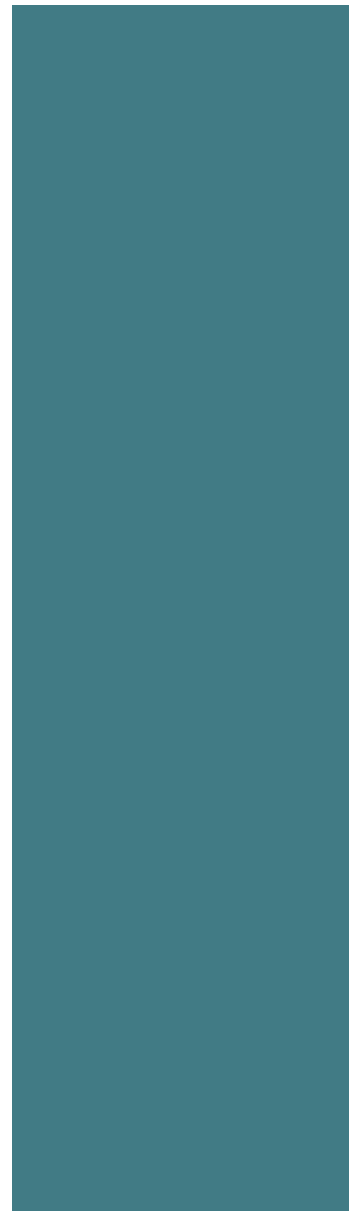
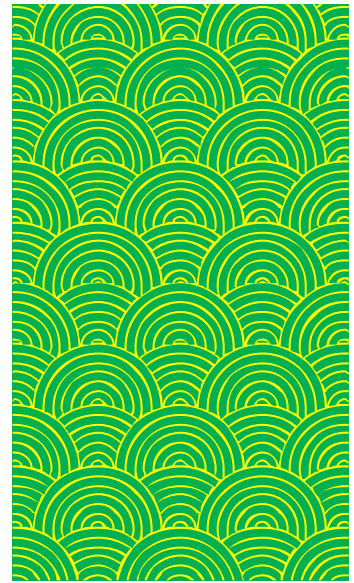
Confédération **N**ationale des **D**étaillants  
en **L**ingerie

**[www.detaillants-lingerie.fr](http://www.detaillants-lingerie.fr)**

51 boulevard de Strasbourg

75010 Paris

01 42 02 87 67



Une Fiche pratique regroupant **7 conseils** pour réussir le référencement local de son entreprise (commerce, artisan, profession libérale, TPE, PME).

Source : <https://www.francenum.gouv.fr/comprendre-le-numerique/comment-ameliorer-votre-referencement-local>

Le référencement local sur les moteurs de recherche, au sein des réseaux sociaux et sur les applications mobiles joue un rôle essentiel dans la visibilité des commerces de proximité, artisans locaux et entreprises ancrées sur les territoires. Pour les TPE PME, c'est un axe fort et à considérer comme prioritaire sur Internet pour se faire connaître et pour générer des ventes et faire croître son activité.

### Le référencement local en chiffres

Les chiffres que nous évoquons il y a quelques semaines impressionnent : 97 % des internautes utilisent la recherche locale ou recherche de proximité sur un moteur de recherche ou un annuaire.

78 % des recherches locales sur mobile engendrent des achats en direct après quelques heures.

Plus récemment encore, Google France a indiqué pour son moteur de recherche que les requêtes des utilisateurs de son outil contenant les mots « près de moi » ou « à proximité » ont été multipliées par 5 sur les 5 dernières années. La recherche locale surpasse les autres types de recherche et de loin lorsqu'il s'agit d'acheter.

### Comment améliorer votre référencement local sur les moteurs de recherche et sur les réseaux sociaux

#### 1. Localisez votre site et vos pages d'entreprise

Que ce soit sur votre site Internet ou sur les pages de comptes de réseaux sociaux de votre entreprise, indiquez clairement et à la bonne position, **l'adresse physique et la commune** (dans les contacts) mais ne pas hésiter non plus à **rappeler cette adresse dans le texte en y associant votre métier et le nom de la commune côte à côte**.

Exemple : "lingerie à Pontivy".

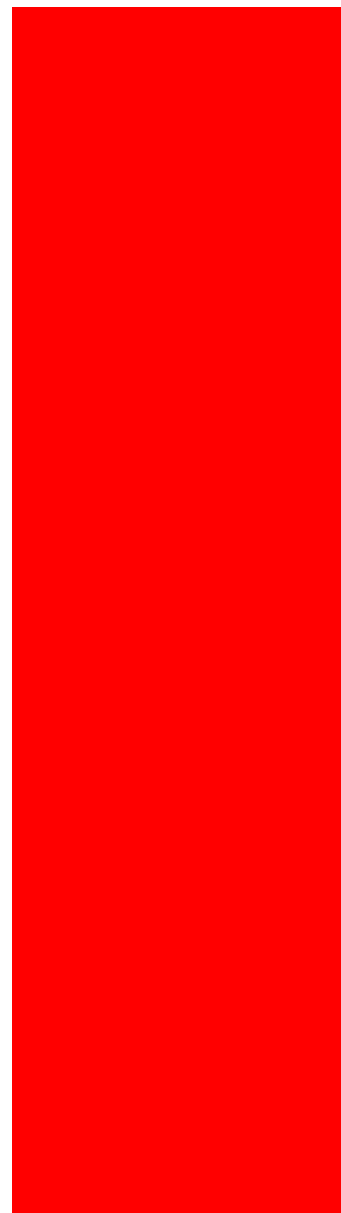
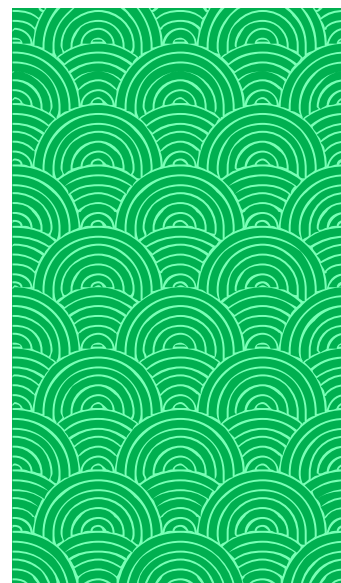
Cette composante géographique (métier + commune) doit être répétée au sein d'articles, des pages et des publications sur les réseaux sociaux pour être trouvable sur les moteurs de recherche de type Google, Bing...

Et aussi sur les moteurs de recherche interne des plateformes de réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Pinterest...).

#### 2. Optimisez le titre et la méta-description de votre site

Les balises "title" et "meta-description" de votre site s'affichent prioritairement dans les résultats des moteurs de recherche.

Elles doivent donc être complétées avec soin en **mentionnant votre activité et la commune**. Exemple : «lingerie à Pontivy»... pour avoir une chance de se retrouver davantage visible sur ces mêmes moteurs de recherche.



### 3. Complétez et optimisez votre page Google My Business

Les internautes et encore plus les mobinautes qui recherchent un commerce, une boutique, un artisan ou une entreprise le font prioritairement via le moteur de recherche **Google**. C'est un fait. Dans ce contexte, **posséder sa fiche Google My Business pour son entreprise s'avère plus que nécessaire.**

- ❖ **Créez et complétez avec soin votre page Google My Business** en y indiquant vos coordonnées complètes (adresse physique, email, numéro de téléphone, adresse du site Internet, plan, les produits vendus), vos horaires d'ouverture et toutes les informations dont de potentiels clients ont besoin.
- ❖ **Il est nécessaire d'y mettre des photos de qualité sur votre activité** qui donnent envie de vous contacter et aussi de vous visiter : primordial pour les commerces et les boutiques !
- ❖ **Catégorisez** avec soin votre activité pour y être plus facilement trouvable.
- ❖ Pensez à mettre en avant votre entreprise avec **une visite virtuelle à 360 degrés (intérieur de l'établissement)** pour donner envie de s'y rendre.
- ❖ Et **validez votre établissement**. Tout est indiqué dans l'espace de votre fiche **Google My Business**.

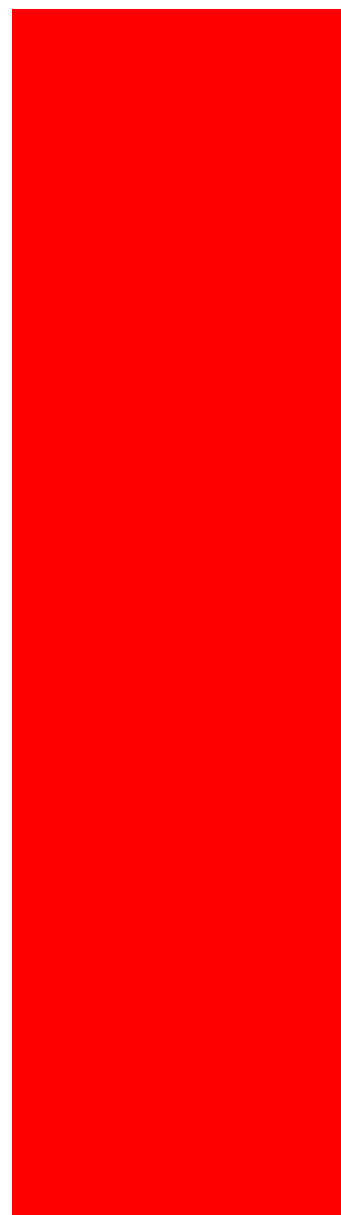
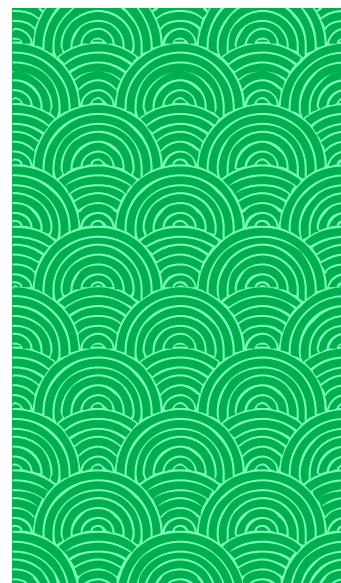
En outre, c'est récent et à utiliser judicieusement : on peut désormais via **Google My Business, présenter gratuitement des produits et services avec des fiches descriptives** : Présentez votre produit ; Décrivez-le ; Indiquez son prix. Mais ce peut être la présentation d'offres et d'évènements.

- ❖ **Mettez à jour régulièrement votre fiche Google My Business avec de nouvelles informations, photos, en actualisant vos horaires d'ouverture.**
- ❖ **Analysez comment les utilisateurs interagissent avec vous via cette fiche en examinant le nombre de clics, de réservations et d'abonnés, notamment via le rapport mensuel envoyé chaque mois à l'entreprise par courrier électronique et aussi en continu le tableau de bord de votre compte Google My Business.**

### 4. Inscrivez-vous à des annuaires locaux et cartographiques

Google n'est pas tout. **Référenciez votre entreprise dans des annuaires généraux (Pages Jaunes),** spécialisés selon votre activité (*Yelp, TripAdvisor, La Fourchette...*) et géolocalisés comme Google Maps (via Google My Business), comme Waze ou encore Mappy.

Pensez aussi à être inscrit sur la page du site de votre collectivité territoriale qui présente les entreprises locales, celle de votre fédération professionnelle et d'annuaires sectoriels, sur le site de l'association locale de commerçants, etc. Les opportunités ne manquent pas !



## 5. Utilisez les microformats pour un balisage sémantique de votre site et pages

Afin d'augmenter la visibilité locale de votre site sur les moteurs de recherche et aussi pour la recherche via les assistants vocaux et applications vocales (*Siri, Google Assistant...*), **il est conseillé de fournir des précisions sur votre activité à partir d'un code structuré avec ce que l'on appelle les microformats ou le balisage sémantique.**

- ❖ Les moteurs de recherche se voient ainsi faciliter l'indexation de vos pages Web à partir du code intégré au sein de vos pages.
- ❖ Pour se faire, Google propose un outil d'aide au balisage : <https://www.google.com/webmasters/markup-helper/u/0> avec des informations à compléter pour générer un code HTML à intégrer dans son site.

## 6. Encouragez, gérez les avis d'internautes et échangez avec eux

Que ce soit sur Google My Business ou sur des annuaires, il est courant que les internautes et les mobinautes puissent porter une appréciation en ligne sur votre activité ; ce sont les fameux avis en ligne.

**Encouragez vos clients satisfaits à laisser leur avis et répondez systématiquement à tout avis qu'il soit positif, négatif, critique**, qu'il apporte de nouvelles idées ou suggestions pour votre entreprise.

- ⇒ **Répondre en ligne, c'est porter de la considération à tout prospect ou client.**

## 7. Possédez un site mobile

30% des recherches sur mobile sont liées à un emplacement local.

72% des clients ayant fait une recherche locale ont visité un magasin dans les 8 kilomètres à la ronde.

Aussi, **posséder un site mobile (optimisé pour le mobile) est aujourd'hui indispensable pour que les informations y soient lisibles avec des rubriques faciles à naviguer.**

Synthèse réalisée par la CNDL Mai 2020

