

Atelier 2 : Comment optimiser votre présence Web – Thaïs Mélo de Guest & Strategy

L'importance du référencement local

- La création de cartes de visite, flyer avec de beaux visuels : à diffuser auprès des offices de tourisme, de partenaires éventuels (restaurants, hébergements...)
- La base de données eSPRIT – tous les acteurs touristiques y sont référencés et il est très important d'y être.
- La démarche Vogue & Vague (démarche collective pour renforcer la visibilité de l'offre nautique en Pays de la Loire) :
 - Site internet vogue-et-vague.fr
 - Présence YouTube
 - Campagne sur Fb et Insta (plus de visibilité pour les prestataires qui sont intégrés dans ces démarches)
- Formation le 23/03/22 en présentiel sur « Développer les retombées commerciales de vos offres Vogue & Vague » - en région Nantaise
- Google Business Profile
 - Renseigner les catégories de votre activité
 - Notez les horaires d'ouverture et celles des jours fériés
 - Indiquer l'adresse postale et le numéro de téléphone
 - Précisez les équipements de votre établissement
 - Répondre aux avis
 - La 1^{ère} photo doit donner envie

Dévoiler un site internet attractif

- Avoir un texte lisible, une image panoramique qui prend tout l'écran, un Call To Action (un bouton « Réserver » par exemple), un menu lisible
- Présentation de l'équipe avec des photos : cela personnalise et donne une dimension humaine
- Communiquer des informations claires
- Des visuels attrayants
- Intégrer la réservation en ligne
 - Enregistrez des résas même quand l'établissement est fermé
 - Gagner du temps
 - Proposer à vos clients un moyen rapide et sûr de réserver
 - Conservez des données sur vos clients
- Les éléments incontournables
 - Optez pour des photos professionnelles
 - Présentez simplement et efficacement vos tarifs
 - Votre situation géographique (avec une cartographie, c'est plus parlant)
 - Les coordonnées sur chaque page
 - La possibilité de réserver en ligne
 - Donnez confiance par des logos (de partenaires, d'entreprises déjà venues...) et icones
 - Valorisez votre territoire local
 - Intégration des avis clients

Les réseaux sociaux

- Pinterest est sous-estimé par les entreprises : vendre l'établissement par le biais de photos (nécessite moins de temps, contenu non régulier)
- YouTube : les activités nautiques se prêtent bien au format vidéo
- LinkedIn est très bien pour les affaires, proposer des prestations de groupes
- Tik Tok : être très réactif, régulier, proposer beaucoup de contenus et prend du temps
- Privilégier la qualité à la quantité
- Bien paramétrer ses comptes : logo, nom d'utilisateur, onglets, couverture, bouton d'action, messagerie
- Être au top dans ses publications : parler de votre produit/actualité/valeurs/donner des conseils, des photos et vidéos de qualité, utiliser des émojis, utiliser des hashtags.
- Booster ses publications avec de la publicité : lier son compte Insta à son compte Fb, et gérer la publicité depuis Facebook Business Suite

Travailler ses mots-clés : créer un champ lexical autour de la thématique, cela améliorera le référencement grâce à des mots plus nombreux. Travailler ses mots clés et les varier (ne pas avoir un seul mot clé) / utiliser un champ lexical autour de son activité = étape très importante

Q : Avez-vous un outil à recommander pour travailler sur champ lexical ?

R : Google Trends – hésitation entre deux mots clés / permet de voir lequel des deux mots clés est le plus recherché en France. Indique aussi les recherches associées.

Q : Comment faut-il procéder avec les caractères spéciaux ?

R : Exemple avec le mot gîte / doit-on mettre l'accent ? Possibilité de noter des deux façons

La construction du site internet

- Adapter son URL (URL courte)
- Le Méta-titre doit être accrocheur et clair
- La Méta-description doit être courte, précise et d'actualités
- Chaque page a un titre avec une balise H1 (le nom du produit et des informations percutantes)
- Le texte est aéré avec des mots en gras pour améliorer la lecture et le référencement
- Les photos doivent impérativement avoir un titre avec des mots-clés et une balise ALT
- Conseil : Télécharger l'extension Google SEO Minion, elle permet d'analyser le référencement naturel de son site internet et de celui de ses concurrents.
- Avoir un site « responsive design », adapté pour une navigation sur mobile :
 - o Titre court
 - o Paragraphe de moins d'un écran
 - o Interligne et police aérée
 - o Rangement des idées sous forme de liste

Quelques outils pour faire du SEA (Search Engine Advertising – de la publicité payante) :

- Google Ads : ne pas se contenter des mots clés que l'on définit pour le référencement naturel, mais on achète des mots clés permettant de remonter dans les suggestions Google
- Facebook et Insta Ads : on peut décider de mettre en avant un ou plusieurs posts, en les sponsorisant.
- Waze

Q : Quel pourrait être le timing idéal pour renouveler son site internet ? pour ajouter une photo etc

R : Pas de règle spécifique, mais le site doit être régulièrement actualisé (via un blog par exemple), changer ses images si elles datent... Dépend également des sites. Cas par cas.

Q : Comment alléger son site ?

R : Ne pas hésiter à demander à ses adhérents bénévoles qui peuvent actualiser. Des photos mais pas trop, laisser du blanc, plus c'est actualisé, mieux c'est, prendre le temps de le faire

Q : Comment faire la mise à jour / plutôt sur le référencement ou sur les infos ?

R : Être bien référencé, mais aussi donner envie à l'utilisateur

Q : Quel est le nombre idéal de photos à mettre sur le site ?

R : Dépend du nombre de page / dépend de la structure / un paragraphe doit être illustré d'une image

Q : Quelle est la méthode la plus simple pour une petite structure ?

R : Vous-même via Wix etc / package tout fait (création du site etc avec un abonnement) ou en agence (site personnalisé). Voir les modalités des agences.