

# SEO et GEO

## dominez le Local Search

Le **Local Search** est une stratégie qui combine **SEO** et **GEO** pour renforcer la **visibilité d'une entreprise sur les moteurs de recherche**, qu'ils soient traditionnels (Google, Bing...) ou basés sur l'IA (ChatGPT, Gemini...).

### Les chiffres clés

**+805%**

de trafic web issu de ChatGPT, Gemini, Perplexity vs. 2024.  
(Adobe)

**46%**

des recherches Google ont une intention locale.  
(BrightLocal)

**+40%**

de visibilité grâce à une stratégie d'optimisation GEO.  
(SEMrush)



# SEO et GEO

## dominez le Local Search

Presence Management

### Indispensable sur votre fiche Google

#### 1 Assurez la cohérence NAP

Vérifiez que le Nom, l'Adresse et le Téléphone sont identiques sur Google et tous les annuaires en ligne (Pages Jaunes, Yelp, TripAdvisor...).

#### 2 Choisissez la catégorie principale

Sélectionnez votre activité la plus génératrice de revenus ou votre métier exact (ex. : "Pizzeria" plutôt que "Restaurant". La précision est essentielle pour la visibilité locale).

#### 3 Ajoutez des catégories secondaires

Couvrez vos services complémentaires sans ajouter de catégories non pertinentes (risque de dilution SEO).

#### 4 Renseignez les attributs et services

Cochez tous les attributs pertinents à votre catégorie : accès PMR, Wi-Fi, Click & Collect, terrasse, livraison...

### Contenu qui attire et engage vos clients

#### 1 Ajoutez photos et vidéos

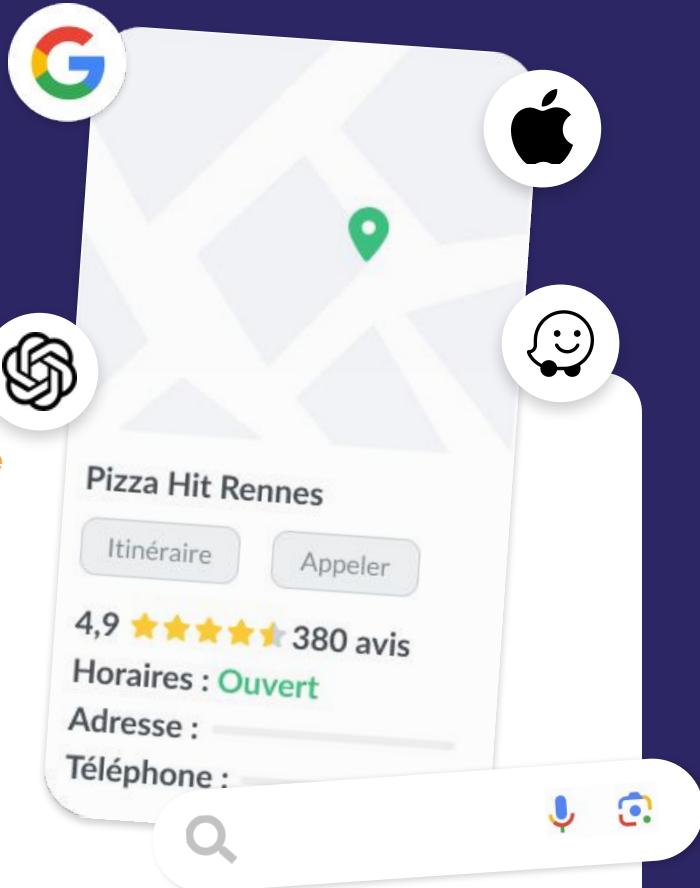
Ajoutez 50 à 100 photos régulières montrant extérieur, intérieur, équipe et éléments clés de votre métier, avec de courtes vidéos de moins de 30 s.

#### 2 Publiez des Google Posts

Publiez au moins une fois par semaine avec des mots-clés locaux et des réponses aux questions fréquentes, car même expirés, vos posts restent indexés par Google.

#### 3 Valorisez les avis clients

Affichez les derniers avis Google pour enrichir le contenu local et générer de la confiance.



### Injection sémantique

#### 1 Optimisez les descriptions et les mots-clés

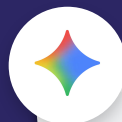
- Services principaux :  
Intégrez vos mots-clés stratégiques  
(ex. : "Coiffeur visagiste", "balayage", "coloration végétale").
- Quartier/repère :  
mentionnez la zone précise ou un point de repère ("à deux pas de la Place de la République").
- Intentions de recherche :  
Disponibilité : "Ouvert le dimanche", "Intervention en 30 min"  
Public cible : "Particuliers et professionnels", "Adapté aux enfants"  
Preuve de qualité : "Artisan certifié RGE", "Plus de 15 ans d'expérience"

Découvrez  
notre module  
Presence Management

# SEO et GEO

## dominez le Local Search

### Store Locator



## Optimisation technique du Store Locator

### 1 Créez des URLs locales uniques

Chaque point de vente doit avoir sa propre URL de type :

*domaine.com/nos-points-de-vente/rennes-centre*

### 2 Intégrez des données structurées

Ajoutez le balisage Schema.org pour que vos pages locales soient compréhensibles par les moteurs de recherche et les IA.

### 3 Optimisez vos meta-données locales

Title : [Service] à [Ville] | [Nom de l'Enseigne]

Meta Description : inclure promesse de valeur + ville + appel à l'action (ex. : "Prenez rendez-vous dans notre salon de Rennes...").

### 4 Améliorez la vitesse de chargement

Optimisez le poids des images et le cache pour afficher vos pages locales en moins de 2 secondes.

### 5 Créez un maillage interne

Liez vos pages locales entre elles quand elles se trouvent dans la même région (ex. : "Nos autres boutiques en Ille-et-Vilaine").

### 6 Intégrez un formulaire dédié par magasin

Chaque page locale doit avoir son propre formulaire pour améliorer la pertinence SEO et faciliter la prise de contact locale.

## Richesse de contenu de votre Store Locator

### 1 Rédigez une section "À Propos" locale

Présentez l'histoire, l'équipe et l'ancrage du magasin dans le quartier.

### 2 Créez une FAQ locale

Répondez aux questions spécifiques des clients de la ville (ex. : "Où se garer gratuitement ?", "Proposez-vous le click & collect ?").

### 3 Détaillez les services et atouts

Listez les services et avantages uniques du point de vente (ex. : espace enfants, accessibilité PMR)

### 4 Ajoutez des photos authentiques

Intégrez des images originales du magasin, de sa devanture et de son équipe pour humaniser et localiser la page.

### 5 Mettez en avant les avis clients

Affichez les derniers avis Google du magasin via API ou widget pour enrichir le contenu local.

### 6 Partagez actualités et événements

Intégrez Google Posts ou événements à venir pour montrer que le magasin est actif et engagé dans sa communauté.

### 7 Intégrez une carte interactive

Ajoutez un Google Maps interactif et décrivez l'accès à pied, en transport ou en voiture (ex. : "À 5 min à pied du métro Sainte-Anne, en face de la mairie").

Découvrez  
notre module  
Store Locator

# SEO et GEO

## dominez le Local Search

Avis clients



### Collecte d'avis régulière

#### 1 Sollicitez des avis systématiquement

Demandez un avis après chaque achat ou prestation, via un QR Code en magasin, un email ou SMS post-visite.

#### 2 Assurez quantité et fraîcheur

Assurez-vous que les avis sont récents et réguliers pour renforcer votre visibilité locale et la confiance des clients.

### Réponse optimisée aux avis

#### 1 Répondez rapidement aux avis

Répondez à tous les avis, positifs ou négatifs, sous 72h maximum, un établissement qui répond est jugé plus fiable par Google et les IA.

#### 2 Optimisez les réponses pour le SEO/GEO

Intégrez naturellement vos mots-clés et le nom de votre ville dans vos réponses (ex. : "Ravi que vous ayez aimé notre [Service] à [Ville] !").

#### 3 Gérez les avis négatifs efficacement

Restez professionnel, factuel et proposez une solution hors ligne, cela limite l'impact sur votre e-réputation et montre votre sérieux.

### Valorisation des avis

#### 1 Partagez les avis clients sur les réseaux sociaux

Publiez 1 à 2 fois par mois vos meilleurs avis clients sur vos réseaux sociaux pour montrer la satisfaction de vos clients et renforcer votre image de marque.



Il ne restait plus rien...  
Trop déçue

Bonjour Prénom, nous proposons la livraison à domicile, si cela peut vous éviter des déplacements vains.



C'était bon et frais.  
Par contre beaucoup de monde mais c'est la rançon du succès

Bonjour Prénom, désolée pour l'attente, n'hésitez pas à réserver la prochaine fois.

Découvrez  
notre module  
Avis Clients

# SEO et GEO

## dominez le Local Search

Réseaux sociaux

### Fréquence et régularité des publications

- 1 Publiez à rythme soutenu**  
Publiez au moins 2 à 3 fois par semaine sur Facebook/Instagram et 1 fois par semaine sur Google Posts (votre réseau social SEO).
- 2 Maintenir la constance**  
La régularité montre que votre établissement est actif et vivant, ce qui améliore votre visibilité locale.

### Contenu textuel et hashtags

- 1 Utilisez des hashtags locaux**  
Utilisez un mix de hashtags métier (#Plombier) et locaux (#Rennes, #Bretagne, #QuartierX).
- 2 Soignez le texte des publications**  
Mentionnez vos partenaires locaux, monuments ou événements de la ville, cela aide l'IA à associer votre activité à votre territoire.

### Visuels locaux et impactants

- 1 Ajoutez des images et vidéos locales**  
Ajoutez des éléments locaux (ville, adresse, repères visuels) pour renforcer le contexte GEO.
- 2 Privilégiez la qualité et la pertinence**  
Privilégiez des visuels clairs, authentiques et liés à votre activité et à votre zone géographique.



### Optimisation SEO & GEO du contenu

- 1 Connectez les profils à Google**  
Liez vos profils sociaux à votre fiche Google pour renforcer votre référencement local.
- 2 Géolocalisez chaque publication**  
Localisez votre établissement ou votre ville dans chaque publication.
- 3 Optimisez la bio et les informations de profil**  
Intégrez votre mot-clé principal et votre ville dans la bio et les informations de profil. Ces éléments sont indexés par les moteurs de recherche et renforcent votre visibilité locale.

Découvrez  
notre module  
Réseaux sociaux

# SEO et GEO

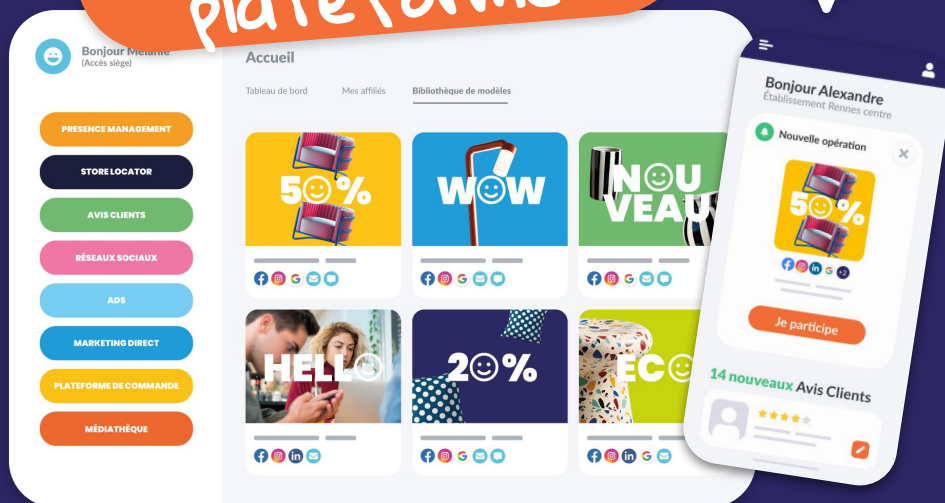
## dominez le Local Search

À retenir

- ✓ **Store locator & pages locales** : une page locale optimisée par établissement.
- ✓ **Google Business Profile** : une fiche établissement complète par point de vente.
- ✓ **Profils sociaux locaux** : des comptes locaux actifs (Facebook, Instagram...) par magasin.
- ✓ **Avis clients réguliers** : des avis récents et des réponses personnalisées en continu.
- ✓ **Données structurées** : un balisage LocalBusiness complet par page locale.
- ✓ **Autorité locale** : des mentions et liens depuis des sources locales fiables.
- ✓ **Contenu local expert** : du contenu géolocalisé qui répond aux questions locales.
- ✓ **Cohérence marque ↔ local** : une promesse nationale prouvée localement.

**Visibilité**  
**Conversion**  
**Fidélisation**

Une  
plateforme



Des services

