



# 7 étapes avant de créer un site web efficace et visible

---



*Cultive ton site*

VICHY  
**DESTINATIONS**



## Cindy SENEZ

J'accompagne les acteurs du tourisme et loisirs dans leur visibilité en ligne et spécifiquement sur Google.

Mon accompagnement :

- Référencement naturel (SEO)
- Création de site vitrine sur Wordpress
- Création de contenu (article, newsletter, livre blanc...)
- Accompagnement à la stratégie digitale

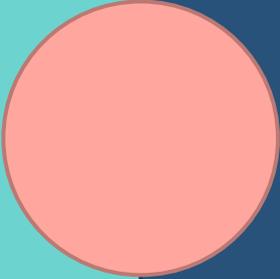
## Et vous ?

- Votre nom et prénom
- Votre activité
- Vos canaux de communication actuels
- L'objectif de votre présence



30 sec.

# *Programme en 7 étapes*



- Réfléchir à votre stratégie
- Trouver son nom de domaine
- Choisir son hébergement
- Sélectionner ses outils
- Préparer son contenu
- Penser au référencement
- Convertir et analyser

The image features a large, dark blue circle centered on a light blue background. The circle is outlined with a thin white border. Inside the circle, the text "Clarifiez votre stratégie : positionnement, cibles & objectifs" is written in a clean, white, sans-serif font, centered horizontally and vertically.

Clarifiez votre  
stratégie :  
positionnement, cibles  
& objectifs

# Quel est votre positionnement ?

## Quelle est votre offre ?

- Ce que **vous vendez**  
services, produits, expériences
- Vos **points forts**  
lieu, équipement, savoir-faire, accueil...
- Votre **différenciation**  
des particularités par rapport aux concurrents
- Vos **valeurs**  
écologie, partage, plaisir, tradition...



# Qui est votre cible ?

Dressez le portrait de votre client idéal (persona) :

- Est-ce un particulier (B2C) ou un professionnel (B2B) ?
- Qui est-il (âge, sexe, SCP, lieu de vie, situation familiale...)?
- Quels sont ces centres d'intérêt ?
- Quelles sont ses attentes / envies ?
- Quels sont ses comportements / freins à l'achat ?
- Quels sont ses canaux de communication privilégiés ?
- Quel vocabulaire utilise-t-il pour vous trouver ?



Bien connaître son client permet d'adapter votre discours à ses besoins.

# Qui est votre cible ?

## Vous ne connaissez pas votre client ?

- Discussions avec vos clients (enquêtes)
- Questionnaires de qualification
- Données de vos réseaux sociaux
- Etudes de votre office de tourisme ou des observatoires du tourisme

Plus vous le connaîtrez, plus vous pourrez faire un site qui lui parle !



Source : <https://www.flickr.com/photos/shantibasauri/7999215216>

Persona sample (horizontal)

Situation : vous travaillez à l'office du tourisme de la ville de Paris et concevez une application mobile à destination des visiteurs.

## Takako Kimura

28 ans, professeur d'Histoire à Kyoto

*Apprendre toujours plus et partager mes connaissances.*

Aisance numérique : ●○○○  
Expertise domaine : ●●○○  
Fréquence d'usage : Plusieurs fois pendant le séjour

Takako est une jeune femme qui enseigne l'Histoire dans un collège de Kyoto ; son travail la passionne.

Pour la première fois, elle et son compagnon Haru vont aller visiter Paris. Ils ont réservé leurs billets d'avion et un hôtel sur Internet. Takako a choisi la période du 5 au 19 juillet car elle sera en congés et elle avait très envie de voir le défilé du 14 juillet.

Elle a acheté un guide de voyage pour préparer des visites. Pendant le séjour, elle préférerait utiliser une application sur son iPhone car le guide imprimé est un peu lourd à transporter.

### Buts clés

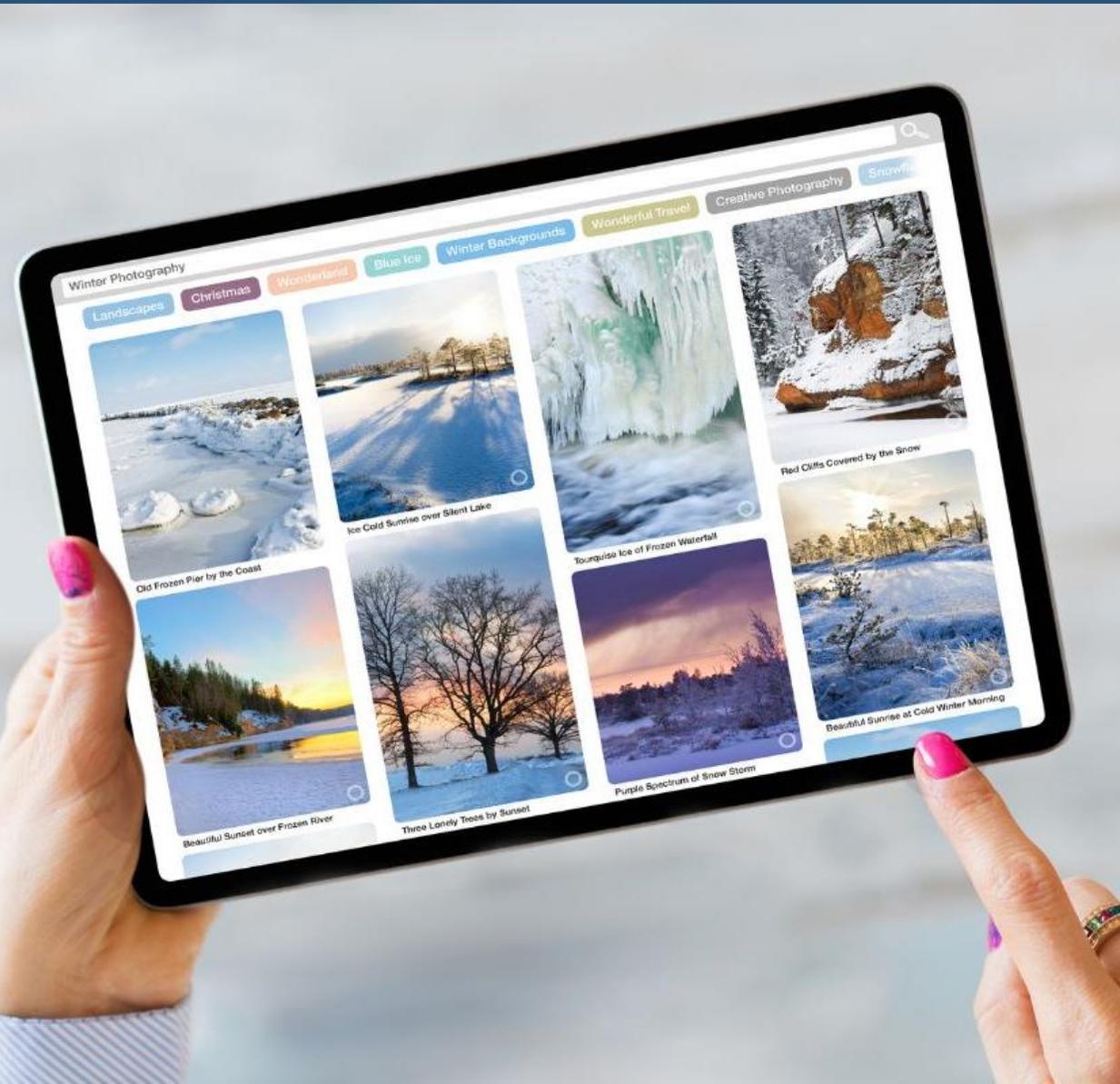
- Visiter tous les lieux historiques de Paris.
- Faire certaines visites avec un guide qui parle le Japonais.
- Trouver des informations détaillées sur l'Histoire des lieux, des personnages etc.
- Conserver des traces de ses visites pour les présenter à ses élèves.

### Personnalité

- Curieuse, patiente et passionnée.
- Accorde de l'importance à l'esthétique des choses.
- Achète rarement des applications sur son iPhone.

WE USERS

# Quel est l'objectif de votre site ?



Clarifiez vos objectifs et choisissez votre type de site en fonction de vos besoins :

- Une carte de visite digitale  
👉 Site vitrine
- Un système de réservation en ligne  
👉 Site vitrine avec réservation
- Une boutique en ligne  
👉 Site e-commerce
- Une démonstration de votre expérience  
👉 Blog

Vous pouvez aussi avoir un blog avec un site vitrine ou e-commerce.

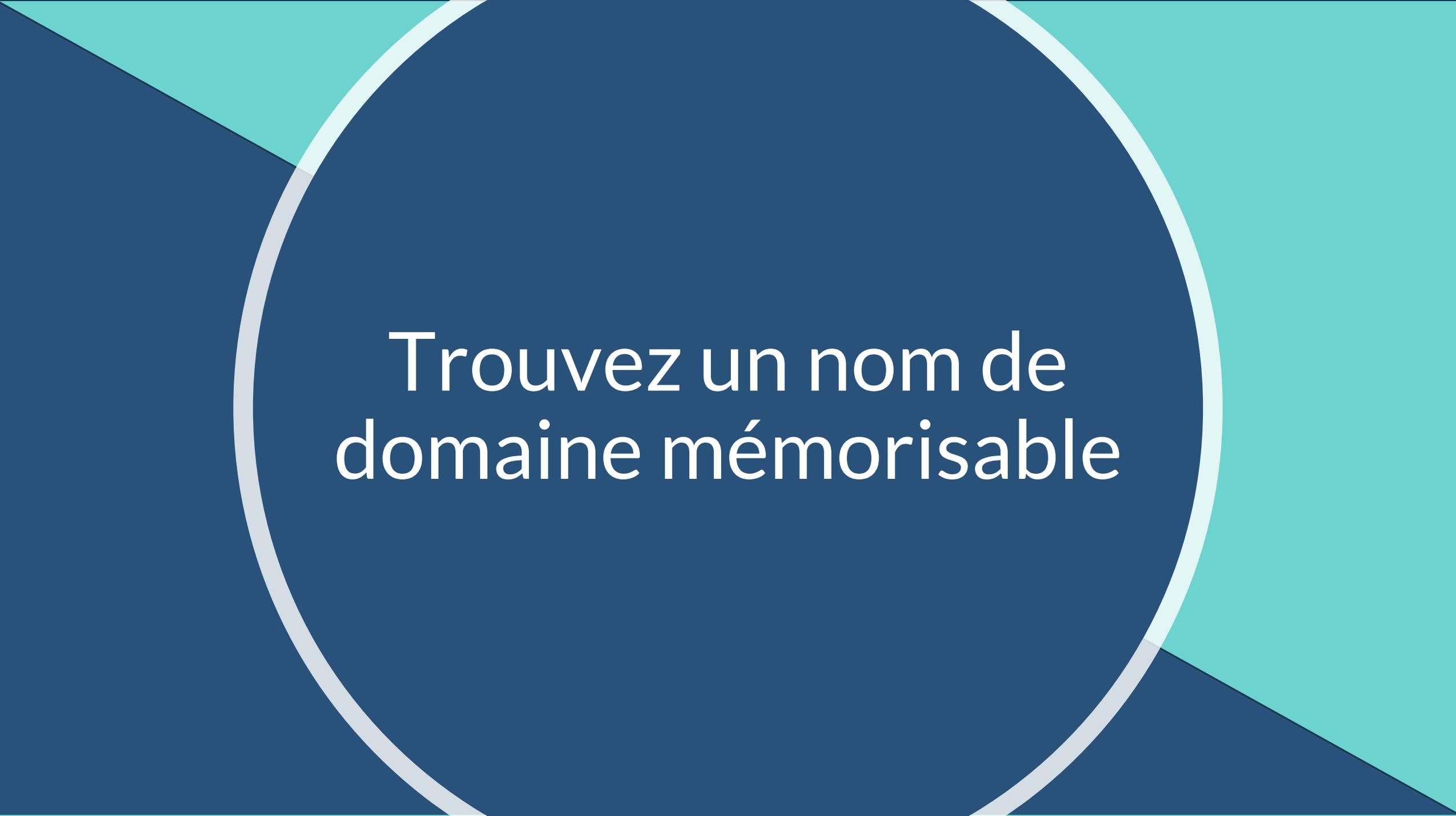
# Quel est l'objectif de votre site ?

## Site vitrine avec réservation en ligne

The screenshot shows a website for 'DOMAINE DU KELENN MAISON D'HOTES'. At the top, there is a dark blue header with a yellow 'RÉSERVATION' button and a logo featuring a white bird. Below the header is a large photograph of a stone house with a garden. A dark blue banner across the photo reads 'BIENVENUE AU DOMAINE DU KELENN'. In the foreground, a white reservation form is overlaid. The form includes fields for 'ARRIVÉE' (06/02/2025) and 'DÉPART' (08/02/2025). It also has dropdown menus for 'ADULTE(S)' (set to 2) and 'TOTAL ENFANTS' (set to 0). A dark green 'Rechercher' button is at the bottom of the form.

## Site vitrine avec formulaire en ligne

The screenshot shows a website for 'VichyAventure'. The header features a logo with a mountain and river scene and the text 'VichyAventure'. Below the header is a large photograph of a river flowing through a forest. Overlaid on the photo is a white contact form. The form has a title 'Location canoë Paintball Rafting Foot!' and fields for 'nom \*', 'Email \*', and a 'Message' text area. A yellow 'envoyer' button is at the bottom right of the form.

A graphic with a dark blue background and a light blue circle containing text. The text is centered within the circle.

Trouvez un nom de  
domaine mémorable

# Comment choisir votre nom de domaine ?

Optez pour un nom de domaine simple et cohérent !

- Nom de votre entreprise ou association
- Court et facile à retenir (**mémorisation**)
- Avec ou sans trait d'union ([gite-nomentreprise.fr](#) ou [aubergenomntreprise.fr](#))
- Peut contenir des mots clés et une localisation (ville / département / territoire...)
  - Ex : [gitegroupe-vichy.fr](#) (nom de l'entreprise absent + ⚠ suroptimisation)
- Une extension adaptée à votre cible (**crédibilité**)
  - .fr pour une entreprise et une audience localisée en France
  - .com si vous ciblez une clientèle étrangère (ou extension spécifique pour chaque pays)
  - .org pour une association

Un nom de domaine coûte en moyenne 10 €.



# Comment choisir votre nom de domaine ?

Vérifiez sa disponibilité sur des sites en ligne comme :  
nom-domaine.fr ou l'AFNIC\* ou un hébergeur (o2switch, OVH, IONOS...)



The screenshot shows the Afnic website's domain search interface. At the top left is the 'afnic' logo, and at the top right is a hamburger menu icon. The main heading is 'Rechercher un nom de domaine'. Below this is a paragraph explaining the tool's purpose: 'Vous souhaitez créer votre adresse internet, acheter un nom de domaine, vérifier sa disponibilité ou trouver des informations sur un nom de domaine déjà enregistré, utilisez notre outil Whois :'. There is a text input field containing 'auberge-vichy' and a dropdown menu set to 'FR'. Below the input is an orange 'VALIDER' button. At the bottom, there are two links: 'ACCÉDER À L'ANNUAIRE DES BUREAUX D'ENREGISTREMENT' with a right-pointing arrow, and 'MENTIONS SPÉCIALES WHOIS' with a downward-pointing arrow.



The screenshot shows the nom-domaine.fr website's domain search interface. At the top left is the French flag, and at the top right is the text 'Nom de domaine & adresses e-mails sécurisées'. The main heading is 'nom-domaine.fr by Viaduc'. Below this is a large blue banner with the text 'Votre nom de domaine & e-mail au meilleur prix'. There is a search bar with 'www.' on the left, 'votre-nom-de-domaine.fr' in the middle, and a green 'Rechercher' button on the right. Below the search bar is a row of domain extension buttons: '.FR', '.COM', '.EU', '.NET', '.ORG', '.LOCAL', '.PARIS', '.SARL', '.PRO', and '.HOTEL'. At the bottom, there is a link 'VOIR LES 200 EXTENSIONS'.

\*Association Française pour le Nommage Internet en Coopération (hébergement de votre nom de domaine et vos données personnelles en France > uniquement pour les sites avec une extension en .fr  
90 % des bénéfices du .fr sont reversés chaque année par l'Afnic à sa Fondation pour la solidarité numérique. Sous l'égide de la Fondation de France, la Fondation Afnic finance une entre 30 et 60 projets par an visant à réduire la fracture numérique.

# Comment choisir votre nom de domaine ?

The screenshot shows a Google search for "gîte le vieux chene". The search results include a card for "hebergementlevieuxchene.fr" with the description "Le vieux chêne, gîte et chambres d'hôtes en Rhône-Alpes". Below this, there are four "Sites de lieux" with images and titles: "Gîte Gîte Le Vieux Chêne à Lhuis", "Gîte - Le Vieux Chêne - ROUILLAC" (highlighted with a purple box), "Gîte Le Vieux Chêne (22G131104) - ...", and "Gîte 'Le Vieux Chêne', gîte Lhuis, Ain - Bugey Sud - ...". At the bottom, there is a map section titled "Adresses" showing a map of France with several locations marked. Below the map, three entries are listed with their ratings and contact information: "Gîte du vieux chêne" (4.7 stars, 15 reviews), "Le Mas du Vieux Chêne" (4.7 stars, 49 reviews), and "La Ferme des Vieux Chênes" (4.5 stars, 13 reviews). Each entry has "Site Web" and "Itinéraire" buttons.

Vérifiez sur les moteurs de recherche comme Google.

Evitez trop de ressemblances avec d'autres noms de marque pour :

- Être plus facilement trouvé sur les moteurs de recherche
- Eviter les quiproquos pour vos clients

Vérifiez sur l'INPI <https://data.inpi.fr/> (et protégez votre nom).

Evitez que quelqu'un vous prenne votre nom une fois votre site en ligne et référencé.



Sécurisez et optimisez  
la performance de  
votre site

# Quel hébergeur choisir ?

Choisissez un hébergement performant et rapide selon les critères essentiels :

- Localisation des serveurs
- Offre et tarifs adaptés
- Support technique réactif et de qualité
- Options de sécurité et sauvegarde
- Evolutivité
- Engagement pour l'environnement

L'hébergement avec un nom de domaine offert coûte environ 100 € / an pour un petit site.

Clermontois

 o2switch

Français

 LWS

 gandi.net

 OVHcloud

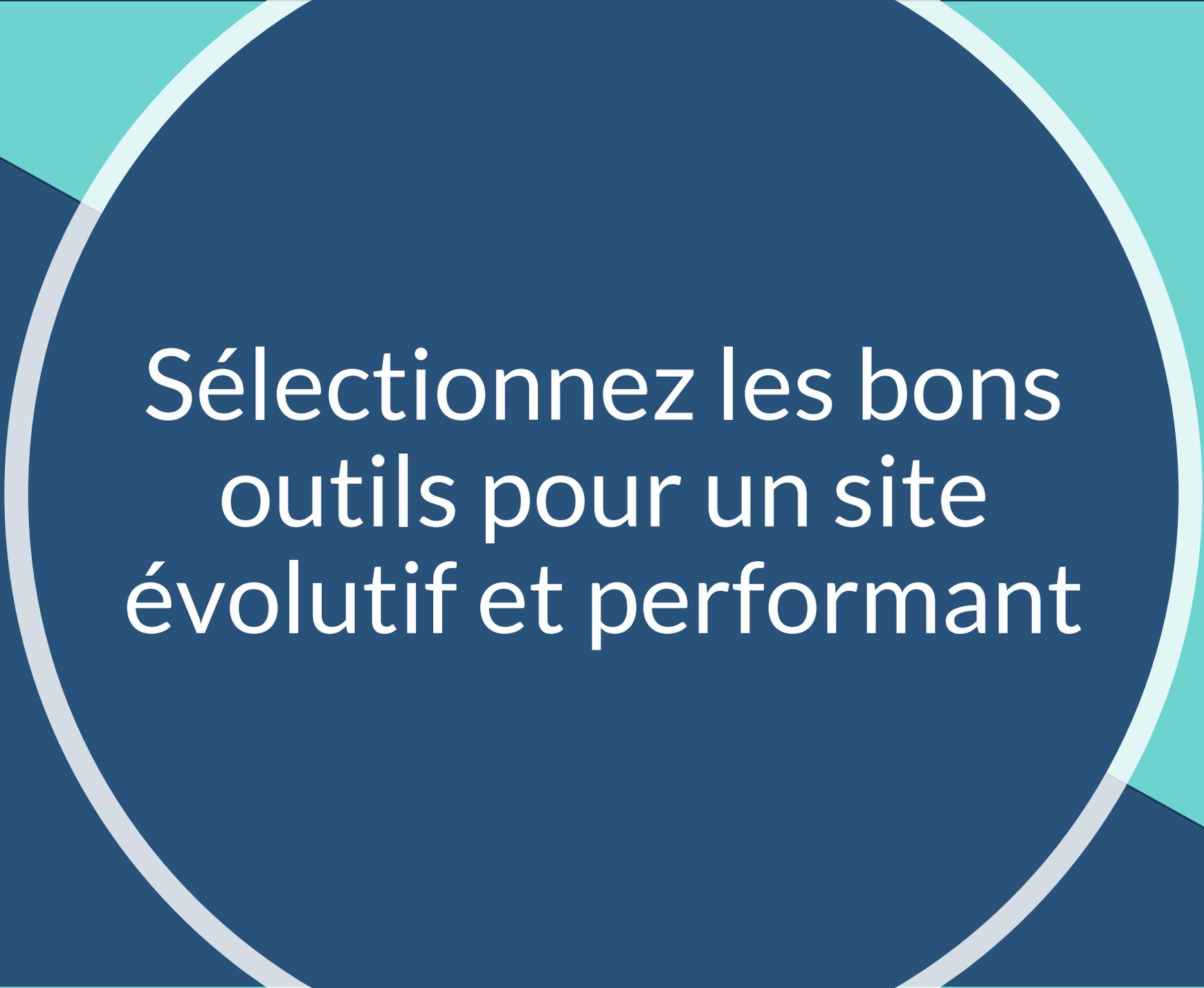
 IONOS

Verts

 HOSTINGER



PlanetHoster.  
Host Your World



Sélectionnez les bons  
outils pour un site  
évolutif et performant

# Quel logiciel pour créer son site ?

Le choix va porter sur plusieurs critères :

- Qui va le créer ?
  - Vous 🙌 Avez-vous le temps et les compétences ?
  - Un prestataire 🙌 Bravo, vous aurez les bonnes bases pour le guider
- Quelles sont vos compétences ?
  - Aucune 🙌 Etes-vous à l'aise avec l'informatique en général ?
  - A l'aise avec un ordinateur 🙌 Avez-vous du temps pour vous former ?
- Quel objectif d'évolution et de visibilité ?
  - Souhaitez-vous des fonctionnalités spécifiques ?
  - Souhaitez-vous travailler le référencement naturel ?
- Quel budget disposez-vous ?
  - Aucun ou très peu
  - Budget mensuel
  - Enveloppe prévue pour le site

```
defined" !=typeof v  
t,e,n){function r(  
roperty,s=!1;e.expo  
,a):n||{}}catch(f)  
{u(e+"end",[r,a,s]  
,e,o,i){o||(o=""");  
s=10;try{t.emit(n,  
e(t);return n.forE  
)}for(var o in t)c  
),{}},ee:[function  
t(r,o);for(var a  
t)+}re
```

# Quel logiciel pour créer son site ?

Optez pour un CMS adapté à vos besoins :

## CMS intuitifs



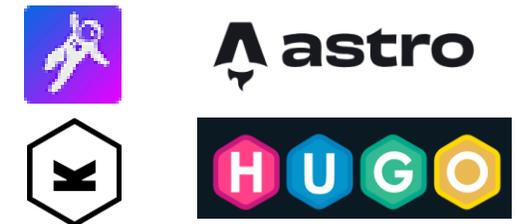
**Pour être autonome**  
Abonnement mensuel  
Hébergement inclus  
Pas propriétaire du site  
Peu évolutif

## CMS open source



**Pour les utilisateurs avertis  
ou qui délèguent la création**  
Gratuit sauf options payantes  
Hébergement en supplément  
Propriétaire du site  
Evolatif, SEO friendly

## CMS éco-conception



**Pour les utilisateurs très avertis  
ou qui délèguent la création**  
Gratuit (sobriété dans le code)  
Hébergement en supplément  
Propriétaire du site  
Peu d'évolution car technique  
SEO friendly

# Quel thème choisir ?

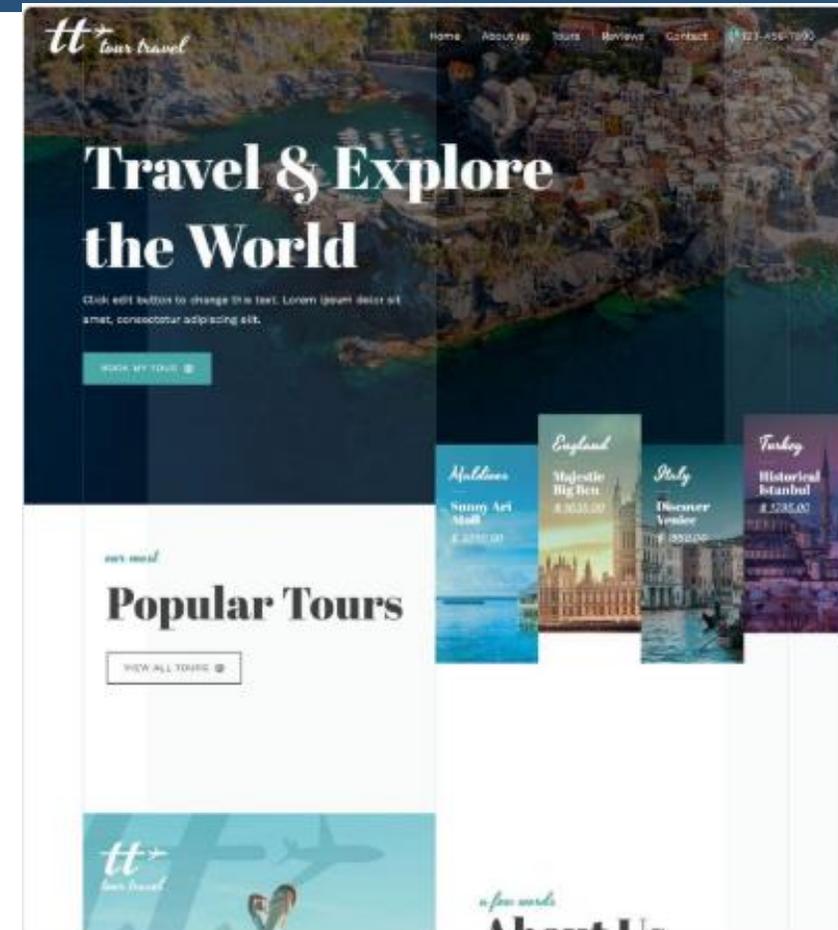
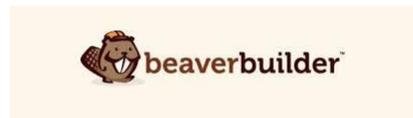
Un thème est un modèle préconçu pour aller plus vite.

Hormis pour les sites éco-conçus, il existe des modèles de site pour chaque solution (intuitive ou open source).

Vous pourrez les choisir en fonction de :

- vos goûts et votre image de marque
- votre secteur d'activité
- le type de site (vitrine, e-commerce, blog)
- les fonctionnalités
- le tarif pour les thèmes Premium sur Wordpress

Sur Wordpress, ils seront liés à des constructeurs de page (builder).



Travel Agency 

Bright, engaging website template with travel and travel businesses at its heart

# Quel outil pour la réservation en ligne?

Votre office de tourisme met à votre disposition **La Place de Marché** gratuitement.

Cette solution vous permet d'ajouter la réservation en ligne sur votre site et de disposer un **planning unique pour toutes les plateformes** sur lesquelles votre site est présent (Booking, AirBnb, GreenGO...).

Les **principales fonctionnalités** de l'outil :

- Outil de gestion des disponibilités
- Suivi des réservations (arrivée, départ, règlement, annulation, relance...)
- Envoi de contrat automatisé
- Solution de paiement

💡 **En savoir plus > Contacter votre référente Lucie Veysseyres**

# Quel outil pour la réservation en ligne?

Les autres solutions qui existent sur le marché.

Il y a presque autant de solutions que de sites web dans le tourisme.

- Des channel managers / logiciel de gestion hôtelière (Amenitiz, Réservit, Elloha, Eviivo, Lodgify,, Thaïs PMS...)

👉 Wordpress + Amenitiz <https://www.domainedukelenn.com/>

👉 Amenitiz (site + résa) <https://www.lepasdemoineau.com/fr>

👉 Wordpress + Réservit (français) <https://www.ecrin-auvergne.com/fr/>

- Des solutions de partenaires

👉 Wordpress + Gîte de France Ain <https://www.hebergementlevieuxchene.fr/>

- CMS Wix

👉 Solution Wix hôtels <https://www.leclossaintguilhem.fr/>

- CMS Wordpress

👉 extensions payantes (WP Booking System, Hbook)

 Occupations  
2 Adultes

 Nombre de nuitées  
Je suis flexible

AVRIL 2025

Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sam	Dim
	01	02	03 252 €	04 261 €	05 339 €	06 252 €
07 252 €	08 252 €	09 252 €	10 252 €	11 261 €	12 306 €	13 252 €
14 252 €	15 252 €	16 252 €	17 252 €	18 261 €	19 339 €	20 309 €
21 252 €	22 252 €	23 252 €	24 252 €	25 261 €	26 279 €	27 252 €
28 252 €	29 252 €	30 252 €				

# Quelle sécurité pour mon site web ?

Sécuriser votre site web est indispensable pour vous et votre client.

Prenez toutes les **précautions** pour le protéger des hackers :

- Mettre en place un **certificat SSL (HTTPS)**
- Installez une **extension de sécurité** comme Wordfence ou Sucuri (Wordpress)
- Protéger l'accès avec des **mots de passe forts** et une double authentification
- Faire les **mises à jour régulières** du CMS, des extensions et du thème (Wordpress)
- **Sauvegarder** fréquemment le site (1 fois par mois selon la fréquence de vos mises à jour)





Structurez votre site  
pour une navigation  
fluide et efficace

# Quel contenu préparer ?

Un site dispose d'un menu avec différentes pages qu'on appelle l'arborescence.

Pour définir une arborescence claire, listez les pages essentielles :

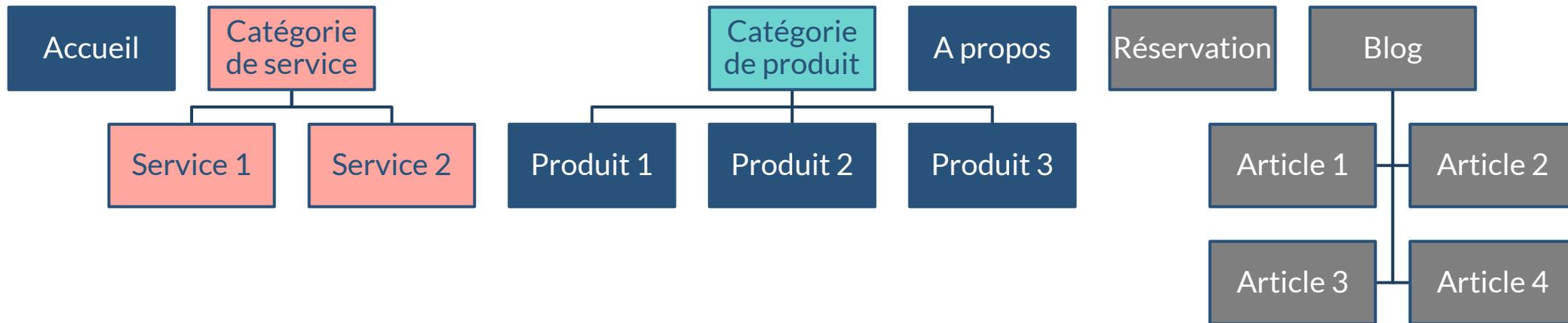
- Page pour chaque **produit ou services**
  - 👉 par type d'hébergement : gîte, chambres d'hôtes, chambres doubles, familiales...
  - 👉 par service : piscine, spa, animaux admis, repas, équipements bébé...
  - 👉 par type de séjour : en amoureux / à vélo / bien-être / slow tourisme
  - 👉 par type d'activités : tir à l'arc, canoë, ski, aviron, paddle, accrobranche, escape game...
- Page de l'**entreprise**
  - 👉 Qui sommes-nous / A propos,
- Page **Contact**
  - 👉 Coordonnées / Formulaire
- Page **Pratique**
  - 👉 Tarifs, commerces de proximité, accès, partenaires, Visites alentours, **Mentions légales** ...

La page d'accueil est la porte d'entrée de votre site qui doit résumer vos principaux services et desservir les autres pages.

# Comment organiser vos pages ?

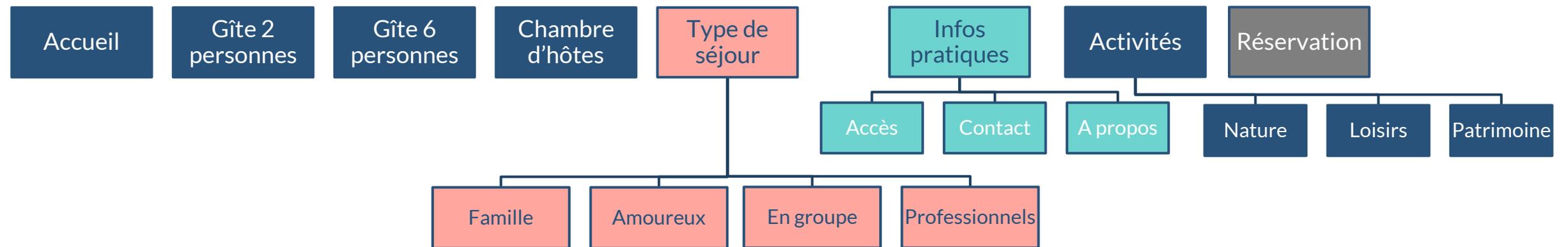
Créez des connexions logiques entre votre contenu afin d'optimiser le parcours utilisateur.

Catégorisez les contenus pour une **navigation fluide**.

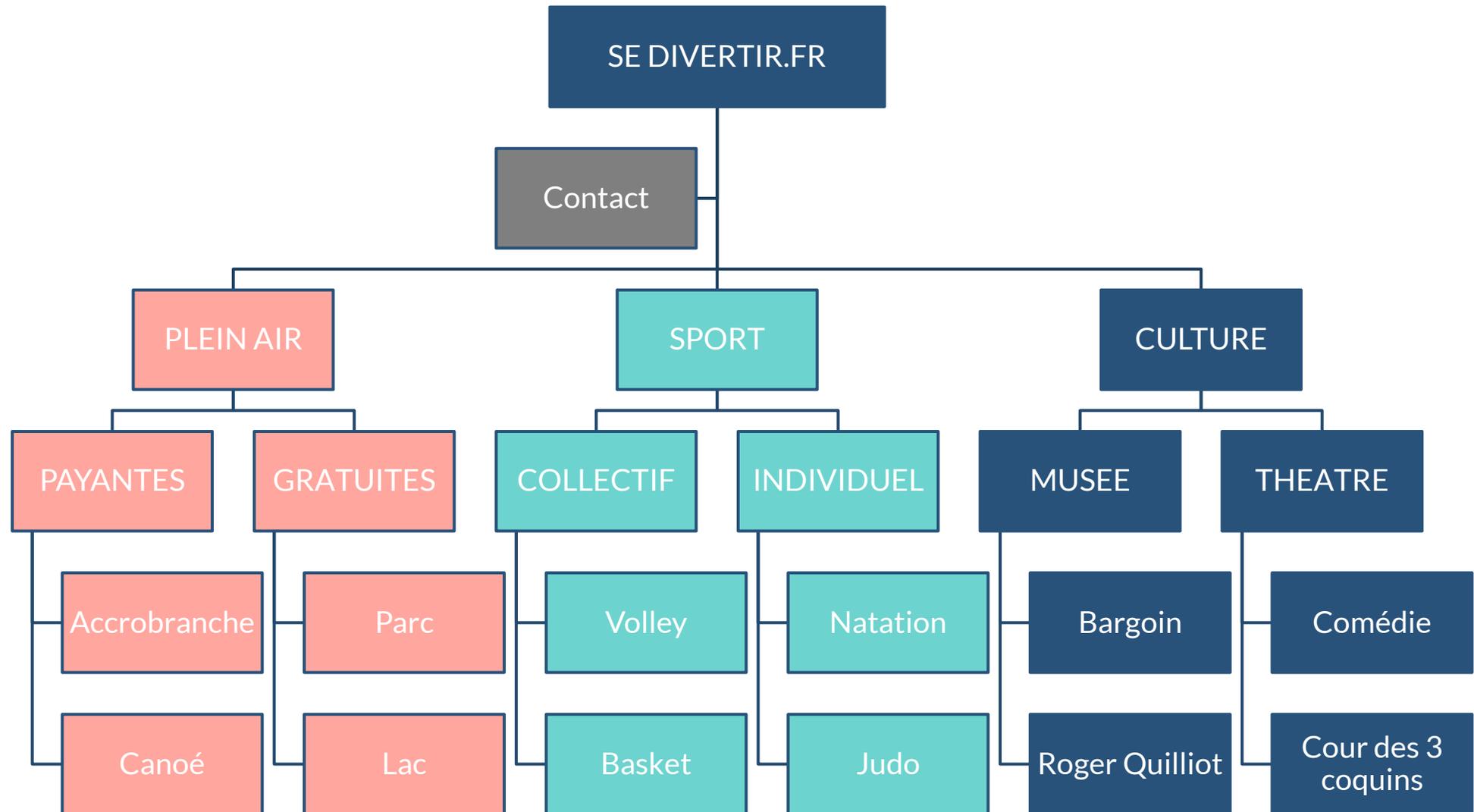


Penser à l'arborescence de votre site avant sa création est essentiel pour avoir une structure logique, optimisée pour le référencement naturel mais aussi pour gagner du temps.

# Exemple pour un hébergeur



# Exemple pour un blog de loisirs



# Comment structurer une page ?

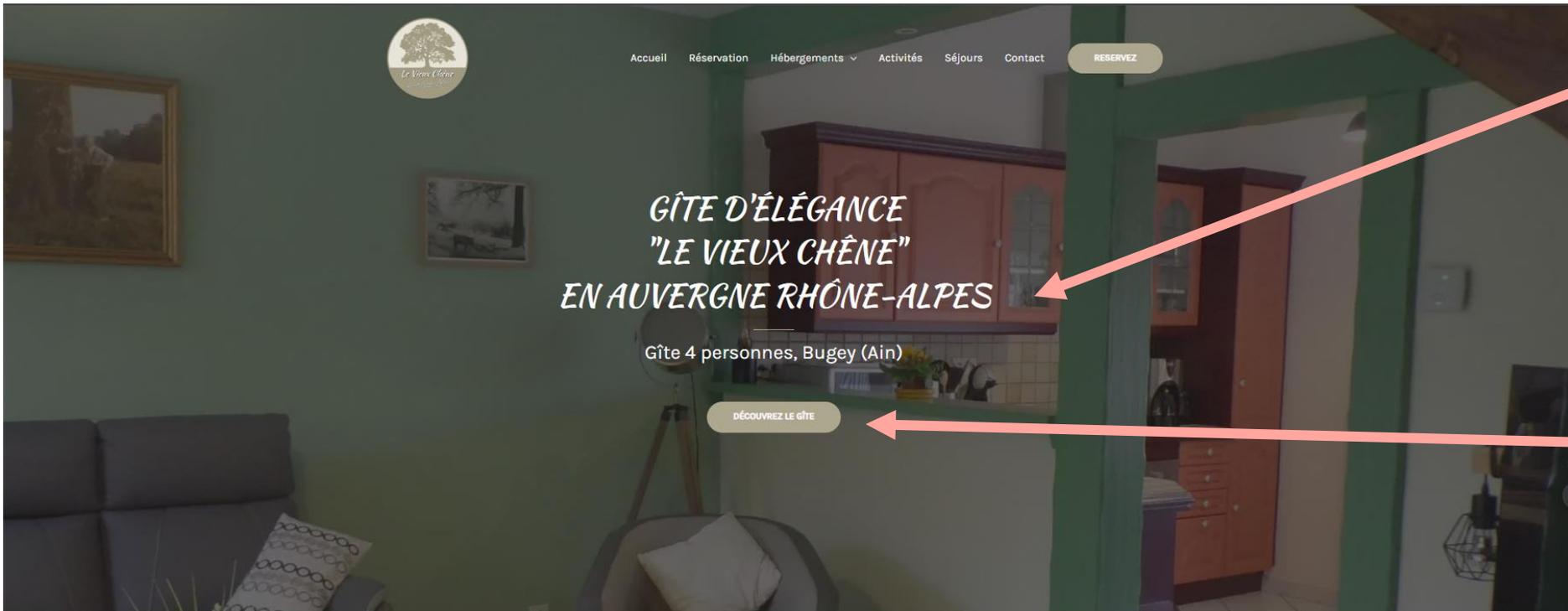
Chaque page doit être bien structurée avec des éléments essentiels.

- Un **titre clair et cohérent** avec le reste du contenu
- Une **introduction** engageante et explicite (accroche)
- Un **contenu organisé** avec des sous titres
  - Les caractéristiques de votre produit ou service
  - Une image minimum
  - Des éléments de réassurance (valeurs, paiement sécurisé, annulation gratuite...)
  - Des éléments de crédibilisation (avis)
- Un **appel à l'action visible** selon l'objectif de la page
  - Réservation
  - Contact
  - Autres pages du site

👉 1 page = 1 besoin = 1 mot clé = 1 message = 1 appel à l'action



# Exemple de page



Titre clair et cohérent

Appel à l'action

Accroche



Le gîte tire son nom majestueux d'un imposant vieux chêne (presque 3 fois centenaire) qui s'éleva fièrement à proximité et qui domine le Rhône. Son feuillage dense, procure une ombre apaisante par les journées ensoleillées, créant un endroit idéal pour se détendre en plein air. Les oiseaux chantent gaiement parmi les branches, ajoutant une mélodie naturelle à votre séjour en Auvergne Rhône-Alpes.

# Exemple de page

## GÎTE AU BORD DU RHÔNE AU CŒUR DU BUGEY

Le gîte reflète le charme de la **région du Bugey**. Une terrasse accueillante **surplombe le Rhône** où les reflets du ciel et de la végétation créent un tableau pittoresque. L'aménagement allie tradition et modernité. La lumière naturelle offre des vues magnifiques sur les environs.

Que vous soyez **amoureux de la nature** en quête de randonnées dans les sentiers environnants, en quête d'inspiration ou à la recherche d'un **refuge pour vous échapper**, le Gîte « Le Vieux Chêne » vous attend. Si vous êtes sur la route des vacances, **destination la montagne**, et que vous êtes à la recherche d'une **étape sur votre trajet**, notre **Gîte dans l'Ain** est une escale idéale pour une pause conviviale et bien méritée.

La douceur des couleurs et une vue magnifique sur le chêne et le Rhône apportent une ambiance chaleureuse et reposante.

L'emplacement de notre Gîte "Le Vieux Chêne" se trouve **à proximité de la ViaRhôna** ; circuit qui relie Genève à Marseille, offrant ainsi une opportunité unique de découvrir notre établissement tout en profitant de cette piste cyclable emblématique. Notre hébergement vous offre la possibilité d'entreposer en toute sécurité vos équipements de cycliste. Vous êtes amateur de moto, et de belle escapade sur nos routes sinueuses, notre gîte dans l'Ain vous accueille et met à votre disposition un local sécurisé.

Moyens de paiement acceptés : chèques, espèces, virement bancaire instantané, chèques vacances.

## UN GÎTE TOUT CONFORT

Celui-ci peut accueillir 4 personnes et est équipé de 2 chambres, d'une pièce à vivre avec cuisine intégrée, salon, un coin cellier avec machine à laver et sèche-linge et nécessaire de repassage.

RÉSERVEZ →



Un premier sous-titre avec paragraphe  
Photo en arrière plan

Un deuxième sous-titre avec paragraphe et photos

# Exemple de page

**Horaires**  
Check-in : 15h à 19h  
Check-out : 8h à 10h

**Parking**  
Gratuit  
Local sécurisé pour vélos et motos  
Prise de recharge pour véhicule électrique

**Animaux**  
Les animaux de compagnie ne sont pas admis.

**Cigarette**  
Le gîte est non fumeur.

**Linge**  
Linge de maison fourni :  
- Linge de lit  
- Linge de toilette  
- Linge de table

**Ménage**  
Produit à disposition au démarrage  
Ménage en supplément en fin de séjour - possibilité de ménage si séjour de 2 semaines

**Accessibilité**  
Ce logement est non accessible aux personnes à Mobilité Réduite

**Extérieur**  
Accès à la cour aménagée et aux espaces jeux

**Wifi**  
Wifi à disposition

**Sur réservation**  
Avec supplément :  
- Petit déjeuner  
- Confection de tartes et gratins au four  
- Livraison du Drive à 10 mn (récupération des courses au supermarché ou légumes à la ferme)  
- Planche du terroir  
- Panier repas

Les services proposés



Éléments de réassurance

# Quel contenu préparer ?

Votre site doit refléter l'image de votre entreprise.

Créer un site internet, c'est aussi des considérations plus esthétiques avec :

- Intégration de votre logo
- Application de votre charte graphique
  - Choix du thème (fonctionnalités et aspect)
  - Reprise des couleurs de votre logo
  - Choix ou reprise de la police de caractères ( ⚠ Lisibilité primordiale)
  - Choix de formes, de pictogrammes ( 💡 sobriété et dynamisme)
- Visuels / Vidéos
- Ligne éditoriale
  - Le vocabulaire utilisé ( ⚠ mots clés pour le référencement naturel)
  - Le ton, la manière de vous adresser à votre cible ( tutoiement / vouvoiement)





Maximisez votre  
visibilité sur Google :  
les bases du SEO

# C'est quoi le référencement naturel ?

## SEO (Search Engine Optimisation)

Optimisation sur les moteurs de recherche  
Référencement naturel

Le référencement naturel vise à améliorer le positionnement des sites web, et donc leur visibilité, dans les pages de résultats, appelées SERP (Search Engine Result Pages).

+ 90 %  
de part de marché  
en France



## Moteurs de recherche

Un moteur de recherche est une application permettant à un utilisateur d'effectuer une recherche locale ou en ligne, c'est-à-dire de trouver des ressources à partir d'une requête composée de termes.

Les ressources peuvent notamment être des pages web, des articles, des images, des vidéos, des fichiers...

Google

Bing

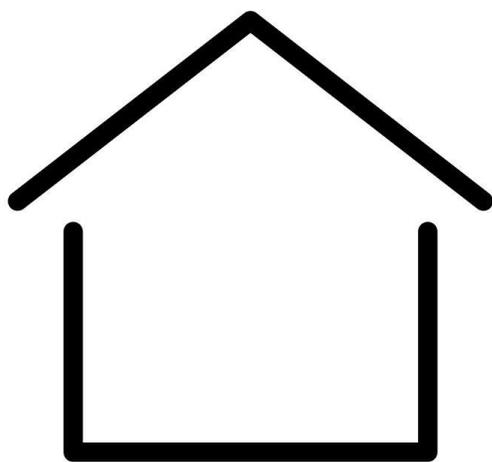
yahoo!

Qwant

ECOSIA

DuckDuckGo

# Les piliers du référencement naturel



Technique  
(fondation de votre site)



Editorial  
(contenu visuel, textuel, média...)

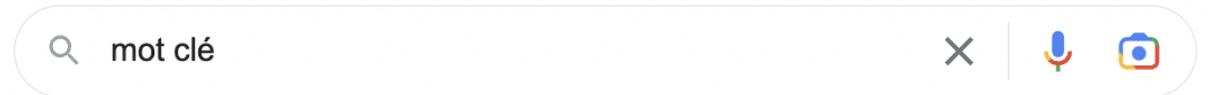


Popularité  
(partenariats / liens avec d'autres sites)

# C'est quoi un mot clé ?

Un mot clé est le terme que les internautes tapent dans le moteur de recherche pour trouver des informations en ligne.

Il existe plusieurs types de mots clés :



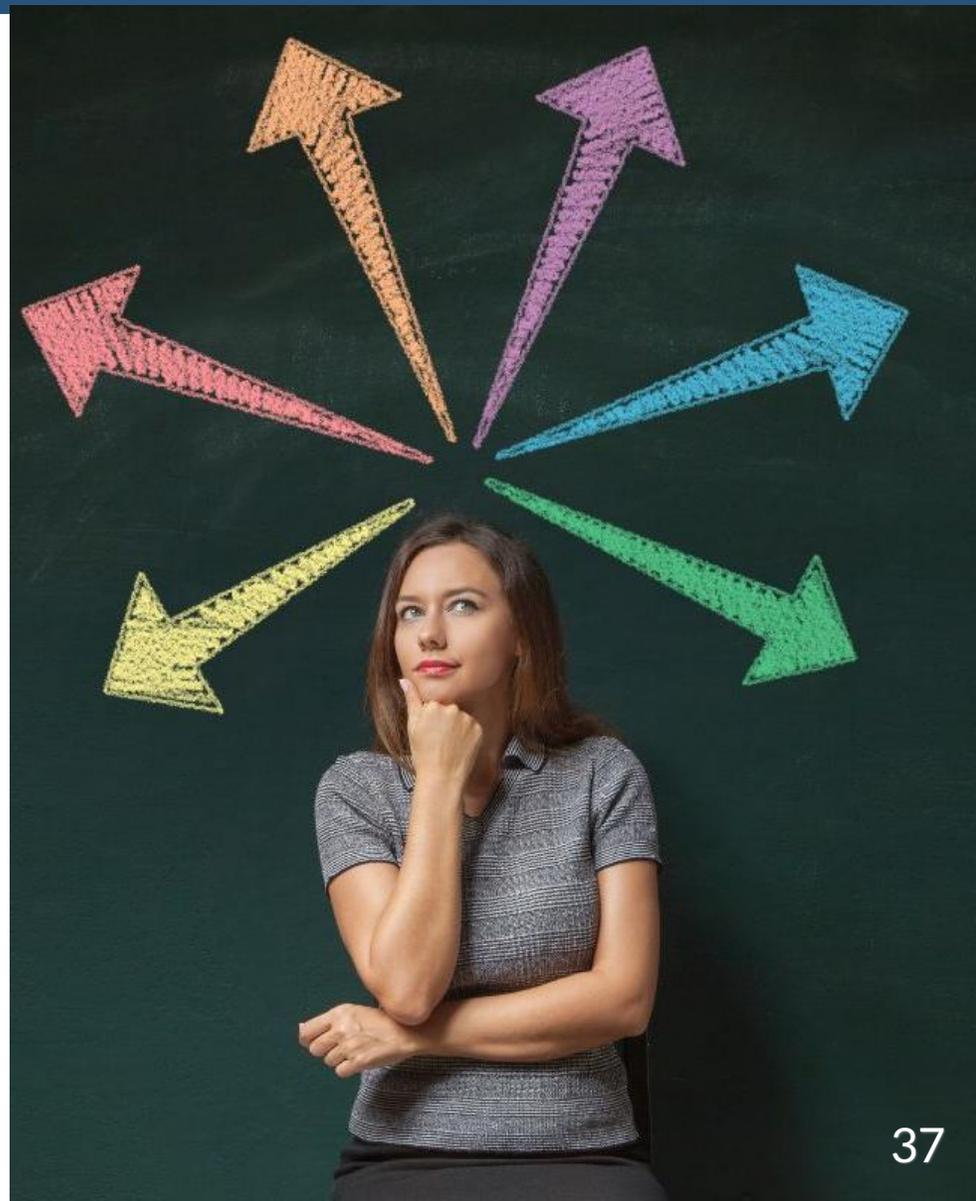
- ❑ Un mot clé générique = un terme → ex : vacances
  - 👉 Très recherché et concurrentiel
- ❑ Un mot clé de moyenne traine = expression de 2 à 3 mots → ex : vacances en famille
  - 👉 Plus ciblé et moins concurrentiel
- ❑ Un mot clé de longue traîne = 4 mots et + → ex : vacances en famille à la mer
  - 👉 Ultra ciblé et pas concurrentiel
- ❑ Une question → ex : Quel type de vacances avec un bébé ?
  - 👉 Mode conversationnel, recherche vocale
- ❑ Une requête géolocalisée → ex : vacances en famille en Auvergne
  - 👉 Ciblé sur un lieu précis

# Comment choisir ses mots clés ?

1 page = 1 thématique / idée = 1 mot clé principal

👉 Etudiez le mot clé à travailler sur votre page et le choisir en fonction :

- de l'adéquation avec vos produits ou services
- de l'intention de recherche
- du volume de recherche mensuel moyen
- de l'indice de concurrence



# C'est quoi l'intention de recherche ?

Le mot clé ne sert à rien sans connaître l'intention de recherche qui se cache derrière.

**L'intention de recherche**, c'est ce que l'internaute attend réellement en cherchant ce mot.  
Est-ce qu'il cherche une réponse rapide ou détaillée à une question ?

👉 **Intention informationnelle**

Est-ce qu'il veut acheter quelque chose ?

👉 **Intention transactionnelle**

Est-ce qu'il veut comparer deux produits ou services ?

👉 **Intention commerciale**

Est-ce qu'il recherche une enseigne / une marque ?

👉 **Intention navigationnelle**

Comprendre l'intention est crucial pour choisir les bons mots-clés afin de répondre à ce que recherche l'internaute.

# L'intention de recherche : exemples

## Intention d'information « Visite en Auvergne »

Google recherche: visite en auvergne

- Auvergne Destination**  
https://www.auvergne-destination.com  
Auvergne Destination: Site officiel du tourisme en Auvergne  
Toutes les infos pour votre séjour en **Auvergne** : randonnées, visites, activités de plein air, sorties et un vaste choix d'hôtels, gîtes, locations et ...
- Sancy.com**  
https://www.sancy.com  
Tourisme en Auvergne : activités, gastronomie et patrimoine  
Passez vos vacances à **visiter l'Auvergne** ; randonnée dans la chaîne des Puys, une sortie VTT, une descente à ; ski sur les pentes d'un volcan, un peu de natation ...
- Routard.com**  
https://www.routard.com > ... > France > Auvergne  
Auvergne : les incontournables | Que faire, que voir, que ...  
Incontournables en **Auvergne** - Que faire, que voir, que visiter ? · Aurillac · Brioude · Chaîne des Puys · Clermont-Ferrand · La Chaise-Dieu · Lac Pavin · Le Puy ...

👉 Article de blog / Page informationnelle

## Intention d'achat « Hotels Clermont-Ferrand »

Google recherche: hotel clermont ferrand

**Hôtel | Clermont-Ferrand**  
mar. 4 – mer. 5 févr. · 2 personnes

Recherchez des hôtels à Clermont-Ferrand  
Clermont-Ferrand : 64 hôtels et autres hébergements · Hotel Clermont Estaing · Campanile Clermont Ferrand Centre · Première Classe Clermont Ferrand Nord · The ...

LES 10 MEILLEURS hôtels (avec prix) : Clermont-Ferrand ...

Hôtel	Notes	Prix
Hôtel Littéraire Alexandre Vialatte	4,0/5,0 ★ (697)	€
Mercure Clermont Ferrand Centre Jaude Hotel	4,5/5,0 ★ (1,3 k)	€
Oceania Clermont-Ferrand	4,0/5,0 ★ (1,2 k)	€
Campanile Clermont Ferrand Centre	4,5/5,0 ★ (568)	€

Clermont-Ferrand Le B... À partir de 50 €  
de tourisme 2 étoiles  
tuit  
gratuit · Site Web

Clermont-Fe... À partir de 41 €  
de tourisme 1 étoile  
gratuits  
i gratuit · Site Web

Clermont Auvergne Tourisme  
https://www.clermontauvergnevolcans.com  
Hôtels à Clermont-Ferrand et aux alentours

👉 Page produit / Service

# L'intention de recherche : exemples

## Intention de comparaison « Meilleurs hôtels Paris »

The screenshot shows a Google search for "Meilleurs hôtels Paris". The search results are dominated by a TripAdvisor listing titled "LES 10 MEILLEURS hôtels (avec prix) : Paris 2025". This listing features four hotel cards with images and ratings:

- Hotel Malte Astotel**: 5.0/5.0 stars (3,2 k) reviews, €€
- Hôtel Astra Opéra - Astotel**: 5.0/5.0 stars (449) reviews, €€
- Hotel Astoria - Astotel**: 4.5/5.0 stars (2,8 k) reviews, €
- Hôtel Maison Mère**: 5.0/5.0 stars (1 k) reviews, €€

Below these cards, there is a snippet from yonder.fr titled "Palaces, 5 étoiles, les meilleurs et les plus beaux hôtels ...". The text mentions "Le Four Seasons George V, l'un des palaces les plus en vue du VIIIème arrondissement, est régulièrement cité ou élu comme le meilleur hôtel du monde dans les ...".

👉 Article de blog comparatif

## Intention de navigation « Gite Le Pas de Moineau »

The screenshot shows a Google search for "gite le pas de moineau". The search results display the homepage of the business "Le Pas de Moineau" (https://www.lepasdemoineau.com). The page content includes:

- Navigation tabs: Tous, Images, Vidéos, Actualités, Livres, Web, Finance
- Filters: Prix, Avis, Dates, À propos
- Business name and URL: Le Pas de Moineau, https://www.lepasdemoineau.com
- Headline: "Le Pas de Moineau, gîte & chambre d'hôtes avec spa et piscine"
- Text: "Le Pas de Moineau. Que signifie le nom du gîte ? C'est un chemin de Lauzes sur le toit. Ces pierres assurent l'étanchéité du mur coupe-feu qui dépasse la ..."
- Section: "Séjour ou week-end détente et ...". Text: "Situé dans l'Ain, à la limite de l'Isère vous bénéficiez d'un ..."
- Section: "Location gîte pour cousinade ...". Text: "Le gîte Le pas de moineau organise votre cousinade sur ..."
- Section: "Types de séjour". Text: "Types de séjour proposés · Week end de ressourcement · Bien ..."
- Section: "Vacation rental". Text: "Le Pas de Moineau. What does 'Le Pas de Moineau' mean ..."
- Section: "Sélectionnez votre séjour". Text: "Espace incluant sauna traditionnel et chambre cocooning à l'étage ..."

👉 Page d'accueil de l'entreprise

# Que doit-on optimiser pour le référencement ?

Optimisez vos pages avec un mot clé pour que les moteurs de recherche comprennent sur quelles requêtes vous souhaitez apparaître.

Intégrez naturellement les mots-clés, rédigez pour les utilisateurs avant tout et ajoutez des liens internes et externes pertinents.

Appliquez les bases du SEO :



Titre h1



Sous-titres  
h2, h3...



Texte



Texte  
alternatif  
des images

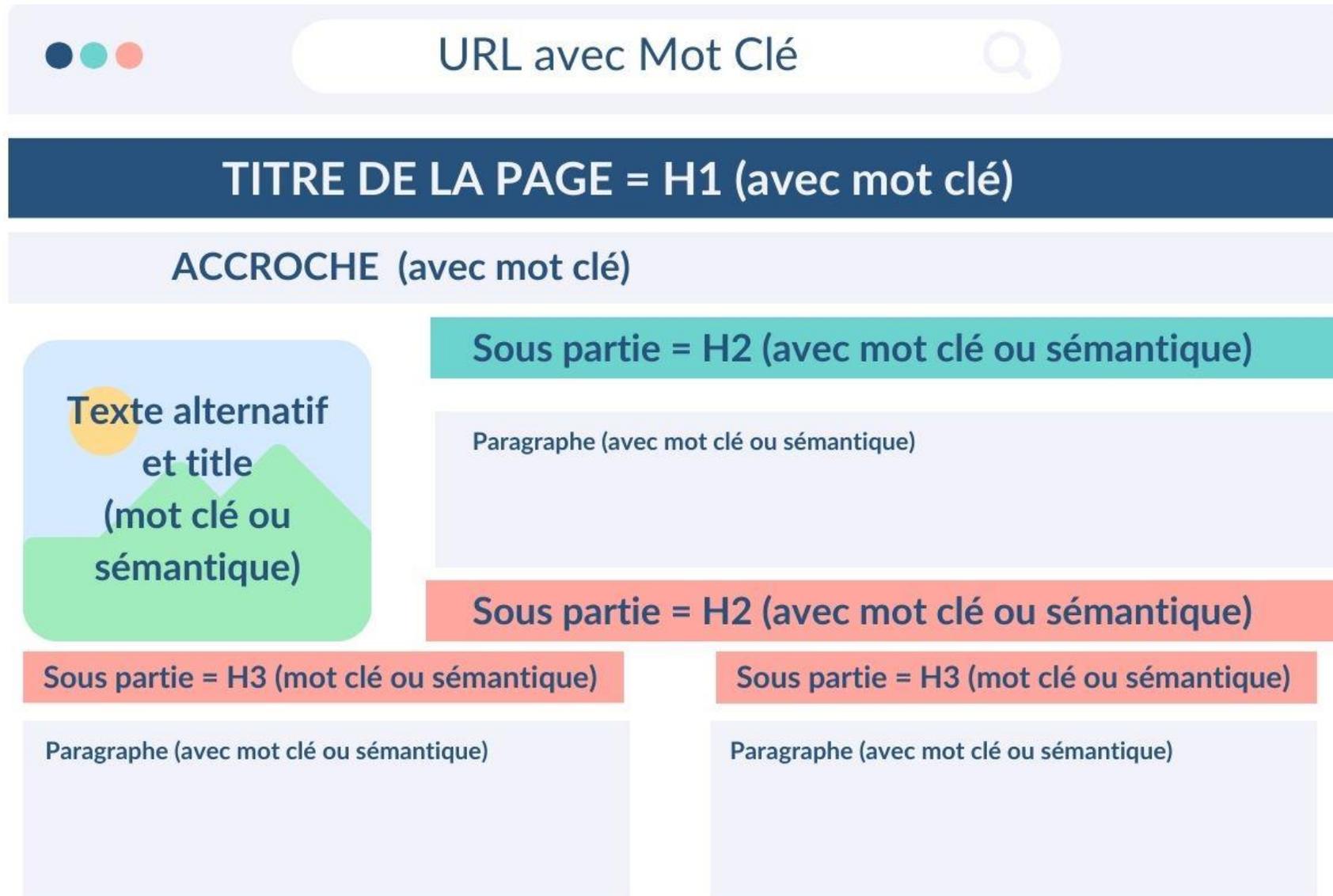


Liens  
internes &  
externes

# Que doit-on optimiser pour le référencement ?



# Que doit-on optimiser pour le référencement ?



# Que doit-on optimiser pour le référencement ?

Soignez les balises métag pour remonter sur Google.

C'est le texte qui s'affiche quand on est sur la page des résultats du moteur de recherche.

The image shows a Google search result for the query "gite le vieux chene". The search bar at the top contains the text "gite le vieux chene". Below the search bar, the search results for "hebergementlevieuxchene.fr" are displayed. The search result includes a small circular icon (the site's favicon), the domain name "hebergementlevieuxchene.fr", and the URL "https://www.hebergementlevieuxchene.fr". The main title of the search result is "Le vieux chêne, gîte et chambres d'hôtes en Rhône-Alpes". Below the title is a short description: "Situé en Rhône-Alpes, à 1h de Lyon et de Genève, Le vieux Chêne propose des gîtes et chambres d'hôtes pour un séjour nature ou sportif au cœur du Bugey dans l' ...".

Annotations with red arrows point to specific elements:

- Favicon du site**: Points to the circular icon of the website.
- Slug :** /nomdelapage/ : URL courte avec mot clé: Points to the URL "https://www.hebergementlevieuxchene.fr".
- Meta-titre :** Mot clé au début si possible: Points to the title "Le vieux chêne, gîte et chambres d'hôtes en Rhône-Alpes".
- Meta description :** Une accroche attrayante et réaliste: Points to the short description below the title.

# Quelle expérience pour votre hôte ?

Améliorez l'expérience utilisateur est primordial pour retenir l'internaute.

C'est aussi un critère important pour le référencement naturel.

Une bonne expérience utilisateur, c'est :

- une navigation intuitive
- un temps de chargement optimisé
- un design adapté au mobile (responsive)
- un contenu structuré
- un site accessible à tous :
  - contraste des textes sur fond de couleur ou visuels
  - texte alternatif des images pour les déficients visuels

La bonne expérience de votre client commence sur votre site !



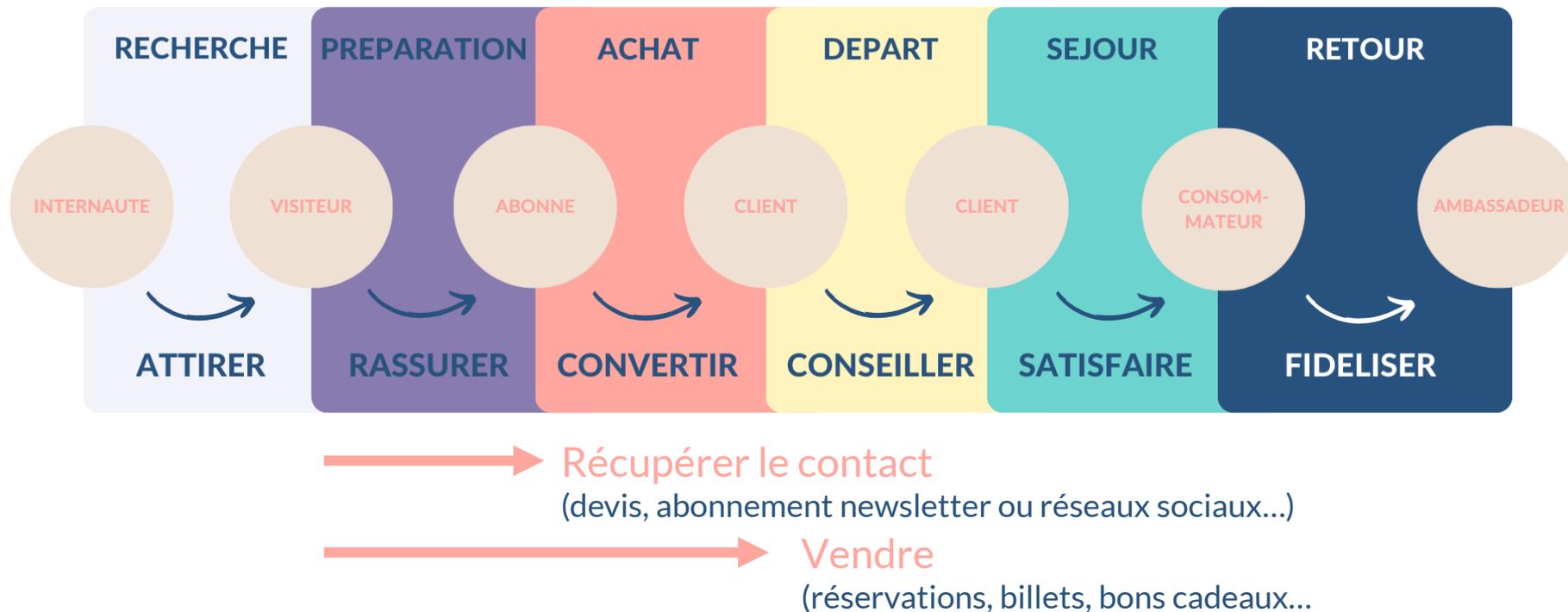
The image features a large, dark blue circle centered on a light blue background. The circle is outlined with a thin white border. Inside the circle, the text "Transformez vos visiteurs en clients et mesurez vos résultats" is written in a clean, white, sans-serif font, centered horizontally and vertically.

Transformez vos  
visiteurs en clients et  
mesurez vos résultats

# Quel parcours pour votre futur client ?

Le site est au cœur de vos enjeux de conversion.

Ajoutez des appels à l'action sur vos pages pour garder contact avec l'internaute.



# Quel parcours pour votre futur client ou client?

Gardez le contact.

Avoir un site ne suffit pas !

La communication multicanale reste essentielle :

- Publier sur les réseaux sociaux
- Envoyer des newsletters à vos prospects et clients
- Continuer le travail de référencement naturel
- Réseauter
- Participer à des évènements et salons
- ...

Votre site n'est qu'une brochure digitale. Si vous ne communiquez pas dessus, personne ne le verra.



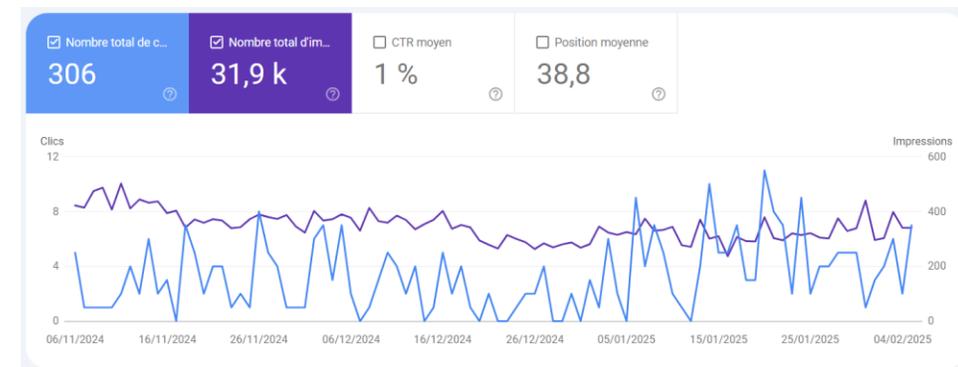
# Quel trafic sur votre site ?

Suivez et améliorez vos performances.

Installez des outils de mesure :

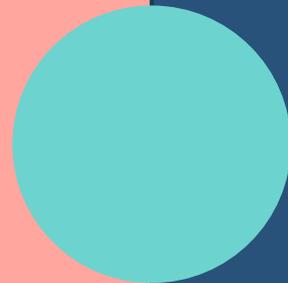
- de **visites** : Google Analytics ou Matomo
- de **bonne santé** du site et **performance des mots clés** : Google Search Console

Groupe de canaux par défaut	Sessions	Sessions avec engagement	Taux d'engagement	Durée d'engagement moyenne par session	Événements par session	Nombre d'événements Tous les événements	Événements clés Tous les événements
Total	196 100 % du total	125 100 % du total	63,78 % Égal à la moyenne	1 min 00 s Égal à la moyenne	4,31 Égal à la moyenne	845 100 % du total	2,00 100 % du total
Organic Search	133	97	72,93 %	1 min 02 s	4,20	558	1,00
Direct	52	20	38,46 %	50 s	4,46	232	0,00
Referral	6	6	100 %	2 min 07 s	5,83	35	1,00
Organic Social	4	2	50 %	23 s	4,75	19	0,00
Unassigned	1	0	0 %	2 s	1,00	1	0,00



Ajustez votre stratégie en fonction des données analysées.

# Pratique



## Concrètement...

- Démo du CMS Wordpress
- Démo du logiciel Wix
- Démo Achat hébergement + nom de domaine sur o2switch
- Liste des éléments à préparer pour le prochain atelier

# Commençons par votre stratégie



A VOUS DE JOUER 🖐️ Répondez à ces questions :

- Qu'est ce que je propose à mes clients (services, produits, expériences) ?
- Qui sont mes clients ?
- Quels sont mes points forts
- Quelle est ma différenciation ?
- Quelles sont mes valeurs ?
- Quel est l'objectif de mon site (vitrine, vente) ?



15 min

# Continuons par la technique



A VOUS DE JOUER 🙌 Répondez à ces questions :

- Quel nom de domaine je choisis ?
- Quel outil de création de site semble le plus adapté ?
- Ai-je besoin d'un hébergeur web et si oui, lequel ?
- Ai-je besoin d'un logiciel de vente ?
- Quel thème je choisis ?



15 min

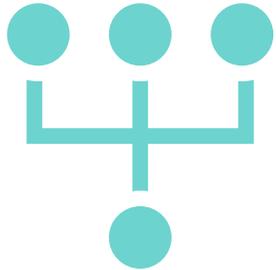
# Continuons par le graphique



A VOUS DE JOUER 🙌 Préparez chez vous :

- Est-ce que j'ai un logo de bonne qualité ?
  - Format vertical / horizontal / rond
  - Sur fond blanc (.jpg), sur fond transparent (.png)
- Quelles sont mes couleurs ?
  - Une couleur principale pour vos titres
  - Une couleur secondaire et tertiaire pour des arrières plans, éléments, bouton d'appel à l'action...
- Quelles sont mes polices ?
  - Une pour les titres
  - Une pour les textes

# Terminons par votre contenu



A VOUS DE JOUER 🙌 Préparez chez vous :

- Quelles pages je veux sur mon site ?
- Comment j'organise mes pages dans mon menu ?
- Quelle ligne éditoriale je souhaite ?
- Quelles photos, illustrations, vidéos ?
- Quel vocabulaire utilisent mes clients (mots clés) ?

# Pour le prochain atelier



**Lundi 17 mars** : Atelier « Création de site web » sur 1 journée

Si vous souhaitez y participer, il faudra :

- Être à l'aise avec l'informatique
- Avoir un ordinateur et une adresse email professionnelle (de préférence gmail)
- Vouloir le créer sur Wordpress
- Avoir choisi son nom de domaine
- Avoir acheté son hébergement : [Procédure d'hébergement sur o2switch](#)
- Préparer les éléments qu'on a vus précédemment
- Avoir son logo, ses polices, ses couleurs, ses photos, ses textes pour la mise en forme
- Avoir choisi un modèle de site sur Astra : [Procédure pour le choix](#)

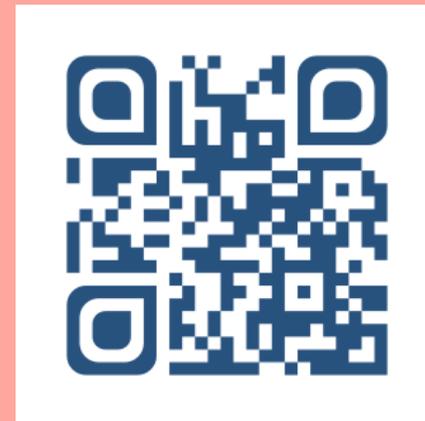
Objectif : Mise en place technique, Mise en forme graphique, créer une première page, modifier un menu

# Bonus 1

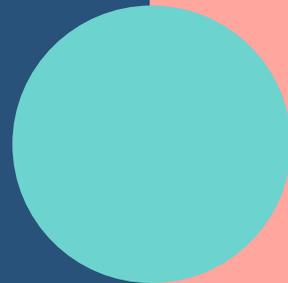
Allez plus loin sur le référencement naturel.

Pour procéder à la recherche des bons mots clés, je vous propose une méthodologie et des outils dans ce tutoriel.

A télécharger en laissant votre email



# Bonus 2



Si vous ne venez pas au prochain atelier.

Vous pouvez profiter d'un guide pas à pas pour créer votre site.

 [En savoir plus](#)

# Merci de votre attention !

J'accompagne les acteurs du tourisme et loisirs dans leur visibilité en ligne :

- Référencement sur les moteurs de recherche (Google)
- Création de site Wordpress
- Création de contenu et stratégie digitale

**Cindy Senez**

Consultante en SEO & Marketing digital

 04 73 16 81 04

 [cindy.senez@cultivetonsite.fr](mailto:cindy.senez@cultivetonsite.fr)

 [www.cultivetonsite.fr](http://www.cultivetonsite.fr)



*Rien ne sert d'avoir un beau site, il faut le rendre visible !*