



Com'pil#4

Les p'tits conseils Webmarketing
pour les pros du Tourisme



Boostez la visibilité de votre établissement grâce au référencement

Pour accompagner au mieux les professionnels du Tourisme, la **CoVe**, l'**Office du Tourisme Intercommunal Ventoux-Provence** et l'**agence Curtis Com** se sont associés pour mettre en place une série de **newsletters dédiées au Webmarketing**. Des p'tits conseils pratiques qui **tous les 2 mois** s'invitent dans votre boîte mail !

Au programme :

- > Des **conseils Webmarketing** que vous pourrez appliquer par la suite,
 - > La **règle d'or**,
- > Des **chiffres clés** liés aux tendances du Digital,
 - > Le **conseil du moment**.

Allez, c'est parti !

Dans la newsletter d'aujourd'hui, je voulais mettre en lumière le fait qu'**il vous est essentiel de bien travailler le référencement naturel (ou SEO)** de votre site internet.

Aujourd'hui, presque **1 personne sur 2 commence son parcours d'achat avec une recherche Google**.

Une personne arrive sur un moteur de recherche avec une problématique et cherche la meilleure solution possible pour la régler. À ce moment là, c'est à vous de faire le nécessaire pour **devenir une source de confiance** aux yeux du moteur de recherche pour qu'il positionne votre site parmi ses **meilleurs résultats**. Pas de panique, on vous donne les quelques éléments sur lesquels vous pouvez améliorer votre référencement.

Indexation, référencement, quésako ?

Petit point lexique, avant de partir dans le vif du sujet:

- > **Indexation** : c'est quand un moteur de recherche "répertorie" et classe les pages d'un site internet avant de pouvoir les faire ressortir sur les pages de résultats de recherches en fonction d'une requête donnée.
- > **Requête** : c'est quand vous interrogez un moteur de recherche en utilisant un ou plusieurs mots clés.
- > **Référencement naturel (ou SEO ou Search Engine Optimization)** : c'est l'ensemble des techniques et des méthodes gratuites qui permettent d'optimiser votre site web afin d'améliorer son classement dans les moteurs de recherche.



N'oubliez pas que le SEO est un travail de longue haleine

Les résultats n'arrivent pas au bout d'une semaine. Par contre, en mettant en place les bonnes stratégies sur le long terme, vous allez générer du **trafic qualifié**. Trafic qui ne fera que s'améliorer si vous capitalisez sur vos efforts en termes de référencement naturel.

L'optimisation passe par la compréhension de vos clients

Il ne s'agit pas ici de mettre en place des actions uniquement pour répondre aux attentes de Google. Pour développer vos ventes, votre trafic doit avant tout être qualifié et **répondre aux attentes de vos clients**.

Com'pil

1- Définir les bons mots-clés

Il faut bien comprendre que **tous les mots-clés ne sont pas intéressants pour vous**. Pour définir vos mots-clés, commencez par trouver les **termes génériques** qui représentent votre activité.

Google est aussi votre ami ! Vous pouvez aller tester chacun de ces mots sur le moteur de recherche et voir ce qu'il vous propose comme suggestion de recherche. Par exemple, si on prend l'expression « hôtel Carpentras », Google fait ressortir les expressions suivantes : « hôtel carpentras et alentours », « hôtel carpentras avec piscine », « hôtel carpentras pas cher », etc.

La concurrence est aussi une bonne source d'informations. Surtout si vos concurrents se positionnent mieux que vous. N'hésitez donc pas à aller chercher vos idées sur leur site. Vous pouvez regarder quels sont les mots-clés utilisés sur les catégories produits qui correspondent aux vôtres. Vous pouvez aussi regarder ce qu'ils ont mis dans leurs URL (l'adresse web d'un site internet), dans les titres des pages.

Avant de passer à la suite, il faut aussi **comprendre quelles seront les intentions de vos utilisateurs** et où se trouvent les meilleures opportunités pour vous. On distingue trois types d'intention :

- > **Intention informationnelle** : ce sont des requêtes qui permettent de rechercher une information précise.
- > **Intention navigationnelle** : elles sont souvent liées à une image de marque forte. Ce sont les mots et les expressions clés contenant le nom d'une entreprise. L'intérêt pour vous, c'est de maîtriser votre e-réputation (l'image véhiculée ou subie par une entreprise).
- > **Intention transactionnelle** : ce sont des requêtes réalisées en vue de faire un achat.

2- Ne pas tout miser sur le référencement de votre page d'accueil

Pour optimiser le référencement de votre site internet, il faut avoir conscience que **la plupart des visiteurs n'arrivent pas tous via votre page d'accueil**. La majorité des visiteurs arriveront sur une page produit suite à une recherche qu'ils auront tapé dans le moteur de recherche.

La page d'accueil, elle, sera rendue visible pour une recherche plus générale. C'est pourquoi elle **doit être une vitrine axée uniquement sur la marque** pour afficher les promotions et nouveautés, mais également servir à la **distribution des liens vers le reste du site**.

3- Les images

On en avait déjà parlé lors de la précédente newsletter, mais un rappel ça ne fait pas de mal. Lors de l'indexation des pages de votre site internet, **les robots de Google sont incapables de comprendre les éléments qui composent les images** présentes sur votre site. C'est pourquoi **l'environnement d'une image**, comme le texte, est un élément **capital dans son référencement**. Voici les quelques éléments sur lesquels vous pouvez travailler :

- > **Le nom de l'image**. Indiquer au moteur de recherche ce que représente une image permet de booster son référencement naturel. Veillez à ne pas utiliser de caractères spéciaux ni d'accent. Il est aussi conseillé de séparer chaque terme par des tirets.
- > **L'attribut ALT** ou texte alternatif. Cet attribut permet de décrire l'image si celle-ci n'arrive pas à s'afficher sur le site internet. L'attribut ALT est également très utile lorsque le robot d'indexation de Google analyse une image, cela lui permet d'en comprendre le thème et de la catégoriser. Le mieux est de rédiger une courte phrase à partir de mots clés.
- > **La contextualisation de l'image**. Pour être bien référencée, une image doit être cohérente avec le contenu qu'elle illustre. Lorsque Google analyse une page, il doit comprendre le lien entre les différents éléments qui la

composent. Plus la cohérence est grande, meilleur est le référencement de vos images.

> **Le format, la taille et le poids de l'image.** Les formats à privilégier restent JPG, PNG, qui sont les plus lisibles par les navigateurs. La taille et le poids, participent au bon affichage d'une page web.

4- Soigner le maillage interne

La façon dont vous allez organiser les pages de votre site internet est un point essentiel pour le SEO de votre site. Il est donc essentiel que l'architecture de votre site permette aux utilisateurs et aux moteurs de recherche, de trouver facilement toutes vos pages, ainsi que de naviguer sur votre site de la manière la plus intuitive et naturelle possible. **L'objectif du maillage interne est triple :**

- > Vous **facilitez la navigation** sur votre site,
- > Vous montrez une certaine **cohérence sémantique** entre les différentes pages de votre site (et ça, les moteurs de recherche, ils aiment bien),
- > Vous permettez le transfert de **trafic des pages les plus fortes de votre site vers les plus faibles.**

Par exemple, vous pouvez **proposer des recommandations de produits/services en cohérences avec des produits que les visiteurs de votre site consultent.**

5- Augmentez la visibilité de vos services sur les sites de prestataires

Vous avez aussi la possibilité d'acquérir plus de visibilité sur le court terme **en référençant vos produits et services sur d'autres plateformes.** Vous pouvez cibler les références du marché comme Booking.com, Abritel, Airbnb, et, vous tourner vers les sites institutionnels, comme par exemple les Offices de Tourisme.

Lorsqu'un voyageur cherche un hôtel dans une région précise, il est sûr de trouver des centaines de propositions fournies par ces sites. Pour vous faire connaître, il est donc très important d'y être présent.

Gardez en tête que **ce type de référencement est payant** et qu'il nécessite de mettre en place une stratégie en amont, afin de cibler la plateforme qui vous offre le plus d'opportunités sur votre marché.

Il peut être intéressant pour vous de **combinaison l'optimisation de votre site à votre présence sur ces plateformes.** Pourquoi ? Aujourd'hui, plus d'un voyageur qui trouve votre établissement sur ces plateformes va se rendre sur votre site internet afin de réserver en direct et au meilleur prix.

Vous pouvez donc faire le choix de **travailler sur les deux fronts, sans négliger l'un des deux aspects.**

6- Inciter vos clients à laisser des avis : la synergie entre SEO et e-réputation

Il s'agit ici de mettre en place une stratégie d'avis clients suivi et optimisée pour votre site internet. Cette stratégie a un **triple impact : SEO, conversion (quand un visiteur de votre site, inciter par une campagne marketing, effectue une action d'achat par exemple) et image de marque.** En effet, les avis clients peuvent se retrouver partout sur le web et rassurer vos internautes :

- > Dans les **moteurs de recherche** grâce à un compte Google My Business qui fait ressortir les avis clients directement,
- > Dans votre **site internet** grâce à la présence des logiciels d'avis clients,
- > Sur vos **pages produits**, pour donner confiance juste avant l'acte d'achat.

7- Conseiller vos clients avec votre blog

Mettre en place un blog sur votre site est l'un des meilleurs moyens de mettre en place un **outil de conseils pour aider les visiteurs de votre site dans la préparation de leur séjour.**

En référencement naturel, le blog vous permettra d'**accentuer votre positionnement sur les mots-clés importants de votre secteur**, mais aussi de **prendre des positions sur de nouveaux mots-clés** sur lesquels aucune de vos pages ne se positionne actuellement.

C'est donc un excellent **moyen de réassurance** qui permet d'allier SEO et expérience utilisateur pour gagner des clients.

8- Aller chercher les liens entrants

Les liens entrants ou backlinking, représentent **l'ensemble des sites internet tiers (de partenaires) qui renvoient vers des pages de votre site internet.** Les liens entrants font partie des **stratégies les plus efficaces** pour améliorer le référencement naturel de votre site internet. Pourquoi sont-ils favorisés par les moteurs de recherche ? Car ils participent à

crédibilité de votre site internet.

Avant de vous lancer dans la recherche de liens entrants, il est important de comprendre que **tous les liens ne se valent pas**. Google, a des critères de qualité précis concernant ces liens :

- > Plus les **sites tiers sont bien positionnés** dans les résultats de recherche, plus ils auront un **impact fort** sur votre propre référencement naturel.
- > Inutile de placer le lien vers votre site sur celui de votre mécanicien. Google pénalisera votre SEO. Privilégiez **les liens mis en place sur le site d'un prestataire que vous connaissez** et qui se situe pas loin de votre établissement par exemple.



♀ Atelier numérique de Ventoux-Provence #3 : Comment avoir une bonne stratégie de contenu ?

La stratégie de contenu vise à produire des **contenus à forte valeur ajoutée** sur l'ensemble des canaux de communication d'une entreprise : réseaux sociaux, site web, newsletter, etc. **Gagner en notoriété et visibilité. Renforcer vos liens avec vos clients. Gagner en conversion, gagner en qualité...** Tout vous sera expliqué !

Vous souhaitez participer ? L'atelier se déroulera en présentiel le **16 novembre**, dans les locaux de l'**Office du Tourisme Intercommunal Ventoux Provence à Carpentras**.

Intervenants : Marine et Bérengère (Agence Curtis Com)
6 structures participantes minimum

Si vous souhaitez participer à cet atelier, organisé par OTI Ventoux Provence, c'est par ici.

[Je m'inscris](#)



Atelier numérique #4 : le référencement naturel, je débuté ? Jeudi 2 décembre - 14h00 à 16h00

Google est le moteur de recherche le plus utilisé au monde. À travers cet atelier, nous partirons sur les bases du référencement naturel. Nous ne vous en dirons ni trop, ni trop peu pour vous faciliter la compréhension et avancer pas à pas vers un univers, vous le constaterez, assez prenant et ainsi vous donner une chance d'améliorer votre positionnement sur les pages Google.

Vous souhaitez participer ? L'atelier se déroulera en présentiel le 2 décembre, dans les locaux de l'Office du Tourisme Intercommunal Ventoux Provence à Carpentras ou en visio conférence.

Intervenante : Stéphanie Magne- OTI Ventoux-Provence

[Je m'inscris](#)

La règle d'or
Réalisez un audit SEO de votre site

L'audit SEO est une étape indispensable avant de vous lancer dans l'établissement d'une stratégie de référencement. Ne pas analyser l'existant en revient à prendre un traitement sans avoir établi de diagnostic.

Avant d'optimiser vos pages, il faut **évaluer les performances SEO actuelles** de votre site web. Comment les pages sont-elles positionnées dans les résultats de recherche ? Sur quels mots clés vous êtes positionné ? Les liens entrants sont-ils qualitatifs ? Votre site est-il techniquement à la hauteur ? Existe-t-il des erreurs non résolues 404 (quand la page que vous recherchez n'existe pas ou n'existe plus) ou 301 (quand le contenu d'une page web n'est plus disponible à l'URL renseignée, soit parce qu'il a été supprimé, soit parce qu'il a été déplacé vers une autre URL) ?

À partir de ces résultats, vous pouvez élaborer une stratégie de référencement naturel cohérente.



38% du trafic total des sites E-commerce provient des moteurs de recherche

Conseil du moment : Adaptez votre site internet au mobile

Le touriste est de plus en plus autonome dans l'organisation et la préparation de son voyage, et les possibilités de partir à des prix concurrentiels sont nombreuses.

Le smartphone s'impose de plus en plus comme l'**outil de navigation principal des utilisateurs**. Dans le secteur du tourisme, les chiffres parlent d'eux-mêmes et les réservations de voyage progressent sur mobile. Surtout, lorsqu'il s'agit de réserver à la dernière minute ou au cours de son voyage.

D'ailleurs, 58 % d'entre eux ont utilisé leur mobile ou leur tablette plutôt qu'un ordinateur pour chercher des informations selon le cabinet Raffour Interactif.

**Office de Tourisme
Intercommunal Ventoux-
Provence**

97 place du 25 août 1944,
84200, Carpentras
Tel: 04 90 63 00 78

Site internet

[Voir notre espace pro](#)



© 2021 Ventoux Provence

Cet e-mail a été envoyé à {{ contact.EMAIL }}
Vous avez reçu cet email car vous vous êtes inscrit sur Curtis Com.

[Se désinscrire](#)

