

BILAN ANNUEL SEO
MAISON DU TOURISME LIVRADOIS FOREZ

15 Octobre 2019

CyberCité
More traffic, more business ↗



BILAN ANNUEL SEO

1. Objectifs & dispositifs

2. *Visibilité*
3. *Trafic*
4. *Axes de travail 2019-2020*

BILAN ANNUEL SEO

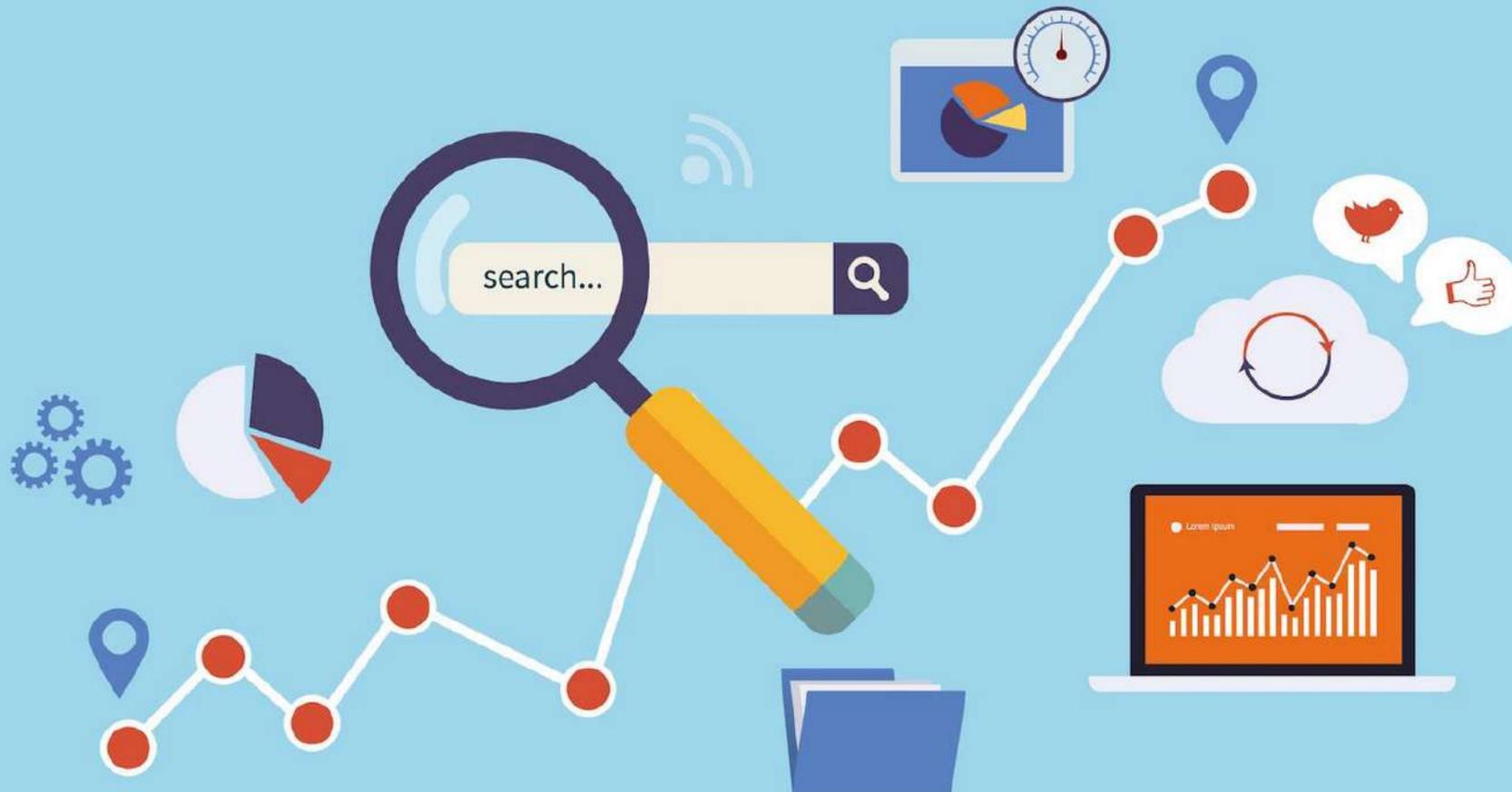
Rappel des objectifs & dispositifs

Objectifs

- ✓ Créer un nouveau site **SEO-friendly**
- ✓ Maintenir et développer sa visibilité sur les « **TOP mots clés** » liés à la thématique du Parc Livradois Forez
- ✓ Développer son **trafic SEO** et in fine le **trafic global**

Dispositifs

- ✓ Accompagnement **création de site**
 - Recommandations **techniques**
 - Recommandations **éditoriales**
- ✓ Définition de la **stratégie SEO**
- ✓ Optimisation du site
 - **Head** (title/meta/hn)
 - Conseils sur **contenus**



BILAN ANNUEL SEO

1. *Objectifs & dispositifs*
- 2. Visibilité**
3. *Trafic*
4. *Axes de travail 2019-2020*

VISIBILITÉ GLOBALE GOOGLE

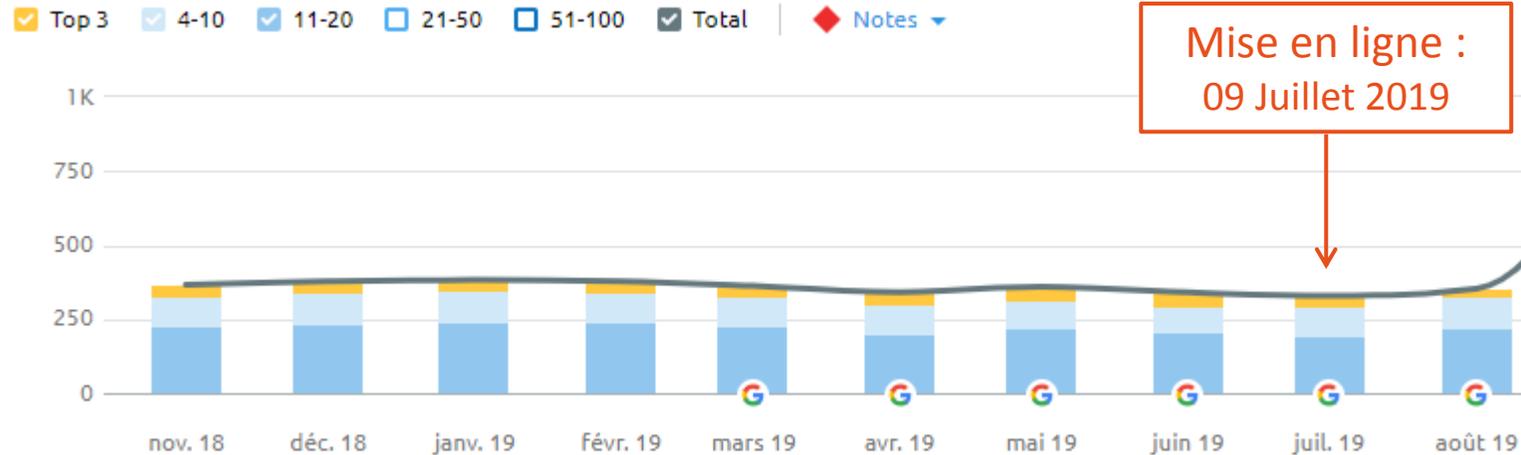
Positionnement du site

Période : Novembre 2018 à Août 2019

Source : SEMrush



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE MOTS CLÉS



- Entre **Novembre et Juin**, la visibilité globale du site était en baisse, excepté en Top 3 (1^{er} tableau ci-joint)
- Entre **Juin et Août**, au cours et suite à la refonte du site, la visibilité globale du site a été **maintenue** puis s'est **développée** (2nd tableau ci-joint)



DÉTAIL VISIBILITÉ GLOBALE

	Nov 2018	Juin 2019	%
Top 3	35	42	20%
4-10	101	91	-10%
11-20	230	207	-10%
21-50	945	741	-22%
51-100	1301	1073	-18%
Total	2612	2154	-18%

	Juin 2019	Août 2019	%
Top 3	42	27	-36%
4-10	91	106	16%
11-20	207	220	6%
21-50	741	844	14%
51-100	1073	1135	6%
Total	2154	2332	8%

NB : Le rapport ne porte pas sur les mois de Septembre (car l'outil SEMrush a mis à jour sa base de données et nous notons une hausse certaine) et Octobre (mois en cours)

VISIBILITÉ DÉTAILLÉE GOOGLE

Positionnement du site

Comparaison entre Avril 2019 et Octobre 2019

Source : Track-Flow



NOMBRE DE MOTS
CLÉS CIBLÉS

108



POSITIONS EN
1ère PAGE

22%

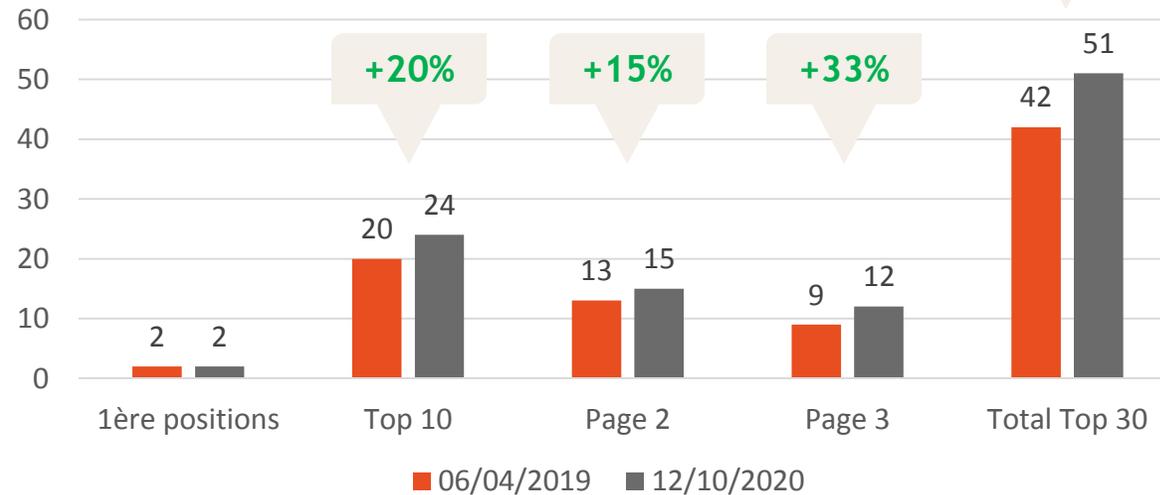


POSITIONS EN
TOP30

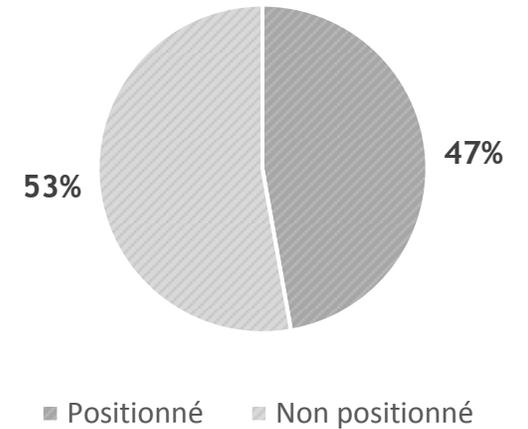
47%



RÉPARTITION DES POSITIONS



RÉPARTITION GLOBALE



- Les mots clés à suivre ont été validés en Avril 2019
- Entre **Avril et Octobre**, la visibilité du site se développe positivement
- C'est de 50% des mots clés positionnés en Top 30

VISIBILITÉ DÉTAILLÉE GOOGLE

Positionnement du site

Comparaison entre Avril 2019 et Octobre 2019

Source : Track-Flow & SEMrush



FOCUS DES TOP MOTS CLÉS

13% des mots clés

Top mots clés	06/04/2019	12/10/2019	Variation
office tourisme livradois forez	1	1	0
montpeloux	4	1	+3
ambert tourisme	1	2	-1
st antheme	4	2	+2
livradois forez	2	3	-1
parc naturel livradois forez	2	3	-1
parc naturel régional livradois forez	3	3	0
ambert livradois forez	4	4	0
olliergues	4	4	0
parc livradois forez	2	4	-2
pnr livradois forez	3	4	-1
ville de thiers	21	4	+17
les arcades de barjavelle	7	4	+3
thiers	17	5	+12



NOUVELLES ARRIVÉES EN TOP 30

14% des mots clés

Top mots clés	06/04/2019	12/10/2019	Variation
ambert	-	6	+24
pamparina	-	9	+21
maison du tourisme	-	10	+20
richard de bas	-	16	+14
chateau de ravel	-	17	+13
chateau d aulteribe	-	18	+12
train touristique auvergne	-	18	+12
massif central tourisme	-	20	+10
moulin papier	-	23	+7
abbaye de lavaudieu	-	25	+5
abbaye de la chaise dieu	-	26	+4
auvergne lieux d intérêt	-	26	+4
viverols	-	27	+3
chateau des martinanches	-	28	+2
que faire en auvergne ce week end	-	30	0

VISIBILITÉ DÉTAILLÉE GOOGLE

Positionnement du site

Comparaison entre Avril 2019 et Octobre 2019

Source : Track-Flow & SEMrush



FOCUS DES FLOP MOTS CLÉS

9% des mots clés

Flop mots clés	06/04/2019	12/10/2019	Variation
lac d aubusson	3	9	-6
livradois	3	10	-7
monts du forez	3	11	-8
mont du forez	3	17	-14
hautes chaumes	5	19	-14
musée de la céramique lezoux	11	20	-9
lavaudieu tourisme	16	21	-5
sortir aujourd'hui dans le 63	18	21	-3
moulin richard de bas	17	22	-5
chateau de vollore	20	27	-7



SORTIES DU TOP 30

5% des mots clés

Top mots clés	06/04/2019	12/10/2019	Variation
courpière	26	56	-30
courpiere 63	16	65	-49
sauxillanges	22	71	-49
thiers 63	9	-	-91
usson	23	76	-53
randonnée raquette puy de dome	22	-	-78



BILAN ANNUEL SEO

1. *Objectifs & dispositifs*
2. *Visibilité*
- 3. Trafic**
4. *Axes de travail 2019-2020*

INDICATEURS DU TRAFIC

Trafic global

Périodes comparées : 1^{er} Octobre 2018 au 30 Septembre 2019 VS N-1

Source : Google Analytics, vue « Toutes les données du site Web »



ÉVOLUTION DU TRAFIC GLOBAL

94 012

Utilisateurs
VS 61 141

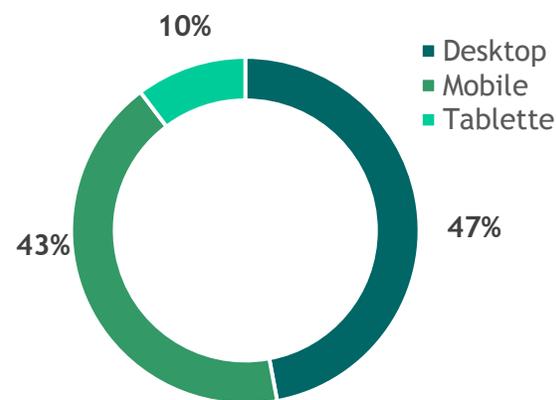


ÉVOLUTION PAR TOP SOURCES DE TRAFIC

	2017-2018	2018-2019	%
Organic Search	40622	66465	64%
Direct	10197	19225	89%
Referral	9127	10061	10%
Social	1133	2065	82%



RÉPARTITION DU TRAFIC PAR TYPE D'APPAREILS



2017-2018	21972	32930	6473
2018-2019	40363	44561	9748
%	35%	84%	51%

INDICATEURS DU TRAFIC

Trafic naturel

Périodes comparées : 1^{er} Octobre 2018 au 30 Septembre 2019 VS N-1

Source : Google Analytics, vue « Toutes les données du site Web »



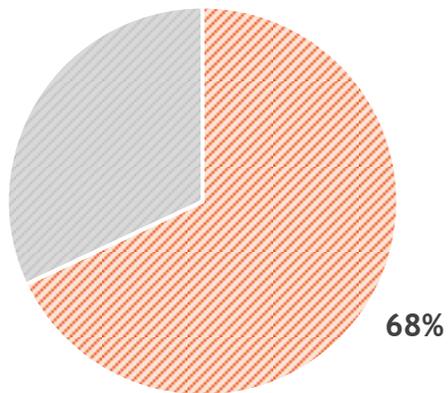
ÉVOLUTION DU TRAFIC NATUREL

66 465

Utilisateurs
VS 40 622



PART DU TRAFIC NATUREL



TOP10 PAGES DE DESTINATION ISSUES DU TRAFIC NATUREL

#	Page de destination SEO	Utilisateurs
1.	/	4770
2.	/equipement-loisir/base-de-loisirs-du-lac-daubusson-dauvergne-aubusson-dauvergne/	3974
3.	/equipement-loisir/plan-deau-de-st-antheme-saint-antheme/	3175
4.	/sejourner/sortir/agenda/	2010
5.	/commerce-service/maison-du-tourisme-du-livradois-forez-bureau-dinformation-dambert-ambert/	1651
6.	/destination/une-destination-quatre-territoires/thiers-cite-medievale-et-couteliere/	1381
7.	/randonner/a-pied/promenades-et-petites-randonnees/	1327
8.	/agenda-manifestation/foire-a-lail-au-vin-et-a-la-brocante-billom/	1275
9.	/sejourner/agenda/	1236
10.	/equipement-loisir/velorail-dambert-ambert/	1016



BILAN ANNUEL SEO

1. *Objectifs & dispositifs*
2. *Visibilité*
3. *Trafic*
4. **Axes de travail 2019-2020**

ACQUISITION

Trafic & Qualité temps de chargement

Période : 1^{er} Octobre 2018 au 30 Septembre 2019 VS N-1

Source : Google Analytics & Google Page Speed insights

MOBILE

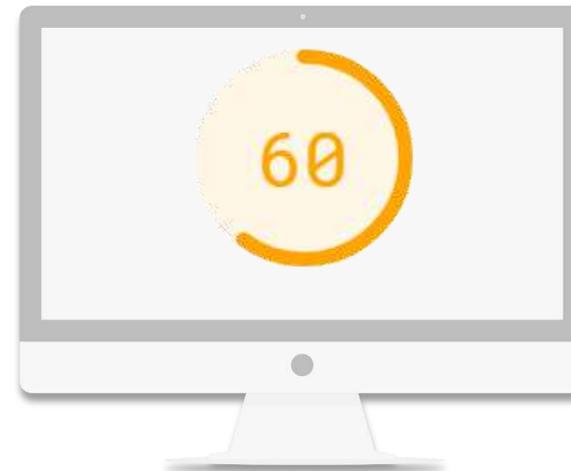


Le trafic mobile représente **43%** du trafic global



0-49 50-89 90-100 ⓘ

DESKTOP



Le trafic desktop représente **47%** du trafic global



0-49 50-89 90-100 ⓘ

- Les différents outils de test **montrent des scores perfectibles**, notamment sur la version mobile
- Outil de test Google : <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=fr&url=https://www.vacances-livradois-forez.com>



Avec la croissance de la navigation mobile, les temps de chargement sont de plus en plus stratégiques et les sites les plus rapides peuvent se voir mis en valeur par les classements Google. Il convient donc, pour le SEO comme pour l'internaute, de faire en sorte d'avoir un site le plus rapide possible.

Google crawlera moins souvent et positionnera moins efficacement un site lent.

ACCOMPAGNEMENT 2019-2020

Stratégie SEO & Leviers annexes

PRESTATION SEO

LE POIDS SÉMANTIQUE DU SITE EST À RENFORCER :

- ❖ Nouvelle définition de la stratégie sémantique en fonction des contenus existants et à créer et selon vos objectifs de visibilité
- ❖ Optimisation des pages de contenus : maillage interne, titraille & balisage, mise en exergue des termes travaillés

AJUSTEMENTS TECHNIQUES :

- ❖ Audit, recommandations & suivi des améliorations techniques selon mises à jour de Google, du site et des mots clés

RECOMMANDATIONS AU FIL DE L'EAU :

- ❖ Recommandations techniques & sémantiques
- ❖ Suivi de la mise en place des recommandations



POUR ALLER PLUS LOIN



STRATÉGIE EXTERNE - LINKING

Objectif : Améliorer la popularité du site / Booster et améliorer son positionnement sur les termes les plus stratégiques / concurrentiels



MISE À JOUR DU PLAN DE MARQUAGE

Objectifs : Re définir vos objectifs et mettre en place un plan de marquage adapté : Suivre le processus de prise de contact / Analyser l'abandon-validation / Au besoin, améliorer le formulaire afin d'inciter à la prise de contact / Téléchargement de documents, etc.

La stratégie SEO doit permettre à nos actions conjointes de matcher vos objectifs et de générer une audience qualifiée pour déclencher la réservation

The background is a dense, hand-drawn illustration in black and white with orange accents. It features various icons: a star with a dashed line, a play button, a musical note, a cloud with a red dot, a crown, a trophy, an ear, a megaphone, a lightbulb with a red glow, a globe, a speech bubble, a microphone, a target, a hand holding a pencil, a hand holding a magnifying glass, a gear, a paperclip, a heart, a robot, and a server rack. The word 'Content' is written in a cursive font on the right side. The logo 'CyberCité' is prominently displayed at the top center, with 'More traffic, more business' written below it.

CyberCité

More traffic, more business

**Merci de votre
attention**

Anne-Sophie Massart
Chef de projet SEO
asmassart@cybercite.fr
04 79 62 93 28

Alexa Vasquez
Directrice de clientèle
avasquez@cybercite.fr
04 79 62 93 28