

## VILLAGE VACANCES Là Ô AUDIT DIGITAL & RECOMMANDATIONS

---

Référence : PR1909-2204

Numéria Communication  
4, rue Enrico Fermi  
63540 ROMAGNAT

04 73 28 93 73

[contact@numeria-communication.fr](mailto:contact@numeria-communication.fr)  
[www.numeria-communication.fr](http://www.numeria-communication.fr)

Numéria, vous apprécierez la différence

<b>SECTION 1 – AUDIT DES OUTILS DISPONIBLES.....</b>	<b>3</b>
1. SITE WEB – AUDIT SEO .....	4
<i>Contexte de l’analyse.....</i>	4
<i>Résultats RM TECH - MyRankingMetrics.....</i>	4
<i>Analyse des résultats.....</i>	5
<i>Recommandation pour votre site.....</i>	5
2. SITE WEB – AUDIT DES FONCTIONNALITES .....	6
<i>Contexte de l’analyse.....</i>	6
<i>Résultats EasyBrain .....</i>	6
<i>Analyse des résultats.....</i>	7
<i>Recommandation pour votre site.....</i>	7
3. FICHE GOOGLE MY BUSINESS - AUDIT .....	8
4. RESEAUX D’AUDIENCE DIGITALE - AUDIT.....	8
<i>Contexte de l’analyse.....</i>	8
<i>Mots-clés et visibilité Google .....</i>	8
<i>Analyse des résultats.....</i>	9
<i>Recommandation pour votre site.....</i>	9
5. SITES RELAIS - AUDIT .....	9
<i>Domaine racine .....</i>	9
<i>Analyse des résultats.....</i>	10
<i>Recommandation pour votre site.....</i>	10
6. SYNTHÈSE DE L’AUDIT.....	10
<b>SECTION 2 - ACTIONS A MENER &amp; RECOMMANDATIONS .....</b>	<b>11</b>
1. AMÉLIORATION / REFORTE DU SITE INTERNET .....	12
2. OUTILS DE DÉVELOPPEMENT D’AUDIENCE (SEM).....	13
<i>Google Adwords.....</i>	13
<i>Stratégie d’optimisation SEO.....</i>	14
<i>Digital Selling .....</i>	14
<b>SYNTHÈSE &amp; CONCLUSIONS.....</b>	<b>16</b>

## SECTION 1 – AUDIT DES OUTILS DISPONIBLES

---



## 1. SITE WEB – AUDIT SEO

### Contexte de l'analyse

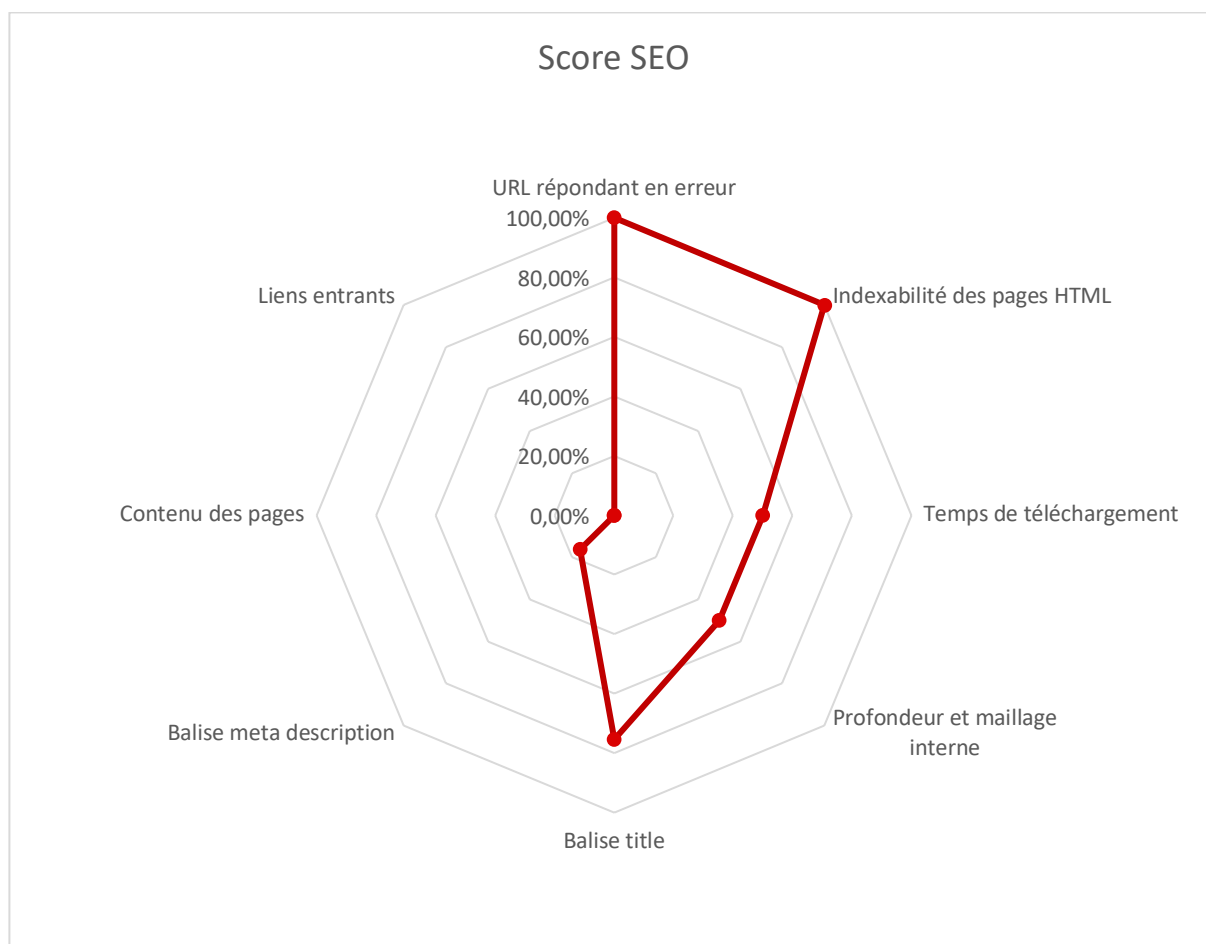
L'analyse SEO de votre site a été réalisée à l'aide de l'outil RMtech – My Ranking Metrics, conçu par Monsieur Olivier Duffez, élu par ses pairs comme le meilleur référenceur internet Français entre 2009 et 2018.

Le logiciel analyse les points clés à respecter dans le référencement d'un site internet. Il détermine dans quelle mesure votre site respecte les grandes règles techniques définies par Google pour la bonne prise en compte d'un site web dans son moteur de recherche.

Ce logiciel n'analyse pas les requêtes et mots-clés optimisés dans le site ni à leur pertinence en matière d'audience. Cette analyse est effectuée au point « audience » du présent document.

### Résultats RM TECH - MyRankingMetrics – site <https://www.sejourslao.com>

Éléments analysés	score	Erreurs sur les pages (en %)
URL répondant en erreur	100,00%	0,00%
Indexabilité des pages HTML	100,00%	0,00%
Temps de téléchargement	50,00%	50,00%
Profondeur et maillage interne	50,00%	50,00%
Balise title	75,38%	24,62%
Balise meta description	16,15%	83,85%
Contenu des pages	0,00%	100,00%
Liens entrants	0,00%	100,00%



### Analyse des résultats

Le score RM Tech pour cet audit est de 55,9 sur 100.

Le score représente le niveau d'optimisation du référencement naturel en ce qui concerne les éléments analysés sur le site (techniques, contenus, liens internes, qualité...).

- Nous recommandons d'atteindre 95 pour une visibilité SEO optimale.
- Entre 70 et 95 le score est correct et votre site assure une visibilité intermédiaire
- En-dessous de 70, votre site est négligé par les moteurs de recherche

### Recommandation pour votre site

Compte tenu du score obtenu, il est évident que le site n'a pas fait l'objet d'une bonne prise en compte SEO, ce qui l'empêche de ressortir naturellement dans les résultats de recherche. Seule la « notoriété » du nom « Là Ô » le rend visible sur la toile.

L'optimisation interne du SEO de votre site est un axe de développement prioritaire dans votre future stratégie de développement d'audience internet.

---

## 2. SITE WEB – AUDIT DES FONCTIONNALITES

### Contexte de l'analyse

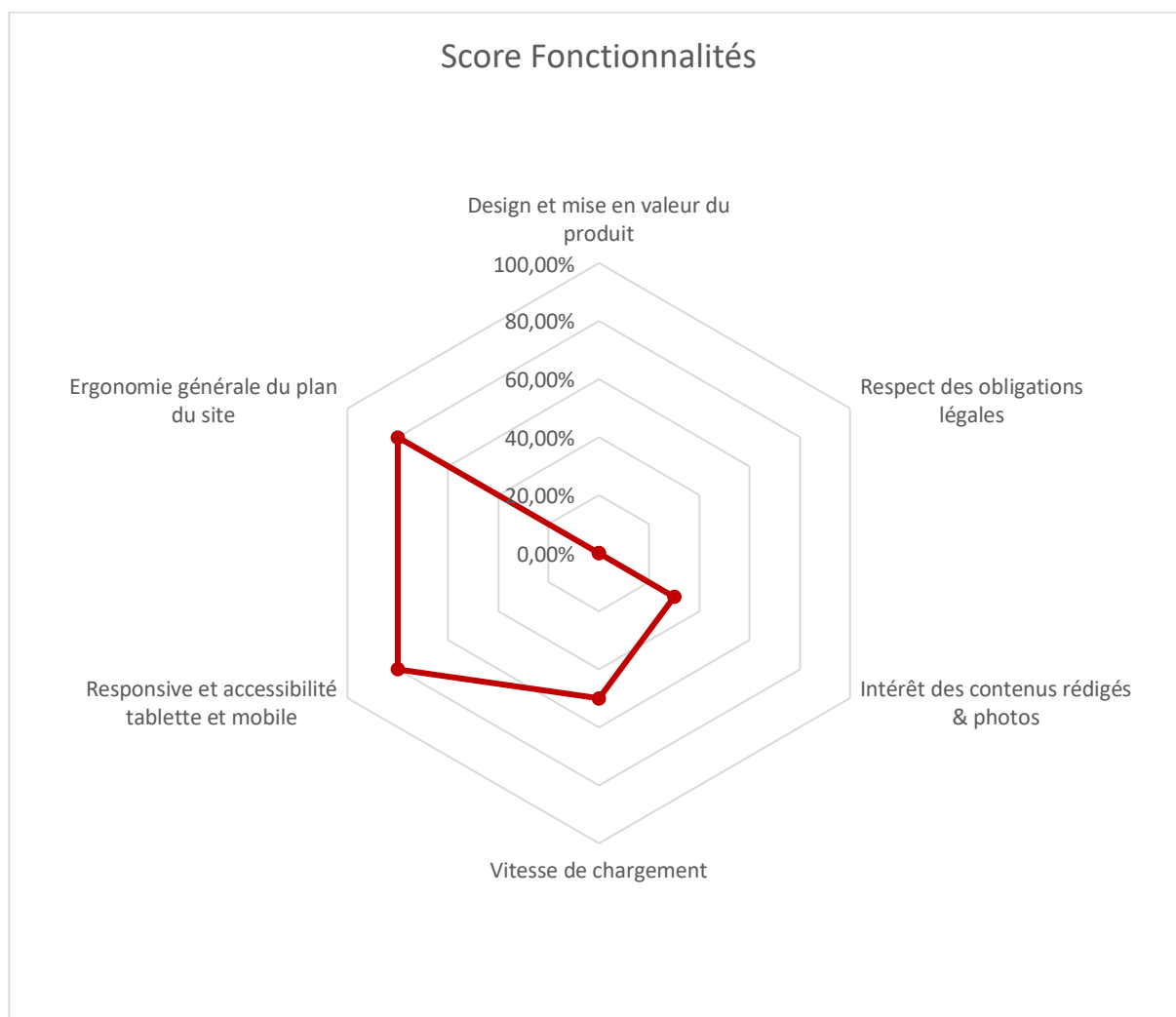
L'analyse des fonctionnalités de votre site a été réalisée à l'aide de l'outil EasyBrain, conçu par Monsieur Jean-Marie Lenoir, Neuroscientifique et dont l'outil a fait l'objet d'une thèse à Centrale et de 10 ans de recherches aux côtés des équipes de Pierre-Giles de Gennes, prix Nobel de physique 1991.

Le logiciel analyse les points clés du rapport homme-machine, des points d'agacement du visiteur et de prise de décision. Il détermine dans quelle mesure votre site agit sur le ressenti des internautes. Ce système est notamment utilisé par de grandes sociétés internationales telles que Tesla, Google et Apple.

Ce logiciel analyse la sémantique de votre site et l'impact des mots et expressions sur le cerveau humain. Il est couplé à une analyse du contexte internet (vitesse de chargement des pages, adaptation du site au support de consultation, impact des visuels clés, facilité de navigation etc.).

### Résultats EasyBrain – site <https://www.sejourslao.com>

Éléments analysés	Score	Erreurs sur les pages (en %)
Design et mise en valeur du produit	0,00%	100,00%
Respect des obligations légales	0,00%	100,00%
Intérêt des contenus rédigés & photos	30,00%	70,00%
Vitesse de chargement	50,00%	50,00%
Responsive et accessibilité tablette et mobile	80,00%	20,00%
Ergonomie générale du plan du site	80,00%	20,00%



### Analyse des résultats

Le score Easy Brain pour cet audit est de 40,00 sur 100.

Le score représente le niveau de performance de l'interaction homme-machine en ce qui concerne les éléments analysés sur le site (techniques, contenus, qualité graphique...).

- Nous recommandons d'atteindre 95 pour une interaction optimale
- Entre 70 et 95 le score est correct et votre site assure une interaction intermédiaire
- En-dessous de 70, votre site est jugé non performant par les utilisateurs

### Recommandation pour votre site

Compte tenu du score obtenu, il est évident que le site n'a pas fait l'objet d'une bonne prise des attentes des utilisateurs, ce qui nuit à son taux de transformation des visites en commandes. Seules les opinions externes plutôt positives (notes Google) viennent rassurer les utilisateurs.

L'optimisation de l'ergonomie de votre site est un axe de développement prioritaire dans votre future stratégie de développement d'audience.

---

### 3. FICHE GOOGLE MY BUSINESS - AUDIT

Votre fiche Google My Business est visible et dispose de l'ensemble des renseignements nécessaires aux utilisateurs. La description est à revoir pour gagner en efficacité. Elle doit susciter l'intérêt des lecteurs et non se contenter de décrire brièvement l'établissement.

Il faut noter que la vue « extérieure » proposée dans Google Street View ne correspond pas à l'établissement. Vous ne pouvez pas agir sur ce paramètre autodéterminé par Google. Ainsi, il serait préférable d'ajouter d'autres photos extérieures dans la rubrique « photos ».

---

### 4. RESEAUX D'AUDIENCE DIGITALE - AUDIT

#### Contexte de l'analyse

L'analyse des réseaux d'audience digitale de votre site a été réalisée à l'aide du logiciel SEMrush, référence en matière d'analyse de liens entre les sites web de la toile.

Le logiciel recherche l'ensemble des sites de la toile qui font référence à votre site web. Il permet ainsi de déterminer quels canaux et quelles expressions tapées sur Google vous apportent le plus de trafic.

#### Mots-clés et visibilité Google

Mots-clés (top 10)	% de clics sur votre lien	Position dans les résultats	Page Google
la ô le brugeron	40,67	1	1
la o	24,29	3	1
village vacances la o le brugeron	22,59	1	1
le brugeron gite	6,21	2	1
le brugeron	4,51	2	1
ô	1,69	31	3
séjour groupe auvergne	>0,01	48	4
sejour auvergne demi pension	>0,01	53	5
o le le	>0,01	61	6
gite de groupe puy de dome	>0,01	73	7



## Analyse des résultats

L'analyse de vos mots-clés fait apparaître un véritable déficit de visibilité sur la toile. Seule votre notoriété vous apporte du trafic.

Parmi vos 10 meilleures positions sur Google, seules les requêtes avec votre nom d'établissement arrivent en première page (3 expressions) et deux requêtes avec le nom du village (peu connu du grand public non Auvergnat). Vous n'êtes donc visibles qu'à partir du moment où la personne qui recherche votre activité vous connaît déjà ou connaît déjà Le Brugeron.

- Nous recommandons de travailler 10 requêtes clés en première page Google
- Entre 7 et 9, votre site assurera une quantité de visites correcte
- En-dessous de 7, votre site ne sera pas ou très peu visité

## Recommandation pour votre site

Compte tenu du score obtenu, il est évident que le site n'a pas fait l'objet d'une optimisation pour l'affichage dans les résultats de recherche. Seules les personnes qui vous recherchent précisément accèdent à votre offre. L'optimisation des requêtes SEO est un axe prioritaire de développement.

---

## 5. SITES RELAIS - AUDIT

L'analyse fait état de 48 sites référents au total. On appelle un site référent, un site qui parle de vous et qui met un lien externe vers votre site au moins sur l'une de ses pages. L'objectif étant de générer du trafic sur votre propre site web à partir du trafic du site référent. Nous avons conservé les 10 sites qui vous apportent le plus de trafic.

### Domaines racines

confrerie-myrtille-forezienne.org  
vacances-livradois-forez.com  
seau.fr  
vollore-montagne.org  
afabuloustrip.com  
afabuloustrip.fr  
giga-location.com  
cyclolescopains.fr  
greenfrance.org  
grandstrailsauvergne.com

## Analyse des résultats

L'analyse de vos sites référents fait apparaître un véritable déficit de visibilité sur la toile. Aucun des sites présents parmi votre top 10 n'est un site majeur de la toile (TripAdvisor, Booking, AirBnB...).

Parmi vos 10 meilleurs sites référents, seuls des sites locaux ou à faible trafic sont présents. Vous bénéficiez donc d'un très faible apport de trafic en provenance de sites tiers et n'êtes donc pas visibles du grand public. Votre établissement reste confidentiel.

- Nous recommandons de travailler 50 à 100 liens externes sur des sites à forte notoriété dans votre secteur
- Entre 30 et 50, votre site assurera une quantité de visites correcte
- En-dessous de 30, votre site ne sera pas ou très peu visité

## Recommandation pour votre site

Compte tenu du score obtenu, il est évident que le site n'a pas fait l'objet d'une optimisation des liens externes, priorité numéro une pour un référencement naturel de qualité. L'établissement de liens externes est un axe prioritaire de développement.

---

## 6. SYNTHÈSE DE L'AUDIT

L'audit fait apparaître de nombreux axes de progression d'un point de vue digital. Votre point fort principal réside dans la visibilité de votre fiche Google My Business. Les autres points n'ont pas été travaillés et nuisent clairement au développement de votre audience digitale.

Points forts	Axes prioritaires d'amélioration
<ul style="list-style-type: none"><li>• Fiche Google My Business</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ergonomie du site</li><li>• Contenus à retravailler</li><li>• Optimisation SEO – mots-clés</li><li>• Optimisation backlinks - site référents</li></ul>

## SECTION 2 - ACTIONS A MENER & RECOMMANDATIONS

---



---

## 1. AMELIORATION / REFONTE DU SITE INTERNET

En premier lieu, nous recommandons l'amélioration ou la refonte globale de votre site internet. Dans le cadre d'une décision prise à distance sans contact vocal ou rencontre physique, votre site web est le seul moyen pour l'internaute de juger votre établissement. Il ne suffit pas de présenter vos prestations. Il faut les vendre et les rendre désirables.

Il vous faut :

- une interface qui repose sur la clarté, la précision et la facilité d'accès à l'information
- un positionnement fondé sur la proximité pour améliorer l'engagement
- un univers global bienveillant qui évoque la confiance et la sérénité

Pour votre visiteur, il faut :

- le rassurer
- lui faciliter l'accès à l'information
- lui communiquer un message clair et simple d'accès
- l'encourager à s'engager dans une démarche à votre établissement

Vos objectifs pour votre projet de refonte :

- faire de votre site une véritable plateforme de communication avec vos clients
- travailler l'univers bienveillant, l'immersion et la signature du site
- mettre en lumière des contenus accessibles, pertinents et rassurants
- concevoir un parcours de lecture simplifié, à la portée de chaque utilisateur

---

## 2. OUTILS DE DEVELOPPEMENT D'AUDIENCE (SEM)

La plus belle communication du monde est inutile si elle n'est pas visible. L'important n'est pas la quantité d'audience sur votre site internet, mais sa qualité. Il n'est pas nécessaire d'avoir à tout prix le plus grand nombre de visiteurs, mais il est primordial d'attirer des visiteurs qui ont un réel intérêt pour vos prestations & produits. On ne fait pas mieux en tapant fort, on fait mieux en visant juste.

### Google Adwords

Pour développer votre audience internet, il est nécessaire de mettre en place les outils suivants :

- Achats de mots-clés (SEA) Google Adwords

Afin de palier rapidement votre déficit de notoriété digitale, nous recommandons l'achat de mots-clés et espaces publicitaires en ligne via Google Adwords. Cette action ne devra être mise en œuvre qu'après l'amélioration / la refonte de votre site pour avoir un impact maximal.

L'achat de mots-clés étant relativement coûteux, il est important de mettre en place cette action en parallèle d'une optimisation SEO car elle ne pourra pas durer à long terme sous peine de voir vos marges s'effondrer. Elle est faite pour apporter un soutien immédiat à votre établissement et ne peut être considérée comme une action à long terme.

### Partenariats avec des sites relais à forte influence en tourisme

6 acheteurs sur 10 passent par des plateformes intermédiaires pour chercher un établissement touristique. Il est indispensable d'être présent à long terme sur ces sites. Parmi ces plateformes, nous avons notamment recensé :

- AirBnB
- Booking
- Abritel
- Weekend desk
- Le Bon Coin
- TripAdvisor
- Gites.fr
- Amivac.com
- Hometogo.fr

Il est impératif de mettre en place des partenariats avec la majorité de ces plateformes afin d'activer votre démarche commerciale en ligne.

## **Partenariats avec des sites relais à forte influence en location de salles**

Votre activité ne se limite pas à l'hébergement touristique. Il vous faut le montrer. Au même titre que pour le volet tourisme, la majorité des recherches et réservations de salles passent par des intermédiaires – facilitateurs. Parmi les acteurs du marché, nous avons recensé :

- Abcsalles.com
- 1001salles.com
- directsalles.com
- salledesfetes.fr
- Le Bon Coin

Il est impératif de mettre en place des partenariats avec la majorité de ces plateformes afin d'activer votre démarche commerciale en ligne de location d'espaces.

## **Stratégie d'optimisation SEO**

En parallèle de l'amélioration / la refonte de votre site web, il est important de prendre en compte l'optimisation SEO de chaque page. Actuellement, votre site n'est pas optimisé, ce qui bloque votre apparition dans les résultats de recherche à fort trafic. Nous recommandons :

- L'Optimisation des balises Méta de votre site web
- L'Optimisation du maillage interne
- L'Optimisation des mots-clés à l'intérieur du site web

Il vous faudra faire appel à une agence spécialisée en SEO. Les résultats ne peuvent pas se mesurer à court terme mais à l'horizon 12-24 mois. Cette action doit être soutenue par l'achat de mots-clés à court terme.

## **Digital Selling**

Enfin, votre mise en marché ne peut pas être exclusivement faite à l'aide d'intermédiaires. Il est primordial de bâtir une relation durable avec les prospects/clients pour faire d'eux des influenceurs.

A ce titre, il vous faut :

- Bâtir une stratégie de recommandation digitale
- Vous rappeler régulièrement à l'esprit de vos prospects / clients
- Développer à travers eux une notoriété naturelle auprès de personnes qui n'ont jamais consommé vos services.

Pour cela, nous vous recommandons :

- ***Mise en place d'une démarche d'E-mailing***

L'idée de l'emailing est de rappeler à vos clients que vous existez et qu'ils ont passé un agréable séjour/moment dans votre établissement afin de les pousser à réitérer l'expérience.

Cette action peut également avoir pour objectif de les faire partager leur avis sur une plateforme intermédiaire type TripAdvisor ou Google My Business.

- ***Achat de Publicité Facebook***

Être présent sur Facebook c'est bien, toucher des personnes intéressées par vos services et qui ne vous connaissent pas encore c'est mieux.

L'objectif de la publicité Facebook est de mettre en avant vos services auprès d'une clientèle disposant des caractéristiques propres à votre cible de clientèle. Elle favorise ainsi votre notoriété et l'accroissement de l'intérêt pour votre établissement. Sa mise en place doit se faire sous forme de campagnes promotionnelles à des périodes clés de votre activité.

- ***Mise en place d'une démarche de Community Management***

L'interaction des marques avec les réseaux sociaux devient une habitude. De nombreux prospects utilisent Messenger pour échanger, poser des questions... c'est ce que l'on appelle la proximité 2.0. Elle a tendance à remplacer le téléphone et fait abstraction des horaires d'ouverture des établissements. Afin d'apporter un service complémentaire, il vous est recommandé de mettre en place un système de réponse automatique (chatbot) assurant une réponse à toute personne en recherche d'information 24/24.

En complément, il est intéressant d'effectuer une programmation annuelle de publications sur les réseaux sociaux afin d'alimenter les pages de l'établissement tout en se libérant d'une contrainte de gestion quotidienne.

## SYNTHESE & CONCLUSIONS

L'analyse digitale que nous avons menée met en lumière :

- Une commercialisation digitale non maîtrisée
- Des manques importants dans la conception et l'usage des outils digitaux
- Une volonté de prendre le « virage digital » rapidement

Pour cela il faut :

- **Améliorer/refondre votre site pour**

- Faire de votre site une véritable plateforme de communication avec vos clients
- Travailler l'univers bienveillant, l'immersion et la signature du site
- Mettre en lumière des contenus accessibles, pertinents et rassurants
- Concevoir un parcours de lecture simplifié, à la portée de chaque utilisateur

- **Mettre en place une stratégie de développement d'audience efficace à travers**

- Des partenariats avec des sites relais à forte influence
- Google Adwords
- Facebook Ads
- L'optimisation SEO de votre site web

- **Positionner une démarche de digital Selling notamment via**

- E-mailing
- Community management
- Facebook Ads



Numéria et son équipe vous remercient  
d'avoir opté pour l'agilité et la proximité  
quand certains n'achètent encore que des noms.

Numéria, vous apprécierez la différence