



OFFICE INTERCOMMUNAL DE
TOURISME
MIMIZAN
AUREILHAN BIAS MEZOS
PONTENX-LES-FORGES
SAINT-PAUL-EN-BORN



Développer sa présence sur Internet



Conseil

Numérique

AMO

Formation

Conférences

Photos/vidéos par drone

CM

Stratégie

Sites web

Bordeaux



Sébastien Gonzalez

Envol Digital – IRIS Interactive

Consultant, formateur, spécialiste etourisme

Blogueur sur :



TOUR DE TABLE

- **Vous êtes...**
- **Votre structure, votre rôle...**
- **Google, votre site Internet et vous... ?**
- **Au quotidien, quels outils ?** (site Internet, réseaux sociaux, blog, outils Google, applis... dites nous tout !)

Je veux TOUT savoir ! 😊

Au menu aujourd'hui

Google, le géant du web

Focus Google My Business

Référencement

Rédaction web & storytelling

Rappel du

CONTEXTE

TOURISME en

2021



FLYGSKAM

SENTIMENT DE HONTE
DE PRENDRE L'AVION
SACHANT COMBIEN
DE POLLUTION
CELA PEUT GÉNÉRER







Et...



Les RÈGLES

CHANGENT

Les nouvelles règles / attentes

Marketing

Avis clients

Communautaire

CRM

Humain

Expériences

Instantanéité

Sur Google, c'est l'INTENTION qui compte

Tout devrait partir de là...

- **Où partir cet été ?**
- **Vacances en famille à la mer**
- **Dormir à Garorock**
- **Location chalet dans les Pyrénées**
- **Manger une raclette à Gourette**
- **Meilleur glacier Lacanau**

Ne pas

PERDRE de VUE

DEUX

GÉNÉRATIONS





Et la génération

#





JUSQU'ici

TOUT
VA

BIEN

**Aujourd'hui,
le web c'est quoi ?**

EXPÉRIENCE

ÉMOTIONS

STORYTELLING

Rappel du

CONTEXTE



est partout



Google

un p'tit peu plus qu'un moteur de recherche



Une panoplie d'outils

MY BUSINESS

YOUTUBE

HOTELS

DRIVE
(ONE)

MAPS

STREETVIEW

GOOGLE
NOW

GMAIL
AGENDA

ALERTE

FLIGHTS

360°
INTÉRIEUR

TRADUCTION

PHOTOS

Google, c'est aussi...

ANDROID

EARTH

BLOGGER

MEET

PLAY

ACTUALITÉS

CLASSROOM

Quelques chiffres

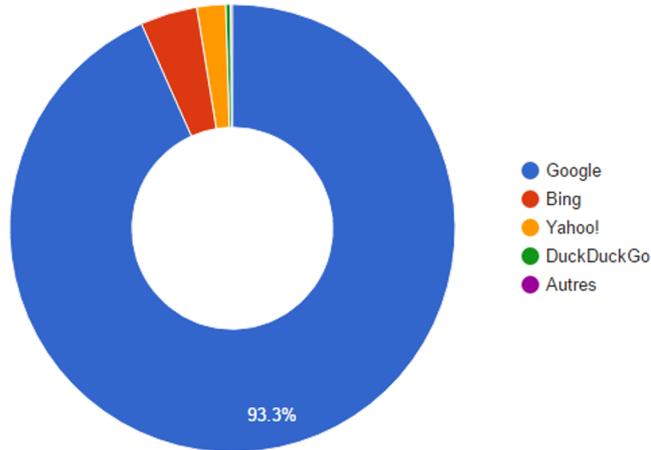


3,3 milliards de requêtes / jour

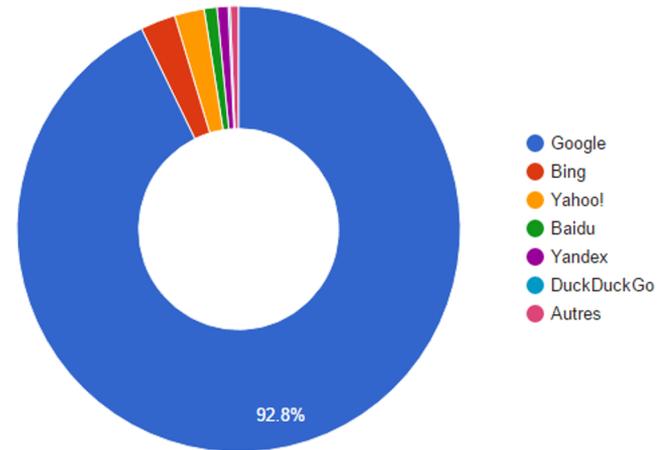
20 milliards de sites visités / jour

L'incontournable Google...

En France...



...et dans le monde !



Du web... mobile avant tout

Les Français adoptent le web mobile first

Publié par Marie-juliette Levin le 21 févr. 2020 | Mis à jour le 25 févr. 2020 à 12:22



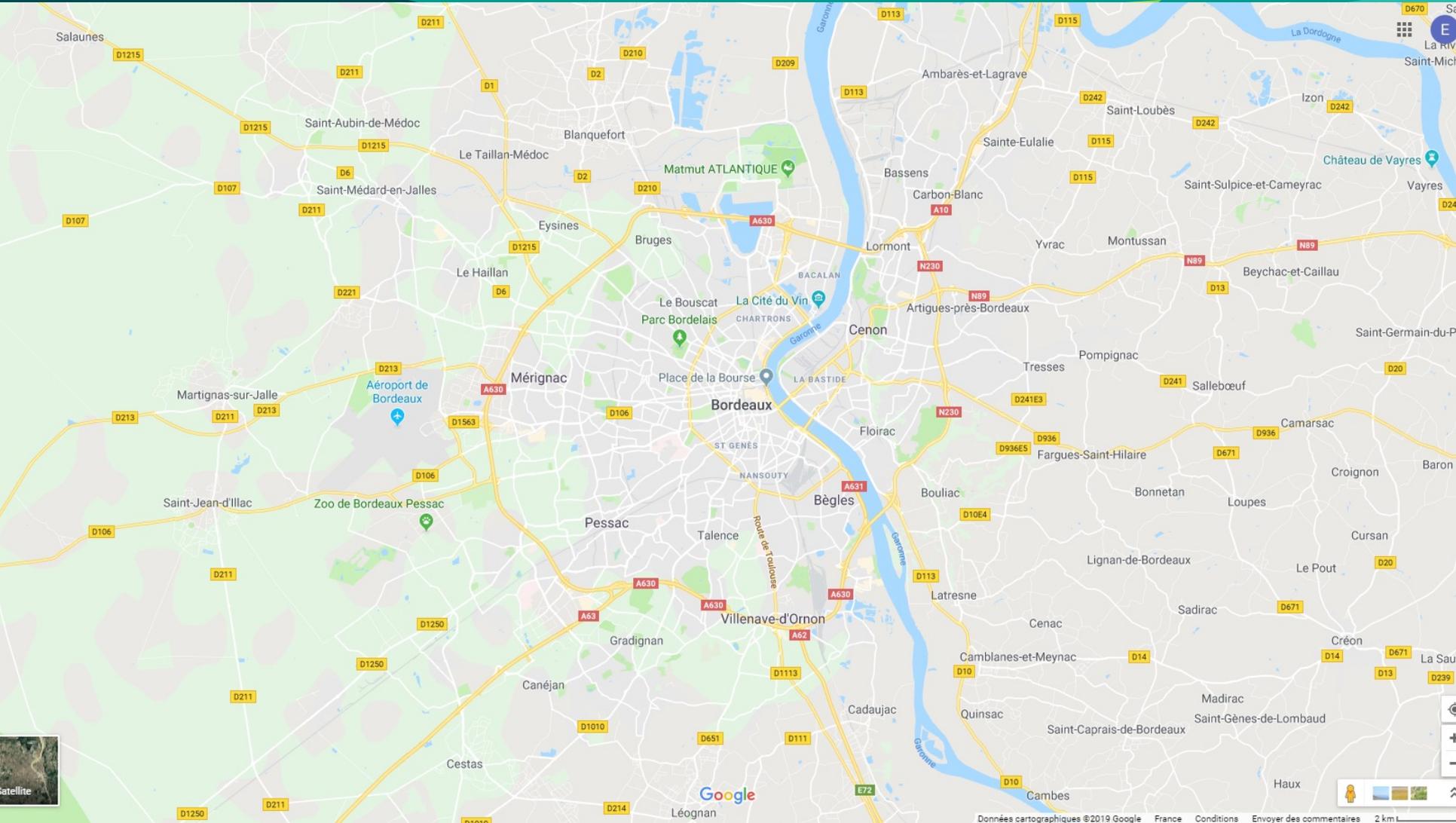
Le mobile devient incontournable pour les internautes. Plus de 37 millions de Français sont des mobinautes quotidiens (sur 45,4 millions d'internautes) et 4 sur 10 en font un usage exclusif. 2/3 du temps de surf actif se fait sur écran mobile soit plus d'1 h 20 par jour.

Google Maps

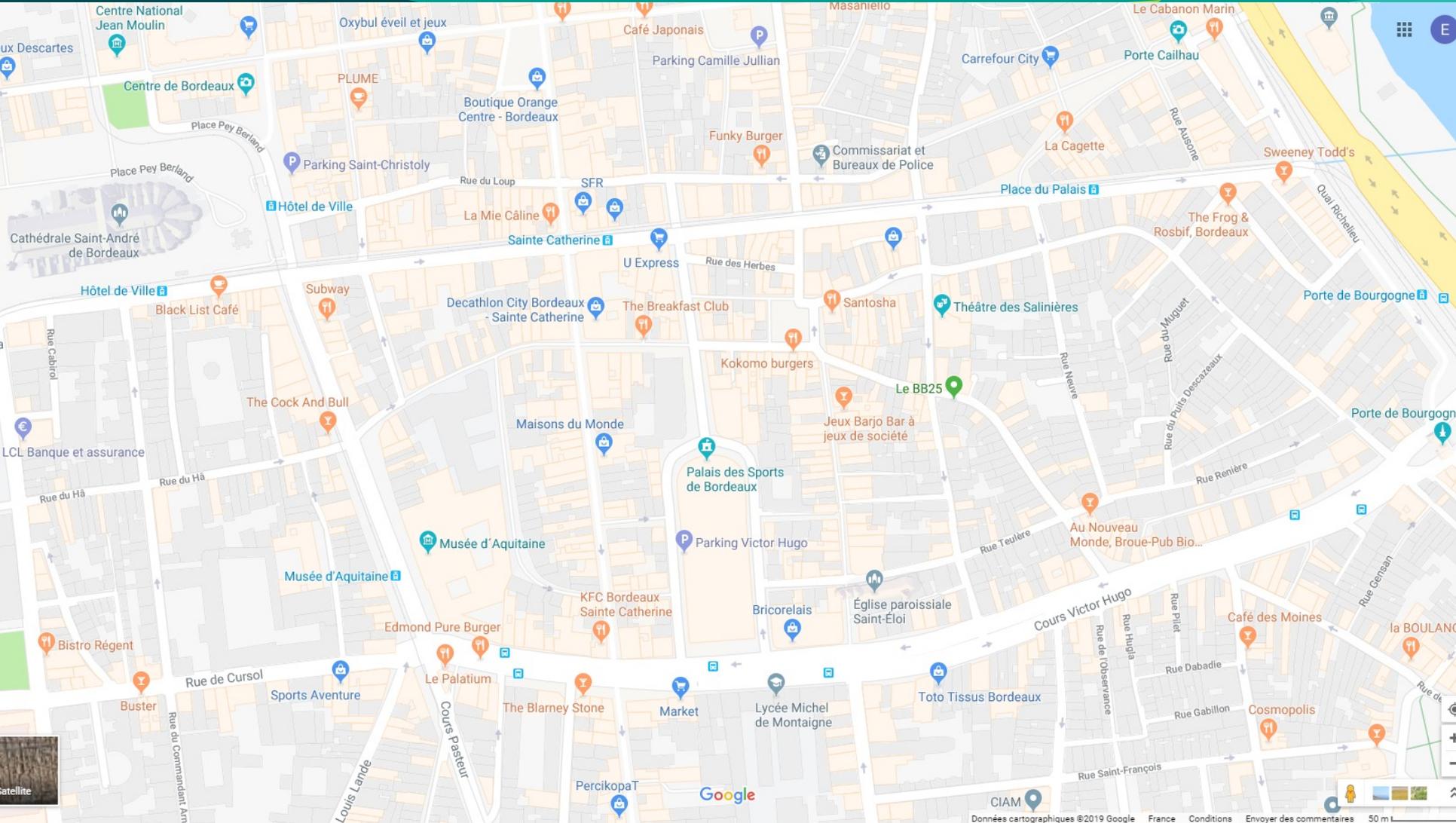


200 pays cartographiés

**1 million de sites web intègrent
Google Maps**



Google



Centre National Jean Moulin

Oxybul éveil et jeux

Café Japonais

Masaniello

Le Cabanon Marin

ux Descartes

Centre de Bordeaux

PLUME

Boutique Orange Centre - Bordeaux

Parking Camille Jullian

Carrefour City

Porte Cailhau

Place Pey Berland

Parking Saint-Christoly

Rue du Loup

SFR

Funky Burger

Commissariat et Bureaux de Police

La Cagette

Sweeney Todd's

Place Pey Berland

Hôtel de Ville

La Mie Câline

Sainte Catherine

U Express

Rue des Herbes

Place du Palais

The Frog & Rosbif, Bordeaux

Cathédrale Saint-André de Bordeaux

Hôtel de Ville

Black List Café

Subway

Decathlon City Bordeaux - Sainte Catherine

The Breakfast Club

Santosh

Théâtre des Salinières

Porte de Bourgogne

Rue Cahrol

Rue du Hà

The Cock And Bull

Maisons du Monde

The Breakfast Club

Kokomo burgers

Le BB25

Jeux Barjo Bar à jeux de société

Porte de Bourgogne

LCL Banque et assurance

Rue du Hà

Rue du Hà

Maisons du Monde

Palais des Sports de Bordeaux

Jeux Barjo Bar à jeux de société

Rue Naves

Rue du Muguet

Rue du Puits Descazeaux

Rue Renière

Porte de Bourgogne

Musée d'Aquitaine

Musée d'Aquitaine

Parking Victor Hugo

Rue Teulère

Au Nouveau Monde, Broue-Pub Bio...

Bistro Régent

Rue de Cursol

Edmond Pure Burger

KFC Bordeaux - Sainte Catherine

Bricorelais

Église paroissiale Saint-Éloi

Cours Victor Hugo

Café des Moines

la BOULANG

Buster

Sports Aventure

Le Palatium

The Blarney Stone

Market

Lycée Michel de Montaigne

Toto Tissus Bordeaux

Cosmopolis

Rue du Commandant Arn

Louis Lande

Cours Descazeaux

PercikopaT

Google

CIAM

JUSQU'ici

TOUT

VA

BIEN

LE

RÉFÉRENCIEMENT

Le référencement

Améliorer son référencement c'est
mieux positionner son offre
dans **Google**

Comment plaire à Google ?

Ou que faire pour que vos pages web ressortent en bonne position dans le moteur de recherche

Le référencement en résumé

1 Placer vos mots clés aux bons endroits

La balise <TITLE>

C'est la balise clé ! Elle peut contenir maximum 100 caractères. Les premiers mots auront le plus de poids. Prévoyez un TITLE différent pour chaque page de votre site.

L'adresse de la page web (URL)

Les mots clés contenus dans l'adresse de la page influencent son référencement. Préférez les adresses significatives
[du genre :
<http://www.faune-et-flore.com/faune/mediterranee/faune-de-mediterranee.htm>]
plutôt qu'une adresse technique
[du genre : <http://www.naturama.com/rsp03/mod/0823kb745.htm>].
Utilisez le trait d'union comme séparateur.



La balise <H1>

C'est le titre principal à l'intérieur de la page (à ne pas confondre avec la balise <TITLE> évoquée plus haut). Rédigez des titres précis et explicites. Du genre : « Comment obtenir un VISA pour l'Inde », plutôt que « Procédure administrative ».

Le texte alternatif

Lorsque vous intégrez une image dans la page, prévoyez un texte alternatif descriptif de l'image (attribut ALT de la balise en langage HTML). Près de 10% du trafic généré par Google provient des recherches faites sur des images. Les textes alternatifs sont pris en compte par Google comme des éléments identifiant le contenu de votre site.

Le contenu texte

Le corps de texte dans son ensemble est pris en compte par Google. Sachez que les mots clés contenus dans le début du texte auront plus de poids que ceux qui suivent. Par ailleurs, le texte qui bénéficie d'une mise en forme particulière (balises <H2> <H3> ...) fera l'objet d'une attention

Les métadonnées « Keywords » et « Description »

```
<meta name="description" content="Votre description ici">  
<meta name="keywords" content="Vos mots clés ici">
```

Ces balises n'influencent plus vraiment le référencement aujourd'hui. Vous ne perdez rien, toutefois, à les remplir.

Les hyperliens

Les mots clés contenus dans un lien texte favorisent le référencement de la page cible. Évitez les liens inconsistants du genre « [cliquez ici](#) ». Préférez leur des liens riches en mots clés, du genre « [photos de fleurs méditerranéennes](#) ».

LES COULISSSES :

MES STATS



Google Analytics

Suivez vos statistiques

Rechercher dans les rapport

Page d'accueil Google Analytics

INSIGHTS

Accueil

Personnalisation

RAPPORTS

Temps réel

Audience

Acquisition

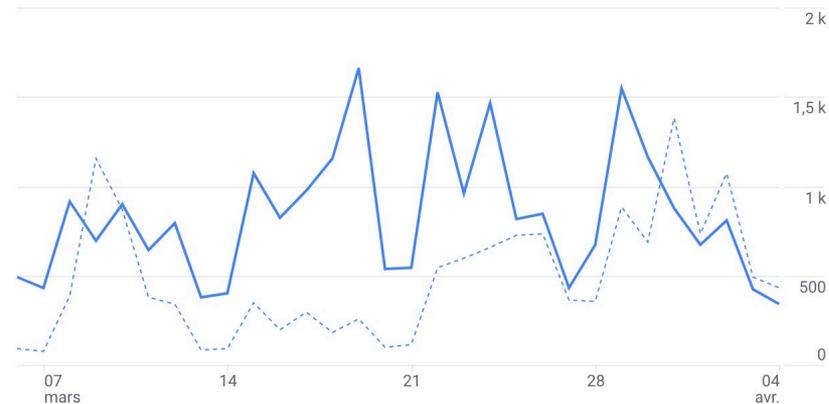
Comportement

Conversions

Attribution **BÉTA**

Découvrir

Utilisateurs	Sessions	Taux de rebond	Durée de la session
22 k ↑75,4 %	27 k ↑69,9 %	83,62 % ↓1,2 %	0 min 53 s ↓13,3 %



Les 30 derniers jours

AUDIENCE (VUE D'ENSEMBLE)

Utilisateurs actifs actuellement

2

Pages vues par minute



Principales pages actives

Utilisateurs actifs

/challenge-gest...e-phototheque/	1
/hotels-se-rein...nt-mode-local/	1

RAPPORT "TEMPS RÉEL"

Comment attirez-vous de nouveaux utilisateurs ?

ATTENTION

AU POIDS

DES PAGES

Surveillez le poids des images

MEDOC
ATLANTIQUE



FR



CTRL + U
Ou « inspecter »

Elements Console Sources **Network** Performance Memory Application Security Lighthouse

Preserve log Disable cache Online

Filter Hide data URLs XHR JS CSS Img Media Font Doc WS Manifest Other Has blocked cookies Blocked Requests

200 ms 400 ms 600 ms 800 ms 1000 ms 1200 ms 1400 ms 1600 ms 1800 ms 2000 ms 2200 ms 2400 ms 2600 ms 2800 ms 3000 ms

Name	Status	Type	Initiator	Size	Time	Waterfall
thio-pere-et-fils-1-isabelle-magendie-1600x900.jpg	200	jpeg	(index)	231 kB	333 ms	
main-1600850418.min.js	200	script	(index)	205 kB	508 ms	
map-discover-medoc-531x540.png	200	png	(index)	143 kB	392 ms	
recaptcha_fr.js	200	script	api.js?onload=frmRecaptcha&render=ex...	138 kB	275 ms	
DaftBrush.woff2	200	font	style-1599553206.css	75.9 kB	359 ms	

Surveillez le poids des images



Network tab interface showing a list of resources and a network waterfall chart. The 'Disable cache' checkbox is checked. The table below shows the details of the resources loaded.

Name	Status	Type	Initiator	Size	Time	Waterfall
monkey2.png	200	png	app.css	2.7 MB	4.98 s	
jungle.jpg	200	jpeg	jungle.js:627	527 kB	1.08 s	
fd-jungle.jpg	200	jpeg	app.css	276 kB	824 ms	
tourisme-landes-une-1000x667.jpg	200	jpeg	(index)	246 kB	882 ms	
jungle.js	200	script	(index)	200 kB	1.61 s	

Réduisez le poids des images

WEB

BETA
CDN

PHOTOSHOP

DEVELOPER API

THIRD-PARTY

ANALYZER

LOGIN



Drop your .png or .jpg files here!

Up to 20 images, max 5 MB each.

tiny png

Like to compress more?

Go Pro!

Smart PNG and JPEG compression

More than 1 billion PNG and JPEG images optimized and still counting!

What does TinyPNG do?

TinyPNG uses smart lossy compression techniques to **reduce the file size** of your PNG files. By selectively decreasing the number of colors in the image, fewer bytes are required to store the data. The effect is nearly invisible but it makes a very large difference in

Why should I use TinyPNG?

PNG is useful because it's the only widely supported format that can store partially **transparent images**. The format uses compression, but the files can still be large. Use TinyPNG to shrink images for your apps and sites. It will use less bandwidth and **load**

Get the Web
Interface Pro!

Drag & drop **more**
than 20 files at once
and have the 5 MB
size limit **removed!**



Réduisez le poids des images



Français ▾

COMPRESSER JPEG

- 1 Sélectionnez jusqu'à 20 images JPG ou JPEG de votre appareil, ou faites glisser les fichiers jusqu'à la zone de dépôt. Patientez jusqu'à la fin de la compression.
- 2 Téléchargez des images compressées séparément ou toutes d'un seul coup, groupées dans une archive ZIP.



Découvrez les fondamentaux du marketing B2B.

[En savoir plus](#)
[LinkedIn](#)
Marketing Solutions

JPEG PNG PDF SVG GIF

 **Créez, sublmez et profitez de -20 % sur des applis Adobe.**
Jusqu'au 12/04. Conditions. [S'abonner](#)

📁 SÉLECTIONNER

✖ EFFACER

Relâchez vos fichiers ici.

✔ TOUT TELECHARGER

Si vous avez besoin de plus de contrôle sur la qualité de compression JPEG, veuillez utiliser les miniatures pour activer le mode manuel.

Réduisez le poids des images



Compresseur d'image gratuit pour réduire la taille du fichier
Outil de retouche d'image pour appliquer une compression d'image

Connexion

Inscription

Tous les outils ▾

Éditeur de photos

Compresser image

Redimensionner image

Recadrer image

FR 🌐

🔗 [Img2Go](#)

| Menu ☰

Compresser Des Images En Ligne

Réduisez la taille d'une image en ajustant sa qualité.



Ouvrez votre boutique en ligne



Déposez les fichiers ici

🔍 Choisissez un fichier

🔗 Saisissez l'adresse URL 📁 Dropbox 📁 Google Drive

> DÉMARRER

⚙️ Paramètres

Compression de fichiers image en:

JPG ▾

Couleur

Monochrome ⓘ

LES MOTS CLÉS

Bien choisir ses mots clés en 10 étapes

- 1. Pensez à la concurrence, s'il y en a beaucoup, positionnez-vous ailleurs !**
- 2. Soyez précis : ballon... de foot, de basket, rugby, à gonfler, ballon d'eau chaude, Ballon d'Alsace ?...**
- 3. Singulier ou pluriel ? Ce n'est pas la même chose...**
- 4. Analysez les mots utilisés par vos clients**
- 5. Évitez les termes techniques**

Bien choisir ses mots clés en 10 étapes

- 6. Pensez à la finalité : générer du contact et de la réservation, plus vous serez vague, moins la recherche sera pertinente**
- 7. Pensez à vérifier si les mots clés choisis sont populaires**
- 8. Vérifiez quels sont les mots clés utilisés par vos concurrents**
- 9. Utilisez également des synonymes**
- 10. Créez du contenu autour de la thématique (cohérence sémantique)**

ANALYSER MES MOTS CLÉS

✖ https://www.tedxbordeaux.c... ▾

Performances

📄 EXPORTER

🏠 Vue d'ensemble

📈 Performances

🔍 Inspection de l'URL

Index

📄 Couverture

📄 Sitemaps

🗑️ Suppressions

Améliorations

🔗 Signaux Web essentiels

📱 Ergonomie mobile

📁 Fils d'Ariane

📁 Logos

📁 Champ de recherche associé a...

🔒 Sécurité et actions manuelles ▾



Type de recherche: Web ✎

Date: Les 3 derniers mois ✎

+ NOUVEAU

Date de la dernière mise à jour : il y a 13 heures ⓘ

Nombre total de c...

545



Nombre total d'im...

10,7 k



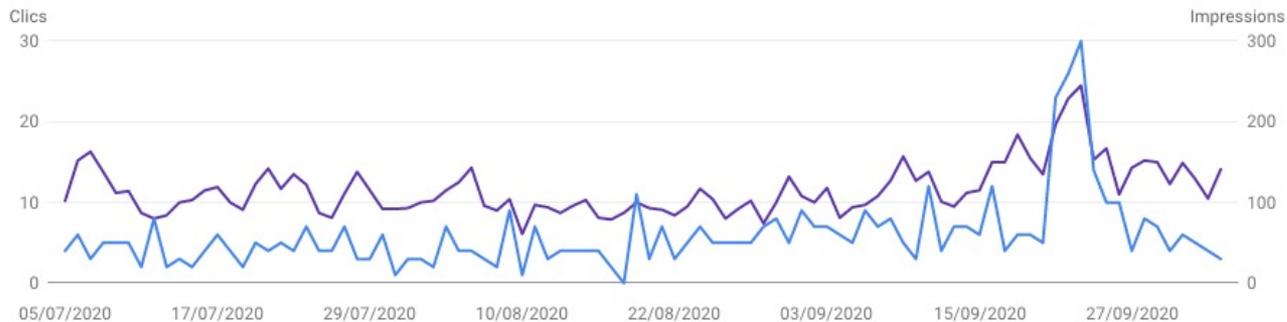
CTR moyen

5,1 %



Position moyenne

20,8



REQUÊTES

PAGES

PAYS

APPAREILS

APPARENCE DANS LES RÉSULTATS DE RECHERCHE

DATES

Requête

↓ Clics

Impressions

 https://www.tedxbordeaux.c... ▾

Performances

 EXPORTER

 Vue d'ensemble

 Performances

 Inspection de l'URL

Index 

 Couverture

 Sitemaps

 Suppressions

Améliorations 

 Signaux Web essentiels

 Ergonomie mobile

 Fils d'Ariane

 Logos

 Champ de recherche associé a...

Sécurité et actions manuelles ▾


 Type de recherche: Web 
 Date: Les 3 derniers mois 
 + NOUVEAU

Date de la dernière mise à jour : il y a 13 heures 

Requête	↓ Clics	Impressions
tedx bordeaux	188	269
tedxbordeaux	32	55
ted bordeaux	23	39
tedx	21	1 162
tedx france 2020	4	262
tedx 2020	4	98
ted x	3	352
tedx c'est quoi	3	252
tedx kedge bordeaux	3	34
tedx 2020 france	2	33

**TROUVER DES
MOTS CLÉS**

Keyword tool: Recherche de mots clés SEO

L'alternative au Keyword planner tool de Google pour vos suggestions de mots clés.

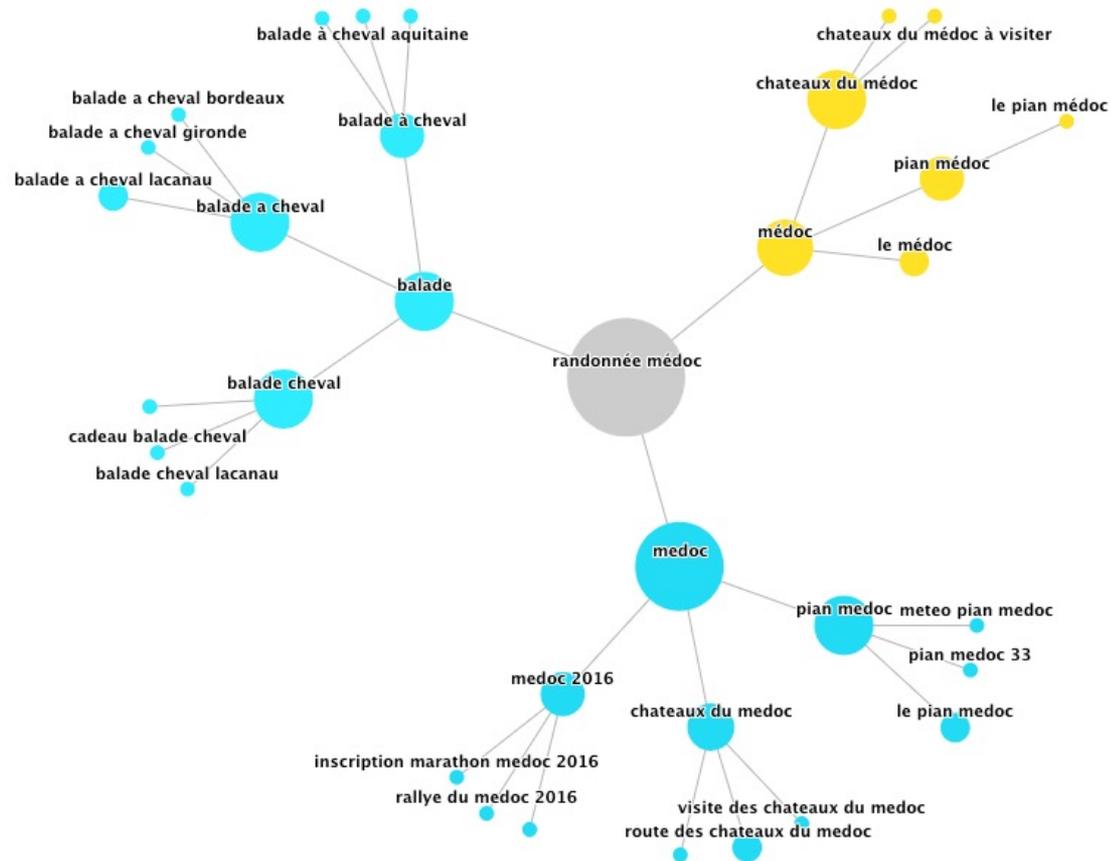
Entrer votre mot clé ici!

 French / France (France) ▾

Pour obtenir le rapport complet incluant les données des mots clés, il est nécessaire de posséder un compte: [Voir nos offres](#)

OBTENEZ DES SUGGESTIONS

Suggestions de mots clés : randonnée médoc



Suggestions de mots clés : randonnée médoc

Mot clé

randonnée st sauveur

webcam soulac sur mer

moulis en medoc

hotel le ranch soulac

lacanau equitation

randonnée lesparre-médoc

meteo ludon medoc 33

haras saint vivien

le pian medoc

arsac 33

météo soulac sur mer 15 jours

ara cheval

route des chateaux du médoc

course medoc

pian en medoc

lacanau cheval

visite chateau medoc week end

meteo moulis en medoc

webcam hourtin

domaine de quittignan brillette gironde

domaine de quittignan brillette gironde

pian médoc

balade cheval

restaurant le petit bacalan à ludon médoc

randonnée pédestre bordeaux

vignoble du médoc

One of our main server providers is experiencing a power outage backlink data will be back soon.

[Updates Subreddit](#)



[ABOUT](#)

[NEWS](#)

[LINK HERE](#)

[DOWNLOAD](#)

24 : 24

```
randonnée  
randonnée bordeaux  
randonnée gironde  
randonnée pays basque  
randonnée pyrénées  
randonnée haute vienne  
randonnée la rhune  
randonnée lot et garonne  
randonnée raquette pyrénées  
randonnée autour de bordeaux  
randonnée arcachon  
randonnée aquitaine  
randonnée artzamendi  
randonnée ambazac  
randonnée argeles gazost  
randonnée andernos  
randonnée auvergne  
randonnée bassin arcachon  
randonnée biarritz  
randonnée baijura
```

Start Job

Save

Positive Filter

Negative Filter





Découvrez ce que recherchent les internautes du monde entier

Saisir un terme de recherche ou un thème

Commencer par un exemple

MASQUER

● Taylor Swift ● Kim Kardashian



● Coupe du monde de football



● Football ● Football américain





● **randonnée**
Terme de recherche

+ Comparer

France ▾

12 derniers mois ▾

Toutes catégories ▾

Recherche sur le Web ▾

Évolution de l'intérêt pour cette recherche ?



Recherches par région ?

Région ▾



Qu'en disent les internautes ?



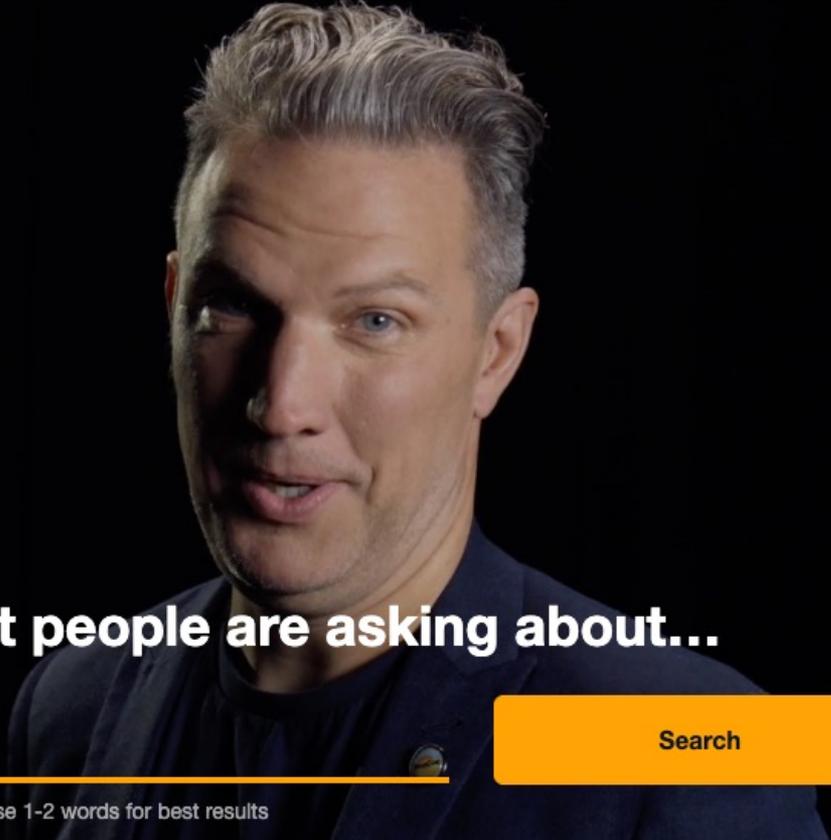
🔍 New Search

Help & advice ▾

What's New ¹

Sign in

Upgrade to Pro



Discover what people are asking about...

e.g. chocolate

Search

Enter a topic, brand or product

Use 1-2 words for best results

AlsoAsked.com ^{Alpha}

Discover the questions people are asking

Term	Language	Region	
e.g. Star wars	English	United Kingdom	Search

(Please allow up to 3 minutes for each search to complete)

Want to get the most out of People Also Ask?:

Check out this [1,000,000 keyword study](#) on how to maximise opportunities.

What is it for?

Gain an understanding of how questions are typically grouped to inspire writers, inform content teams and ensure you're satisfying users and reaching your SEO potential.



OUTIL DE PLANIFICATION DES MOTS CLÉS

Choisissez des mots clés efficaces

Sélectionner les bons mots clés vous permet de diffuser vos annonces auprès d'une audience pertinente. L'outil de planification des mots clés Google Ads est là pour vous y aider.

[Accéder à l'outil de planification des mots clés](#)

vêtement été

Obtenir des idées



Sandales



Maillots de bain



Shorts en jean

- Idées de mots clés
- Idées regroupées
- Plan - Vue d'ensemble
- Groupes d'annonces
- Mots clés
- Lieux

Lieux : France Langue : Français Réseaux de recherche : Google Les 12 derniers mois sept. 2019 - août 2020

randonnée, vigne, médoc, lacanau

TÉLÉCHARGER LES IDÉES DES MOTS CLÉS

Élargir la recherche : + loisir + balade + aventure + nature + arbre fruitier + liane + vin

Exclure les idées réservées aux adu... AJOUTER UN FILTRE Nombre d'idées de mots clés affichées : 2306 sur 2 ... COLONNES

<input type="checkbox"/> Mot clé	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurren ↓	Taux d'impressions des annonces	Enchère de haut de page (fourchette basse)	Enchère de haut de page (fourchette haute)	État du c
Idées de mots clés						
<input type="checkbox"/> millet trident gtx	100 - 1 k	Élevé	-	0,25 €	0,88 €	
<input type="checkbox"/> pieds de vigne	100 - 1 k	Élevé	-	0,12 €	0,98 €	
<input type="checkbox"/> coupe vent quechua	100 - 1 k	Élevé	-	-	-	
<input type="checkbox"/> eau fraiche caudalie	100 - 1 k	Élevé	-	0,22 €	0,62 €	
<input type="checkbox"/> vigne vierge pergola	100 - 1 k	Élevé	-	-	-	
<input type="checkbox"/> le haut medoc de giscours	10 - 100	Élevé	-	-	-	
<input type="checkbox"/> caudalie the de vigne	10 - 100	Élevé	-	0,17 €	0,62 €	
<input type="checkbox"/> caudalie eau de vigne	10 - 100	Élevé	-	0,19 €	0,70 €	
<input type="checkbox"/> le vieux campeur randonnée femme	100 - 1 k	Élevé	-	-	-	

Affiner vos mots clés BÉTA ×

[DÉVELOPPER TOUT](#)

- Concepts génériques ou associés à la marque
Non-Brands, pierre et vacances, best western... ▼
- Lieu
chateau, villa, cave ▼
- Ville
lacanau, bordeaux, tours, annecy ▼
- Année
2015, 2014, 2016, 2012, 2011 ▼
- Appellation
medoc, listrac, moulis ▼
- Activité
surf, golf, vtt, raquette, kitesurf ▼
- Couleur
rouge, bleue, noir, rose ▼
- Autres ▼



www.

SEO



**UNE PAGE IMPORTANTE
DOIT ÊTRE FACILEMENT
ACCESSIBLE**

Astuces

- **Faites attention au maillage Interne et à la profondeur des pages**
- **Une page profonde mais « inspirationnelle » doit être liée à la page d'accueil**
- **Ou... une page profonde mais « inspirationnelle » doit être liée à une thématique phare**
- **Faites des liens entre les pages des sous-rubriques**

Comment plaire à Google ?

Ou que faire pour que vos pages web ressortent en bonne position dans le moteur de recherche

Le référencement en résumé

1 Placer vos mots clés aux bons endroits

La balise <TITLE>

C'est la balise clé ! Elle peut contenir maximum 100 caractères. Les premiers mots auront le plus de poids. Prévoyez un TITLE différent pour chaque page de votre site.

L'adresse de la page web (URL)

Les mots clés contenus dans l'adresse de la page influencent son référencement. Préférez les adresses significatives
[du genre :
<http://www.faune-et-flore.com/faune/mediterranea/faune-de-mediterranea.htm>]
plutôt qu'une adresse technique
[du genre : <http://www.naturama.com/rsp03/mod/0823kb745.htm>].
Utilisez le trait d'union comme séparateur.



La balise <H1>

C'est le titre principal à l'intérieur de la page (à ne pas confondre avec la balise <TITLE> évoquée plus haut). Rédigez des titres précis et explicites. Du genre : « Comment obtenir un VISA pour l'Inde », plutôt que « Procédure administrative ».

Le texte alternatif

Lorsque vous intégrez une image dans la page, prévoyez un texte alternatif descriptif de l'image (attribut ALT de la balise en langage HTML). Près de 10% du trafic généré par Google provient des recherches faites sur des images. Les textes alternatifs sont pris en compte par Google comme des éléments identifiant le contenu de votre site.

Le contenu texte

Le corps de texte dans son ensemble est pris en compte par Google. Sachez que les mots clés contenus dans le début du texte auront plus de poids que ceux qui suivent. Par ailleurs, le texte qui bénéficie d'une mise en forme particulière (balises <H2> <H3> ...) fera l'objet d'une attention

Les métadonnées « Keywords » et « Description »

```
<meta name="description" content="Votre description ici">  
<meta name="keywords" content="Vos mots clés ici">
```

Ces balises n'influencent plus vraiment le référencement aujourd'hui. Vous ne perdez rien, toutefois, à les remplir.

Les hyperliens

Les mots clés contenus dans un lien texte favorisent le référencement de la page cible. Évitez les liens inconsistants du genre « [cliquez ici](#) ». Préférez leur des liens riches en mots clés, du genre « [photos de fleurs méditerranéennes](#) ».

OPTIMISER LA RÉDACTION WEB

LES TITRES

Les titres

- **Faites court : 4 et 10 mots, 60 caractères, une seule ligne, pas d'adjectifs, prépositions et adverbes non indispensables**
- **Visible : balise <H1> obligatoire, typo grande, pas tout en majuscules, pas d'italique, ni de souligné**
- **Explicite, accrocheur, simple : donnez envie**
- **Mots clés : les 10 premiers mots sont porteurs**

Les titres

- **Importance de structurer le contenu sur la page, c'est l'ensemble des niveaux de titres**

<H1>

<H2>

<H3>

<H3>

<H2>

<H3>

<H4>

<H4>

<H3>

- **Indique à Google la hiérarchie des contenus et l'importance des niveaux de titres**

LE CHAPEAU

Le chapeau / texte d'introduction

- **Un seul paragraphe**
- **Pas plus de 50 mots**
- **Mettez graphiquement en évidence : gras, aplat de couleur...**
- **Résumez la page, allez droit au but**

LES TEXTES

Les textes

- **Faites des paragraphes pour rythmer**
- **Maîtrisez la longueur : 300 mots pour un bon référencement, max 4 à 5 écrans pour un confort de lecture ; au-delà, faites plusieurs pages**
- **Mettez en exergue des mots en gras. A utiliser à bon escient (italique, gras, couleurs...)**
- **Utilisez des phrases courtes : 20 mots max, 1 idée à la fois**
- **Ne jamais souligner un mot**

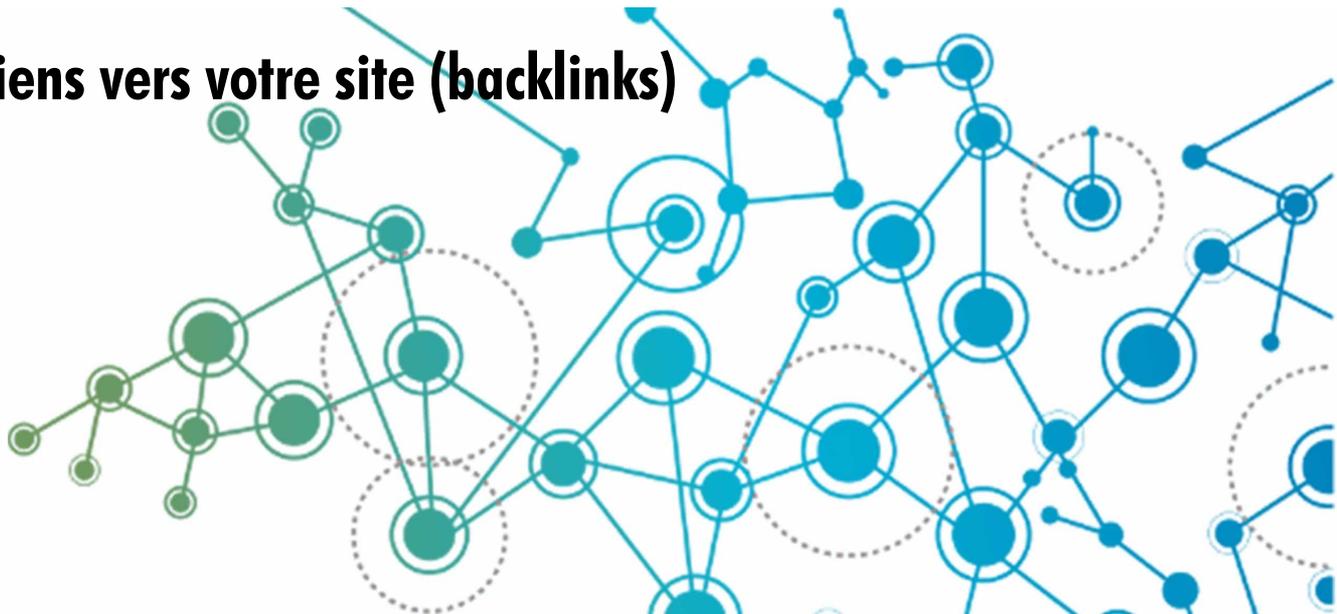
LES LIENS

Les liens

- **Pas plus de 7 liens par page**
- **Mettez des liens « explicites » : pas de « cliquez ici »**
- **3 à 6 mots sur le lien, pas plus : ni trop court, ni trop long**
- **Pas de liens redondants sur la même page**
- **Mettez des mots clés sur les liens, des mots pertinents**

Le Netlinking

- **Faites des liens internes**
- **Obtenez des liens vers votre site (backlinks)**



LES IMAGES

Les images

- **Associez un texte alternatif à vos images, un « alt »**
- **C'est la « légende » de la photo, invisible pour l'internaute, mais vitale pour le référencement et Google**
- **Choisissez des images à forte valeur : pas de visuel inutile**
- **Ajoutez une légende qui donne du sens à l'image**
- **Permet à Google de référencer la photo dans Google Images**

Focus sur les images

Le « alt » d'une image doit être :

- **Sans accent**
- **Sans caractères spéciaux**
- **Sans espace (utilisez le séparateur tiret « - »)**
- **Doit comprendre éventuellement le ou les mots clés**

Bien penser à l'optimiser avant l'upload (TinyPng)



LES MAINS DANS LE CAMBOUIS

Comment plaire à Google ?

Ou que faire pour que vos pages web ressortent en bonne position dans le moteur de recherche

Le référencement en résumé

1 Placer vos mots clés aux bons endroits

La balise <TITLE>

C'est la balise clé ! Elle peut contenir maximum 100 caractères. Les premiers mots auront le plus de poids. Prévoyez un TITLE différent pour chaque page de votre site.

L'adresse de la page web (URL)

Les mots clés contenus dans l'adresse de la page influencent son référencement. Privilégiez les adresses significatives
[du genre :
<http://www.faune-et-flore.com/faune/mediterranee/faune-de-mediterranee.htm>]
plutôt qu'une adresse technique
[du genre : <http://www.naturama.com/rsp03/mod/0823kb745.htm>].
Utilisez le trait d'union comme séparateur.



Les métadonnées « Keywords » et « Description »

```
<meta name="description" content="Votre description ici">  
<meta name="keywords" content="Vos mots clés ici">
```

Ces balises n'influencent plus vraiment le référencement aujourd'hui. Vous ne perdez rien, toutefois, à les remplir.

Les hyperliens

Les mots clés contenus dans un lien texte favorisent le référencement de la page cible. Évitez les liens inconsistants du genre « [cliquez ici](#) ». Privilégiez leur des liens riches en mots clés, du genre « [photos de fleurs méditerranéennes](#) ».

La balise <H1>

C'est le titre principal à l'intérieur de la page (à ne pas confondre avec la balise <TITLE> évoquée plus haut). Rédigez des titres précis et explicites. Du genre : « Comment obtenir un VISA pour l'Inde », plutôt que « Procédure administrative ».

Le texte alternatif

Lorsque vous intégrez une image dans la page, prévoyez un texte alternatif descriptif de l'image (attribut ALT de la balise en langage HTML). Près de 10% du trafic généré par Google provient des recherches faites sur des images. Les textes alternatifs sont pris en compte par Google comme des éléments identifiant le contenu de votre site.

Le contenu texte

Le corps de texte dans son ensemble est pris en compte par Google. Sachez que les mots clés contenus dans le début du texte auront plus de poids que ceux qui suivent. Par ailleurs, le texte qui bénéficie d'une mise en forme particulière (balises <H2> <H3> ...) fera l'objet d'une attention

LE NOM DE DOMAINE

Le nom de domaine

1. **Faire simple**
2. **Faire court**
3. **Eviter les tirets et chiffres**
4. **Utiliser des mots clés**
5. **Privilégier le .fr et .com**
6. **Attention aux marques**



Pensez à associer vos emails !

LA RÉÉCRITURE D'URL

La réécriture d'URL

- **Réécriture d'URL ou URL rewriting**
- **URLs du site doivent être compréhensibles par un humain et... par Google**
- **Positionner des mots clés si possible**

LE TITLE

Le Title

- **C'est l'élément d'optimisation le plus important d'une page web, c'est que Google verra en premier**
- **60 caractères recommandés**
- **Ne doit pas dépasser 65 à 70 caractères**
- **Doit être différent sur toutes les pages, dans la langue correspondante**

LA BALISE MÉTA DESCRIPTION

La balise Méta Description

- **Elle sert à informer l'internaute avant d'ouvrir le site depuis la page de résultats de Google**
- **Fort impact sur l'ouverture ou non du site (surtout sur mobile)**
- **150 caractères recommandés, au-delà Google ne les affiche pas (250 max)**
- **Cette balise ne compte pas pour le SEO à proprement parler, uniquement dans les résultats sur Google**
- **Doit être différente sur chaque page**

LA BALISE MÉTA KEYWORDS

La balise Méta Keywords

- **Mentionner des mots clés différents sur chaque page**
- **Balise inutilisée par Google depuis des années...**
- **Cette balise ne compte pas pour le SEO, ne perdez pas de temps**
- **En revanche, inspirez-vous des mots clés de vos concurrents... s'il en a**

L'OUTIL

COUTEAU SUISSE

DU SEO



SEO META in 1 CLICK

Supprimer de Chrome

Proposé par : www.seo-extension.com

★★★★★ 607 | [Outils de développement](#) | 100 000+ utilisateurs

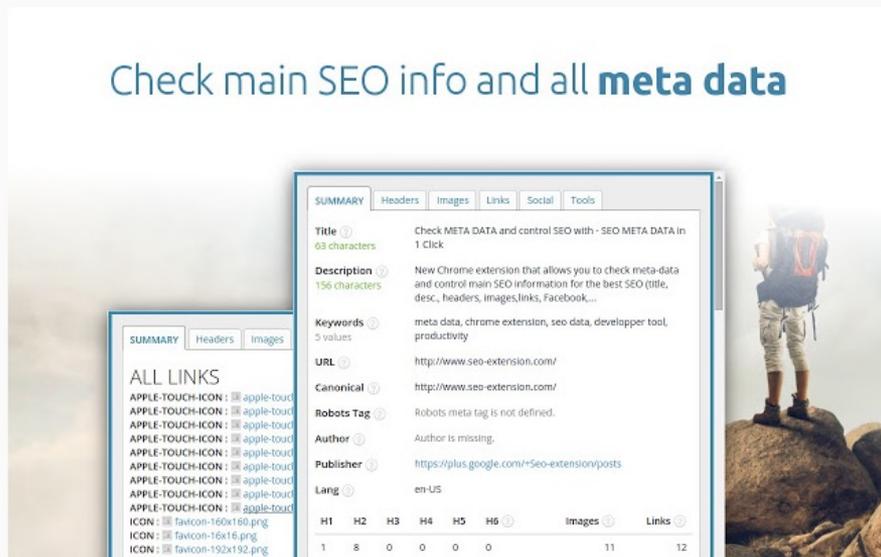
Présentation

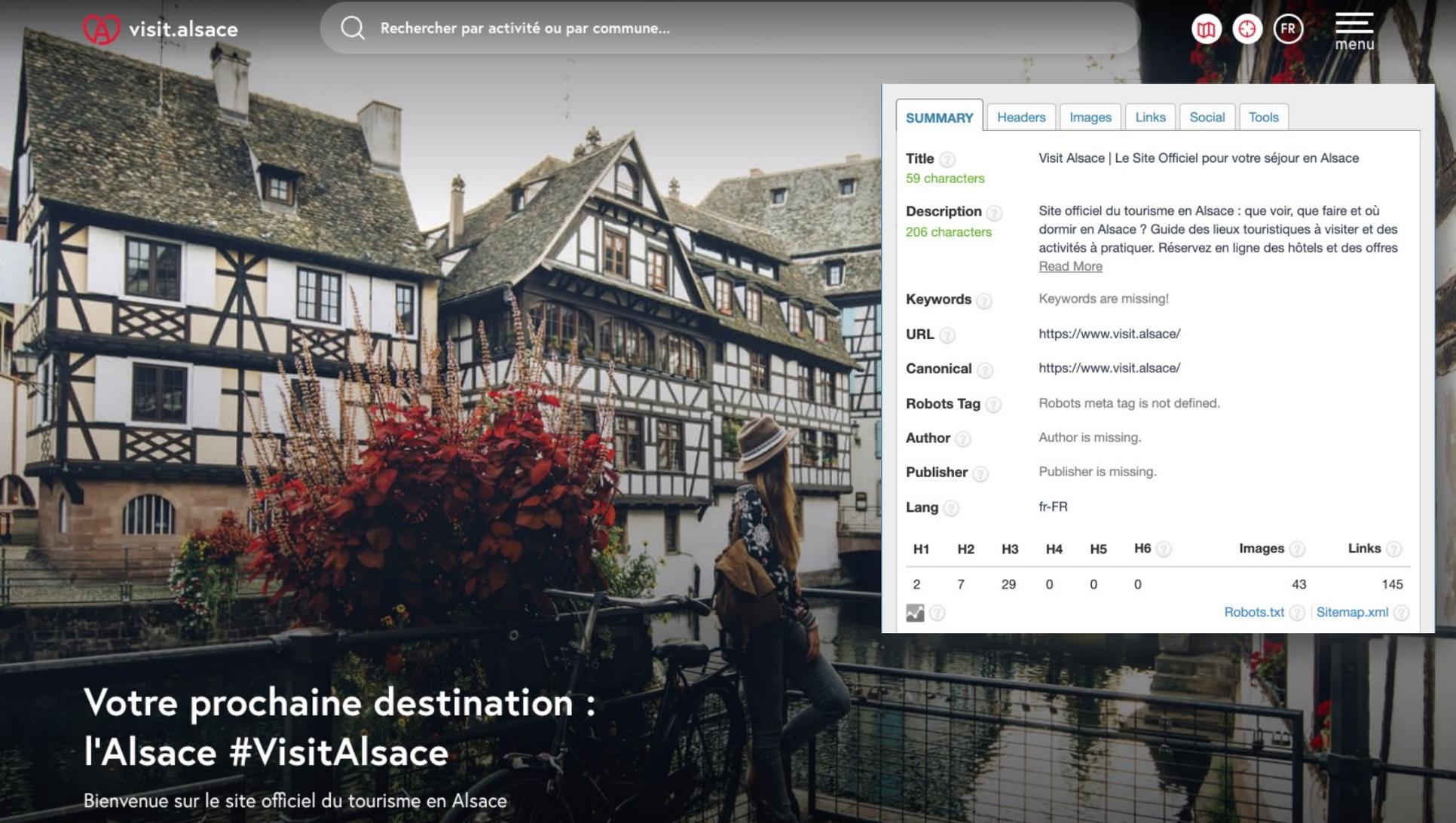
Avis

Assistance

Articles Similaires

Check main SEO info and all **meta data**





Votre prochaine destination : l'Alsace #VisitAlsace

Bienvenue sur le site officiel du tourisme en Alsace

SUMMARY

- Headers
- Images
- Links
- Social
- Tools

Title [?] Visit Alsace | Le Site Officiel pour votre séjour en Alsace
59 characters

Description [?] Site officiel du tourisme en Alsace : que voir, que faire et où dormir en Alsace ? Guide des lieux touristiques à visiter et des activités à pratiquer. Réservez en ligne des hôtels et des offres [Read More](#)
206 characters

Keywords [?] Keywords are missing!

URL [?] <https://www.visit.alsace/>

Canonical [?] <https://www.visit.alsace/>

Robots Tag [?] Robots meta tag is not defined.

Author [?] Author is missing.

Publisher [?] Publisher is missing.

Lang [?] fr-FR

H1	H2	H3	H4	H5	H6	Images	Links
2	7	29	0	0	0	43	145

 [Robots.txt](#) [?] | [Sitemap.xml](#) [?]

**Le storytelling,
c'est quoi ?**

Le storytelling

- **L'art de raconter des histoires à des fins marketing : le récit, textuel, oral, iconographique**
- **Il consiste à introduire des récits dans des opérations de communication pour captiver les destinataires et les influencer**
- **Utilisé en B to C et B to B : dans un Office de Tourisme, tous les jours il faut convaincre prospects, touristes, élus, prestataires**
- **Tous les jours, il faut écrire et convaincre**
- **Un processus ancien : la force de persuasion du récit commence dès l'enfance avec l'histoire qui précède le marchand de sable**

Le storytelling en résumé

- 1. Capter l'attention**
Racontez-moi une histoire !
- 2. Captiver l'auditoire**
Pas d'histoire, pas de business...
- 3. Influencer les réactions**
Viens consommer chez moi 😊

L'essentiel

- Qui sont vos **cibles** ?
- Quels sont vos **objectifs** ?
- Quelle est votre **stratégie** ?

Mon positionnement

- **Connaître mon produit**
 - ✓ Quels sont mes atouts ?
 - ✓ Que communiquer ?
- **Connaître mes cibles (publics) prioritaires**
 - ✓ Quels sont leurs attentes ?
 - ✓ Comment les toucher ?
 - ✓ Quels sont leurs comportements ?

Mon identité

Exemple de storytelling

L'autre pays de la châtaigne 🍂 c'est aux « châtaigniers de Sébastien »
Ben oui... octobre c'est la période des châtaignes et qui dit châtaignes chez nous, dit période de la fabrication de notre apéritif à la châtaigne et à la confiture aussi.

Avec les fruits de nos châtaigniers et le tout, fait maison bien sûr !
On se donne rendez-vous à la maison ? Réservez votre chambre et votre repas à la table d'hôtes pour déguster tout cela.

Exemple de storytelling

Une pépite d'Or dans la plaine

Charriée depuis les hautes montagnes qui font étinceler la beauté de tout un territoire, une petite pépite de nature est venue se déposer au bord de la rivière Ariège aux environs de Pamiers.

Vous retrouverez ici les sensations tant recherchées pour certains sans monter tout en hauts des sommets. Un grand bol d'air de nature, l'ivresse de l'effort, la fièvre de l'aventure, la solidarité d'une cordée. Les choses les plus simples vous offrirons ensuite le meilleur des réconforts : le gout de la convivialité du plus simple repas partagé, la chaleur de son duvet sous une nuit étoilée.

Comme une oasis dans le désert, une fois arrivé vous vous y ressourcez sans plus vouloir en partir. La fièvre de l'aventure ne vous quittera plus et La Belle Verte comme une mine d'or à ciel ouvert laissera à chacun une promesse de liberté.

A découvrir sans concession !

= > Je réserve

Exemple de storytelling



UNE HISTOIRE DE FAMILLE

Le Domaine de la Bélonie était jusqu'en 2009 complètement en ruine. La propriété a appartenu à mes grands-parents, puis à mon père qui vivaient dans une ferme à proximité. La maison servait de hangar agricole et le parc était utilisé comme pacage pour les brebis.

Mon rêve d'enfant était de restaurer ce domaine. C'était un formidable terrain de jeu lorsque lorsque j'étais enfant. Ce rêve m'a donné l'envie et la force de poursuivre mes études dans le but de pouvoir exercer un métier qui me permettrait d'entreprendre cette restauration colossale.



#Rencontres sincères





Le Président de l'EPIC Office de Tourisme Loire Forez



Histoire de famille...



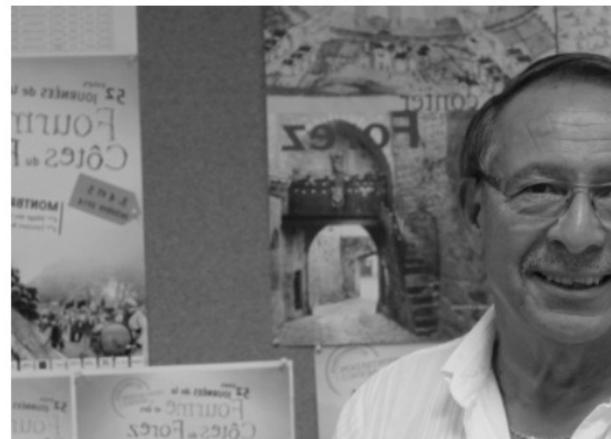
Un guide au pays des huiles...



C'est tout chocolat...ou presque...



Un chef, ambassadeur du terroir forézien...



Le Maître de cérémonie des Journées de la Fourme et des Côtes du Forez



Un guide au pays des huiles.



NINON LUBINEAU, UN GUIDE AU PAYS DES HUILES...

L'histoire qui unit Ninon au Moulin des Massons débute en 2003. Étudiante, elle y effectue un stage et participe aux prémices de ce qui n'est alors qu'un projet. Avec l'énergie qui la caractérise, elle assiste l'équipe de bénévoles qui tente de redonner vie au moulin en l'ouvrant à la visite. Elle les écoute avec intérêt évoquer leurs souvenirs et décrire la vie du moulin quand il était en activité. Elle aime à examiner avec attention, les gestes et les techniques qui rythment la fabrication de l'huile de colza grillé. Rien ne lui échappe !



Deux ans plus tard, et alors qu'elle a obtenu son BTS Tourisme, elle est recrutée par le moulin, comme guide animatrice. Pendant plusieurs années, elle est la seule salariée du site et avec l'aide des bénévoles, multiplie les projets d'animations. Elle travaille notamment à la mise en accessibilité des lieux et à l'adaptation de la visite aux publics déficients. Ce travail est couronné par l'obtention en 2006, du label tourisme et handicap pour trois déficiences : motrice, mentale et auditive faisant du moulin, un site pionnier en la matière en Rhône-Alpes. Avec la commission animations, elle met également en place une programmation à destination des familles. Les Trésors du moulin puis Les après-midi gourmands font la joie des enfants et des grands. De vrais moments de découverte partagés !

Depuis 2010, Ninon a été rejoint par Pierre-Yves qui a en charge la production des huiles. Ensemble et toujours en étroite collaboration avec les bénévoles du moulin, ils poursuivent leur travail de valorisation du moulin. Une scierie a repris son activité, une boutique a ouvert ses portes, une salle d'animation permettant d'accueillir les visiteurs par tous les temps a été construite et en 2014, un four a été inauguré. Il permettra d'organiser de futures animations qui promettent d'être de jolis moments, moments conviviaux et festifs comme **le Moulin des Massons sait les organiser !**



#Pas pris pour un touriste

#PAS PRIS POUR UN TOURISTE

Le juste prix ? circuits courts ? ...

Si on vous dit qu'ici on est vrais et sincères, c'est qu'il y a bien une raison ! Des relations directes, naturelles et loyales entre accueillants et accueillis, c'est l'ADN du Forez. Ici, chez nos professionnels vous n'êtes #pas pris pour un touriste et soyez tranquilles, on vous propose de vous ressourcer sans vous ruiner : circuits courts entre producteurs, chefs et vous via les menus foréziens, propriétaires locaux installés dans la durée, charte d'engagement,... Evidemment, si vous souhaitez davantage de confort et des prestations plus abouties, contactez-nous !



NOTRE SÉLECTION DE PARTENAIRES



Exemple de storytelling



Je storytelle, tu storytelles...

- **Le chef cuisine bien.**

Goûtez au gigot de 7h, c'est un réel délice !

- **C'est bien décoré et personnalisé.**

Vous dormirez dans des draps cousus main et bénéficierez du cachet du mobilier ancien.

- **C'est une maison avec un grand jardin.**

En traversant le jardin fleuri, les fleurs vous enivreront de leurs doux parfums.

The image features a dark teal background with several overlapping, angular shapes in a lighter teal and a vibrant lime green. The word "ASTUCES" is prominently displayed in the center of the lime green shape. The text is in a bold, white, sans-serif font with a subtle drop shadow, giving it a three-dimensional appearance.

ASTUCES

Astuce : trouver un angle

- **Qu'il s'agisse d'une destination, d'un hébergement, d'un site, restaurant...**
- **Accroche : l'histoire du lieu, ses patrons, la décoration, une recette atypique, un événement majeur passé, une anecdote, un élément marquant, des travaux, un investissement, un détail, un paysage, une actualité, une activité, un tour au marché, un produit local...**

Tout est prétexte à raconter une histoire !



Accueil Chez Francois B&B

Arrivée
 - / - / -

Départ
 - / - / -

Occupants
1 chambre, 2 adultes, 0 enfant

82€
Voir l'offre

✓ Annulation gratuite jusqu'au 22/01/21

87€
Voir l'offre

64€
Voir l'offre

✓ Annulation gratuite jusqu'au 05/02/21

Trip.com [↗] 75€ FindHotel [↗] 75€

eBookers.fr [↗] 87€ Voir 8 offres [▼]



Michel J
 Nîmes, France
👍 31 👎 12

LE MEILLEUR B&B DE MONTREAL

Avis sur Accueil Chez Francois B&B

●
●
●
●
●
 Avis publié : 21 mai 2018

Chez François, vous êtes comme chez vous! une chambre spacieuse, au calme, la salle de bain moderne et spacieuse, la propreté irréprochable, les petit-déjeuners sont excellents et faits-main, les hôtes sont gentils, généreux, très serviables. François est vraiment au top, sympathique avec beaucoup d'humour, il a un gîte superbement bien placé face au parc Lafontaine rempli d'écureuil, juste à 10 minutes du métro, et à 5 minutes d'une superette, sinon il y a tous les restos à quelques pas, bref le lieu idéal pour séjourner à Montréal, il y a beaucoup d'habitues qui y vont, même des hommes et femmes d'affaire de la région qui font escale chez François.

Date du séjour : mai 2018

[Poser une question à Michel J à propos de Accueil Chez Francois B&B](#)

👍 1 Merci Michel J



Cet avis est l'opinion subjective d'un membre de TripAdvisor et non de TripAdvisor LLC.

Voir tous les avis

Votre avis est important !

Chaque évaluation permet d'avancer

Aussi, je vous remercie d'écrire votre commentaire sur :



facebook



Google My Business





A votre disposition

