GUIDE GRATUIT · PACA

Guide SEO local 2026

Comment être trouvé sur Google quand un client cherche ton métier près de chez lui

Pour les artisans et TPE en PACA

30 pages · 10 chapitres · 1 auto-diagnostic

Sources 2024-2026 · sans jargon · sans promesse magique

Conçu pour être lu en 1 h et appliqué le lendemain.

DZIGNWEB

L'artisan du numérique

Alain Bernard · Fos-sur-Mer

PRÉAMBULE

Pourquoi ce guide

Je m'appelle Alain Bernard. Je suis freelance WordPress et SEO local à Fos-sur-Mer. Depuis 2024, je travaille avec des artisans et des TPE de services partout en PACA — Fos, Martigues, Istres, Marseille, Toulon, Avignon. Et je vois toujours la même scène.

Un artisan compétent, sérieux, qui fait du bon travail. Un site qu'il a payé entre 800 € et 3 000 € à un prestataire qui n'est plus joignable. Une fiche Google Business Profile à moitié remplie. Trois avis Google. Et un téléphone qui ne sonne pas. Pendant qu'à 30 km, un concurrent moins bon en métier capte tous les clients du coin parce qu'il est premier sur Google.

Ce guide est ce que j'aurais aimé donner à chacun de ces artisans avant qu'ils ne dépensent un centime. Tu vas y trouver les règles réelles du SEO local en 2026 — celles que Google applique vraiment, pas celles qu'on lisait sur les blogs en 2020. Et surtout, comment agir dès la semaine prochaine.

> **LE DÉCLIC : SANDRA, BÉTON CIRÉ MARSEILLE**
>
> En janvier 2024, Sandra m'appelle. Son site existe depuis 4 ans. Elle est invisible. Zéro demande via Google. On refait son site, on attaque le SEO local, on travaille les avis et les pages communes (Marseille, Aix, Toulon). En mai 2026, btonbysandra.fr est 1ère page Google sur la requête « beton cire Marseille ». Pas avec une recette miracle. Avec la méthode décrite dans ce guide.

À qui ce guide s'adresse

- Aux artisans de PACA qui veulent comprendre comment Google fonctionne en 2026
- Aux TPE de services qui ont un site mais qui ne reçoivent pas de demandes
- À ceux qui sont sur le point de signer avec une agence et qui doutent
- À ceux qui veulent gérer eux-mêmes leur SEO local proprement

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire

1 Les fondamentaux du SEO local en 2026 4

2 Google Business Profile : ton meilleur ami 7

3 Les avis Google : la règle des 10 10

4 Tes pages locales : 1 par commune 13

5 Le balisage Schema 2026 (sans coder) 16

6 Performance technique : les Core Web Vitals 2026 18

7 Les IA et le GEO (Generative Engine Optimization) 20

8 Les liens et citations locales 22

9 Mesurer et suivre : les KPI 24

10 Les pièges à éviter 26

◆ Auto-diagnostic 30 minutes (20 points) 28

◆ Ressources utiles 29

→ Tu veux que je regarde ton site ? 30

COMMENT LIRE CE GUIDE

Tu peux le lire dans l'ordre — ça prend environ 1 h. Tu peux aussi sauter directement au chapitre qui te concerne. Chaque chapitre se termine par 3 actions concrètes à faire dans la semaine.

CHAPITRE 1

01

Les fondamentaux du SEO local en 2026

Définition simple

Le SEO local, c'est l'ensemble des techniques qui font qu'un client tape « plombier Fos-sur-Mer » dans Google et que ce soit toi qui apparaisses, pas ton concurrent à 20 km. Concrètement, ça se joue sur trois zones de la page de résultats : le « pack local » (les 3 résultats avec carte en haut), les résultats classiques en dessous, et de plus en plus l'« AI Overview » — la réponse générée par Google AI tout en haut de page.

Comment Google classe localement

Google s'appuie sur trois critères principaux pour décider qui afficher en pack local. Aucun ne suffit seul. Tu dois travailler les trois en parallèle, sinon tu plafonnes.

PROXIMITÉ

Distance entre toi et la personne qui cherche. Tu ne peux pas la changer, mais tu peux la compenser.

PERTINENCE

Ton site et ta fiche GBP correspondent-ils vraiment au métier et à la zone cherchés ?

NOTORIÉTÉ

Ce que les autres disent de toi : avis Google, citations, liens, mentions presse.

Les évolutions clés 2024-2026

Si tu as lu un article SEO d'avant 2024, jette-le. Les règles ont changé en profondeur ces 24 derniers mois. Voici les quatre ruptures à connaître absolument.

1 AI Overviews déployé en France

Google affiche une réponse générée par IA tout en haut de la page sur environ 46 % des requêtes en mai 2026. Quand un AI Overview s'affiche, le CTR organique chute de 18 % en positions 1-3 et de 35 % en positions 4-10. Conséquence : être 5e ne sert plus à grand chose. Il faut être en pack local, dans l'AI Overview, ou cité dans une réponse ChatGPT/Perplexity.

2 INP remplace FID dans les Core Web Vitals

Depuis mars 2024, Google mesure l'INP (Interaction to Next Paint) à la place du FID. Cible : moins de 200 ms. Et en mars 2026, Google a durci le seuil LCP de 2,5 s à 2,0 s. Beaucoup de sites WordPress qui passaient les tests il y a un an ne passent plus.

3 Dépréciation du FAQ rich snippet

Depuis mai 2026, le bel accordéon FAQ qui s'affichait dans les résultats Google a disparu pour tous (sauf sites gouvernementaux et santé reconnus). MAIS le balisage Schema FAQPage reste utile : ChatGPT, Perplexity et les AI Overviews s'en servent pour extraire leurs réponses. À garder.

4 Vague de suspensions GBP en avril 2026

Des milliers de fiches Google Business Profile ont sauté en deux jours pour non-respect des règles (nom avec mots-clés, adresse virtuelle, avis incentivés). Google est plus strict que jamais et applique rétroactivement ses guidelines. Une fiche suspendue, c'est 3 à 6 mois pour la récupérer.

Le SEO local n'est pas le SEO classique

Beaucoup d'artisans pensent qu'il faut « être premier sur Google » en général. C'est une erreur stratégique. Tu ne te bats pas contre Wikipédia. Tu te bats contre l'artisan de la commune d'à côté. Et ça change tout : les techniques, les budgets, les délais, les indicateurs.

SEO classique	SEO local
Bat des sites nationaux	**Bat des artisans voisins**
Contenu massif (50+ articles)	**Site bien fait + 5-10 pages**
Backlinks d'autorité chers	**Citations annuaires + presse locale**
Tu te bats sur 1 mot-clé	**Tu te bats sur métier × ville**
Résultats : 6-18 mois	**Premiers signaux : 6-12 semaines**
Budget : 1500 €/mois +	**Budget : 150-300 €/mois**
Fiche GBP secondaire	**Fiche GBP centrale (60 % du jeu)**

À retenir du chapitre 1

Google classe localement sur proximité + pertinence + notoriété. AI Overviews et INP ont changé la donne en 2024-2026. Le SEO local n'est pas le SEO classique : moins d'efforts éditoriaux, plus de discipline sur la fiche GBP et les avis.

CHAPITRE 2

02

Google Business Profile ton meilleur ami

60 % **des clics locaux**

passent par ta fiche GBP

En 2026, la fiche Google Business Profile n'est plus une extension de ton site — elle est le centre de gravité de ton SEO local. Sur les 10 premiers facteurs de classement dans le pack local, 8 viennent directement de la fiche GBP (source : Whitespark Local Search Ranking Factors 2026). Tu peux avoir le plus beau site du monde, si ta fiche est mal remplie, tu n'apparais nulle part en local.

Bonne nouvelle : remplir correctement une fiche prend 2 heures et c'est gratuit. Mauvaise nouvelle : 80 % des artisans que je vois ont une fiche bricolée à moitié, avec 4 photos floues et aucune catégorie secondaire. Voilà ce qu'il faut faire.

Les 7 fondamentaux à remplir

1 Nom exact (NAP cohérent)

Le nom légal de ton entreprise, strictement identique à ton KBis, ton bail, ta facture. PAS de « Plomberie Dupont — Dépannage 24/7 Marseille ». C'est ce qui fait sauter une fiche en premier.

2 Catégorie primaire la plus précise

Une seule catégorie primaire (la plus spécifique). Jusqu'à 9 secondaires. C'est le levier de classement le plus puissant après le nom. Change-la avec prudence : Google recalcule tout.

3 Photos : 3 minimum par type, 100+ au total

Extérieur, intérieur, équipe, prestations, réalisations avant/après. Ajoute une photo par semaine. Les fiches qui dépassent 100 photos reçoivent 520 % d'appels en plus (source : WebFX 2026).

4 Description riche (750 caractères max)

Décris ton métier, tes zones d'intervention, tes spécialités. Sans bourrage de mots-clés. Mentionne ta ville et 2-3 communes voisines naturellement dans le texte.

5 Horaires précis (et exceptions)

Renseigne les horaires standards et les jours fériés. Une fiche « ouvert » alors que c'est fermé = avis négatifs garantis.

6 Posts hebdomadaires (durée de vie 7 jours)

1 à 2 posts par semaine : actualité, prestation avec prix, événement, conseil pédagogique. Les posts pèsent 2-4 % du classement mais boostent surtout ton CTR.

7 Section Questions/Réponses pré-remplie

Pose toi-même les 5-10 questions que tes clients posent (« Vous intervenez à Martigues ? », « Devis gratuit ? »). Réponds. Google indexe ces Q/R et les utilise dans les AI Overviews.

Suspension GBP : 5 erreurs à éviter

En avril 2026, Google a suspendu des milliers de fiches en deux jours. Une fiche suspendue, c'est 3 à 6 mois pour la récupérer. Voici les 5 erreurs qui font sauter une fiche aujourd'hui.

Nom avec mots-clés ou ville

« Plombier Marseille Dépannage » au lieu de « SARL Dupont ». Détection automatique.

Adresse virtuelle Regus / coworking

Google croise avec USPS, Street View et la base SIRENE. Suspension en 30-90 jours.

Plusieurs fiches à la même adresse

Sauf cas particulier (cabinet médical multi-praticiens), Google considère ça comme du spam.

Avis incentivés ou kiosques en magasin

Interdit depuis début 2026. Détection AI sur les pics anormaux et profils de reviewers.

Plus de 10 modifications par semaine

Trop d'éditions = signal de bricolage. Renseigne tout d'un coup, puis modifie avec parcimonie.

ACTION CETTE SEMAINE

Connecte-toi à business.google.com. Vérifie nom, adresse, catégories, photos. Compte les photos < 10 ? Ajoute-en 10 prises au smartphone dans la semaine. Ouvre la section Q/R. Pose 3 questions, réponds.

CHAPITRE 3

03

Les avis Google la règle des 10

10

C'est le seuil magique

Passer de 9 à 10 avis fait basculer
ta fiche dans une catégorie supérieure.

C'est documenté par Whitespark et BrightLocal depuis 2024. À 9 avis, tu es dans une zone instable. À 10, tu rentres dans une catégorie de visibilité supérieure. Les artisans qui passent ce cap voient leurs vues de fiche bondir, parfois de 30 à 50 % en quelques semaines.

Plus important encore en 2026 : la RÉCENCE bat le volume. Un flux régulier de 2-3 avis par mois est plus efficace qu'une grosse vague d'avis il y a 18 mois. Les fiches sans avis dans les 90 derniers jours commencent à disparaître du pack local. L'algorithme préfère les fiches « vivantes ».

Les avis pèsent 16 à 20 % du classement local en 2026 — en hausse constante depuis 3 ans. Aucun autre levier ne combine autant d'impact pour aussi peu de travail.

5 méthodes légales pour collecter

1 Lien court personnel (g.page/r/...)

Sur GBP, génère un lien court de demande d'avis. Enregistre-le sur ton smartphone. Pas le lien GMB classique trop long.

2 SMS post-chantier dans les 24-48 h

Taux d'ouverture 98 %, taux de conversion 15 à 25 %. C'est la méthode numéro 1 pour les artisans.

3 QR code sur véhicule, devis, facture

Imprime ton QR code et colle-le partout. Mais NE PAS imprimer le mot « 5 étoiles » à côté (interdit).

4 Carte NFC pour artisans nomades

Tu tapes ton téléphone contre celui du client, le lien s'ouvre direct. Coût : 15 € la carte.

5 Page de remerciement /merci sur ton site

Avec un QR code grand format. Et l'envoi automatique d'un mail post-intervention avec le lien.

INTERDIT EN 2026 — RISQUE DE SUSPENSION

- ✗ Offrir une réduction contre un avis (« 10 % si tu laisses un avis »)
- ✗ Écrire « 5 étoiles » ou « avis positif » dans le SMS
- ✗ Filtrer les clients à inviter selon leur satisfaction (« review gating »)
- ✗ Kiosques d'avis en magasin (interdits depuis début 2026)

Comment répondre aux avis

Répondre à 100 % des avis (positifs ET négatifs), sous 48 h ouvrées. Depuis novembre 2025, les avis sont anonymes : ne plus utiliser le prénom du client dans la réponse.

Template avis 5 ★

« Bonjour, merci beaucoup pour ce retour. C'est toujours un plaisir d'intervenir à [ville/zone si évoquée dans l'avis]. Le métier de [ton métier] demande de la précision, et le fait que vous soyez satisfait du résultat est ma meilleure récompense. À bientôt si besoin. — [Prénom artisan] »

Template avis 1 ★ ou litige

« Bonjour, je suis désolé que vous ayez ce ressenti. Je prends très au sérieux les retours négatifs. Pouvez-vous me contacter directement au 06 XX XX XX XX ou à contact@... pour qu'on regarde votre dossier ensemble ? Je vous propose qu'on en discute pour trouver une solution. — [Prénom artisan] »

FAUX AVIS : COMMENT LES SIGNALER

Google a supprimé 292 millions d'avis en 2025 (22 % du total). Pour signaler : ouvre l'avis dans GBP → 3 points → Signaler. Délai de suppression : 7 à 21 jours. En cas de diffamation manifeste, tu peux saisir la DGCCRF.

CHAPITRE 4

04

Tes pages locales 1 par commune

LE SILO GÉOGRAPHIQUE PUR EST MORT

L'approche « 1 page par ville × 30 villes, contenu paraphrasé » est neutralisée par Google depuis 2024. Soit duplicate content détecté, soit pages mises en sandbox. Beaucoup d'artisans ont 10 pages ville qui ne rankent plus.

Le modèle qui fonctionne en 2026 : UNE page mère métier très complète (3 000 mots focus PACA) + N pages ville courtes mais UNIQUES, avec contenu réellement différent à chaque fois. Pas du copier-coller avec le nom de la ville changé.

Taille minimale d'une page locale qui ranke : 900 à 1 200 mots utiles (hors header/footer/menus). En dessous de 500 mots, Google considère que c'est du « thin content » et déclasse. Au-delà de 2 000 mots, tu dilues.

Surtout : chaque page locale doit prouver une vraie présence sur la zone. C'est ce que Google attend depuis la mise à jour Helpful Content de 2024. Pas de présence réelle = déclassement de TOUT le domaine, même les bonnes pages.

8 signaux locaux importants

1. Schema LocalBusiness avec areaServed = ville cible
2. Mention de 2-3 quartiers ou points de repère locaux
3. Lien sortant vers une page officielle de la ville (mairie, OT)
4. Lien interne vers ta fiche GBP
5. Photos avec géolocalisation EXIF ou alt avec ville
6. Cas client réel basé dans la ville (avec accord du client)
7. Tarif ou délai spécifique « pour [ville] » si différent
8. FAQ courte avec questions locales (« combien coûte X à [ville] ? »)

Le maillage interne (souvent oublié)

La page mère renvoie vers chaque page ville. Et chaque page ville renvoie vers la mère + 2-3 pages ville « sœurs » géographiquement proches. Fos → Martigues + Istres + Port-de-Bouc (pas vers Aix). Évite la « liste de toutes les villes » en footer : ça crée un maillage plat sans hiérarchie.

Cas pratique : artisan 5 communes

Imagine que tu interviens sur 5 communes en PACA. Voilà la structure de site qui fonctionne en 2026 :

1 page mère métier

3 000 mots, focus PACA, témoignages, FAQ, prix indicatifs

5 pages ville UNIQUES

1 000 mots chacune, contenu réellement différent, photos locales

1 page « zone d'intervention »

Liste des 5 communes + autres communes en texte simple (glue)

PAS DE 30 PAGES VILLE

N'invente pas 30 pages ville pour des communes périphériques où tu n'as jamais travaillé. Google détecte l'absence de preuve de présence et déclasse tout le domaine. Mieux vaut 5 pages excellentes que 30 pages bricolées.

ACTION CETTE SEMAINE

Liste les communes où tu interviens vraiment (preuves : factures, chantiers, photos). Si tu as plus de 10 pages ville actuelles, identifie celles qui sont du copier-coller. À rééditer ou à supprimer.

CHAPITRE 5

05

Le balisage Schema 2026 (sans coder)

Schema.org, c'est le langage que Google utilise pour comprendre qui tu es. Sans Schema, Google te lit comme un blog parmi d'autres. Avec un Schema correct, Google sait que tu es un artisan, où tu es, qu'est-ce que tu fais et combien ça coûte.

En 2026, on utilise exclusivement le format JSON-LD, injecté dans le head du site. Plus de microdata ni de RDFa pour les nouveaux sites — c'est le standard officiel Google.

Quel type Schema choisir ?

Artisan BTP / déco

HomeAndConstructionBusiness ou Plumber, Electrician, RoofingContractor, HousePainter selon métier

Coach / consultant / freelance

ProfessionalService

Restauration

Restaurant ou FoodEstablishment

Double typing recommandé

["ProfessionalService", "Organization"] → maximise la couverture Knowledge Graph

Les 5 propriétés obligatoires

name + @id + url + image + logo
Identité visuelle et canonique

address (PostalAddress)
streetAddress, postalCode, addressLocality, addressRegion, addressCountry

telephone (format international)
+33 6 12 34 56 78 — format E.164 obligatoire

openingHoursSpecification
Par jour, plus précis que openingHours simple

geo (GeoCoordinates)
Latitude/longitude exactes (Google Maps te les donne)

Propriétés différenciantes 2026 (AI Overviews)

areaServed
Tableau de Place (ville + région) → dit à Google quelles zones tu sers

hasOfferCatalog
Liste structurée des prestations avec prix → AI Overviews adorent

knowsAbout
Liste de domaines d'expertise (« béton ciré », « tadelakt ») → facteur citation IA

sameAs
Tous tes profils sociaux + Wikidata → boost Knowledge Graph

FAQ SCHEMA : MORT EN SERP, VIVANT POUR LES IA

Google a déprécié le rich result FAQ en mai 2026 (plus d'accordéon dans la SERP). MAIS le schema FAQPage reste utilisé par ChatGPT, Perplexity et AI Overviews pour extraire des réponses. À CONSERVER. À tester : Schema Markup Validator + Rich Results Test de Google.

CHAPITRE 6

06

Performance technique Core Web Vitals 2026

Les nouveaux seuils 2026

En mars 2026, Google a durci le seuil LCP de 2,5 s à 2,0 s. Beaucoup de sites WordPress qui passaient l'an dernier ne passent plus. Voici les seuils à viser :

Métrique	Cible	Note
LCP — Largest Contentful Paint	**< 2,0 s**	durci en mars 2026 (avant 2,5 s)
INP — Interaction to Next Paint	**< 200 ms**	remplace FID depuis 2024
CLS — Cumulative Layout Shift	**< 0,1**	0 idéal — width/height explicites
TTFB — Time to First Byte	**< 0,8 s**	détermine la base du LCP
Speed Index	**< 3,4 s**	vitesse globale de remplissage
TBT — Total Blocking Time	**< 200 ms**	blocage JS au chargement

5 optimisations en 1 heure

Particularité WordPress en 2026 : les sites Elementor + Spectra passent à peine 45 % du test CWV (vs 70-80 % sur Shopify/Webflow). Pas de panique, voici les 5 optimisations qui font passer la barre en moins d'une heure.

1

Toutes les images en WebP

Convertir tes JPG/PNG > 50 ko en WebP. Gain : 60-70 % de poids. Outil : LiteSpeed Image Optimization ou Imagify.

2

Lazy load images + iframes

Les images hors écran ne se chargent qu'au scroll. Activé en 1 clic dans LiteSpeed Cache. Gain LCP immédiat.

3

Cache navigateur (max-age 1 an)

Header HTTP cache-control: max-age=31557600 sur les statiques. Une visite répétée = 3 Mo économisés.

4

Self-host des Google Fonts

Les fonts Google chargent depuis fonts.googleapis.com → 200-400 ms perdus. Auto-héberge sur ton serveur.

5

Width et height explicites sur les images

Sans dimensions, Google ne sait pas réserver l'espace → CLS pète. Avec dimensions = CLS 0.

SI TON SITE RAME, GOOGLE TE DÉCLASSE

Sur mobile, 53 % des visiteurs partent si le site met plus de 3 secondes à charger. Et entre deux fiches GBP équivalentes, celle dont le site charge plus vite ranke mieux. Teste ton site sur PageSpeed Insights, version mobile.

CHAPITRE 7

07

Les IA et le GEO

Generative Engine Optim.

GEO (Generative Engine Optimization), c'est le SEO appliqué aux moteurs IA : ChatGPT, Perplexity, Gemini, Claude, AI Overviews. Quand un client tape « meilleur peintre déco près de Marseille » dans ChatGPT, comment être la réponse citée ? Voilà ce que tu dois savoir.

Comment les IA choisissent leurs sources

Source 1 : Google Business Profile

Pour tout ce qui est entreprise locale. Si ta fiche est propre, tu es candidat à la citation.

Source 2 : pages qui répondent en bloc factuel

Réponse précise dès les 100 premiers mots. Pas d'intro vague, pas de blabla.

Source 3 : avis et citations tiers

Reddit, Pages Jaunes, presse locale. Plus tu es mentionné ailleurs, plus tu es cité.

Source 4 : sites avec schema cohérent

Sans Schema, l'IA ne te comprend pas. Avec FAQ Schema, elle copie ta réponse.

Méthode GEO pour artisan local

Voici la méthode étape par étape pour que ChatGPT, Perplexity et AI Overviews te citent — appliquée par btonbysandra et documentée par Frase dans son GEO Playbook 2026.

1 **Réponds dès les 100 premiers mots**

« Le béton ciré coûte entre X et Y €/m² en PACA en 2026. Trois facteurs influencent... »

2 **Structure en paires question/réponse**

H2 = question exacte. Premier paragraphe = réponse factuelle de 40-60 mots.

3 **Cite des chiffres et dates précis**

« en 2025 », « 18 ans d'expérience », « 47 chantiers en 2024 ». Les IA aiment ce qui est ancrable.

4 **Ajoute un schema FAQPage à chaque page**

5 à 8 questions exactement formulées comme tes clients les posent.

5 **Demande des avis détaillés (ville + service)**

« Sandra a refait notre sol béton ciré à Marseille en 2025 » → recyclé presque mot pour mot.

6 **Publie 1 pillar de 2 500-3 500 mots/an**

Sur ta requête commerciale clé. Avec tableau comparatif, FAQ, prix, témoignages.

> **BIAIS DE CHAQUE IA (À CONNAÎTRE)**
>
> ChatGPT : 47,9 % de citations viennent de Wikipedia. Perplexity : 46,5 % viennent de Reddit. Claude/Gemini : sources institutionnelles (presse, gouv). Tous préfèrent le contenu publié dans les 12 derniers mois.

CHAPITRE 8

08

Liens et citations locales en 2026

Citation vs backlink local

CITATION (NAP cohérent)

Mention de ton nom + adresse + téléphone sur un annuaire ou site tiers, AVEC OU SANS lien. Pèse 10-15 % du classement local.

BACKLINK LOCAL

Lien dofollow depuis un site de ta zone (mairie, club, presse locale, fournisseur). Pèse plus lourd qu'un backlink national générique sur les requêtes locales.

OBJECTIF RÉALISTE 1ère ANNÉE

Viser 15 à 25 citations + 5 à 10 backlinks locaux dans la première année. Au-delà, retour décroissant. Mieux vaut 10 citations parfaitement cohérentes que 50 contradictoires.

10 sources à activer cette semaine

Niveau 1 — Priorité absolue

- Pages Jaunes (référence FR, Google s'en sert comme source de vérité)
- Bing Places (7 % de parts en France et croissant)
- Apple Business Connect (Apple Plans + Siri)
- Facebook Business (citation + relais social)

Niveau 2 — National généraliste

- Mappy, Cylex, Hotfrog, Kompass
- Yelp France (autorité forte malgré usage faible)
- Foursquare (alimente Apple Plans, Bing)
- Societe.com (auto-renseigné par SIREN)

Niveau 3 — Backlinks locaux haute valeur

- Mairie de ta commune (page « entreprises locales » ou partenaires)
- Office de tourisme (si zone touristique)
- Presse locale : La Provence, Maritima, Var-Matin (communiqués)
- Fédération du métier régionale (CAPEB, FFB, chambre des métiers)
- Associations locales (Rotary, Lions, clubs d'entrepreneurs)

> **À ÉVITER**
>
> Annuaires gratuits sans modération, fermes de liens, PBN bon marché, « 500 annuaires pour 50 € ». Ce qui marchait en 2018 fait suspendre en 2026.

CHAPITRE 9

09

Mesurer et suivre les KPI essentiels

Sans mesure, pas de pilotage. Bonne nouvelle : les outils gratuits suffisent largement pour démarrer. Pas besoin de BrightLocal à 30 €/mois la première année.

Les 3 KPI à surveiller

Vues de fiche GBP (Search vs Maps)

Search = découverte. Maps = intention forte. Surveille la part « découverte » = efficacité SEO local.

Actions sur la fiche GBP

Appels téléphoniques + demandes d'itinéraires + clics site web = les 3 KPI de conversion.

Position moyenne GSC (filtre local)

Filtre pays = France + page = pages locales. Vise positions 1-3 pour passer en pack local.

Routine mensuelle (30 minutes)

Semaine 1 du mois — GBP Insights (10 min)

Note les chiffres : vues, appels, itinéraires, clics site. Compare au mois précédent.

Semaine 2 — Search Console (10 min)

Filtre les requêtes contenant une ville de ta zone. Quelles sont les 5 plus performantes ?

Semaine 3 — Audit des avis (5 min)

Combien de nouveaux avis ? Tous répondus sous 48 h ? Y a-t-il un faux avis à signaler ?

Semaine 4 — Test PageSpeed (5 min)

Une page clé sur PageSpeed Insights. LCP, INP, CLS toujours dans le vert ?

CE QU'IL NE FAUT PAS REGARDER

Le trafic global du site. Le taux de rebond global. Le nombre de visiteurs uniques. Tout ça t'éloigne du seul vrai KPI : combien de demandes qualifiées par mois ?

CHAPITRE 10

10

Les pièges à éviter et arnaques à fuir

Le SEO local attire les vendeurs de rêve. Voici les arnaques les plus courantes en 2026 et comment les reconnaître.

« SEO local garanti top 10 / top 3 »

Impossible à garantir et INTERDIT par les guidelines Google. Un prestataire qui le promet utilise des techniques black-hat qui se retournent contre toi à la première mise à jour.

« On vous inscrit sur 500 annuaires pour 50 € »

95 % de ces inscriptions sont sur des sites zombies ou des PBN. Risque : pénalité algorithmique, désindexation.

Achat d'avis Google (Fiverr, Telegram)

Détection AI 2026 quasi systématique → suppression des avis + suspension de la fiche dans 60 % des cas (source Birdeye 2026).

Faux Google Business Profile à adresse virtuelle

Google croise désormais avec USPS, Street View, base SIRENE. Suspension assurée en 30-90 jours.

Reconnaître une arnaque en 3 questions

1

« Garantissez-vous une position ? »

Si oui = arnaque. Aucun prestataire sérieux ne peut garantir une position. On peut garantir des actions, pas un résultat de l'algo Google.

2

« Combien d'annuaires allez-vous m'inscrire ? »

Si plus de 30 = méfiance. Les annuaires de qualité sont peu nombreux. 15-25 citations cohérentes valent mieux que 500 inscriptions zombies.

3

« Travaillez-vous sur des sites comparables ? »

Demande 2-3 références récentes (12 derniers mois) que tu peux vérifier sur Google. Pas de références = pas de signature.

> **L'APPEL TYPE QUI N'EST PAS GOOGLE**
>
> « Bonjour, je suis de Google, votre fiche est mal référencée, on va vous accompagner pour 200 €/mois... ». Google n'appelle jamais à froid. Aucun salarié Google ne te démarche par téléphone. Raccroche, c'est une arnaque commerciale.

Auto-diagnostic 20 points

Coche honnêtement. Score final en bas de page. Compte 30 minutes.

- [ ] Ma fiche Google Business Profile est créée et vérifiée
- [ ] Ma fiche a au moins 30 photos (extérieur, intérieur, prestations)
- [ ] Ma catégorie primaire GBP est la plus spécifique possible
- [ ] Je poste sur GBP au moins 1 fois par semaine
- [ ] Ma section Q/R GBP a au moins 5 questions pré-remplies
- [ ] J'ai au moins 10 avis Google
- [ ] Mes avis ont une note moyenne ≥ 4,5
- [ ] J'ai eu au moins 1 nouvel avis dans les 90 derniers jours
- [ ] Je réponds à 100 % de mes avis sous 48 h
- [ ] Mon site est en HTTPS et a un nom de domaine à moi
- [ ] J'ai au moins 1 page locale par commune où j'interviens
- [ ] Chaque page de mon site a un title et une meta description
- [ ] Mon site a un balisage Schema LocalBusiness en JSON-LD
- [ ] Mon site passe le test PageSpeed Insights mobile (LCP < 2 s)
- [ ] Mes images sont en WebP et < 200 ko
- [ ] Je suis inscrit sur Pages Jaunes, Bing Places, Apple Business
- [ ] J'ai au moins 1 backlink local (mairie, presse, fournisseur)
- [ ] Au moins une page de mon site a une section FAQ
- [ ] Mes pages clés répondent en bloc factuel dès les 100 premiers mots
- [ ] Je consulte les stats GBP au moins 1 fois par mois

Ton score

0-5 cases cochées

Urgence absolue. Ton SEO local n'existe pas. Audit recommandé sans attendre.

6-12 cases cochées

À améliorer. Tu as les bases mais il manque des leviers clés. Plan d'action sur 90 jours.

13-20 cases cochées

Bon niveau. Tu fais déjà beaucoup. Reste à optimiser le détail et tenir la cadence.

Ressources utiles

Outils gratuits indispensables

Google Business Profile	business.google.com — ta fiche, tes stats
Google Search Console	search.google.com/search-console — indexation, requêtes, CTR
Google Analytics 4	analytics.google.com — trafic, conversions
PageSpeed Insights	pagespeed.web.dev — Core Web Vitals
Schema Markup Validator	validator.schema.org — validation Schema
Rich Results Test	search.google.com/test/rich-results — éligibilité SERP
Bing Webmaster Tools	bing.com/webmasters — données complémentaires
Google Trends régional	trends.google.fr — repérer sujets émergents PACA

Annuaires locaux PACA prioritaires

- CCI Aix-Marseille-Provence — cciamp.com
- Chambre des Métiers et de l'Artisanat 13 — cma13.fr
- CAPEB PACA — capeb-paca.fr (BTP)
- Maritima Info — maritima.info (presse locale Golfe de Fos)
- La Provence — laprovence.com (presse régionale)
- Office de Tourisme de ta commune

Pour aller plus loin

- Whitespark — Local Search Ranking Factors 2026 (étude annuelle référence)
- BrightLocal — Google's Local Algorithm and Ranking Factors
- Google Search Central — documentation officielle structured data
- Frase — GEO Playbook (méthode citation IA)

Tu veux que je regarde ton site avec ces 10 critères ?

Audit + plan 90 jours + 1 page locale

390 €

TTC — one-shot

- Audit complet de ton site (4 h humain)
- 30 prompts IA testés sur ton activité (ChatGPT, Perplexity, AI Overviews)
- Plan d'action 90 jours priorisé (impact / effort)
- Restitution 1 h + 1 page locale offerte
- Aucun engagement après les 90 jours

→ dzignweb.fr/audit-90-jours/

Réponse sous 24 h ouvrées

Alain Bernard · DZIGNWEB · Fos-sur-Mer

L'artisan du numérique pour artisans PACA

SIREN 808 710 529 · Médiateur CM2C · www.cm2c.net

TTC, TVA non applicable, art. 293 B du CGI