



Comment apparaître en 1ère page sur Google ?

CGP : Les secrets du référencement

Sommaire

| | |
|--|----|
| Partie 1 : Le référencement naturel (SEO) | 6 |
| 1. Débuter avec le référencement naturel | 7 |
| 2. Le référencement naturel dans le détail | 10 |
| Partie 2 : Le référencement local | 14 |
| 1. Pourquoi travailler votre référencement local ? | 15 |
| 2. Comment travailler votre référencement local ? | 16 |
| Partie 3 : Le référencement payant (SEA) | 17 |
| Conclusion | 20 |

PRÉFACE

Qui se souvient qu'il y a encore 25 ans, on parlait d'internet, mais on utilisait en France, Le Minitel.

Alors que Google balbutiait et que se faire référencer ne valait pas un peu de visibilité sur un 3615, l'utilité, mais pas encore le besoin de l'occupation du terrain digital, commençait cependant à faire son chemin dans les esprits.

Aujourd'hui une entreprise, quel que soit son domaine d'activité, doit au moins réfléchir à son positionnement et à son image dans le monde virtuel et numérique.

Les Conseils en Gestion de Patrimoine de 2021 n'ont plus grand-chose à voir avec ceux d'il y a 25 ans. Équipés à plus de 80% d'outils digitaux de base (simulateurs, allocateurs, agrégateurs, Regtech ou encore de systèmes de souscription en ligne), ils ont également intégré récemment, comme tant d'autres, toute la panoplie des outils et des réflexes, qui permettent d'assurer des réunions et rendez-vous à distance.

Reste maintenant pour certains à passer au stade d'après et ce d'autant qu'une fraction de plus en plus importante de nos professionnels y sont déjà passés. Il s'agit alors d'apprendre à exister dans le monde des réseaux sociaux et sur internet, soit afin d'y être visible et rassurant, soit afin d'y conquérir clients et contacts utiles.

Le digital est devenu incontournable dans notre vie de tous les jours. Une présence digitale maîtrisée permet à la fois d'augmenter sa crédibilité mais aussi de se protéger des tentatives de fraudes comme l'usurpation d'identité.

Le digital permet aussi d'augmenter fortement sa visibilité. Pour les conseillers en gestion de patrimoine, il permet même de se différencier des concurrents historiques comme les banques.

En 2021, il est donc indispensable pour un CGP d'avoir à minima une page web et un profil sur les réseaux sociaux.

Vous pouvez en plus avoir des outils d'animation de vos clients et prospects, et même des outils d'acquisition.

Parmi les actions de base pour qui veut exister dans le monde digital, il y a le référencement. Pourtant c'est souvent le parent pauvre de l'acquisition de compétences numériques. L'ANACOFI et Actusite sont heureux de pouvoir mettre à votre disposition ce Livre Blanc qui, nous l'espérons, vous aidera à vous déployer et à agir au quotidien sur la toile ».



David Charlet
Président
ANACOFI



Georges de La Taille
Directeur associé
Actusite

Introduction

Lorsque vous faites une recherche sur Google, vous aventurez-vous jusqu'à la page 2 ou même 3 ?

Vous répondrez certainement par la négative à cette question, c'est normal ! La réponse se trouve sur la première page et si tel n'était pas le cas, vous reformulerez votre recherche.

Les réponses à vos requêtes et donc la place que ces résultats occupent dans les moteurs de recherche ont une importance capitale. Ils ont aussi une influence indéniable sur le trafic généré sur votre site. Toutes les entreprises souhaitent donc se trouver en 1ère page. Comment y parvenir ? Comment gagner sa place et y rester ?

Avec plus de 4500 cabinets de CGP en France, il est important d'optimiser votre site Internet pour bien le positionner par rapport à vos confrères mais surtout par rapport aux banques et assureurs.

Les particuliers se posent de nombreuses questions sur la gestion de leur patrimoine. Trouver les informations adéquates sur Internet est compliqué. Il y a énormément de réponses proposées. Votre cabinet de conseil en gestion de patrimoine doit être visible et apporter « les réponses attendues » aux requêtes des internautes, vos prochains clients.

Partie 1

Le référencement naturel (SEO)

Le SEO, ou référencement naturel en français est l'art **d'optimiser son site Internet pour qu'il ressorte dans les premiers résultats sur les moteurs de recherche et ainsi attirer plus de visiteurs.**

Nous allons vous expliquer dans ce livre blanc comment l'utiliser pour faire ressortir votre site Internet en 1ere position.

1. Débuter avec le référencement naturel

Pourquoi est-ce indispensable pour les conseillers en gestion de patrimoine ?

Aujourd'hui, effectuer une recherche sur un moteur de recherche est une action réalisée quotidiennement par les internautes. Les dernières études réalisées montrent même que 82% des internautes déclarent avoir recours à internet avant d'acheter un service.

Vous devez donc être bon dans votre stratégie de référencement naturel afin d'arriver devant vos concurrents et d'inspirer confiance à votre cible.

Un cabinet de gestion de patrimoine qui n'apparaît pas dans les deux premières pages de Google a très peu de chance de voir son site Internet être visité. A contrario, si votre site ressort en première position, vous pourrez augmenter votre trafic jusqu'à 60%. Même si vous n'êtes pas en première position, être présent sur la première page augmentera considérablement le trafic.

Comment marche le référencement naturel ?

Ayez bien en tête que c'est un travail en continu ! Les pages sont classées et positionnées par rapport à des requêtes spécifiques. L'algorithme de Google prend alors en compte des centaines de critères, qui varient dans le temps. C'est pourquoi le SEO doit être travaillé régulièrement afin de s'adapter aux évolutions incessantes de l'algorithme.

01 ► **Identifiez les mots-clés liés à votre activité et recherchés par votre cible**

Pour choisir les bons mots-clés qui attireront votre cible sur votre site, mettez-vous à sa place et imaginez les termes qu'elle pourrait rechercher.

Vous pouvez aussi demander à vos clients fidèles et à vos partenaires ce qu'ils feraient comme recherches pour vous trouver et plus largement quels sont les sujets relatifs à votre activité qui pourraient les intéresser. Vous allez sûrement découvrir des mots-clés insoupçonnés et auxquels vous n'auriez pas pensé.

02 Utiliser les mots-clés avec stratégie

Pour que l'algorithme de Google repère vos mots-clés, ils doivent être placés à des endroits bien déterminés dans vos pages :

- Les balises de titres (<H1>, <H2>, <H3>)
- Les méta descriptions : ce morceau de texte explique en quelques mots ce que l'internaute va trouver sur cette page et va lui donner envie de cliquer
- L'URL de la page, c'est à dire son adresse
- Les images

03 Faites des liens entre les différentes pages de votre site Internet

L'algorithme Google ne porte pas uniquement attention au mots-clés. Il regarde aussi ce que l'on appelle le "maillage interne", c'est-à-dire les différents liens que vous avez pu faire entre vos pages. Attention à ne pas en abuser. Quelques liens suffisent pour renforcer votre popularité auprès de Google. En faisant cela, vous aurez un double bénéfice puisque vous améliorerez votre référencement naturel, mais augmenterez aussi l'expérience utilisateurs de vos visiteurs.

04 Créez du contenu : l'arme secrète de votre référencement naturel

Les trois étapes ci-dessus permettent d'améliorer votre référencement naturel. Mais pour aller encore plus loin il faut créer du contenu. Ce contenu peut-être sous différents formats : article, infographie, vidéo, guide ... Vous pourrez en plus partager ce contenu sur vos réseaux sociaux.

La création de contenu joue un rôle crucial pour votre visibilité sur les moteurs de recherche. Et avec 97 % des recherches françaises sur Internet, Google se doit d'être celui qui offrira le meilleur service aux internautes. Pour cela, il va envoyer ses robots analyser tous les contenus présents sur les sites Internet, dont le vôtre !

Le contenu est aujourd'hui un levier inévitable du référencement naturel et la clé pour plaire aux robots tout en apportant la meilleure réponse à la requête de l'internaute.

Guider les robots pour obtenir une bonne indexation de ses contenus SEO signifie que vous devez :

- Viser la qualité et la pertinence des contenus sans négliger la quantité
- Etre régulier dans votre calendrier de publication sans tomber dans l'excès (on oublie la technique du remplissage avec des articles de 10 pages tous les deux jours !).

05 ► Ayez un site HTTPS (navigation sécurisée)

Depuis 2014, les sites Internet doivent être mis sous le protocole HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure). Ce protocole vise la sécurité des données web lors d'un échange d'information entre l'internaute et votre site. Concrètement cela signifie que les données récoltées sur votre site ne pourront pas être dérobées.

Ce protocole a 2 avantages :

- Il rassure non seulement les internautes. Car si votre site est sécurisé, Google va afficher un cadenas vert. Cela va mettre en confiance l'utilisateur. De plus en plus, les sites qui ne sont pas en HTTPS ne s'affichent même plus et un message d'alerte s'affiche.
- **Il améliore votre référencement sur Google ! En effet, Google aura tendance à favoriser les sites Internet qui sont sécurisés et à pénaliser ceux qui ne le sont pas.**

06 ► Réalisez un site responsive design

Le responsive design permet à un site Internet de s'adapter automatiquement aux différentes résolutions d'écrans (smartphone, tablette, PC...)

Les recherches sur Google sont de plus en plus effectuées sur les appareils mobiles que sur des ordinateurs. 76% des internautes déclarent effectuer leurs recherches principalement sur mobile (contre 32% via un ordinateur fixe).

Face à cette croissance du trafic en provenance des mobiles, vous comprenez à quel point il est important de proposer un site «mobile friendly». Ne pas disposer d'un site responsive signifie pénaliser toutes ces personnes qui consultent votre site sur mobile, au risque de les perdre.

De plus, Google favorise désormais les sites adaptés aux mobiles !

07 ► Réalisez un site qui favorise l'expérience utilisateur

Le SEO rassemble les techniques pour «plaire» aux robots des moteurs de recherches. Et ce qui plaît aux moteurs de recherches c'est ce qui plaît aux humains qui naviguent sur Internet.

De fait, l'expérience utilisateur a un impact fort sur le référencement de votre site. Google a la volonté de fournir des résultats de recherche personnalisés, de la manière la plus simple et la plus rapide pour l'utilisateur. L'expérience utilisateur est alors centrale.

Concrètement, si votre site web ne facilite pas aux utilisateurs l'accès aux informations qu'ils recherchent, il sera pénalisé par Google !

2. Le référencement naturel dans le détail

01 La balise Title

La balise Title correspond au titre de votre page, visible dans les résultats des moteurs de recherche. En employant les bons termes et en soignant la structure de cette courte phrase, vous pouvez améliorer le trafic généré sur votre page et augmenter ainsi votre classement dans la SERP (*page de résultats d'un moteur de recherche, affichée suite à la saisie d'une requête dans le formulaire de recherche*).

1 Soyez unique

Le contenu dupliqué est très mauvais pour votre SEO. Si vous ne voulez pas être ignoré par les moteurs de recherche, faites attention à ce que chaque méta Title de votre site soit unique.

Plus globalement, c'est tout le contenu de votre site qui doit être unique.

www.actusite.fr ▾

Actusite ▷ L'agence digitale des professions réglementées

Utilisez le digital comme un levier pour développer votre activité. Avec Actusite, c'est simple !

Découvrez nos offres. Nos experts vous accompagnent de A à Z.

Conseillers en Gestion de... · Courtiers en assurance · Agents Généraux · Avocats

Balise Title

2 Rédigez des titres ni trop longs, ni trop courts

Une balise Title efficace doit permettre aux internautes et aux moteurs de recherches de comprendre ce qui se cache derrière et ce qu'ils vont trouver en cliquant sur votre lien.

Google ne raisonne pas en nombres de caractères... mais en pixels. Il fixe une largeur maximale à votre titre, c'est-à-dire la largeur que prend votre titre à l'écran.

Il faut savoir également que cette donnée peut être amenée à changer selon les évolutions données par Google à son moteur de recherche.

Au-delà de 600 pixels de large, votre titre sera coupé et le passage supprimé sera abrégé par 3 points de suspension.

Puisque votre titre sera écrit dans les résultats de recherche de Google, avec la police Arial en taille 18 px, on préconise généralement de ne pas dépasser **70 caractères**.

www.journaldunet.com > Web & Tech > Vie du Net ▾

Georges de La Taille (Actusite) : "Actusite a réalisé en avril le ..."

29 mai 2020 — Nous avons de la chance car la crise sanitaire a représenté une opportunité pour Actusite. Notre activité consiste à accompagner les entreprises ...

Balise Title trop longue

02 La balise méta-description

Contrairement à la balise Title, elle n'est lue que par les internautes (Google ne la prend pas en compte pour le positionnement de votre site).

Elle reste toutefois particulièrement importante. Une balise meta-description bien rédigée peut considérablement augmenter le taux de clic de votre page dans les moteurs de recherche, et in fine le trafic vers votre site.

www.actusite.fr ▾

Actusite ▷ L'agence digitale des professions réglementées

Utilisez le digital comme un levier pour développer votre activité. Avec Actusite, c'est simple !

Découvrez nos offres. Nos experts vous accompagnent de A à Z.

Conseillers en Gestion de... · Courtiers en assurance · Agents Généraux · Avocats

Balise méta-description

La méta-description doit être rédigée pour donner envie aux internautes de cliquer sur votre site plutôt que sur un autre





Le maillage interne

La qualité du maillage interne, c'est-à-dire des liens internes effectués entre les différentes pages de votre site, est l'un des critères les plus importants en référencement naturel.

Le maillage interne, pour quoi faire ? Les liens internes au sein de votre site ont de nombreux avantages :

- Ils transmettent l'autorité d'une page à une autre
- Ils aident les robots d'indexation à explorer et indexer votre site
- Ils guident les visiteurs vers d'autres contenus à forte valeur ajoutée

Comprenez qu'un visiteur qui consulte une autre page de votre site, puis une autre, etc.. en suivant vos liens internes, augmente la durée de sa session. Aux yeux de Google, un internaute qui reste plusieurs minutes sur un site signifie que ce dernier est de qualité.



Rappel : Un site web jugé de bonne qualité et proposant du contenu intéressant est mieux référencé par les moteurs de recherche.



Le maillage interne fournit des informations précieuses sur la structure de votre site et aide à la navigation, tant pour vos visiteurs que pour les robots d'indexation. Mais pour bénéficier de ces avantages, il faut que vos liens internes soient bien construits.



L'importance des backlinks externes

Pour améliorer la popularité de votre page et afin de vous positionner en première position sur votre mot-clé, vous devrez donc mettre en place une stratégie de netlinking efficace. Pour cela, vous devrez obtenir des backlinks de sites populaires dans votre thématique.

On peut traduire le terme « backlink » par la notion de « lien retour », « lien entrant » ou « lien arrivant ». Il s'agit de liens qui, sur des sites différents du vôtre, pointent vers vos propres pages. Quand ils sont nombreux et de qualité, Google estime que vous êtes reconnu dans votre secteur, ce qui vous permet de gagner en popularité – et de gagner quelques places dans les résultats fournis lors de requêtes ciblées.

La qualité prime sur la quantité. Il semble que Google attribue une note moyenne à votre page. Dans cette hypothèse, il vaut mieux 10 liens sur des sites ayant un indice de confiance de 50 que 50 liens sur des sites ayant un indice de confiance de 10.



Georges de La Taille
Directeur associé

A QUOI SERVENT LES BACKLINKS ?

Les backlinks sont pertinents pour remporter quelques places dans les résultats des moteurs de recherche. Concrètement, lorsqu'un site web parle de vous c'est qu'il considère que vos contenus peuvent susciter l'intérêt de ses lecteurs. Quand vous êtes présent sur des sites reconnus par Google, vous gagnez en fiabilité et vous êtes logiquement mieux traité par les moteurs de recherche.

Ces liens ne sont pas uniquement utiles pour vous donner une certaine autorité. Ils permettent également aux moteurs de recherche de se faire une idée plus précise de votre activité. En effet, les robots partent du principe que les liens sont toujours présents sur des sites qui sont proches les uns des autres. C'est la raison pour laquelle il est inutile de les multiplier sur des pages qui n'ont aucun rapport avec le cœur de votre activité. À l'inverse, vous devez vous battre pour obtenir **des liens qualifiés**, qui ont un sens et qui vous permettent de faire comprendre de la meilleure façon possible vos secteurs de prédilection et votre fiabilité aux moteurs de recherche.

LES SECRETS D'UN BON BACKLINK

Un bon backlink est donc avant tout un lien qui a du sens, parce qu'il se situe sur une page étroitement liée à votre domaine d'activité – et non sur un site généraliste qui regroupe des centaines de liens qui n'ont aucun rapport les uns avec les autres. D'autres critères sont décisifs dans la mise en place d'une bonne stratégie SEO : par exemple, **le texte du lien est primordial (texte d'ancrage)**.

Ce texte d'ancrage doit idéalement inclure les mots-clés de votre propre activité, pour que les robots des moteurs de recherche saisissent la relation entre votre site et celui qui propose un lien vers votre page. Les ancres neutres comme « cliquez ici », ou « rendez-vous sur ce site » sont plutôt pauvres et à éviter autant que possible.

Vous pouvez vous construire autour de backlinks naturels : ce sont les plus intéressants, car ils vous permettent d'évaluer à quel point vos contenus sont viraux sur le web. Mais rien ne vous empêche de contacter des sites afin de leur faire la demande de lien : pour cela, vous pouvez par exemple inciter les propriétaires de blogs à vous inviter. Vous écrivez un article pour leur site et, en échange, vous obtenez un lien vers le vôtre. L'occasion de bien parler de votre domaine d'expertise et d'avoir, à coup sûr, un lien de qualité en plus !



Le conseil d'Actusite : Vous devez avoir une vraie stratégie, bien pensée et travaillée régulièrement.



Partie 2

Le référencement local

La visibilité sur Internet est un enjeu majeur pour toute entreprise, et spécifiquement pour les professions réglementées du droit, de l'assurance et du patrimoine qui sont des professions très concurrentées. Vous l'avez compris, le référencement naturel est indispensable pour augmenter votre visibilité sur le web.

Depuis 2014, une nouvelle brique est venue s'ajouter : le référencement local, qui prend en compte la situation géographique. Il faut avoir conscience que le volume de recherche est très important lorsqu'un métier est associé à une ville. Par exemple la recherche pour un Conseiller en gestion de patrimoine à Bordeaux est effectuée en moyenne 2900 fois par mois.

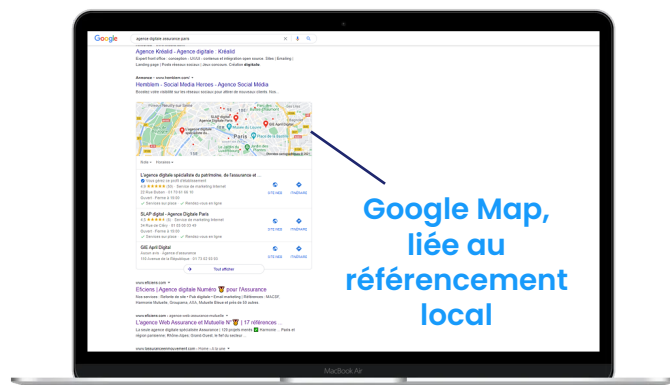
Grâce au référencement local, vous pouvez passer devant les grands cabinets nationaux.

POURQUOI LES CGP DOIVENT TRAVAILLER LEUR RÉFÉRENCIEMENT LOCAL ?

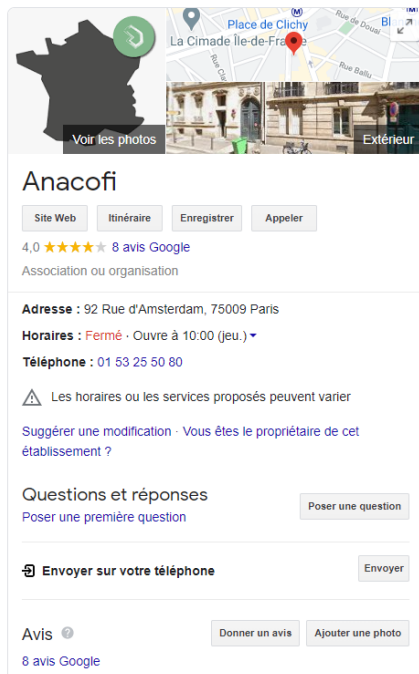
1 Maximisez votre visibilité

En diffusant vos informations sur le moteur de recherche Google (transmises directement dans google Maps) vous êtes visible sur les requêtes locales des internautes.

Plus concrètement, prenons un exemple : Madame Truffaut recherche un conseiller près de chez elle. Elle va sur google et tape dans la barre de recherche la requête suivante : « Conseiller en gestion de patrimoine Bordeaux ». Immédiatement, un plan Google remonte et les Conseillers en Gestion de Patrimoine présents sur la ville recherchée seront affichés. Bien évidemment, **seuls les conseillers possédant une fiche Google My Business sont identifiés dans cette recherche.**



Le référencement local fonctionne aussi avec **la géolocalisation**. Si Madame Truffaut tape « Conseiller en gestion de patrimoine », s'afficheront tous les CGP disposant d'une fiche Google My Business autour d'elle.



2 Relayez une bonne image

Être en ligne sur Google accroît votre crédibilité sur le secteur et peut vous permettre de vous démarquer de vos concurrents. De plus, tous les avis déposés permettent de rassurer vos prospects sur la qualité de vos prestations.

3 Échangez avec les internautes

Votre page Google My Business vous permet d'échanger avec vos prospects ou clients qui vous laissent des commentaires. Prendre le temps d'y répondre est gage de votre professionnalisme. Par ailleurs, les avis sont un excellent levier pour acquérir de nouveaux clients.

4 Soyez référencé localement

Grâce à votre fiche Google My Business vous êtes visible à plusieurs endroits dans les résultats de recherche de Google (entre la publicité et les résultats naturels), et dans Google Maps.

Être géolocalisé sur Google Maps permet à l'internaute de générer son itinéraire pour venir jusqu'à votre cabinet.
Par ailleurs, la géolocalisation améliore votre référencement naturel.

COMMENT TRAVAILLER VOTRE RÉFÉRENCEMENT LOCAL ?

La fiche Google My Business

Vous devez tout d'abord créer une page [Google My Business](#) et l'optimiser en y renseignant un maximum d'informations :

- Le nom de votre cabinet
- L'adresse physique de votre établissement;
- Le numéro de téléphone sur lequel vous souhaitez être contacté : sachez que sur smartphone, l'internaute peut appeler le numéro d'un simple clic
- Votre site Internet si vous en avez un, ce qui générera encore plus de trafic
- Vos horaires d'ouverture : pensez à les mettre à jour régulièrement, en fonction des jours fériés, congés etc...
- Votre secteur d'activité
- Des photos de vos locaux et/ou de votre équipe

Vous pouvez aussi ajouter des zones desservies, des catégories secondaires afin d'augmenter vos chances de faire partie des trois entreprises représentées dans le pack local.

Les avis clients

Prêtez également attention aux avis clients, ils participent à l'optimisation de votre référencement local et renforcent la confiance de l'internaute. Incitez vos clients à laisser des avis, plus ils seront nombreux plus vous verrez vos chances d'apparaître dans les premiers résultats. Répondez aux avis, qu'ils soient positifs ou négatifs, et surtout lorsqu'ils sont négatifs.

De manière générale, veillez à mettre à jour régulièrement ces informations (horaires exceptionnelles, nouvelle adresse postale suite à un déménagement...)

Google My Business est destiné aux entreprises qui sont en contact direct avec leurs clients et qui cherchent à booster leur référencement local. Vous bénéficiez de la puissance de visibilité du géant Google et ce à moindre frais. Pour rappel, la création de votre compte est gratuite, et ne vous coûtera qu'un peu de votre temps, notamment pour gérer les avis et mettre à jour vos actualités.

Les entreprises ayant complété à 100% leur fiche Google My Business enregistrent 4 fois plus de clics vers leur site Internet.



Louis Miara
Expert digital

Partie 3

Le référencement payant (SEA)

Le SEA, acronyme de Search Engine Advertising, correspond à la publicité sur les moteurs de recherche, de liens sponsorisés. Là où l'optimisation du référencement naturel (SEO) nécessite beaucoup de temps et de patience avant de produire des résultats, ceux issus du référencement payant seront extrêmement rapides. On a donc une notion d'instantanéité lorsqu'on parle de SEA.

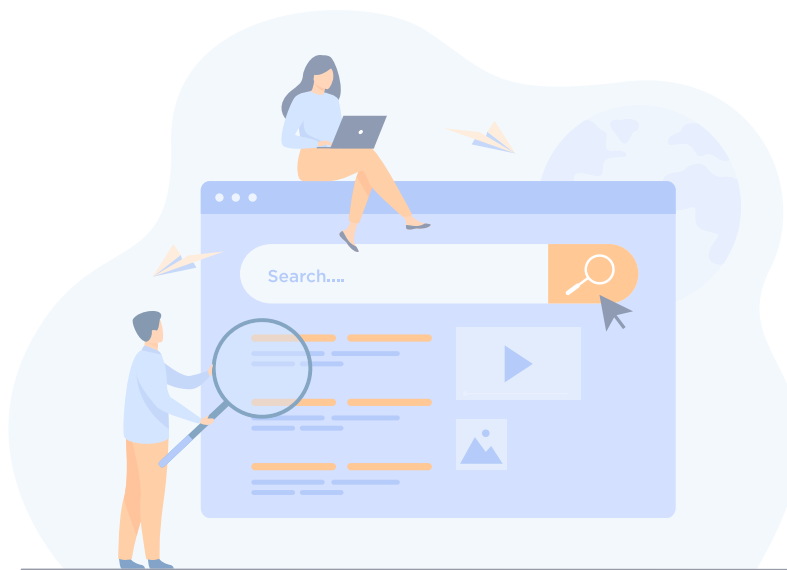
Concrètement, il est tout à fait possible d'apparaître du jour au lendemain en première page de Google. Pour mener correctement une campagne et pour s'assurer de son efficacité, il est primordial de déterminer en amont ce que vous souhaitez et ce que vous attendez de cette campagne (Trafic, Visibilité, ROI). Il existe aujourd'hui plusieurs régies permettant de créer des campagnes de référencement payant. La plus utilisée est de loin Google Ads.

À l'inverse du SEO, le SEA est une stratégie à mettre en place sur une courte période afin de minimiser les dépenses liées à l'achat de mots clés, mais tout en maximisant les chances d'obtenir un trafic élevé et qualifié sur un site.

Il est intéressant d'utiliser le SEA par saisonnalité ou période en fonction de votre business. Par exemple, si vous constatez que vous avez une forte demande pendant l'hiver sur décembre et janvier, vous avez tout intérêt de booster encore plus votre trafic grâce à une campagne payante sur ces 2 mois qui pourrait doubler votre trafic de façon immédiate.

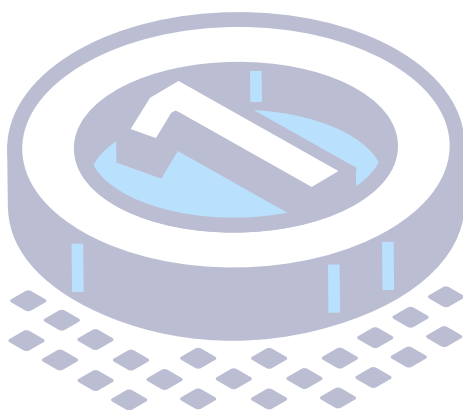
En fonction de l'intensité concurrentielle, il y a de fortes chances que le coût du mot clé pendant cette fameuse période soit plus élevé, mais le ROI (return on investment) est quasiment immédiat selon les secteurs !

Par ailleurs, aujourd'hui le SEA prend une place de plus en plus importante sur la SERP Google. En effet, on peut voir jusqu'à 4 annonces Adwords en haut de la page et 3 situées tout en bas de page selon le secteur d'activité. Cette nouvelle mise à jour a considérablement modifié l'affichage des liens, sur mobile et sur ordinateur.



Les avantages du référencement payant

- **Augmentation immédiate du trafic :** Dès lors que vos annonces sont meilleures que la concurrence (qualité et enchères), elles sont visibles. Il s'agit donc d'un formidable outil si vous avez besoin d'une visibilité rapide.
- **Trafic qualifié grâce à un ciblage précis :** Un bon paramétrage permet de n'obtenir que du trafic qualifié et pertinent pour augmenter le taux de conversion. Grâce à Google Adwords, vous êtes en mesure de connaître les termes utilisés par les internautes pour trouver vos produits et services. Vous pouvez donc enchérir sur les mots clés les plus pertinents. Vous pouvez clairement évaluer la performance et l'efficacité de chaque mot-clé.
- **Bonne flexibilité :** Selon la période et la saisonnalité, vous pouvez faire varier votre budget et vos annonces pour dépenser plus efficacement votre budget.
- **Des résultats mesurables :** Grâce aux statistiques et au tracking, vous pourrez savoir quelles sont les annonces les plus performantes et adapter votre budget au retour sur investissement.



Le conseil d'Actusite : Améliorez votre référencement grâce à des fonctionnalités telles que la prise de rendez-vous en ligne.

Avec ce type de module, vous disposez d'une page personnalisée reprenant les informations importantes vous concernant, ce qui participe fortement à l'amélioration de votre référencement. Vous pouvez en plus intégrer le module directement sur votre site et indiquer sur votre fiche Google My Business que la prise de rendez-vous en ligne est disponible.



Conclusion

Atteindre la 1ère page sur Google n'est pas chose simple, y rester encore moins.

Georges de La Taille
Directeur associé



Les places sont chères et ceux qui les convoitent sont nombreux, et pour cause ! La 1ère page de Google offre une visibilité sans égale pour un cabinet de gestion de patrimoine.

Atteindre la 1ère page Google, oui, mais pas à n'importe quel prix ! Être en 1ère page de Google n'a pas beaucoup de sens si cela ne s'inscrit pas dans une stratégie cohérente.

Le référencement est un moyen d'établir le dialogue avec votre cible à travers les moteurs de recherche, en cherchant à la comprendre, à comprendre ses intentions de recherche et en y répondant avec pertinence. Le référencement web vous permet de guider une cible qualifiée vers votre offre. Le référencement est d'abord et avant tout un levier d'acquisition de leads et de nouveaux clients.

Si vous deviez choisir entre l'une des trois techniques de référencement à mettre en place en premier c'est sans hésitation le référencement local ! La fiche Google My Business peut-être mise en place très facilement et très rapidement. Et les résultats se font valoir rapidement également.

À propos d'Actusite

Actusite est une agence digitale spécialisée pour les professions réglementées du droit, du patrimoine et de l'assurance.

Créée en 2012 par Georges de La Taille et rejoint en 2018 par Nicolas de Poix, Actusite a pour objectif de simplifier la transition digitale des les professions réglementées. Nous accompagnons ces professionnels dans la création de leur site Internet et plus globalement dans l'élaboration et la gestion d'une stratégie de communication digitale globale. Nous nous appuyons sur notre solide connaissance de leurs métiers pour leur proposer les solutions les plus adaptées à leurs besoins.

Retrouvez-nous sur notre site Internet : www.actusite.fr

Et sur les réseaux sociaux :



Vous avez un projet et vous souhaitez en discuter ?

Par e-mail : georges@actusite.fr

Par téléphone : 01 70 61 66 10

