



Bilan de référencement

www.hotel-chambord-vichy.com

LES MOTS CLÉS

Réflexion stratégique

Le choix des mots-clés s'est fait en fonction du trafic qu'ils peuvent générer sur le site, de leur environnement concurrentiel et de leur pertinence susceptible d'amener un trafic qualifié, c'est-à-dire offrant plus d'opportunités de conversion.

Vichy propose une forte offre en matière hôtelière (50 hôtels) et de restauration (124 restaurants). Pour assurer votre visibilité sur les moteurs de recherche, il convient dans un premier temps de travailler sur des requêtes génériques, de type « hotel vichy » ou « restaurant vichy », mais également sur des requêtes dites de « longue traîne », c'est-à-dire comportant 3 ou 4 mots clés, telles que « hotel vichy pas cher ». En effet, après une requête générique l'internaute a tendance à affiner sa recherche en tapant ce type d'expressions plus qualifiée.

REQUETES ETUDIÉES

Thématique Raison Sociale

hotel chambord

Thématique Localisation

hotel vichy centre

hotel vichy gare

Thématique Hotel

hotel vichy

vichy hotel

hotel a vichy

hebergement vichy

hotel vichy pas cher

logis de france vichy

Thématique Restaurant

hotel restaurant vichy

restaurant vichy

restaurant vichy 03

resto vichy

restaurant allier

Thématique Affaires

soiree etape vichy

RAPPORT DE POSITIONNEMENT

Google.fr

Détail des positions au 11/04/15 comparées aux positions du 13/03/2015

Position	Variation	Mot Clé
1er	(=)	hotel restaurant vichy
1er	(=)	soiree étape vichy
5ème	(=)	restaurant vichy 03
5ème	(=)	restaurant vichy
5ème	(+4)	seminaire vichy
6ème	(=)	hebergement vichy
6ème	(=)	logis de france vichy
8ème	(-2)	hotel chambord
9ème	(=)	resto vichy
9ème	(=)	restaurant allier
18ème	(-1)	hotel vichy centre
22ème	(=)	hotel vichy pas cher
26ème	(-6)	vichy hotel

Position	Variation	Mot Clé
26ème	(-2)	hotel vichy
27ème	(+1)	hotel a vichy
29ème	(-12)	hotel vichy gare

■ Résultat sur la 1^{ère} page ■ résultat sur la 2^e page ■ résultat sur la 3^e page ■ résultat sur les 4^e et 5^e page

SYNTHESE DES POSITIONNEMENTS DES MOTS CLÉS

(tous outils de recherche confondus)

REQUETES	1ère Pos.	TOP 3	TOP 10	TOP 20
http://www.hotel-chambord-vichy.com	4	7	18	29
http://www.hotel-midland.com	-	2	7	22
http://www.hoteldenaples.fr	-	-	7	11
http://www.hotelmoderne-vichy.fr	-	-	2	5

1ère position : nombre de résultats en 1ère position

Top 3 : nombre de résultats dans les 3 premiers résultats

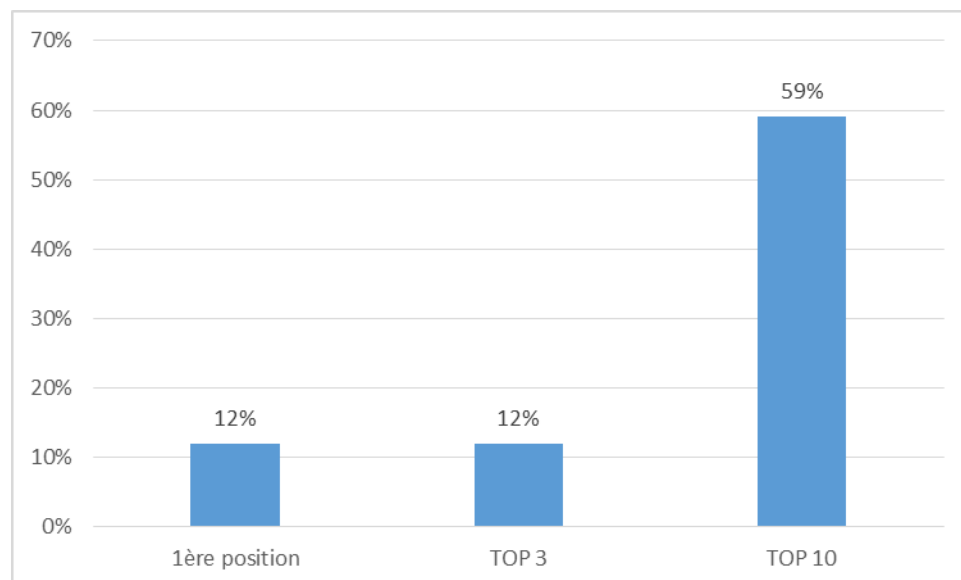
Top 10 : nombre de résultats dans les 10 premiers résultats

Top 20 : nombre de résultats dans les 20 premiers résultats

Sur les 3 moteurs de recherche principaux (Google, Yahoo et Bing), le site de l'hôtel Chambord ressort sur 18 mots clés dans le top 10, c'est-à-dire en première page de ces moteurs de recherche.

PERFORMANCE DE LA VISIBILITE

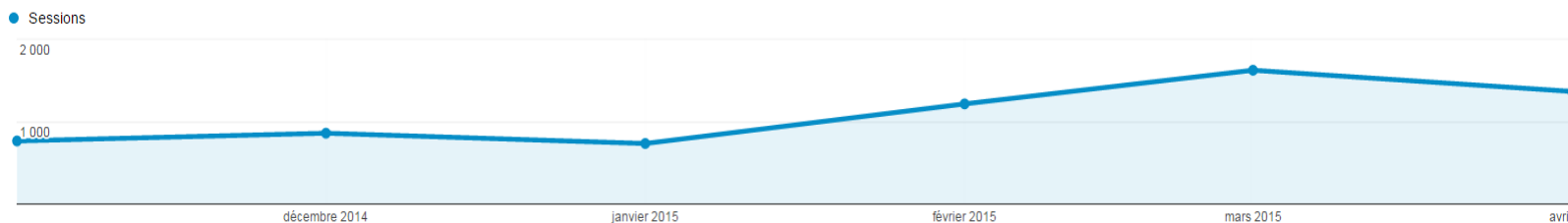
Taux de présence



59 % des mots clés sélectionnés se trouvent sur la première page du moteur de recherche Google.fr.

ANALYSE DU TRAFIC DU SITE

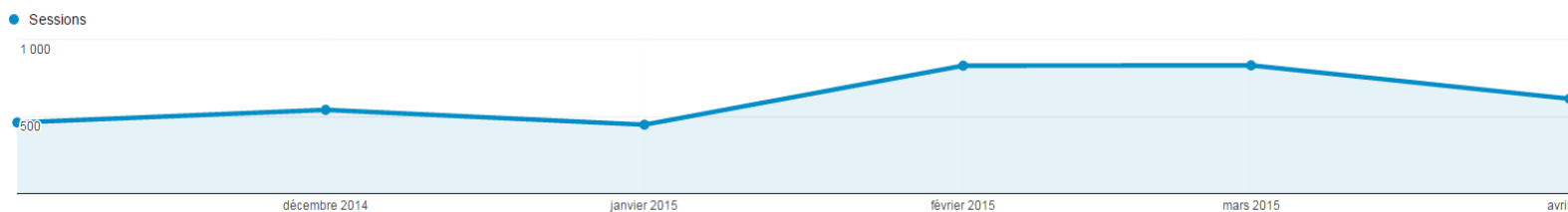
Trafic global



Source : Google Analytics / Période d'analyse : 01/11/2014 au 30/04/2015

De novembre 2014 à avril 2015, votre site a enregistré 6 559 visites, comptabilisant 29 354 pages vues consultées par 5 530 utilisateurs. Les visiteurs passent en moyenne 2 min et 4 secondes sur votre site qui enregistre 4,4 pages vues par session ce qui démontre l'intérêt des visiteurs pour les contenus de votre site. Le nombre de pages vues mensuelles s'élève à 1 093 visites, c'est en mars que votre site a enregistré le plus grand nombre de sessions, soit 1 622.

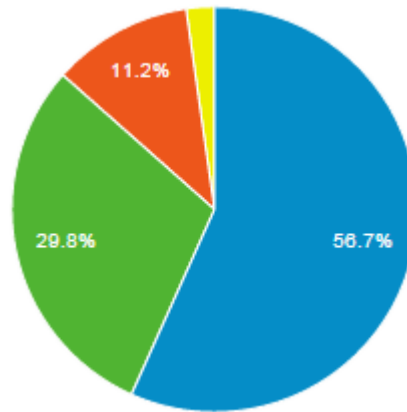
Trafic naturel



Source : Google Analytics / Période d'analyse : 01/11/2014 au 30/04/2015

La part des visites issues du trafic naturel, c'est-à-dire provenant des moteurs de recherche suit la tendance générale des visites. Votre site a comptabilisé 3 720 visites soit 56,7 % du trafic total.

Trafic par canal d'acquisition



1. Organic Search	3 720	56,72 %
2. Referral	1 956	29,82 %
3. Direct	736	11,22 %
4. Social	147	2,24 %

Source : Google Analytics / Période d'analyse : 01/11/2014 au 30/04/2015

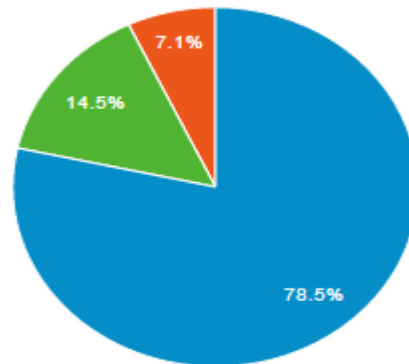
Sur la période allant du 1^{er} novembre 2014 au 30 avril 2015, la première source de trafic vers votre site provient des moteurs de recherche, à hauteur de 56,72 % soit 3 720 visites. Les internautes vous trouvent en tapant le nom de votre nom « hotel chambord » ou en tapant des requêtes excluant justement votre raison sociale, par exemple « restaurant vichy 03 ». La part des visites issues des moteurs de recherche a augmenté comparaison au dernier bilan effectué en novembre 2014, elle s'élevait alors 49,6 % contre 56,7 % actuellement.

La seconde source de trafic provient des sites référents (liens externes pointant vers votre site), et s'élève à 29,82 % du trafic soit 1 956 sessions. Parmi ces sites référents figurent : ville-vichy.fr, allier-hotels-restaurants.com, maitresrestaurateurs.com, tables-auberges.com, restaurant.michelin.fr, linternaute.com, allier-restaurants.com, petitfute.com, tables-auberges.com, allier-auvergne-tourisme.com etc.

La part issue du trafic direct, qui représente 11, 22 % de votre trafic soit 736 visites, provient des internautes qui ont saisi directement l'url de votre site dans leur moteur de recherche.

Le reste du trafic provient des réseaux sociaux (Tripadvisor, Facebook), à hauteur de 2,24 % soit 147 visites, provenant principalement de TripAdvisor.

Tarif par support



1. desktop	5 147	78,47 %
2. tablet	949	14,47 %
3. mobile	463	7,06 %

Source : Google Analytics / Période d'analyse : 01/11/2014 au 30/04/2015

21,5 % des visites effectuées sur votre site internet proviennent de tablettes et smartphones. Ce chiffre, en constante augmentation (il s'élevait lors du précédent bilan à 15,7 %), témoigne d'un changement du comportement des internautes, d'où la nécessité d'avoir un site compatible sur tout support tel que le site de l'hôtel Chambord, comme le démontre l'outil de test de compatibilité de Google :

Test de compatibilité mobile 8+1

<http://www.hotel-chambord-vichy.com/>

Parfait. Cette page est adaptée aux mobiles.

Le profil des visiteurs

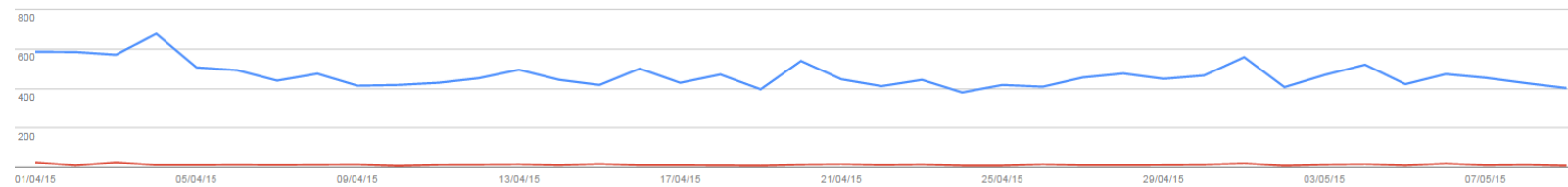
Origine géographique

France	83,03 %	Chine	0,87 %
Etats-Unis	3,17 %	Suisse	0,85 %
Russie	2,06 %	Belgique	0,75 %
Allemagne	1,10 %	Pays-Bas	0,44 %
Royaume-Uni	1,08 %	Autres	6,65 %

Source : Google Analytics / Période d'analyse : 01/11/2014 au 30/04/2015

La grande majorité des visites de votre site proviennent de France.

IMPRESSIONS GENEREES PAR LES RESULTATS DE RECHERCHE NATURELS



Source : Google Webmaster tools : période disponible : 01/04/2015 au 13/05/2015

Requêtes
318

Impressions
18 193

Clics
562

Du 1^{er} avril au 11 mai 2015, votre site s'est positionné sur 318 requêtes et est apparu 18 193 fois dans les résultats de recherches de Google, pour obtenir 562 clics. Sur ces 318 requêtes tapées par les internautes, 278 requêtes excluaient le terme « chambord », ce qui démontre de l'efficacité du référencement naturel.

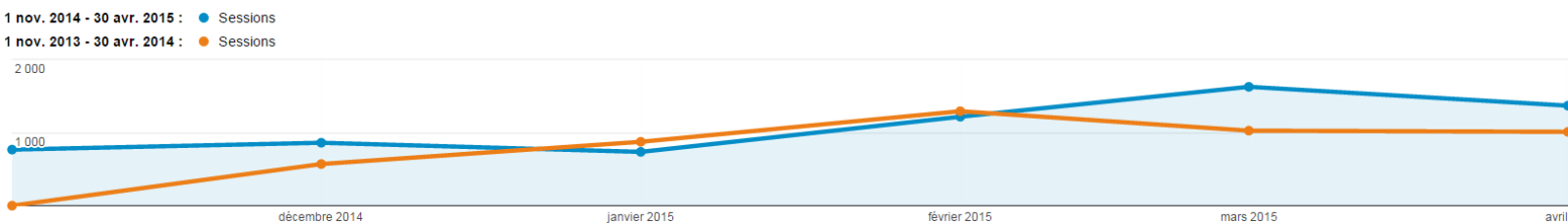
Les 15 premières requêtes sur les Webmaster Tools :

Requête	Impressions ▲
restaurant vichy	4 724
hotel chambord	1 749
vichy	761
le chambord	657
vichy restaurant	482
restaurants vichy	454
hotel vichy	365
restaurant a vichy	333
chambord	303
hotel chambord vichy	299
tette	242
restaurant vichy 03	216
hebergement vichy	211
l'escargot qui tette vichy	208
l'escargot qui tete	162

CONCLUSION

Le site de l'hôtel Chambord ressort en première page sur le moteur de recherche Google.fr sur un certain nombre de requêtes concurrentielles et génératrices de trafic, parmi lesquelles « hotel restaurant vichy » en 1^e position et « restaurant vichy » en 5^e position. La proportion des visites issues des moteurs de recherche est en constante augmentation (+ 46,05 % en comparant la même période l'année précédente) ce qui démontre la capacité des internautes à vous trouver sur les moteurs de recherche.

Il convient plus généralement de noter une forte progression des visites sur votre site en comparaison avec la même période l'année précédente (+ 37,77 %). Les visiteurs restent plus longtemps sur votre site et visitent plus de pages :



Votre site bénéficie d'une bonne visibilité pour la partie restauration (5^e position pour la requête « restaurant vichy »). En revanche sur la partie hôtel vous ressortez principalement en page 2 sur le moteur de recherche Google.fr. Des nouvelles pages de contenu optimisées, destinées principalement aux moteurs de recherche pour améliorer votre positionnement, vont prochainement être intégrées sur votre site afin de donner plus de poids à votre site. De votre côté, il est important de poster régulièrement des bons cadeaux sur votre site, Google appréciant les sites publiant des contenus régulièrement.

J'ajouterai également dans la liste des expressions travaillées les requêtes « hotel 2 étoiles vichy » ainsi que « hotel de charme vichy » qui présentent un volume de recherche intéressant par les internautes.

Un prochain bilan sera fait dans environ 6 mois.