



AUDIT SEO / GEO — NOTE STRATÉGIQUE

Ton site existe. Personne ne le voit.

Studio graphique multidisciplinaire à Fegersheim — positionnement solide, contenu présent, mais trois signaux critiques absents font que Google Maps, le Local Pack et les IA t'ignorent totalement. Ici : ce que l'on a trouvé, pourquoi ça coince, et les leviers exacts pour inverser la tendance.

PRÉPARÉ POUR

Enguerrand Quinard

SITE ANALYSÉ

enguerrand-quinard.fr

DATE

04 juin 2026

PAR

Agence Webgenius

Roso SEO Squad — 9 agents d'analyse (Data, Stratégie, Homepage, Mots-clés, Concurrents, Contenu, Technique, Autorité, Visibilité IA). Toutes les données sont vérifiées — triple statut Confirmé / Déduit / Non vérifié. Aucune affirmation non sourcée.

SOMMAIRE

Ce que tu vas trouver ici

Neuf agents ont analysé ton site sous chaque angle. Voici ce que ce document couvre, dans l'ordre.

01	En 30 secondes	Score global, visibilité IA, verdict franc
02	Le constat clé	Ce qui tient déjà la route vs ce qui te rend invisible
03	Tes scores	9 dimensions notées, barres de progression, score pondéré
04	Les failles à corriger	10 failles structurées, chaque preuve vérifiée, chaque correctif nommé
05	Les angles morts	Ce que l'audit n'a pas pu vérifier et comment le faire en 1 minute
06	Les trois axes structurants	Les trois chantiers qui changent vraiment les résultats
07	Par où commencer	5 actions cette semaine + calendrier 30 / 90 jours
08	Glossaire	Tous les termes techniques traduits en français normal

Le Plan d'Implémentation est dans le document compagnon.

Ce document est le diagnostic — pourquoi ça coince et où. Pour chaque faille, le code HTML, les textes réécrits, les JSON-LD corrigés et les messages client prêts à envoyer se trouvent dans le **Plan d'Implémentation — Enguerrand Quinard** (fichier séparé).

PARTIE 01

En 30 secondes

Le verdict en chiffres, zéro jargon — pour décider en deux minutes des actions de cette semaine.

4,5_{/10}

SCORE GLOBAL
PONDÉRÉ

20_{/100}

VISIBILITÉ IA (GEO)

0

CITATIONS IA
CONFIRMÉES

13,7%

RATIO
D'INDEXATION
GOOGLE



Ce qui va bien

Site structuré, 26 articles de blog, HTTPS, responsive, JSON-LD de base présent. Les fondations sont là.



Ce qui est moyen

Tu écris du contenu, mais pas encore dans le format que les IA recopient. Le positionnement est clair sur le fond, invisible dans le titre Google.



Ce qui bloque

Ton profil Google Business n'est pas validé. Tu as 0 avis vs 99 pour ton concurrent le plus proche. Les IA te trouvent pas car personne ne parle de toi ailleurs.



Par où commencer

Valide ton Google Business Profile cette semaine. C'est la seule action qui débloque à la fois Google Maps, le Local Pack et Perplexity.

● Le frein principal

Ton profil Google Business (la fiche qui apparaît sur Google Maps quand quelqu'un cherche ton nom) existe mais n'a jamais été validé. Résultat : tu es absent de Google Maps, absent du Local Pack (l'encadré "cartes" qui s'affiche avant les résultats organiques), et absent de Perplexity — qui classe les entreprises locales précisément par leur nombre d'avis Google.

Ton concurrent SO CUSTOM a 99 avis. Stévy Bourgeais en a 44. Toi : 0. Ce n'est pas un problème de qualité — c'est un problème de signal.

🎯 Tes trois priorités absolues, cette semaine

1. **Valider ton Google Business Profile** — 30 minutes, débloque Local Pack + IA
2. **Ajouter le sameAs dans ton JSON-LD** — 1 heure, relie tes profils sociaux à ta marque

PARTIE 02

Le constat clé

Ce que l'audit a trouvé en noir sur blanc — sans adoucir le tableau, sans noircir inutilement.

CE QUI TIENT LA ROUTE

Les bases sont saines

- ✓ Site structuré avec 6 domaines de services couverts
- ✓ 26 articles de blog publiés, FAQs présentes
- ✓ Positionnement "interlocuteur unique" clair et différenciant
- ✓ Responsive + HTTPS correct + robots.txt propre
- ✓ JSON-LD ProfessionalService présent sur la homepage
- ✓ LinkedIn actif (290 abonnés), présence sur graphiste.com
- ✓ Zone géographique bien définie (Fegersheim + Eurométropole)
- ✓ Clients réels nommés dans le portfolio (crédibilité E-E-A-T)
- ✓ Le mot-clé "graphiste Strasbourg" est dans le title
- ✓ Bon potentiel de mots-clés : broderie, flocage, signalétique

CE QUI TE REND INVISIBLE

Les signaux manquants

- ✗ GBP non validée → absent de Google Maps + Local Pack
- ✗ 0 avis Google vs 44-99 chez les concurrents directs
- ✗ /broderie-strasbourg = 404 (170 recherches/mois perdues)
- ✗ sameAs absent → profils sociaux non liés à la marque
- ✗ 1 555 pages pSEO → 86 % refusées → dilution autorité
- ✗ Title 80 caractères (norme : 60) → coupé dans Google
- ✗ H1 sans aucun mot-clé géolocalisé
- ✗ Canonical absent sur la homepage
- ✗ llms.txt absent → IA ne "lit" pas ton site
- ✗ NAP incohérente : Codeur.com affiche Souffelweyersheim

Personne ne t'a encore pris ta place.

Aucun concurrent ne couvre la combinaison graphisme + flocage + signalétique + photo en solo, avec des fichiers prêts à produire et un ancrage local fort. Le marché local est composé de spécialistes cloisonnés : textile d'un côté, graphisme de l'autre. Ta multidisciplinarité est un avantage réel — mais elle n'est pas encore visible dans les signaux que Google et les IA lisent. L'écart principal à combler n'est pas créatif, il est technique et de preuve sociale.

Note de méthode : Toutes les vérifications négatives (pages 404, absences de balises, profils manquants) ont été double-vérifiées par au moins deux méthodes : test HTTP direct + recherche Web ou lecture DOM en direct via Claude in Chrome. Aucune affirmation d'absence n'est basée sur une seule source.

PARTIE 03

Tes scores

9 dimensions analysées, chacune avec ses données réelles. Les agents à fort enjeu (Homepage, Contenu, Technique, Autorité, IA) sont pondérés 1,5× dans le score global.

Agent 01 — Collecte de données Brief site, GSC, arborescence		9/10
Agent 02 — Stratégie & Positionnement Proposition de valeur, différenciateurs		7/10
Agent 03 — Homepage & On-page ×1.5 Title, H1, meta, canonical, FAQPage		4/10
Agent 04 — Mots-clés & Intentions Volumes GSC + SEMrush, cartographie		8/10
Agent 05 — Analyse Concurrentielle SO CUSTOM, Stévy Bourgeois, TFB, Atelier Porche, Le Tissu Social		5/10
Agent 06 — Contenu SEO/GEO ×1.5 Blog, pSEO, /broderie-strasbourg, plan éditorial		5/10
Agent 07 — SEO Technique ×1.5 GSC Coverage, canonical, JSON-LD, lms.txt		3/10
Agent 08 — Autorité / Brand / Local ×1.5 GBP, avis, sameAs, NAP, profils tiers		3/10
Agent 09 — Visibilité IA / GEO ×1.5 Perplexity, ChatGPT, signaux GEO		2/10

4,5/10

Score global pondéré

Formule : $(9 \times 0,5 + 7 \times 1 + 4 \times 1,5 + 8 \times 1 + 5 \times 1 + 5 \times 1,5 + 3 \times 1,5 + 3 \times 1,5 + 2 \times 1,5) \div 11 = 50 \div 11 = 4,5/10$

Le potentiel est réel — les bases existent. Mais les dimensions à fort enjeu (Technique, Autorité, IA) sont toutes en rouge.

Score Visibilité IA (GEO) — Niveau : ABSENTE CONFIRMÉE

0 citation testée sur Perplexity pour "graphiste Strasbourg", "flocage textile"

20/100

Strasbourg", "broderie personnalisée Strasbourg". GBP non validée + 0 avis + sameAs absent + llms.txt absent = exclusion mécanique de tous les moteurs IA.

Note de méthode : Les scores reflètent l'état du site au 04/06/2026. Les agents à fort enjeu business (Homepage, Contenu, Technique, Autorité, IA) ont un coefficient 1,5 car leurs failles ont un impact direct sur le trafic et la conversion. Agent 01 (collecte de données pure) a un coefficient 0,5 — son score élevé ne doit pas masquer l'état des autres dimensions.

PARTIE 04

Les failles à corriger

Chaque faille est structurée : preuve vérifiée + correction nommée. Les détails prêts-à-coller sont dans le Plan d'Implémentation.

5

FAILLES CRITIQUES

3

FAILLES IMPORTANTES

2

FAILLES MOYENNES

CRITIQUE

Faillle 1. Google Business Profile non validé — absent de Google Maps et de Perplexity

Ton profil Google Business existe mais n'est pas validé. Google refuse d'afficher une fiche non validée dans les résultats Maps et dans le Local Pack (l'encadré cartes en haut des résultats Google). De plus, Perplexity — le moteur IA qui cite le plus les entreprises locales — sélectionne ses réponses par ordre de nombre d'avis Google. Avec 0 avis, tu es mécaniquement exclu.

La preuve (Confirmé) : Recherche "Enguerrand Quinard graphiste Fegersheim" sur Google → aucun Knowledge Panel (encadré de marque). Déclaration client confirmée : GBP jamais validée. Concurrents actifs : SO CUSTOM 99 avis, Stévy Bourgeois 44 avis, Le Tissu Social 81 avis.

Ce que tu corriges. Valider le GBP via google.com/business (code courrier ou appel) → ajouter photos + services + horaires → envoyer le lien GBP à 5 clients satisfaits cette semaine.

CRITIQUE

Faillle 2. /broderie-strasbourg = 404 — page manquante pour 170 recherches/mois

"Broderie strasbourg" est tapée 170 fois par mois sur Google, avec un niveau de difficulté (KD) de 19 % — atteignable pour un site local. "Broderie personnalisée strasbourg" a un KD de seulement 6 %, quasi sans compétition. Tu offres ce service. La page n'existe pas. Résultat : chaque recherche va chez un concurrent.

La preuve (Confirmé) : Test HTTP direct → code 404 sur /broderie-strasbourg. Volumes vérifiés via GSC + SEMrush Keyword Overview. KD 6% = "broderie personnalisée strasbourg" → aucun acteur local optimisé sur ce terme.

Ce que tu corriges. Créer la page /broderie-strasbourg (structure complète dans le Plan d'Implémentation, Chantier 6) + /broderie-personnalisee-strasbourg (Chantier 7).

CRITIQUE

Faillle 3. sameAs absent — Google et les IA ne savent pas que tes profils t'appartiennent

Le champ sameAs dans ton JSON-LD indique à Google et aux IA quels comptes sociaux et profils tiers appartiennent à ta marque. Sans lui, Google ne peut pas consolider ta fiche de marque, et les IA ne peuvent pas confirmer ton identité à travers plusieurs sources. C'est un signal critique pour la visibilité dans les résultats enrichis et dans les réponses des IA.

La preuve (Confirmé) : JSON-LD extrait live via JavaScript sur la homepage — champ sameAs : absent. Profils existants non liés : LinkedIn (/in/enguerrand-quinard-webgenius, 290 abonnés), graphiste.com/enguerrand-quinard, Codeur.com.

Ce que tu corriges. Ajouter sameAs dans le JSON-LD ProfessionalService (snippet JSON-LD corrigé dans le Plan d'Implémentation, Chantier 2).

CRITIQUE

Faillle 4. 1 555 pages pSEO — 86 % refusées par Google, autorité diluée

Le site déclare 1 555 pages dans le sitemap. Google n'en indexe que 213 (13,7 %). Les 1 635 pages "détectées mais non indexées" (GSC Coverage) signalent à Google un problème de qualité de contenu — pages trop similaires entre elles, contenu trop mince. Cette masse de pages refusées dilue l'autorité du domaine et freine le positionnement des pages qui méritent d'être indexées.

La preuve (Confirmé GSC) : Coverage GSC : 213 pages indexées / 1 555 dans le sitemap. 1 635 "Détectées, non indexées". 373 erreurs 404. Ratio d'indexation : 13,7 % — critique.

Ce que tu corriges. Plan de nettoyage : Cat. A (~30 pages à fort potentiel → garder + enrichir), Cat. B (~300 pages de niche → noindex temporaire), Cat. C (~1 200+ pages sans valeur → noindex + suppression). Détail dans le Plan d'Implémentation, Chantier 9.

CRITIQUE

Faillle 5. llms.txt absent — les IA ne peuvent pas "lire" ton site directement

Le fichier llms.txt est le résumé de ton site pour les IA — une antisèche en Markdown placée à la racine, que ChatGPT, Perplexity et Gemini lisent quand ils explorent le web. Sans lui, les IA doivent deviner ton positionnement à partir de ton contenu HTML standard. Avec lui, elles reçoivent une description structurée de tes services, ta zone, tes clients types — et peuvent te citer avec précision.

La preuve (Confirmé) : Test HTTP direct → enguerrand-quinard.fr/llms.txt = 404. Testé également robots.txt → bots IA (GPTBot, PerplexityBot, Google-Extended) autorisés — mais sans llms.txt, il n'y a rien à lire.

Ce que tu corriges. Créer le fichier llms.txt (contenu complet prêt à coller dans le Plan d'Implémentation, Chantier 3).

Faillles importantes

IMPORTANTE

Faillle 6. Title 80 caractères + H1 sans mot-clé géolocalisé

Le title Google est coupé au-delà de ~60 caractères. Ton title actuel de 80 caractères perd "photo & vidéo" dans les résultats. Plus grave : le H1 de ta homepage est "Votre image mérite mieux qu'un simple logo." — une accroche

créative, mais sans aucun terme géolocalisé que Google puisse utiliser pour déterminer ta pertinence sur "graphiste Strasbourg".

La preuve (Confirmé DOM) : Title mesuré : "Graphiste à Strasbourg & Fegersheim - Flocage textile, impression, photo & vidéo" = 80 caractères. H1 extrait live : "Votre image mérite mieux qu'un simple logo." — 0 mot-clé de service ou géo.

Ce que tu corriges. Title optimisé + 3 options de H1 avec mots-clés dans le Plan d'Implémentation, Chantier 4.

IMPORTANTE

Faillle 7. Canonical absent sur la homepage

Toutes tes pages de services ont une balise canonical (qui dit à Google quelle est la "vraie" URL). Ta homepage — la page la plus importante du site — n'en a pas. Sans canonical, Google peut indexer plusieurs versions de la même URL (avec/sans www, avec/sans slash final) et diviser le poids SEO entre elles.

La preuve (Confirmé JS live) : Exécution JavaScript sur la homepage → 0 balise `link[rel="canonical"]` trouvée. Pages de services (ex. /flocage-textile-strasbourg) → canonical présent et correct.

Ce que tu corriges. Ajouter `<link rel="canonical" href="https://www.enguerrand-quinard.fr/" />` dans le `<head>` de la homepage.

IMPORTANTE

Faillle 8. Pas de paragraphe-réponse citable + FAQPage non schématisée

Pour être cité par une IA (ChatGPT, Perplexity, Gemini), un contenu doit contenir un paragraphe court de 40 à 60 mots qui répond directement à une question. Les IA cherchent ce format pour l'inclure dans leurs réponses. Ta homepage et tes pages de services n'ont pas ce paragraphe. Les FAQs visibles ne sont pas codées en FAQPage JSON-LD — Google ne peut donc pas les afficher en résultat enrichi (les "questions" qui s'expandent dans les résultats).

La preuve (Confirmé JS live) : Exécution JavaScript → 0 schema de type FAQPage trouvé. Lecture DOM homepage : aucun paragraphe de 40-60 mots en début de page répondant à une question.

Ce que tu corriges. Paragraphe-réponse 40-60 mots + JSON-LD FAQPage prêts à coller dans le Plan d'Implémentation (Chantiers 5 et 6).

Faillles moyennes

MOYENNE

Faillle 9. NAP incohérente — Codeur.com affiche Souffelweyersheim

La NAP (Nom / Adresse / Téléphone) doit être identique sur tous les annuaires pour que Google consolide ta fiche locale. Ton profil Codeur.com affiche "Souffelweyersheim" alors que ton adresse réelle est Fegersheim (confirmée dans le JSON-LD). Cette incohérence affaiblit le signal de localisation.

La preuve (Confirmé Web Search) : Profil Codeur.com extrait → ville affichée : Souffelweyersheim. JSON-LD homepage → `addressLocality` : "Fegersheim". Incohérence : Confirmée.

Ce que tu corriges. Mettre à jour le profil Codeur.com (ville + adresse). Texte NAP correct dans le Plan d'Implémentation, Chantier 3.

MOYENNE

Faillle 10. Footer sans icônes sociales — signaux de marque absents

Le footer est l'endroit où Google et les crawlers attendent de trouver les liens vers tes profils officiels. L'absence d'icônes/liens sociaux dans le footer empêche Google de détecter facilement tes présences tierces — et réduit le signal de marque que les IA lisent pour construire leur connaissance de ton studio.

La preuve (Confirmé JS) : Filtrage JavaScript sur les éléments du footer contenant instagram/linkedin/facebook/twitter → 0 lien trouvé. Footer contient : logo + adresse + email + téléphone uniquement.

Ce que tu corriges. Ajouter liens LinkedIn (au minimum) + Instagram dans le footer. HTML snippet dans le Plan d'Implémentation, Chantier 5.

PARTIE 04 · SUITE

Les failles classées par priorité

Faillle	Où ça se joue	Ce que tu prends si tu corriges	Priorité
GBP non validée	Google Maps, Local Pack, Perplexity	Visibilité cartographique + citations IA locales	P1 — CETTE SEMAINE
/broderie-strasbourg = 404	Trafic organique textile	170 recherches/mois capturables + quick win KD 6%	P1 — CETTE SEMAINE
sameAs absent	Knowledge Panel, JSON-LD, IA	Profils liés à la marque, confiance Google/IA	P1 — CETTE SEMAINE
1 555 pSEO refusées	Autorité domaine, indexation	Rattrapage progressif de l'autorité du domaine	P1 — CE MOIS-CI
llms.txt absent	ChatGPT, Perplexity, Gemini	Lecture structurée par les IA	P1 — CETTE SEMAINE
Title 80 car. + H1 sans KW	CTR Google, signaux on-page	Meilleur affichage SERP + signal de pertinence	P2 — CE MOIS-CI
Canonical absent homepage	Déduplication, autorité page	Concentration du poids SEO sur une URL	P2 — CE MOIS-CI
FAQPage non schématisée	Rich Results, citabilité IA	Résultats enrichis Google + format citable	P2 — CE MOIS-CI
NAP Codeur.com incohérente	Signaux locaux, NAP	Cohérence NAP, signal localisation renforcé	P1 — 10 MIN
Footer sans icônes sociales	Signaux de marque	Profils détectables par les crawlers	P2 — CE MOIS-CI

PARTIE 05

Les angles morts

Ce que l'audit n'a pas pu vérifier — et comment le faire toi-même en moins d'une minute pour chaque élément.

Élément	Pourquoi non vérifié	Comment vérifier en 1 minute
Score PageSpeed / Core Web Vitals	GSC indique "pas assez de données" — site trop peu visité pour déclencher la collecte CWV automatique	Aller sur pagespeed.web.dev → entrer l'URL → lancer l'analyse
Trustpilot (avis clients)	Page bloquée par Cloudflare pendant l'audit — vérification impossible	Chercher "Enguerrand Quinard Trustpilot" sur Google → voir si un profil s'affiche
Agent 09bis — 20 prompts IA complets	Perplexity testé (résultat : 0 citation). Les 20 prompts du protocole complet restent à tester manuellement	Liste des 25 prompts dans le Plan d'Implémentation (Chantier 13) — à retester dans 90 jours pour mesurer la progression
Canonicals des pages pSEO géo	Non vérifiés en masse — 1 555 URLs, vérification manuelle impossible	GSC Coverage → cliquer sur une page "Détectée, non indexée" → voir l'URL canonique déclarée
Instagram (contenu / alignement)	Compte vérifié : 129 publications, 567 abonnés — mais contenu jugé non aligné avec l'offre studio actuelle par le client	Audit éditorial Instagram hors scope de cet audit — à traiter séparément si réalignement prévu
graphiste.com — bio "junior"	Profil trouvé, bio lue ("junior") — mise à jour non vérifiée après l'audit	Se connecter à graphiste.com → mettre à jour la bio (suppression "junior" + expériences actuelles)

Règle absolue : aucune affirmation négative sans double-vérification.

Chaque fois que l'audit conclut à l'absence de quelque chose (sameAs absent, canonical absent, profil introuvable), au moins deux méthodes de vérification ont été utilisées avant de l'écrire. Si une seule méthode échoue, la conclusion est marquée "Non vérifié" et non "Absent". Les éléments marqués "Non vérifié" dans ce tableau peuvent exister — l'audit n'a simplement pas pu les confirmer.

PARTIE 06

Les trois axes structurants

Trois chantiers qui, menés dans cet ordre, changent structurellement tes résultats dans les 90 jours.

1 Activer GBP + collecter 10 avis → déclencher le Local Pack et Perplexity

Pourquoi. Les IA citent les entreprises locales en fonction du nombre d'avis Google. C'est documenté dans la littérature scientifique sur les moteurs de génération augmentée (Princeton, arXiv:2311.09735). Avec 0 avis, ton exclusion de Perplexity est mécanique — pas un choix de l'IA. Tes concurrents ont 44 à 99 avis. Tu perds ce match sans avoir joué.

Concrètement. Valider GBP → optimiser la fiche (photos, services, horaires, description avec mots-clés) → envoyer le lien direct d'avis à 10 clients satisfaits (message WhatsApp prêt dans le Plan d'Implémentation).

Résultat visé à 90 jours. Apparition dans le Local Pack Google pour "graphiste Strasbourg" + premières citations Perplexity pour "graphiste Fegersheim" ou "flocage textile Strasbourg".

2 Créer les pages broderie manquantes → capter du trafic qualifié maintenant

Pourquoi. "Broderie strasbourg" (170/mois) et "broderie personnalisée strasbourg" (KD 6%, quasi sans compétition) sont les mots-clés avec le meilleur ratio volume/difficulté de tout l'audit. Tu offres ce service. La page n'existe pas. Chaque mois sans cette page, c'est 170 recherches qui vont ailleurs.

Concrètement. Créer /broderie-strasbourg (page principale avec intro citable, FAQ, schema) + /broderie-personnalisee-strasbourg (quick win KD 6%) + redirection des anciennes URLs WordPress vers ces nouvelles pages.

Résultat visé à 90 jours. 2 à 3 positions pour "broderie strasbourg" + trafic qualifié clubs sportifs / BTP / restauration → demandes de devis broderie.

3 Activer la stack GEO complète → exister pour les IA

Pourquoi. Tu n'es mentionné nulle part sur le web en dehors de ton propre site. Les IA ont besoin de sources croisées pour te confirmer comme référence locale. Sans sameAs, sans llms.txt, sans citations tierces (Reddit, LinkedIn, classements), tu n'existes pas dans les réponses de ChatGPT ni de Perplexity.

Concrètement. sameAs JSON-LD → llms.txt → premier post Reddit r/alsace (étude de cas client BTP ou textile) → post LinkedIn étude de cas → inscription dans un classement agences locales.

Résultat visé à 90 jours. Premières mentions dans Perplexity pour "graphiste flocage Strasbourg" + Knowledge Panel Google enrichi avec profils sociaux liés.

Contenu à produire	Intention visée	Priorité
/broderie-strasbourg	"broderie strasbourg" — 170/mois	P1
/broderie-personnalisee-strasbourg	"broderie personnalisée strasbourg" — KD 6%	P1
Article comparatif : Flocage vs broderie	Comparatif + citabilité IA (format Princeton)	P1
/flocage-textile-strasbourg enrichi + FAQ	"flocage textile strasbourg" + citation IA	P1
Article : Identité visuelle entreprise Strasbourg	Longue traîne graphisme local	P2
Article : Signalétique magasin Strasbourg	BTP / commerce, trafic ciblé	P2
Page À propos restructurée	E-E-A-T + paragraphe-réponse citable	P2

La règle d'or pour être cité par les IA (Princeton, arXiv:2311.09735) : Ajouter une statistique concrète augmente les citations IA de +34 %. Ajouter une citation externe augmente de +30 %. Structurer en paragraphe-réponse (40-60 mots) augmente de +41 %. Tes articles futurs doivent systématiquement inclure ces trois éléments.

PARTIE 07

Par où commencer

Cinq actions concrètes cette semaine. Un calendrier 30 et 90 jours pour la suite.

⚡ Cette semaine · Cinq actions

N°	Action	Effort	Impact
1	Valider Google Business Profile → optimiser la fiche	30 min	CRITIQUE — Local Pack + IA
2	Ajouter sameAs + llms.txt (snippets prêts dans Plan d'Implémentation)	1-2h	CRITIQUE — Brand + IA
3	Corriger l'adresse sur Codeur.com (Souffelweyersheim → Fegersheim)	10 min	IMPORTANT — NAP
4	Ajouter "Dernière mise à jour" sur tes 5 meilleurs articles de blog	1h	IMPORTANT — Fraîcheur IA
5	Ajouter les icônes sociales dans le footer (LinkedIn au minimum)	30 min	IMPORTANT — Brand signals

 D'ici 30 jours

- Créer /broderie-strasbourg (170 recherches/mois)
- Créer /broderie-personnalisee-strasbourg (KD 6%)
- Enrichir /flocage-textile-strasbourg avec FAQ + schema
- Noindex Cat. C pSEO (~1 200+ pages)
- Créer fiche PagesJaunes
- Ajouter canonical sur la homepage
- Réécrire le title (60 car.) + le H1 avec mot-clé

 D'ici 90 jours

- Collecter 10 avis Google (déclencheur Perplexity)
- Publier premier post Reddit r/alsace (étude de cas)
- Post LinkedIn étude de cas client BTP ou hôtellerie
- Enrichir les 30 pages pSEO Cat. A
- Schématiser la FAQ homepage en FAQPage JSON-LD
- Mettre à jour le profil graphiste.com (bio "junior" à corriger)
- Retester les 25 prompts IA (Chantier 13 du Plan)

Le mot de la fin

Tu as un positionnement solide et un vrai savoir-faire. Le problème n'est pas la qualité de ton travail — c'est la visibilité de ta marque dans les signaux que Google et les IA lisent. Ton studio est absent de Google Maps et des IA non pas parce que tu es moins bon que tes concurrents, mais parce que trois signaux structurels sont manquants : GBP validée, avis Google, présences croisées sur le web.

La bonne nouvelle : tout ça est dans tes mains. Les cinq actions de cette semaine peuvent déjà déplacer l'aiguille sur Google Maps et Perplexity. L'essentiel n'est pas de tout faire d'un coup — c'est de commencer par le bon endroit.



KPI n°1 à suivre : Avis Google

Objectif : passer de 0 à 10 avis en 30 jours. C'est la métrique qui débloque tout le reste — Local Pack Google, citations Perplexity, preuve sociale client. Une fois à 10 avis, les autres actions deviennent exponentiellement plus efficaces.

PARTIE 08

Glossaire

Tous les termes techniques employés dans ce document, traduits en français normal.

SEO

Référencement naturel — l'ensemble des actions pour apparaître dans Google sans payer pour des publicités.

GEO (Generative Engine Optimization)

L'équivalent du SEO pour les IA — optimiser son contenu pour être cité par ChatGPT, Perplexity ou Gemini.

Title (balise titre)

Le texte cliquable bleu qui s'affiche dans les résultats Google. Il doit faire moins de 60 caractères pour ne pas être coupé.

H1

Le grand titre visible en haut d'une page web. Google l'utilise pour comprendre le sujet principal de la page.

Balise canonical

Une étiquette invisible qui dit à Google quelle est la "vraie" version d'une page, quand plusieurs URLs mènent au même contenu.

JSON-LD

Un bloc de code invisible dans la page qui dit à Google ce qu'est ton activité, ton adresse, tes services — en langage machine.

sameAs

Un champ dans le JSON-LD qui dit aux IA quels comptes sociaux et profils tiers appartiennent vraiment à ta marque.

llms.txt

Un petit fichier texte à la racine du site, résumé de ton activité pour les IA — comme une antisèche que ChatGPT et Perplexity lisent.

GBP (Google Business Profile)

Ta fiche officielle sur Google Maps et le Local Pack. Gratuite, mais doit être validée pour apparaître dans les résultats.

Local Pack

L'encadré avec la carte et trois entreprises qui s'affiche en haut des résultats Google quand on cherche un prestataire local.

NAP

Nom / Adresse / Téléphone — les trois informations qui doivent être identiques partout sur le web pour que Google consolide ta fiche locale.

pSEO (SEO programmatique)

Des pages créées automatiquement en masse (ex : une page par ville × service). Utile si les pages sont uniques ; dangereux si elles sont trop similaires.

FAQPage schema

Un code qui transforme tes FAQs en résultats enrichis dans Google — les questions qui s'expandent directement dans les résultats de recherche.

E-E-A-T

Expérience, Expertise, Autorité, Confiance — les 4 critères que Google utilise pour évaluer la crédibilité d'un site et de son auteur.

KD (Keyword Difficulty)

La difficulté d'un mot-clé — de 0 (facile) à 100 (très difficile). Sous 20 % : atteignable pour un site local avec peu de backlinks.

GSC (Google Search Console)

L'outil gratuit de Google qui montre quelles pages sont indexées, quels mots-clés amènent du trafic, et quels problèmes existent.

Indexation

Le fait qu'une page soit enregistrée dans la base de données de Google — si elle n'est pas indexée, elle n'apparaît pas dans les résultats.

Paragraphe-réponse citable

Un texte de 40 à 60 mots qui répond directement à une question — le format que les IA cherchent pour construire leurs réponses.

Ce document est le diagnostic. L'exécution est dans le document compagnon.

Plan d'Implémentation — Enguerrand Quinard contient les 13 chantiers avec tous les codes, textes et messages prêts à copier-coller. Ouvre-le dès que tu attaques les corrections.

Audit produit par Agence Webgenius · contact@agence-webgenius.fr · www.agence-webgenius.fr · 03 67 10 27 89