

ATELIER VISIBILITÉ WEB

« Êtes-vous vraiment séduisant...?
LES INDISPENSABLES POUR UNE BONNE VISIBILITÉ EN LIGNE »

Mardi 21 avril 2026



SOMMAIRE

01. Faisons connaissance !

02. Analyser votre visibilité en ligne

03. Définir une base de mots ou de phrases clés

04. Travailler son référencement local

05. Auditer son site sur un volet Séduction

06. Revoir sa stratégie webmarketing pour bien se positionner

07. Derniers conseils



01
FAISONS CONNAISSANCE !

Présence en ligne de Combrailles Auvergne Tourisme



Mélanie

Je travaille à l'Office de tourisme depuis 18 ans, et je suis en charge de notre site internet et de l'accompagnement numérique (vente en ligne).

Notre présence en ligne

Un **site internet**, www.combrailles-auvergne-tourisme.fr : + de 385 000 visites en 2025

Une présence active sur **Facebook** et sur **Instagram**

4 fiches Google pour nos bureaux de tourisme

Une présence moins active sur Youtube et développement de Linkedin.

Des actions marketing ciblées via **mailings**.

Présence de la destination sur des sites annuaires, la presse, des partenariats comme Outdoor active…



Et vous ???

- Qui a un hébergement ?
- Un restaurant ?
- Propose des visites ou activités ?
- Est en charge d'une collectivité ?

Côté Web...

- Qui a un site internet ?
- Qui a une fiche Google ?
- Qui anime ses réseaux sociaux ?

Pourquoi c'est important ?

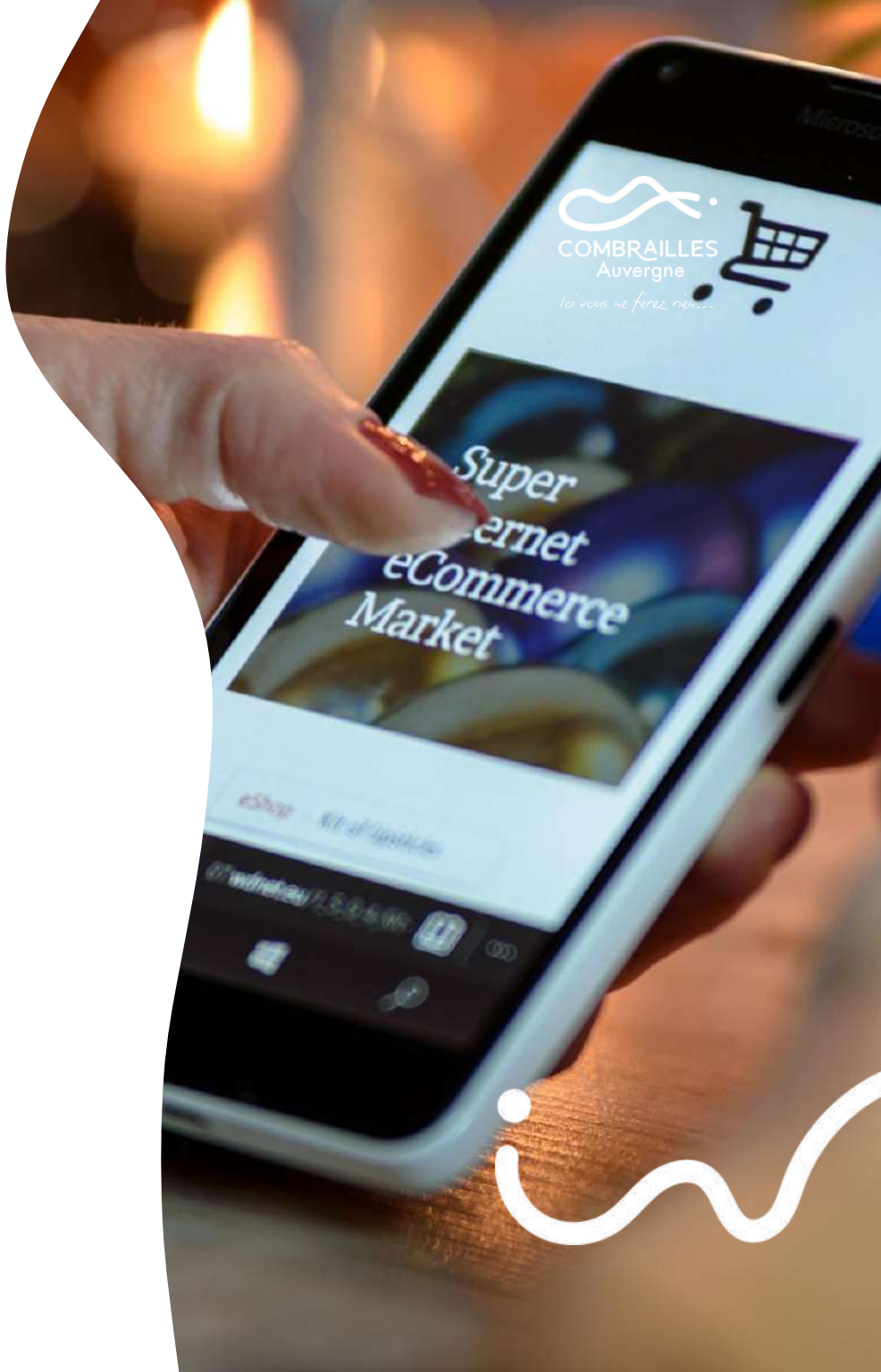
Chaque année, on observe une **augmentation de la préparation des vacances sur internet** :

en 2025, **78% des français partis en vacances ou court séjour ont préparé leurs séjours et loisirs en ligne**, et **66% des Français partis ont réservé en ligne** tout ou partie des prestations de leurs séjours de loisirs (contre 62% en 2024) :

26 millions de Français ont ainsi réservé en ligne, soit deux millions de plus qu'un an plus tôt. (Baromètre Opodo - Cabinet Raffour interactif)

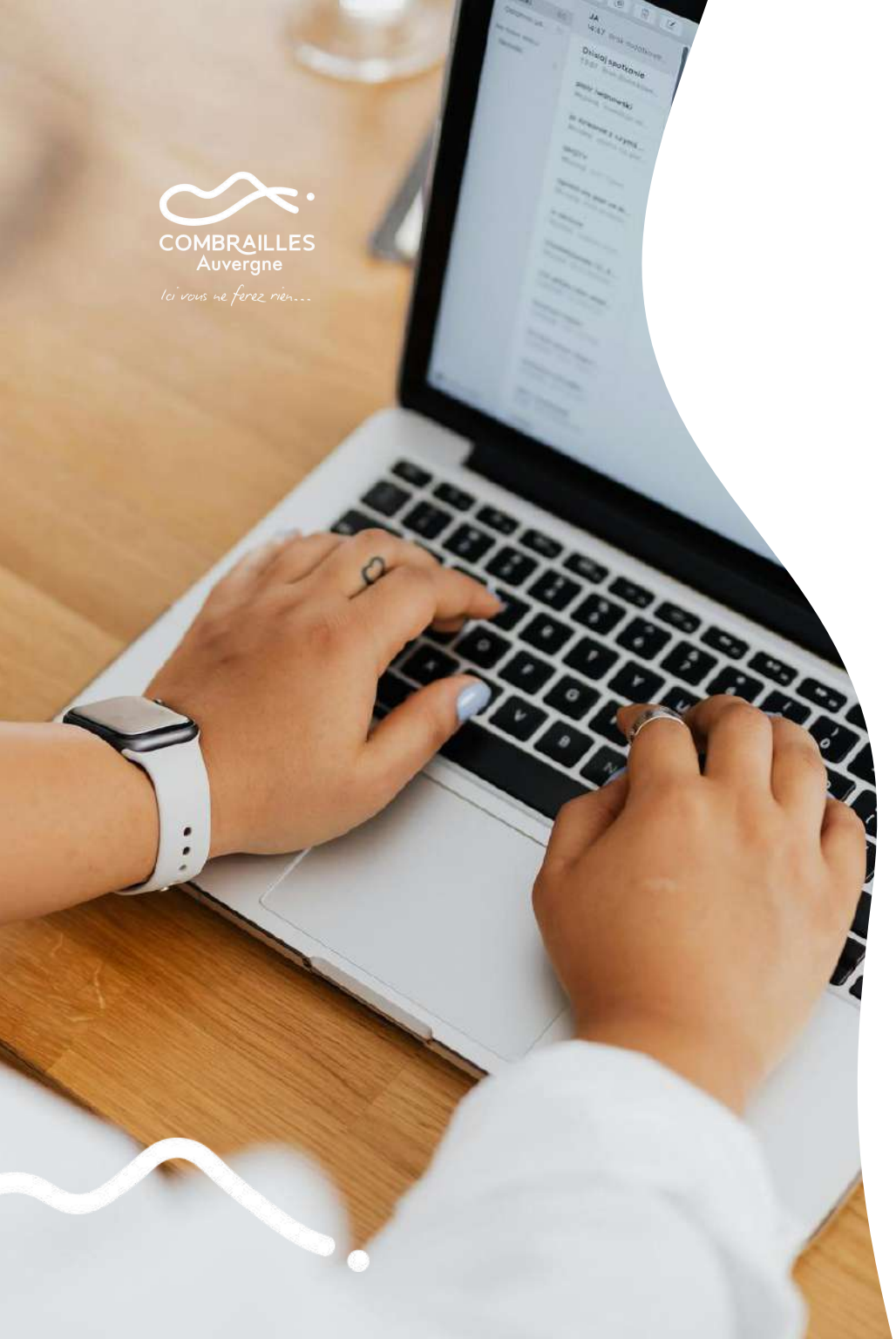
+ de 70% de consultation depuis un smartphone, même chiffres pour la réservation en ligne.

On ne va pas voir le référencement technique, plutôt les bases pour être efficace… Une bonne visibilité, c'est plein de petits éléments mis bout à bout !





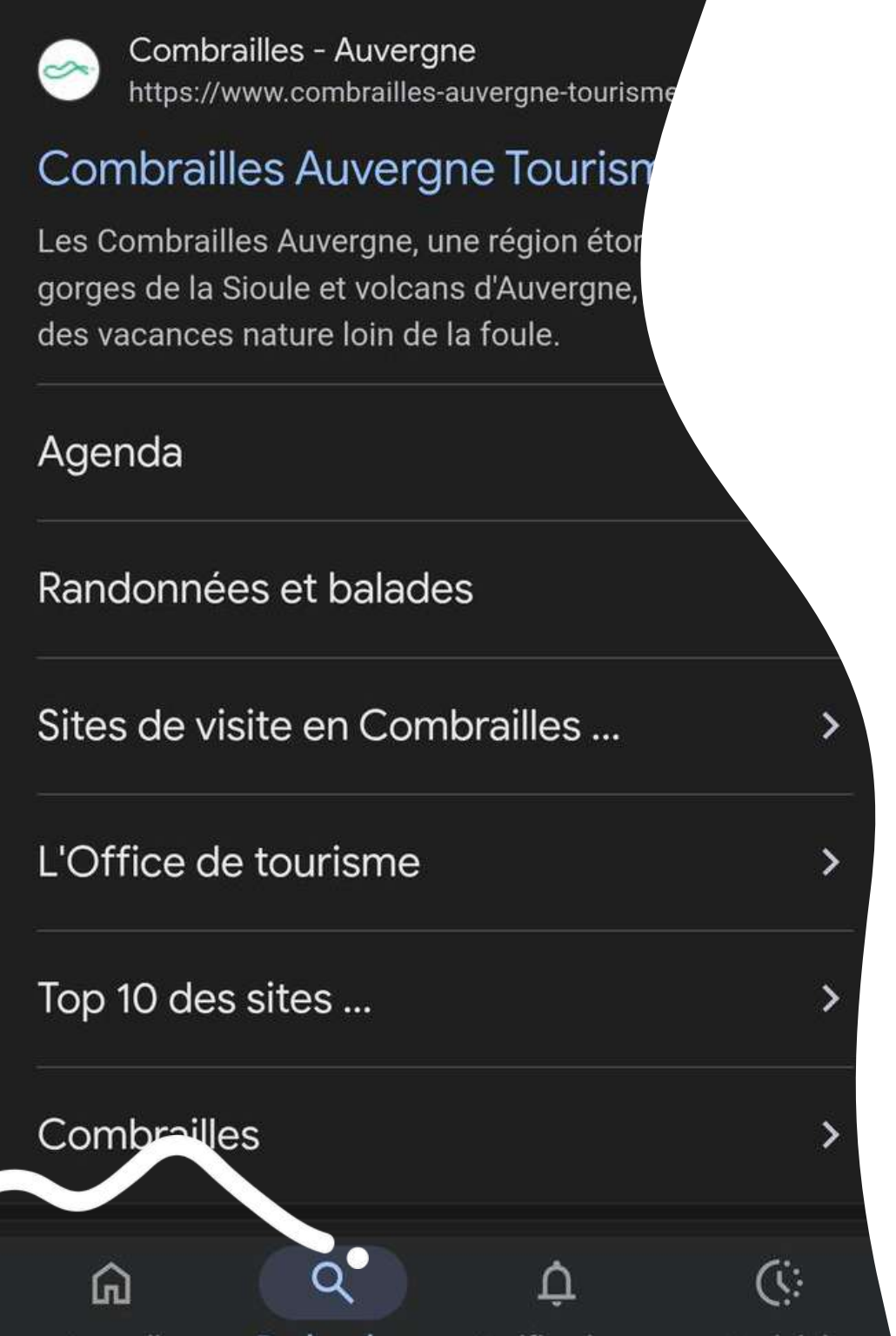
02
ANALYSER VOTRE VISIBILITÉ EN LIGNE



Comment faire ?

- quand on se cherche sur internet pour vérifier sa visibilité, il faut **se mettre en navigation privée**
- **Chercher le nom de la prestation + un nom de territoire** ou de commune
- Ça permet de voir comment on ressort, mais aussi **tous les sites sur lesquels on est référencé.**

Bien vérifier si **les informations sont à jour, et modifier si besoin** (coordonnées, photos, tarifs, horaires..)



Comment faire ?

- Sur google, voir aussi si on a des **liens enrichis** (= entrées directes dans certaines rubriques)

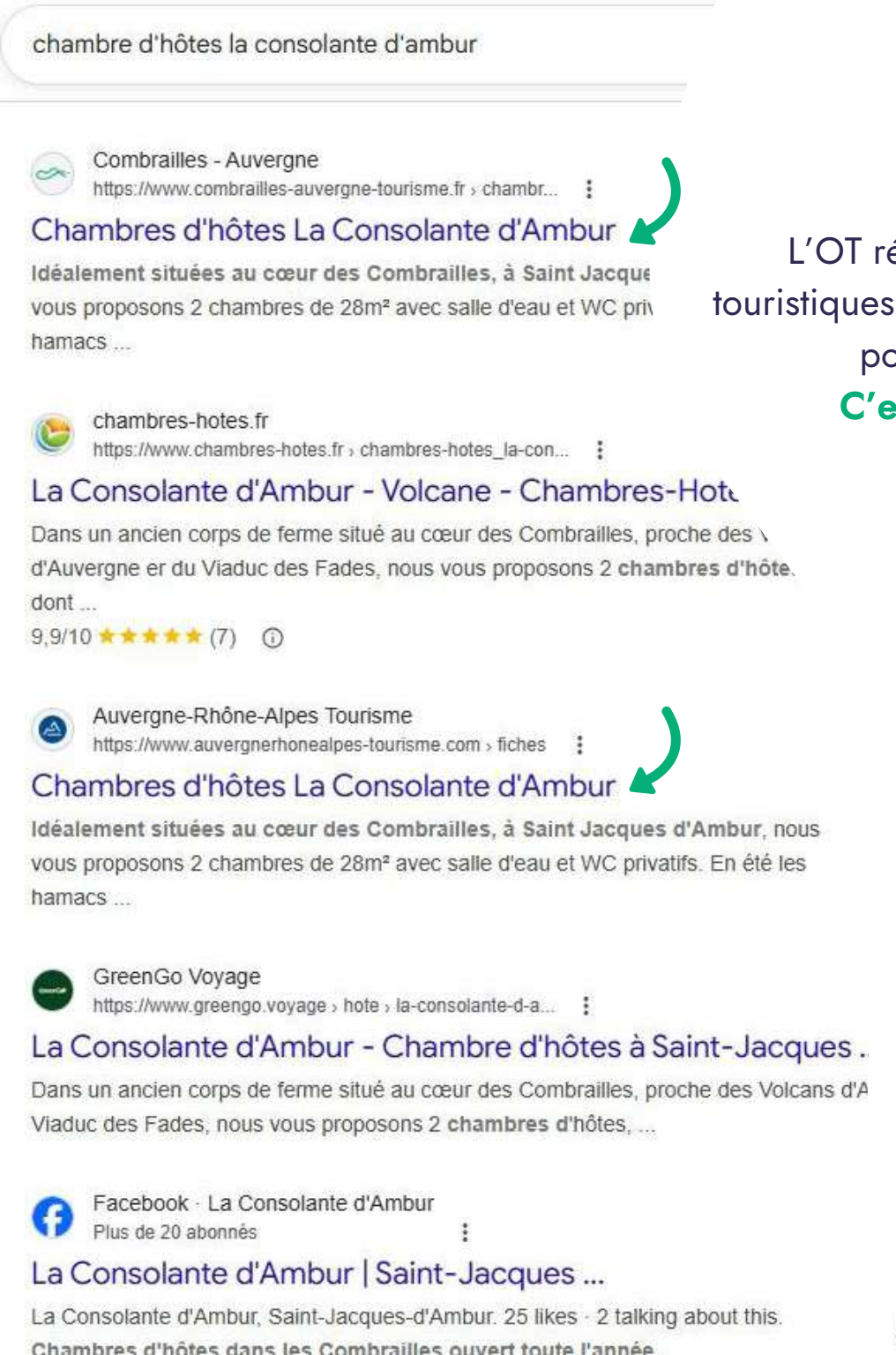
- Tester aussi **comment on ressort sur ChatGPT** (peu de recherches mais à anticiper)

- Se mettre dans la peau du voyageur et **tester sa visibilité sur une requête + large** (sans le nom de la prestation)

ex. grand gîte avec piscine proche de XXX
ex. sortie canoë nom rivière pour voir comment on ressort

Cet audit permet de mettre en avant les **points à travailler / améliorer**

Zoom sur apidae



L'OT référence sur la base de données régionale les offres touristiques. (Envoi d'un formulaire de mise à jour une fois par an + possibilité de mise à jour tout au long de l'année)

C'est une super source de référencement gratuit !

=> **Google aime les informations à jour**

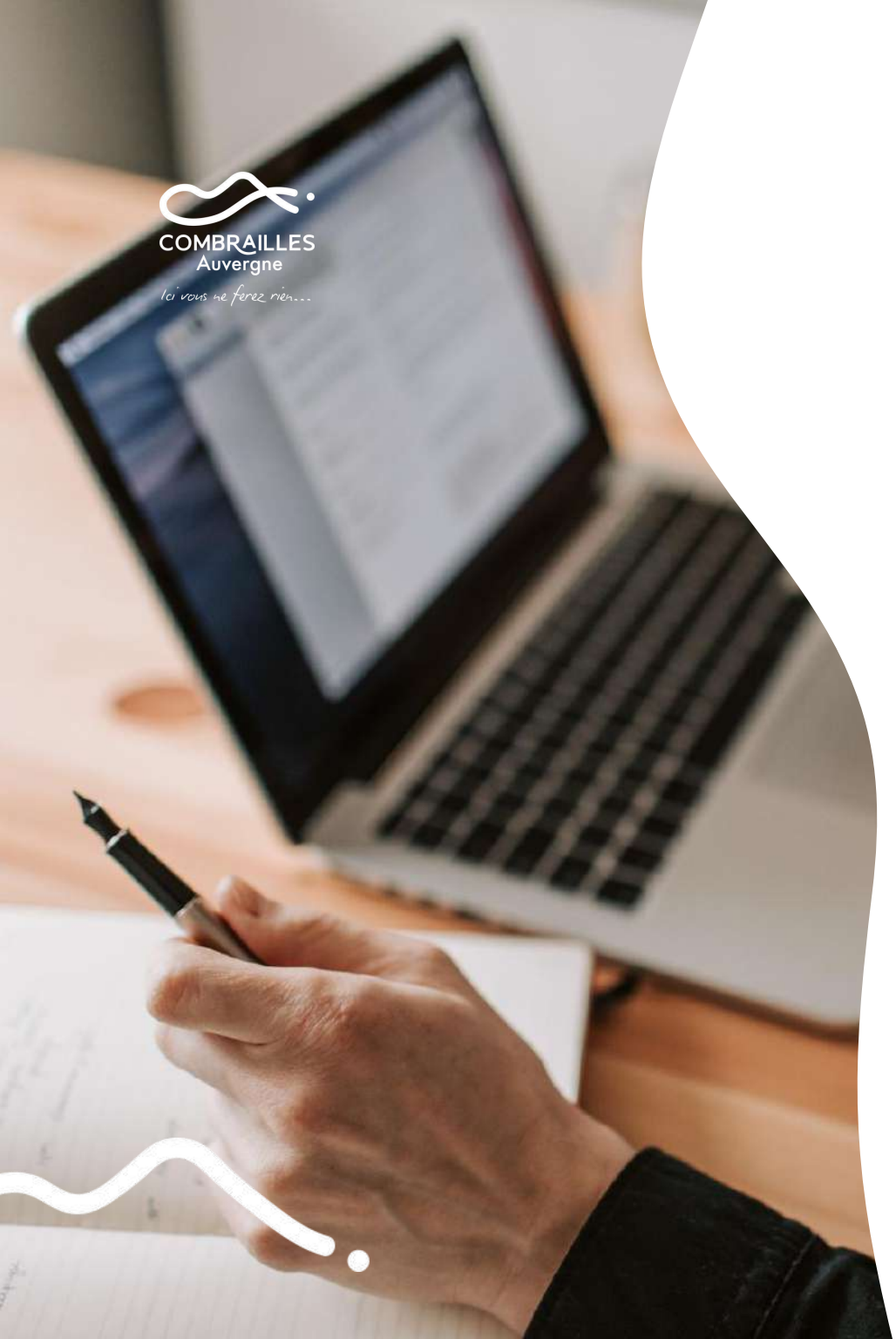
=> les prestations sont **référencées sur des sites « de confiance »** pour les moteurs de recherche comme celui de l'Office de Tourisme, du Tourisme départemental etc.

=> selon les prestations, plusieurs sources sont connectées à cette base de données, donc **la visibilité est multipliée** en ayant un seul endroit pour la mise à jour

=> ça permet d'avoir des **sites référents**, qui vont avoir le lien vers votre site.



03
DÉFINIR UNE BASE DE MOTS OU DE PHRASES CLÉS



Comment faire ?

- Aller sur Google Trends pour faire des **comparatifs de requêtes**

ex. Gites VS AirBnB, Artisan VS artisanat...

- Faire des **choix de positionnement** et **référencement**
- **Miser sur des requêtes fines** et précises
- Préparer un **tableau de mots clés** sur le produit / la destination / ses caractéristiques avec ensuite **chaîne des phrases clés**

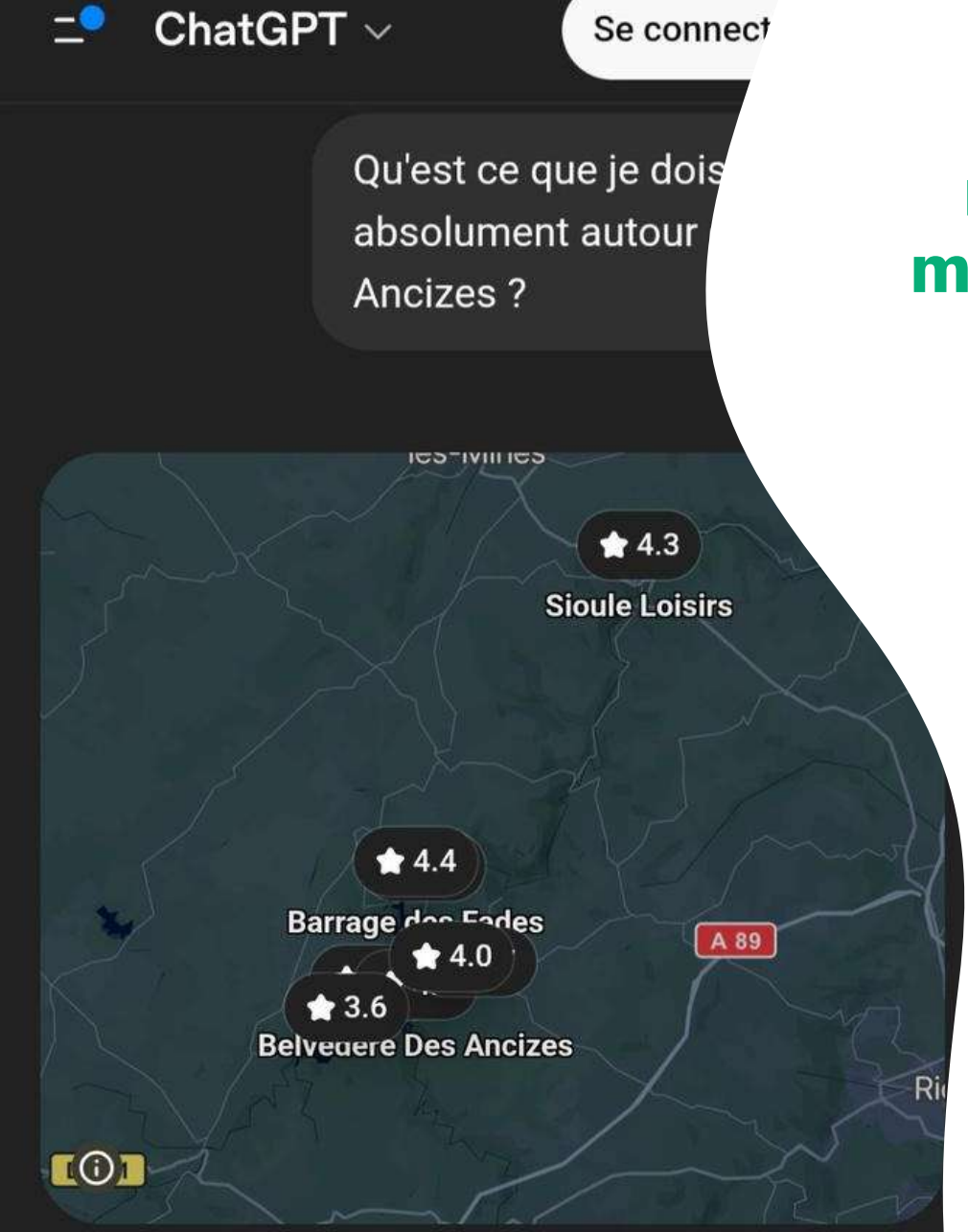
Cette matrice servira pour le site internet, les réseaux sociaux, la fiche Google, la fiche Apidae...

Exemple

Mots clés				
Produit	**Destination**	**Activités / caractéristiques**		
chambre d'hôtes	Auvergne	animaux acceptés	produits locaux	convivialité
chambres d'hôte	Puyde-Dôme	chambre familiale	activités de pleine nature	ressourcement
Maison d'hôte	Combrailles	chambre cocooning	découverte	ouvert toute l'année
AirBnB	Gorges de la Sioule	spa	bon rapport qualité prix	détente
bed and breakfast	Menat	calme	week-end	séjour tout-compris
table d'hôte	volcans d'Auvergne	nature	charme	couples
hébergement	unesco	chemins de randonnées	séjour	famille
	Vulcania	abri vtt	amoureux	jardin
	Clermont-Ferrand	environnement exceptionnel	dépaysement	jeux pour enfants

phrases clés
chambre d'hôte de charme proche de Clermont-Ferrand idéale pour un week-end dépaysant en amoureux
Maison d'hôte au coeur de la nature pour un séjour en famille dans les gorges de la Sioule en Auvergne
Venez passer un week-end exceptionnel en couple en Auvergne dans un bed and breakfast calme et reposant acceptant les animaux
Nos chambres d'hôtes des Combrailles vous accueillent toute l'année pour profiter d'un moment de ressourcement dans un environnement nature exceptionnel
Week-end détente dans un hébergement de charme avec spa, jardin, chambre cocooning au cœur de l'Auvergne
Chambre d'hôte familiale avec cuisine locale pour un séjour tout-compris en famille, pour découvrir les volcans d'Auvergne et Vulcania
Profitez des chemins de randonnées et activités de pleine nature proche de notre AirBnB pendant vos vacances en Auvergne

Zoom sur le référencement sur les moteurs de recherche IA



- **33% des Français ont déjà utilisé l'intelligence artificielle pour organiser leurs vacances** (étude Kayak-Ipsos - 2025)
- Même si peu de recherches sont faites sur les moteurs IA (ChatGPT principalement) **ces recherches ont doublé en 1 an** donc c'est à anticiper !
- **Google va intégrer son outil IA Google Overview dans son moteur de recherche**

Les IA Overviews affichent en haut des résultats une réponse générée par l'IA, qui résume le contenu, reformule l'information et donne une réponse directe à l'utilisateur.

Les informations seront affichées directement, ça va donc **entraîner une baisse de trafic sur les sites internet**…



Zoom sur le référencement sur les moteurs de recherche IA

=> **Bien continuer son référencement** comme pour Google

=> **Indexer son site pour le moteur bing** (source pour ChatGPT)

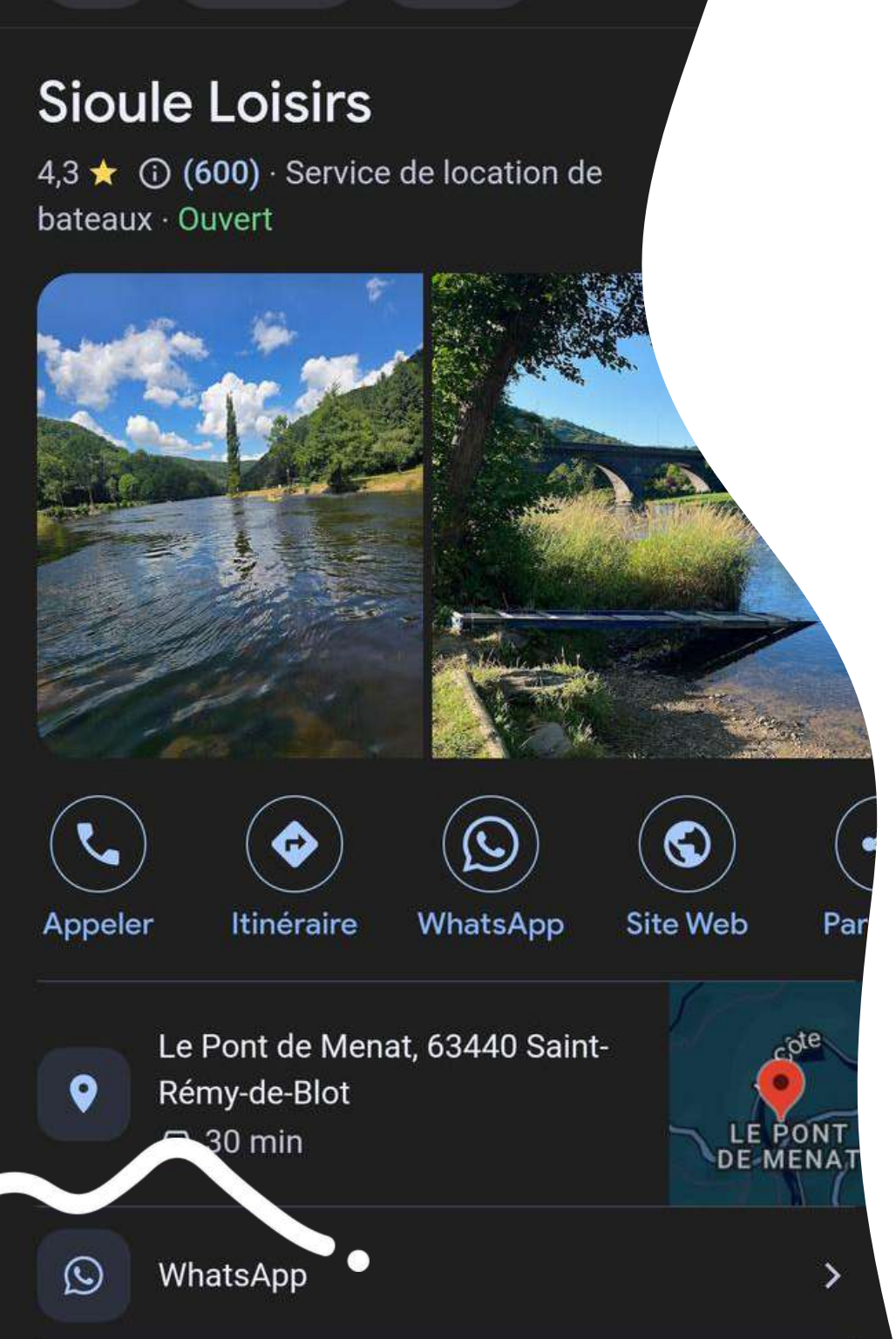
=> Avoir des **échanges de liens avec des sites référents**, les IA recherchent des sources "de confiance"

=> **Répondre aux questions que se posent les utilisateurs**

Vous pouvez utiliser l'IA (ChatGPT, Claude, Gemini..) pour vous aider à créer vos phrases clés, chercher les requêtes des utilisateurs…



04
TRAVAILLER SON RÉFÉRENCEMENT LOCAL



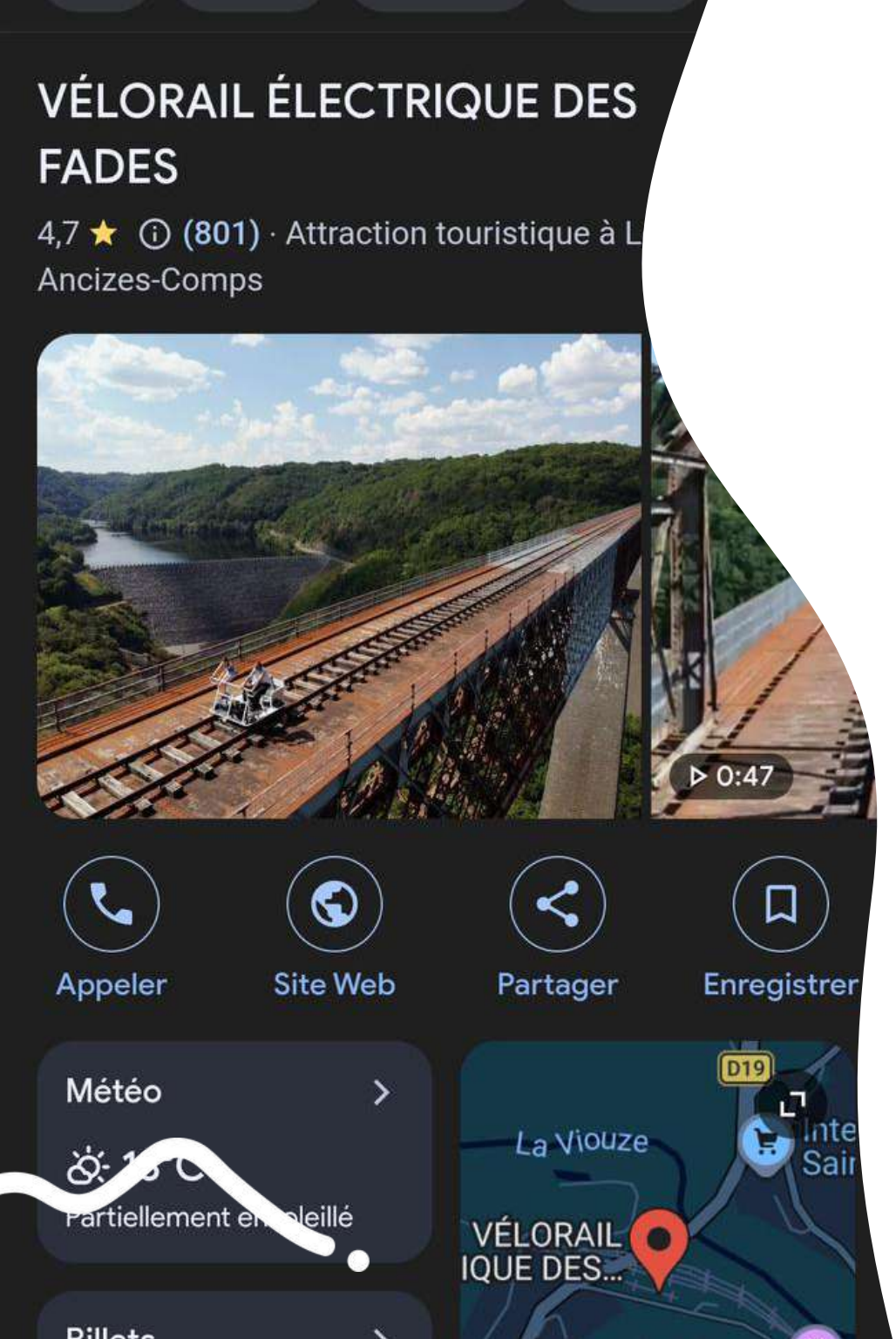
C'est quoi le référencement local ?

Dans le tourisme, **70% des recherches sont locales**, soit le nom d'une commune ou destination, soit via la géolocalisation.

Et comme **87% des recherches passent encore par Google** :

L'indispensable, est d'avoir une **fiche** qui présente votre établissement **sur Google et Google Maps** !

Créer une fiche établissement sur Google



Quels avantages ?

=> **+ de vues** qu'un site web (en moyenne 1 vue du site = 30 vues de la fiche Google !)

=> **gratuit**

=> **utile** pour le client

=> **vitrine** pour tout établissement avec **texte de présentation, photos, horaires, lien vers site, contacts**...

=> **essentiel pour la e-reputation** : les internautes regardent les avis, comparent...

Référencement : Incitez vos clients à laisser des avis sur Google en priorité !

Il faut **TOUJOURS répondre aux avis**, qu'ils soient positifs ou non !



05
AUDITER SON SITE SUR UN VOLET SÉDUCTION

Vous connaissez vos visiteurs ?

=> Qui vient sur votre site ?

=> Par quelle(s) page(s) ils arrivent dessus ?

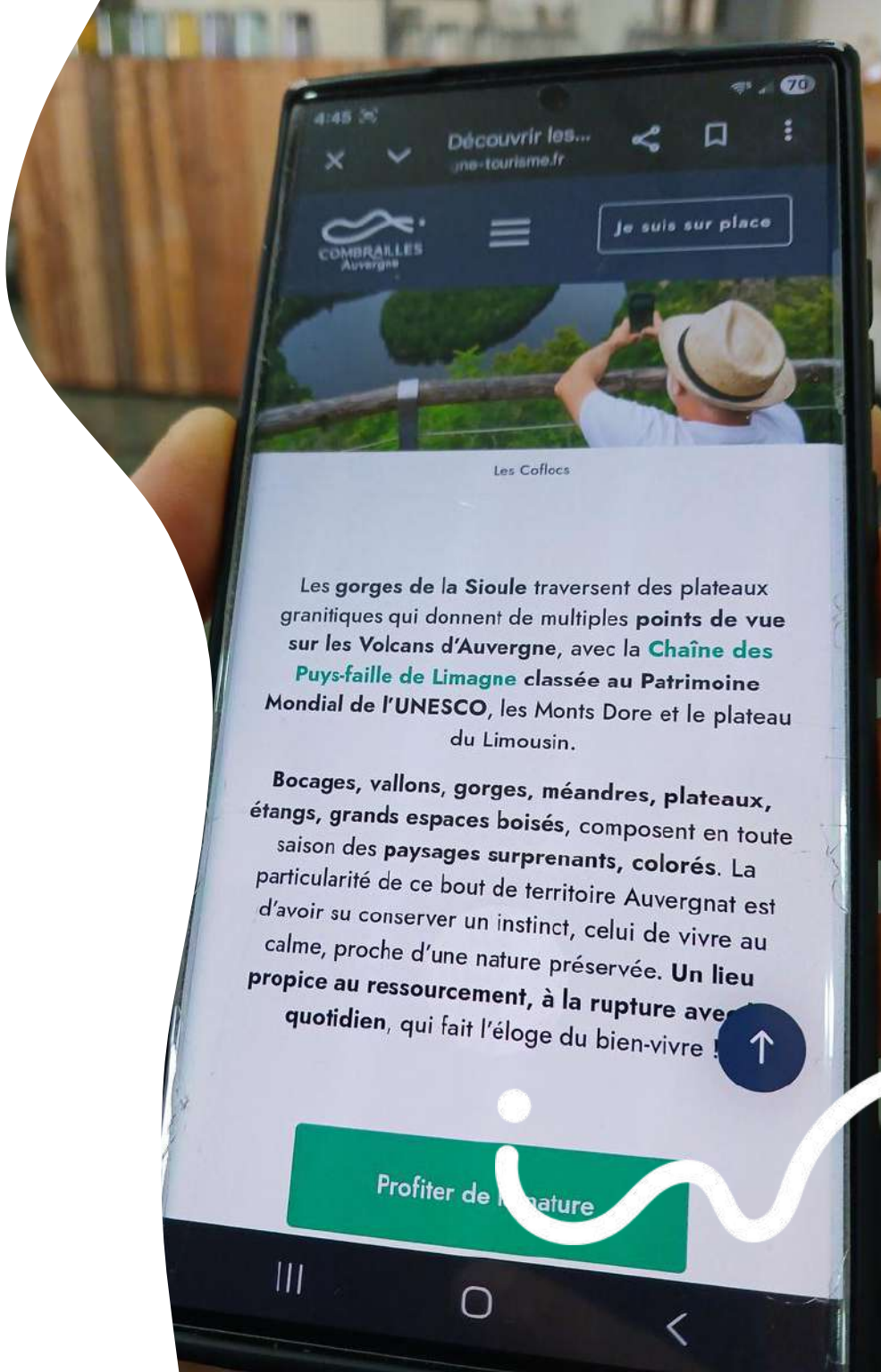
=> Quelle est leur navigation ?

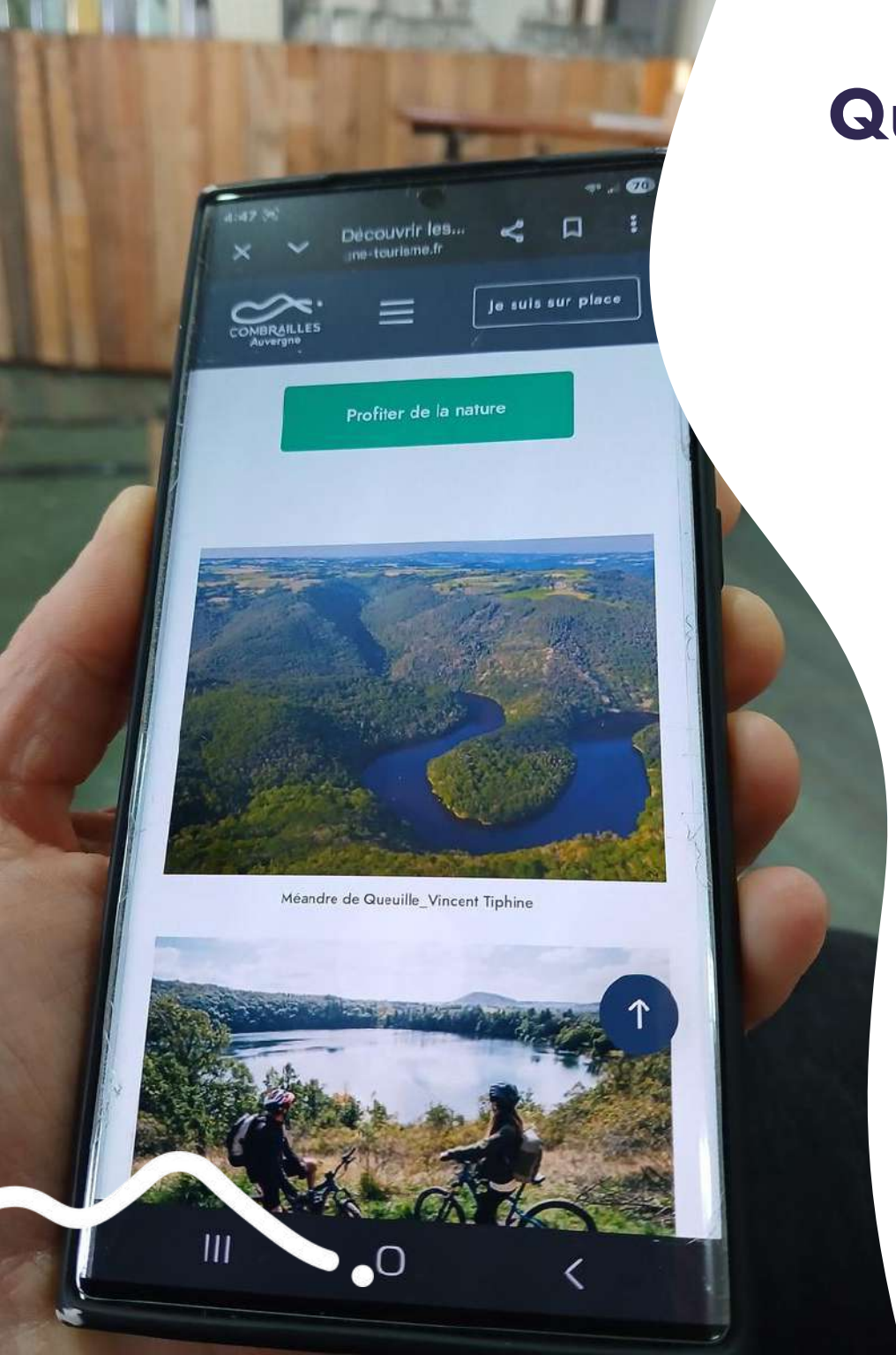
=> Est-ce qu'ils restent un peu ? Réservent ?

=> Est ce que j'ai des sites référents ? Des arrivées depuis mes réseaux sociaux ?

.....

Connaître ses visiteurs, c'est pouvoir adapter ses contenus et donc améliorer son référencement...





Quels éléments importants ?

Penser à le regarder depuis un smartphone !

- Le visuel : **facilité de lecture**, **accès aux infos** simple, cohérence charte graphique..
- **Photos** : qualité, humaines...
- **Réservation en ligne** et **'call to action'**
- **Réassurance** : logos, avis clients...

Mettre les **logos** des partenaires avec des **liens cliquables** (ex OT, comcom)

👉 Les clients hésitent souvent entre 4-5 établissements, le site peut aider à choisir

Faire un **tableau d'évaluation du site** en terme de séduction / efficacité

Exemple de grille d'analyse

Point à analyser	Top	A améliorer	Précisions
Photos Zoom détail ou grand angle humaines, vivantes Professionnelles Vidéos		X	Jolis visuels. Problème Galerie : photos sur smartphone toutes petites ne peuvent pas s'ouvrir
Cohérence et respect charte graphique	X		
Lisibilité texte (hauteur et grosseur suffisante)	X		
Mise en avant réservation ou de call-to-action Coordonnées fixes haut/pied de page		X	Bien pour la réservation Coordonnées pas assez visibles
Organisation du contenu : menu avec verbes d'actions pavés photos + textes clarté	X		Informations périmées ex. aux alentours (activité fermée, lien site OT) Soucis cohérence tarifs
Story-telling	X		Très bien de présenter les hôtes
Cartographie enrichie	X		mais problème de chargement
Logos de réassurance (OT, réseaux sociaux, communauté de communes...)		X	Facebook peu visible, pas de logo visible de l'OT
Avis clients		X	
Pictos		X	

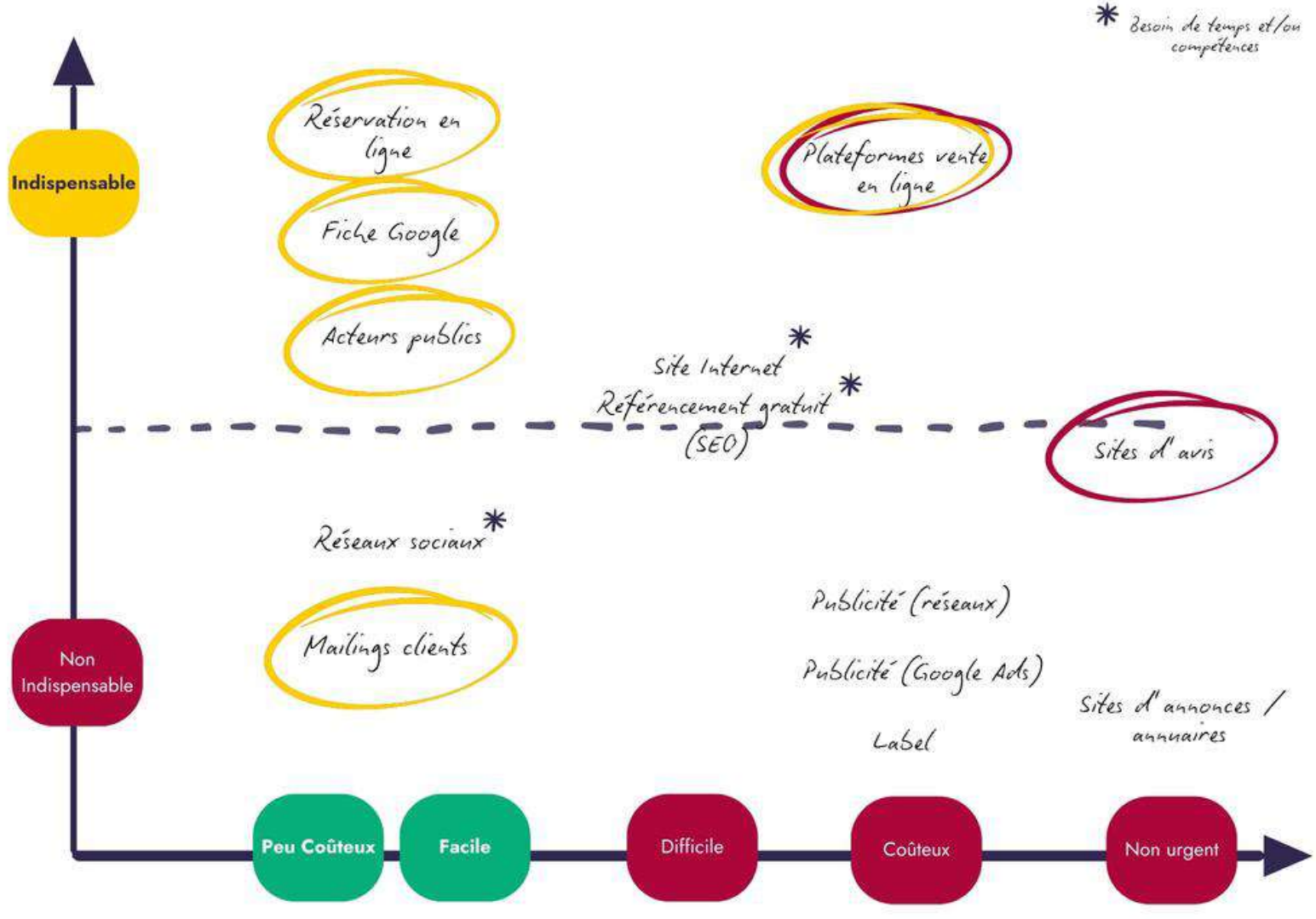


06
REVOIR SA STRATÉGIE WEBMARKETING POUR BIEN SE POSITIONNER



La base : le site internet, avec son référencement, la réservation en ligne, l'adaptation mobile.

Puis beaucoup de possibilités donc des choix à faire.. Selon ses cibles, objectifs et ses moyens, il faut prioriser !



Réfléchir en terme de priorités / coût / moyens aide à se positionner et à faire des choix

Zoom sur les agences de voyage en ligne (OTA)





















En moyenne, 70% de ventes via les OTAs…

=> **Ne pas mettre le lien vers une plateforme depuis son site** ou un site annuaire !

=> **Essayer, changer** si peu de gains, faire de la veille concurrentielle

=> Hébergement : difficile de vendre sans être sur au moins une plateforme…

=> Toujours **prioriser la séduction sur la comm directe** !
Il faut être visible sur la plateforme mais « frustrer » un peu, mettre de meilleurs textes et photos sur son site.

=> Mettre le **prix moins cher sur la résa directe** pas sur les plateformes

Beaucoup de clients commencent à copier-coller le nom de l'offre pour la chercher en direct => il faut **avoir le même nom d'offre partout** !



Revoir sa stratégie webmarketing pour bien se positionner

GRATUIT ! Financé par le Conseil Départemental

Proposer la réservation directe - Hébergements

Open Pro permet :

- **Gestion des réservations** directes
- Intégration des **modules de réservation** à son site
- Place de marché : réservation sur les sites de l'office de tourisme et du département
- **Intégration paiement** en ligne
- Automatisation processus de réservation
- **Liaison plannings** avec des plateformes comme AirBnB et Booking
- **Mini site de réservation** quand on n'a pas de site propre

L'outil **Addock** est proposé gratuitement pour les prestataires d'activités, de visites…



07
DERNIERS CONSEILS



Travailler son réseau !

Allez à la rencontre d'autres prestataires, d'associations locales, pour agrandir votre réseau et votre cercle de prescripteurs !

Faites vous recommander sur le web avec l'ajout de liens vers votre site (collègues, mairie...)

👇 👇 👇

Combrailles Auvergne Tourisme organise des **éductours**, des **rencontres entre pros**, et peut également **relayer l'organisation d'accueil de professionnels chez vous**.

Agenda des RDV pros



Et les réseaux sociaux ?

Bien animés, ils peuvent très utiles.

La base :

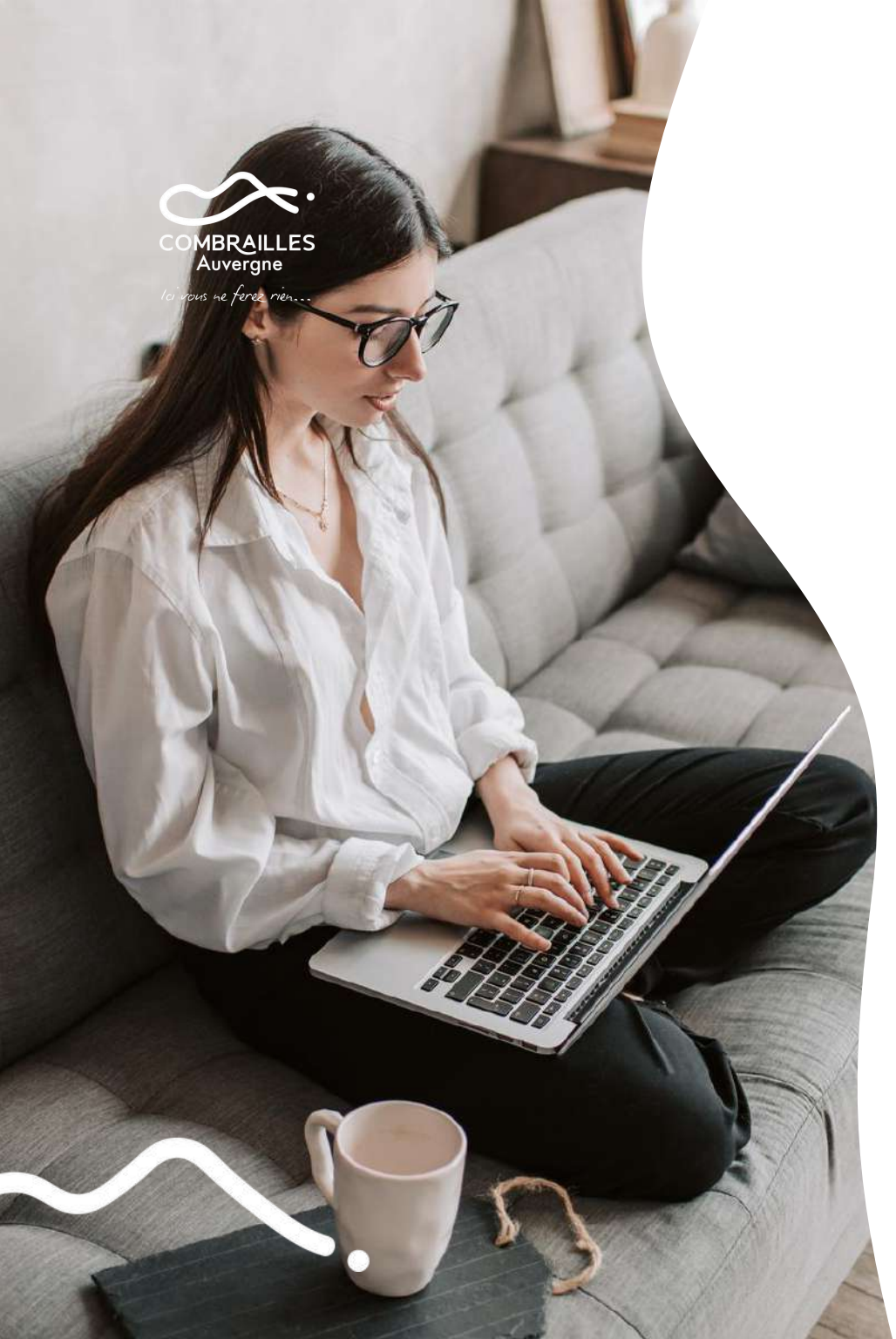
- être sur les **mêmes réseaux que votre cible** !

Jeunes : Tiktok / Jeunes seniors : plutôt Facebook

- **être régulier**, mais ne pas faire juste pour faire
- faire de vos réseaux le **reflet de votre stratégie de communication !**

Retrouvez nos conseils sur l'atelier "les Réseaux, j'ai pas le temps, comment faire ?"

Atelier 2025 Réseaux sociaux



Profiter de ressources gratuites

Auvergne Rhône Alpes Tourisme propose **les mardis du e-commerce** : des webinaires gratuits sur les enjeux de la vente et de la présence en ligne !

Quelques exemples disponibles en replay :

- Maîtriser son **référencement local** pour améliorer sa visibilité en ligne
- Comment **référencer un site internet** ?
- **Intelligence artificielle** au service des acteurs du tourisme
- **Rester maître de sa vente en ligne** tout en travaillant avec les OTAs
- **Développer ses ventes directes** grâce à un site internet efficace

Retrouver les replays



Et de votre Office de Tourisme !

Depuis 2026, Combrailles Auvergne Tourisme propose aux prestataires touristiques un **catalogue de services variés**.

Quelques exemples :

- Outils de vente en ligne
- Ateliers numériques et accompagnement individuel
- Analyse de visibilité en ligne
- Publicité : publication sur nos réseaux sociaux, encarts site internet ou newsletters
- Modules d'informations touristiques pour votre site
- Accès photothèque

Voir le catalogue de services

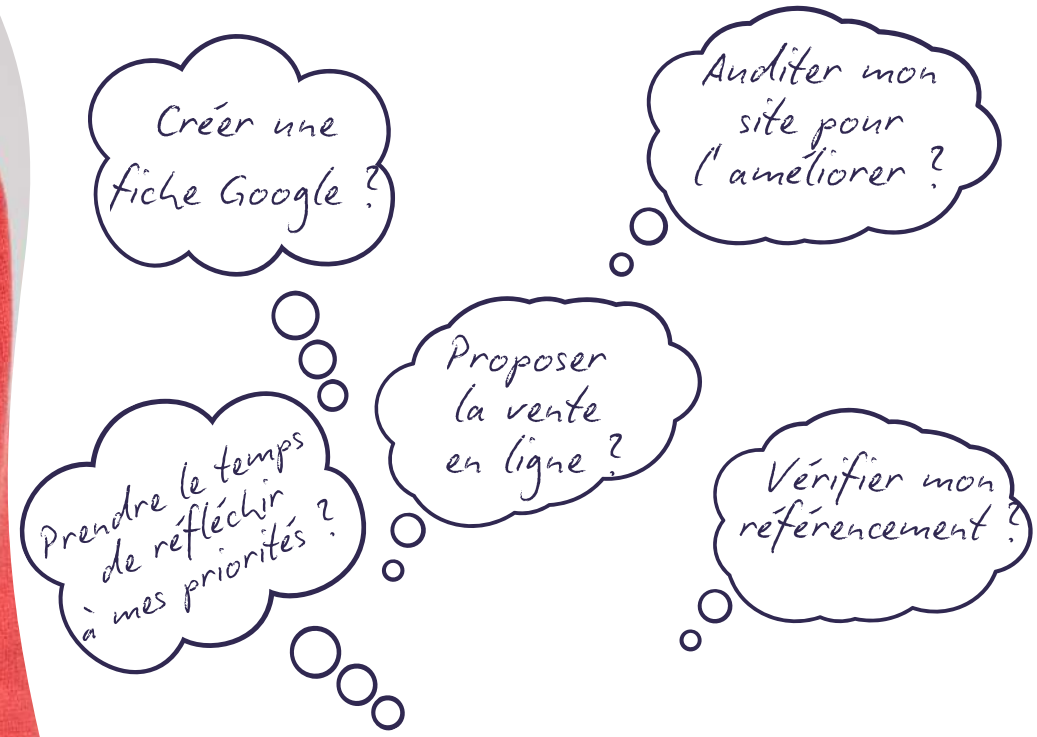


08
EN BREF



Qu'est-ce-que je retiens de ce que j'ai vu aujourd'hui ?

Je vais pouvoir faire quoi facilement pour améliorer ma visibilité ?





Au boulot !

Choisissez maintenant une (ou plusieurs 😳) actions à faire rapidement !

- Analyser sa visibilité en ligne et l'améliorer : mises à jour informations, photos, sites référents…
- Définir une base de mots ou de phrases clés
- Travailler son référencement local
- Auditer son site sur un volet Séduction
- Revoir sa stratégie webmarketing selon ses priorités



Merci pour votre attention !

Nous espérons que ces quelques conseils vous aideront à améliorer votre visibilité en ligne !

Vous avez des questions ?

🤔

Espace Pro

Nous contacter :

04 73 85 80 94

Par mail