

DBLIF WEB

GUIDE PRATIQUE

10 Actions Pour Booster Votre Visibilité en Ligne

Le guide complet pour les artisans qui veulent être trouvés par leurs clients sur internet

100% Gratuit · Résultats Concrets · Adapté aux Artisans

Pourquoi ce guide ?

En France, 97 % des consommateurs utilisent internet pour trouver un artisan local.

Pourtant, la majorité des artisans n'ont pas optimisé leur présence en ligne. Résultat : des clients potentiels qui vous cherchent... mais qui appellent votre concurrent.

Ce guide vous donne 10 actions concrètes pour changer ça. Plusieurs d'entre elles sont simples et gratuites : vous pouvez les mettre en place vous-même dès aujourd'hui. D'autres, comme la création d'un site web performant et le référencement (SEO) local, demandent en revanche une vraie expertise technique. C'est justement là que se joue l'écart avec vos concurrents — et là qu'un accompagnement professionnel devient rentable.

Les 10 actions en un coup d'œil

#	Action	Difficulté	Impact
1	Créer / optimiser votre fiche Google	Facile	Élevé
2	Collecter des avis clients Google	Facile	Élevé
3	Créer un site web professionnel	Difficile	Élevé
4	Optimiser votre site pour le SEO local	Difficile	Élevé
5	Ouvrir une page Facebook professionnelle	Facile	Moyen
6	Publier vos réalisations régulièrement	Facile	Moyen
7	S'inscrire sur les annuaires professionnels	Facile	Moyen
8	Mettre vos coordonnées partout (Nom, Adresse, Téléphone)	Facile	Moyen
9	Faciliter le contact avec WhatsApp Business	Facile	Moyen
10	Suivre vos statistiques avec Google Analytics	Moyen	Moyen

Action #1 — Créer et optimiser votre fiche Google

Votre fiche d'établissement Google (appelée « Google Business Profile », anciennement « Google My Business ») est votre vitrine numéro 1. Gratuite, elle apparaît dans Google Maps et dans les résultats de recherche locaux. Une fiche complète peut générer 5 à 10 appels supplémentaires par mois.

Étapes concrètes :

- ▶ Allez sur business.google.com et créez ou revendiquez votre fiche
- ▶ Renseignez votre nom exact, adresse, téléphone et horaires
- ▶ Ajoutez au moins 10 photos de qualité (chantiers, équipe, logo)
- ▶ Rédigez une description avec vos services + mots-clés locaux
- ▶ Ajoutez le lien vers votre site et vers votre formulaire de devis
- ▶ Publiez une actualité par mois (promotion, réalisation...)

Astuce : activez les « Services » dans votre fiche pour lister toutes vos prestations. Google les indexe séparément.

Action #2 — Collecter des avis clients Google

Les avis Google sont le bouche-à-oreille numérique. 88 % des consommateurs font autant confiance aux avis en ligne qu'aux recommandations personnelles. Viser 20+ avis avec une note de 4.5+ change radicalement votre visibilité.

Méthode en 4 étapes :

- ▶ Récupérez votre lien direct d'avis Google (sur votre fiche Google, bouton « Demander des avis »)
- ▶ Envoyez le lien par SMS ou WhatsApp à chaque client satisfait dans les 24h
- ▶ Répondez à TOUS les avis (positifs et négatifs) dans les 48h
- ▶ Créez un QR code menant à votre lien d'avis pour vos factures/devis

Modèle de SMS : « Bonjour [Prénom], merci pour votre confiance ! Pouvez-vous laisser un avis sur notre travail ? [lien] – Merci d'avance ! »

Action #3 — Créer un site web professionnel

Votre site web est votre commercial 24h/24. Il doit convaincre en moins de 3 secondes : qui êtes-vous, que faites-vous, où intervenez-vous, comment vous contacter.

Les indispensables d'un bon site artisan :

- ▶ Design responsive (adapté aux mobiles – 70 % des recherches se font sur smartphone)
- ▶ Votre téléphone visible sur CHAQUE page, en haut
- ▶ Galerie photos de vos réalisations (avant/après si possible)
- ▶ Formulaire de devis simple (prénom, email, téléphone, description)
- ▶ Vos zones d'intervention clairement listées
- ▶ Page « À propos » avec votre photo et votre histoire (ça humanise !)
- ▶ Avis clients intégrés ou lien vers vos avis Google

Budget : un site web professionnel se situe généralement entre 800 € et 2 500 €. Méfiez-vous des solutions low-cost ou « à faire soi-même ». Au-delà de l'image qu'elles renvoient, elles sont rarement optimisées pour le mobile et pour Google : votre site reste donc invisible. Souvent lents, mal sécurisés et sans maintenance, ces sites vieillissent vite, et vous restez seul(e) face aux bugs, sans interlocuteur. Résultat : un site qui n'attire aucun client et qu'il faut refaire au bout d'un an — vous payez deux fois. Un site bien conçu, lui, travaille pour vous 24h/24 et se rentabilise en quelques contrats. C'est exactement ce que DBLIF Web crée pour les artisans locaux : parlons de votre projet.

Action #4 — Optimiser votre site pour le SEO local

Le SEO local permet à votre site d'apparaître quand un client tape « plombier [votre ville] » sur Google. Ses effets sont durables, contrairement à la publicité payante — mais ne vous y trompez pas : c'est un travail technique et continu (structure du site, mots-clés, contenu, liens, suivi des positions) qui se pilote dans la durée. Bien mené, il vous place devant vos concurrents ; mal fait, il ne donne rien. C'est l'un des leviers où l'accompagnement d'un professionnel fait vraiment la différence.

Actions SEO local prioritaires :

- ▶ Intégrez vos mots-clés dans les titres : « Plombier à Lyon – Dépannage 24h/24 »
- ▶ Créez une page par zone géographique si vous couvrez plusieurs villes
- ▶ Ajoutez votre adresse dans le footer de chaque page
- ▶ Obtenez des liens depuis des sites locaux (mairie, associations, partenaires)
- ▶ Installez Google Search Console pour suivre vos positions

Cible des mots-clés : « [votre métier] [votre ville] », « [votre métier] pas cher [ville] », « urgence [votre métier] [ville] ».

Action #5 — Ouvrir une page Facebook professionnelle

Facebook reste le réseau social numéro 1 en France pour les artisans locaux. Une page bien tenue renforce votre crédibilité et peut générer des recommandations dans les groupes locaux.

Les bons réflexes :

- ▶ Créez une page Facebook « Entreprise » (pas un profil personnel)
- ▶ Renseignez TOUTES les informations : horaires, téléphone, site web
- ▶ Utilisez une photo de couverture professionnelle (chantier ou équipe)
- ▶ Activez le bouton « Appeler » ou « Envoyer un message » en priorité
- ▶ Rejoignez les groupes Facebook de votre ville et intervenez régulièrement

Rythme : publiez minimum 2x par mois. Idées de posts : réalisation du mois, conseil d'entretien, promotion saisonnière, présentation de l'équipe.

Action #6 — Publier vos réalisations régulièrement

Les photos de chantiers sont votre meilleure publicité. Elles prouvent votre savoir-faire mieux que n'importe quel texte. Avant/après = avant tout !

Comment faire :

- ▶ Prenez des photos AVANT et APRÈS chaque chantier significatif
- ▶ Publiez-les aussi sur votre fiche Google (visible dans Google Maps !)
- ▶ Partagez sur Facebook et Instagram
- ▶ Créez une galerie sur votre site régulièrement mise à jour
- ▶ Ajoutez une courte description : type de travaux, durée, résultat

Astuce : demandez à vos clients l'autorisation de publier. Proposez-leur d'être tagués sur Facebook en échange — ça augmente votre portée gratuitement.

Action #7 — S'inscrire sur les annuaires professionnels

Les annuaires en ligne génèrent du trafic qualifié et renforcent votre référencement Google. Chaque inscription est un lien supplémentaire vers votre site.

Annuaire prioritaires pour les artisans :

- ▶ Pages Jaunes (pagesjaunes.fr) – indispensable
- ▶ Houzz – idéal pour rénovation intérieure
- ▶ Habitissimo – leads qualifiés pour les travaux
- ▶ Le site de votre mairie ou de votre communauté de communes (rubrique entreprises)
- ▶ Yelp – en complément
- ▶ Annuaire de votre chambre des métiers

Cohérence des coordonnées : votre Nom, votre Adresse et votre Téléphone (ce qu'on appelle le « NAP ») doivent être IDENTIQUES sur tous les annuaires. La moindre différence pénalise votre référencement.

Action #8 — Mettre vos coordonnées partout (Nom, Adresse, Téléphone)

La cohérence de vos coordonnées — Nom, Adresse, Téléphone, souvent abrégé « NAP » en anglais (Name, Address, Phone) — est un critère SEO souvent ignoré. Google vérifie que ces trois informations sont identiques partout sur le web.

À vérifier :

- ▶ Vérifiez que votre nom, adresse et téléphone sont identiques partout
- ▶ Corrigez les incohérences sur les anciens annuaires
- ▶ Ajoutez votre adresse dans le footer de votre site
- ▶ Assurez-vous que les horaires sont à jour sur tous les supports
- ▶ Utilisez le même logo et la même photo de profil partout

Outil gratuit : Moz Local Check vous permet de voir toutes vos citations en ligne et leurs incohérences.

Action #9 — Faciliter le contact avec WhatsApp Business

72 % des clients préfèrent envoyer un message plutôt qu'appeler pour un premier contact. Facilitez leur vie et vous augmentez vos conversions.

Les étapes :

- ▶ Vérifiez que votre téléphone et votre site sont bien renseignés sur votre fiche Google (la messagerie Google a été supprimée en 2024)
- ▶ Téléchargez WhatsApp Business (gratuit) avec votre numéro pro
- ▶ Créez un message d'accueil automatique sur WhatsApp
- ▶ Ajoutez un lien WhatsApp sur votre site et votre page Facebook
- ▶ Répondez à tous les messages dans les 2h : la réactivité fait souvent la différence

Lien WhatsApp cliquable : à ajouter sur votre site : wa.me/33XXXXXXXXXX (remplacez par votre numéro sans le 0).

Action #10 — Suivre vos statistiques avec Google Analytics

Vous ne pouvez pas améliorer ce que vous ne mesurez pas. Google Analytics et Search Console sont gratuits et vous disent exactement combien de visiteurs votre site reçoit.

À mettre en place :

- ▶ Installez Google Analytics 4 sur votre site (via votre webmaster)
- ▶ Connectez Google Search Console pour voir vos mots-clés
- ▶ Consultez les statistiques de votre fiche Google chaque mois
- ▶ Mesurez les appels générés par votre fiche Google (section « Appels »)
- ▶ Comparez les mois pour identifier ce qui fonctionne

Indicateurs à surveiller : nombre de visites, taux de rebond, pages vues, appels depuis Google, demandes d'itinéraire (Google Maps).

Besoin d'aide pour mettre en place ces actions ?

DBLIF Web accompagne les artisans locaux pour développer leur visibilité en ligne avec des solutions concrètes, adaptées à votre métier et à votre budget.

Audit gratuit de 30 minutes offert

Nous analysons votre situation et vous proposons un plan d'action personnalisé, sans engagement.

Email : contact@dblifinformatique.fr

Téléphone : 06 88 45 81 11

Site : www.dblifweb.fr

© 2026 DBLIF Web – Ce guide est fourni à titre informatif. Tous droits réservés.