

Classement des meilleurs sites immobiliers
en termes de **référencement naturel**
Étude vaudoise - Année 2022



Cette année encore en Suisse Romande, le constat est clair : **90% des recherches** de biens immobiliers se font par Internet et on estime que **93% des utilisateurs passent par Google** pour effectuer leur recherche.

La concurrence accrue dans le domaine de l'immobilier, oblige les acteurs du marché à **optimiser leur référencement naturel** pour être toujours mieux placés et toujours plus visibles sur Google. La survie des agences dépend essentiellement de leur stratégie de marketing digital dont les objectifs principaux sont de leur assurer une forte présence online, toujours **plus de trafic et de conversions**.

L'étude qui suit a pour objectif de vous informer sur **la qualité de la stratégie de référencement naturel** de votre site Internet et de vous lister les **paramètres à appliquer** en 2023 sur votre site de manière à **augmenter le trafic** en provenance des moteurs de recherche.

Cette année, nous accueillons de nouveaux acteurs de l'immobilier du Canton de Vaud. Découvrez sans plus attendre votre place dans le classement !

Classement des meilleurs sites en termes de référencement naturel dans le domaine immobilier vaudois


Le référencement naturel des sites a été analysé selon deux domaines majeurs :



50%
note finale

Optimisation Interne On Site

25 critères techniques ont été pris en compte pour obtenir une note globale représentative de la qualité du référencement naturel d'un site.



50%
note finale

Netlinking Externe Off Site

La qualité et le nombre des liens pointant vers un site font partie des critères majeurs pris en compte par les moteurs de recherche. Nous avons combiné la note des 3 plus grands outils du marché pour obtenir ce classement.

Avec des moyens classiques, les agences les plus petites ont moins de chance de se positionner au niveau des grands acteurs de l'immobilier au vu du manque de moyens techniques, de liens entrants ou encore du nombre de biens publiés sur leur site...

Mais bonne nouvelle ! En se faisant accompagner par des experts du référencement naturel, les petites agences peuvent améliorer leur positionnement sur les moteurs de recherche à moindre frais et ainsi venir concurrencer les plus grands groupes présents dans le canton.

Notre méthodologie d'analyse

En premier lieu, nous avons sélectionné des agences et régies immobilières lausannoises présentes sur Google et proposant des biens à la vente et location.

Ensuite, une fois cette liste établie et comme expliqué en page 3 de notre document, nous avons noté ces sites sur des critères internes et externes grâce à deux outils présents sur le marché (SeoSiteCheckup pour l'Optimisation Interne On Site et Majestic SEO pour le Netlinking Externe).

Pour obtenir la note finale, nous avons fait la moyenne de la note interne et externe pour chaque site.

Nous aurions pu utiliser une autre méthodologie de classement (basée uniquement sur le ranking des sites dans Google par exemple) mais cette analyse nous paraît être la plus complète et la plus pertinente.

Le classement final obtenu avec ce processus d'analyse est comparé à celui de 2021 afin de mesurer la progression ou la régression de votre site dans le classement.

Résultat de notre analyse – Année 2022

Classement 2022	Agences	Note finale 2022	Variation Vs 2021
1	naef.ch	57	=
1	rosset.ch	57	^ 2
2	cogestim.ch	54,5	^ 5
3	neho.ch ★ 🏠	53,5	=
4	comptoir-immo.ch	52	∨ -3
5	spg-rytz.ch ★	51,5	=
6	gerofinance.ch	50,5	∨ -2
6	dhr.ch	50,5	^ 12
7	grange.ch ★	47,5	=
8	derham.ch	47	∨ -3
9	verbel.ch	46,5	∨ -6
9	domicim.ch	46,5	∨ -2
9	st-clerc.ch	46,5	^ 12
10	fidisa.ch	46	^ 4
11	regiebraun.ch	45	∨ -1
11	galland.ch	45	^ 5
11	spgone.ch ★	45	=

Classement 2022	Agences	Note finale 2022	Variation Vs 2021
12	immobilierapart.ch ★ 🏠	44,5	=
12	arta.ch	44,5	▼ -4
13	cardis.ch ★ 🏠	44	=
13	bcimmo.ch	44	▲ 9
14	pbbg.ch	43,5	▼ -2
14	jfr.ch	43,5	▲ 1
14	immobiliere-de-lausanne.ch	43,5	▲ 3
15	gerinvex.ch	43	▼ -8
15	dvdim.ch	43	▲ 1
16	regieduboux.ch	42,5	▼ -7
17	proximmo.ch	42	▼ -4
18	stone-invest.ch ★	41,5	=
19	publiaz.com	41	▼ -7
19	gerim.ch	41	▼ -2
20	immo-consulting.ch	40,5	▲ 7
20	barnes-suisse.ch ★	40,5	=
21	estadom.ch	40	▼ -2
22	loreto1-trading.ch	39,5	▼ -10
23	domswiss.ch	39	=
24	partnerimmo.ch	38,5	▼ -5

Classement 2022	Agences	Note finale 2022	Variation Vs 2021
24	regie-schmid.ch	38,5	▼ -1
25	courvoisier.immo ★	38	=
25	john-taylor.ch ★	38	=
26	agenceduleman.ch	37,5	▼ -6
26	homewell.ch ★	37,5	=
27	regimo.ch	37	▼ -5
28	grouperichard.ch	36,5	▼ -17
28	golay-immobilier.ch	36,5	▼ -9
29	immosol.ch	36	▼ -13
30	regie-piguet.ch	35	▼ -9
31	darchen.ch	34,5	▼ -5
32	rfgv.ch	34	▼ -9
33	imos-immobilier.ch	33	▼ -8
33	prologement.ch ★	33	=
34	pnimmobilier.ch	31	▼ -14



Nous tenons à votre disposition les détails de ces analyses, notamment concernant les notes externes et internes. Nous avons jugé utile de vous indiquer votre progression ▲▼ dans le classement par rapport à l'année 2021. N'hésitez pas à prendre contact avec notre agence si vous souhaitez bénéficier d'un audit personnalisé sur votre Référencement Naturel.

★ Nouvel entrant dans le classement

🏠 Vente de biens immobiliers uniquement

Le référencement naturel dans le domaine immobilier



Le contexte

Pour toutes les régions et les agences de Suisse Romande, le site internet est un outil fondamental pour communiquer et convertir. Cependant, elles sont encore peu nombreuses à se soucier de leur visibilité dans les moteurs de recherche, bien que cette source de trafic soit économique et de qualité.

Bien que les portails immobiliers permettent aux régions et aux agences de trouver de nouveaux clients, elles engendrent aussi une forte dépendance vis à vis de ces outils onéreux. Trop rares sont les acteurs de l'immobilier qui développent leur propre visibilité à travers une stratégie de référencement sur les moteurs de recherche.



Référencer = Fournir une réponse à une recherche

Un internaute recherchant « achat appartement 3 pièces centre Lausanne » dans Google ou Bing est un client potentiel en démarche active. Un agent immobilier a alors toutes les chances de conclure une vente s'il propose un bien adapté à la demande de l'internaute.

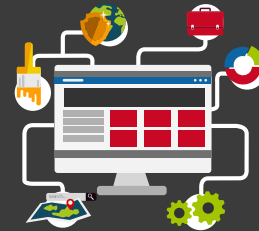
Encore faut-il que l'internaute puisse trouver ce bien dans les premiers résultats de Google ! A noter que l'impact d'un résultat dans Google sur l'internaute est bien plus fort qu'une publicité sur un tramway, une annonce dans la presse ou une bannière dans Facebook.

De manière générale et pour tous les secteurs d'activité, les bonnes pratiques du référencement naturel reposent obligatoirement sur les trois piliers suivants :



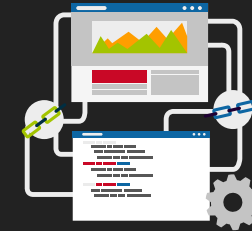
L'architecture globale du site qui comprend :

- > le maillage des pages entre elles, l'arborescence globale,
- > le niveau de profondeur des pages,
- > la technologie utilisée,
- > la propreté et la lisibilité du code source par les moteurs,
- > le temps de chargement des pages,
- > la navigabilité,
- > le taux de duplication des pages,
- > etc.



La sémantique des pages qui contient, entre autres :

- > l'optimisation des métas title et description,
- > la présence de contenu original,
- > le balisage sémantique des pages,
- > le maillage interne des pages,
- > l'optimisation des contenus multimédias (images, vidéos, etc.),
- > etc.



Le netlinking qui prend différentes formes :

- > les liens en provenance des sites d'annuaires, de communiqués de presse, blogs, forums, sites partenaires, etc.,
- > les backlinks issus des réseaux sociaux,
- > etc.

Zoom sur les principales bases d'un référencement naturel efficace



Nom de domaine

Plus un nom de domaine est ancien, plus il sera pris en compte par Google.

Le mot-clé « immobilier » dans votre nom de domaine n'est pas une obligation, même si la présence d'un mot-clé fort en lien avec votre activité est un plus. Toutefois, un nom de domaine ne possédant pas de mot-clé explicite, n'empêchera pas votre site d'avoir un bon positionnement dans Google.

Pour obtenir une meilleure visibilité dans la version nationale de Google, nous vous conseillons d'utiliser le domaine de premier niveau suisse .CH (aussi connu sous les noms anglais de country code Top-Level Domain ou ccTLD).

Optimisation technique

Il faut avant tout appliquer les règles de base du SEO : vitesse de chargement du site élevée, code source optimisé, présence de balises Hx pour structurer le contenu, sitemap pour faciliter l'indexation des pages, version du site compatible mobile etc.



Temps de chargement

Un bon site est un site qui se charge rapidement. Cette notion de rapidité est aussi importante pour l'internaute que pour les moteurs de recherche. Afin de vérifier la performance de votre site, nous vous recommandons de faire le test proposé par Google. Une note inférieure à 90/100 vous indique que votre site devrait être plus rapide. Pour ce faire, les images doivent être « légères » (moins de 100 ko), le code source de vos pages simplifié, votre serveur optimisé etc.



Responsive design

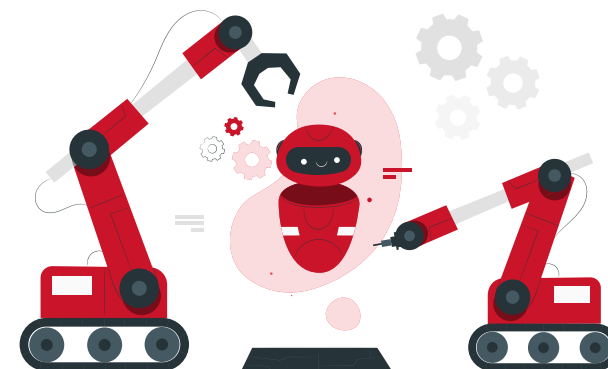


Depuis 2016, plus de 50% des recherches effectuées sur Google sont réalisées depuis des mobiles, ce qui démontre leur importance. Votre site doit être parfaitement lisible et utilisable depuis un mobile et doit pour cela respecter quelques spécificités en matière de technologie et d'ergonomie. Là encore, Google propose un outil permettant de tester la compatibilité mobile de votre site.

💡 Le saviez-vous ? Désormais, Google pense et conçoit ses services et produits pour mobile avant même de les optimiser pour Desktop.

Accessibilité

Il est impératif de favoriser la circulation des robots des moteurs de recherche pour une indexation complète du site, de la homepage aux pages des biens. Le site doit pouvoir être lu depuis la page d'accueil jusqu'aux pages les plus profondes (exemple : pages des biens) afin de fournir un maximum de contenu pour « alimenter » les moteurs de recherche.





Choix et placement des mots clés

Les mots-clés utilisés pour votre référencement sont à répartir dans les différents types de pages en fonction de la structure du site.

- Homepage : mots clés généralistes
- Pages intermédiaires et Pages de résultats de recherche : mots clés dits « secondaires »
- Pages de biens : « Long tail » ou mots-clés ultra ciblés

Dans le domaine immobilier, il est particulièrement important d'utiliser au maximum les noms des villes, villages, quartiers, dans les textes présents sur le site. Ils sont à répartir en fonction de la structure du site. Les mots-clés « géographiques » sont à sélectionner en fonction de la manière dont les internautes font leurs recherches.

Astuce : nous vous conseillons de faire apparaître les codes postaux des communes dans les pages des biens de votre site, de plus en plus d'internautes les utilisant dans le cadre de leurs recherches sur internet. Exemple : « achat appartement ou maison 1006 » pour l'acquisition d'un bien immobilier à Lausanne.

Répartition des recherches entre les activités de vente et de location

Nous estimons entre 15 et 20% les recherches sur internet en lien avec l'achat ou la vente d'un bien immobilier. Les 80 à 85% restants concernent donc les recherches sur les locations. En fonction de vos objectifs commerciaux et financiers, il est important de prendre en compte ces données pour définir et suivre une stratégie de référencement naturel adaptée à votre site.





Services annexes immobilier

Dans le cas où votre régie propose des services supplémentaires comme de la gérance ou de l'immobilier commercial, une approche différente, en termes d'utilisation de mots-clés, doit être appliquée. Ces services ont leur propre vocabulaire, leur propre audience et nécessitent donc une adaptation constante sur votre site web.

Attention à la « duplication de contenu » !

Nous attirons votre attention sur le fait qu'une même annonce peut être visible sur différents sites. Cela a pour conséquences d'exposer votre site à des risques de pénalisation pour cause de duplication de contenu (« Duplicate content »). Dans ce cas, deux solutions s'offrent à vous :

- > la réécriture systématique des textes de vos annonces pour les rendre uniques aux yeux des moteurs de recherche. C'est un travail long et fastidieux mais très efficace en terme de référencement naturel.
- > l'utilisation de balise canonique permettant de déclarer aux moteurs de recherche la source de votre texte.

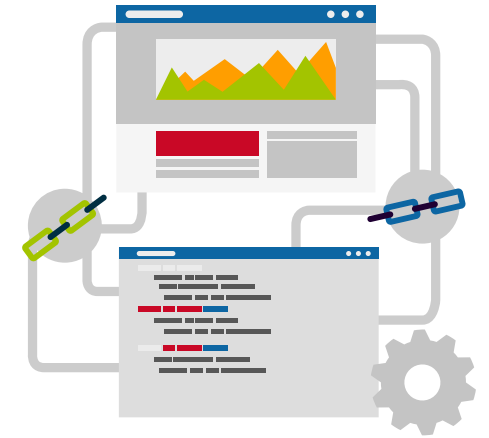
Ces deux solutions propres éviteront à votre site d'être blacklisté par les moteurs de recherche.



Netlinking

Il existe de nombreux sites dans le domaine immobilier mais rares sont ceux qui acceptent de créer un lien vers votre site. Un lien n'a d'intérêt que s'il provient d'un site ayant la même thématique que la vôtre : l'immobilier ! Voici un aperçu de quelques sites intéressants ou pistes à exploiter en termes de netlinking :

- > Un annuaire de qualité spécialisé dans le domaine immobilier : netimmo.ch
- > Les sites de vos partenaires (exemple : relocation immobilière)
- > Les mini-sites dédiés à vos promotions immobilières
- > Les portails immobiliers



Coût/Impact

Optimiser le référencement naturel d'une agence permet de réduire ses coûts marketing. En effet, le nombre de contacts obtenus grâce au SEO est bien supérieur au nombre de contacts gagnés grâce aux portails tels que Immostreet ou Homegate. Faites l'exercice en comptant concrètement combien de visiteurs arrivent sur votre site via un portail immobilier. Vous serez certainement déçu des résultats...

D'une manière générale, nous constatons une meilleure qualité des prospects ou contacts en provenance des moteurs de recherche par rapport aux autres sources de trafic. Si nous comparons le référencement naturel à l'achat de mots-clés (SEA), bien que ces deux leviers permettent d'acquérir du trafic, nous notons un taux de conversion et un volume plus important de contacts qualifiés via le SEO.

C'est une solution à la fois économique et qualitative, c'est pourquoi il est fondamental que le référencement naturel soit le premier levier de e-marketing mis en place sur un site web.



Résultats/Trafic

Les meilleures régies et agences enregistrent plusieurs centaines de visites journalières en provenance des moteurs de recherche. C'est autant de prospects cherchant la location idéale ou souhaitant acquérir le logement de leur rêve.

Sur un site bien optimisé, après quelques mois de travail et avec un positionnement correct dans Google, il est tout à fait possible d'obtenir un volume de trafic pouvant aller de 300 à 500 visites par jour. Les agences les plus consciencieuses peuvent prétendre dépasser les 1'000 visites par jour depuis Google !

Conclusion

Les bénéfices d'un référencement naturel optimal sont nombreux. Les internautes utilisent les moteurs de recherche pour trouver leur futur logement. Il est donc vital pour votre agence de renforcer sa présence sur internet afin d'être positionnée aux côtés de ses concurrents et pourquoi pas devant eux !

L'optimisation de votre site et de son positionnement sur les moteurs de recherche est une action indispensable à mettre en place si vous souhaitez améliorer votre visibilité sur Internet. Un travail efficace de référencement naturel vous permettra de :

- > Drainer du trafic supplémentaire,
- > D'augmenter de manière très significative le nombre de visiteurs qualifiés sur votre site
- > De vous positionner face à la concurrence

N'hésitez pas à nous contacter si vous souhaitez réaliser un audit personnalisé de votre site. Nous ferons alors un état des lieux des leviers indispensables à mettre en place, pour tirer tous les bénéfices d'un bon référencement naturel.

 @soleildigitalCH

 facebook.com/soleildigital

 linkedin.com/company/soleil-digital

Soleil Digital est une agence de Web Marketing basée à Genève et Lausanne. Nous élaborons pour nos clients des stratégies de marketing digital sur mesure, pilotées par notre équipe d'experts, composées de 8 personnes.

Grâce à nos domaines de compétences tels que le Référencement Naturel (SEO), le Référencement Payant (SEA), la Publicité sur les réseaux sociaux, le Marketing Automation et le Web Analytics, nous accompagnons les entrepreneurs, les e-commerçants et les PME à augmenter leur visibilité sur internet et à augmenter leur chiffre d'affaires.

Soleil Digital Genève
Vincent Lehmann

Rue Eugène Marziano 15 CH-1227 Carouge
+41 (0)79 362 70 76
vincent.lehmann@soleil-digital.ch

Soleil Digital Lausanne
Alexandra Gavel

Grand-Rue 10 CH-1095 Lutry
+41 (0)21 566 58 82
alexandra.gavel@soleil-digital.ch

