

Comment réussir le **référencement naturel** d'un site immobilier ?

Etude vaudoise - Janvier 2022





En 2022 nous estimons en Suisse Romande à 90% les recherches de biens immobiliers, à la vente ou à la location, qui passent par Internet. L'immobilier reste un domaine très concurrentiel en Suisse, il est donc plus qu'important de bien optimiser votre référencement si vous prétendez surpasser vos concurrents et faire croître le trafic de votre site.

Ce document a pour vocation de définir le panorama actuel en terme de référencement naturel dans le domaine immobilier et de lister les paramètres à appliquer en 2022 sur un site de régie immobilière de manière à augmenter son trafic en provenance des moteurs de recherche.

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

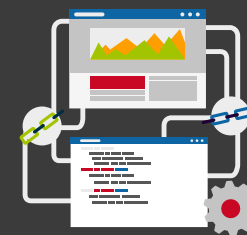
Le référencement naturel des sites a été analysé selon deux domaines majeurs:



50%
note finale

Optimisation Interne On Site

Ce ne sont pas moins de 25 critères techniques qui sont pris en compte dans cette étude 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 régies plus modestes ont peu de chance de se positionner au même niveau que les ténors du secteur car elles profitent de moins de moyens techniques, de moins de liens entrants, de biens à publier sur leur site etc... En revanche, avec une bonne agence de référencement, les régies locales peuvent améliorer leur positionnement 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 vaudoises présentes dans 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 en deux outils du marché (SeoSiteCheckup et Majestic SEO). Pour calculer la note finale, nous avons établi la moyenne de la note interne et externe pour chaque site. Nous aurions pu établir une autre méthodologie de classement (basée uniquement sur le ranking des sites dans Google par exemple) mais c'est la démarche d'analyse appliquée que nous trouvons la plus complète et pertinente.

Le classement final obtenu avec ce processus d'analyse est comparé à celui de 2021 afin de mesurer une amélioration, ou à l'inverse, une détérioration du SEO du site.

Résultat de notre analyse – Janvier 2022

Classement 2022	Classement 2021		Agences immobilières	Note interne	Note externe	Note finale 2022	Note finale 2021
1	2	▲ 1	naef.ch	85	41	63	60.5
2	1	▼ -1	comptoir-immo.ch	83	41	62	63.5
3	3	0	rosset.ch	85	37	61	60.5
4	4	0	verbel.ch	86	28	57	54
5	5	0	gerofinance.ch	93	16	54.5	52.5
6	6	0	derham.ch	90	18	54	52.5
7	7	0	cogestim.ch	77	29	53	52.5
8	8	0	gerinvex.ch	66	38	52	52.5
8	5	▼ -3	gerofinance-dunand.ch	66	38	52	44
8	9	▲ 1	domicim.ch	87	17	52	52.5
9	11	▲ 2	arta.ch	89	14	51.5	51
10	13	▲ 3	regieduboux.ch	79	18	48.5	48.5
11	14	▲ 3	regiebraun.ch	79	17	48	48
12	30	▲ 18	grouperichard.ch	87	8	47.5	44
13	15	▲ 2	pbbg.ch	83	11	47	47.5
13	17	▲ 4	loreto1-trading.ch	81	13	47	47
13	18	▲ 5	publiaz.com	88	6	47	46.5

Classement 2022	Classement 2021		Agences immobilières	Note interne	Note externe	Note finale 2022	Note finale 2021
14	16	▲ 6	proximmo.ch	75	19	47	46.5
15	19	▲ 6	fidimmobil-lausanne-sa.ch	84	9	46.5	46.5
16	32	▲ 7	jfr.ch	85	8	46.5	46.5
17	15	▲ 7	regiegalland.ch	60	32	46	46
17	25	▲ 20	immosol.ch	86	6	46	41.5
17	20	▲ 17	dvdim.ch	87	5	46	43
18	22	▲ 7	gerim.ch	82	9	45.5	45.5
18	37	▲ 8	immobiliere-de-lausanne.ch	90	1	45.5	45.5
19	12	▲ 8	dhr.ch	76	13	44.5	45
20	40	▲ 10	estadom.ch	84	4	44	44.5
20	27	▲ 10	partnerimmo.ch	81	6	43.5	44.5
20	31	▲ 15	golay-immobilier.ch	82	5	43.5	42.5
21	13	▲ 21	agenceduleman.ch	71	14	42.5	40
21	23	▲ 29	pnimmobilier.ch	73	11	42	27.5
22	33	▲ 21	st-clerc.ch	78	6	42	39.5
23	36	▲ 18	regimo.ch	70	13	41.5	40
24	35	▲ 21	domswiss.ch	70	13	41.5	38.5

Classement 2022	Classement 2021		Agences immobilières	Note interne	Note externe	Note finale 2022	Note finale 2021
22	43	▲ 21	regie-piguet.ch	76	6	41	38
23	44	▲ 21	bcimmo.ch	70	10	40	37
24	45	▲ 21	regie-schmid.ch	71	5	38	36
24	46	▲ 22	rfgv.ch	71	5	38	36
25	47	▲ 22	privamob.ch	70	5	37.5	35.5
26	48	▲ 22	imos-immobilier.ch	63	11	37	33
37	50	▲ 23	darchen.ch	64	4	34	26.5
38	51	▲ 23	immo-consulting.ch	51	4	27.5	26



Nous tenons à votre disposition les détails de ces analyses. Nous vous avons également fourni le comparatif des résultats quant à ceux de l'année précédente afin que vous puissiez mieux vous situer et analyser votre progression. N'hésitez pas à prendre contact avec notre agence pour convenir d'un rendez-vous de présentation de votre audit de Référencement Naturel.

Le référencement naturel dans le domaine immobilier



Le contexte

Toutes les régions en Suisse Romande ont pris conscience de l'importance d'avoir un site internet. Cependant, elles sont déjà moins nombreuses à se soucier de leur visibilité dans les moteurs de recherche malgré le fait que ce soit une source de trafic économique et de qualité.

Les portails immobiliers permettent aux régions de trouver de nouveaux clients mais engendrent également une forte dépendance à ces outils onéreux. Trop rares sont les régions développant leur propre visibilité à travers une stratégie de référencement sur les moteurs de recherche.

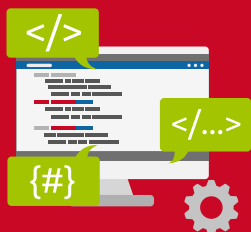


Référencer = Fournir une réponse à une question

Un internaute recherchant un « appartement 3 pièces en centre ville de Genève à louer » dans Google ou Bing est un client potentiel en démarche active. Il sait ce qu'il veut, un agent immobilier a toutes les chances de faire affaire dans le cas où il propose un bien adapté à la demande de l'internaute.

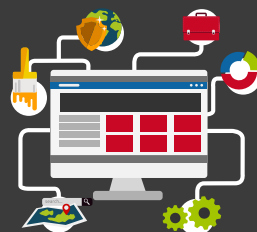
Encore faut-il que l'internaute puisse découvrir ce bien dans les premiers résultats de Google ! L'impact d'un internaute réalisant une recherche dans Google est bien plus fort qu'une personne apercevant une publicité sur un tram, une annonce dans un journal ou une bannière dans Facebook.

Que ce soit pour un site dans le domaine immobilier ou d'une manière générale, le SEO repose, encore et toujours, sur le tryptique suivant :



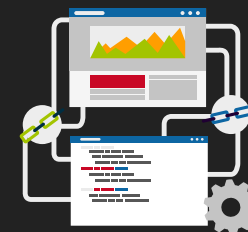
L'**architecture globale** du site qui comprend :

- > 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 principaux critères d'un Référencement Naturel efficace



Noms de domaines

Plus un domaine est ancien et mieux il est pris en compte par Google. C'est une règle valable pour tous les noms de domaines. Il n'est pas obligatoire de posséder le mot-clé « immobilier » dans votre nom de domaine même si la présence d'un mot-clé fort en lien avec votre domaine est un plus. Cependant, nous pouvons très efficacement positionner un site dans Google sans mot clé « explicites » présent dans son nom de domaine.

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) pour obtenir une meilleure visibilité dans la version nationale de Google.

Optimisation technique

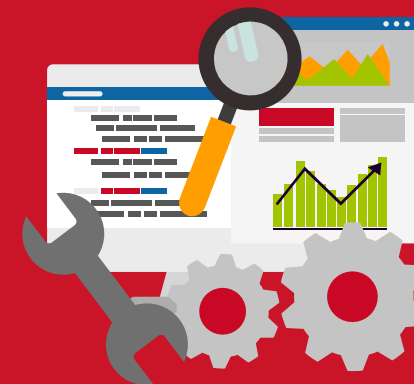
Il faut avant tout appliquer les règles de base du SEO : vitesse de chargement du site élevée, code source optimisé, présence de balises Hx pour structurer le contenu, sitemap pour faciliter l'indexation des pages, version du site compatible mobile etc.

Pour fournir un contenu de qualité, et utiliser au mieux la largeur du catalogue des biens de votre site, nous préconisons l'utilisation des pages de résultats de recherche dans le cadre de l'amélioration de votre référencement naturel.



Temps de chargement

Un bon site est un site qui se charge rapidement. C'est valable pour un internaute comme un moteur de recherche. Nous vous conseillons d'avoir une note supérieure à 90/100 au test proposé par Google pour que votre site soit parfaitement noté et donc positionné dans ce moteur de recherche. Pour ce faire, les images doivent être « légères » (moins de 100 ko), le code source de vos pages simplifié, votre serveur optimisé etc.

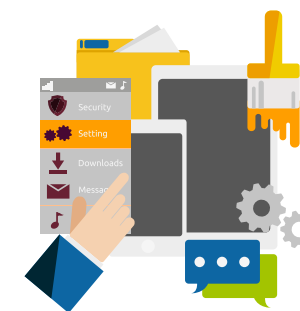


Responsive design

Depuis 2016, plus de la moitié des recherches sur Google sont réalisées depuis des mobiles, ce qui montre l'importance de ce type de support. Votre site doit être parfaitement lisible sur un mobile et donc obéir à quelques critères en matière de technologie et d'ergonomie. Là encore, Google propose un outil permettant de tester la compatibilité mobile de votre site. C'est très important car Google «pense» désormais ses services et produits pour mobile avant 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 être lu depuis la homepage 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 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 manière dont le site est structuré. Les mots-clés « géographiques » sont à sélectionner en fonction de la manière dont les internautes composent 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 1214 » pour l'acquisition d'un bien immobilier à Vernier.

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, donc les 80 à 85% restant concernent les locations. En fonction de vos intérêts financiers et commerciaux, il est important de prendre en compte cette statistique pour définir et suivre une stratégie de référencement naturel pour 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 terme de netlinking et d'utilisation de mots clés doit être appliquée. Ce sont des services qui ont leur propre vocabulaire, leur propre audience donc ils nécessitent une adaptation constante sur votre site web.

Attention à la « duplication de contenu » !

Nous attirons votre attention qu'une même annonce peut être visible sur différents sites ce qui a pour conséquence 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.

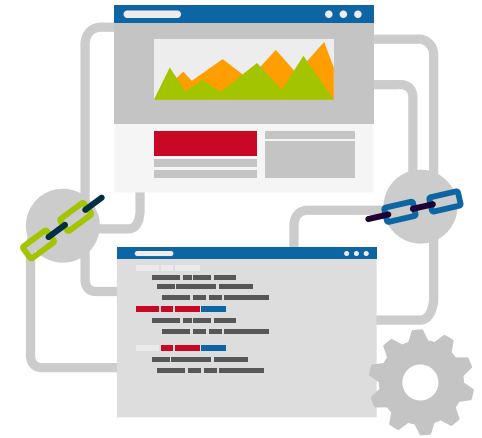
Ce sont deux solutions propres qui vont vous permettre de ne pas faire « blacklister » votre site internet.
Exemple : « achat appartement ou maison 1214 » pour l'acquisition d'un bien immobilier à Vernier.



Net Linking

Il existe de nombreux sites dans le domaine immobilier mais rares sont ceux qui acceptent de créer un lien vers le site de votre régie. Un lien n'a d'intérêt que s'il provient d'un site de 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 minisites dédiés à vos promotions immobilières,
- › Les portails immobiliers



Coût/Impact

Optimiser le référencement naturel d'une régie permet de réduire ses coûts marketing du fait que le nombre de contacts obtenus est bien supérieur à celui en provenance des portails tels que Immostreet ou Homegate. Faites l'exercice en regardant concrètement combien de visiteurs un portail immobilier apporte tous les mois sur votre site. Vous serez sûrement 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 SEO à des canaux de promotion offline, comme la publication dans la presse ou de l'achat de mots clés, nous mesurons également un meilleur taux de conversion et un volume plus important de contacts générés.

C'est une solution à la fois économique et qualitative, c'est pour cette raison que le référencement naturel doit être le premier levier de e-marketing qu'une régie doit mettre en place sur son site web.



Résultats/Trafic

Les meilleures régies enregistrent plusieurs centaines de visites journalières en provenances des moteurs de recherche. C'est autant de prospects qui sont à la recherche de la location idéal ou qui souhaitent acquérir le logement de leur rêve.

Après quelques mois de travail et un positionnement correct dans Google, nous pouvons espérer obtenir entre 300 et 500 visites par jour sur le site d'une régie bien optimisée. Les meilleures régies 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 régie immobilière de renforcer votre présence sur internet afin de figurer aux côtés de vos concurrents voire devant eux.

L'optimisation de votre site et de son positionnement sur les moteurs de recherche est une action indispensable à mener 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 et de vous positionner face à la concurrence. Pour ce faire, nous fournissons à nos clients un suivi détaillé et régulier de l'état du référencement naturel de son site. Il est important d'effectuer et d'analyser ce suivi sur le long terme.



Soleil Digital est une agence de web marketing basée à Lausanne et Genève. Nous élaborons des stratégies de marketing digital puis les mettons en oeuvre à travers une large gamme de services. Nous travaillons dans le but de développer les activités en ligne de nos clients, notre travail est fondé sur les chiffres et la mesure des résultats.

Nos spécialités:

- > Référencement Naturel - SEO
- > Référencement Payant - SEA
- > Publicité sur réseaux sociaux
- > Stratégie Digital
- > Marketing Digital

Soleil Digital

Grand-Rue 10 CH-1095 Lutry
079 362 70 76

Directeur: Vincent LEHMANN
vincent.lehmann@soleil-digital.ch



@soleildigitalCH



facebook.com/soleildigital



linkedin.com/company/soleil-digital