

@vantio



eBook sur le référencement SEO
pour les gestionnaires de biens immobiliers



Index

01

Stratégies

02

Mots-clés

03

On-Page SEO

04

LLM SEO

05

Expérience
utilisateur

06

SEO
Technique

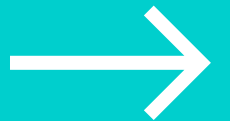
07

Link Building

08

Outil SEO

Introduction au référencement SEO



Pourquoi la visibilité en ligne nécessite bien plus que du SEO

Faire en sorte que votre site soit vu par des clients potentiels ne se limite plus à Google. Aujourd'hui, les voyageurs utilisent des assistants IA, des cartes, des OTAs, la recherche vocale et des applications pour trouver et comparer des locations de vacances.

Si vous voulez rester compétitif, votre visibilité doit couvrir **tous les endroits où ils recherchent**, pas seulement les moteurs de recherche.

C'est là qu'intervient le Search **Everywhere Optimization**.

Cet eBook vous aidera à comprendre les **quatre stratégies clés** qui fonctionnent

ensemble pour maximiser votre présence en ligne et augmenter vos réservations directes :

- **SEO** – Optimisation pour les moteurs de recherche comme Google et Bing
- **AEO** – Optimisation pour les réponses directes (snippets, recherche vocale, FAQ)
- **GEO** – Optimisation pour les outils IA génératifs comme ChatGPT et Gemini
- **AIO** – Optimisation IA pour gagner la confiance dans les réponses générées par l'IA

Pourquoi le SEO reste essentiel et pourquoi il demande un suivi régulier

Le SEO reste la base de votre visibilité en ligne. Il permet à votre site d'apparaître dans les résultats des moteurs de recherche, d'augmenter le trafic organique et de générer des réservations sans commission.

Mais le SEO n'est pas quelque chose que l'on configure une fois pour toutes. Il demande du temps et un suivi régulier.

Mais pour rester compétitif, votre site nécessite des améliorations régulières. Pourquoi ? Parce que le paysage des moteurs de recherche évolue en permanence.

La plupart des stratégies SEO nécessitent jusqu'à 6 mois pour produire des résultats visibles.

Google met à jour ses algorithmes plus vite que jamais

Avec la quantité de contenu sur Internet qui ne cesse de croître, Google continue d'affiner son algorithme pour mettre en avant les informations les plus fiables et utiles.

En 2024, Google a publié sept mises à jour majeures, dont quatre Core Updates (mars, août, novembre et décembre) — soit plus du double du rythme habituel des années précédentes.

Et en 2025, nous avons déjà eu un Core Update en mars et juillet, ainsi qu'une mise à jour Anti-Spam en août.

Ces mises à jour sont importantes : elles

peuvent impacter le classement et la visibilité de votre site.

Certaines récompensent le contenu de haute qualité, d'autres pénalisent les pratiques spammy. Certaines se concentrent sur la performance technique, comme la vitesse, l'expérience mobile ou les données structurées.

Si vous ne vous adaptez pas, vous risquez de rester à la traîne.

Restez informé des derniers changements d'algorithme de Google



Pourquoi vous avez besoin d'une stratégie de visibilité plus large

Maintenir votre visibilité implique désormais de :

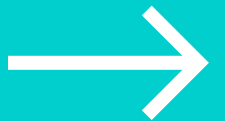
- Vous adapter aux changements d'algorithme
- Créer du contenu optimisé pour les résumés générés par l'IA, les réponses vocales et les résultats IA/LLM
- Structurer votre site pour que les moteurs de recherche et les outils d'IA puissent facilement comprendre et réutiliser votre contenu

Dans les prochaines pages, nous allons vous montrer concrètement comment y parvenir.

C'est parti !



Stratégies



Stratégies de visibilité : du SEO à l'optimisation pour les LLM

Il existe de nombreuses stratégies SEO, mais elles ne sont pas toutes pertinentes pour chaque entreprise.

Dans le secteur de la gestion de locations de vacances, les stratégies mises en place doivent à la fois refléter vos objectifs business et la façon dont vos voyageurs recherchent aujourd'hui.

Nous recommandons de commencer par les trois piliers essentiels du SEO, puis d'élargir la démarche avec des stratégies adaptées au paysage actuel de la visibilité, marqué par le multicanal et l'IA.

Les stratégies SEO fondamentales :

Ces stratégies fondamentales restent essentielles pour permettre à votre site de se positionner sur les moteurs de recherche et d'attirer un trafic à fort potentiel de conversion.



On-page SEO



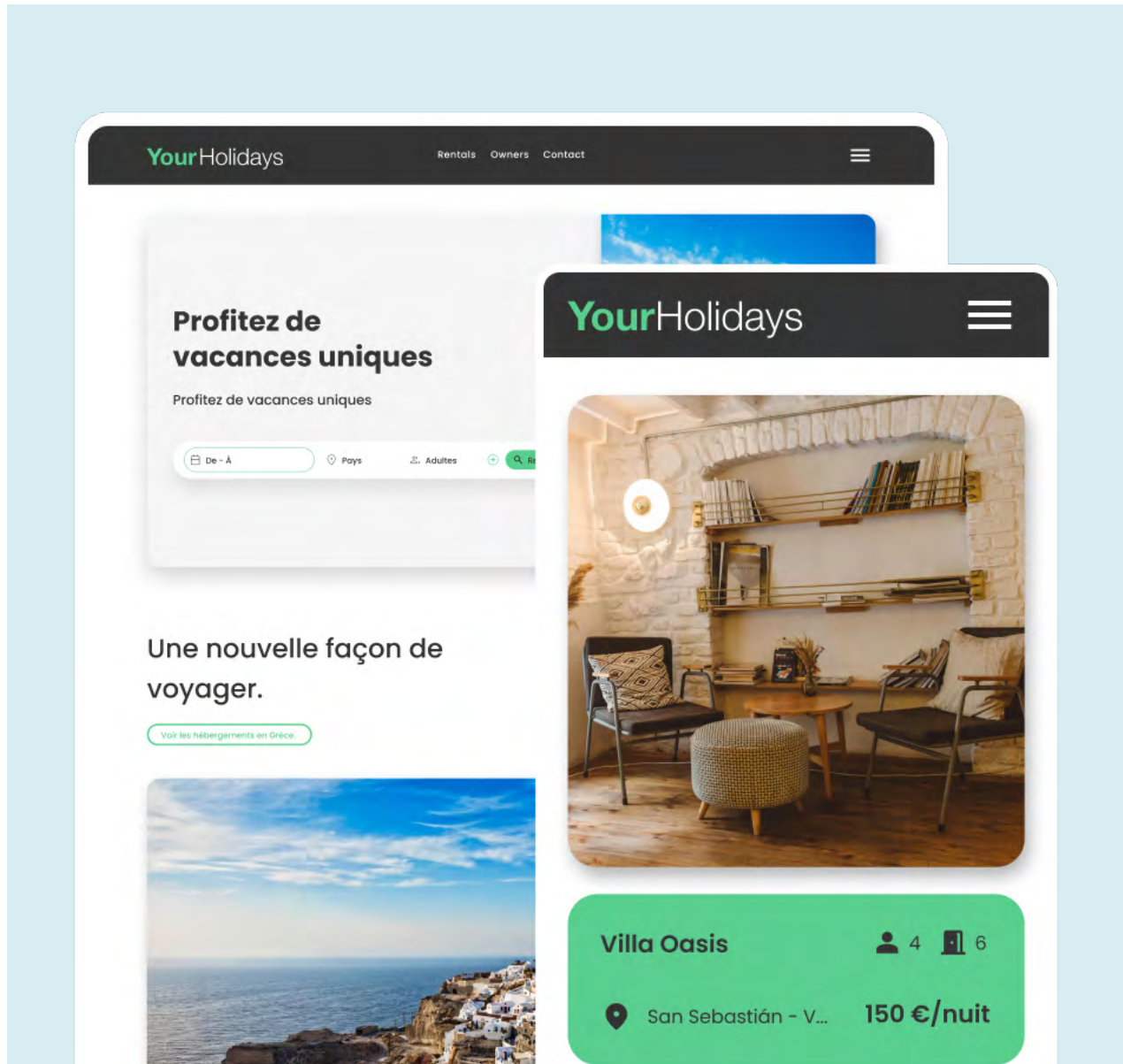
Large Language Model SEO



SEO Technique



Link Building



On-page SEO

Se concentre sur tout ce que vos visiteurs voient sur votre site, notamment :

- Les textes des pages
- Les titres et sous-titres
- Les filtres de recherche et les CTA
- La mise en page et le maillage interne

Pourquoi c'est important : un bon SEO on-page permet à la fois à vos visiteurs et aux moteurs de recherche de comprendre votre contenu et d'agir.



SEO pour les Large Language Models (LLM)

Pour booster véritablement votre optimisation pour les LLM, ces trois stratégies permettent à votre contenu d'aller au-delà de Google et d'atteindre les plateformes qui façonnent la découverte moderne :



GEO (Generative Engine Optimization)

Prépare votre contenu pour être inclus dans les réponses générées par l'IA (ChatGPT, Gemini, Copilot).

À privilégier :

- Contenu structuré en listes, tableaux, triplets sémantiques
- Définitions claires et mise en forme lisible
- Réduction des ambiguïtés grâce à un langage précis

Pourquoi c'est important

: les outils d'IA synthétisent l'information, ils ne classent pas. GEO garantit que votre contenu fait partie de cette synthèse.

AEO (Answer Engine Optimization)

Aide votre contenu à apparaître dans les featured snippets, les recherches vocales et les sections « People Also Ask ».

À privilégier :

- Réponses courtes et directes
- FAQ et structure sémantique claire
- Contenu aligné avec l'intention de recherche

Pourquoi c'est important

: les utilisateurs veulent des réponses rapides. AEO fait en sorte que votre site soit la réponse.

AIO (Answer Engine Optimization)

Renforce la confiance en rendant votre marque quotable et digne de référence dans les contenus générés par l'IA.

À privilégier :

- Blocs de contenu réutilisables (prix, avantages, témoignages clients)
- Langage crédible et clair sur le plan factuel
- Mise en forme adaptée pour la réutilisation et la citation par l'IA

Pourquoi c'est important :

de nombreuses décisions commencent par l'IA. AIO garantit que votre marque est incluse avant même qu'un utilisateur ne clique.

Ensemble, ces six stratégies constituent une approche complète du SEO pour LLM.



SEO Technique

Optimise la performance en arrière-plan de votre site pour faciliter le crawl, l'indexation et la confiance des moteurs de recherche.

Inclut :

- Vitesse de chargement rapide
- Adaptabilité mobile/tablette
- Données structurées (schema)
- Architecture du site crawlable et URLs propres

Pourquoi c'est important : même le meilleur contenu ne peut pas se classer si votre site est lent, difficile à naviguer ou invisible pour les bots.



Link Building

Involves earning backlinks from relevant, trusted websites in your industry.

Includes:

- Guest posts or features on STR-related sites
- Local business listings or tourism boards
- Internal link structures that reinforce topic clusters

Pourquoi c'est important : les backlinks augmentent l'autorité de votre domaine et signalent votre crédibilité aux moteurs de recherche.

Mots-clés



Cette section est consacrée aux mots-clés, à leur importance et à la manière de choisir les meilleurs pour votre site web.

Une fois que vous les maîtriserez, vous serez sur la bonne voie pour tirer le meilleur parti de votre présence en ligne.



Utilisez des mots-clés sémantiques ou principaux pour la recherche de mots-clés basée sur les informations relatives aux visiteurs et aux concurrents. Voici une sélection des mots-clés les plus importants pour le secteur :

- Location de vacances ou Location saisonnière.
- Location de vacances en famille.
- Villa en bord de mer.

*** Astuce !**

Ciblez des mots-clés “long-tail” ou des expressions clés : optimisez votre site web et vos annonces sur les OTA avec des phrases qui incluent des termes spécifiques à un lieu, à un type de logement et utilisez des arguments de ventes uniques. Par exemple, *“locations de vacances en bord de mer à San Francisco”* ou *“villas de luxe à louer à Miami”*.



Pour obtenir un meilleur classement dans les résultats de recherche de Google, il est important d'avoir des pages optimisées pour le référencement. L'un des moyens d'obtenir de meilleurs résultats est d'optimiser les anding pages générales. Pour ce faire, il suffit d'afficher le bien et d'ajouter un texte descriptif d'environ 300 caractères en dessous. À savoir que le secteur de la location de vacances est très concurrentiel, ce qui rend difficile l'obtention d'une position élevée. C'est pourquoi un contenu de qualité et un bon link building sont nécessaires.

Les résultats sont répartis dans les catégories suivantes :

- Emplacement
- Type de propriété
- Canaux

Mots-clés basés sur l'emplacement :

Intégrez des mots-clés basés sur la localisation dans l'ensemble de votre site web, y compris dans les balises de titre, les métadescriptions et le contenu. Par exemple, au lieu d'utiliser des mots-clés génériques tels que *"location de vacances"*, utilisez des mots-clés tels que *"location de vacances en bord de mer à Miami"* ou *"location de vacances de luxe dans les Florida Keys"*.

* Astuce !

Optimisez les titres et les descriptions de vos biens immobiliers avec des mots-clés pertinents. L'un des mots-clés doit être la localisation de l'hébergement.

* Astuce On-page

Utilisez des termes génériques qui indiquent le type de propriété et d'hébergement que vous proposez. Par exemple, lorsque nos clients proposent des maisons rurales, nous ciblons des mots-clés génériques tels que *"location touristique"*, *"maison de vacances"*, *"hébergement"*, etc. Mais nous incluons également des références locales/collective dans les mots-clés, en utilisant par exemple *"finca"* si vous visez le marché espagnol ou *"cottage"* si vous visez le marché britannique.

* Astuce technique !

Incluez vos mots-clés et votre localisation dans le domaine de votre site web. Au lieu d'utiliser *"appartements de vacances"*, choisissez *"vacances à Cannes"*.

On-Page SEO



En appliquant les techniques de référencement suivantes, vous pouvez **améliorer** la présence en ligne de votre site Web et **augmenter** la probabilité que des clients potentiels trouvent votre location de vacances lorsqu'ils recherchent des options d'hébergement.

Ces conseils de référencement s'appliquent à toutes les pages de votre site de location de vacances.

Contenu du site : La qualité avant la quantité

Lorsqu'il s'agit du contenu d'un site, la qualité l'emporte sur la quantité. Ne créez pas de contenu pour avoir plus de pages sur votre site web. Au contraire, concentrez-vous sur la création d'un contenu de haute qualité et attrayant qui apporte de la valeur à votre public cible. Il peut s'agir de conseils sur la gestion des locations de vacances, d'informations sur les attractions locales et d'informations sur les alentours.

Pour optimiser le contenu de votre site, vous devez :

- Créez un contenu en lien avec vos mots-clés tout en apportant de la valeur à votre public.
- Utilisez des titres, des sous-titres et des puces pour structurer votre contenu et le rendre facile à lire.
- Incluez des liens internes vers d'autres pages pertinentes de votre site, telles que les services, les types d'hébergement, les guides de localisation, etc.
- Créez un contenu qui couvre toutes les zones de votre cible. Par exemple, si vous ciblez les visiteurs qui séjournent à Denia, au Grau du Roi, dans le sud de la France, vous créerez du contenu sur le Grau du Roi, son histoire, les choses à faire dans la région, la liste des meilleurs restaurants, l'annuaire des services (location de voitures, magasins, supermarchés, etc.), les types d'hébergement au Grau du Roi, les meilleures plages et la façon de s'y rendre, etc. En couvrant tous les sujets liés à des vacances au Grau du Roi, votre site Web sera reconnu et récompensé par Google..

* Astuce On-page

Appliquez des filtres à votre site web, afin que les utilisateurs puissent trouver rapidement ce qu'ils recherchent. Voici quelques bons filtres à appliquer : piscine, animaux acceptés, bord de mer, près des pistes de ski, mobilité réduite, espace de travail, etc. Nous avons obtenu de meilleurs résultats en appliquant ces filtres sur la page principale.

* Astuce On-page

Google met constamment à jour sa méthode d'exploration. En mettant l'accent sur le langage naturel. ChatGPT est un excellent outil pour créer rapidement du contenu. Sachez que le contenu de ChatGPT n'est pas très bien noté lorsqu'il s'agit de "*langage naturel*". Lorsque vous utilisez cet outil, assurez-vous de bien éditer le texte et de vérifier les faits ou les informations fournis par le modèle d'Intelligence Artificielle.

Types de contenu :



TOFU

“Top-of-the-Funnel”

Au sommet de l'entonnoir. Il s'agit d'un contenu destiné à attirer un large public dès les premières étapes de son parcours client, afin de le sensibiliser et de l'intéresser à la marque, au bien ou au produit.



MOFU

“Middle-of-the-Funnel”

Au milieu de l'entonnoir. Il s'agit d'un contenu destiné à alimenter les clients potentiels qui ont manifesté un intérêt pour la marque, le bien ou le produit, et à leur fournir des informations précieuses pour guider leur processus de prise de décision.



BOFU

“Bottom-of-the-Funnel”

En bas de l'entonnoir. Il s'agit d'un contenu destiné à convertir les prospects qualifiés en clients, en leur fournissant des détails spécifiques, des offres et des incitations pour les encourager à effectuer une réservation.

* Astuce On-page

Rédigez des balises de titre et des métadescriptions convaincantes et riches en mots-clés pour chaque page de votre site web. Veillez à ce que ces informations représentent correctement la propriété et encouragent les utilisateurs à cliquer en utilisant un CTA.

Utilisez des mots-clés dans les balises de titre

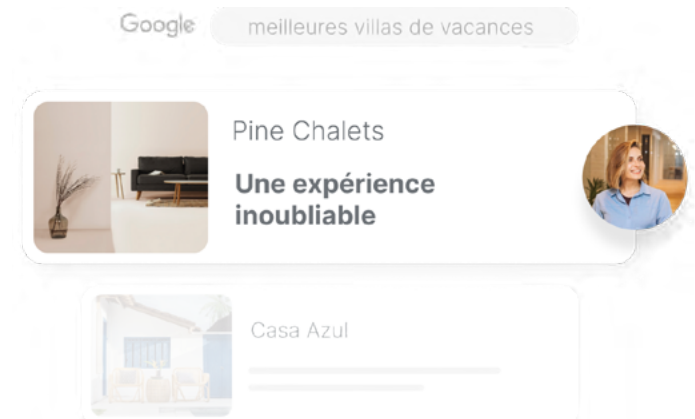
Les balises de titre apparaissent dans les résultats des moteurs de recherche et sont le premier élément lu par un moteur de recherche. Chaque page du site Web doit avoir une balise de titre unique qui inclut vos mots clés cibles. Cela permet aux moteurs de recherche de comprendre le contenu de chaque page et d'améliorer le score global de votre site.

Pour optimiser vos balises de titre et métadescriptions, vous devez :

- Inclure vos mots-clés cibles dans vos balises de titre.
- Faire en sorte que vos titres ne dépassent pas 60 caractères pour qu'ils s'affichent correctement dans les résultats de recherche.
- Essayer de placer le mot-clé au début du titre.
- Veiller à ce que chaque titre et chaque description reflètent fidèlement le contenu de la page correspondante.

Rendez vos méta-descriptions intéressantes

Les méta-descriptions sont les courts extraits qui apparaissent sous votre balise de titre dans les résultats des moteurs de recherche. Veillez à ce que vos méta-descriptions soient convaincantes et incluent vos mots-clés cibles, afin d'encourager les utilisateurs à cliquer sur votre site web et d'améliorer votre taux de clics (CTR).





Organisez vos titres

Les titres sont utilisés pour organiser votre contenu et en faciliter la lecture. Utilisez des balises H1 pour votre titre principal et des balises H2 pour les titres suivants, ainsi que des titres H3. Cela aide les moteurs de recherche à comprendre la hiérarchie de votre contenu.

Pour optimiser vos titres, vous devez :

- Utiliser des balises H1 pour le titre principal de votre page et des balises H2 et H3 pour les sous-titres.
- Inclure vos mots-clés cibles dans vos titres.
- Utiliser un langage descriptif et concis qui reflète fidèlement le contenu de chaque section.

* Astuce !

Assurez-vous que votre titre et votre titre SEO soient différents. Pour les sites web wordpress, le titre du contenu se trouve en haut de la page. Le titre SEO se trouve en dessous, généralement dans un plugin SEO. Le titre SEO est celui qui apparaît dans les pages de résultats des moteurs de recherche.

Exemple

Le titre SEO : *Les meilleures choses à faire à Miami*
Le titre de la page : *Les meilleures choses à faire à Miami : Les meilleurs endroits où aller !*

Google Meilleures choses à faire à Miami



Les meilleures choses à faire à Miami : Les meilleurs endroits où aller



* Astuce On-page

Le contenu visuel est crucial dans le secteur de la location de vacances. Utilisez des images et des vidéos en haute résolution qui mettent en valeur les propriétés et leur environnement. Optimisez les noms de fichiers des images, les balises alt et les légendes avec des mots-clés pertinents.

Optimisez vos URLs

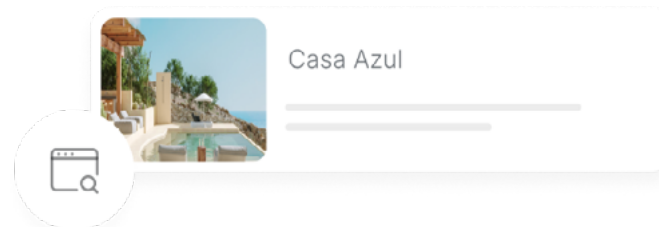
Les URLs fournissent aux moteurs de recherche un contexte sur le contenu de chaque page. Veillez à ce que vos URLs soient descriptives et comprennent vos mots-clés cibles. Cela permet aux moteurs de recherche d'explorer et d'indexer plus facilement votre site web.

Pour optimiser vos URLs, vous devez :

- Inclure vos mots-clés cibles dans vos URLs.
- Garder vos URLs courtes et descriptives.
- Utiliser des traits d'union pour séparer les mots dans vos URLs.
- S'assurer que vos URLs reflètent correctement le contenu de chaque page.
- Essayer d'éliminer les mots de remplissage de votre URL et n'inclure que votre mot-clé.

Google

www.holidayshomes.com



Optimisez les images

Les images peuvent contribuer à rendre votre site Web plus attrayant, mais elles peuvent également ralentir la vitesse de chargement des pages si elles ne sont pas optimisées. Comprimez vos images pour réduire leur taille de fichier et améliorer la vitesse de chargement des pages.

Pour optimiser vos images, vous devez :

- Utiliser des images pertinentes et de haute qualité qui reflètent fidèlement vos biens immobiliers.
- Utiliser des noms de fichiers descriptifs et des balises alt qui incluent vos mots-clés cibles.
- Compresser vos images pour améliorer la vitesse de chargement des pages.
- Inclure des légendes et un contexte pour fournir des informations supplémentaires sur vos biens immobiliers.



Améliorez l'expérience des utilisateurs

L'engagement des utilisateurs est un facteur important pour le référencement. Plus les utilisateurs restent longtemps sur votre site, plus ils sont susceptibles d'effectuer des réservations. Créez un contenu attrayant et incluez des éléments interactifs tels que des vidéos, des images et des formulaires pour que les utilisateurs restent plus longtemps sur votre site. Plus les utilisateurs restent longtemps sur votre site et plus ils interagissent avec votre contenu, plus la pertinence et l'autorité de votre site seront élevées aux yeux des moteurs de recherche.

Pour améliorer l'engagement des utilisateurs, vous devez :

- Créer un contenu attrayant et informatif qui apporte de la valeur à votre public, par exemple des guides touristiques, des listes de choses à faire, des listes de logements par catégories : animaux acceptés, proche de la plage, de la montagne...).
- Utiliser des supports multimédias tels que des vidéos, des images et des infographies pour améliorer votre contenu.
- Rendre votre site facile à naviguer.
- Optimiser votre site pour les appareils mobiles.

* Astuce On-page

L'objectif est d'obtenir une réservation avec le moins de "clics" possible et de raccourcir le processus d'achat. Un bon moyen d'y parvenir est de classer le contenu de votre site par catégories et d'utiliser votre page d'accueil comme un filtre/entonnoir. Affichez clairement vos catégories afin que les utilisateurs puissent trouver rapidement ce qu'ils cherchent, en les conduisant directement aux biens qu'ils souhaitent. Veillez à ce que les noms des catégories correspondent à vos mots-clés ciblés.

* Astuce On-page

Pour créer un contenu attrayant, utilisez le navigateur pour vous donner des idées sur les termes et les sujets les plus recherchés dans votre domaine cible. Tapez un terme pertinent pour votre entreprise dans la barre de recherche de Google. Prenez note des suggestions qui s'affichent en dessous, ainsi que des questions que Google propose, car les suggestions de Google sont liées aux recherches les plus fréquentes en rapport avec le terme recherché. Cette recherche peut vous fournir de nouveaux mots-clés tendances, des idées intéressantes pour des blogs et d'autres contenus pour votre site web.



Pensez aux extraits optimisés

Les extraits optimisés sont des bouts de texte qui apparaissent en haut des résultats des moteurs de recherche.

Pour optimiser votre contenu pour let obtenir des extraits optimisés, vous devez :

- Effectuer des recherches sur les questions et requêtes courantes dans votre secteur d'activité.
- Regardez les questions suggérées par Google dans la barre de recherche ou tout au long de la page de résultats de la recherche.
- Créer un contenu de haute qualité et informatif qui répond précisément à ces questions.
- Utiliser des puces ou des listes numérotées pour faciliter la lecture et la compréhension de votre contenu.
- Inclure vos mots clés cibles dans vos titres et sous-titres.
- Utiliser les données structurées pour fournir un contexte et des informations supplémentaires aux moteurs de recherche.

Implémentez des données structurées

Comme schema.org, pour fournir aux moteurs de recherche des informations supplémentaires sur vos locations de vacances. Cela permet d'améliorer la visibilité des détails spécifiques de la propriété dans les résultats de recherche, tels que les prix, les évaluations et la disponibilité.

* Astuce On-page

Les FAQ sont un excellent moyen de figurer dans les résultats de recherche de Google. La meilleure façon de trouver les meilleures questions à inclure dans votre section FAQ est de faire une recherche sur votre région dans Google et de voir quelles FAQ ont été incluses en rapport à la région recherchée. Deux questions importantes que nous utilisons pour les sites web de nos clients sont : *“Quelle est la meilleure période s’y rendre ?”* et *“Que faire dans la région ?”*.

Textes d'ancrage ou Anchor Text

Le texte d'ancrage ou l'ancres de lien est le mot ou l'expression affiché dans un hyperlien. Avant tout, votre texte d'ancrage doit être naturel. Il doit représenter fidèlement le contenu lié, être descriptif et utiliser des mots-clés pertinents pour la page. La façon de créer un lien naturel est de mélanger les variations du texte d'ancrage. En utilisant des synonymes, des mots-clés mélangés à des mots descriptifs et des phrases authentiques, vous pouvez créer un contenu naturel, précieux et de haute qualité.

Par exemple, si vous créez un lien vers votre blog sur les “*choses à faire à Cannes*”, et que ses mots-clés sont “*Cannes*”, “*choses à faire*” et “*excursions de vacances*”, en fonction de votre phrase et de ce que vous écrivez, vous pourriez utiliser un texte d'ancrage comme le suivant :

*Cette propriété est idéale pour les clients souhaitant profiter d'une **excursion de vacances** unique. Avec de magnifiques vues sur la plage, il y a beaucoup **à faire à Cannes** pendant votre séjour. Profitez d'amusantes **excursions en kayak** pendant votre séjour à Cannes.*

* Astuce On-page

Il est important de varier votre texte d'ancrage, car Google considère que les textes d'ancrage contenant le même mot-clé répété sont du bourrage de mots-clés. Le bourrage de mots-clés se produit lorsque vous sur-optimizez et que le texte n'est plus naturel. Ce contenu est mis en évidence par Google et repoussé vers le bas de l'algorithme et des résultats de recherche. Cette pénalité peut être préjudiciable à votre site web et nécessiter beaucoup de travail et de temps pour être résolue.



L'optimisation du SEO On-page peut améliorer de manière significative la visibilité en ligne de votre entreprise de gestion de location de vacances et attirer davantage de clients potentiels sur votre site.

En suivant ces techniques, vous pouvez créer un contenu de haute qualité, attrayant et optimisé pour les moteurs de recherche, tout en apportant de la valeur à votre public cible.

SEO pour les Large Language Models (LLM)



SEO pour les Large Language Models (LLM)

Le SEO pour les grands modèles de langage (LLM) est une stratégie complète qui va au-delà du SEO traditionnel, en garantissant que vos locations de vacances soient visibles sur toutes les plateformes numériques utilisées par les voyageurs potentiels.

Avec l'essor des assistants IA, de la recherche vocale, des cartes et des OTA (agences de voyage en ligne) pour la réservation de séjours, l'optimisation pour les LLM vous aide à vous démarquer partout où les voyageurs effectuent leurs recherches.

Le LLM SEO intègre le SEO, l'AEO, le GEO et l'AIO, afin d'assurer que votre activité de location de vacances soit non seulement visible sur Google, mais aussi dans les réponses générées par l'IA, dans les recherches vocales et sur les plateformes d'assistants de voyage.

Generative Engine Optimization (GEO)

La Generative Engine Optimization (GEO) est essentielle pour être inclus dans les réponses générées par l'IA. Avec la montée en puissance de l'intelligence artificielle générative, des plateformes comme ChatGPT, Google Gemini et d'autres outils d'IA transforment la manière dont les gens recherchent des informations.

Ces systèmes synthétisent les données pour fournir une réponse unique et résumée aux requêtes des utilisateurs, ce qui rend crucial la création de contenus clairs, structurés et faciles à exploiter pour ces outils.

Pour appliquer les stratégies clés du GEO, vous devriez :

- Rendre les détails de votre propriété, ses équipements et ses offres faciles à extraire par l'IA, en les organisant en sections simples et claires (ex. : listes à puces). Ainsi, lorsqu'un voyageur demande à un assistant IA : « meilleures villas en bord de mer à Miami », votre propriété a plus de chances d'être incluse dans la réponse.

Exemple :

« Vous cherchez une villa familiale en bord de mer à Miami ? Découvrez notre spacieuse villa de 3 chambres avec piscine privée, proche des plus belles plages locales. »

- Les IA génératives privilégient la clarté. Utilisez des descriptions précises et concises des caractéristiques et équipements de vos biens afin d'aider les outils d'IA à identifier rapidement votre propriété.

Exemple :

« Ce spacieux appartement de 2 chambres est situé en plein cœur de Barcelone, avec des équipements modernes incluant le Wi-Fi gratuit, une cuisine entièrement équipée et un balcon privé. »

Astuce !

Si vous souhaitez fournir des descriptions plus longues dans vos annonces, créez une section « Résumé de la description » ou « TLDR; » qui donne un aperçu bref de votre logement. Les moteurs génératifs s'appuient sur cette clarté pour fournir des réponses précises et pertinentes aux utilisateurs.

Answer Engine Optimization (AEO)

L'Answer Engine Optimization (AEO) est conçue pour s'assurer que vos propriétés apparaissent dans les recherches vocales, les extraits optimisés (featured snippets) et la section « Autres questions posées » (People Also Ask).

Avec de plus en plus d'utilisateurs qui s'appuient sur les assistants vocaux et les réponses rapides, l'AEO optimise vos annonces pour ces formats centrés sur la réponse.

Pour appliquer les stratégies clés de l'AEO, vous devriez :

Veiller à ce que les descriptions et caractéristiques de vos propriétés soient faciles à assimiler en quelques phrases. De nombreux assistants vocaux et moteurs de recherche utilisent du contenu court pour répondre aux requêtes des utilisateurs.

Exemple :

« *Quelles sont les meilleures locations de vacances en bord de mer à Miami ?* »

Réponse :

« *Découvrez cette villa en front de mer de 3 chambres, idéale pour les familles, offrant une vue imprenable sur l'océan et un accès privé à la plage.* »

Créer des FAQ spécialement conçues pour vos voyageurs potentiels. Utiliser le balisage schema afin que votre contenu reste structuré et puisse être repris dans les moteurs de recherche et les résultats de recherche vocale.

Exemple :

« *Quels équipements proposez-vous pour les familles ?* »

Réponse :

« *Nos maisons de vacances disposent d'équipements adaptés aux enfants tels que des lits bébé, des chaises hautes et des jouets de piscine.* »

Organiser votre contenu de manière à ce qu'il soit simple pour les moteurs de recherche d'en extraire des informations spécifiques. Cela augmente vos chances d'apparaître dans les extraits optimisés (featured snippets) et dans les recherches vocales.

Exemple :

« *Top 3 raisons de réserver chez nous :*

- *Emplacement pratique proche des sites touristiques*
- *Équipements adaptés aux familles*
- *Tarifs abordables sans frais cachés* »

Comment optimiser pour les assistants de voyage IA ?

Les assistants de voyage comme Google Assistant, Siri ou l'IA de TripAdvisor deviennent des outils incontournables pour les voyageurs qui planifient leurs séjours. Ces outils utilisent l'IA pour offrir des recommandations personnalisées, réserver des voyages et aider les voyageurs à trouver des hébergements.

Optimiser vos locations de vacances pour ces outils IA augmentera vos chances d'être recommandé ou trouvé via ces plateformes.

Pour appliquer les stratégies clés de l'AEO, vous devriez :

Les assistants de voyage donnent souvent la priorité aux requêtes basées sur la localisation, surtout lorsque les utilisateurs recherchent des hébergements à proximité. Assurez-vous que votre contenu contient des mots-clés spécifiques à la localisation afin que votre propriété apparaisse lorsque les utilisateurs demandent des options locales.

Exemple:

- « *Meilleures locations de vacances en bord de mer à Miami* »
- « *Maisons de vacances de luxe dans les Alpes françaises* »

Les assistants de voyage utilisent des données contextuelles pour fournir des recommandations personnalisées. Assurez-vous que votre contenu répond aux questions pouvant survenir dans ces contextes. Par exemple, l'IA peut suggérer des propriétés en fonction de la météo actuelle, des activités ou des attractions proches.

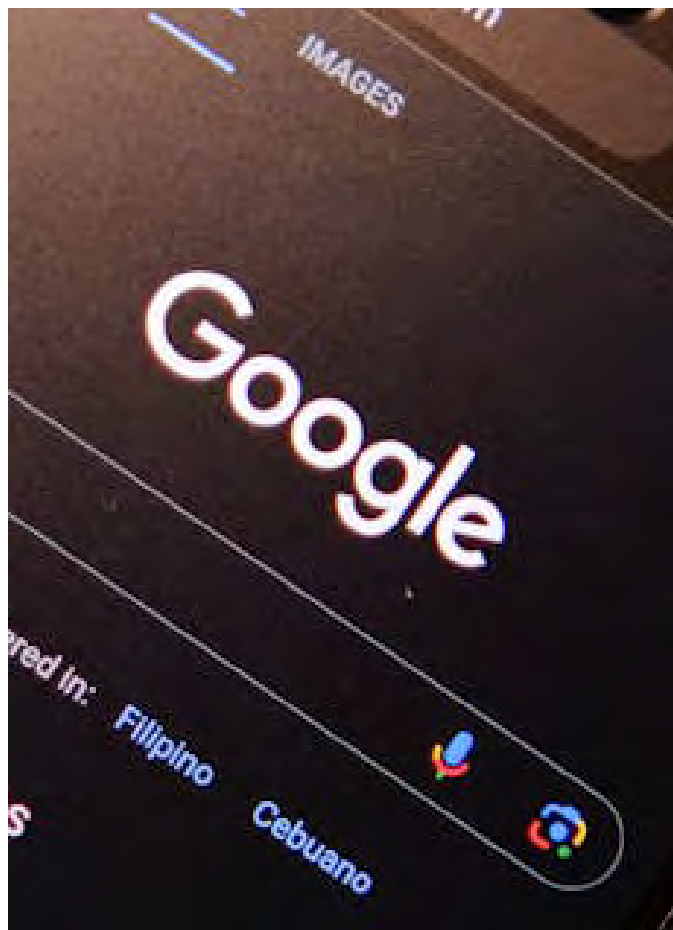
Exemple:

« *Besoin d'une escapade hivernale ? Notre chalet de montagne offre un accès direct aux pistes et des équipements chaleureux, idéal pour des vacances enneigées.* »

Les assistants de voyage IA s'appuient sur des données structurées (comme schema.org) pour extraire les informations importantes sur votre propriété, y compris la localisation, les équipements et la disponibilité.

Exemple:

« *Ajoutez du schema à vos annonces avec des informations comme les horaires d'arrivée/départ, la capacité d'accueil et les caractéristiques spéciales.* »



Comment ajouter un balisage Schema à votre site web ?

Le balisage Schema aide les moteurs de recherche à comprendre votre contenu et à l'afficher sous forme de résultats enrichis (par exemple, évaluations par étoiles, disponibilités). Cela améliore la visibilité dans les recherches alimentées par l'IA et les recherches vocales.

Étapes pour ajouter un balisage Schema :

- 1. Choisir un type de schema :**
Utilisez le Structured Data Markup Helper de Google pour sélectionner un type de schema (par exemple, LocalBusiness, Product).
- 2. Balisage de votre page :**
Sélectionnez les éléments clés de votre page (nom de la propriété, équipements,

etc.) et assignez-leur le schema approprié.

- 3. Générer le code :**
Cliquez sur « Create HTML » pour obtenir le code JSON-LD du schema.
- 4. Ajouter à votre site web :**
Collez le code dans la section <head> de votre page ou utilisez un plugin comme Yoast SEO pour une intégration plus simple.
- 5. Valider ::**
Utilisez le test des résultats enrichis de Google pour vous assurer que tout fonctionne correctement.

Pour des étapes détaillées et des types de schema plus avancés, vous pouvez suivre ce guide recommandé par Semrush.

[Guide sur le balisage Schema de Semrush](#)

AI Optimization (AIO)

L'AI Optimization (AIO) se concentre sur le fait de montrer que votre marque est fiable et digne de citation dans le contenu généré par l'IA.

De nombreuses décisions commencent désormais avec des outils d'IA qui aident les voyageurs à planifier leurs séjours, poser des questions ou obtenir des recommandations. L'AIO permet à votre entreprise de location de vacances de gagner en confiance et d'apparaître dans les réponses générées par l'IA, même avant que les clients ne visitent votre site web.

Pour appliquer les stratégies clés de l'AIO, vous devriez :

Utiliser des blocs de contenu réutilisables comme les tableaux de prix, les témoignages clients et les caractéristiques des propriétés, qui peuvent être facilement exploités par les systèmes d'IA. Un contenu structuré et factuel est plus susceptible d'être réutilisé et cité dans les réponses générées par l'IA.

Exemple :

« Cette villa familiale de 3 chambres dispose d'une piscine privée, accepte les animaux, et se situe à 10 minutes du centre-ville. Les clients lui attribuent une note de 4,8/5 pour ses chambres spacieuses et ses installations propres. »

Rendre votre contenu autoritaire et factuel, afin que les outils d'IA fassent confiance à votre marque et l'intègrent dans leurs réponses. Utilisez un langage qui reflète le leadership dans votre secteur, étayé par des statistiques, des avis et la satisfaction des clients.

Structurer votre contenu pour une extraction facile par les systèmes d'IA. Cela inclut l'utilisation de listes à puces, de tableaux et d'éléments sémantiques (comme le balisage schema.org) pour que votre contenu soit facile à analyser et à utiliser dans du contenu généré par l'IA.

Exemple :

« Meilleures locations de vacances adaptées aux familles près de Paris » :

- Jardin privé
- Proximité des principales attractions
- Activités pour enfants offertes

Expérience utilisateur



Expérience Utilisateur (UX)

Créer une excellente expérience utilisateur (UX) est crucial à la fois pour le SEO et pour la conversion des visiteurs en clients.

Les moteurs de recherche comme Google valorisent les sites qui offrent une expérience positive, notamment en matière de facilité de navigation, de responsivité sur mobile et d'engagement des utilisateurs (taux de rebond, temps passé sur le site).

Pourquoi l'UX est essentielle pour votre site web :

Une expérience fluide et intuitive sur votre site encourage les voyageurs potentiels à explorer davantage, à interagir avec votre contenu et, au final, à réserver leur séjour. Ceci améliore non seulement votre taux de conversion, mais envoie aussi un signal fort aux moteurs de recherche : votre site est précieux et convivial, deux critères clés pour améliorer vos classements.

Pour appliquer les stratégies UX, vous devriez :

- **Optimisation mobile** : De plus en plus de voyageurs recherchent un hébergement via leur smartphone. Google utilise l'indexation mobile-first, ce qui signifie qu'il classe mieux les sites adaptés aux mobiles. Assurez-vous que votre site de location de vacances soit responsive, et qu'il s'adapte parfaitement à tous les formats d'écran.
- **Performance du site** : Un site lent dégrade l'expérience utilisateur et augmente le taux de rebond, ce qui peut nuire à votre référencement. Des outils comme [Google PageSpeed Insights](#) peuvent vous aider à améliorer les performances de votre site.
- **Navigation claire et simple** : Une structure intuitive facilite la recherche d'informations pour les utilisateurs (et les moteurs de recherche), notamment les annonces de propriétés, les options de réservation et la présentation des équipements.
- **Boutons d'appel à l'action (CTA)** : Placez-les stratégiquement pour guider les utilisateurs vers la réservation. Ils doivent être clairs, visibles et orientés vers l'action.
- **Contenu de qualité** : Des contenus engageants et utiles pour vos visiteurs (guides de destination, détails des propriétés, avis clients) les incitent à rester plus longtemps sur votre site (réduction du taux de rebond), ce qui a un effet positif sur votre SEO.

SEO Technique



SEO Technique

Le SEO technique fait référence au processus d'optimisation de votre site Web pour les moteurs de recherche d'un point de vue technique, ce qui implique l'amélioration de la vitesse du site, l'optimisation mobile, la structure du site et bien d'autres choses encore. Dans cette section, nous aborderons quelques stratégies essentielles de SEO technique pour votre entreprise de location à court terme.

Lorsque vous optimisez l'aspect technique de votre site web pour les moteurs de recherche, il est important de comprendre les bases de leur fonctionnement. Deux concepts importants à connaître sont le “*crawling*” et “*l'indexation*”.

— **Le Crawling** est le processus par lequel les moteurs de recherche tels que Google explorent votre site web et recherchent du contenu à indexer. Les moteurs de recherche utilisent des logiciels automatisés appelés “bots” ou “spiders” pour explorer votre site web et collecter des informations sur son contenu, sa structure et d'autres données pertinentes.

— **L'indexation**, quant à elle, est le processus par lequel les moteurs de recherche organisent et stockent les informations qu'ils ont collectées en explorant votre site web. Une fois que le moteur de recherche a parcouru votre site web, il analyse et classe le contenu qu'il trouve et l'ajoute à son index. Cet index est essentiellement une vaste base de données de tout le contenu du web que les moteurs de recherche peuvent utiliser pour trouver et fournir rapidement des résultats pertinents aux utilisateurs.

Il est important de s'assurer que votre site web est facilement explorable par les bots des moteurs de recherche et que le contenu que vous souhaitez indexer est facilement accessible. Cela signifie qu'il faut s'assurer que la structure de votre site web est bien organisée, avec une hiérarchie claire des pages et un plan du site qui répertorie toutes les pages de votre site web.

Nous avons regroupé les principaux conseils techniques en SEO que les administrateurs de biens doivent prendre en compte lors de l'optimisation de leur site web.





Optimisation mobile

L'optimisation de votre site web pour les appareils mobiles est cruciale dans le monde actuel où le téléphone est roi.

Voici quelques conseils pour l'optimisation mobile :

→ Utilisez un design réactif qui s'adapte aux différentes tailles d'écran. WordPress propose de nombreux thèmes réactifs et **divers plugins** pour optimiser votre site pour les appareils mobiles.

→ Optimisez les images pour les appareils mobiles. Vous pouvez le faire en réduisant leur taille et en compressant l'image.

Réduire les requêtes HTTP

Les requêtes HTTP sont effectuées lorsqu'un navigateur demande une page à un site web. Plus le nombre de requêtes HTTP est élevé, plus le chargement de la page est long, ce qui peut avoir un impact négatif sur le classement de votre site. Vous pouvez améliorer la vitesse et les performances de votre site en réduisant le nombre de requêtes HTTP.

Quelques façons de réduire les requêtes HTTP :

→ Combinez plusieurs fichiers CSS et JavaScript en un seul fichier.

→ Utilisez les **Sprites CSS** pour combiner les images et réduire le nombre de requêtes HTTP.



Une structure de site SEO-Friendly

La structure de votre site web est l'architecture et la façon dont ses pages sont organisées. Une structure SEO-Friendly peut aider les moteurs de recherche à comprendre le contenu de votre site et à le classer en conséquence.

Conseils pour organiser une architecture de site SEO-Friendly :

- Utilisez un menu de navigation clair et organisé.
- Utilisez des URLs descriptives et adaptées au référencement.
- Utilisez des balises d'en-tête (H1, H2, H3) pour organiser le contenu et le rendre plus facile à lire.
- Utilisez des fils d'Ariane pour montrer aux visiteurs où ils se trouvent sur votre site web.

Soumettre le sitemap à Google

Le sitemap est un fichier qui répertorie l'architecture de votre site. L'envoi d'un sitemap à Google aide le moteur de recherche à comprendre la structure de votre site, ce qui lui permet de l'explorer plus efficacement.

Comment soumettre votre sitemap à Google :

- 1 Créez un fichier sitemap au format XML.
- 2 Connectez-vous à Google Search Console et accédez au rapport Sitemaps.
- 3 Saisissez l'URL de votre sitemap et cliquez sur Envoyer.



Inclure une balise no-index dans le cadre de l'indexation

La balise no-index indique aux moteurs de recherche de ne pas indexer une page spécifique. Il est important d'inclure une balise "*no-index*" sur les pages que vous ne souhaitez pas voir apparaître dans les résultats de recherche, comme le contenu dupliqué ou les pages en cours de construction.

Comment procéder :

- 1 Ouvrez le code HTML de la page à laquelle vous souhaitez ajouter la balise "*no-index*".
- 2 Ajoutez le code suivant dans la section "*head*" : `<meta name="robots" content="noindex">`
- 3 Enregistrez les modifications du code HTML.

Utiliser HTTPS, pas HTTP

HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure) est une version sécurisée de HTTP. HTTPS crypte les données envoyées entre le site web et l'utilisateur, ce qui les rend plus sûres.

Comment utiliser HTTPS :

- Achetez un certificat SSL pour votre site web.
- Installez le certificat SSL sur le serveur de votre site web.
- Mettez à jour les liens de votre site web.

→ **HTTPS au lieu de HTTP**

* Astuce !

Le certificat SSL affiche des signes visuels sur votre site web pour promouvoir la sécurité, avec un cadenas vert sur la barre d'URL du site. Cela profitera à votre entreprise de gestion immobilière en montrant que votre site est sécurisé et qu'il n'y a pas de danger à le visiter, ce qui favorisera une relation de confiance entre l'entreprise et le client potentiel.



Améliorer la vitesse des pages

La vitesse des pages est essentielle pour l'expérience utilisateur et le classement dans les moteurs de recherche.

Comment améliorer la vitesse des pages :

- Utiliser un réseau de diffusion de contenu (CDN) pour mettre en cache et diffuser le contenu plus rapidement.
- Optimiser les images pour réduire la taille des fichiers.
- Réduire au minimum les fichiers HTML, CSS et JavaScript.
- Optimiser la taille des images.

▸ Astuce technique

Ne mettez pas de carte interactive Google sur vos pages web, car elles sont connues pour ralentir la vitesse de votre page.

Trouver et réparer les “pages/linksBroken”

Les “pages/linksBroken” peuvent avoir un impact négatif sur l'expérience de l'utilisateur et sur le classement dans les moteurs de recherche. Google considère les “linksBroken” comme des “dead ends”. Si votre site Web comporte de nombreux linksBroken, il sera considéré comme “out-dated” et de faible qualité.

Voici comment trouver et réparer les “pages/linksBroken” :

- Utilisez un outil tel que [Google Search Console](#) pour identifier “linksBroken” sur votre site.
- Réparez les “linksBroken” en les redirigeant vers les pages appropriées ou en les supprimant complètement.



Utiliser *hreflang* pour le contenu en plusieurs langues

Comme de nombreux gestionnaires immobiliers, vous pouvez avoir du contenu en plusieurs langues. L'utilisation des balises hreflang indique aux moteurs de recherche quelle version afficher aux utilisateurs en fonction de leur langue et de leur localisation.

Voici comment utiliser *hreflang* :

- Ajoutez les balises hreflang à l'en-tête de vos pages HTML.
- Utilisez les codes de langue et les codes de pays pour spécifier la version correcte de la page.

Surveillez la santé de votre site

Une surveillance régulière de la santé de votre site web est importante pour maintenir des performances optimales et éviter les problèmes qui peuvent nuire au référencement de votre site. Google Analytics et Google Search Console sont des outils utiles pour contrôler la santé de votre site et identifier les points à améliorer.

Link Building



Link building

Le link-building est un élément essentiel pour obtenir un trafic important sur votre site web. L'objectif principal de la construction de liens est de diriger un trafic pertinent d'autres pages web vers votre site web. En acquérant des backlinks de haute qualité, vous pouvez augmenter la visibilité de votre site web dans les résultats des moteurs de recherche et améliorer son score d'autorité. Ces backlinks agissent comme des recommandations numériques, indiquant aux moteurs de recherche que votre contenu est précieux et digne de confiance. Plus il y a de sites Web réputés (à forte autorité) qui renvoient à votre site de location de vacances, plus les moteurs de recherche reconnaîtront et récompenseront votre présence en ligne.



Backlinks

Les backlinks sont des liens qui relient votre site web à un autre site web. Par exemple, une entreprise locale d'excursions en kayak à Biarritz mentionne votre site de location de vacances sur l'un de ses blogs sous la rubrique "*Où séjourner à Biarritz*", ce qui dirige son trafic vers votre site Web contenant des propriétés à Biarritz.



Liens internes

Par exemple, vous pourriez écrire un blog sur les plages à Biarritz et renvoyer vers vos propriétés situées en bord de mer à ce blog. Vous pouvez ensuite relier d'autres pages pertinentes les unes aux autres pour créer un réseau de contenu, montrant ainsi à Google que vous disposez d'un grand nombre de contenus pertinents reliés entre eux.

Opportunités de backlinks

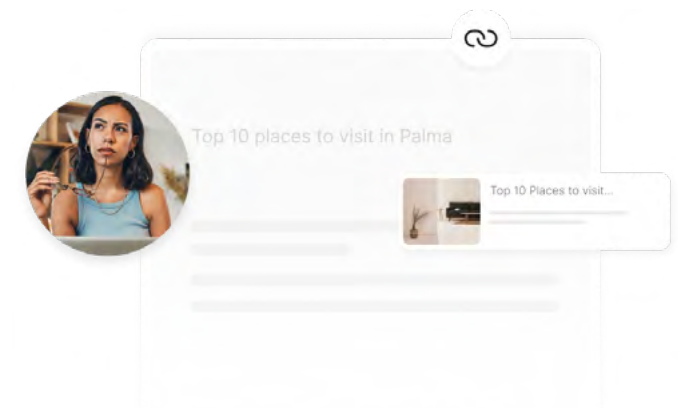
Articles de blog collaboratifs

Les articles de blog conjoints sont un moyen efficace de créer des liens et d'établir des relations dans le secteur de la location de vacances. Contactez des blogueurs influents, des experts du secteur ou d'autres gestionnaires immobiliers et proposez-leur des opportunités de blogage en tant qu'invité. En partageant votre expertise et vos idées sur leurs blogs, vous pouvez obtenir de précieux backlinks vers votre site web. En accueillant des blogueurs invités sur votre site, vous pouvez également leur rendre la pareille, créant ainsi un arrangement mutuellement bénéfique. Ce sont ces sites qu'il faut cibler en priorité.



Compareurs en ligne

L'inscription de vos locations de vacances sur compareurs réputés peut améliorer considérablement vos efforts de création de liens. Ces plateformes attirent un large éventail de visiteurs à la recherche des meilleures options de location de vacances. En vous assurant que vos propriétés sont répertoriées et en optimisant vos profils avec des informations pertinentes, vous pouvez générer des backlinks précieux et attirer leur trafic vers votre site web.





Organismes de tourisme et répertoires locaux

S'associer à des organismes de tourisme locaux et s'inscrire dans leurs répertoires permet d'obtenir efficacement des backlinks pertinents. De nombreux touristes s'appuient sur ces sites officiels pour obtenir des informations sur les destinations, les hébergements et les activités de la région. En figurant sur ces sites officiels, vous gagnez une visibilité précieuse et augmentez la crédibilité et la fiabilité de votre marque.

Presse et couverture médiatique

La collaboration avec les journaux locaux et les médias en ligne de l'endroit où se trouvent vos propriétés peut générer des liens solides et améliorer votre présence en ligne. Envisagez de proposer des idées de contenu ou de fournir des communiqués de presse soulignant les aspects uniques de vos propriétés de location de vacances ou les étapes importantes franchies par votre entreprise.

Le référencement par **link-building** est essentiel pour générer un trafic pertinent et stimuler le succès de votre entreprise de gestion de propriétés de location de vacances. En recherchant activement des backlinks par le biais d'articles de blog collaboratifs, de comparateurs, d'organismes touristiques et de couverture médiatique, vous pouvez établir une forte présence en ligne et attirer des clients potentiels qui recherchent activement des hébergements.

Grâce à une construction de liens efficace, vous pouvez **renforcer** l'autorité et la **visibilité** de votre site web et, en fin de compte, **augmenter vos réservations** et revenus.

FAQ sur le link building

Q1 : De combien de backlinks ai-je besoin pour réussir dans le link building ?

La quantité de backlinks n'est pas aussi importante que leur qualité et leur pertinence. Concentrez-vous sur l'acquisition de backlinks provenant de sites web réputés dans le secteur de la location de vacances ou de sites liés au contenu. Une poignée de backlinks de haute qualité peut avoir un impact plus important que de nombreux backlinks de faible qualité.

Q2 : Puis-je acheter des backlinks pour accélérer le processus ?

Il est fortement déconseillé d'acheter des backlinks. Les moteurs de recherche ont des algorithmes sophistiqués qui peuvent détecter des pratiques de construction de liens non naturelles. Il est préférable de se concentrer sur des stratégies organiques privilégiant la qualité du contenu, l'établissement de relations et de liens authentiques.

Q3 : Comment puis-je mesurer le succès de mes efforts de link-building ?

Utilisez des outils d'analyse Web pour suivre le trafic de référence provenant des liens retour. Surveillez l'augmentation du nombre de visiteurs du site web, l'engagement de ces

visiteurs et le nombre de réservations ou de demandes de renseignements générées. Ces données vous aideront à évaluer l'efficacité de vos efforts de link-building.

Q4 : Existe-t-il des risques associés au link-building ?

Bien que le link-building soit une stratégie de référencement essentielle, il est important d'éviter les pratiques contraires à l'éthique, telles que le spamming de liens ou la participation à des tricheries de liens. Ces activités peuvent entraîner des pénalités pour les moteurs de recherche et nuire à votre réputation en ligne. Concentrez-vous sur l'établissement de relations authentiques, la production d'un contenu de qualité et l'obtention naturelle de backlinks.

Q5 : Combien de temps faut-il pour voir les résultats du link building ?

Les résultats du link building peuvent varier en fonction de divers facteurs, notamment la compétitivité de votre niche, la qualité de votre contenu et l'autorité des sites web qui vous lient. En règle générale, il faut du temps pour établir un profil de liens solides et obtenir des résultats significatifs. La patience et la persévérance sont la clé du processus de création de liens.

Outil SEO



Outils SEO

Il existe une multitude **d'outils gratuits disponibles en ligne** pour vous aider à optimiser votre site web. Voici une sélection de ceux que nous recommandons.



Outils On-page

- [Google Search Console \(GSC\)](#)
- [Google Analytics](#)
- [ChatGPT](#)

Installer et configurer un plugin SEO (si vous utilisez WordPress) :

- [Yoast](#)
- [Rank Math](#)
- [Semrush SEO Writing Assistant](#)
- [UberSuggest](#)

* Astuce On-page !

Connectez votre GSC à Google Analytics pour voir des informations utiles sur le référencement dans votre compte Google Analytics.



Outils LLM SEO

GEO:

- [Claude AI](#)

AEO:

- [Also Asked](#)
- [Google Rich Results Test](#)

AIO:

- [Any LLM or AI content analyzer](#)



Outils SEO Technique

WordPress plugin:

- [XML Sitemaps](#)

Site audit:

- [Site Audit: Improve the SEO of Your Website | Semrush](#)

Page speed:

- [PageSpeed Insights](#)
- [CSS Sprites Generator Tool | Toptal®](#)



Outils Link Building

- [The 15 Best Link Building Tools](#)
- [The practical SEMrush Guide to Anchor Text](#)

Vous avez l'impression d'avoir déjà appliqué ces stratégies à votre site web ?
Vous n'obtenez pas les résultats escomptés ?
Nos experts en marketing digital vous proposent différentes formules pour aider votre site web à prospérer et à obtenir les résultats que vous souhaitez.

Parlez avec l'un de nos experts

Réservez une démo →

@vantio

Vacation Rental Software

www.avantio.com