

SOLUTIONS À APPLIQUER POUR RENDRE SON SITE WIX VISIBLE SUR GOOGLE



Découvrir le
référencement local

Optimiser le
référencement naturel

Utiliser le
référencement payant

Introduction

Vous êtes **confronté à la situation suivante** :

- Votre site Wix **n'apparaît pas sur Google**
- Vous ne connaissez pas le terme de **référencement**
- Vous n'avez jamais entendu parler de **Google My Business**
- Vous aimeriez que votre site **génère des contacts/appels**
- Vous **manquez de visibilité** sur Internet et ne comprenez pas pourquoi
- Vous pensez que Wix ne **permet pas de référencer** son site internet

Toutes ces situations sont probablement dues au fait que vous n'avez pas suffisamment de **connaissances techniques** en matière de référencement et que par conséquent vous n'avez pas conçu correctement votre site internet.

Ce n'est pas grave, ce tuto va reprendre pour vous quelques clés pour mieux **appréhender cette notion de référencement** et ainsi vous rendre visible sur les moteurs de recherches et donc sur le Web.

Avant toute chose vous devez savoir que le référencement est un thème très vaste et qu'il est donc possible de parler du sujet pendant des heures et des heures. Le référencement est un métier à part entière, nous n'avons donc pas la prétention de faire de vous un expert dans le domaine.

Ce n'est absolument pas l'objectif de ce tuto, d'ailleurs si vous connaissez un peu notre blog, www.mon-bras-droit.fr, vous devez probablement savoir que notre leitmotiv est surtout de faire découvrir à chaque personne qui s'y intéresse **les bases pour réussir sur le Web**. Avant de vouloir tout révolutionner, essayons d'abord de comprendre ensemble quels sont **les bases pour avoir une visibilité suffisante pour son activité**.

Par conséquent si votre site que vous avez réalisé avec Wix n'apparaît nulle part sur Google, vous trouverez ici de nombreuses pistes pour améliorer cela.

À vos marques, prêt, lisez !

Table des matières

Introduction.....	2
Travailler son référencement Local : Google My Business.....	4
C'est quoi ?	4
Comment ça marche ?.....	6
Quels avantages et quels résultats ?	8
Optimiser son référencement naturel = SEO.....	9
C'est quoi ?	9
Choisir ses mots clés	11
Construire sa page pour son SEO	13
Avantage & Résultats.....	16
Référencement Adwords = SEA.....	17
C'est quoi ?	17
Les bases pour un bon SEA	18
Quels résultats en attendre ?	20
Conclusion.....	21

DECOUVRIR WIX EN CLIQUANT SUR LE LOGO

wix.com

Travailler son référencement Local : Google My Business

C'est quoi ?

Nous commençons le tuto par une notion assez simple à comprendre et à mettre en place, il s'agit du **référencement local**.

C'est une notion assez récente (une dizaine d'années) et qui permet aux novices du Web de bénéficier d'une certaine visibilité. Vous pouvez en savoir plus sur [cet article](#).

Lorsque l'on évoque le référencement local on parle principalement d'une application :

Google My Business

On parle majoritairement de Google My Business (GMB) car Google représente près de 90% des recherches faites actuellement sur Internet. Par conséquent des applications assez similaires telles que [Bing Business Portal](#) (pour le moteur de recherche Bing) sont vite relayées au second plan.

Mais qu'est ce que le référencement local exactement ?

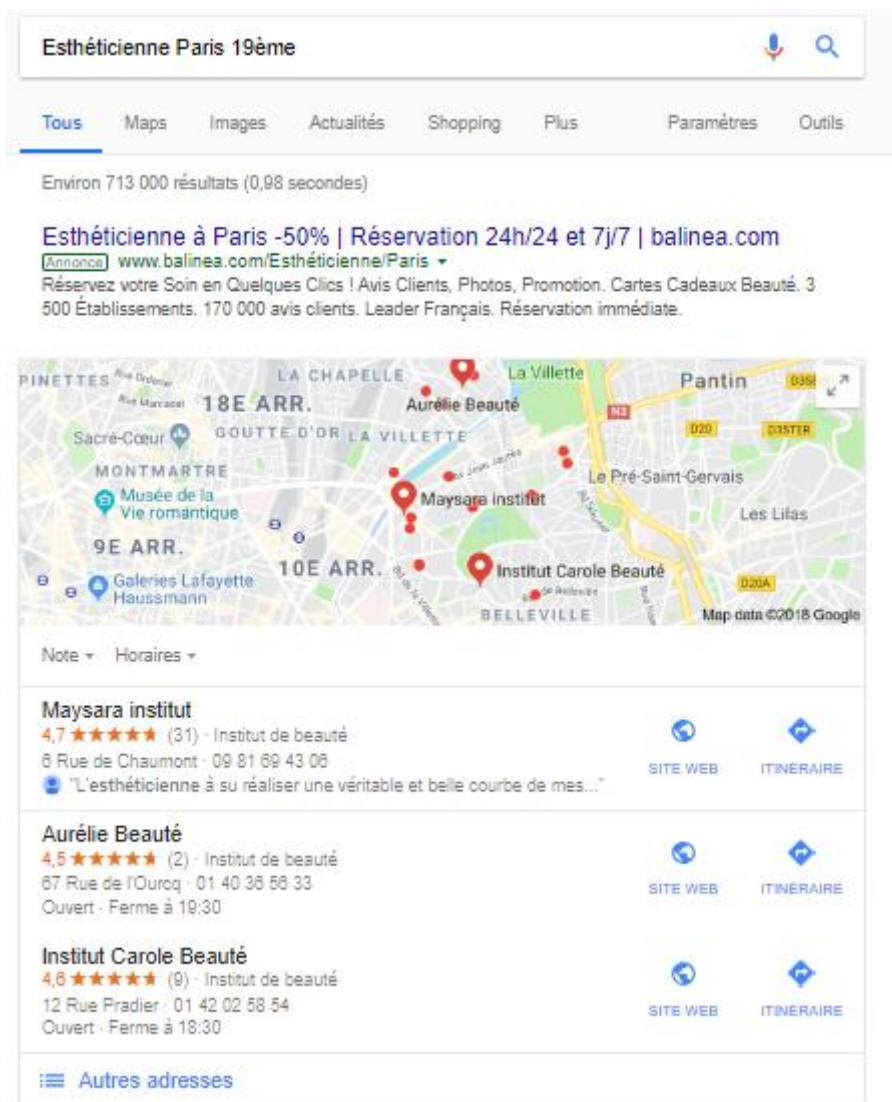
Lorsque qu'un internaute fait une recherche sur Internet il réalise bien souvent une **recherche localisée** :

- Lorsqu'il recherche un **prestataire sur son Smartphone** (avec le balisage GPS)
- Lorsqu'il recherche un **prestataire avec une localité** (ville, département, rue, ...)

Exemple de type de recherches :

- Salon de toilettage proche de moi
- Esthéticienne Paris 19^{ème}
- Ostéopathe centre-ville Amiens
- Dépannage plomberie Le Mans
- Piscine couverte dans l'Ain

Que l'internaute fasse **une recherche via son Mobile** (50% des cas) ou que cette recherche soit **effectuée sur un ordinateur** une constante reste : l'apparition de la **carte** (Google Map) avec une liste de prestataires. Normalement si la requête est cohérente, les résultats apparaissant sur la carte le sont également.



Exemple d'apparition de la « Google Map » suite à une recherche localisée, tous les prestataires enregistrés en tant « qu'esthéticienne proche de Paris 19^{ème} » sont visibles sur la carte, en cliquant sur « Autres adresses ».

Comme vous pouvez le voir sur la capture d'écran, la fiche permet de cliquer directement sur le lien « Site Web », c'est donc un moyen d'augmenter sa visibilité.

NB : L'ordre d'apparition des prestataires est aléatoire, mais il semblerait tout de même que Google My Business privilégie les professionnels ayant des notations élevées.

Comment ça marche ?

Lorsque vous êtes un professionnel vous avez de fortes chances que votre Fiche sur Google My Business soit déjà existante et « préremplie » avec quelques notions basiques telles que l'adresse de votre établissement.

Cependant si vous souhaitez avoir un référencement **local pertinent et efficace** vous devez impérativement prendre le contrôle de cette fiche Google My Business.

Pour cela, vous avez besoin dans un premier de **créer une adresse Gmail** (sauf si vous en avez déjà une). Ensuite vous avez deux possibilités :

- Cliquer sur le lien suivant : <https://www.google.fr/intl/fr/business/>
- Trouver votre fiche Google My Business en faisant une recherche sur Google, puis cliquer sur « Je suis le propriétaire »

Dans les deux cas cela vous permet de déclarer à Google My Business que **vous êtes responsable de l'établissement** et que vous pouvez donc en **valider la propriété**.

La validation se fait en général par le biais d'un courrier que vous recevez, ce dernier contient un code qu'il faudra renseigner. Dans certain cas, il est possible de faire la validation par Téléphone ou par E-mail (à voir à l'usage).

En attendant de valider la propriété vous pouvez :

- **Télécharger des photos** de votre établissement (vos produits, vos bureaux, votre restaurant, vos plats, votre logo, ...)
- Inscrire le lien vers **votre site internet**
- Renseigner **vos horaires d'ouverture et de fermeture**
- Répondre **aux avis clients**
- Renseigner **vos coordonnées** (téléphone, mail, adresse)

Toutes ces manipulations sont très faciles à effectuer et **favorise** donc votre **référencement local**.

Pour aller encore un peu plus loin dans l'optimisation de votre référencement local, vous pouvez :

- **Inscrire votre établissement sur les applications similaires à Google My Business** mais disponible sur d'autres moteurs de recherche (on pense notamment à Bing) afin de capter quelques sources de trafic supplémentaires
- **Inscrire votre établissement sur quelques annuaires connus et visités** ([Pages Jaunes](#), [Mappy](#), ...)

*CREEZ UN COMPTE GOOGLE POUR
ORGANISER VOTRE ACTIVITE EN
CLIQUANT SUR LE LOGO*



Quels avantages et quels résultats ?

Le premier avantage de l'optimisation de votre référencement local à travers notamment votre inscription sur Google My Business est la **totale gratuité** de ce procédé. Inutile de sortir la CB, vous pouvez vous offrir une visibilité gratuitement, ce qui n'est pas négligeable.

Le deuxième avantage est bien sur **la facilité** avec laquelle il est possible de s'inscrire, même si vous êtes micro entrepreneur il est tout à fait possible de créer une fiche qui apparaîtra, comme toutes les autres sur la carte.

Le troisième avantage est un peu plus complexe, il s'agit de **l'optimisation du référencement naturel** (SEO) de votre site internet. En effet Google favorise les sites bien construits, et le fait d'avoir inscrit votre site sur Google My Business permet de faire un lien entre votre site internet et votre fiche GMB. Ce que Google apprécie.

Au niveau des résultats que vous pouvez attendre grâce au référencement local c'est assez aléatoire dans la mesure où cela dépend beaucoup de **votre activité et de votre localité**.

Si ces dernières sont très demandées vous pouvez avoir la chance **d'obtenir des clics** via l'apparition de votre fiche Google My Business (en même temps la concurrence risque d'être rude) sinon vous n'aurez pas forcément de nombreux retours.

Vous pouvez en revanche être quasi sûr que dans quelques temps, votre fiche sortira chaque fois qu'un internaute recherchera votre entreprise par sa raison sociale.

Par exemple :

« **Entreprise Dupont Lyon** »

Votre fiche Google My Business va s'afficher, et si vous l'avez correctement rempli **le lien vers votre site Web sera disponible**.

Quoiqu'il en soit vous devez optimiser votre référencement local pour tous les points que nous avons énumérés plus haut dans cette partie. C'est un premier pas pour rendre votre site Wix visible sur Google.

Optimiser son référencement naturel = SEO

C'est quoi ?

Lorsque votre Site Wix n'apparaît pas sur les moteurs de recherches c'est que votre **référencement naturel n'est pas correctement effectué**, il faut donc penser à l'optimiser afin de trouver votre site sur Google.

Savez-vous de quoi il s'agit lorsque l'on parle du référencement naturel ?

Le terme exact est anglais, le **Search Engine Optimization**, autrement dit il s'agit **d'optimiser votre site internet pour les moteurs de recherche**, en somme Google (pour rappel il concentre 90% des recherches totales).

Quel intérêt ? Tout simplement car si vous apparaissez dans les premières positions vous avez beaucoup plus de chance de générer du trafic. En chiffre cela donne :

- **91 % de clics** sur la première page
- **33 %** pour le premier lien, **17 %** pour le deuxième, **11 %** pour le troisième

La morale de l'histoire : vous voulez des clics sur votre site Web ? Vous devez apparaître en haut des moteurs de recherche. Pour faire apparaître votre site sur Google il va falloir suivre les conseils à venir.

Comment sont classés les sites internet ?

Google dispose de **robots**, ces derniers viennent scanner les différentes pages de chaque site internet, puis en fonction de multiples critères, des notes sont attribuées afin de mettre en place **un classement des sites internet en fonction des mots-clés** saisis par les internautes.

Un mot clé peut-être un mot ou une suite de mots (on parle alors d'expression).

Exemple : un internaute tape « Comment gagner de l'argent ? » un autre saisit « Quelles sont les meilleures méthodes pour gagner de l'argent ? », les premiers liens affichés ne seront pas forcément les mêmes (ou pas dans le même ordre).

NB : à présent avec Google Adwords, les premiers liens sont souvent des liens sponsorisés (payants), nous y reviendrons dans la [3^{ème} partie](#).

Les critères principaux d'un bon SEO ?

- Du **contenu** varié et pertinent sur vos pages
- Des **mots-clés** répétés fréquemment mais à bonne « dose »
- Des **critères techniques respectés** (balise, balise Title, méta description)
- Des **liens entrants et sortants efficaces** (provenant d'autres sites internet ou amenant vers d'autres pages Web)
- Site **adapté au mobile**

Pour faire apparaître votre site Wix sur Google grâce au SEO vous devez construire correctement votre site internet en respectant un certain nombre de critères. Petit à petit vous pourrez améliorer votre référencement, c'est un travail sur le long terme.

DECOUVRIR WIX EN CLIQUANT SUR LE LOGO

The logo for Wix.com, featuring the word "Wix" in a bold, black, sans-serif font with a small yellow dot above the 'i', followed by ".com" in a smaller, black, sans-serif font.

Choisir ses mots clés

Pour parvenir à de bons résultats en matière de SEO vous avez besoin d'une certaine **méthodologie**. Surtout au départ vous devez vous préparer un « plan d'attaque ».

En effet la clé du succès pour un bon SEO qui vous permet d'apparaître sur Google est le **choix des mots-clés**. Si vous choisissez des mots clés/expressions trop concurrentiels, alors votre site ne sera visible qu'en 3^{ème} ou 4^{ème} page, ce qui ne vous apportera aucun clic.

Il faut donc avant de commencer la construction et l'optimisation de son SEO, réfléchir aux mots-clés qui peuvent être intéressants pour vous.

Voici quelques pistes de réflexion :

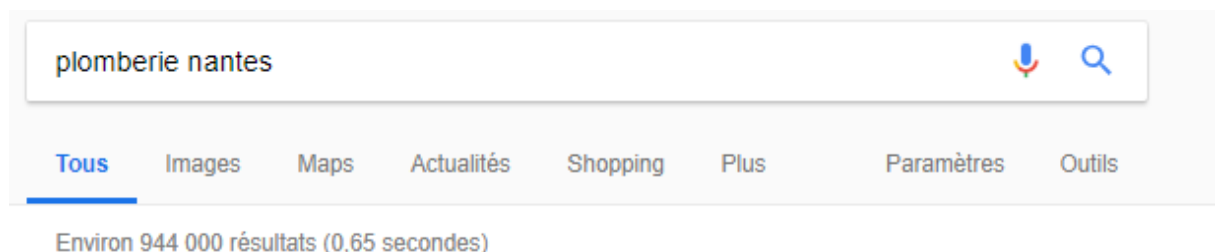
- **Votre raison sociale** : afin d'apparaître chaque fois qu'un internaute sait le nom de votre entreprise
- **Votre raison sociale + activité** : si votre raison sociale est trop concurrentielle car trop générale (exemple : Entreprise Dupont / Plomberie Service)
- **Votre activité + votre ville** : ne pas choisir une trop grande ville au départ sinon vous n'aurez aucune chance
- **Un produit que vous vendez** : si vous avez des exclusivités par exemple.

Il existe de nombreuses possibilités, à vous d'imaginer lesquelles. L'un des moyens est de demander autour de vous quels seraient les mots clés qu'ils utiliseraient pour se renseigner sur votre entreprise.

IMPORTANT : une page de votre site internet correspond à un mot-clé (ou une expression). Vous ne pouvez pas construire une page en ayant comme objectif de favoriser plusieurs expressions, cela se soldera par un échec (sauf exception)

Pour savoir si un mot-clé est abordable vous pouvez appliquer la méthode suivante :

Faites une recherche sur Google : si le nombre de résultats est inférieur à 150 000 (voir capture d'écran ci-dessous) vous pouvez tenter votre chance.



Le nombre de résultats apparait en dessous de la barre de recherche.

Si le nombre de résultats est compris entre 150 000 et 500 000 ce sera plus ou moins difficile mais abordable. Au-delà des 500 000 c'est peine perdue, inutile de perdre du temps il vous faudra alors plus de temps et de connaissances techniques.

Exemple :

Climatisation Bordeaux : 2 480 000 résultats

Professionnel de la climatisation bordeaux : 495 000 résultats

Prestataire climatisation bordeaux : 184 000 résultats

Vous voyez clairement qu'il faudra essayer dans ce cas-là d'optimiser l'expression "Prestataire Climatisation Bordeaux" pour avoir des chances de vous rendre visible.

Choisir des mots-clés **peu concurrentiels** est une bonne chose mais il faut quand même essayer de se placer sur des mots clés **demandés par les internautes**, sinon vous serez en première position mais vous ne générerez aucun clic, car il n'y aura aucun trafic. Pour voir **le nombre de requêtes mensuelles** effectuées sur un mot-clé par les internautes il existe plusieurs solutions :

- Google Adwords : outil de planification des mots clés
- L'outil [Ubersuggest](#)

Construire sa page pour son SEO

Une fois que vous avez **choisi un mot clé** vous pouvez démarrer la construction (ou l'optimisation) de votre page. Pour se faire vous devez respecter les critères les plus importants dont nous avons parlé au début de cette partie sur le SEO.

Rédiger les balises

Vous devez respecter certains critères comme celui **des balises**, ces dernières sont classées par ordre d'importance de H1 à H6. **La balise H1** est également appelé Balise Titre, c'est la **plus importante**.

Vous devez en placer une sur chacune de vos pages (une seule et unique par page !). La balise Titre doit se situer en haut de votre page (en dessous de l'entête par exemple). Choisissez une balise H1 qui contient votre mot clé.

Exemple : Entreprise Untel, prestataire de climatisation Bordeaux

Les autres balises de H2 à H6 sont à utiliser avec précaution et permettent de hiérarchiser le contenu présent sur vos pages.

En général, sur une page bien construite vous aurez toujours une balise H1 qui correspondra à votre Titre de page. Ensuite vous aurez entre 1 et 3 balises H2 qui feront offices de sous-titre. Ces balises H2 contiendront des variantes du mot-clé principal.

Exemple de trois balises H2 :

Notre savoir-faire en climatisation depuis 1950

Nos prestations en détail sur Bordeaux

Entreprise Untel, découvrez notre équipe de pro de la climatisation

Les autres balises de H3 à H6 sont réservées à des pages renfermant énormément de contenu, ceux qui ne sera pas votre cas (au départ tout du moins).

En travaillant correctement les balises vous aurez de bien meilleures chances de faire **figurer votre site Wix sur Google**.

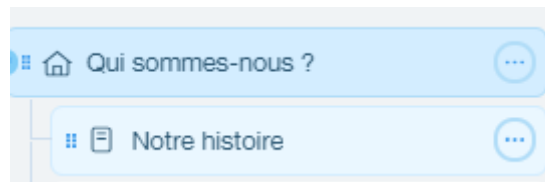
Écrire une balise Title et renseigner la méta description

Balise title → Avenir Bâti Expert | Construction et Rénovation
<https://www.abatiexpert.fr/>

Balise meta description → Avenir Bâti Expert est spécialisé dans la construction à basse consommation énergétique. Découvrez notre entreprise.

La balise Title et la méta description apparaissent dans les résultats de recherche.

Dans l'éditeur Wix, cliquez sur votre menu page puis « gérer page » afin de pouvoir rentrer dans le menu de vos pages. Ensuite accédez au menu référencement de chaque page (via les "... " à côté du nom de chaque page – voir capture).



Ce menu vous permet de référencer correctement vos pages en jouant sur **3 paramètres importants** :

La balise Title : c'est une balise Titre mais elle est un peu différente de la H1, c'est cette balise qui va apparaître sur Google et donner des informations à la fois aux robots Google mais aussi aux internautes via le lien généré (voir capture d'écran).

Voici les indications préconisées concernant la Balise Title, elle doit :

- être **claire**
- être **courte** (65 caractères maxi)
- contenir votre **mot clé**
- être différente pour chaque page de votre site
- être dans la mesure du possible **attractive aux yeux des internautes**.

NB : la balise Title peut ressembler à votre balise H1 (essayez d'apporter des nuances quand même)

La méta description (ou balise méta) : se situe en dessous de la Balise Title sur les résultats de moteur de recherche. Elle a surtout pour vocation à **expliquer aux visiteurs** ce qu'ils vont trouver sur le site, elle n'apporte pas de réelle plus-value au SEO.

La méta description doit :

- **Donner envie aux visiteurs** de cliquer sur le lien
- Contenir votre **mot clé** ou une variante proche
- Etre une ou deux phrases de **155 caractères**

L'url : l'url de chaque page complète l'adresse de votre site internet (nom de domaine) : www.votre-nom-de-domaine.fr/contact.

Choisissez un ou plusieurs mots séparés d'un tiret. Faites-en sorte de trouver un mot en lien direct avec la page (service/produit/contact/a-propos/historique).

Évitez de changer les url des pages pour éviter de perdre le bénéfice de votre SEO.

Optimiser le contenu de la page

Le contenu d'une page est l'un des éléments majeurs du SEO, que ce soit pour vos visiteurs mais aussi pour les robots. En effet il faut arriver à créer une **page efficace et cohérente** aux yeux de vos visiteurs tout en ayant une page assez fournie au niveau textuel (au moins 500 mots). Essayez d'avoir un **vocabulaire varié** et pertinent.

Vos mots clés (ou variante proche) doivent être présents à 5% environ c'est à dire 5 fois le mots clés tous les 100 mots. C'est un chiffre qu'il ne faut pas prendre au pied de la lettre mais qui vous donne un ordre d'idée pour avoir un contenu cohérent.

Si vous avez beaucoup plus de contenu, n'oubliez pas d'essayer de catégoriser avec des balises H2 voire H3.

Avantage & Résultats

Le premier avantage du fait de travailler son référencement naturel est **sa gratuité**, en revanche cela prend du temps donc sa gratuité dans un cadre professionnel est parfois relative.

Le deuxième avantage est le fait de **sa durée sur le long terme**, si vous arrivez à vous placer vous pouvez espérer des retombées durant de long mois, c'est appréciable surtout lorsqu'on le passe beaucoup de temps à optimiser son SEO.

En terme de résultats, tout dépendra de votre faculté à réussir votre SEO et donc à faire apparaître votre site sur Google. Toujours est-il que cela peut toujours être une **source de trafic régulière** pour votre structure.

Travailler son SEO est globalement un travail de longue haleine, qui nécessite du **savoir-faire** et de la **patience**, notamment car les premiers résultats arrivent au bout d'un certain temps (quelques mois par exemple).

Cependant la tâche reste **réalisable** avec Wix en vous formant aux bonnes bases. Nous donnons de nombreux conseils sur la partie [blog](#) de notre site. Des applications du Wix Store comme Wix Booster peuvent aussi vous aider.

Référencement Adwords = SEA

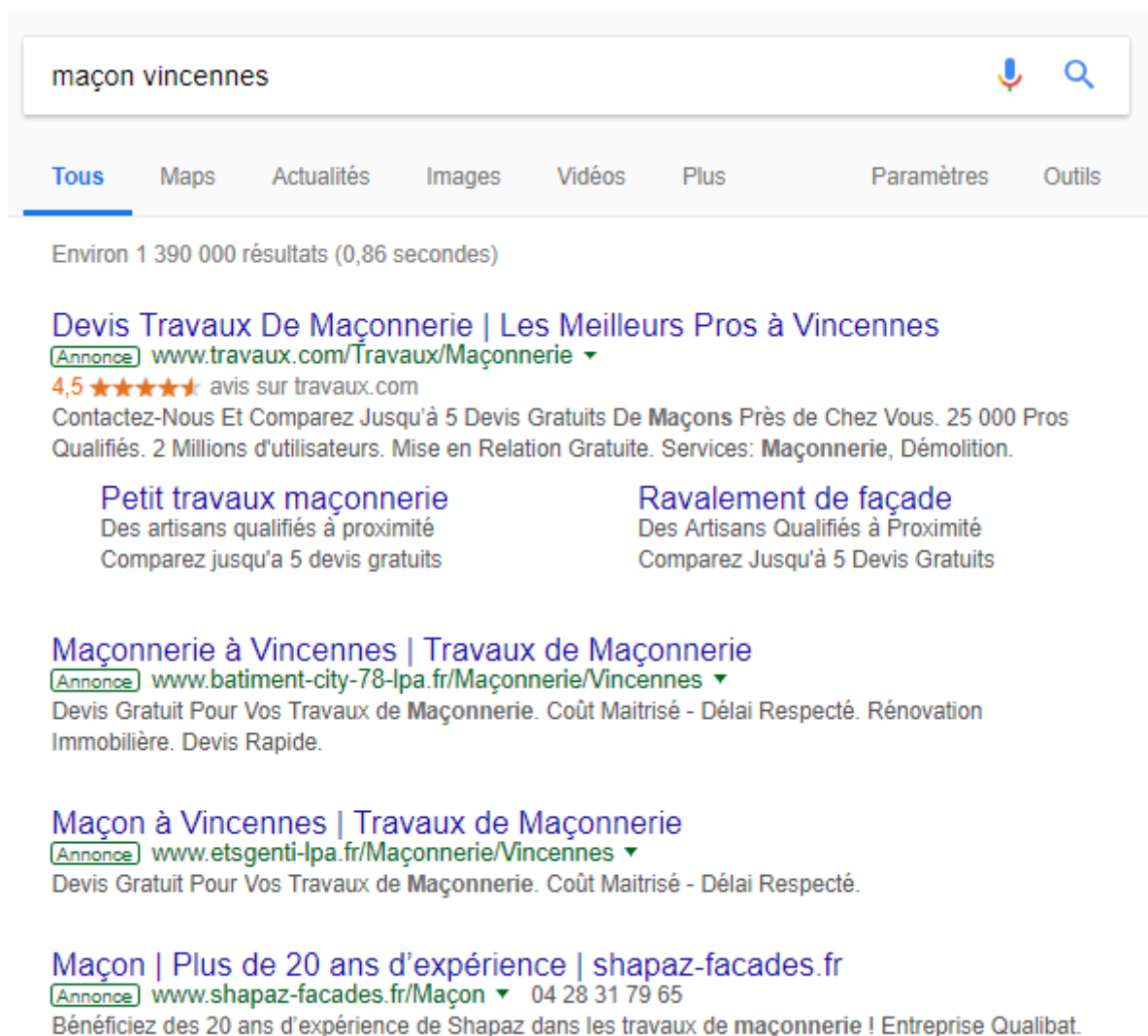
C'est quoi ?

Pour être sûr et certain d'avoir des clics sur votre site internet, la méthode la plus fiable reste le **référencement payant** (ou adwords ou SEA).

En Anglais cela signifie **Search Engine Advertising**, il s'agit donc de **publicité sur les moteurs de recherches**.

Lorsqu'un internaute effectue une recherche qui est soumise à des publicités Adwords, des liens apparaissent en haut de page, ils sont au nombre de 1 à 4 maximum (selon si des prestataires se sont placés sur la requête).

Voir capture d'écran ci-dessous :



The screenshot shows a Google search interface with the query "maçon vincennes". Below the search bar, there are navigation tabs: "Tous", "Maps", "Actualités", "Images", "Vidéos", "Plus", "Paramètres", and "Outils". The search results indicate approximately 1,390,000 results found in 0.86 seconds. The first result is a paid advertisement for "Devis Travaux De Maçonnerie | Les Meilleurs Pros à Vincennes" from www.travaux.com, featuring a 4.5-star rating and a call to action to compare up to 5 free quotes. Below this are two smaller ad boxes: "Petit travaux maçonnerie" and "Ravalement de façade". The second main result is "Maçonnerie à Vincennes | Travaux de Maçonnerie" from www.batiment-city-78-lpa.fr. The third result is "Maçon à Vincennes | Travaux de Maçonnerie" from www.etsgenti-lpa.fr. The fourth result is "Maçon | Plus de 20 ans d'expérience | shapaz-facades.fr" from www.shapaz-facades.fr, highlighting 20 years of experience and Qualibat certification.

Les liens sponsorisés sont classés **devant les résultats naturels** (SEO), par conséquent faire du Adwords vous garantit d'être dans les **meilleures positions**.

Attention cependant de nombreux critères sont pris en compte lorsque vous allez créer vos campagnes Adwords :

- **La concurrence** : plus elle est forte, plus le prix du clic sera élevé
- **Le nombre de requêtes** : s'il est trop faible, Adwords ne générera pas d'annonce
- **La pertinence des annonces** : sont-elles en lien réelles avec la requête/le mot-clé ?
- **La cohérence entre la requête et le site internet** : le site Web permet-il de répondre à la requête saisit ?

[Les bases pour un bon SEA](#)

Utiliser l'outil de SEA Google Adwords n'est pas forcément une mince affaire. Mais vous pouvez tout à fait parvenir à avoir des **bons résultats**. Avec de la méthode, un peu de patience et des bons conseils.

Tout d'abord vous devez créer votre compte [Google Adwords](#), soyez vigilant lors de la création, Google vous bascule parfois automatiquement vers un compte Adwords Express (un outil plus simple mais moins précis et pertinent).

Une fois que votre compte sera créé et paramétré vous pourrez commencer à rédiger **vos première annonces** en sélectionnant les mots clés correspondant à votre activité.

Pour faire une bonne **sélection de mots clés** vous pouvez dans un premier vous renseignez pour connaître les recherches moyennes qui sont effectuées par les internautes. Pour cela vous pouvez utiliser **l'outil de planification des mots clés**. Vous pouvez cibler des zones géographiques pour préciser vos recherches au maximum.

Ensuite vous choisirez quels mots clés / expressions vous mettez en avant, pour cela vous devez faire la distinction entre plusieurs moyens pour choisir vos mots clés :

« **Expression exacte** » : votre annonce va apparaître chaque fois que ce qui est entre crochet est tapé par un internaute (+variante proche)*, il peut y avoir d'autres mots avant et après dans la recherche de l'internaute.

Exemple : Vous paramétrez « artisan maçon ». Les annonces peuvent sortir pour

- recherche artisan maçon

- artisan maçon à Lille

- artisans maçon

[Mot clé exact] : votre annonce va apparaître que si la recherche de l'internaute est strictement ce qui est entre crochet (+variante proche)

Exemple :

- artisan maçon

- artisan maçons

- ~~recherche artisan maçon~~

+requête +large : chaque fois que le ou les mots sont saisis par un internaute, l'annonce est susceptible de sortir.

Exemple :

- Où trouver un bon artisan maçon ?

- Comment faire pour devenir un artisan maçon ?

*variante proche = singulier, pluriel, faute légère

Vous remarquerez que chaque mode de fonctionnement a son lot d'avantages et d'inconvénients et permettent soit de restreindre les recherches afin d'être très précis, soit au contraire d'étendre les requêtes pour obtenir un maximum de clics.

Pour avoir des bons scores sur l'outil Google Adwords, vous devez également travailler votre site internet, vous pouvez lire l'article suivant qui vous donne toutes les clés nécessaires pour y arriver :

<https://www.mon-bras-droit.fr/blog/referencement-google-wix>

Quels résultats en attendre ?

Les résultats que vous pouvez attendre vont dépendre de **plusieurs facteurs** :

- **Le budget journalier** que vous accordez à Adwords
- **La concurrence** (plus elle est féroce plus il sera difficile de rendre vos annonces visibles)
- Le nombre de mots clés que vous choisissiez

L'avantage principale de Adwords est la certitude du résultat, c'est-à-dire que vous allez payer chaque clic, ni plus ni moins. Par conséquent vous pouvez totalement maîtriser vos coûts et être certain d'apparaître sur Google.

Obtenir des clics est une très bonne nouvelle mais ensuite le retour sur investissement sera plus ou moins élevé en fonction des paramètres suivants :

- Pertinence de votre site par rapport à vos choix de mots clés et annonces
- « Beauté » et construction de votre site
- Facilité pour prendre contact via votre site

Pour obtenir des retours vous devez faciliter la prise de contact avec vos potentiels visiteurs, de plus un beau site accueillant, contenant les bonnes informations aura plus de chance d'obtenir des retours (appel, mail, formulaire de contact). N'hésitez pas à opter pour [une formation avant de vous lancer.](#)

Conclusion

Vous avez vu que lorsque votre site Wix n'apparaît pas sur les moteurs de recherche il est possible de **trouver des solutions** pour remédier à cela.

Nous avons déjà rédigé un article sur notre [blog](#), vous pouvez aller le consulter en cliquant [ici](#), d'autres articles peuvent certainement vous intéresser !

Attention, obtenir des clics ne garantit pas d'avoir des **contacts de prospects** (même si c'est un excellent point de départ). Vous devez réfléchir en amont à votre stratégie Web qui s'articulera autour de ces trois points :

- **Quel temps** pouvez-vous accorder à cette stratégie ?
- **Quel budget** pouvez-vous accorder au référencement ?
- Quels sont **vos objectifs** par rapport au Web ?

Obtenir une réponse sur ces trois points vous permettra d'établir une stratégie plus claire, souhaitez-vous faire du SEO ? du SEA ? Votre référencement local est-il à jour ?

Le Web est un formidable canal de communication pour toutes les structures possibles (petite, grande, association, ...) à vous de jouer maintenant !

[Encore plus de tutos wix](#)

[Encore plus de formation wix](#)

[Encore plus d'articles de blog](#)