

Modèle de rapport SEO local pour vos clients

Modèle à compléter. Aucun résultat client ni chiffre de performance n'est simulé. Ce document pédagogique ne constitue pas un export de l'application.

1. Cadrer la période et le périmètre

Indiquez l'agence, le client, les établissements concernés, la période analysée et la période de comparaison. Utilisez des durées comparables et signalez les jours de fermeture ou événements saisonniers.

- ☐ Agence / interlocuteur : à renseigner
- ☐ Client / fiches Google / URL : à renseigner
- ☐ Période analysée et période comparée : à renseigner
- ☐ Date d'extraction et sources utilisées : à renseigner

2. Résumer le mois en trois constats

Présentez une évolution observée, un point à expliquer et une priorité. Chaque constat doit préciser sa source. Si les données manquent, écrivez « non disponible » et décrivez l'action prévue pour les obtenir.

- ☐ Constat vérifié : observation + source + période
- ☐ Contexte utile : saison, campagne, fermeture ou changement d'activité
- ☐ Décision proposée : action, responsable et échéance

Modèle de rapport SEO local pour vos clients

Un bon rapport relie le travail réalisé aux observations disponibles et aux décisions à prendre. Utilisez cette trame pour préparer votre bilan client, puis remplacez les champs à renseigner par vos données vérifiées.

3. Documenter le travail livré

Séparez les actions de l'agence des résultats mesurés. Conservez les liens ou justificatifs utiles pour permettre au client de vérifier ce qui a été publié, modifié ou traité.

- ☐ Fiche : informations corrigées et validation du client
- ☐ Contenus : posts et photos effectivement publiés
- ☐ Avis : réponses publiées et cas encore à suivre
- ☐ Autres actions : liens vérifiés, demandes de correction, suivi des accès

4. Lire les interactions Google

Pour chaque indicateur disponible, notez les deux valeurs, les dates et la source. Un clic d'appel n'est pas un appel abouti ; une demande d'itinéraire n'est pas une visite confirmée. Ne confondez pas ces interactions avec des ventes.

- ☐ Indicateur / valeur période A / valeur période B / variation
- ☐ Clics vers le site : à renseigner si disponibles
- ☐ Clics d'appel et demandes d'itinéraire : à renseigner si disponibles
- ☐ Données manquantes, retards ou changement de définition : à documenter

Modèle de rapport SEO local pour vos clients

Un bon rapport relie le travail réalisé aux observations disponibles et aux décisions à prendre. Utilisez cette trame pour préparer votre bilan client, puis remplacez les champs à renseigner par vos données vérifiées.

5. Présenter les positions avec leur contexte

Ajoutez une carte ou un tableau de vos mesures, avec la requête, les dates et les paramètres de la grille. Comparez les mêmes points. Distinguez une position absente, une limite de profondeur et une erreur de collecte.

- ☐ Requête et zone mesurées : à renseigner
- ☐ Dates des scans et paramètres identiques : à vérifier
- ☐ Évolution observée et zones à examiner : à décrire
- ☐ Limites : échantillon géographique, concurrence et variabilité

6. Convenir des prochaines actions

Terminez par un plan court : une action prioritaire, son responsable, une date et la preuve attendue. Gardez les hausses comme les baisses dans l'historique. N'attribuez pas automatiquement toutes les variations au travail SEO.

- ☐ Priorité / responsable / échéance / critère de fin
- ☐ Éléments attendus du client : photos, informations, validation
- ☐ Prochain point de suivi : à convenir
- ☐ Contrôle avant envoi : identité, périodes, unités, liens et confidentialité