MICKAËL DOUCET

— FRANCE FAÇADE TOITURE

Votre visibilité sur Google, et ce qui la freine.

Vous m'avez dit ne pas être visible sur Google. Les relevés vous donnent raison : sur « couvreur roanne » et « ravalement façade roanne », votre site est en deuxième page, là où presque personne ne va. Sur d'autres recherches de votre métier, il n'apparaît pas du tout.

La bonne nouvelle, c'est que ce n'est pas un problème de qualité. Votre site est rapide, bien construit, et il atteint déjà la première page sur « rénovation toiture roanne ». Il lui manque du contenu et de la présence locale, pas des fondations.

Ce document vous explique où vous en êtes, ce qui bloque, et dans quel ordre le traiter.

Visibilité Google · Carte Google · Contenu du site · Concurrence · Plan d'action

ÉTABLISSEMENT
France Façade Toiture Roanne (42)

SITE ANALYSÉ
francefacadetoiture.com

DATE DES RELEVÉS
9 septembre 2026

— CE QUI FONCTIONNE DÉJÀ

Les fondations sont saines.

Votre problème n'est pas la qualité de votre site. Voici ce qui est déjà en place et sur quoi on va s'appuyer.

Votre site est rapide

Sur l'outil de mesure officiel de Google, il obtient 88 sur 100 sur téléphone et 98 sur 100 sur ordinateur. C'est au-dessus de la moyenne du secteur, et de la plupart de vos concurrents. Ce point est réglé, on n'y touchera pas.

Vos pages sont correctement construites

Titres, descriptions, structure, photos légendées : les fondations techniques sont saines. Vos dix pages sont bien référencées par Google.

Vous atteignez déjà la première page sur une recherche

RECHERCHE	OÙ VOUS ÊTES
rénovation toiture roanne	**Première page**
couvreur roanne	**Deuxième page**
ravalement façade roanne	**Deuxième page**
démoussage toiture roanne	**Absent**
urgence fuite toiture roanne	**Absent**

En pratique, la deuxième page de Google ne reçoit presque aucune visite. Sortir de la deuxième page vers la première, c'est là que se joue l'essentiel du gain.

Vous avez une excellente réputation

32 avis, une note de 4,9 sur 5. C'est votre meilleur atout, et de loin : vos concurrents les mieux placés en ont 20 à 25. Aujourd'hui cet avantage ne vous rapporte rien, parce qu'il n'est exploité ni sur votre site, ni sur votre fiche Google.

Vous avez quinze ans d'ancienneté

Votre entreprise existe depuis juillet 2010. Cette information n'apparaît nulle part sur votre site, alors que vos concurrents en font un argument central.

— COMMENT FONCTIONNE LE RÉFÉRENCEMENT

Ce que personne ne peut vous promettre.

Autant le dire tout de suite, parce que c'est la source de la plupart des déceptions dans ce métier.

Le référencement prend du temps

Google ne réévalue pas un site du jour au lendemain. Une nouvelle page met plusieurs semaines à être prise en compte, puis d'autres semaines à trouver sa place. Les premiers effets sur vos demandes de devis apparaissent en général entre trois et six mois. Les résultats complets se voient sur un an.

La fiche Google est l'exception

C'est la partie qui bouge le plus vite. Quelques semaines suffisent souvent pour voir une différence sur les appels. C'est pour ça qu'on commence par là.

Personne ne peut vous garantir une position

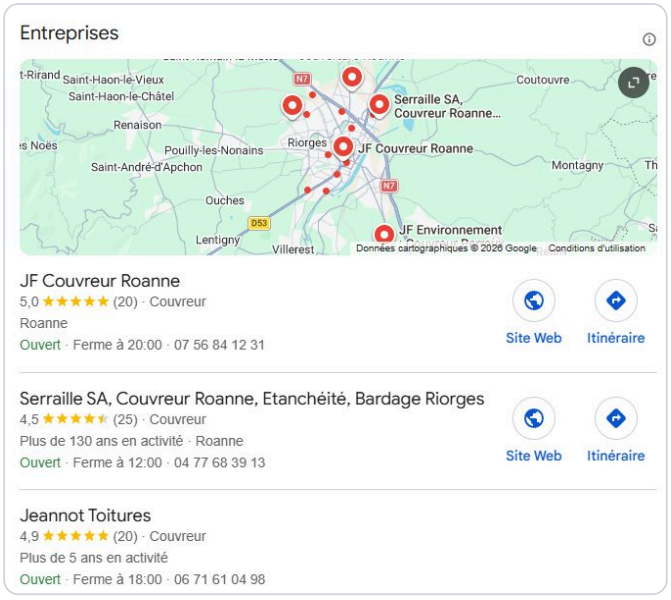
Ni moi, ni un autre. Google ne vend pas de place dans ses résultats naturels et ne communique pas ses règles exactes. Un prestataire qui vous promet la première place sur une recherche donnée vous ment, ou il parle de publicité payante sans le dire.

> *Le référencement, c'est un chantier de rénovation, pas une réparation d'urgence. On prépare, on avance par étapes, et le résultat se voit à la fin. Vous connaissez le principe mieux que moi.*

— LA CARTE GOOGLE

C'est ici que vous perdez le plus d'appels.

Quand quelqu'un cherche « couvreur roanne » sur son téléphone, Google affiche d'abord une carte avec trois entreprises, leurs avis et leur numéro. C'est ce bloc qui reçoit la majorité des appels, avant même les résultats classiques en dessous.



« couvreur roanne » — 9 septembre 2026

Ces trois entreprises ont **20, 25 et 20 avis**. Vous en avez **32, avec une meilleure note**, et vous n'apparaissez pas.

— LES CAUSES

Pourquoi vous n'y êtes pas.

Quatre explications possibles, par ordre de probabilité.

1 · Votre fiche n'est peut-être pas revendiquée

Google affiche encore « Vous êtes le propriétaire de cet établissement ? » sur votre fiche. C'est le message qui apparaît quand personne ne l'a officiellement réclamée. Tant qu'une fiche n'est pas vérifiée, Google la met largement en retrait. Si c'est le cas, c'est l'essentiel du problème, et ça se règle en une semaine.

2 · Votre fiche est incomplète

Vous êtes enregistré uniquement en « Couvreur ». Vous faites aussi du ravalement, du démoussage, de la zinguerie et de l'isolation. Chaque activité déclarée vous rend visible sur de nouvelles recherches.

3 · Vos avis ne sont pas animés

32 avis, c'est un bon stock. Mais Google regarde surtout la régularité : deux nouveaux avis par mois pèsent plus que trente avis qui datent. Et vous ne répondez pas aux avis existants, ce que Google interprète comme un manque d'activité.

4 · Certains concurrents paient

Des entreprises apparaissent parfois dans ce bloc en publicité. Sur les recherches d'urgence, le référencement naturel seul ne suffira pas toujours.

Les entreprises affichées dans ce bloc changent selon l'appareil, la position exacte du visiteur dans Roanne et l'heure de la recherche.

— VOTRE FICHE GOOGLE

Le levier le plus rapide dont vous disposez.

C'est le premier chantier, et celui dont vous verrez les effets le plus vite.

Reprendre le contrôle

- Revendiquer et faire vérifier la fiche par Google
- Vérifier qu'il n'existe pas de fiche en double
- Corriger l'adresse du site indiquée sur la fiche

Déclarer tout ce que vous faites

- Activité principale : couvreur
- Activités complémentaires : ravalement de façade, nettoyage de toitures, zinguerie, isolation
- Détailler chaque prestation une par une, avec sa description
- Écrire une présentation de l'entreprise reprenant vos métiers et vos communes
- Indiquer les communes réellement desservies, une par une
- Renseigner horaires, devis gratuit, intervention d'urgence

Faire vivre la fiche

- Répondre à vos 32 avis existants, un par un
- Demander l'avis en fin de chantier, relancer trois jours après
- Objectif : deux à trois nouveaux avis par mois
- Publier 20 à 30 photos de chantiers, d'équipe et de véhicules
- Publier une actualité par semaine
- Activer la messagerie et le bouton de demande de devis

> *Vos concurrents les mieux placés n'ont pas un meilleur site que le vôtre. Ils ont une fiche mieux tenue.*

— VOS DEUX SITES INTERNET

Vous avez deux sites en ligne, et ils se gênent.

ADRESSE	CONTENU	EN LIGNE DEPUIS
francefacadetoiture.com	Votre site actuel, dix pages	Mars 2026
francefacadetoiture.fr	Un site plus ancien, six pages	Janvier 2025

Les deux sont référencés par Google. Quand quelqu'un cherche votre entreprise par son nom, les deux apparaissent. Une personne sur deux peut donc atterrir sur l'ancien site plutôt que sur le nouveau.

Ce que ça coûte

Un visiteur qui tombe sur l'ancien site voit six pages sommaires au lieu de votre site actuel. Et vous continuez probablement à payer un abonnement pour le maintenir en ligne, entre 120 et 300 euros par an.

Ce qu'on fait

On garde le site actuel, qui porte toutes vos positions, et on redirige automatiquement l'ancien vers lui. Quelqu'un qui arrive sur l'ancienne adresse est envoyé sur la bonne page du site actuel, sans s'en apercevoir. Une fois la redirection en place et testée, l'abonnement de l'ancien site peut être résilié.

> **Important :** il faudra continuer à renouveler le nom de domaine **.fr** chaque année. Une redirection ne fonctionne que tant que le nom vous appartient. S'il est abandonné, n'importe qui peut le récupérer avec votre nom commercial dessus.

Un point à vérifier ensemble

Vos deux noms de domaine doivent être enregistrés au nom de votre société, et pas à celui d'un prestataire. C'est une vérification de cinq minutes, mais elle est importante : c'est ce qui garantit que vous restez propriétaire de votre adresse internet quoi qu'il arrive. Je vous dirai où regarder.

— À RETIRER EN PRIORITÉ

Le bandeau rouge en haut de votre site.

Ce qu'il affiche

En haut de chaque page de votre site défile un bandeau rouge : « Alerte grêle — Loire (42) · Interventions en cours aujourd'hui [date du jour] · Passage immédiat ».

Comment il fonctionne

La date affichée est celle du jour. Elle se met à jour automatiquement, tous les jours, indéfiniment. Le bandeau est présent en permanence sur toutes les pages, qu'il y ait eu de la grêle ou non.

Pourquoi il faut le retirer

Une alerte météo permanente présentée comme une actualité du jour est considérée comme une pratique commerciale trompeuse. C'est encadré par l'article L121-2 du code de la consommation, et les sanctions prévues sont lourdes. Il suffit d'un signalement d'un concurrent ou d'un client mécontent.

Ce n'est pas un point technique, c'est un risque juridique.

Ce qu'on met à la place

Le sujet est bon, c'est le format qui pose problème. Une vraie page consacrée aux dégâts de grêle et de tempête traite le même besoin, se positionne sur Google, et reste pertinente toute l'année. Elle est prévue dans le plan.

— LA TECHNIQUE DE VOTRE SITE

De ce côté, il y a peu à faire.

Mesures effectuées avec PageSpeed Insights, l'outil officiel de Google.

APPAREIL	SCORE
Téléphone	**88 / 100**
Ordinateur	**98 / 100**

C'est un bon niveau. Votre site s'affiche en moins de trois secondes et ne bouge pas pendant le chargement, ce qui est apprécié par Google et par les visiteurs.

Les quelques ajustements possibles

- Optimiser le chargement de la feuille de style, qui retarde légèrement l'affichage sur téléphone
- Améliorer les contrastes de certains textes et la taille de quelques boutons sur mobile
- Corriger un élément de balisage qui n'a plus d'effet depuis 2023

Ces points sont mineurs et seront traités au passage.

Ce qu'il n'y a pas

Aucun outil de mesure n'est installé sur votre site. Vous ne savez pas combien de personnes le visitent, quelles pages elles regardent, ni combien repartent sans vous appeler.

C'est le premier chiffre à mettre en place, avant tout le reste. Sans mesure, personne ne peut vous dire si ce qui est fait fonctionne — moi compris.

— LE CONTENU DE VOS PAGES

Vos pages sont trop courtes pour se battre.

Le constat

Vos huit pages de prestations sont construites sur le même modèle : un paragraphe de présentation, un bloc d'avis, une foire aux questions. Le texte propre à chaque prestation représente environ 200 à 300 mots. Chaque page contient **une seule photo**.

Pourquoi c'est un problème

Pour Google, une page courte qui ressemble aux sept autres a du mal à se distinguer. C'est ce qui explique votre absence sur « démoussage toiture roanne », où des concurrents ont des pages nettement plus développées.

Pour vos clients, c'est plus direct. Quelqu'un qui compare trois couvreurs cherche à se rassurer : voir des chantiers, comprendre comment vous travaillez, savoir combien ça coûte à peu près. Une page de 250 mots avec une photo ne répond à aucune de ces trois questions.

> **Le chiffre qui résume tout**
>
> Votre site entier contient **8 photos différentes**, réutilisées d'une page à l'autre. Vous exercez depuis 2010. Vos chantiers sont votre meilleur argument de vente, et ils ne sont visibles nulle part.

— CE QUI MANQUE AU SITE

Dix pages aujourd'hui. Il en faudrait trois fois plus.

Pour qu'on puisse vous contacter

Une page contact. Il n'en existe pas, seulement une section en bas de la page d'accueil. Aucune page ne peut donc se positionner sur « contact couvreur roanne », votre fiche Google n'a pas de page vers laquelle envoyer les visiteurs, et l'adresse *francefacadetoiture.com/contact* renvoie une page d'erreur.

Un formulaire. Un visiteur doit appeler ou écrire. Beaucoup ne feront ni l'un ni l'autre, surtout le soir et le week-end, qui sont justement les moments où l'on regarde un site de couvreur.

Une adresse email professionnelle. Votre site indique une adresse Gmail. Pour un particulier qui s'apprête à confier plusieurs milliers d'euros de travaux, c'est un signal de fragilité. Une adresse à votre nom de domaine est incluse dans votre hébergement.

Pour qu'on vous fasse confiance

Une page réalisations. Aucune page ne montre vos chantiers. C'est le manque le plus coûteux du site.

Des photos. Huit sur l'ensemble du site. Il en faudrait soixante à quatre-vingts.

Vos preuves de sérieux. Assurance décennale, qualifications, quinze ans d'existence : rien n'apparaît. Un de vos concurrents affiche « depuis 1896 » sur toutes ses pages.

Une page sur votre entreprise. Qui vous êtes, votre équipe, votre parcours. Un visiteur qui hésite entre trois devis veut savoir à qui il ouvre sa porte.

Vos avis Google. Vous en avez 32 à 4,9. Ils ne sont mis en avant nulle part de façon visible, et rien ne renvoie vers votre fiche.

Des ordres de prix. C'est la première question de tout le monde, et celui qui y répond honnêtement prend l'avantage.

— CE QUI MANQUE AU SITE

Pour qu'on vous trouve.

Trois prestations absentes du site. Urgence fuite de toiture, isolation des combles, dégâts de grêle et tempête. Vous les faites, elles ne sont nulle part.

Aucune page par commune. Vous intervenez sur tout le Roannais, mais aucune page ne parle de Riorges, Mably, Le Coteau ou Villerest. Quelqu'un qui cherche « couvreur mably » ne vous trouvera pas.

Aucun article. Les questions que vos clients tapent sur Google — prix au m², mousse sur la toiture, aides pour l'isolation — n'ont aucune réponse sur votre site.

Les pages ne se renvoient pas les unes aux autres. Un visiteur arrivé sur une page de prestation n'a aucun chemin naturel vers les autres. Google non plus.

Deux détails à corriger

Le logo. Le fichier utilisé sur votre site porte encore la mention « provisoire » dans son nom.

La politique de confidentialité. Elle n'existe pas encore, et deviendra obligatoire avec le formulaire de contact.

> *Aucun de ces manques n'est grave pris isolément. Mis bout à bout, ils expliquent pourquoi un site techniquement sain reste en deuxième page.*

— PROTECTION DES DONNÉES

Vous êtes en règle. Ça changera bientôt.

La situation actuelle

Votre site ne dépose aucun cookie et ne collecte aucune donnée. Il n'a donc besoin ni de bandeau de consentement, ni de politique de confidentialité. Vos mentions légales décrivent correctement cette situation. C'est conforme, et c'est bien.

Ce qui change avec le plan

- **Le formulaire de contact** collecte des données personnelles. Il impose une politique de confidentialité qui explique ce que vous en faites et combien de temps vous les conservez.
- **L'outil de mesure d'audience** dépose habituellement des cookies, ce qui impose un bandeau de consentement.

Ce que je propose

Un outil de mesure hébergé sur votre propre serveur, configuré selon les recommandations de la CNIL. Cette configuration vous dispense du bandeau de consentement, tout en vous donnant des statistiques complètes.

L'avantage est double : pas de bandeau qui gêne vos visiteurs, et des chiffres fiables. Les bandeaux de consentement font perdre entre 30 et 50 % des données quand les visiteurs refusent.

La politique de confidentialité sera rédigée et mise en ligne en même temps que le formulaire, et vos mentions légales mises à jour le même jour.

— VOS CONCURRENTS

Ce qu'ils font que vous ne faites pas.

J'ai analysé les entreprises qui vous devancent sur les recherches de votre métier à Roanne.

Leur avantage principal : le volume de pages

Votre principal concurrent en compte une quarantaine, contre dix pour vous. Il a créé des pages dédiées à chaque prestation et à chaque commune où il intervient. C'est cette couverture qui lui permet d'être présent sur beaucoup plus de recherches.

Ils écrivent leurs titres différemment

Chaque page porte un titre construit sur le même principe : la prestation, la ville, le département, puis le nom de l'entreprise. Par exemple : « Entreprise de couverture et de zinguerie à Roanne (42) ». C'est simple et systématique.

Ils ciblent les recherches de prix

Une de leurs pages est entièrement construite autour de « prix rénovation toiture au m² à Roanne ». C'est une recherche très fréquente, et personne n'y répond clairement. Un artisan qui donne une fourchette honnête et explique ce qui la fait varier prend cette place.

Ils affichent leurs qualifications

Certifications, ancienneté, assurances : c'est visible dès la page d'accueil. C'est ce qui déclenche l'appel chez un particulier qui hésite.

— LES PAGES À CRÉER

28 pages, par ordre d'utilité.

Les indispensables — 6 pages

PAGE	CE QU'ELLE APPORTE
Contact	Formulaire, coordonnées, plan d'accès, zone d'intervention
Réalisations	Vos chantiers, filtrables par commune et par type de travaux
3 fiches chantiers	Avant / après, avec le détail de l'intervention
Confidentialité	Obligatoire avec le formulaire

Les prestations non couvertes — 3 pages

PAGE	POURQUOI
Urgence fuite de toiture	La recherche la plus rentable du métier, sur laquelle vous êtes absent
Isolation des combles	Prestation que vous faites et qui n'est pas sur le site
Dégâts de grêle et tempête	Sujet fort après un épisode réel, et pertinent toute l'année

Les communes — 8 pages

Riorges, Mably, Le Coteau, Villerest, Commelle-Vernay, Renaison, Charlieu, Perreux. Une page par commune, avec un chantier réalisé sur place, ce que vous savez des toitures du secteur, et votre délai d'intervention depuis Roanne.

> Ces pages n'ont d'intérêt que si elles sont différentes les unes des autres. Une page qui ne change que par le nom de la ville est ignorée par Google. C'est pour ça que j'ai besoin de vos photos de chantiers, commune par commune.

Les chantiers — 9 fiches supplémentaires

Pour arriver à douze chantiers documentés, de façon à alimenter chaque page commune et chaque page prestation.

Votre entreprise et le blog — 2 pages

Votre parcours depuis 2010, votre équipe, vos assurances et qualifications, votre zone d'intervention. Et la page d'accueil du blog.

— LES PAGES À AMÉLIORER

Vos 10 pages actuelles.

Vos 8 pages de prestations

Chacune passe d'environ 250 mots utiles à 900, et d'une photo à cinq ou six. On y ajoute :

- Les signes qui doivent alerter le client, et ce qui arrive s'il attend
- Votre façon de travailler, étape par étape
- Les matériaux et leurs différences de prix et de durée
- Deux ou trois chantiers en illustration
- Une fourchette de prix honnête
- Des questions fréquentes propres à chaque prestation

Une précision importante

C'est votre **page d'accueil** qui se positionne le mieux aujourd'hui, y compris sur « rénovation toiture roanne ». On la fera évoluer avec prudence, sans toucher à sa structure ni à son adresse. Il n'y a aucune raison de risquer un résultat acquis.

Votre page d'accueil

- Recentrage sur Roanne et le Roannais
- Ajout de vos preuves de sérieux et de vos chantiers
- Remplacement du logo, dont le fichier porte encore la mention « provisoire »

Votre page Saint-Étienne

Cette page est aujourd'hui la plus fournie du site, plus que votre page d'accueil. Saint-Étienne est à 80 kilomètres et votre fiche Google n'y intervient pas.

Question à trancher ensemble : combien de chantiers y avez-vous réalisés cette année ? Selon votre réponse, soit on développe ce marché sérieusement, soit on redéploie cet effort sur le Roannais.

Le blog

Deux articles par mois, sur quatre thèmes : les prix, les problèmes courants, les travaux de saison, et les aides financières. Douze sujets sont déjà identifiés.

— DANS QUEL ORDRE

Quatre lots, un mois.

Lot 1 · Les fondations

- Vérification que vos noms de domaine sont bien à votre nom
- Revendication de votre fiche Google
- Mise en place de la mesure d'audience
- Corrections techniques du site
- Redirection de l'ancien site, puis résiliation de son abonnement

Lot 2 · Vous rendre joignable

- Fiche Google complétée : activités, prestations, photos, horaires
- Réponse à vos 32 avis
- Page contact et formulaire
- Adresse email professionnelle
- Politique de confidentialité et mise à jour des mentions légales

Lot 3 · Vos preuves

- Page réalisations et 12 fiches chantiers documentées
- Page sur votre entreprise
- Vos assurances, qualifications et ancienneté sur l'ensemble du site

Lot 4 · Occuper le terrain

- 3 nouvelles pages de prestations
- 8 pages par commune
- Réécriture de vos 8 pages de prestations
- Reprise de la page d'accueil et de la page Saint-Étienne
- Mise en place du blog

L'ensemble est livré en un mois. Le travail de production est terminé au bout de ce mois, mais les effets sur Google mettent plus longtemps à se voir : quelques semaines sur la fiche Google, trois à six mois sur les résultats classiques.

— DEVIS

Deux formules.

Formule 1 · Optimisation complète

2 000 €

Délai : un mois

Fondations

Corrections techniques · Vérification de la propriété des noms de domaine · Redirection de l'ancien site et résiliation de son abonnement · Mise en place de la mesure d'audience

Visibilité locale

Fiche Google : revendication, paramétrage complet, activités, prestations, photos · Réponse à vos 32 avis · Mise en place de la collecte d'avis

Contact et conformité

Page contact et formulaire · Adresse email professionnelle · Politique de confidentialité et mentions légales

28 pages créées

Page réalisations et 12 fiches chantiers · 8 pages par commune · 3 nouvelles pages de prestations · Page entreprise · Mise en place du blog

10 pages reprises

Réécriture de vos 8 pages de prestations · Page d'accueil et page Saint-Étienne · Preuves de sérieux sur tout le site

Formule 2 · Optimisation complète + WordPress

2 500 €

Délai : six semaines

Tout ce qui précède, et votre site repris sur WordPress avec le même design.

Vous décidez de ce que vous faites vous-même. Ajouter un chantier ou une actualité prend cinq minutes, depuis votre téléphone. Vous le faites quand vous en avez envie, et vous me confiez le reste. Sans WordPress, chaque modification passe par une intervention technique — ce n'est pas un problème si vous préférez déléguer, mais vous n'avez plus le choix.

Et si un jour vous voulez changer de prestataire, WordPress est connu de tout le monde. N'importe quel professionnel peut reprendre votre site sans avoir à le refaire.

Suivi mensuel

Maintenance et sécurité	**60 à 80 €**
Webmastering modifications de contenu incluses	**120 €**

Ce dont j'ai besoin de vous

- Vos photos de chantiers, avant et après
- Votre attestation d'assurance décennale et vos qualifications
- L'accès gestionnaire à votre fiche Google
- Vos horaires et délai d'intervention en urgence
- Vos réponses sur Saint-Étienne et les communes desservies

Mickaël Doucet — Webmaster WordPress
06 29 74 18 70 · contact@mickael-doucet.fr
mickael-doucet.fr · Roanne 42300

MICKAËL DOUCET