



# **Etude de cas Vétérinaire indépendant**

Structuration stratégique d'un territoire concurrentiel

**Cas client anonymisé**

**Quentin - Empreinte Locale SEO**

# Situation initiale

Un cabinet vétérinaire implanté depuis plusieurs années dans une zone dynamique.

Clientèle existante.  
Équipe en place.  
Réputation correcte.

Présence numérique active :  
site internet fonctionnel, fiche Google  
créée, quelques avis.

Pourtant, la visibilité restait instable.  
Le cabinet apparaissait parfois.  
Disparaissait souvent.

- Site internet existant
- Fiche Google active
- Forte densité concurrentielle locale



# Ce qui bloquait vraiment

**La présence était réelle.  
La domination territoriale, inexistante.**

Le problème n'était pas l'existence digitale.  
C'était l'absence de structuration stratégique.  
Derrière cette instabilité, trois réalités structurelles :

## Points clés

### **STRUCTURE**

**Une structure  
sémantique trop faible**

Les termes utilisés  
restaient génériques.  
Peu d'ancrage  
géographique clair.  
Google ne percevait pas  
le cabinet comme un  
acteur territorial fort.

### **AUTORITE**

**Une autorité locale  
dispersée**

Les informations étaient  
présentes, mais  
incohérentes ou peu  
renforcées.  
Les signaux envoyés au  
moteur manquaient de  
répétition et de  
cohérence.

### **CONCURRENCE**

**Une concurrence mieux  
structurée**

D'autres cabinets  
avaient optimisé leurs  
fiches, leurs  
descriptions, leur  
ancrage local.  
Ils étaient plus lisibles.  
Donc plus proposés.

# Lecture stratégique

Trois axes prioritaires ont été identifiés.



## **Visibilité**

Renforcer l'ancrage géographique sur les requêtes réellement stratégiques.

## **Cohérence**

Aligner les informations, le discours, les catégories, les services.

## **Autorité**

Envoyer des signaux territoriaux clairs et répétés pour stabiliser le positionnement.

Dans un environnement concurrentiel, la simple présence ne suffit pas. Il faut être compris.

# Mise en place

Le travail n'a pas consisté à "refaire le site".  
Il a consisté à structurer l'empreinte locale.



## Refonte stratégique de la fiche Google Business

- Description retravaillée avec champ lexical vétérinaire précis
- Intégration naturelle des expressions géolocalisées
- Optimisation des catégories et services
- Clarification du positionnement (urgences, spécialités, proximité)

## Renforcement des signaux territoriaux

- Harmonisation des informations clés
- Consolidation des données locales
- Structuration cohérente de la présence numérique existante

## Consolidation de l'autorité locale

- Inscription ciblée sur des annuaires locaux pertinents
- Renforcement de la cohérence NAP
- Stabilisation des signaux envoyés au moteur

L'objectif n'était pas d'être "plus visible".  
L'objectif était d'être reconnu comme une référence locale.



## Ce qui a changé

### Avant

- Positionnement fluctuant
- Apparitions irrégulières
- Difficulté à se démarquer des cabinets proches

### Après

- Visibilité plus stable sur les requêtes locales clés
- Meilleure compréhension du positionnement par Google
- Hausse des interactions via la fiche
- Perception renforcée d'autorité territoriale

Le cabinet n'a pas changé. La structure numérique, oui.

# Ce que révèle ce cas

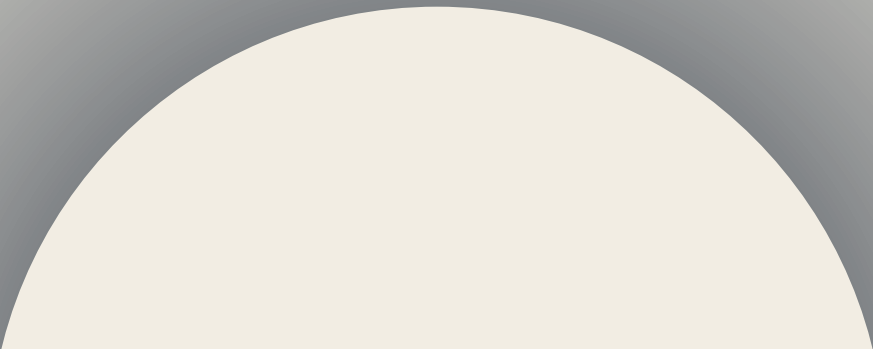
Dans un marché concurrentiel,  
ce n'est pas le meilleur qui gagne.  
C'est le plus lisible.

Un cabinet peut exister depuis des  
années et rester fragile  
numériquement.

Le SEO local n'est pas une optimisation  
technique isolée.

C'est une structuration territoriale.  
Lorsqu'un moteur comprend  
précisément votre rôle, il vous  
stabilise.





La visibilité locale n'est pas une question d'existence.

**C'est une question de structure.**

Dans un environnement concurrentiel,  
être approximatif coûte des clients invisibles.

Si votre cabinet doit s'imposer durablement sur son territoire,

**il doit d'abord être compris.**

**Contactez-moi**

[www.sousleregarddinari.fr](http://www.sousleregarddinari.fr)

[quenting88@sousleregarddinari.fr](mailto:quenting88@sousleregarddinari.fr)

06-58-57-26-16