

Audit Stratégique Local

Checklist de la gestion locale des retailers

QONTENT

Myphotoagency

GOVERNANCE

- ☐ Les rôles, responsabilités et processus entre le siège et les entités locales sont définis dans une charte.
- ☐ Les audits trimestriels sur les écarts et opportunités SEO locaux sont remontés à la direction via un tableau de bord unifié.
- ☐ Une base de données centralisée garantit la cohérence des informations sur toutes les plateformes et points de contact.

PRESENCE MANAGEMENT

- ☐ Les zones prioritaires pour les investissements SEO locaux sont identifiées en fonction du potentiel commercial et des besoins spécifiques.
- ☐ Les contenus sont harmonisés pour assurer une expérience utilisateur fluide entre SEO local, social media et e-commerce.
- ☐ Les campagnes Google Ads et Social Media sont optimisées avec des mots-clés géolocalisés et adaptés aux spécificités des zones cibles.

REPUTATION

- ☐ Les avis clients sont suivis en temps réel pour chaque localisation, avec des outils de gestion de réputation intégrés.
- ☐ Les clients locaux sont incités à laisser des avis positifs grâce à des campagnes ciblées et des programmes d'engagement.
- ☐ Les avis négatifs et incidents digitaux sont gérés avec un protocole structuré pour protéger la marque.

SUIVI DES PERFORMANCES

- ☐ Les performances SEO locales des concurrents sont analysées pour identifier les meilleures pratiques et combler les écarts.
- ☐ Les données clés sur la visibilité locale, les conversions et les interactions clients sont consolidées dans un tableau de bord dynamique.
- ☐ L'impact des initiatives locales sur les KPI financiers est mesuré pour évaluer la rentabilité des actions menées.

PHOTOS

- ☐ Les photos professionnelles de l'intérieur, de l'extérieur, de l'équipe et des produits/services sont visibles sur chaque profil.
- ☐ Les photos répondent aux standards Google et montrent clairement l'attractivité du point de vente et des services offerts.
- ☐ Les visuels incluent une variété de perspectives (produits, ambiance, moments clés) et sont régulièrement mis à jour pour refléter la réalité.
- ☐ Les photos incluent des noms de fichier descriptifs et des métadonnées optimisées pour les mots-clés locaux.

SEO ET CONTENUS

- ☐ Les mots-clés locaux (ville, région) sont intégrés dans les titres de page, méta descriptions, et corps du contenu.
- ☐ Chaque service clé bénéficie d'une page dédiée pour cibler précisément les intentions de recherche locale.
- ☐ Des "Google Posts" ciblant des sujets ou événements locaux sont régulièrement publiés.
- ☐ Une stratégie de pages locales est déployée sur le site web de l'enseigne.

DATA

- ☐ Les attributs clés (horaires, accessibilité, services) sont standardisés pour chaque profil et synchronisés automatiquement.
- ☐ Les informations NAP et attributs clés sont mises à jour en temps réel.
- ☐ Les données internes sont connectées aux plateformes externes grâce à des API pour garantir une cohérence immédiate et un gain de temps.

FORMATION

- ☐ Les équipes locales reçoivent des formations régulières sur les meilleures pratiques SEO et la gestion des profils pour maximiser la performance.
- ☐ Les indicateurs clés de performance, tels que clics, appels et itinéraires par localisation, sont définis et suivis dans chaque région.
- ☐ Les solutions SaaS sont intégrées pour automatiser la mise à jour des données et maximiser l'efficacité des équipes.