

VELMORIVE IMMOBILIER · CHÂTILLON (92)

Rapport d'audit SEO & GEO

Agence de quatre personnes · vente et achat à Châtillon, Bagneux et Clamart
velmorive-immobilier.fr

VOTRE OBJECTIF

Recevoir davantage de demandes d'estimation de propriétaires à Châtillon.

Les trois priorités

1

Réparer le bouton d'estimation

Il mène à une page d'erreur. Un propriétaire prêt à vous contacter ne peut pas poursuivre sa demande.

2

Accélérer le site sur téléphone

L'accueil obtient 56/100 dans PageSpeed. Les photos trop lourdes font attendre avant de découvrir votre offre.

3

Récupérer la gestion de votre fiche Google

La fiche existe, mais l'agence n'a plus accès à son compte. Il faut reprendre la main pour corriger les horaires et répondre aux avis.

Comment lire ce rapport

Sept pages pour comprendre votre visibilité sur Google et dans les IA, les problèmes et les actions à mener. Deux annexes détaillent les consignes pour le prestataire.

GOOGLE SEARCH CONSOLE · DU 22 SEPTEMBRE AU 19 OCTOBRE 2026

Suivre les contacts au-delà de la progression des clics

Comparaison avec les 28 jours précédents, du 25 août au 21 septembre.

Clics vers le site

742

▲ +13,3 % · avant 655

Apparitions Google

38 036

▲ +4,7 % · avant 36 330

Taux de clics

1,95 %

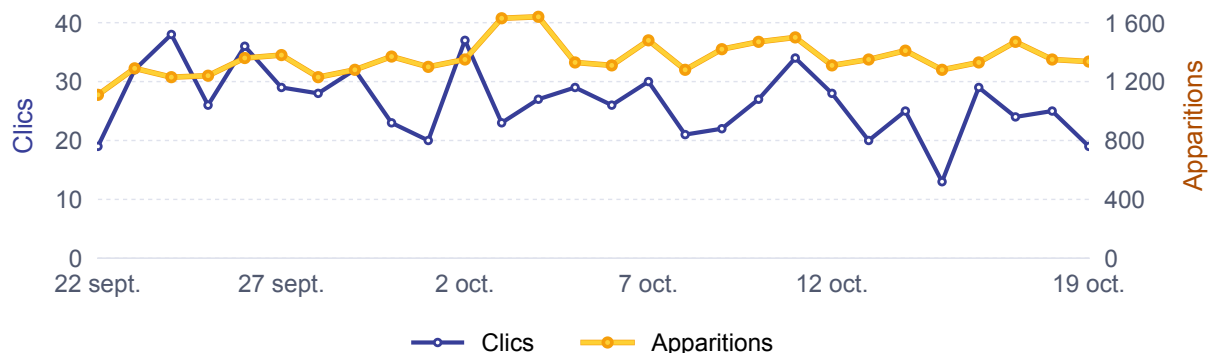
▲ avant 1,80 %

Position moyenne

11,8

Mieux · avant 12,6

Votre visibilité, jour après jour



Deux échelles : clics à gauche, apparitions à droite. Les hauteurs des courbes ne comparent pas leurs volumes.

Ce qu'il faut comprendre

Google affiche plus souvent votre site et vous apporte davantage de clics. Environ 2 apparitions sur 100 aboutissent à un clic. La position moyenne s'améliore sur les recherches observées. Leur composition peut aussi faire varier cette moyenne. Un clic ne représente pas forcément une nouvelle personne.

L'impact pour votre agence

Cette progression est encourageante, mais elle ne dit pas combien de propriétaires vous contactent. Il manque un suivi fiable des demandes reçues. Comptez séparément les estimations, les demandes d'acheteurs et les rendez-vous obtenus ; les visites seules ne mesurent pas le résultat commercial.

INTENTION DE RECHERCHE · CE QUE LA PERSONNE VEUT FAIRE

Répondre au besoin derrière chaque recherche

Acheter, choisir une agence ou faire estimer son bien : les attentes changent. La page d'arrivée doit apporter les informations et l'étape suivante adaptées à ce besoin.

PAGE	RECHERCHE OBSERVÉE	PLACE MOYENNE	CLICS	ÉVOLUTION
Accueil	velmorive immobilier	5,8	312	▲ +8,3 %
Biens à acheter	appartement à vendre châtilion	10,6	146	▲ +14,1 %
Vendre votre bien	agence vente appartement châtilion	14,2	54	▼ -10,0 %
Faire estimer	estimation appartement châtilion	18,4	28	▲ +27,3 %
Notre agence	velmorive châtilion avis	4,9	46	▲ +4,5 %
Contact	velmorive immobilier contact	6,2	32	▲ +14,3 %

Ce que vos visiteurs attendent

Acheter : voir des biens, leurs prix et organiser une visite. **Vendre** : comprendre l'accompagnement et les honoraires. **Faire estimer** : connaître la méthode, les étapes et le résultat remis.

Ces six pages totalisent 618 clics ; les annonces apportent les 124 autres. Données du 22 septembre au 19 octobre 2026, comparées aux 28 jours précédents. Les positions sont des moyennes par page.

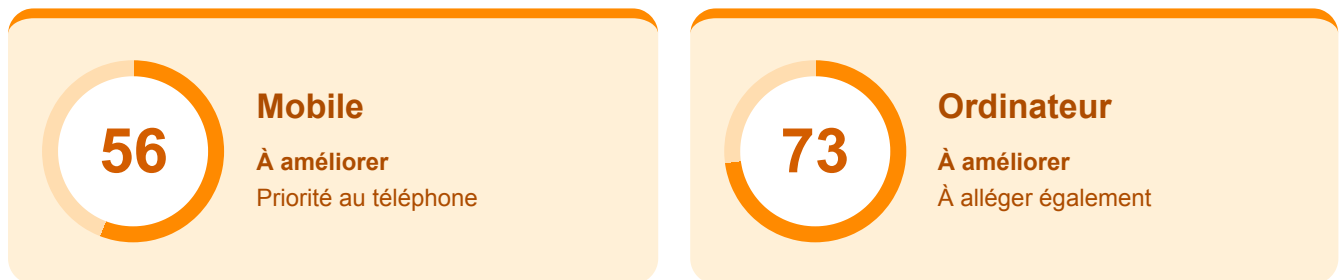
La correction à faire sur votre site

Vendre et Estimation présentent encore l'agence de façon générale. Les différencier : Vendre explique l'accompagnement ; Estimation décrit l'évaluation et propose « **Faire estimer mon bien** ». Sur les annonces, proposer « **Demander une visite** ». L'annexe B précise les contenus et les boutons pour les six pages.

PAGESPEED INSIGHTS · ACCUEIL · 23 OCTOBRE 2026

Le site fait trop attendre sur téléphone

Les deux scores concernent l'accueil, sur une échelle de 0 à 100. Le téléphone demande le travail le plus urgent.



0–49 · Faible

50–89 · À améliorer

90–100 · Bon

Ce que cela change pour votre visiteur

Sur téléphone, la grande photo met **5,1 secondes** à apparaître dans le test. Le propriétaire attend avant de découvrir votre offre et de demander une estimation. Cela peut freiner sa prise de contact ; le test ne permet pas de compter les personnes qui abandonnent.

Ce qu'il faut demander au prestataire

1. **Alléger la photo d'accueil de 2,4 Mo.** Préparer une image adaptée au téléphone et la charger en priorité.
2. **Charger les autres photos au fil de la visite.** Les images situées plus bas sur la page peuvent attendre que l'on s'en approche.
3. **Afficher la carte et la discussion au moment utile.** Elles ne doivent pas ralentir le premier écran.

Comment savoir si cela va mieux ?

Demander les résultats avant et après les changements, puis tester le site sur un téléphone. La photo doit apparaître plus vite et les boutons rester faciles à utiliser. Le score est un test de chargement, pas une note de référencement. Les mesures précises sont réunies en annexe A.

GOOGLE BUSINESS PROFILE · ANCIENNEMENT GOOGLE MY BUSINESS

Reprendre la main sur votre fiche pour être trouvé sur Google Maps

La fiche Google est souvent le premier contact avec une agence : on y cherche un numéro, des horaires, un itinéraire et des avis.

La situation de votre agence

Votre fiche existe et compte **27 avis, avec une moyenne de 4,7/5**. L'agence n'a plus accès au compte qui la gère. Elle ne peut donc pas corriger les horaires : le samedi, Google indique 18 h contre 17 h sur le site. Cinq avis récents attendent aussi une réponse.

Pourquoi créer un compte de gestion ?

Un compte Google contrôlé par l'agence permet de gérer gratuitement sa fiche Business Profile. Vous pouvez présenter vos services, répondre aux avis et donner les bonnes informations aux personnes qui vous trouvent dans Google ou Maps. Dans votre cas, il faut récupérer la fiche existante et conserver ses avis.

Les étapes à suivre

1. **Utiliser un compte Google de l'agence, ou en créer un.** L'agence doit conserver la maîtrise de ce compte.
2. **Retrouver votre établissement dans Maps.** Revendiquer la fiche ou demander le transfert de propriété, puis suivre la validation de Google. Si aucune fiche n'existait, il faudrait en créer une ; ici, ne pas créer de doublon.
3. **Après récupération de l'accès, remettre la fiche à jour.** Confirmer les horaires, ajouter services et photos, diriger le rendez-vous vers /estimation et répondre aux cinq avis.

Le résultat à vérifier

La direction peut modifier la fiche depuis son compte. Les horaires publics correspondent à ceux de l'agence et le lien de rendez-vous ouvre la page Estimation. La validation dépend de Google : lancer la démarche dès la première semaine.

ÉTAT DE DÉPART · RELEVÉ DU 23 OCTOBRE 2026

Votre agence n'est pas citée dans les réponses étudiées

Exemple de relevé réduit : trois questions de propriétaires, cinq réponses chacune. Moteur OpenAI via API, avec la recherche web disponible.

Nom de l'agence mentionné

0 / 15

réponses mentionnent Velmorive

Site utilisé comme source

0 / 15

réponses font un lien vers le site

Questions couvertes

0 / 3

questions font apparaître l'agence

QUESTION DU PROPRIÉTAIRE	AGENCE NOMMÉE	SITE CITÉ
Quelle agence choisir pour vendre un appartement à Châtillon ?	0 / 5	0 / 5
À qui confier une estimation immobilière à Châtillon ?	0 / 5	0 / 5
Quelle agence connaît le marché des appartements du centre-ville de Châtillon ?	0 / 5	0 / 5

Ce que cela change pour votre agence

Un propriétaire qui s'appuie sur ces réponses ne découvre pas Velmorive et ne reçoit aucun lien vers son site. C'est le constat sur ces trois questions, à cette date ; il ne décrit pas toutes les réponses possibles ni toutes les IA.

Citabilité : les pages à corriger

La citabilité, c'est la facilité à reprendre une information et à en vérifier la source. Sur **Estimation**, détailler la méthode, la visite et les critères de prix. Sur **Agence**, identifier l'expert et son secteur. Dater et sourcer les chiffres du marché.

Reprendre les mêmes questions après les changements et comparer les mentions et les liens. Un meilleur contenu ne garantit pas une citation.

À PARTAGER AVEC L'ÉQUIPE ET VOTRE PRESTATAIRE

Qui fait quoi, et dans quel ordre ?

Quatre actions à lancer cette semaine, puis cinq améliorations à enchaîner avec l'équipe et le prestataire.

N°	ACTION À TERMINER	QUI ?	QUAND ?
À lancer cette semaine			
01	Réparer le bouton Estimation.	Prestataire	Jours 1-2
02	Accélérer l'accueil.	Prestataire	Semaine 1
03	Simplifier le formulaire et compter les demandes.	Agence + web	Semaine 1
04	Créer le compte Google et récupérer la fiche.	Direction	Semaine 1
Ensuite · Améliorations et suivi			
05	Adapter les contenus et les boutons au besoin de chaque visiteur.	Agence + rédaction	Semaine 2
06	Relier les pages et corriger les liens.	Prestataire	Semaine 2
07	Répondre aux avis.	Agence	Après accès
08	Corriger les mentions sur les autres sites.	Agence + web	Semaines 2-3
09	Renforcer la citabilité et refaire le relevé de visibilité IA.	Agence + web	Semaine 3

Comment suivre le résultat

Tester les boutons et les formulaires dès leur modification. Après 28 jours complets suivant le dernier lot de changements, comparer les clics Google aux 28 jours précédents et compter les demandes d'estimation reçues, les rendez-vous et les mandats signés. La page Estimation part de **28 clics sur 28 jours**.

Ce calendrier est à confirmer avec le prestataire ; la récupération de la fiche dépend de Google. La réalisation des modifications est à organiser séparément de l'audit.

MESURES ET CONSIGNES DE MISE EN ŒUVRE

Les consignes techniques

Contrôle du 23 octobre 2026 : 6 pages principales, 18 annonces et 2 pages légales, soit 26 pages actuelles. Les anciennes adresses en erreur s'y ajoutent.

Performance de l'accueil

MESURE	MOBILE	ORDINATEUR	LECTURE
Affichage principal · LCP	5,1 s	2,8 s	Photo principale lente sur mobile.
Temps de blocage · TBT	420 ms	180 ms	Réduire le travail des scripts.
Stabilité visuelle · CLS	0,06	0,04	Bonne stabilité, à préserver.

Images, scripts et contrôle après modification

Remplacer la photo de 2,4 Mo par des variantes WebP ou AVIF adaptées à la largeur de l'écran. Charger l'image principale en priorité ; différer seulement les photos plus bas. Conserver leurs dimensions. Charger la carte à la demande et les scripts secondaires après le contenu.

Conserver trois tests par appareil dans les mêmes conditions et comparer leur valeur médiane. Viser un LCP de 2,5 s maximum, puis tester menu, photos et formulaire. Les données de visiteurs réels sont insuffisantes pour conclure sur les Core Web Vitals.

Bouton et formulaire · Actions 01 et 03

Le bouton renvoie à /contact-estimation, qui répond 404. Le faire pointer vers /contact#estimation, avec le motif « Estimation » sélectionné, et rediriger l'ancienne adresse. Tester l'envoi et la réception sur les deux appareils.

Garder obligatoires le nom, un moyen de contact et la commune ; rendre les détails du bien facultatifs. Compter les envois confirmés côté serveur par motif, sans données personnelles dans les outils de mesure. Préserver antispam, confidentialité et choix de consentement.

INDEXATION · ACTION 06	CONSTAT ET CORRECTION
24 pages indexées sur 26	Les 6 pages principales et 2 pages légales sont indexées, ainsi que 16 annonces.
2 annonces non indexées	Vérifier leur contenu distinct et le lien depuis /acheter. L'indexation reste la décision de Google.
3 anciennes annonces en erreur	Les retirer du sitemap XML et des liens internes. Sans bien équivalent, conserver une page « bien indisponible » en 404/410.

Références : [PageSpeed Insights](#) · [seuils du TBT](#) · [expérience de page](#). Les scores seuls ne garantissent pas une position Google.

CONTENUS ET INTENTIONS · ACTIONS 05 ET 09

La bonne réponse sur la bonne page

Prévoir les informations attendues avant de proposer une action. Faire valider les services, les coûts et les engagements par l'agence.

PAGE	CONTENU ATTENDU	ACTION À PROPOSER
Accueil	Présenter l'agence à Châtillon et orienter clairement acheteurs et vendeurs.	Acheter / Faire estimer
Acheter	Montrer les biens disponibles, leurs prix, surfaces, photos et filtres utiles.	Voir le bien, puis demander une visite
Vendre	Expliquer les étapes, les honoraires, le suivi et votre connaissance du marché local.	Parler de mon projet de vente
Estimation	Décrire la méthode, le rendez-vous, le délai, le coût éventuel et le document remis.	Faire estimer mon bien
Notre agence	Présenter l'équipe, ses fonctions, ses secteurs et les avis pour aider à choisir.	Échanger avec l'équipe
Contact	Donner téléphone, horaires, accès et formulaire court avec le bon motif.	Appeler / Envoyer ma demande

Citabilité : état de la page Estimation · Action 09

Présent : le service et la ville sont identifiables. **À compléter** : la réponse directe en haut de page, les critères d'estimation, les documents à préparer et le résultat remis. **Manquant** : l'expert nommé avec sa fonction et des sources datées pour les chiffres de marché.

Proposer le titre « **Estimation immobilière à Châtillon | Velmorive Immobilier** », puis une réponse claire avant le formulaire. Présenter la méthode, la visite et les ventes comparables ; rendre chaque information compréhensible avec son contexte.

Mentions, avis et assistants IA · Actions 07 à 09

Présence locale : parmi les 7 sites qui citent l'agence, deux annuaires utilisent « Velmorive Transactions » : demander « Velmorive Immobilier ». Corriger le lien partenaire /accueil vers / et créer la redirection. Répondre aux cinq avis sans détails privés, puis proposer le lien d'avis à tous les clients, sans contrepartie.

Relevé IA : trois questions sans le nom de l'agence, cinq réponses chacune, sur le moteur OpenAI en mode web. Aucune mention ni lien vers le site sur ces 15 réponses. Le 0 % observé reste incertain : intervalle de Wilson à 95 %, de 0 à 20,4 %. Conserver ce protocole pour comparer les prochains relevés.

Références : [Google : créer un contenu utile](#) · [Google : fonctionnalités IA](#) · [fiche Google](#).