

ARTISAN DU BÂTIMENT

Diagnostic de visibilité Google

Électricien à Lens

Exemple représentatif. L'entreprise citée est fictive. Ce document n'est pas un client réel : il reflète fidèlement les situations que Julien rencontre le plus souvent chez les TPE du bassin minier, pour vous montrer à quoi ressemble le diagnostic gratuit que vous recevriez.

ENTREPRISE	Lens Élec Pro (exemple fictif)
ACTIVITÉ	Électricien — dépannage, rénovation, mise aux normes
ZONE D'INTERVENTION	Lens, Liévin, Avion, Loos-en-Gohelle, Hénin-Beaumont
SITE ANALYSÉ	Vitrine de 4 pages, mis en ligne en 2022
DATE	Exemple — juin 2026
RÉALISÉ ET VALIDÉ PAR	Julien Rommelard · LeLab360 · Carvin (62)

Le verdict, en clair

LECTURE HUMAINE DE VOTRE SITUATION

Vous avez de vraies bases : un site qui existe, une fiche Google créée, et une forte demande sur votre métier dans le secteur de Lens. Mais cette demande vous échappe en grande partie. Votre site s'affiche mal sur téléphone — là où se trouvent presque tous les gens qui vous cherchent en dépannage. Votre fiche Google est incomplète et un peu endormie. Et aucune page ne parle vraiment des communes où vous intervenez, là où deux concurrents en ont. Résultat : quand un habitant de Liévin ou d'Avion cherche « électricien », ce sont eux qui apparaissent. Rien d'irréversible : ce sont surtout des réglages, pas une refonte.

Bonnes bases

À renforcer

Beaucoup à gagner

Vue d'ensemble des 7 axes

AXE ANALYSÉ	CONSTAT	NIVEAU
1. Visibilité sur Google	Visible sur le nom, peu sur « électricien + ville », absent en urgence	À améliorer

AXE ANALYSÉ	CONSTAT	NIVEAU
2. Performance technique	Correct sur ordinateur, lent et peu lisible sur téléphone	Bloquant
3. Qualité du contenu et des pages	Une page fourre-tout ; pas de page par prestation ni par ville	À améliorer
4. Fiche Google Business Profile	Créée mais à moitié remplie, peu de photos, avis sans réponse	À améliorer
5. Présence locale dans votre zone	Coordonnées incohérentes selon les annuaires, aucune page par commune	Bloquant
6. Analyse des concurrents directs	Deux confrères mieux équipés captent « électricien + ville »	À améliorer
7. Vos priorités	3 actions concrètes (page suivante)	→

■ Le détail, axe par axe

1. Visibilité sur Google

À améliorer

Ce qu'on a regardé : Sur quelles recherches votre site apparaît, à quelle place, et lesquelles vous échappent.

Vous ressortez bien sur le nom de votre entreprise — surtout des gens qui vous connaissent déjà. Sur « électricien Lens » ou « dépannage électrique Lens », vous êtes présent mais loin derrière. Sur les communes voisines (Liévin, Avion), quasi absent. Et sur les recherches d'urgence — celles qui font appeler dans l'heure — vous n'apparaissez pas. Sur certaines de ces recherches, Google affiche un résumé automatique en haut de page : aujourd'hui, il ne vous cite pas.

2. Performance technique

Bloquant

Ce qu'on a regardé : Vitesse, affichage sur téléphone, sécurité, lecture des pages par Google.

Sur ordinateur, le site se charge correctement. Mais sur téléphone — d'où vient la majorité des recherches d'urgence — il met trop de temps à s'afficher, les boutons sont petits et le numéro n'est pas cliquable. Un client pressé repart avant d'appeler. La sécurité (le cadenas) est en place, bon point. En revanche, Google n'a référencé que 3 de vos pages : une partie du site lui échappe. C'est l'axe le plus pénalisant car il abîme tout le reste.

3. Qualité du contenu et des pages

À améliorer

Ce qu'on a regardé : Vos titres, vos textes, et si vos pages couvrent vos prestations et vos zones.

Votre page d'accueil essaie de tout dire à la fois (dépannage, rénovation, mise aux normes, domotique) et finit par ne ressortir sur aucun de ces sujets. Pas de page dédiée par prestation, ni par ville. Les titres de vos pages sont restés en réglage par défaut. Le site ne répond pas aux questions concrètes d'un client avant d'appeler : intervenez-vous le week-end, sous quel délai, faites-vous des devis gratuits ?

4. Fiche Google Business Profile

À améliorer

Ce qu'on a regardé : Complétude de la fiche, photos, horaires, avis.

La fiche existe, c'est l'essentiel. Mais elle est remplie à moitié : une seule catégorie, pas de description, peu de photos et aucune récente. Vous avez quelques avis plutôt bons — mais aucun n'a reçu de réponse, et le dernier date de plusieurs mois. Or Google met en avant les fiches vivantes : une fiche qui « dort » perd peu à peu en visibilité, même bien notée. Levier rapide et gratuit, largement sous-exploité.

5. Présence locale dans votre zone

Bloquant

Ce qu'on a regardé : Cohérence des coordonnées partout, annuaires, couverture des communes.

Votre numéro et votre adresse ne sont pas identiques partout : un ancien numéro sur un annuaire, une adresse écrite différemment sur un autre. Ces incohérences brouillent la confiance que Google accorde à votre entreprise. Vous êtes présent sur un ou deux annuaires, mais absent de plusieurs qui comptent dans le Pas-de-Calais. Surtout, aucune page ne parle des communes où vous travaillez : pour Google, rien n'indique que vous intervenez à Liévin ou Avion — donc vous n'y apparaissez pas.

6. Analyse des concurrents directs

À améliorer

Ce qu'on a regardé : Deux électriciens concurrents bien positionnés sur votre zone.

Les deux confrères ont une longueur d'avance sur deux points : leur fiche Google est complète et active (photos, description, avis récents auxquels ils répondent), et ils ont des pages dédiées par commune, ce qui les fait apparaître sur « électricien Liévin », « électricien Avion ». Mais vous n'êtes pas distancé partout : votre ancienneté et vos avis (peu nombreux mais bons) sont des atouts réels. L'écart se comble en activant les mêmes leviers.

Vos 3 actions prioritaires

1 Réveiller et compléter votre fiche Google

Ajouter une description, des catégories complémentaires, des photos récentes de chantiers, répondre aux avis existants puis en solliciter de nouveaux après chaque intervention.

Effort faible · impact fort et rapide · à faire soi-même ou avec nous.

2 Rendre le site utilisable sur téléphone

Accélérer l'affichage sur mobile et rendre le numéro cliquable, pour ne plus perdre les clients pressés qui vous cherchent en dépannage.

Effort moyen · impact fort · plutôt avec un professionnel.

3 Créer des pages par commune

Une page claire pour chaque ville où vous intervenez (Liévin, Avion, Loos-en-Gohelle...), afin d'apparaître quand on cherche « électricien + ville ».

Effort moyen · visible sous 2 à 3 mois · à faire soi-même ou avec nous.

Pour aller plus loin, si vous le souhaitez

Ce diagnostic gratuit vous montre **où ça coince et par quoi commencer** : il vous donne le *quoi*, pas le *comment* détaillé. Si vous voulez le plan complet, notre **Audit SEO complet (à partir de 490 €)** reprend chaque axe en profondeur — toutes vos positions et les recherches à conquérir, les correctifs précis, le plan détaillé des pages à créer, l'analyse de 3 à 5 concurrents, et une **feuille de route semaine par semaine**. Et si vous préférez être accompagné dans la durée, d'autres formules existent. On en parle seulement si vous le souhaitez — aucune obligation.

Julien Rommelard

Fondateur de LeLab360 · Agence web et référencement local · Carvin (62)

Restitution de 30 minutes en visio ou en face-à-face à Carvin · Diagnostic livré sous 72 heures ouvrées · Sans carte bancaire, sans engagement.

Demandez votre diagnostic gratuit : lelab360-agency.net/audit-seo-gratuit · 06 79 16 09 82

[Demander mon audit gratuit](#)