

Comment vous situez-vous par rapport à vos confrères ?

PAR RAPPORT AU MARCHÉ

Espace 4 et Korus (en bleu en commun)

Sur la page d'accueil d'E4 (484)

N.	Mots-clés	Densité pondérée (%)	Occ.
1	vision	12.72	3
2	espace 4	10.97	5
3	espace	10.86	5
4	missions	8.02	2
5	aménagement	7.74	4
6	espaces	6.32	5
7	professionnels	5.75	3
8	réalisation	2.84	10
9	bureaux	1.63	6
10	mnh sae	1.24	2

12%
de
similarité

Sur la page d'accueil Korus (643)

N.	Mots-clés	Densité pondérée (%)	Occ.
1	korus	19.87	15
2	aménagement	10.41	6
3	agences bancaires	10	3
4	agences	8.88	5
5	bancaires	6.66	3
6	bureaux	6.03	4
7	espaces	2.56	8
8	réalisation	1.46	6
9	partout au bon endroit	1.17	2
10	conception	1.16	3

AGENCEMENT & RÉNOVATION DE BUREAUX

Réinventons vos espaces de travail

300k
€ CA

DERNIÈRES RÉALISATIONS

DÉFINISSEZ VOTRE BESOIN



Espace 4 et LBA (en bleu en commun)

Sur la page d'accueil d'E4 (484)

N.	Mots-clés	Densité pondérée (%)	Occ.
1	vision	12.72	3
2	espace 4	10.97	5
3	espace	10.86	5
4	missions	8.02	2
5	aménagement	7.74	4
6	espaces	6.32	5
7	professionnels	5.75	3
8	réalisation	2.84	10
9	bureaux	1.63	6
10	mnhsae	1.24	2

26%
de
similarité

Sur la page d'accueil LBA (1077)

N.	Mots-clés	Densité pondérée (%)	Occ.
1	agencement	14.05	38
2	bureau	8.97	24
3	rénovation	6.92	15
4	agencement de bureau	5.62	9
5	bureaux	5	16
6	lba	4.34	11
7	espaces	3.8	7
8	travail	3.69	6
9	aménagement	2.91	9
10	espaces de travail	2.01	2

“

Petits tests

”

/metabox.

/test.

- **Faisons un petit test en conditions réelles**
 - Imaginons que je suis une responsable achats et équipements au sein d'un grand groupe bancaire.
 - J'aimerais un projet innovant pour une agence bancaire dans un DOM, parce que dis-donc, qu'est-ce qu'il fait chaud là-bas !
 - Je suis de la génération Y, je commence ma recherche sur Internet et en parallèle je me renseigne en interne pour connaître le fournisseur référencé.
 - Je tape : aménagement espaces commerciaux dans Google
- **Ce qui correspond à la description du site web d'E4**

/metabox.

/résultats.

- **Est-ce que je tombe sur Espace 4 ?**
 - La requête génère plus de 10 millions de résultats
 - Il y a 4 publicités pour cette requête : CDB, Monarch, Isofis et Tétris db
 - Puis il y a Athex, sols murs plafonds, la maison de mon père, hejstudio...
 - Et des contenus conseils pour m'aider à réfléchir à ce projet
- **Espace 4 arrive en SERP 2, 6^e position, alors que c'est un leader du marché.**
- **Si je suis artisan ou fournisseur, la peine est la même.**

/caractéristiques.

- **Quelles sont les caractéristiques communes aux pages d'entreprises bien positionnées en SERP 1 ?**
 - La requête est présente dans la page et très bien pondérée
 - La date est présente sur 50% des pages
 - Le nombre moyen de mots par page est de 1490 (vs 488)
- **Il y a donc matière à arbitrer et intérêt à se positionner sur les requêtes à forte valeur ajoutée pour E4.**

Mots-clés ↓	Présence du mot-clé dans les pages de la SERP :							
	Title ↓	H1 ↓	H2 ↓	H3 ↓	URL ↓	Description ↓	Ensemble de la page ↓	
aménagement	70%	50%	40%	30%	30%	30%	90%	
commercial	30%	30%	40%	0%	20%	30%	90%	
espace	30%	30%	30%	10%	20%	30%	80%	
agencement	40%	10%	40%	20%	20%	10%	80%	
espaces	40%	30%	20%	10%	30%	20%	70%	
intérieur	20%	10%	30%	10%	20%	20%	70%	
décoration	0%	0%	20%	20%	0%	10%	70%	
clients	0%	0%	0%	0%	0%	10%	70%	
commerciale	0%	0%	30%	10%	0%	0%	70%	
doit	0%	0%	0%	0%	0%	0%	70%	
commerciaux	40%	30%	0%	0%	30%	10%	60%	
commerce	0%	0%	10%	0%	10%	0%	60%	
choix	0%	0%	0%	0%	0%	0%	60%	
vente	10%	10%	10%	10%	10%	10%	50%	
mesure	0%	0%	10%	10%	0%	10%	50%	
projet	0%	0%	10%	10%	0%	0%	50%	
aménager	0%	10%	20%	10%	10%	10%	50%	

/test.

- **Faisons un autre petit test**

- Imaginons que je suis une responsable achats et équipements au sein d'un grand groupe d'Ehpad.
- Avec le contexte et les révélations actuelles, j'ai besoin de revoir l'aménagement de certains de mes établissements si je ne veux pas avoir les mêmes problèmes que mes confrères.
- Je suis de la génération Y, je commence ma recherche sur Internet et en parallèle je me renseigne en interne pour savoir si nous avons un fournisseur référencé.
- Je tape : aménagement ehpad dans Google

/metabox.

/résultats.

- **Est-ce que je tombe sur Espace 4 ?**
 - La requête génère plus de 4 millions de résultats
 - Il y a 2 publicités, dont une pour mae agencement, je clique.
 - Puis il y a Athex, Manutan, Collinet, Ameublys ...
 - Et des contenus conseils pour m'aider à réfléchir à ce projet
- **Page 10, je n'ai toujours pas trouvé Espace 4.**

“

Comparatif

”

/metabox.

/qu'ont-ils de plus ?

- **Comparatif avec 3 acteurs du marché d'E4**
 - Korus, confrère « historique »
 - Athex, meilleure position
 - Isofis, a acheté la requête que j'ai tapé dans Google donc apparaît en 1er

/autorité.

- **L'autorité est un score de 1 à 100 qui désigne la confiance que l'on peut accorder au nom de domaine et à son contenu**

Domaine/URL	Authority Score	Domaines référents	Backlinks	Adresses IP référentes	Visites mensuelles	Mots clés
● espace4.fr	38	132	436	139	n/a	585 ▼
● korus.fr	30	217	2,8 K	195	1 K	1,5 K ▼
● athex.fr	19	117	365	114	n/a	465 ▼
● isofis.fr	15	23	84	37	488	101 ▼

- E4 a la meilleure autorité mais se fait battre sur les backlinks (liens extérieurs pointant vers le site E4) et le nombre de mots-clés par Korus.
- Isofis a la moins bonne autorité mais ressort en premier du fait de son enchère
- Athex n'est pas loin derrière et rattrape E4 en termes de bakclinks alors que c'est un petit acteur local.
- Korus gagne le podium avec un nombre de visites équivalent à E4.

/conclusion.

- **Ce qui est intéressant**

- C'est que les requêtes qui permettent d'identifier les gros acteurs comme « aménagement espaces commerciaux » sont travaillées et remportées par de petits acteurs
- Les gros, sont loin derrière. On en revient aux standards du marché, ils n'en ont peut-être pas le besoin.

- **Espace 4 a une très bonne autorité**

- Et ce qui est dommage c'est que sur les requêtes phares, E4 est absent, du fait des éléments vus précédemment. Cela peut donc être un axe d'améliorations pour n'importe quel projet de site web.
- Le contenu du site est vitrine, on en revient au ciblage et à l'objectif.

- **Dans un contexte de recherche sur Google, le site doit travailler pour apparaître auprès de la cible.**

- Encore faut-il déterminer la valeur et la priorité des requêtes à travailler.