



EXEMPLE DE RAPPORT · ENTREPRISE ET DONNÉES FICTIVES

JUILLET À SEPTEMBRE 2026

Rapport trimestriel de visibilité

VOTRE ENTREPRISE · votre-site.fr

Référencement Google · Vos contenus · Visibilité dans les IA · Plan d'action à 3 mois

3 FAITS MARQUANTS



de visites depuis Google sur un an

412 visites de juillet à septembre contre 298, portées par vos pages de prestations.



de recherches en 1re page

236 recherches affichent votre site en première page de Google, contre 112 il y a un an.



places sur votre recherche locale

Du 6e au 10e rang depuis le printemps : un concurrent est passé devant. À surveiller.

VOTRE ENTREPRISE — Rapport trimestriel · Juillet à septembre 2026

votre-site.fr · exemple fictif · 3e trimestre 2026 comparé au T3 2025 (N-1) et au T2 2026 (T-1)

Édité le 30/09/2026

Visites depuis Google

412**+38 %** vs 298

Affichages

18 640**x1,9** vs 9 810

Position moyenne

12,4**+8,1 places** vs 20,5

Recherches en 1re page

236**x2,1** vs 112

Visites locales

64**+23 %** vs 52**Le trimestre en bref****Visites Google**

412 visites : +38 % sur un an, +9 % sur le printemps.

**Classement**

236 recherches en 1re page, deux fois plus qu'en 2025.

**Vos prestations**

Vos pages de séances amènent 1 visite sur 2.

**Local**

Votre recherche principale recule de 4 places.

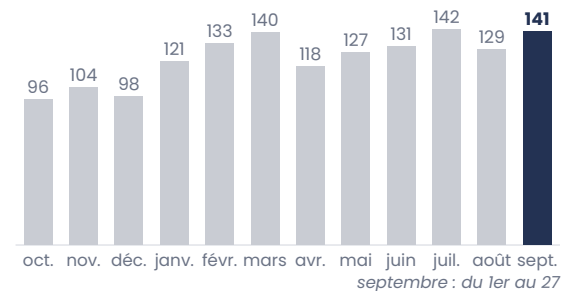
**Page tarifs**

Très affichée, mais moins de 1 % de clics.

Un site plus visible et mieux classé qu'il y a un an. De juillet à septembre, votre site a reçu 412 visites depuis Google, 38 % de plus qu'au même trimestre de 2025, et il apparaît presque deux fois plus souvent dans les résultats.

Cette progression vient de vos pages de prestations, retravaillées au printemps : elles se classent aujourd'hui en première page sur la plupart de vos recherches métier.

Point d'attention : sur votre recherche locale principale, un concurrent est passé devant vous depuis le printemps. C'est la priorité du prochain trimestre.

Visites depuis Google par mois**Ce qu'il faut en retenir**

- **Vos pages de prestations portent la croissance** : ce sont elles qu'il faut continuer d'enrichir.
- **Votre recherche locale est à reprendre en main** : fiche Google, avis et page d'accueil sont les premiers leviers.
- **Votre page tarifs est un gain rapide** : très vue, peu cliquée, son titre et sa description dans Google sont à réécrire.



1. Référencement Google

Source : Google Search Console, du 1er juillet au 27 septembre 2026. Visites = clics depuis les résultats Google.

Visites depuis Google 412 +38 % vs 298	Affichages 18 640 x1,9 vs 9 810	Position moyenne 12,4 +8,1 places vs 20,5	Recherches en 1re page 236 x2,1 vs 112	Visites hors marque 354 +42 % vs 249
---	--	--	---	---

Votre nom, vos séances, Tours et vos articles

	T3 2025	T2 2026	T3 2026	Lecture
Recherches sur votre nom visites	49	55	58	Stable : on vous trouve facilement quand on vous connaît.
Pages de séances visites	104	181	206	Votre moteur : stress, sommeil et enfants progressent.
Recherches à Tours visites	52	71	64	En hausse sur un an, en recul depuis le printemps.
Articles de conseils visites	61	88	97	Très lus, mais peu de lecteurs passent ensuite à la prise de rendez-vous.

Vos recherches clés

Recherche	Visites	Affichages	Position	T2 2026	T3 2025
sophrologue tours	21	1 240	9,8	6,1	8,4
sophrologie tours	14	860	8,7	7,9	11,2
sophrologue gestion du stress	18	1 510	6,2	7,0	14,6
sophrologie sommeil	12	2 030	9,4	10,1	22,8
sophrologue enfant tours	6	190	4,3	4,8	9,5
tarif séance sophrologie	3	2 480	5,1	5,6	18,0

Vos recherches métier ont toutes gagné des places en un an. Seule « sophrologue tours », votre recherche la plus importante, recule depuis le printemps : de la 6^e à la 10^e place, un concurrent est passé devant vous.

À surveiller

- **Page préparation aux examens** : 22 visites il y a un an, 9 aujourd'hui, alors que la saison des examens approche.
- **Page d'accueil** : légère baisse (96 visites contre 88), liée au recul sur « sophrologue tours ».



2. Vos contenus : ce qui monte, ce qui baisse

Source : Google Search Console, 3e trimestre 2026 comparé au 3e trimestre 2025.

Pages qui gagnent (visites)	T3 2025 → T3 2026	Pages qui reculent (visites)	T3 2025 → T3 2026
Sophrologie et gestion du stress	28 → 61	Page d'accueil	96 → 88
Sophrologie et sommeil	9 → 43	Préparation aux examens	22 → 9
5 exercices de respiration (article)	0 → 38	Sophrologie et télétravail (article)	17 → 6
Séances pour enfants	11 → 27	Contact	14 → 11
Tarifs	12 → 19	Ateliers collectifs (ancienne page)	8 → 0

Vos pages de séances retravaillées au printemps portent la progression. Les pages qui reculent sont surtout d'anciens contenus : l'article sur le télétravail et la page des ateliers collectifs, supprimée sans redirection.

Très affichées, peu cliquées

Page	Visites	Affichages	Position	Taux de clic
Sophrologie et sommeil	43	6 120	8,9	0,7 %
5 exercices de respiration (article)	38	4 870	6,8	0,8 %
Tarifs	19	3 950	5,4	0,5 %
Sophrologie et gestion du stress	61	3 210	5,9	1,9 %
Page d'accueil	88	2 640	7,2	3,3 %

Votre page tarifs est affichée près de 4 000 fois en 5^e place, mais seule 1 personne sur 200 clique : son titre et sa description dans Google n'indiquent ni le prix ni la durée d'une séance. Les ajouter est le gain le plus rapide du trimestre.

À noter : deux pages parlent de gestion du stress (/gestion-stress/ et /sophrologie-gestion-du-stress/). Elles se font concurrence : il faut en garder une et rediriger l'autre.



3. Votre visibilité dans les intelligences artificielles (GEO)

De plus en plus de personnes posent leurs questions de bien-être à ChatGPT, Claude, Perplexity ou Gemini avant de prendre rendez-vous. Cette rubrique suit la façon dont ces IA parlent de vous.

Un premier signal : des recherches très bien classées, peu cliquées

Recherche	Affichages	Position	Visites
exercice respiration sophrologie	1 940	3,2	4
sophrologie c'est quoi	1 310	7,4	2
bienfaits sophrologie	980	6,1	1
différence sophrologie hypnose	640	4,8	0
sophrologie avant examen	420	8,3	1

Sur ces questions, Google affiche souvent directement une réponse, parfois rédigée par son IA : vos contenus servent de source sans vous amener de visiteurs. C'est une hypothèse à confirmer, mais tout l'enjeu est d'être cité par votre nom dans ces réponses.

Baromètre de citation dans les IA

À chaque rapport, les mêmes questions sont posées aux principales IA. On note si vous êtes cité, à quel rang, et avec quels arguments.

Question posée aux IA	ChatGPT	Gemini	Perplexity	Google (réponse IA)
Quel sophrologue consulter à Tours ?	—	—	—	—
La sophrologie aide-t-elle à gérer le stress ?	—	—	—	—
Quels exercices de sophrologie pour mieux dormir ?	—	—	—	—
Un sophrologue pour enfant à Tours ?	—	—	—	—
Que vaut ce cabinet de sophrologie ?	—	—	—	—

Première mesure dans le prochain rapport : ce tableau servira ensuite de point de comparaison.

Ce qui aide les IA à vous recommander

- **Des avis clients nombreux et récents** sur votre fiche Google, qui décrivent le bénéfice des séances.
- **Votre expertise signée** : formation, certification et approche présentées sur chaque page et chaque article.
- **Des pages de séances complètes** : déroulé, durée, tarif, pour qui, avec des questions-réponses.
- **Des mentions ailleurs** : annuaires de sophrologues, partenaires locaux, presse et associations de Tours.



4. Plan d'action à 3 mois : octobre à décembre

Objectif : reprendre la tête sur votre recherche locale et transformer vos visites en demandes de contact.

#	Octobre : le local d'abord	Pourquoi	Ce que nous proposons	Priorité
1	Page d'accueil et ville	Votre recherche locale principale : du 6e au 10e rang depuis le printemps.	Mettre votre ville et votre métier dans le titre et le texte de l'accueil ; ajouter vos avis clients.	Haute
2	Fiche Google et avis	La carte Google passe avant les sites sur les recherches locales.	Compléter la fiche (services, photos, horaires) ; demander un avis après chaque prestation.	Haute
#	Novembre : transformer les visites	Pourquoi	Ce que nous proposons	Priorité
3	Page tarifs	3 950 affichages en 5 ^e place, 0,5 % de clics.	Réécrire son titre et sa description dans Google pour donner envie de cliquer.	Haute
4	Des pages vers le contact	Vos pages de prestations sont lues, mais sans appel à l'action clair.	Ajouter un encart « prendre rendez-vous » en fin de chaque page.	Moyenne
#	Décembre : consolider	Pourquoi	Ce que nous proposons	Priorité
5	Pages en double	Deux pages « gestion du stress » se font concurrence.	Garder la meilleure et rediriger l'autre.	Normale
6	Questions fréquentes	Les IA reprennent volontiers les réponses claires et signées.	Ajouter des questions-réponses sur le stress et le sommeil, vos deux sujets phares.	Moyenne
7	Baromètre IA	Mesurer si les IA vous citent quand on leur demande un conseil.	Première mesure des cinq questions dans le prochain rapport.	Normale

Lexique — Visites : arrivées sur votre site depuis Google. Affichages : nombre de fois où votre site est apparu dans Google. Position : rang moyen dans les résultats (au-delà de 10, 2^e page). Taux de clic : part des affichages qui deviennent une visite. Hors marque : recherches qui ne contiennent pas votre nom. GEO : optimisation de votre présence dans les réponses des intelligences artificielles.

Exemple de rapport — Entreprise, recherches et chiffres fictifs, présentés pour illustrer le contenu d'un rapport trimestriel Le Mot-Clé. Dans votre rapport, toutes les données proviennent de votre Google Search Console (et de Google Analytics si vous m'y donnez accès).





Marie-Noëlle Petit

Consultante SEO & GEO certifiée · Le Mot-Clé

Merci pour votre confiance

Prochain rapport : début janvier 2027

Ce rapport a été conçu par Marie-Noëlle Petit, consultante SEO & GEO certifiée, avec l'assistance de l'intelligence artificielle. Les données proviennent de votre Google Search Console ; l'analyse et les recommandations ont été vérifiées et validées par ses soins.

© 2026 Le Mot-Clé — Tous droits réservés