

TRUC ET ASTUCE N° 1

Google Search Console + Google Analytics

Les deux outils gratuits que ton site web devrait déjà avoir — et comment t'en servir pour vrai, sans diplôme en informatique.

Google Search Console

Comment Google voit ton site, et avec quels mots les gens te trouvent.

Google Analytics

Ce que les visiteurs font sur ton site, une fois qu'ils sont arrivés.

Offert par **Destination Riki** — destinationriki.com
Le mini-guide pratique pour les entreprises d'ici.

Un te trouve, l'autre te regarde travailler

La plupart des entreprises ont un site web... et aucune idée de ce qu'il rapporte. Ces deux outils gratuits de Google répondent aux deux questions qui comptent :

Avant le clic — Search Console

Quand quelqu'un cherche « plombier Rimouski » ou « gâteries pour chien », est-ce que ton site apparaît ? À quelle position ? Combien de fois les gens cliquent ? Search Console te montre exactement ça : les vrais mots tapés dans Google qui mènent à ton site.

Après le clic — Analytics

Une fois le visiteur sur ton site : il vient d'où (Google, Facebook, direct) ? Il regarde quelles pages ? Il t'appelle, il remplit ton formulaire, ou il repart après 5 secondes ? Analytics suit tout ça.

Le piège classique (on le voit chaque semaine)

Beaucoup d'entreprises ne sont même pas propriétaires de leurs propres comptes : c'est l'ancienne agence ou le neveu qui a tout configuré avec SON courriel, en 2019. Le jour où tu changes de fournisseur, tu perds ton historique. Première chose à vérifier : les deux comptes doivent t'appartenir, avec TON adresse Google d'entreprise.

Les deux outils sont 100 % gratuits. Le seul investissement, c'est une petite heure de configuration — une fois.

Google Search Console : les yeux de Google sur ton site

Search Console (search.google.com/search-console), c'est le tableau de bord que Google lui-même te donne sur ta présence dans ses résultats de recherche. Quatre informations en or :

- **Les requêtes** — les mots exacts que les gens tapent avant de cliquer sur ton site. Tu vas découvrir des formulations que tu n'aurais jamais devinées.
- **Les clics et les impressions** — combien de fois on te voit, et combien de fois on te choisit.
- **La position moyenne** — ton classement moyen pour chaque mot-clé. La différence entre la position 3 et la position 11, c'est la différence entre le téléphone qui sonne et le silence.
- **L'indexation** — quelles pages de ton site Google connaît... et lesquelles il ignore ou refuse, souvent pour des raisons techniques que tu peux corriger.

Le chiffre qui change tout : Search Console garde 16 mois d'historique. Tu peux donc comparer tes résultats à l'an passé, saison contre saison — parfait pour voir si tes efforts portent fruit.

Ce que Search Console ne fait pas

Il ne suit pas ce qui se passe SUR ton site (achats, appels, temps de lecture). C'est le travail d'Analytics. Les deux se complètent ; ni l'un ni l'autre ne suffit seul.

La mise en route, en 5 étapes

1. **Crée ta propriété** sur search.google.com/search-console avec le courriel Google de TON entreprise.
2. **Choisis « Domaine »** si tu peux : ça couvre tout (avec et sans www, http et https). La validation se fait par un enregistrement DNS chez ton hébergeur — 5 minutes, et ton fournisseur web peut le faire pour toi.
3. **Soumets ton plan de site** (sitemap.xml) dans la section « Sitemaps » : c'est le plan de ton site que tu remets à Google pour qu'il n'oublie aucune page.
4. **Vérifie le rapport « Pages »** : les pages « non indexées » avec une erreur sont à corriger en priorité — une page non indexée est invisible dans Google.
5. **Teste ta page la plus importante** avec l'outil « Inspection d'URL » : Google te dit en direct comment il la voit.

Astuce n° 1 — les mots-clés « presque là » : dans le rapport Performances, repère les requêtes où tu es entre la position 5 et la 15. Tu es à une page de la première page (ou à deux places du podium). Améliore la page visée — titre plus clair, contenu plus complet — et c'est souvent le gain le plus rapide qui existe en SEO.

Astuce n° 2 — après chaque nouvelle page : passe-la à l'Inspection d'URL et clique « Demander une indexation ». Au lieu d'attendre que Google la découvre dans 3 semaines, tu la mets sur le dessus de la pile.

Google Analytics : ce que les gens font chez vous

Google Analytics (analytics.google.com), version actuelle « GA4 », suit l'activité sur ton site. Quatre informations qui valent de l'or :

- **D'où vient ton monde** — recherche Google, Facebook, infolettre, accès direct... Tu sauras enfin quel canal travaille pour toi et lequel te coûte du temps pour rien.
- **Tes pages populaires** — et celles que personne ne regarde. Ça te dit quoi mettre de l'avant.
- **L'engagement** — combien de temps les gens restent, combien de pages ils voient. Un visiteur qui reste 3 minutes n'a pas la même valeur qu'un rebond de 4 secondes.
- **Les actions qui comptent** — appels téléphoniques, formulaires envoyés, achats. Ce sont tes « événements clés » : ce qui transforme un visiteur en client.

L'exemple qui parle

Tu paies une publication Facebook qui envoie 400 personnes sur ton site. Analytics te dit que 380 sont reparties en moins de 10 secondes sans rien faire. Ta pub « performante » ne performe pas : elle achète des visites, pas des clients. Sans Analytics, tu ne l'aurais jamais su — et tu aurais continué de payer.

C'est ça, piloter avec des chiffres au lieu de piloter au feeling : tu mets ton argent et ton temps là où ça rapporte pour vrai.

La mise en route, en 5 étapes

1. **Crée ton compte et ta propriété GA4** sur analytics.google.com, toujours avec le courriel de TON entreprise.
2. **Installe la balise Google** sur ton site : un petit code (le « gtag ») que ton plateforme ajoute — sur Wix, Shopify et WordPress, il y a un champ prévu pour ça dans les réglages, aucun code à écrire. Google Tag Manager est l'autre option si tu veux gérer plusieurs balises proprement.
3. **Vérifie le rapport « Temps réel »** : visite ton site avec ton téléphone et regarde-toi apparaître. Si tu n'es pas là, la balise n'est pas installée comme il faut.
4. **Définis tes événements clés** : au minimum l'envoi de formulaire et le clic sur ton numéro de téléphone. Sans ça, Analytics compte des visites, pas des résultats.
5. **Relie Search Console** (Administration → Liens Search Console) : tu verras les mots-clés Google directement dans Analytics. Les deux outils deviennent un seul tableau de bord.

Astuce n° 3 — le réglage que tout le monde oublie : par défaut, GA4 efface le détail de tes données après 2 mois dans les rapports d'exploration. Va dans Administration → Paramètres de données → Conservation des données, et choisis **14 mois**. Fais-le aujourd'hui : ça ne se récupère pas après coup.

Astuce n° 4 — compare, toujours : un chiffre seul ne veut rien dire. Compare ce mois-ci au mois passé, et à la même période l'an passé. C'est la tendance qui te dit si tu avances.

Qui fait quoi + ta routine de 15 minutes

	Search Console	Analytics
Question	Comment on me trouve ?	Qu'est-ce qu'on fait chez moi ?
Moment	Avant le clic (dans Google)	Après le clic (sur ton site)
Donnée vedette	Requêtes, positions, indexation	Sources de trafic, événements clés
Coût	Gratuit	Gratuit

Ta routine, une fois par mois (15 minutes, un café)

- ☐ **Search Console → Performances** : tes 5 requêtes qui montent, tes 5 qui descendent.
- ☐ **Search Console → Pages** : aucune nouvelle erreur d'indexation ?
- ☐ **Analytics → Acquisition** : d'où est venu ton trafic ce mois-ci, comparé au mois passé ?
- ☐ **Analytics → Événements clés** : combien d'appels et de formulaires, au total ?
- ☐ **Une seule action** : choisis UNE amélioration (une page à retravailler, un titre à changer) et fais-la. Pas dix. Une.

Tu veux un coup de main ?

La vérification et l'optimisation de ta présence Google font partie de la **Mise à jour numérique** incluse avec l'adhésion Destination Riki : audit de tes outils, fiche Google optimisée et mini-rapport avec des actions concrètes. Écris-nous via destinationriki.com — et surveille le prochain Truc et Astuce !

Truc et Astuce N° 1 — offert par Destination Riki. Les noms Google Search Console et Google Analytics sont des produits de Google ; ce guide pratique est une publication indépendante de Destination Riki.