Le référencement naturel et payant de Roumajon Canoë

Roumajon Canoë loue des canoës et des kayaks à Goudargues (Gard) pour descendre la Cèze, d'avril à septembre. L'entreprise compte 4 permanents et 12 saisonniers en été ; 70 % de ses réservations se font sur son site.

En octobre 2026, Enzo Rouvière, alternant en BTS NDRC, fait le bilan de la saison : référencement naturel de la page « Location de canoës et kayaks sur la Cèze » (documents 1 et 2), fréquentation du site (document 3) et campagne de liens commerciaux Google Ads de l'été (document 4).

Complétez les annexes 1 et 2, puis répondez aux questions d'analyse.

Document 1 : Search Console, requêtes de juin à août 2026 (page « Location de canoës et kayaks sur la Cèze »)

Requête	Impressions (affichages du lien dans les résultats)	Clics	Position moyenne
canoë Goudargues	6 400	1 792	1,3
location canoë Cèze	18 500	592	7,4

Document 2 : taux de clic moyen selon la position dans les résultats (étude du prestataire de référencement sur les sites de loisirs)

Position du lien	Taux de clic moyen
1re position	28 %
2e position	15 %
3e position	11 %
4e position	8 %
5e position	6 %
De la 6e à la 10e position	3 %
Deuxième page (11e position et au-delà)	moins de 1 %

Document 3 : Google Analytics 4, juin à août 2026

- Sessions (visites) : 21 400.
- Sessions engagées (plus de 10 secondes, plusieurs pages vues ou une réservation) : 12 840.
- Internautes : 15 600.
- Temps total passé sur le site : 520 heures.

Document 4 : campagne Google Ads de juillet et août 2026

- Annonces sur les requêtes « location canoë Cèze » et « kayak Cèze », facturées au clic.
- Clics sur les annonces : 2 300 ; coût par clic moyen : 0,58 €.
- Réservations en ligne rattachées à la campagne par l'outil de mesure : 92 ; montant moyen d'une réservation : 64 € HT.
- Bandeau de consentement aux cookies : selon le prestataire, 4 internautes sur 10 refusent les cookies de mesure ; leurs réservations ne sont pas rattachées à la campagne.

Annexe 1 (référencement naturel et fréquentation : arrondir les pourcentages à une décimale)

Question	Réponse
Taux de clic de la requête « location canoë Cèze » (%)	
Clics attendus sur « location canoë Cèze » si la page atteint la 3e position, à impressions égales (clics)	
Clics supplémentaires gagnés de juin à août (clics)	
Coût de ces clics supplémentaires s'ils étaient achetés en liens commerciaux (€)	
Taux d'engagement du site (%)	
Temps moyen passé sur le site par internaute (min)	

Annexe 2 (campagne Google Ads de juillet et août 2026 : arrondir au centime)

Question	Réponse
Budget de la campagne Google Ads (€)	
Coût par réservation mesurée (€)	

Questions d'analyse

Quelle stratégie Enzo doit-il proposer pour la saison 2027 ?

☐ Garder les annonces pendant la haute saison et travailler en parallèle le référencement naturel de la page « Location » ; réduire les annonces quand la page sera dans les trois premiers résultats
☐ Tout miser sur Google Ads et abandonner le référencement naturel, trop lent : en position 7,4, la page « Location » obtient 592 clics en trois mois, contre 2 300 clics payants en deux mois
☐ Arrêter Google Ads dès la saison 2027 : le référencement naturel est gratuit, et chaque clic venu de la page « Location » économise les 0,58 € payés pour un clic sur une annonce

Justification :

Selon le prestataire, 4 internautes sur 10 refusent les cookies de mesure du site (document 4). Que penser du coût par réservation calculé en Q8 ?

☐ Il est exact : l'outil de mesure rattache à la campagne chaque réservation faite après un clic sur une annonce, que l'internaute accepte ou non les cookies
☐ Il est probablement surestimé : les réservations des internautes qui refusent les cookies ne sont pas rattachées à la campagne, qui en a donc apporté plus de 92
☐ Il est sous-estimé : les internautes qui refusent les cookies ne voient pas les annonces, qui ont donc touché 4 internautes sur 10 de moins pour le même budget

Justification :