La visibilité sur Google de la Citronnerie Marzocchi

La Citronnerie Marzocchi, entreprise familiale de 7 salariés installée à Menton (Alpes-Maritimes), fabrique des confitures, des sirops, des biscuits et des savons au citron de Menton. Elle vend dans sa boutique de la vieille ville et sur son site de vente en ligne, dont les ventes stagnent depuis deux ans.

À l'automne 2026, Clara Benedetti, alternante en BTS NDRC, est chargée d'améliorer la visibilité du site et de la boutique dans les moteurs de recherche, Google en tête.

Pour chaque situation, choisissez la bonne réponse.

Une nouvelle gamme de sirops sort dans dix jours. Clara veut qu'elle soit visible dès son lancement sur la requête « sirop citron Menton », où le site n'apparaît pas encore. Que choisit-elle ?

☐ Le référencement naturel de la page, en optimisant avant le lancement son titre et son texte sur « sirop citron Menton » : il est gratuit et dix jours suffisent pour arriver en tête
☐ Une campagne de liens commerciaux (SEA) sur cette requête, maintenue toute l'année à la place du référencement naturel, trop lent pour une petite entreprise
☐ Une campagne de liens commerciaux (SEA) sur cette requête pour le lancement, en travaillant en parallèle le référencement naturel de la page

Justification :

Les 30 fiches produits portent toutes le même texte de deux lignes : « Produit artisanal au citron de Menton, fabriqué dans notre atelier. » Que faire pour le référencement naturel ?

☐ Répéter « citron de Menton » une vingtaine de fois dans chaque fiche, en texte de la couleur du fond pour ne pas gêner la lecture des clients
☐ Ajouter sous le texte actuel de chaque produit le même long paragraphe sur l'histoire de la maison, la récolte et la provenance des citrons
☐ Rédiger pour chaque produit un texte original et utile : goût, composition, conseils d'utilisation, idée de recette, provenance des citrons

Justification :

La Search Console signale qu'en août, Google n'a pas pu accéder au site à plusieurs reprises : le serveur de l'hébergeur à bas prix était saturé. Quelle conclusion Clara en tire-t-elle ?

☐ Il faut enrichir le contenu des fiches : c'est lui qui compte pour Google, et quelques coupures en août n'affectent pas le classement
☐ Il faut un hébergement de qualité, sans coupure : un site inaccessible perd des ventes et recule dans les résultats
☐ Il faut ajouter des photos et des vidéos aux fiches produits : un site plus riche compense ces coupures dans les résultats de Google

Justification :

72 % des visites viennent d'un smartphone. Sur mobile, les pages mettent 9 secondes à s'afficher et il faut zoomer pour lire les prix. Que faire en priorité ?

☐ Rendre le site responsive, rapide et stable sur mobile (images allégées, mise en page adaptée à l'écran), puis contrôler le résultat
☐ Améliorer d'abord la version pour ordinateur (photos en haute définition, fiches plus détaillées), puisque les achats se concluent surtout sur ordinateur
☐ Créer un second site réservé aux mobiles, avec moins de produits et des pages plus légères, puis y rediriger les visiteurs selon leur écran

Justification :

Lesquelles de ces actions peuvent apporter au site des liens externes de qualité ? (plusieurs réponses)

☐ 500 liens achetés à une plateforme de netlinking, publiés sur des blogs étrangers de jeux, de mode ou de finance
☐ Un article du quotidien régional sur la récolte des citrons, avec un lien vers le site
☐ 200 commentaires publiés en un mois sur des forums de bricolage et d'automobile, chacun avec un lien vers le site
☐ Un lien de l'office de tourisme de Menton vers la boutique, dans sa rubrique « Producteurs »

Justification :

Sur leur téléphone, des touristes cherchent « épicerie fine Menton » : la boutique n'apparaît pas sur la carte, au milieu des autres commerces. Que fait Clara ?

☐ Elle crée et complète la fiche Google Business Profile de la boutique (adresse, horaires, photos) et répond aux avis des clients
☐ Elle achète le nom de domaine citronnerie-menton.com, en plus du .fr, pour que la boutique ressorte dans les recherches locales
☐ Elle publie l'adresse, les horaires et des photos de la boutique sur la page Facebook de la citronnerie et répond aux avis des clients

Justification :

Clara voudrait que le site soit cité par les réponses des IA (aperçus IA de Google, ChatGPT, Perplexity) quand un internaute demande « comment conserver des citrons ? ». Que doit-elle publier ?

☐ Une page de conseils fermée aux robots des IA, pour que les internautes viennent lire les réponses directement sur le blog
☐ Une réponse claire et structurée, datée et signée par le producteur, avec ses conseils concrets
☐ Cent pages courtes générées automatiquement, chacune reprenant une variante de la question posée par les internautes

Justification :

Dans Google Analytics 4, lesquelles de ces visites sont comptées comme « engagées » ? (plusieurs réponses)

☐ Une visite de 6 secondes sur la page d'accueil, après quoi l'internaute quitte le site
☐ Une visite de 8 secondes pendant laquelle l'internaute consulte trois pages
☐ Une visite de 9 secondes sur une seule fiche produit, sans achat ni autre page vue
☐ Une visite de 45 secondes sur une seule fiche produit, sans achat

Justification :