

# Exemple d'audit SEO local - AuditDentiste

## Audit SEO Local - Cabinet Dentaire Mercier

### Exemple de rapport (cabinet fictif)

---

**Cabinet audité :** Cabinet Dentaire Mercier

**Praticienne :** Dr Sophie Mercier

**Adresse analysée :** 38 rue de la Part-Dieu, 69003 Lyon

**Site web :** [www.cabinetdentairemercier.fr](http://www.cabinetdentairemercier.fr)

**Date de l'audit :** 26 avril 2026

**Préparé par :** AuditDentiste

Ce document est un exemple de rapport d'audit SEO local destiné à illustrer le niveau d'analyse livré par AuditDentiste.

---

### Résumé exécutif

Le Cabinet Dentaire Mercier dispose d'une présence locale déjà existante, mais encore trop faible pour concurrencer les cabinets les mieux positionnés dans Lyon 3. La fiche Google Business Profile est revendiquée et exploitable, mais elle manque d'activité, de profondeur de contenu et surtout de signaux de confiance face à des concurrents mieux notés et beaucoup plus commentés. Le site web envoie des signaux locaux insuffisants : balises trop génériques, contenu peu géolocalisé, NAP peu visible et absence de balisage structuré de type `Dentist`. La priorité n'est pas une refonte lourde, mais une mise à niveau disciplinée sur 60 à 90 jours afin de regagner de la visibilité sur Google Maps, améliorer le taux de clic et augmenter le volume de nouveaux patients issus de la recherche locale.

---

# Score global

Score global estimé : 34 / 60

LECTURE IMMÉDIATE

34 / 60

**Visibilité locale fragile,  
gains rapides possibles**



## Vue synthétique des sections

### Google Business Profile (GBP)



7 / 10 Base correcte, mais  
fiche trop peu active

### Citations locales & cohérence NAP



6 / 10 Cohérence  
moyenne,  
annuaires  
incomplets

### SEO On-page local



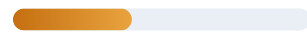
6 / 10 Site propre mais  
trop faible sur le  
local

### Avis & réputation en ligne



5 / 10 Retard net sur le  
volume et la  
récence

### Analyse concurrentielle



4 / 10 Ecart concurrentiel  
visible

### Visibilité sur les mots-clés



6 / 10 Présence faible  
hors requêtes de  
marque

## Lecture du score

- 52 - 60 : cabinet bien installé localement, optimisation fine
- 40 - 51 : base saine, mais plusieurs opportunités de croissance
- 28 - 39 : visibilité insuffisante, actions prioritaires requises
- 0 - 27 : présence locale critique

## Section 1 - Google Business Profile (GBP)

7 / 10



Base correcte, mais fiche trop peu active.

### Détail par élément

Élément GBP	Score	Constat
Fiche revendiquée et vérifiée	1 / 1	La fiche existe, le cabinet garde bien la main dessus.
Nom et catégorie principale	1 / 1	Le nom "Cabinet Dentaire Mercier" est propre, la catégorie principale "Dentiste" est pertinente.
Catégories secondaires	0 / 1	Aucune catégorie secondaire exploitée alors que le cabinet propose aussi soins esthétiques et urgences simples.
Description du cabinet	1 / 1	Description courte, générique, sans mention forte de Lyon 3, Part-Dieu ou des spécialités du cabinet.
Horaires et informations pratiques	1 / 1	Horaires présents, mais pas de mise à jour visible pour jours fériés et fermeture estivale.
Services renseignés	1 / 1	Seulement quelques services listés, sans structuration claire.
Photos	1 / 1	8 photos seulement, dont plusieurs anciennes et peu orientées réassurance patient.
Publications Google	0 / 1	Aucun post récent identifié au cours des 90 derniers jours.
Questions / réponses	0 / 1	Aucune Q&R utile publiée sur la fiche.
Lien site / prise de rendez-vous	1 / 1	Le lien pointe vers le bon domaine et fonctionne.
<b>Total</b>	<b>7 / 10</b>	<b>Fiche présente mais sous-optimisée par rapport au marché local.</b>

### Principales observations

- La fiche est techniquement exploitable, ce qui évite un chantier de reprise complet.

- Le vrai manque se situe sur les signaux de fraîcheur : posts, photos récentes, Q&R et enrichissement des services.
- La fiche ne raconte pas encore clairement le positionnement du cabinet pour un patient qui cherche un dentiste à Lyon 3 ou vers Part-Dieu.
- Face à des concurrents qui publient davantage et disposent de beaucoup plus d'avis, la fiche manque de preuves sociales et d'activité.



## Recommandations

1. Ajouter 4 à 6 catégories et services réellement proposés, avec des libellés patients simples.
2. Mettre en ligne 15 à 20 photos récentes : façade, accueil, salle de soins, équipe, équipements.
3. Publier 2 posts par mois pendant 3 mois : prévention, nouveaux créneaux, soins esthétiques, urgences.
4. Préremplir 6 Q&R utiles : parking, urgences, enfants, moyens de paiement, accès PMR, délais de rendez-vous.

## Section 2 - Citations locales & cohérence NAP

6 / 10



Cohérence moyenne, annuaires incomplets.

Score de cohérence NAP estimé : 78 %

## Annuaire vérifiés

Plateforme	Présence	Cohérence NAP	Constats
Google Business Profile	Oui	Oui	Référence canonique la plus complète.
PagesJaunes	Oui	Partielle	Le nom apparaît comme "Cabinet Mercier - Chirurgien-dentiste", acceptable, mais le téléphone n'est pas affiché de façon homogène.
Doctolib	Oui	Oui	Bonne fiche, mais la marque cabinet est moins visible que le nom de praticienne.
Annuaire Santé Ameli	Oui	Oui	Informations principales cohérentes, mais fiche peu enrichie.
Apple Maps	Non	N/A	Absence visible, opportunité manquante sur iPhone.
Bing Places	Oui	Partielle	Fiche minimale, sans enrichissement et avec URL non optimisée.

## Gaps détectés

- Pas de présence propre sur Apple Maps.
- PagesJaunes et Bing Places n'envoient pas un signal aussi propre et complet que Google Business Profile.
- Le nom de cabinet n'est pas présenté de manière uniforme sur toutes les plateformes ; par endroits, seul "Dr Sophie Mercier" ressort.
- Le site web n'expose pas assez clairement le NAP en texte simple dans le footer et la page d'accueil, ce qui affaiblit l'ancrage local.

## Lecture

La cohérence n'est pas catastrophique, mais elle n'est pas encore assez forte pour soutenir une montée en visibilité locale. Sur un marché dense comme Lyon 3, chaque incohérence ou absence de fiche essentielle réduit la confiance des moteurs et laisse de la place aux concurrents mieux structurés.

## Recommandations

1. Revendiquer et compléter Apple Maps avec le NAP exact du cabinet.
2. Normaliser partout la forme canonique : Cabinet Dentaire Mercier - Dr Sophie Mercier.
3. Corriger et enrichir Bing Places et PagesJaunes avec téléphone, horaires, URL canonique et description.
4. Afficher le NAP complet en texte visible sur le site, identique à GBP.

## Section 3 - SEO On-page local

6 / 10



Site propre mais trop faible sur le local.

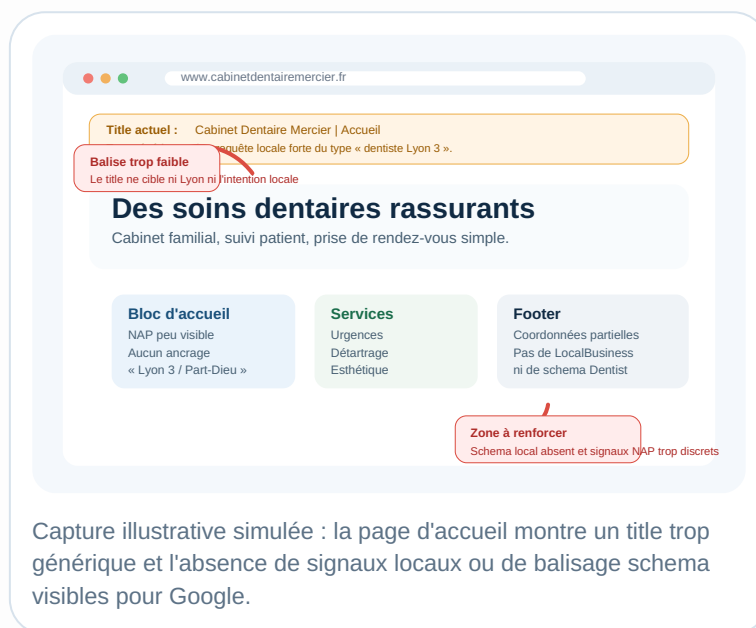
### Facteurs vérifiés

Facteur	Etat	Constat
Title tag page d'accueil	Faible	Titre trop générique, sans mot-clé local fort du type "dentiste Lyon 3".
Meta description	Faible	Message descriptif mais peu orienté conversion et peu localisé.
H1 principal	Faible	H1 d'accueil centré sur le cabinet, sans requête géolocalisée utile.
Mention de Lyon 3 / Part-Dieu dans le contenu	Insuffisante	La localisation est présente, mais trop peu répétée dans un contexte SEO utile.
NAP visible en texte	Partiel	Coordonnées présentes, mais pas assez mises en avant dès le haut de page.
Balisage structuré Dentist / LocalBusiness	Absent	Aucun balisage local détectable pour aider Google à comprendre l'entité.

Facteur	Etat	Constat
Performance mobile	Moyenne	Site utilisable, mais sensation de chargement un peu lente sur mobile.
Parcours prise de rendez-vous	Moyen	Le site informe, mais convertit peu ; la prise de rendez-vous n'est pas assez poussée.

## Principaux constats

- Le site existe et inspire une base de confiance, mais il n'est pas construit pour capter des requêtes locales concurrentielles.
- L'ancrage "Lyon 3", "Part-Dieu" et les motifs de consultation ne sont pas assez présents dans les zones stratégiques.
- L'absence de données structurées et le manque de pages dédiées limitent la compréhension du cabinet par Google.
- Le site aide peu la fiche GBP à remonter, car il confirme imparfaitement les signaux locaux.



## Correctifs prioritaires

1. Réécrire le titre et le H1 de la page d'accueil autour de l'intention locale principale.
2. Ajouter un bloc NAP visible au-dessus de la ligne de flottaison et dans le footer.
3. Créer une section claire sur les soins clés : urgence, détartrage, prothèses, esthétique.
4. Intégrer un balisage Dentist complet avec nom, adresse, téléphone, horaires et URL.
5. Ajouter une page ou au minimum un bloc dédié "Dentiste Lyon 3 - Part-Dieu" rédigé pour la conversion.

## Section 4 - Avis & réputation en ligne

5 / 10



Retard net sur le volume et la récence.

### Situation actuelle

- **Google reviews** : 18 avis
- **Note moyenne** : 4,1 / 5
- **Avis sur les 90 derniers jours** : 2
- **Avis avec réponse visible du cabinet** : environ 6 sur 18
- **Signal concurrentiel clé** : un concurrent direct proche dispose de **94 avis** et d'une note plus forte

### Ce que les avis racontent

Les retours positifs mentionnent surtout la douceur des soins, la pédagogie de la praticienne et la propreté du cabinet. Les points faibles qui reviennent concernent davantage l'attente, le manque de retour téléphonique et une impression de disponibilité limitée sur certains créneaux. Ce n'est pas une crise réputationnelle, mais le profil n'est pas encore assez rassurant pour convertir un patient qui compare 3 fiches en quelques secondes.

### Comparaison simple avec le leader local

Indicateur	Cabinet Mercier	Concurrent leader
Note moyenne	4,1	4,8
Nombre d'avis	18	94
Avis récents (90 jours)	2	11
Taux de réponse estimé	33 %	90 % +

### Recommandations

1. Mettre en place une demande d'avis systématique après consultation, idéalement le jour même.
2. Répondre à 100 % des nouveaux avis, et reprendre les avis négatifs restés sans réponse.
3. Fixer un objectif de **2 à 3 nouveaux avis par mois** pendant 6 mois.
4. Guider l'équipe d'accueil avec un mini script simple pour demander l'avis sans friction.

## Section 5 - Analyse concurrentielle



## Concurrents locaux retenus

Cabinet	Zone	Position Maps observée sur "dentiste Lyon 3"	Note	Avis	Photos GBP	Site localisé	Signal principal
Centre Dentaire Lumière	Montchat / Lyon 3	1	4,8	94	41	Oui	Très forte preuve sociale, fiche très vivante
Cabinet Dentaire Garibaldi	Saxe-Gambetta / Lyon 3 limite	2	4,6	61	29	Oui	Bonne optimisation GBP + bon volume d'avis
Dr Paul Bernard	Part-Dieu	3	4,7	37	18	Partiel	Bon site local et belle récence d'avis
Cabinet Dentaire Mercier	Part-Dieu	Hors top 3	4,1	18	8	Partiel	Présence existante mais trop faible

## Ce qui explique l'écart

- Les concurrents dominants cumulent plus d'avis, plus de réponses, plus de photos et une meilleure fraîcheur de fiche.
- Deux concurrents sur trois ont un site mieux localisé, avec des titres plus précis et un meilleur maillage entre fiche GBP et site.
- Le Cabinet Mercier n'est pas absent du marché, mais il n'envoie pas encore assez de signaux comparables pour entrer dans le trio de tête.

## Opportunité

Le différentiel concurrentiel est important, mais pas hors d'atteinte. Le cabinet n'a pas besoin d'égaliser 94 avis immédiatement ; il doit d'abord réduire le retard structurel sur la fiche, les citations et le site. Une progression vers 30 à 35 avis, avec une meilleure récence et une fiche enrichie, peut déjà changer la trajectoire locale.

Recherche locale : dentiste Lyon 3

**Centre Dentaire Lumiere**

Dentiste - Lyon 3  
4,8 ★ · 94 avis

Profil leader du Maps Pack

41 photos  
Equipe et cabinet

11 avis récents  
sur 90 jours

Réponses actives  
≈ 90 % des avis

Description riche  
Spécialités + quartier

Capture illustrative simulée : le concurrent leader « Centre Dentaire Lumière » cumule 94 avis, une note supérieure et des signaux GBP nettement plus rassurants.

## Section 6 - Visibilité sur les mots-clés

6 / 10



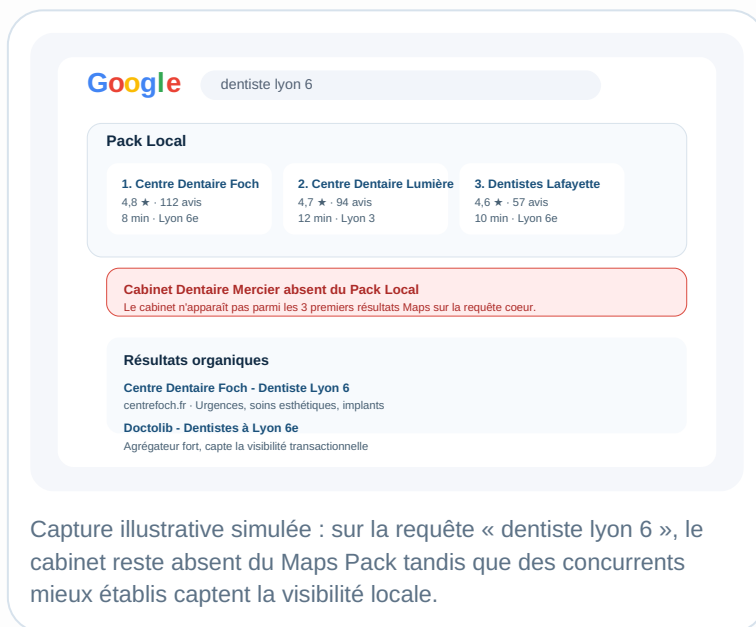
Présence faible hors requêtes de marque.

### Requêtes analysées

Mot-clé cible	Position organique estimée	Pack Local	Position Maps estimée	Observation
dentiste Lyon 3	18	Non	9	Requête coeur, visibilité insuffisante.
cabinet dentaire Lyon 3	12	Non	7	Présence faible, juste hors zone utile.
dentiste Part-Dieu	9	Non	6	Requête secondaire la plus accessible à court terme.
dentiste Lyon 3 prise de rendez-vous	14	Non	8	Intention transactionnelle intéressante mais mal captée.

## Lecture

Le cabinet reste visible surtout sur sa marque et sur des requêtes proches, mais trop peu sur les requêtes locales à forte intention. L'absence du Pack Local sur les expressions cœur est cohérente avec les faiblesses observées sur la fiche, les avis et le site. Le terme "dentiste Part-Dieu" apparaît comme la meilleure porte d'entrée pour obtenir un premier gain mesurable.



## Recommandations

1. Optimiser d'abord la page d'accueil et la fiche GBP sur dentiste Lyon 3 et dentiste Part-Dieu.
2. Créer des contenus de service reliés à ces requêtes, sans sur-optimisation.
3. Suivre les positions tous les 30 jours pour distinguer les gains Maps des gains organiques.

## Plan d'action prioritaire

### Top 5 des actions à lancer

Priorité	Action	Impact	Effort	Pourquoi maintenant
1	Refaire complètement la fiche Google Business Profile : catégories, services, description, 15+ photos, Q&R, posts	Très élevé	Moyen	C'est le levier le plus rapide pour récupérer de la visibilité sur Maps.

Priorité	Action	Impact	Effort	Pourquoi maintenant
2	Lancer une routine d'acquisition d'avis après chaque rendez-vous	Très élevé	Faible	Le retard en preuve sociale est aujourd'hui le principal frein concurrentiel.
3	Corriger les citations clés et revendiquer Apple Maps	Elevé	Faible	Travail simple, mais utile pour renforcer la confiance locale et la cohérence NAP.
4	Réécrire la page d'accueil avec un angle local clair "dentiste Lyon 3 / Part-Dieu" + NAP visible	Elevé	Moyen	Le site doit soutenir la fiche, pas seulement exister.
5	Ajouter un balisage Dentist et un meilleur parcours de prise de rendez-vous	Moyen	Moyen	Permet de mieux structurer l'entité et de convertir davantage de visites.

## Plan en langage simple

1. **Commencer par Google.** Tant que la fiche reste incomplète et peu active, le cabinet aura du mal à remonter dans Maps.
2. **Augmenter le nombre d'avis récents.** Il ne s'agit pas de viser 100 avis tout de suite, mais de créer un flux régulier et propre.
3. **Mettre le même nom, la même adresse et le même téléphone partout.** C'est une base technique souvent sous-estimée.
4. **Faire enfin parler le site comme un vrai cabinet local.** Google doit comprendre en quelques secondes : qui vous êtes, où vous êtes, et pour quels soins vous êtes pertinent.
5. **Mesurer les progrès tous les mois.** L'objectif n'est pas un joli rapport, mais une entrée progressive dans les résultats utiles.

## Note méthodologique

### Calcul des scores

Chaque check est noté de **0 à 2**. Chaque section repose sur **5 checks**, soit une note normalisée sur **10**. Le rapport couvre **6 sections**, pour un total sur **60**.

### Outils mobilisés

Inspection directe de la fiche Google Business Profile, Google Search en navigation privée, Pages Jaunes, Doctolib, Moz / Ahrefs ou équivalent gratuit, et Google Search Console lorsque l'accès est fourni.

### Fenêtre d'analyse

L'analyse est réalisée dans les **7 jours** qui précèdent la date de livraison du rapport, afin de limiter les écarts entre le constat et la restitution finale.

### Echantillon concurrentiel

La comparaison concurrentielle s'appuie sur les **3 premiers résultats du Google Maps Pack** observés sur la ville ou l'arrondissement cible au moment de l'audit.

Ce rapport d'exemple reste un document de démonstration. Pour un audit client réel, les données, captures et constats sont mis à jour sur le périmètre exact du cabinet audité.

## Page de clôture

### Prochaine étape

Si ce cabinet était réel, nous recommanderions un accompagnement de mise en oeuvre sur 30 à 60 jours pour transformer cet audit en résultats visibles sur Google Maps et dans la recherche locale.

#### **AuditDentiste**

Audit SEO local spécialisé pour cabinets dentaires  
Analyse claire, priorités concrètes, recommandations actionnables

#### **Pour aller plus loin :**

- Audit détaillé livré en PDF
- Priorisation des actions à plus fort impact
- Lecture simple pour praticien ou assistante
- Focus France et Belgique francophone

**Contact :** [auditdentiste.nanocorp.app](https://auditdentiste.nanocorp.app)

---

*Fin du rapport*