

AUDIT DE POSITIONNEMENT



CONTEXTE

Lorbac Productions est une agence de communication et production audiovisuelle française fondée en 2018, basée principalement à Lyon avec des antennes à Paris, Biarritz et Genève. L'entreprise compte entre 2 et 10 employés et se spécialise dans quatre domaines principaux :

- Production de films et fictions (cinéma, télévision, digital)
- Création de publicités
- Communication digitale et gestion d'image de marque
- Management de talents et d'influenceurs

Objectifs de l'audit

Etablir un état des lieux précis du positionnement en ligne de l'agence, par le biais de l'analyse du site internet.

1 - LORBACPRODUCTIONS.COM

Analyse SEO détaillée et positionnement global du site www.lorbacproductions.com

1.1 Performances techniques

- Vitesse de chargement : La vitesse de chargement des pages est un facteur clé pour le SEO. Si le site est lent, cela peut impacter négativement son classement. Il serait pertinent de vérifier les scores PageSpeed Insights et d'optimiser les images ainsi que le code pour réduire les temps de chargement qui n'est visiblement pas optimisé à cette heure.
- Compatibilité mobile: Le site semble bien conçu pour les appareils mobiles, ce qui est essentiel, car Google privilégie désormais l'indexation mobile-first.
- Structure du site: Une analyse approfondie de la structure Hn (balises HTML) est nécessaire pour s'assurer qu'elle est optimisée. Les balises H1 doivent être uniques et refléter le contenu principal de chaque page. (Dans un second temps)
- Indexation : Vérifier si toutes les pages importantes sont correctement indexées par Google. Les erreurs d'indexation ou les pages zombies peuvent nuire à la visibilité.

1.2 Contenu

- Qualité du contenu : Le site présente un contenu riche et varié sur ses services (fiction, publicité, gestion d'image digitale, influence). Cependant, il est crucial que ce contenu soit optimisé avec des mots-clés pertinents pour améliorer le classement.
- Mots-clés : Une recherche approfondie des mots-clés liés à "production audiovisuelle", "gestion d'image digitale", et "publicité créative" pourrait aider à cibler les requêtes pertinentes.
- Contenus multimédias : Les vidéos et images doivent être bien optimisées (balises alt, compression) pour éviter des problèmes de performance et améliorer l'accessibilité.
- Stratégie éditoriale : Une ligne éditoriale claire et une mise à jour régulière du contenu peuvent renforcer l'autorité du site.

1.3 Liens

- Backlinks : L'analyse des liens entrants montre qu'il serait utile de développer davantage une stratégie de netlinking pour améliorer l'autorité du domaine.

Collaborer avec des partenaires ou publier des contenus invités pourrait être bénéfique. Ce sera certainement l'objectif de la création du blog orienté SEO à venir.

- Liens internes: La structure interne doit être optimisée pour faciliter la navigation et transmettre efficacement le "link juice" entre les pages importantes.

1.4 UX (Expérience utilisateur)

- Navigation Le site est bien organisé, la navigation est sommaire et assez scolaire, il est possible de se démarquer en restructurant le site par un nouveau système de navigation, plus actuel...

- Design et interactivité: Le design est attractif, mais il faut s'assurer que l'expérience utilisateur encourage la conversion (formulaires facilement accessibles, CTA clairs).

- Temps passé sur le site: Si le temps passé par les utilisateurs est faible, cela pourrait indiquer un problème d'engagement ou de pertinence du contenu. La moyenne actuelle pour 2025 est de **2m39sec** par connexion, sur le global de 2024 le temps de connexion est de **37sec** seulement, ce qui est assez faible.

On peut en déduire une accroche qui fonctionne, puisque la vidéo d'accueil est bien vue, ensuite la navigation des utilisateurs se disperse, sans que l'on puisse déterminer une orientation de consultation supérieure aux autres.

1.5 Critères EAT (Expertise, Autorité, Fiabilité)

- Le site met en avant ses réalisations et collaborations avec des marques connues (exemple : Filmoramax), ce qui renforce son autorité dans le domaine.

- Il serait utile d'ajouter plus de témoignages clients ou études de cas pour renforcer la fiabilité perçue par l'utilisateur et pour l'indexation Google notamment.

2 - Positionnement global

2.1 Forces

- Activité spécialisée: Lorbac Productions se positionne clairement comme une agence audiovisuelle hautement spécialisée avec des pôles variés (fiction, publicité, influence).

- Collaborations prestigieuses : La mention de projets réalisés pour des marques connues comme Babolat ou Soundivine renforce la crédibilité.

- Présence régionale forte : Basée à Lyon, l'entreprise bénéficie d'un ancrage local solide tout en ayant une portée nationale.

2.2 Faiblesses

1. Visibilité SEO limitée: Le site semble manquer d'une stratégie SEO robuste pour se positionner sur des mots-clés concurrentiels.
2. Stratégie de contenu insuffisante : Bien que le contenu soit qualitatif, il pourrait être davantage optimisé pour répondre aux intentions des utilisateurs.
3. Manque de backlinks puissants : L'autorité du domaine pourrait être renforcée par une stratégie active de netlinking.

2.3 Menaces

1. Concurrence accrue dans le secteur audiovisuel avec des agences similaires mieux référencées
2. Changements fréquents dans les algorithmes Google qui pourraient affecter le classement si le site n'est pas régulièrement mis à jour.

Pour optimiser le site www.lorbacproductions.com, voici une liste de mots-clés pertinents, basée sur son activité et les meilleures pratiques SEO. Ces mots-clés sont sélectionnés en fonction de la thématique du site (production audiovisuelle, publicité, gestion d'image digitale) et des outils de recherche disponibles.

Mots-clés principaux

Ces mots-clés génériques ciblent directement l'activité principale de Lorbac Productions :

- Production audiovisuelle
- Agence audiovisuelle
- Création vidéo professionnelle
- Publicité vidéo
- Vidéos corporate
- Gestion d'image digitale
- Stratégie d'influence

Mots-clés secondaires

Ces mots-clés élargissent le champ sémantique et permettent de capter des recherches spécifiques :

- Réalisation de vidéos publicitaires
- Création de contenu visuel
- Vidéos pour réseaux sociaux
- Films d'entreprise

- Vidéos événementielles
- Post-production vidéo
- Création digitale sur mesure

Mots-clés longue traîne

Les mots-clés longue traîne permettent de cibler des requêtes plus précises avec un volume de recherche souvent moins compétitif :

- Comment créer une vidéo professionnelle ?
- Comment augmenter ma visibilité de marque ?
- Meilleure agence audiovisuelle à Lyon, Paris Etc..
- Vidéos publicitaires pour petites entreprises

lorbacproductions.com

Sélection de la période (fuseau horaire UTC+2)

1 janv. 2024 - 31 déc. 2024

Sélection du domaine

www.lorbacproductions.com



373014

Pages vues



234901

Pages en
erreur



150318

Nombre de
sessions



37sec

Temps moyen
d'une session

Evolution du trafic



- **lorbacproductions.com**

Sélection de la période (fuseau horaire UTC+2)

1 janv. 2025 - 31 déc. 2025

Sélection du domaine

www.lorbacproductions.com



219538

Pages vues



21412

Pages en
erreur



35990

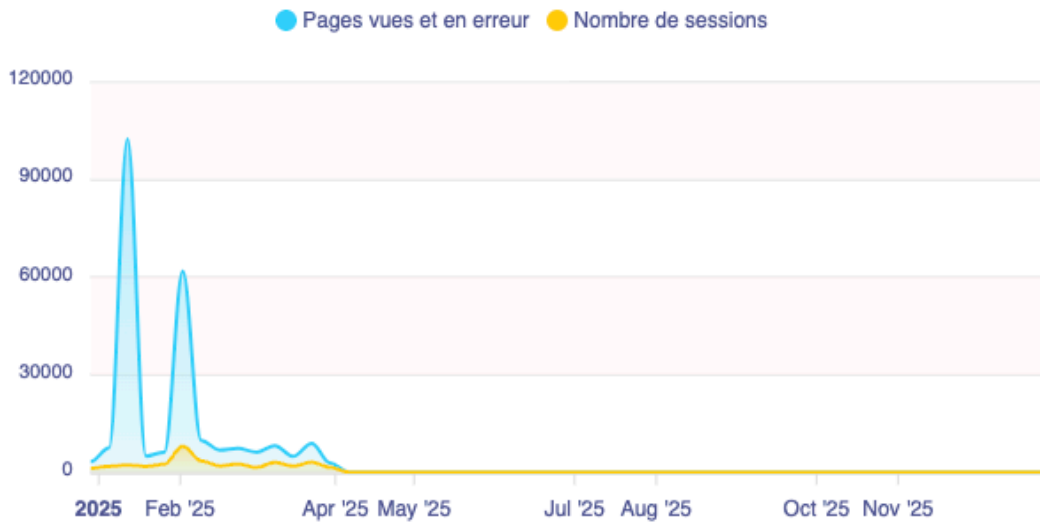
Nombre de
sessions



2min 39sec

Temps moyen
d'une session

Evolution du trafic



BILAN

Le bilan du positionnement montre un fort potentiel d'optimisation du site et de son référencement.

La navigation dans le site est très fluctuante selon les statistiques, il n'y a pas vraiment de « déroulé » logique qui puisse montrer une canalisation de l'audience à des fins de R.O.I. efficace et mesurable.

En 2024, seul 2% des sessions utilisateurs finissent par aboutir à la page contact et à son formulaire et 0.1% finissent par envoyer une demande par le formulaire.

La structure de gestion dynamique du site WORDPRESS ne favorise pas et ne facilite pas le reporting statistique du site, ni la cohérence de navigation et d'optimisation SEO.

En 2024, Il y a une augmentation des erreurs de consultation sur le site de 72,9% par rapport à 2023, ce qui peut être dû à des liens mal dirigés ou rompus à l'intérieur du site principalement, car à peut près toutes les pages renvoient des erreurs dans le rapport de gestion OVH

Faiblesses

1. Visibilité SEO limitée : Le site semble manquer d'une stratégie SEO robuste pour se positionner sur des mots-clés concurrentiels.
2. Stratégie de contenu insuffisante: Bien que le contenu soit qualitatif, il pourrait être davantage optimisé pour répondre aux intentions des utilisateurs.
3. Manque de backlinks puissants*: L'autorité du domaine pourrait être renforcée par une stratégie active de netlinking.(liens croisés interne et externe avec Filmoramax par exemple, ou des échanges de liens avec les clients)
4. Fautes d'orthographe dans les descriptifs

Recommandations

Il est toujours possible d'essayer d'optimiser l'existant, mais dans la mesure où le site ne répond pas aux standards actuels, la question se pose de la refonte du site, de sa simplification et de fait de disposer d'une page blanche en terme de SEO et d'optimisation de sa structure.

Si l'ensemble du site est repensé et reconstruit sur la base d'une optimisation maximale du SEO, alors il me semble que la démarche serait plus cohérente que de chercher à corriger ce qui est en place et qui n'est vraiment pas orienté vers cette quête de positionnement.

Pour améliorer la navigation je propose une simplification du site avec une mise en avant des réalisations et des clients en même temps. Les références parlent pour LORBAC plus que des mots, dans la mesure du possible on peut intégrer les vidéos produites et les références clients en même temps dans un portfolio statique afin d'appréhender rapidement la multitude de clients et la qualité des références.

Si Lo'n décide de conserver l'existant, il faudra pour améliorer la performance SEO et renforcer son positionnement global :

- Réaliser un audit SEO complet incluant une analyse technique approfondie.
- Mettre en place une stratégie de mots-clés basée sur les recherches des utilisateurs.
- Optimiser la vitesse du site via un audit PageSpeed Insights.
- Investir dans une stratégie de netlinking pour augmenter l'autorité du domaine.
- Renforcer l'EAT avec plus d'études de cas et témoignages clients.

En suivant ces recommandations, Lorbac Productions pourra améliorer sa visibilité en ligne et son positionnement concurrentiel dans le domaine audiovisuel.

Complément d'information

Analyse par secteur des mots clés les plus recherchés :

Ces mots-clés génériques ont un fort volume de recherche et une concurrence élevée :

- Video production (33,100 recherches mensuelles) : Terme général très compétitif, idéal pour attirer un large public.
- Corporate video production (3,600 recherches mensuelles) : Ciblant les entreprises souhaitant des vidéos professionnelles.
- Video production company (9,900 recherches mensuelles) : Recherché par les utilisateurs cherchant des services professionnels.
- Video production services (12,100 recherches mensuelles) : Indique une intention commerciale claire.

Mots-clés compétitifs liés à la publicité

Ces mots-clés ciblent les services publicitaires et sont également très concurrentiels :

- Advertising agency(74,000 recherches mensuelles) : Recherché par les entreprises cherchant des agences publicitaires.
- Facebook ads (368,000 recherches mensuelles) : Très populaire en raison de l'importance croissante des campagnes sur les réseaux sociaux.
- Google advertising (90,500 recherches mensuelles) : Ciblant les utilisateurs intéressés par la publicité PPC.
- Programmatic advertising (22,200 recherches mensuelles) : Terme technique en pleine croissance dans le domaine du marketing digital.

Mots-clés compétitifs pour le contenu vidéo spécifique

Ces mots-clés concernent des formats ou services spécifiques liés à la vidéo :

- Explainier video company(1,600 recherches mensuelles) : Ciblant les entreprises cherchant à produire des vidéos explicatives.
- Music video production(1,600 recherches mensuelles) : Pertinent pour les projets artistiques et musicaux.
- Animated video production services (210 recherches mensuelles) : Indique une demande pour des vidéos animées spécialisées.

Mots-clés géolocalisés

Les mots-clés géolocalisés sont cruciaux pour renforcer le référencement local :

- Video production near me (4,400 recherches mensuelles) : Très compétitif pour attirer un public local cherchant des services proches.
- Corporate video Lyon : Bien que non mentionné dans les résultats directs, ce type de mot-clé est essentiel pour cibler une clientèle locale.(exemple reproduire sur les villes principales)

Mots-clés liés aux tendances émergentes

Ces termes reflètent des évolutions récentes dans le domaine audiovisuel :

- Virtual reality video production : En croissance avec l'essor de la VR et des contenus immersifs.
- 360-degree video content : Format innovant nécessitant une optimisation spécifique.

Voici une liste des mots-clés les plus compétitifs en français liés à la publicité et à la création de vidéo, classés par ordre de popularité/demande avec leur volume de recherche mensuel estimé sur un global des principaux moteurs de recherche :

1. Publicité vidéo (40 000 recherches/mois)
2. Création vidéo (33 100 recherches/mois)
3. Production vidéo (22 200 recherches/mois)
4. Montage vidéo (18 000 recherches/mois)
5. Agence de publicité (15 000 recherches/mois)
6. Réalisation vidéo (12 100 recherches/mois)
7. Vidéo marketing (9 900 recherches/mois)
8. Spot publicitaire (8 100 recherches/mois)
9. Vidéo d'entreprise (6 600 recherches/mois)
10. Publicité YouTube (5 400 recherches/mois)
11. Motion design (4 400 recherches/mois)
12. Vidéo promotionnelle (3 600 recherches/mois)
13. Campagne vidéo (2 900 recherches/mois)
14. Vidéo corporate (2 400 recherches/mois)
15. Animation publicitaire (1 900 recherches/mois)

Il est important de noter que ces volumes de recherche sont des estimations et peuvent varier selon la période et la source des données. De plus, la compétitivité de ces mots-clés signifie qu'il peut être difficile de se positionner dessus, mais ils représentent également des opportunités importantes en termes de visibilité et de trafic potentiel.