

Attirez plus de clients : Le plan d'action SEO pour votre cabinet d'avocat

Maîtriser le SEO Local

- Optimisez votre fiche Google Business Profile, levier n°1 pour votre visibilité locale.
- Assurez une cohérence stricte du nom, de l'adresse et du numéro de téléphone (NAP) entre votre site web et votre fiche Google.
- Gérez vos avis clients en respectant les règles déontologiques du CNB (évittez toute sollicitation intrusive).

Optimiser le contenu et l'expertise (E-E-A-T)

- Créez une page dédiée par domaine d'expertise (ex: droit de la famille, pénal) pour cibler les mots-clés transactionnels.
- Démontrez votre E-E-A-T en publiant des biographies détaillées, vos publications et votre parcours professionnel.
- Supprimez le 'thin content' : assurez-vous que chaque page contient plus de 300 mots de contenu unique et qualitatif.

Conformité déontologique et mentions légales

- Intégrez les mentions obligatoires selon le Règlement Intérieur National (RIN) : nom, titre professionnel, barreau, forme juridique, numéro de TVA et médiateur de la consommation.

Exigences techniques et performance

- Adoptez une conception 'Mobile-first' : Google indexe et classe prioritairement la version mobile de votre site.
- Optimisez le temps de chargement : visez un score PageSpeed Insights supérieur à 90 en utilisant des formats d'image next-gen (WebP).
- Implémentez le balisage de données structurées (Schema.org) de type 'Attorney' et 'LocalBusiness' pour favoriser l'affichage des rich snippets.