



# Exemples de rapports Looker Studio SEO

## Modèle PDF téléchargeable pour article de blog

### Document d'exemple - données fictives Exemples de pages de rapport SEO

Objectif : montrer comment structurer un reporting Looker Studio utile, lisible et actionnable, sans se limiter à empiler des graphiques.

1

#### Données

Search Console, GA4,  
positions, backlinks

2

#### Analyse

interprétation, contexte,  
segments

3

#### Décisions

priorités, corrections, tests

4

#### Action

plan mensuel clair et  
mesurable

À intégrer dans un article, une page service ou une ressource téléchargeable. Les chiffres, URLs et indicateurs présentés sont volontairement fictifs et doivent être remplacés par les données du client.

# Comment utiliser ce PDF

Un support d'exemples pour montrer la logique d'un rapport SEO Looker Studio, sans prétendre remplacer le vrai modèle ~~Looker Studio à copie~~.

## Ce que le lecteur peut télécharger

- Un exemple de structure de rapport SEO mensuel.
- Des pages types : synthèse, visibilité, pages stratégiques, conversions, technique, backlinks.
- Des KPI et tableaux pour comprendre les décisions à prendre.
- Une checklist pour construire le modèle dans Looker Studio.

## Ce que ce PDF n'est pas

- Ce n'est pas un fichier importable dans Looker Studio.
- Ce n'est pas un tableau de bord connecté à des données réelles.
- Ce n'est pas un modèle .json ou .zip : Looker Studio fonctionne surtout par copie de rapport.
- Ce n'est pas un audit SEO : les exemples sont pédagogiques.

## Important

Dans Looker Studio, la bonne logique de partage est de créer un rapport modèle et de le rendre copiable. Une copie reprend les pages, graphiques, filtres, textes, images et styles ; l'utilisateur doit ensuite reconnecter ses propres sources de données.

Source officielle : Google Cloud - Copier un rapport Looker Studio

# Architecture recommandée du rapport

La structure ci-dessous peut servir de base à un modèle Looker Studio SEO mensuel.

## 1 Synthèse exécutive

Faits marquants, alertes et décisions.

## 2 Performance globale

Clics, impressions, trafic organique, tendance.

## 3 Pages stratégiques

Pages qui génèrent de la valeur ou qui bloquent.

## 4 Requêtes et intentions

Informationnel, commercial, local, transactionnel.

## 5 Conversions / événements

Leads, ventes, appels, formulaires, actions utiles.

## 6 Santé technique

Indexation, vitesse, mobile, Core Web Vitals.

## 7 Backlinks

Domaines référents, liens gagnés/perdus, qualité.

## 8 Plan d'action priorisé

Actions classées par impact, effort et responsable.

Données

Analyse

Décisions

# Exemple 1 - Synthèse exécutive

La page qui doit être comprise en moins de deux minutes par un dirigeant ou un client.

## Résumé du mois

Le trafic SEO progresse de +18 % sur le mois, porté par les pages services et deux articles piliers. Trois pages commerciales restent toutefois sous leur potentiel : elles gagnent des impressions mais ne génèrent pas assez de clics.

Clics SEO

**24,5K**  
+18%



Événements clés

**612**  
+12%



CTR moyen

**2,4%**  
-0,3 pt



Pages prioritaires

**8**  
à traiter



## Points d'attention

- CTR faible sur 3 pages commerciales.
- 2 pages importantes encore non indexées.
- Tracking formulaire à vérifier sur mobile.

## Décisions recommandées

- Réécrire 3 titres et meta descriptions.
- Ajouter du maillage vers les pages à potentiel.
- Corriger les deux pages non indexées.

# Exemple 2 - Visibilité Search Console

Comprendre si le site progresse sur les bonnes requêtes, et pas seulement si la courbe globale monte.

Impressions

**1,02 M**  
+12%



Clics

**24,5K**  
+18%



CTR

**2,4%**  
-0,3 pt

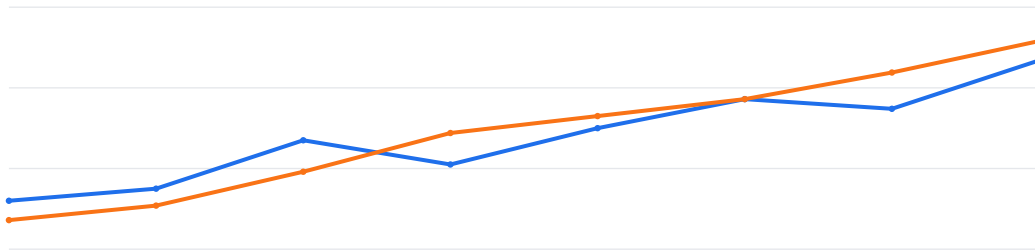


Position moy.

**16,8**  
+1,9



## Clics et impressions



Requête	Clics	Position
audit seo	2 100	3,2
agence seo	1 740	4,8
rapport seo	980	6,1
suivi seo	730	8,7

## Lecture à ajouter dans le rapport

La hausse d'impressions est intéressante, mais le CTR baisse sur certaines requêtes commerciales. Priorité : améliorer les extraits SERP des pages en positions 4 à 10, puis renforcer le maillage vers ces pages.

Source officielle : Search Console - rapport de performance

# Exemple 3 - Trafic SEO et événements clés GA4

Le trafic organique doit être relié aux actions utiles : leads, ventes, appels, formulaires, prises de rendez-vous.

## Pages de destination SEO

Page	Sessions	Év. clés
/services/seo	4 250	96
/blog/rapport-seo	2 380	18
/audit-digital	1 940	42
/contact	1 120	88

## Conversions par canal



## Décision

Les pages services génèrent moins de sessions que les articles, mais elles produisent davantage d'événements clés. Le rapport doit donc distinguer le trafic de notoriété et le trafic qui déclenche des actions commerciales.

Source officielle : GA4 - événements clés et conversions

# Exemple 4 - Pages stratégiques

Isoler les pages qui comptent vraiment pour le business : pages services, catégories, produits, contenus piliers.

Page	Rôle	Tendance	Diagnostic	Action
/referencement-naturel-seo	Service	+12% clics	Bonne progression	Consolider
/audit-digital	Service	Impr. +20%, CTR -0,6	Extrait faible	Réécrire title
/blog/rapport-seo	Pilier	+38% impr.	Potentiel long-tail	Ajouter CTA
/contact	Conversion	Stable	Tracking mobile à vérifier	Tester formulaire

## À retenir

Une moyenne globale peut cacher un problème important sur une page commerciale. Le rapport doit toujours isoler les pages stratégiques et commenter leur rôle dans le parcours : visibilité, confiance, conversion ou maillage interne.

# Exemple 5 - Requêtes et intentions

Les mots-clés ne doivent pas être lus uniquement par volume : il faut comprendre l'intention derrière chaque recherche.

## 42 Informationnelle

Comprendre, apprendre, comparer



## 24 Commerciale

Comparer avant contact



## 20 Transactionnelle

Demander, acheter, réserver



## 14 Locale

Trouver un prestataire proche



Requête	Intention	Page cible	Action
comment faire rapport seo	Informationnelle	/blog/rapport-seo	Ajouter modèle
agence seo toulouse	Commerciale locale	/referencement-naturel-seo	Renforcer preuves
audit seo prix	Commerciale	/audit-digital	Ajouter FAQ prix
rapport looker studio seo	Solution	/blog/rapport-seo	Créer bonus téléchargeable

# Exemple 6 - Santé technique

Un bon rapport technique ne liste pas tout : il signale ce qui empêche vraiment le SEO d'avancer.

Pages indexées

**5 312**  
+3%



Pages non indexées

**418**  
à analyser



Erreurs 404

**24**  
-8



CWV

**à améliorer**  
INP



Problème	Impact SEO	Priorité	Action recommandée
2 pages services non indexées	Perte de visibilité commerciale	Haute	Inspecter + corriger canonical
INP mobile faible	Expérience et conversion	Moyenne	Alléger JS / tester mobile
404 avec liens internes	Crawl et UX	Moyenne	Redirection ou correction du lien
Sitemap obsolète	Découverte des pages	Faible	Mettre à jour automatiquement

Lecture : la priorité n'est pas d'afficher tout le crawl, mais de montrer les freins qui touchent les pages ou conversions importantes.

# Exemple 7 - Backlinks et popularité

Suivre la popularité sans tomber dans le piège du volume brut : qualité, pertinence, risques et opportunités.

Domaines référents

**2 351**  
+6%



Backlinks

**14 820**  
+12%



Liens qualité

**72%**  
stable

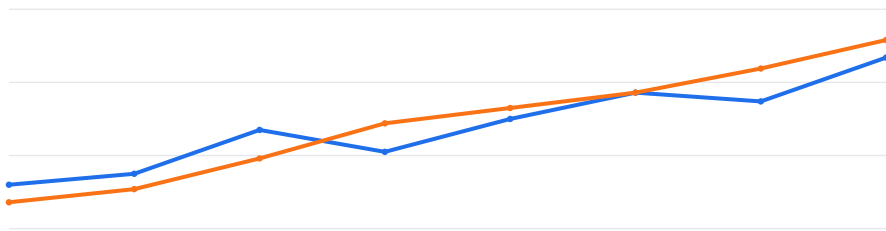


Liens suspects

**38**  
à vérifier



## Évolution des domaines référents



Domaine	Type	Action
media-sectoriel.fr	Pertinent	Conserver
annuaire-spam.net	Suspect	Surveiller
partenaire-local.fr	Local	Renforcer
blog-expert.fr	Qualitatif	À valoriser

Lecture : un lien pertinent depuis un site reconnu dans le secteur vaut mieux qu'une accumulation de liens faibles. Le rapport doit distinguer qualité, risque et opportunité.

## Exemple 8 - Plan d'action priorisé

Transformer le reporting en décisions : quoi faire, pourquoi, par qui, et dans quel ordre.

Priorité	Action	Impact	Effort	Responsable	Échéance
1	Réécrire 3 titres de pages services	Élevé	Faible	SEO	7 jours
2	Corriger deux pages non indexées	Élevé	Moyen	Dev + SEO	10 jours
3	Ajouter 12 liens internes vers pages à potentiel	Moyen	Faible	Contenu	14 jours
4	Fiabiliser l'événement clé formulaire	Élevé	Moyen	Tracking	14 jours
5	Créer un article support longue traîne	Moyen	Moyen	Rédaction	30 jours

### Règle simple

Prioriser d'abord les actions à impact élevé et effort faible. Garder les chantiers lourds pour un plan trimestriel si leur effet n'est pas immédiat.

# Variantes selon le type de site

Le même modèle doit être adapté selon l'objectif : leads, ventes, visibilité locale ou contenus éditoriaux.

## Site vitrine B2B

- Pages services
- Formulaires
- Clics téléphone
- Requêtes commerciales
- Qualité des leads

## Site e-commerce

- CA SEO
- Transactions
- Catégories
- Panier moyen
- Requêtes transactionnelles

## SEO local

- Requêtes ville
- Pages locales
- Avis
- Appels
- Fiche établissement

## Blog / média

- Articles piliers
- Top pages
- Engagement
- Maillage
- Requêtes informationnelles

Un bon modèle Looker Studio n'est pas universel : il doit être adapté à l'objectif réel du site. Les KPI d'un site e-commerce ne sont pas ceux d'un cabinet de services ou d'un média.

# Checklist pour créer le modèle dans Looker Studio

Une liste simple pour transformer ces exemples PDF en rapport Looker Studio copiable.

## 1. Créer les sources

Connecter Search Console, GA4 et une feuille Google Sheets pour les données manuelles : positions, backlinks, crawl ou plan d'action.

## 2. Préparer le design

Définir les couleurs, les styles de cartes, les titres, les contrôles de période et les filtres principaux.

## 3. Construire les pages

Créer les 8 pages : synthèse, visibilité, pages stratégiques, requêtes, conversions, technique, backlinks, plan d'action.

## 4. Ajouter l'analyse

Prévoir des zones texte éditables : commentaire du mois, alertes, décisions, priorités.

## 5. Tester la copie

Copier le rapport avec un autre compte et vérifier que les sources de données peuvent être reconnectées.

## 6. Publier le lien

Partager le rapport en mode modèle à copier et ajouter un bouton dans l'article.

## Rappel

Un rapport Looker Studio peut être copié si le propriétaire l'autorise. La copie ne duplique pas automatiquement les sources de données : l'utilisateur doit choisir ses propres sources compatibles.

# Sources et bouton à intégrer dans l'article

Liens officiels et exemple HTML pour proposer le PDF et le futur modèle Looker Studio.

## Sources officielles utiles

### - Looker Studio - Copier un rapport

Cliquer pour ouvrir la source officielle

### - Search Console - Rapports de performance

Cliquer pour ouvrir la source officielle

### - Looker Studio - Visualiser les données Analytics

Cliquer pour ouvrir la source officielle

### - Looker Studio - Créer un rapport

Cliquer pour ouvrir la source officielle

### - GA4 - Événements clés et conversions

Cliquer pour ouvrir la source officielle

## Exemple de bloc HTML à ajouter à l'article

```
<section class="bonus-rapport-seo">
<h2>Exemple de rapport SEO mensuel à télécharger</h2>
<p>Ce PDF vous montre comment structurer un reporting SEO utile : synthèse, KPI, pages stratégiques, conversions et plan d'action.</p>
<a href="/documents/modele-exemples-rapports-looker-studio-seo.pdf" class="button button-primary">Télécharger le PDF</a>
<a href="URL_DU_TEMPLATE_LOOKER_STUDIO/preview" target="_blank" rel="noopener">Copier le modèle Looker Studio</a>
</section>
```