NEVEU JARDIN & LOISIRS

Client	**Neveu Jardin et Loisirs, motoculture, Saint-Jean-de-Bournay**
Mission	**Mission ponctuelle, mai à juillet 2026**
En ligne	**neveu-jardin-loisirs.fr**

Comment faire d'un site vitrine un outil qui fait venir des clients ?

Neveu Jardin et Loisirs, magasin de motoculture familial installé depuis 1993, avait un site qui ne reflétait plus ni la qualité de l'enseigne, ni ses marques. L'équipe a repensé son identité visuelle et refondu son site autour de ce qui compte pour elle : l'appel, la demande de devis et la **visite en magasin**. Elle recommande aujourd'hui son site à ses clients, et le met à jour elle-même.

10 → 7

POSITION MOYENNE DANS GOOGLE

Les pages du site remontent dans les résultats de recherche.

×2

TEMPS PASSÉ SUR LES PAGES

Les visiteurs restent deux fois plus longtemps sur le nouveau site.

> **« Dans le quart d'heure où nous avons rencontré Clémentine, j'ai su que c'était à elle que nous allions confier la mission de refaire notre site. Nous sommes fiers de dire ou de conseiller nos clients d'aller voir ou de consulter notre site.**
>
> NATHALIE · CO-GÉRANTE ET RESPONSABLE ADMINISTRATIVE, NEVEU JARDIN ET LOISIRS

LE CLIENT

Depuis 1993, Neveu Jardin et Loisirs vend, entretient et répare le matériel de jardin des particuliers, des paysagistes et des collectivités du Nord-Isère. L'enseigne familiale de Saint-Jean-de-Bournay, c'est 200 m² d'exposition, un atelier de réparation, plus de 100 avis Google et un statut de revendeur agréé des grandes marques du secteur. Son vrai point fort : le service après-vente.

LE PROBLÈME

Les clients cherchent sur leur téléphone avant de venir. Sur le site, ils ne trouvaient ni moyen d'appeler en un geste, ni avis, ni l'atelier : le magasin, sa vraie force, restait **invisible**. Le site n'avait pas suivi l'évolution de l'activité : construit autour d'une boutique en ligne jamais exploitée, il multipliait les pages inutiles et devenait difficile à tenir à jour.

POURQUOI MAINTENANT

L'enseigne était accompagnée en parallèle sur sa visibilité. Mais attirer du monde vers un site qui ne convertit pas, c'est payer pour faire fuir des clients. Les dirigeants voulaient aussi faire du site un actif durable pour l'entreprise, plutôt qu'une contrainte de plus.

! Ce que ça coûtait

- **Des contacts perdus** : un client qui cherche sur son téléphone et ne peut pas appeler en un geste va voir ailleurs.
- **Un site devenu plus cher à réparer qu'à refaire** : le remettre en état aurait demandé deux fois plus de temps que de repartir d'une feuille blanche.
- **Un écart avec les exigences des marques distribuées** : en tant que revendeur agréé, l'enseigne doit respecter leurs règles d'affichage, en ligne comme en magasin.
- **Des risques évitables** : un site qui ne recevait plus de mises à jour de sécurité depuis fin 2022.

✔ Ce que nous avons changé

- **Une image à la hauteur de 30 ans de métier** : identité visuelle complète (logo, typographie, couleurs, règles d'usage), photos de l'équipe et de l'atelier.
- **Un site qui pousse au contact et respecte les marques** : appel en un geste, demande de devis, avis clients affichés, lien direct avec la fiche Google de l'enseigne, logos des marques présents et produits phares mis en valeur.
- **Une équipe autonome** : un site allégé, simple à mettre à jour, et un guide pas à pas pour garder la main.

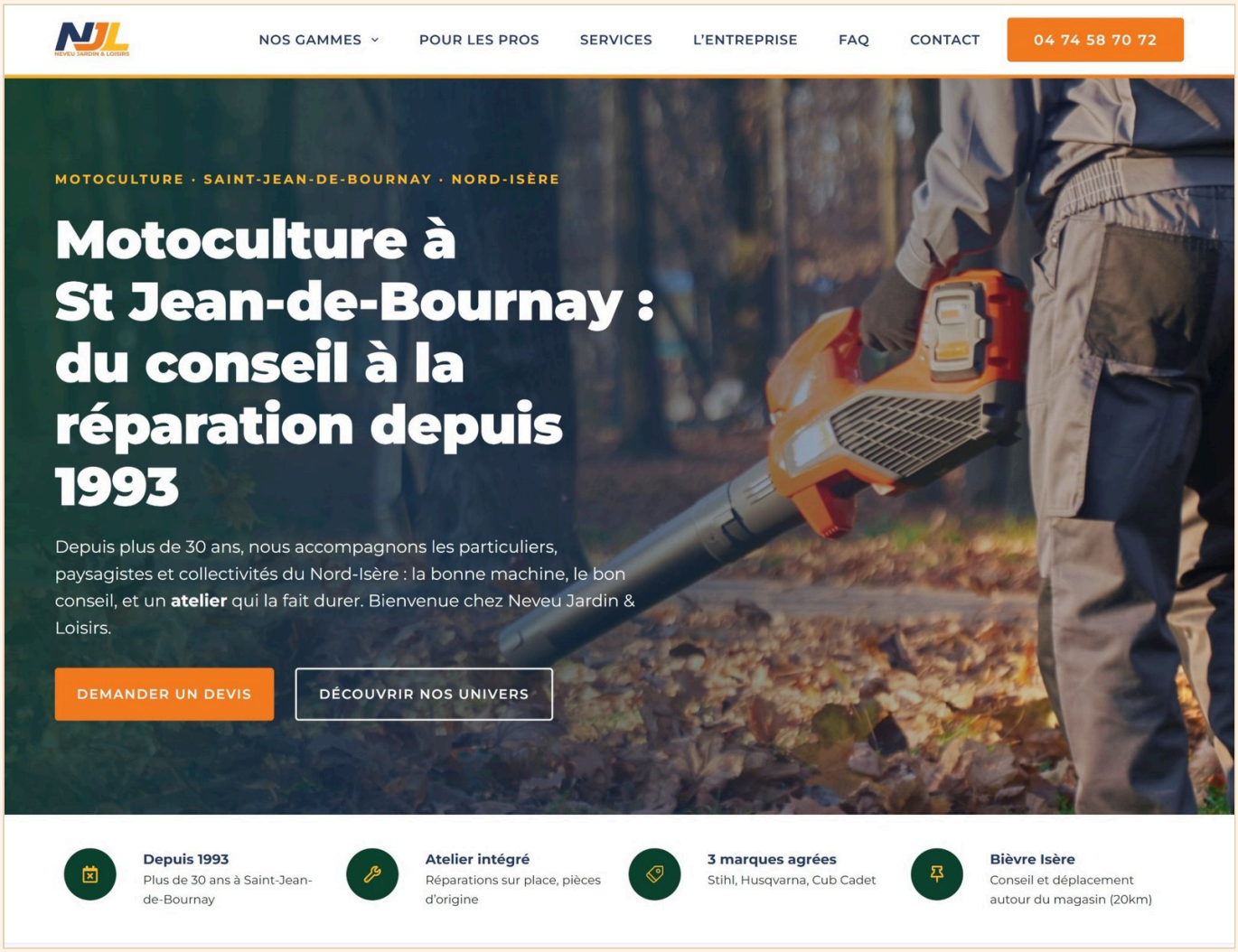
LES PREMIERS RÉSULTATS, 3 MOIS APRÈS LA MISE EN LIGNE

- **D'aucune demande à près d'une demande de devis par mois** via le site, avec un panier moyen en nette hausse, et plus d'appels au magasin, alors que l'enseigne entre dans sa période la plus calme.
- **Mieux placé dans Google** : les pages passent de la 10e à la 7e position moyenne, avec un taux de clic en hausse et deux fois plus de temps passé sur les pages.
- **Un site conforme** aux exigences d'affichage des marques distribuées, débarrassé des pages inutiles héritées de l'ancienne boutique.
- **Une équipe autonome** : elle met elle-même son site à jour et le recommande à ses clients.

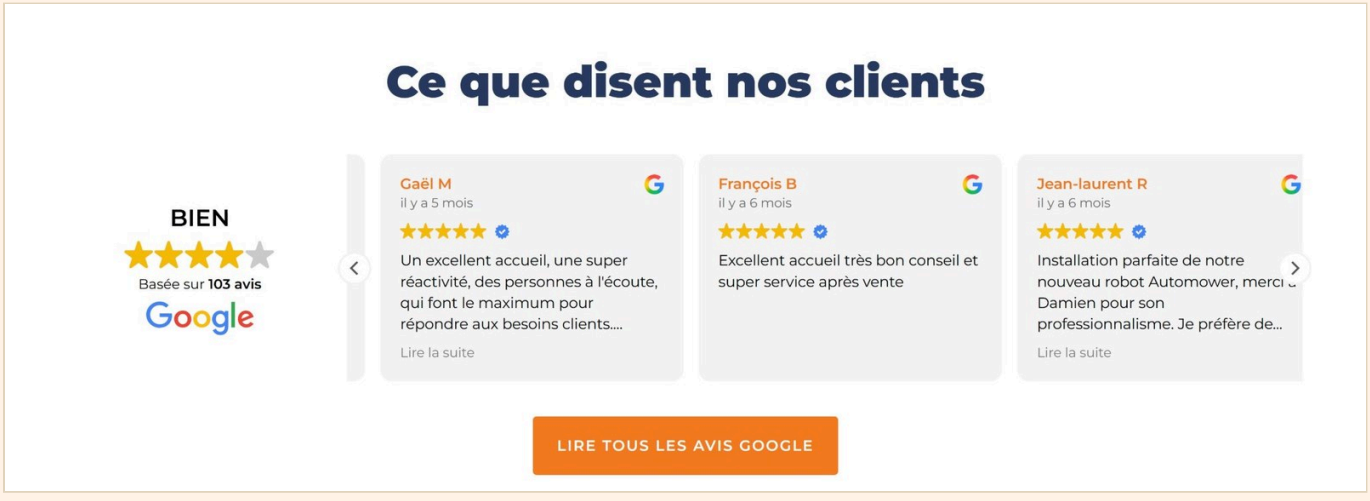
Votre site ne fait ni sonner le téléphone ni venir en magasin ?

PARLONS-EN · 30 MIN

EN IMAGES



UNE IMAGE À LA HAUTEUR DE 30 ANS DE MÉTIER : LA NOUVELLE IDENTITÉ, L'APPEL ET LE DEVIS DÈS L'ACCUEIL



LES AVIS CLIENTS AFFICHÉS, RELIÉS À LA FICHE GOOGLE · NEVEU-JARDIN-LOISIRS.FR