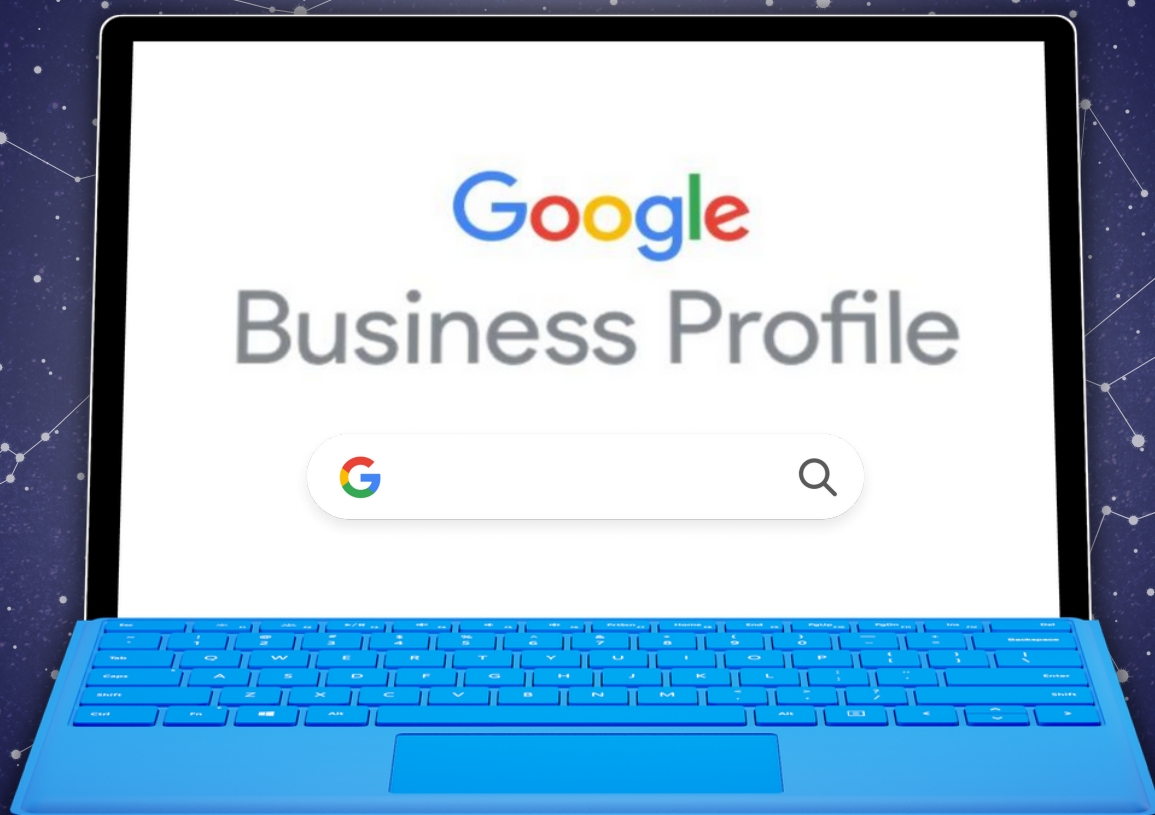


LIVRE BLANC 2023



AUGMENTER SA VISIBILITÉ GRÂCE À SA
FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE

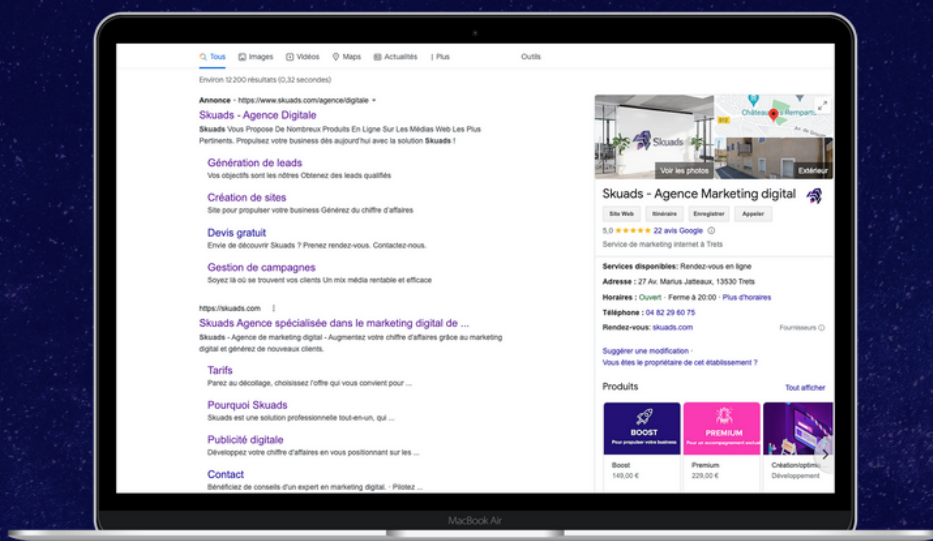
AUGMENTER SA VISIBILITÉ GRÂCE À SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE.....	P. 3
ÉTAPE 1 : COMMENT PRENDRE EN MAIN SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?.....	P. 5
ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?.....	P. 7
CHOISIR LE TITRE DE MON ÉTABLISSEMENT.....	P. 7
DÉFINIR LES CATÉGORIES (ACTIVITÉS).....	P. 7
DÉFINIR L'ADRESSE DE L'ÉTABLISSEMENT.....	P.8
DÉFINIR LA ZONE DESSERVIE.....	P. 9
RENSEIGNER L'ADRESSE DE SON SITE INTERNET.....	P. 10
DÉFINIR LE NUMÉRO DE TÉLÉPHONE.....	P. 11
TERMINER ET VÉRIFIER VOTRE ENTREPRISE.....	P. 11
DÉFINIR SES HORAIRES D'OUVERTURE.....	P. 12
COMPLÉTER VOTRE DESCRIPTION.....	P. 14
AJOUTER DES PHOTOS ET/OU VIDÉOS.....	P. 15
LISTER SES SERVICES ET/OU OFFRE DE PRODUITS.....	P. 17
ÉTAPE 3 : COMMENT FAIRE DES PUBLICATIONS ?.....	P. 20
ÉTAPE 4 : COMMENT RECUEILLIR DES AVIS CLIENTS ET Y RÉPONDRE ?.....	P.23
COMMENT RECUEILLIR DES AVIS CLIENTS SUR LA FICHE D'ÉTABLISSEMENT ?.....	P. 23
COMMENT RÉPONDRE AUX AVIS CLIENTS ?.....	P. 25
BONUS : AUTRES FONCTIONNALITÉS.....	P.27
SOURCES.....	P.29



AUGMENTEZ SA VISIBILITÉ GRÂCE À SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE

3

Vous souhaitez développer votre présence en ligne de manière simple, rapide et gratuite ? Apprenez à mettre à profit votre fiche d'établissement Google pour votre entreprise ! Dans ce livre blanc, nous vous expliquerons toutes les étapes à mettre en œuvre sur votre fiche d'établissement Google afin de gagner en visibilité sur Google et que votre entreprise puisse recevoir des leads, être appelée... Nous vous présenterons également des notions essentielles pour développer votre référencement grâce à cet outil.



QU'EST-CE QU'UNE FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

La fiche d'établissement Google, ou anciennement Google My Business, est un outil de référencement local exploité par Google.

QUI PEUT CRÉER UNE FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

Tous les établissements (entreprise, association, collectivité, organisme public), de tous secteurs et de toutes tailles.

Non éligibles :

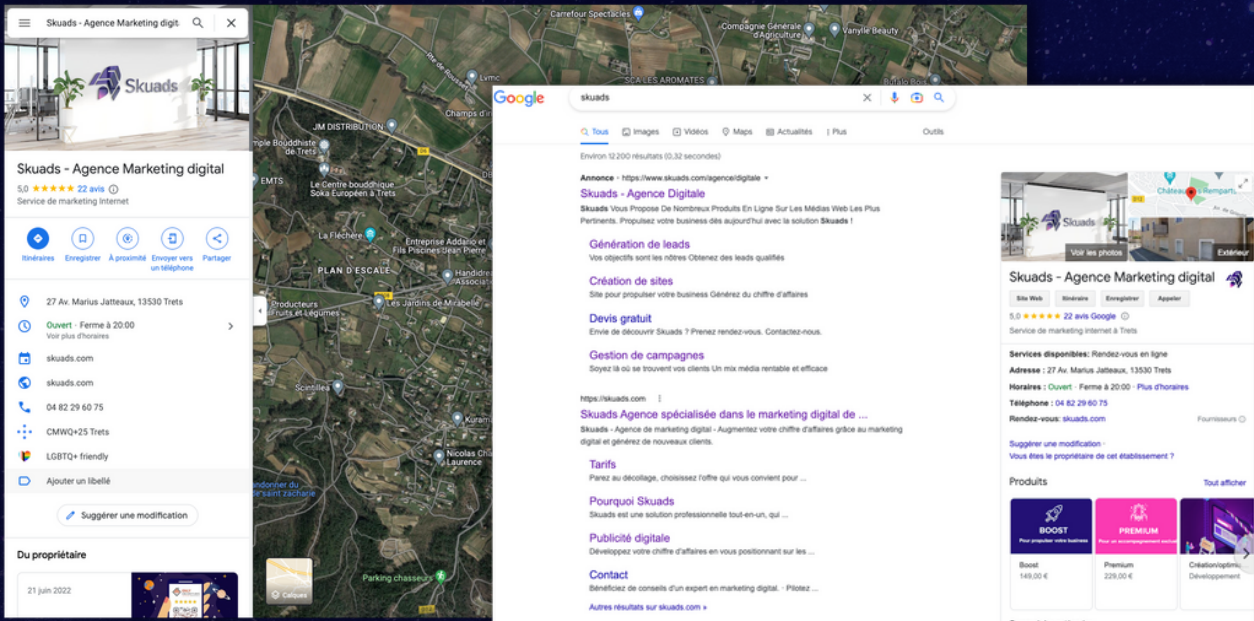
Les biens immobiliers en vente ou location, agents et sociétés de génération de prospects. Les marques, organisations, artistes et entreprises qui exercent leur activité exclusivement en ligne ne sont pas autorisés à créer une fiche d'établissement.

AUGMENTEZ SA VISIBILITÉ GRÂCE À SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE

4

COMMENT MON ÉTABLISSEMENT APPARAÎT SUR LA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

Sous la forme d'une, Fiche ou carte d'identité, visible sur le moteur de recherche Google et Google Maps.



QUELLES INFORMATIONS PUIS-JE PUBLIER SUR MA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

- Le nom de mon établissement
- Mes coordonnées et/ou mon périmètre d'intervention
- Mon ou mes activités
- Mes horaires d'ouverture
- Mon site internet
- Mes services ou produits
- Mes photos et mes vidéos
- Mon numéro de téléphone
- Mes actualités

LE SAVIEZ-VOUS ?

La fiche d'établissement Google est un service gratuit !

COMMENT LES INTERNAUTES PEUVENT INTERAGIR AVEC MA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

- Publier des photos et des vidéos
- Laisser des avis
- Mettre en place des questions / réponses

ÉTAPE 1 : COMMENT PRENDRE EN MAIN SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

5

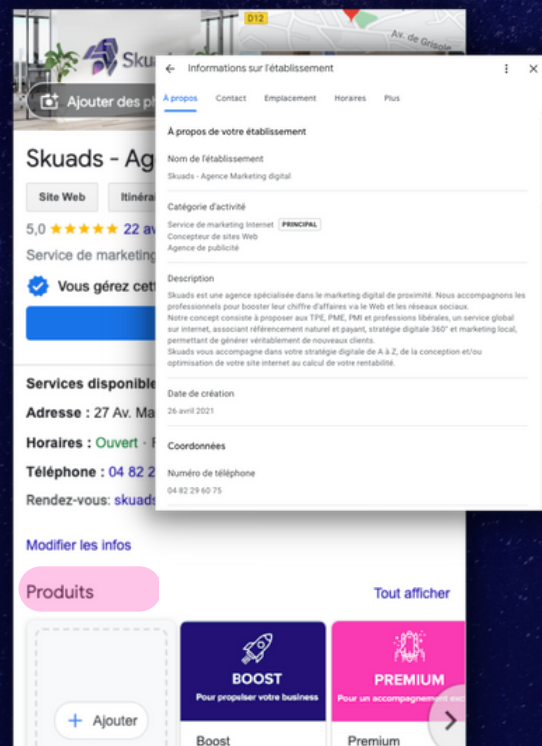
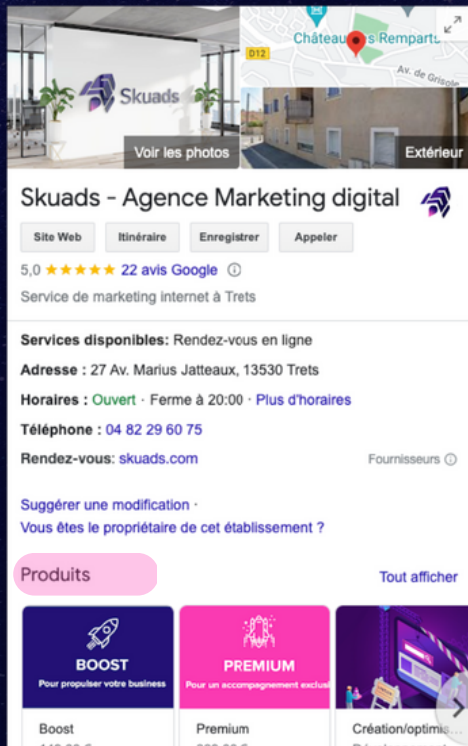
TAPEZ LE NOM DE VOTRE ÉTABLISSEMENT SUR GOOGLE. QUE VOYEZ-VOUS ?

POSSIBILITÉ A

Je vois ma fiche établissement avec le message “Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?”. Pour revendiquer la fiche, je clique dessus puis sur “Demander l'accès” pour que le propriétaire de la fiche puisse m'autoriser à modifier la fiche.

POSSIBILITÉ B

Je vois ma fiche établissement avec le message “Modifier les infos”. Je clique dessus pour effectuer des modifications rapides de ma fiche. Pour modifier plus d'informations je clique sur “Visiter le site”.



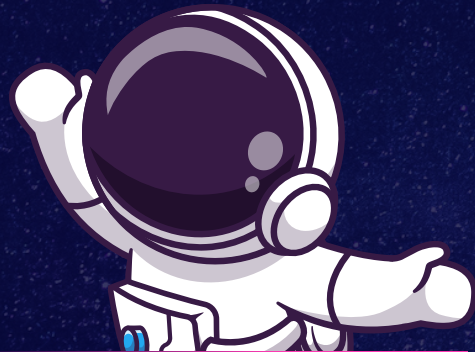
ÉTAPE 1 : COMMENT PRENDRE EN MAIN SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

6

TAPEZ LE NOM DE VOTRE ÉTABLISSEMENT SUR GOOGLE. QUE VOYEZ-VOUS ?

POSSIBILITÉ C

Je ne vois pas ma fiche établissement. Pour créer ma fiche établissement, je me connecte à https://www.google.com/intl/fr_fr/business/ et clique sur "Gérer". Si j'ai déjà un ou des établissements ajoutés sur la fiche d'établissement Google, je clique sur "Ajouter un établissement"



LE SAVIEZ-VOUS ?

56% des entreprises locales doivent encore réclamer l'usage de leur fiche d'établissement sur Google My Business



ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

7

CHOISIR LE TITRE DE MON ÉTABLISSEMENT

- J'indique un nom d'établissement qui correspond au nom communiqué à mes clients, sur mon site internet, ma devanture. Le titre est court et clair.
- Je peux ajouter des mots-clés à la suite du nom de mon établissement, associés à mon coeur de métier.
- Le titre indiqué sur ma fiche (nom et mots clés) fait moins de 120 caractères

Exemple : Skuads - Agence Marketing digital

À ÉVITER

- Slogan
- Code de magasin
- Symbole de marque (®)
- Caractères spéciaux et smileys
- Mots entièrement en majuscules (sauf acronymes)
- Horaires d'ouvertures, numéro de téléphone, url (adresse) de site internet

DÉFINIR LES CATÉGORIES (ACTIVITÉS)

- Je sélectionne la catégorie principale de mon établissement dans la liste déroulante. Cette catégorie sera visible sous le nom de mon établissement dans ma fiche.
- Je sélectionne plusieurs catégories secondaires dans la liste déroulante. Je peux ajouter x catégories secondaires

Catégorie d'activité

Aidez les clients à trouver votre entreprise par secteur. [En savoir plus](#)

Catégorie principale
Service de marketing Internet

Catégorie supplémentaire
Concepteur de sites Web X

Catégorie supplémentaire
Agence de publicité X

+ [Ajouter une autre catégorie](#)

[Enregistrer](#) [Annuler](#)

EXEMPLE DE CATEGORIES POUR RESTAURANT

- Restaurant wok
- Restaurant grec
- Restaurant thaï
- Restaurant halal
- Restaurant Italien
- ...

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

8

DÉFINIR L'ADRESSE DE L'ÉTABLISSEMENT

La fiche d'établissement Google me permet de faire glisser le repère pour repositionner mon établissement.

A

SI L'ÉTABLISSEMENT ACCUEILLE DU PUBLIC (EX : MAGASIN, AGENCE)
J'INDIQUE :

B

SI L'ÉTABLISSEMENT N'ACCUEILLE PAS DE PUBLIC
(EX : CONSULTANT QUI TRAVAILLE DEPUIS SON DOMICILE, COIFFEUR À DOMICILE) J'INDIQUE :



- Pays
- Adresse postale
- Code postal
- Ville

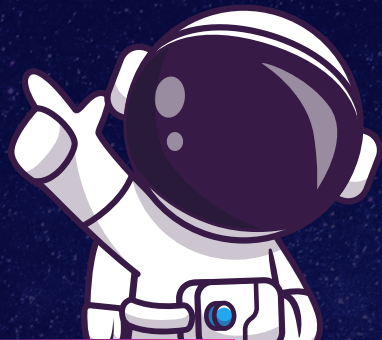
- "Non" lors de ma création de compte à la question :
Souhaitez-vous ajouter un lieu que vos clients peuvent visiter, comme un magasin ou un bureau
- " Effacer l'adresse" si une adresse est déjà entrée

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

9

DÉFINIR LA ZONE DESSERVIE

- J'indique aux utilisateurs où mon établissement livre ses produits ou fournit ses services : pays, région, ville, quartier
- J'indique jusqu'à 20 zones desservies



ASTUCE

Il est conseillé de limiter la zone desservie à deux heures de trajet depuis votre établissement.

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

RENSEIGNER L'ADRESSE DE SON SITE INTERNET

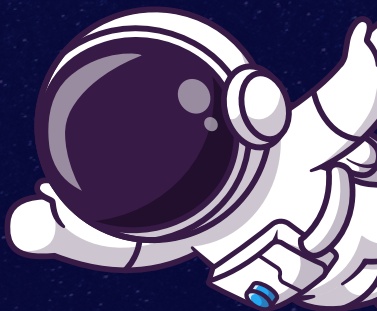
- ☑ J'indique une adresse URL valide (qui fonctionne), claire et reconnaissable auprès des internautes

Exemple : <https://skuads.com/>

Pour augmenter votre crédibilité auprès des internautes, il est indispensable de renseigner le lien vers votre site internet. Votre site web doit être optimisé pour le SEO (Search Engine Optimisation - Référencement naturel) pour que Google puisse mieux référencer votre fiche d'établissement Google.

À ÉVITER

- ✗ Mettre en opposition des informations de la fiche avec ceux du site web. Google pourra alors modifier des informations sur votre fiche établissement ce qui diminuera considérablement le nombre de requêtes sur lequel votre fiche pourra apparaître.
- ✗ Utiliser une URL de redirection vers des pages de destination



LE SAVIEZ-VOUS ?

Les entreprises ayant complété à 100% leur fiche établissement enregistrent 4 fois plus de clics vers leur site web, selon une donnée Mediapost.

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

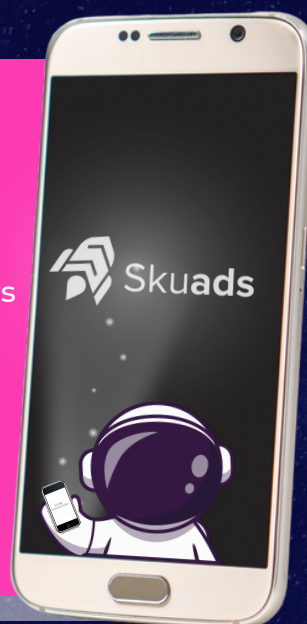
11

DÉFINIR LE NUMÉRO DE TÉLÉPHONE

- J'ajoute un numéro de téléphone pour que l'on puisse me joindre facilement. Le numéro de téléphone doit correspondre du numéro d'appel direct de l'établissement.
- Le numéro de téléphone doit correspondre au numéro d'appel direct de l'établissement.

À ÉVITER

- Indiquer le numéro d'un centre d'appels
- Fournir un numéro de téléphone redirigeant vers d'autres numéros de téléphone
- Utiliser des numéros de téléphone surtaxés



TERMINER ET VÉRIFIER VOTRE ENTREPRISE (POUR CRÉATION FICHE)

- Je choisis un mode d'envoi de mon code de validation pour ma fiche établissement le plus simple pour moi
- Je sélectionne un mode d'envoi entre téléphone, SMS ou par courrier (courrier postale deGoogle à votre adresse)
- J'attends jusqu'à 3 semaines pour que ma demande soit vérifiée.
- Je rentre le code reçu pour valider la vérification

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

DÉFINIR SES HORAIRES D'OUVERTURE

- Je saisis les horaires d'ouverture de mon établissement par jour et heure de la semaine
- Mettre à jour régulièrement ses horaires (changements temporaires...)
- Ajouter des horaires d'ouvertures exceptionnels pour les jours fériés ou fermetures temporaires
- Pour les horaires saisonniers, indiquez dans la description que votre établissement n'est ouvert qu'à une période spécifique. Hors saison, vous pouvez marquer votre établissement comme fermé temporairement.

Horaires d'ouverture

Indiquez vos horaires d'ouverture standards ou marquez votre établissement comme fermé.
[En savoir plus](#)

Ouvert avec horaires standards
 Montre lorsque l'établissement est ouvert

Ouvert sans horaires standards
 Ne montre pas d'horaires d'ouverture

Fermé temporairement
 Indique que votre établissement rouvrira à l'avenir

Fermé définitivement
 Indique que votre établissement n'existe plus

Dimanche

Fermé

Lundi

Fermé

Ouverture	Fermeture	
09:00	20:00	+

Mardi

Fermé

Ouverture	Fermeture	
09:00	20:00	+

Mercredi

Fermé

Ouverture	Fermeture	
09:00	20:00	+

LE SAVIEZ-VOUS ?

54% des recherches via téléphone servent à rechercher les horaires d'ouverture d'un magasin.

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

Une autre fonctionnalité existe qui permet d'afficher des horaires supplémentaires pour des services ou des offres spécifiques à votre établissement : Accès, Brunch, Livraison, Retrait, Service de drive, Vente à emporter...

Ajouter d'autres horaires

+ Accès

+ Brunch

+ Cuisine

+ Déjeuner

+ Dîner

+ Happy hours

+ Horaires pour les seniors

+ Livraison

+ Petit-déjeuner

+ Retrait

+ Service de drive

+ Vente à emporter



À ÉVITER

Il est déconseillé aux hôtels, cinémas, écoles, universités, services de transports, aéroports, espaces événementiels d'indiquer les horaires d'ouverture.

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

COMPLÉTER VOTRE DESCRIPTION

- Je complète la description de mon établissement pour les utilisateurs de Google
- La description doit faire moins de 750 caractères et doit être claire
- Je complète ma description avec des mots-clés susceptibles d'être recherchés par mes potentiels clients
- Ma description doit être attrayante

LE SAVIEZ-VOUS ?

25% du référencement naturel est fait grâce à aux fiches d'établissement Google.

Nom de l'établissement
Skuads - Agence Marketing digital
Catégorie d'activité
Service de marketing Internet PRINCIPAL
Concepteur de sites Web
Agence de publicité
Description
Skuads est une agence spécialisée dans le marketing digital de proximité. Nous accompagnons les professionnels pour booster leur chiffre d'affaires via le Web et les réseaux sociaux. Notre concept consiste à proposer aux TPE, PME, PMI et professions libérales, un service global sur internet, associant référencement naturel et payant, stratégie digitale 360° et marketing local, permettant de générer véritablement de nouveaux clients. Skuads vous accompagne dans votre stratégie digitale de A à Z, de la conception et/ou optimisation de votre site internet au calcul de votre rentabilité.

À ÉVITER

- Insérer de fausses informations
- Afficher du contenu de faible qualité, non pertinent
- Mettre en avant des prix, des promotions
- Afficher des liens

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

AJOUTER DES PHOTOS ET/VIDÉOS

- ☑ J'alimente au minimum une dizaine de photos sur ma fiche établissement
- ☑ Mes photos doivent respecter les catégories : logo, couverture, intérieur, extérieur, au travail, équipe, identité



LE SAVIEZ-VOUS ?

Les photos permettent d'augmenter la visibilité, l'engagement et le taux de clic.

QUEL FORMAT IDÉAL ?

PHOTOS

- Profil ou logo : 250 x 250 pixels
- Couverture : 1080 x 608 pixels
- Autres (produits, actualités) : 497 x 373 pixels

VIDÉOS

- Jusqu'à 30 secondes
- Résolution de 720p ou plus

ASTUCE

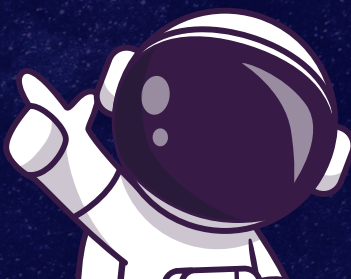
Vos clients ont aussi la possibilité directement d'alimenter votre galerie photos avec leurs propres photos. Les images vont permettre d'accroître la visibilité, l'engagement et le taux de clic auprès de votre cible.

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

16

QUEL TYPE DE PHOTOS AJOUTER À MA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

- **Identité** : Intégrez vous-même des photos comme ceux de vos produits, en créant des événements, sur les points forts à mettre en avant, extérieur, intérieur. Ajoutez des vidéos comme avec l'animation de votre logo pour marquer les esprits !
- **Équipe** : Faites des photos de votre équipe pour créer une proximité avec vos internautes. Évitez les photos trouvées sur des sites libres de droits.
- **Intérieur** : Mettre en place un lieu « instagrammable » avec un mur ou un lieu esthétique dans vos locaux. Vos clients pourront alors se prendre en selfie ou faire une simple photo !
- Invitez vos clients à ajouter des photos grâce aux événements créés ou en encourageant vos clients à se prendre en photo avec vos produits.
- Renouvelez vos photos de manière régulière pour que vos clients puissent reconnaître le lieu en arrivant chez vous. Google apporte une crédibilité plus importante pour les entreprises qui actualisent régulièrement leurs informations.



LE SAVIEZ-VOUS ?

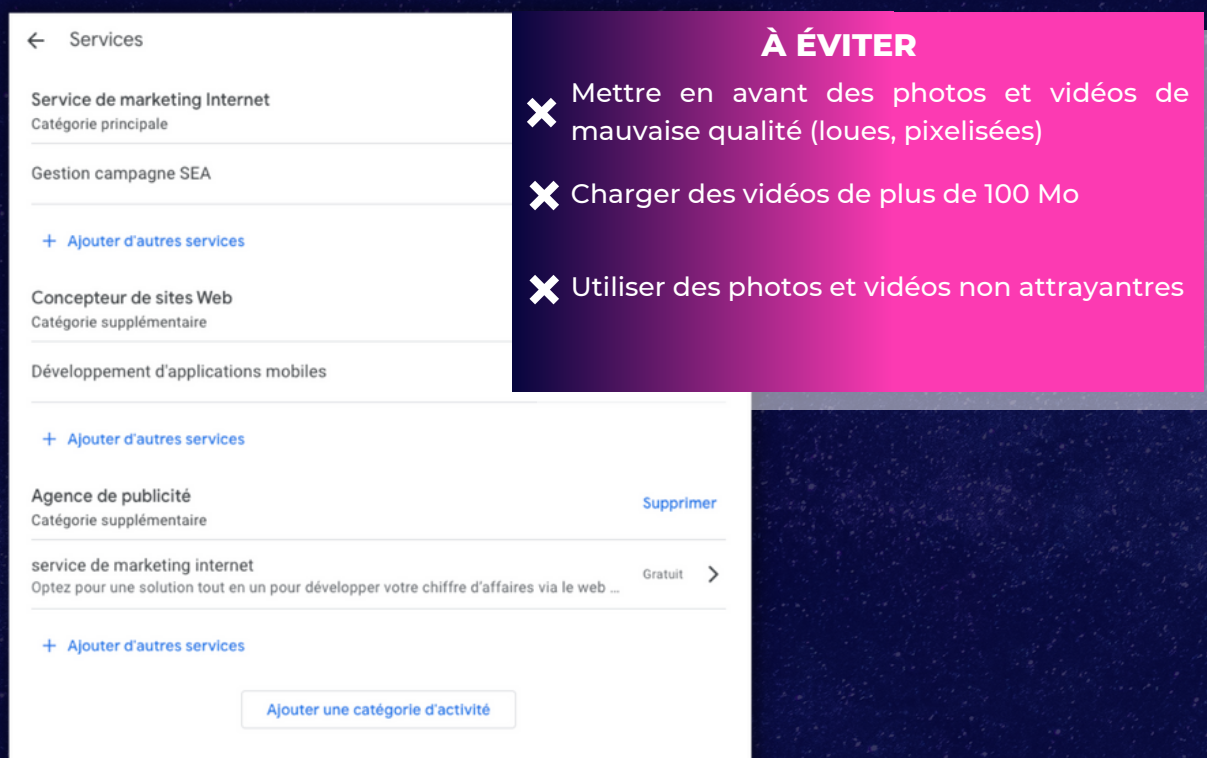
- Les entreprises qui partagent des photos de leurs produits enregistrent en moyenne 42% de demandes d'itinéraires supplémentaires depuis google maps et 35% de clics de plus sur leur site web.
- Les fiches entreprises avec plus de 100 images obtiennent 2,7 % plus de clics.
- 60% des consommateurs ont déclaré que les résultats de la recherche locale avec de belles images avaient capté leur attention et les avaient poussés à prendre une décision.

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

17

LISTER SES SERVICES ET/OU OFFRE DE PRODUITS

- Je liste les produits et/ou services de mon établissement
- Je choisis des termes clairs et spécifiques à mon secteur d'activité



The screenshot shows the 'Services' section of a Google My Business profile. It lists several services: 'Service de marketing Internet' (principal category), 'Gestion campagne SEA', 'Concepteur de sites Web' (supplementary category), and 'Développement d'applications mobiles'. There are buttons to '+ Ajouter d'autres services' and 'Ajouter une catégorie d'activité'. A callout box titled 'À ÉVITER' (To Avoid) lists three items with red 'X' marks: 'Mettre en avant des photos et vidéos de mauvaise qualité (lourdes, pixelisées)', 'Charger des vidéos de plus de 100 Mo', and 'Utiliser des photos et vidéos non attrayantes'.

A - LISTER SES SERVICES SUR SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE

Depuis le tableau de bord d'établissement Google, vous pouvez ajouter facilement tous vos services. Il vous suffit de :

- Cliquer sur "Services". Si l'option n'apparaît pas, c'est que votre catégorie choisie n'est pas éligible avec cette fonctionnalité. Des catégories secondaires éligibles peuvent être ajoutées pour y voir l'option apparaître.
- Choisir parmi les services proposés (les services proposés dépendent de votre catégorie principale choisie lors des premières étapes.
- Cliquer sur "Appliquer"

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

B- LISTER SES PRODUITS SUR SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE

Depuis le tableau de bord d'établissement Google, vous pouvez ajouter facilement tous vos produits. Il vous suffit de :

- Cliquer sur "Produits"
- Choisir parmi les différents types de produits
- Indiquer les informations liées à votre produit (nom de la collection, photo du produit, nom du produit, prix, description, lien de redirection vers la page pour acheter le produit)
- Cliquer sur publier

Voici des exemples d'entreprises les plus susceptibles d'ajouter des produits :

- Fleuristes
- Concessionnaires de voitures
- Magasins de meubles
- Bijouteries



ASTUCE

- Rester honnête
- Garder une cohérence avec les informations des produits de votre site
- Bien choisir les bonnes catégories de services

ÉTAPE 2 : COMMENT BIEN COMPLÉTER SA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

LE SAVIEZ-VOUS ?

- 83% des internautes seraient plus susceptibles de se rendre en magasin s'ils pouvaient vérifier la disponibilité d'un produit avant la visite.
- Une fiche établissement bien renseignée apporte 30% de visibilité en plus !
- 76% des gens finissent par visiter une boutique après l'avoir vu sur via d'établissement Google.

The screenshot displays the Skuads dashboard for 'Skuads - Agence Marketing digital'. The left sidebar contains navigation options: Accueil, Posts, Infos, Statistiques, Avis, Messages, Photos, Produits (highlighted), Services, Site Web, Utilisateurs, Créer une annonce, and Ajouter un établissement. The main content area is titled 'Gérer les produits' and includes instructions: 'Ajoutez des produits à la fiche de votre établissement pour permettre aux utilisateurs de vous trouver dans la recherche Google et sur Maps.' Below this are two buttons: 'Ajouter un produit' and 'Afficher le produit sur Google'. A tabbed interface shows 'Tous les produits', 'Abonnement', and 'Développement'. The 'Tous les produits' tab displays five product cards:

Produit	Description	Prix
BOOST	Pour propulser votre business	149,00 €
PREMIUM	Pour un accompagnement exclusif	229,00 €
POWER UP	Idéal pour se lancer	59,00 €
Création/optimisation site web		
Optimisation Google My Business		199,00 €

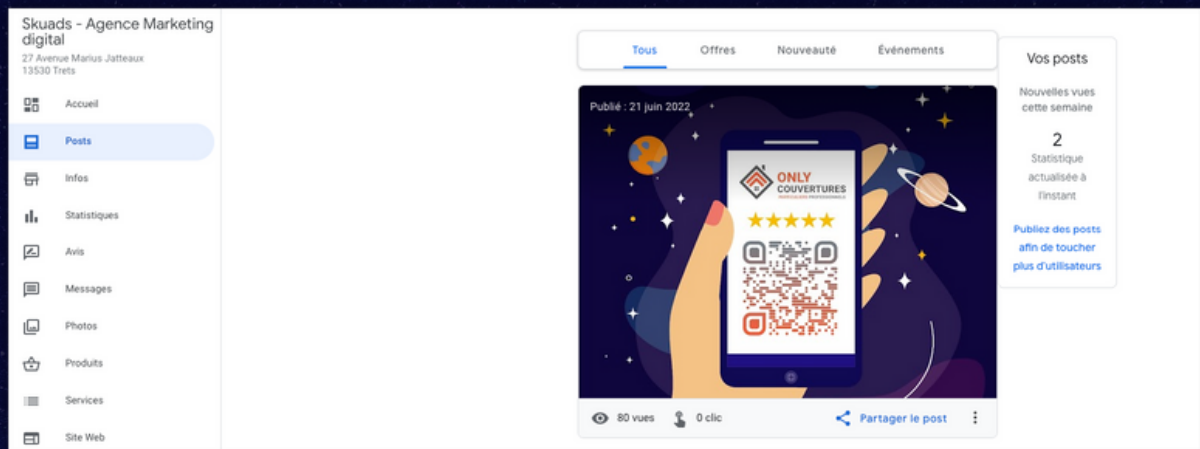
À ÉVITER

- ✗ Insérer des produits et des services pas d'actualité internet
- ✗ Laisser des produits en rupture de stock

ÉTAPE 3 : COMMENT FAIRE DES PUBLICATIONS ?

20

La fiche d'établissement Google propose une fonctionnalité qui va vous permettre de vous démarquer de vos concurrents et d'attirer davantage l'attention sur votre établissement. Vous avez la possibilité de poster des actualités diverses sur votre entreprise grâce à Google Posts. Cet outil va augmenter la visibilité de votre fiche sur les pages de résultats de recherches.



DE NOMBREUX AVANTAGES

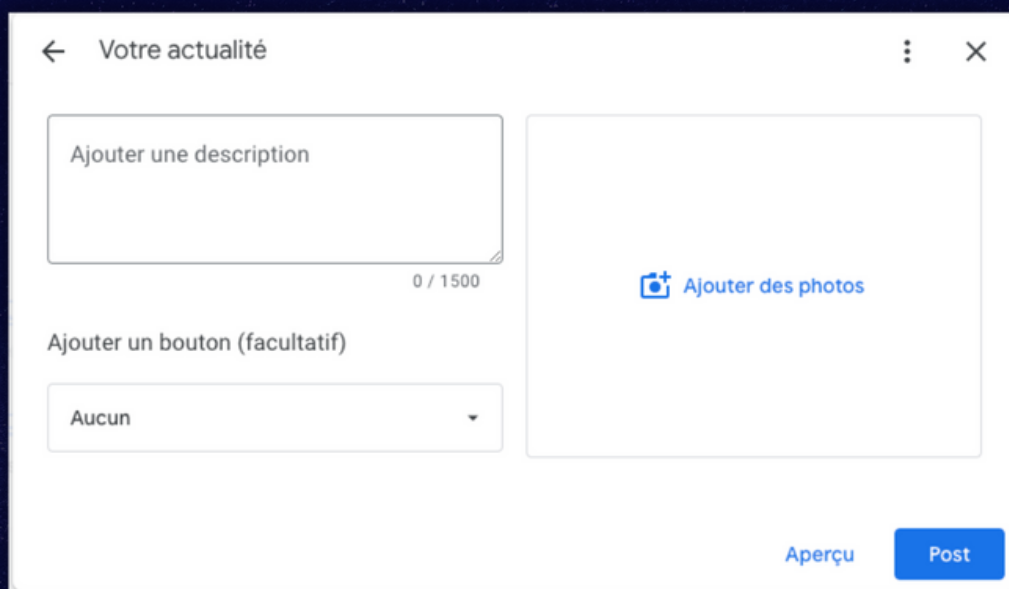
- Communiquer avec vos clients locaux
- Informer vos clients sur des informations favorables (promotion de vos produits, promotions, offres, événements, nouveautés...)
- Interagir avec vos clients grâce à des photos et vidéos

Le descriptif de vos Google Posts devra comporter entre 100 et 1500 caractères. Le principe des Google Posts est de ramener les visiteurs sur les pages de votre site grâce à des Call To Action pour générer du taux de clic. Un call to action est un terme marketing visant à susciter une réponse ou une vente immédiate.

ÉTAPE 3 : COMMENT FAIRE DES PUBLICATIONS ?

COMMENT FAIRE UN POST ?

Pour effectuer un post, rien de plus simple à partir du site d'établissement Google. Il faut commencer par choisir minutieusement une des catégories de post proposé (offres, nouveautés...). En fonction de la catégorie choisie, les informations à entrer sont différentes. L'outil est pratique car des emplacements sont déjà définis sur les différentes informations à ajouter.



The screenshot shows the 'Votre actualité' (Your update) interface. It features a text input field for a description with a character count of '0 / 1500'. Below this is a dropdown menu for 'Ajouter un bouton (facultatif)' (Add optional button) currently set to 'Aucun'. To the right is a large area for 'Ajouter des photos' (Add photos). At the bottom right, there are two buttons: 'Aperçu' (Preview) and 'Post'.

CALL TO ACTION DISPONIBLES

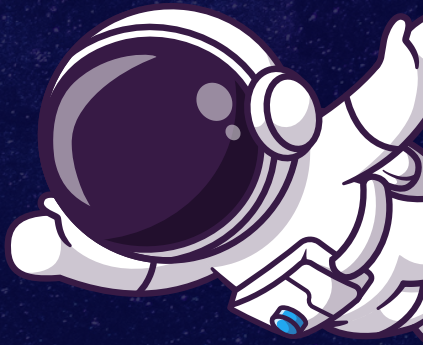
- Réserver
- Commander en ligne
- Acheter
- En savoir plus
- S'inscrire
- Appeler

Ne sous-estimez jamais le pouvoir des médias sociaux, même en ce qui concerne les classements SEO locaux. Google utilise en fait l'activité de vos plateformes de médias sociaux pour vous aider à classer votre entreprise.

ÉTAPE 3 : COMMENT FAIRE DES PUBLICATIONS ?

BONNES PRATIQUES

- ✓ Tirer le meilleur parti des 100 premiers caractères
- ✓ Créer des citations à partir de répertoires, portails et sites web pertinents
- ✓ Ajoutez des photos, des emojis, des hashtags et des liens comme sur un réseau social classique !
- ✓ Intégrez d'établissement Google à votre stratégie de réseaux sociaux. Alimenter de manière régulière votre fil d'actualité ce qui vous permettra d'améliorer votre référencement. En ajoutant régulièrement du contenu vous maintenez le bon positionnement dans la SERP, c'est-à-dire les résultats de recherche de Google. L'objectif étant d'être référencé dans les 3 premiers lorsqu'un utilisateur recherche votre activité dans votre ville !



LE SAVIEZ-VOUS ?

Les entreprises qui complètent à 100 % leur fiche GMB enregistrent 4 fois plus de clics vers leur site Web.

À ÉVITER

- ✗ Mettre des annonces en double
- ✗ Favoriser la quantité à la qualité

ÉTAPE 4 : COMMENT RECUEILLIR DES AVIS CLIENTS ET Y RÉPONDRE ?

COMMENT RECUEILLIR DES AVIS CLIENTS SUR LA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE ?

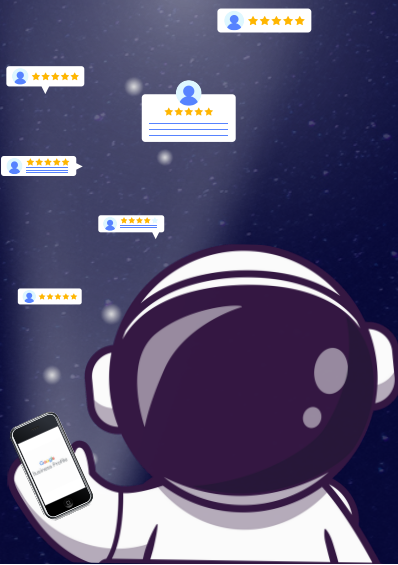
Les avis laissés et la note attribuée sur Google sont sans doute les éléments d'aide à la décision les plus marquants pour un potentiel prospect. Ils s'affichent à côté de votre fiche établissement dans Maps et dans la recherche. 79% des français font confiance aux avis clients.

Inciter ses clients à laisser un avis permet de gagner la confiance des futurs prospects plus aisément. Récolter des avis permet d'obtenir un meilleur référencement et une meilleure visibilité car ils sont directement pris en compte par le robot de Google pour établir un classement. En 2020, 87% des Français ont indiqué regarder les avis clients avant de prendre une décision d'achat.

COMMENT RÉPONDRE AUX AVIS CLIENTS ?

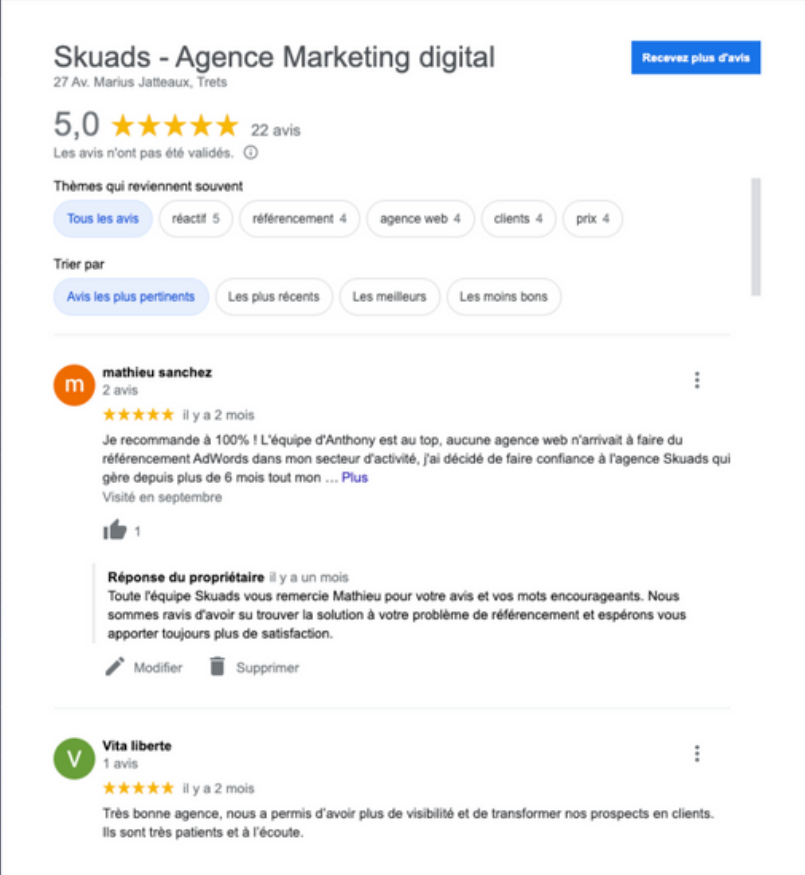
Vous pouvez demander à votre client de déposer un avis en le faisant personnellement ou bien avec l'aide d'un système de demande de satisfaction. Pour demander un avis, voici quelques idées :

- Après la fin d'un projet
- Après avoir traité une question ou un sujet difficile
- Après la visite d'un client dans votre établissement
- Après un achat



ÉTAPE 4 : COMMENT RECUEILLIR DES AVIS CLIENTS ET Y RÉPONDRE ?

N'achetez pas de faux avis pour développer votre fiche ! Cela risque de vous décrédibiliser et Google pourrait très bien supprimer votre fiche d'établissement Google.



Skuids - Agence Marketing digital [Recevez plus d'avis](#)
27 Av. Marius Jatteaux, Trets

5,0 ★★★★★ 22 avis
Les avis n'ont pas été validés. ⓘ

Thèmes qui reviennent souvent

Tous les avis réactif 5 référencement 4 agence web 4 clients 4 prix 4

Trier par

Avis les plus pertinents Les plus récents Les meilleurs Les moins bons

m mathieu sanchez 2 avis
★★★★★ il y a 2 mois
Je recommande à 100% ! L'équipe d'Anthony est au top, aucune agence web n'arrivait à faire du référencement AdWords dans mon secteur d'activité, j'ai décidé de faire confiance à l'agence Skuids qui gère depuis plus de 6 mois tout mon ... [Plus](#)
Visité en septembre

👍 1

Réponse du propriétaire il y a un mois
Toute l'équipe Skuids vous remercie Mathieu pour votre avis et vos mots encourageants. Nous sommes ravis d'avoir su trouver la solution à votre problème de référencement et espérons vous apporter toujours plus de satisfaction.

[Modifier](#) [Supprimer](#)

V Vita liberte 1 avis
★★★★★ il y a 2 mois
Très bonne agence, nous a permis d'avoir plus de visibilité et de transformer nos prospects en clients. Ils sont très patients et à l'écoute.



ASTUCE

Attendre 2-3 mois après le début d'un projet avec un client avant de demander un avis.

ÉTAPE 4 : COMMENT RECUEILLIR DES AVIS CLIENTS ET Y RÉPONDRE ?

COMMENT RÉPONDRE AUX AVIS CLIENTS ?

Pour maîtriser l'e-réputation de votre établissement, il faut absolument traiter les avis clients en répondant à tous les avis que vous recevez sur Google car :

- ✓ Excellent moyen d'augmenter la confiance auprès de vos clients
- ✓ Laisser une image positive sur votre entreprise à vos clients
- ✓ Rester proche de ses clients et à l'écoute
- ✓ Augmenter la fidélité

De plus, si vos clients sont satisfaits d'avoir fait appel à votre entreprise et que vous répondez toujours aux avis laissés, votre établissement deviendra crédible aux yeux de Google et pourra alors être mis en avant sur la page de résultat de recherche. C'est donc également un excellent moyen d'améliorer votre référencement local sur les moteurs de recherche.

AVANTAGES DE RÉPONDRE À UN COMMENTAIRE NÉGATIF

C'est l'occasion de les faire changer d'opinion sur un quelconque sujet. Répondre aux avis négatifs permet aussi de montrer à vos clients que vous les avez écoutés, entendus et que vous les avez considérés.

Sachez que répondre à un commentaire négatif en ayant trouvé une solution peut augmenter votre taux de conversion de 67% ! C'est-à-dire augmenter le pourcentage de visiteurs étant passé à l'action en ayant effectué une action.

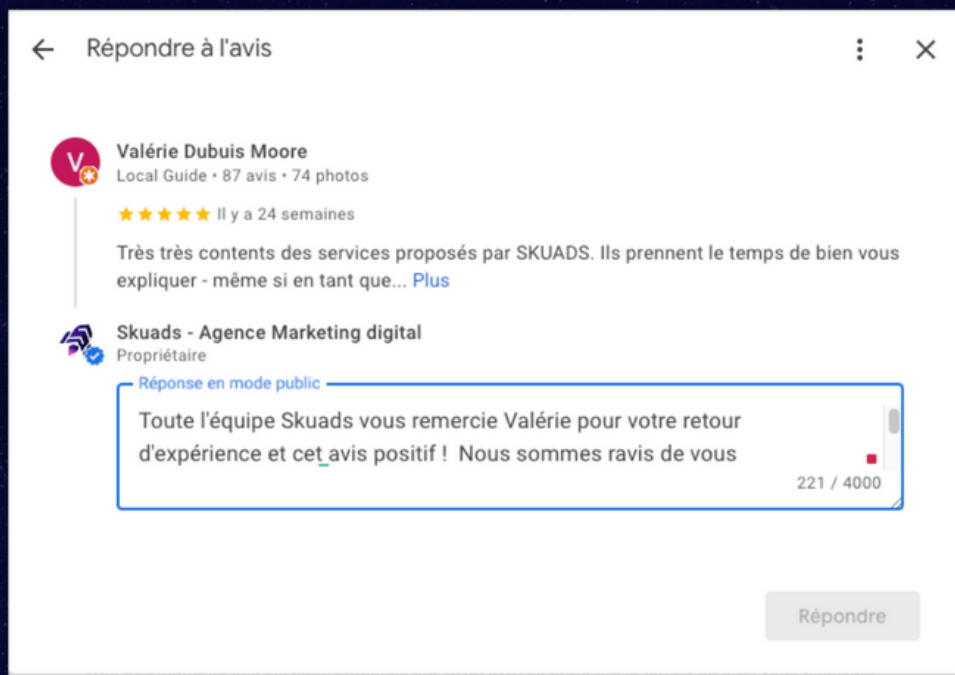
LE SAVIEZ-VOUS ?

- Les entreprises locales qui répondent à au moins 32% des commentaires voient leur taux de conversion plus haut de 80% que celles qui ne répondent qu'à 10%.
- 91% des consommateurs font confiance aux avis Google (surtout jeunes internautes).
- Les entreprises qui complètent à 100 % leur fiche GMB enregistrent 4 fois plus de clics vers leur site Web.

ÉTAPE 4 : COMMENT RECUEILLIR DES AVIS CLIENTS ET Y RÉPONDRE ?

POUR RÉPONDRE AUX AVIS

- ✓ Cliquer sur “Avis” sur le tableau de bord d'établissement Google
- ✓ Cliquer sur “répondre” au-dessous des avis
- ✓ Pour modifier votre réponse, il suffit de cliquer sur les 3 points et “Modifier”



AVIS POSITIFS

- Montrer que vous êtes reconnaissants
- Prendre en compte l'avis complet
- Signer votre message
- Répondre en moins de 2 jours

AVIS NEGATIFS

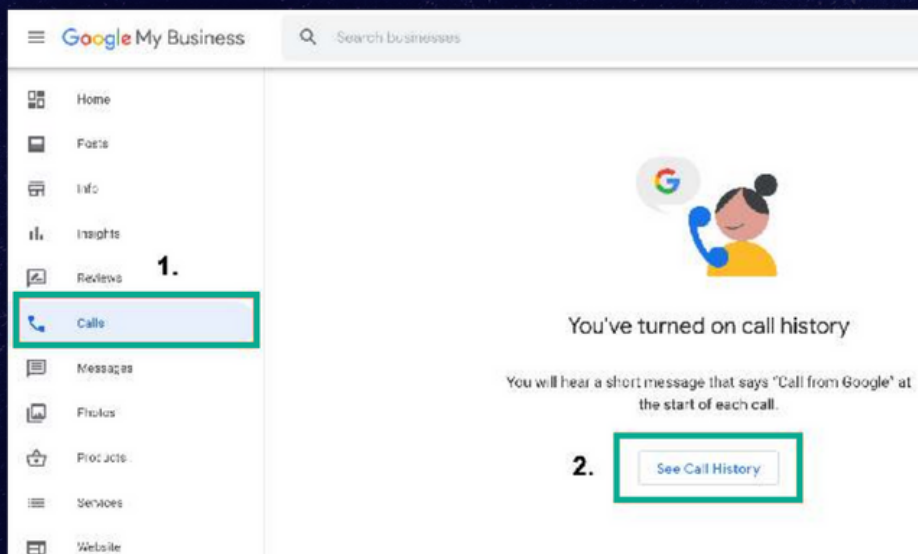
- Prendre du recul
- Répondre de manière publique
- Assumer ses erreurs
- Faire preuve d'empathie et proposer des solutions
- Personnaliser vos réponses

BONUS : AUTRES FONCTIONNALITÉS

La fiche d'établissement Google est un service qui ne cesse d'évoluer avec son temps. Chaque année, Google cherche à mettre en place de nouvelles fonctionnalités de plus en plus innovantes pour faciliter son utilisation et répondre aux exigences et besoins des utilisateurs. Des évolutions et de nouvelles fonctionnalités sont donc disponibles en 2022. En voici quelques-unes :

HISTORIQUE DES APPELS

Une fonctionnalité a été créée dans le but de gérer son historique d'appels. Elle est à l'heure d'aujourd'hui disponible uniquement aux États-Unis et au Canada, mais devrait arriver bientôt en France. À partir de votre compte Google, vous pourrez observer une liste avec les appels que vous avez initiés, répondus ou manqués. Pour avoir un moyen plus direct de vous joindre, il sera également possible d'envoyer et de recevoir des messages à partir de la recherche. Cela augmentera l'expérience de service à la clientèle et permettra d'augmenter le taux de conversion de visiteurs en clients !

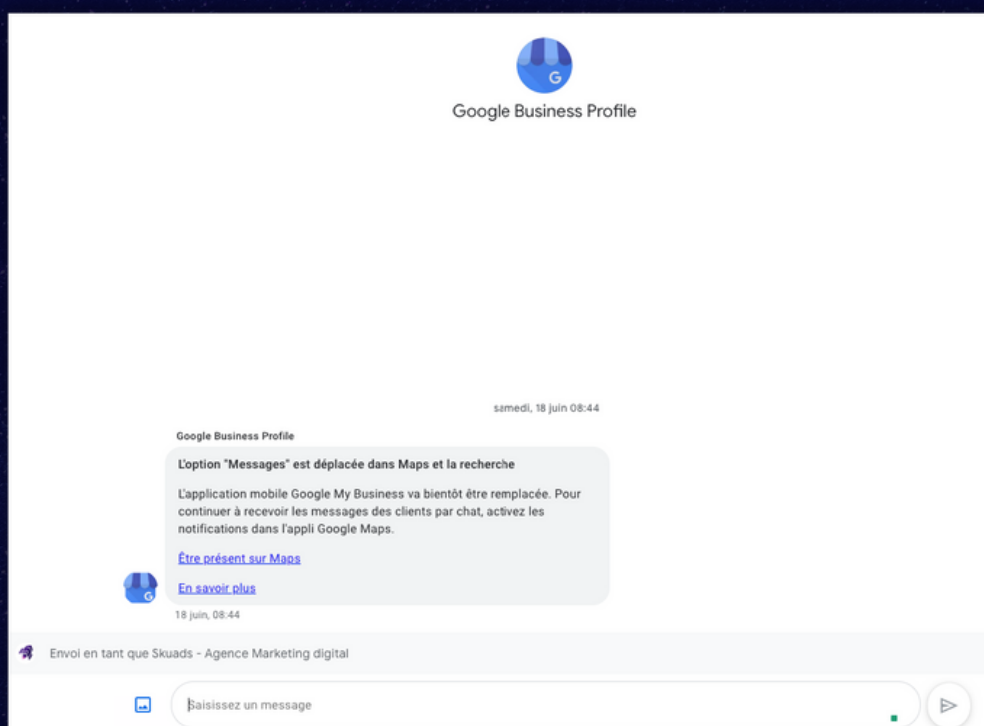


AFFICHAGE DE VOTRE INVENTAIRE

Si vous possédez une boutique en ligne, cette nouvelle fonctionnalité est faite pour vous. La fonctionnalité "En stock" est un excellent moyen d'afficher votre inventaire et d'en informer vos potentiels clients. Il permet aux acheteurs de directement voir si des articles sont en stock ou non sur des magasins à proximité. En voyant les produits disponibles, les futurs acheteurs seront plus susceptibles d'effectuer un achat ou de visiter votre magasin. Pour utiliser cette fonctionnalité il faudra tout de même vous inscrire à un outil gratuit, Pointy.

MESSAGERIE

La fonctionnalité évolue avec une mise à jour. Elle offre maintenant la possibilité d'utiliser Google Maps afin de discuter instantanément avec vos clients. Il suffit juste d'activer, à partir du profil Entreprise, le service Google Messages. Pour compléter cette avancée, il sera aussi bientôt possible d'accéder à ses messages depuis Google Search et y répondre directement sur ordinateur.



PUBLICATION EN MASSE PAR API

À l'heure actuelle, les Google Posts permettent aux entreprises de communiquer sur des actualités, ayant un ou plusieurs points de ventes. Le nombre de points de vente est aujourd'hui limité à 10, ce qui est plutôt restreint. Mais lors de la crise sanitaire Google a décidé d'étendre le nombre de points de ventes. Cette solution était très attendue et est très appréciée par les collaborateurs qui doivent échanger très régulièrement.

SOURCES

- [1] Google My Business : la liste des règles à respecter
<https://www.blogdumoderateur.com/google-my-business-liste-regles/>
- [2] Consignes relatives à la représentation de votre établissement sur Google
<https://support.google.com/business/answer/3038177?hl=fr>
- [3] Statistiques et chiffres clés sur le référencement local
<https://www.netoffensive.blog/referencement-naturel/bien-referencer-site/seo-specifique/referencementlocal/statistiques/#:~:text=56%20%25%20des%20entreprises%20locales%20doivent,25%20fois%20plus%20de%20clics.>
- [4] Optimisez votre référencement naturel local grâce à Google My Business
<https://blog.mediapost.fr/optimisez-referencement-nature-local-google-my-business/#title-h2-1:~:text=Les%20entrepris es%20ayant%20compl%C3%A9t%C3%A9es%20%C3%A0%20100%25,permettant%20de%20se%20rendre%20en%20magasin.>
- [5] Consignes relatives à la représentation de votre établissement sur Google
<https://support.google.com/business/answer/3038177?hl=fr#zippy=%2Cnom%2Choraires-douverture>
- [6] Top 12 des chiffres du référencement naturel en 2021
<https://maite-consulting.com/chiffres-referencement-naturel-seo/>
- [7] Référencement local : 20 chiffres clés à connaître
<https://blog.digitaleo.fr/referencement-local>
- [8] L'importance des photos dans Google My Business
<https://www.evermaps.com/faq/photos-google-my-business/#:~:text=Google%2C%20par%20son%20algorithme%2C%20favorise,vos%20internautes%20s%27en%20chargeront>
- [9] La mise à jour d'anciens contenus améliore votre positionnement
<https://www.netoffensive.blog/referencement-naturel/bien-referencer-site/on-site/redaction-web/qualite-contenu/actualisa-tion/>
- [10] L'importance des photos dans Google My Business
<https://www.evermaps.com/faq/photos-google-my-business/#:~:text=Google%2C%20par%20son%20algorithme%2C%20favorise,vos%20internautes%20s%27en%20chargeront>
- [11] À propos des fiches d'établissement Google
<https://support.google.com/business/answer/3038063?hl=fr&co=GENIE.Platform%3DAndroid>
- [12] SEO local Google My Business : comment optimiser votre fiche pour attirer et convaincre
<https://www.guest-suite.com/blog/seo-local-google-mybusiness#:~:text=Une%20page%20Google%20My%20Business,de%20leur%20Google%20Business%20Profile%E2%81%B4>
- [13] L'importance des photos dans Google My Business
<https://www.evermaps.com/faq/photos-google-my-business/#:~:text=Google%2C%20par%20son%20algorithme%2C%20favorise,vos%20internautes%20s%27en%20chargeront>

SOURCES

- [14] Ajouter des produits sur vos fiches Google My Business
<https://www.partoo.co/entreprises/blog/2020/09/28/ajouter-des-produits-sur-vos-fiches-google-my-business/>
- [15] SEO : 20 chiffres-clés à connaître en 2020
<https://comarketing-news.fr/seo-20-chiffres-cles-a-connaître-en-2020/>
- [16] Quel est l'importance d'avoir une fiche Google My Business ?
<https://wecodise.com/quelle-est-l'importance-avoir-une-fiche-google-mybusiness/#:~:text=Selon%20Google%2C%20la%20fiche%20entreprise,client%20de%20proximit%C3%A9%20plus%20important>
- [17] 5 façons d'utiliser vos réseaux sociaux pour aider votre référencement
<https://www.journaldunet.com/solutions/seo-referencement/1488781-5-facons-d-utiliser-vos-reseaux-sociaux-pour-aider-votre-referencement/>
- [18] Optimisez votre référencement naturel local grâce à Google My Business
<https://blog.mediapost.fr/optimisez-referencement-nature-local-google-my-business/#title-h2-1:~:text=Les%20entreprises%20ayant%20compl%C3%A9t%C3%A9es%20%C3%A0%20100%25,permettant%20de%20se%20rendre%20en%20magasin>
- [19] Étude d'Opinion et de l'IFOP sur l'importance des avis clients
<https://immo2.pro/actualite-immobilier/opinion-system-produit-son-etude-sur-l'importance-des-avis-clients-aupresdifop/#:~:text=Selon%20l'ifop%20et%20Opinion,recueil%20et%20leur%20affichage%20syst%C3%A9matique>
- [20] 87% des français regardent les avis clients avant d'acheter
<https://www.e-marketing.fr/Thematique/insights-1092/Breves/87-des-fran-ais-regardent-les-avis-clients-avant-d-acheter-359638.htm#>
- [21] Comment recueillir plus d'avis sur Google My Business ?
<https://www.pennylane.com/fr/blog/contenu-dirigeants/comment-recueillir-avis-google-cabinet-expertise-comptable/>
- [22] Avis clients : les 5 erreurs à ne pas faire
<https://blog.digitaleo.fr/avis-clients-les-5-erreurs-a-ne-pas-faire>
- [23] Pourquoi et comment répondre aux avis Google ?
<https://www.business.civiliz.fr/post/pourquoi-et-comment-r%C3%A9pondre-aux-avis-google#:~:text=En%202018%2C%2053%25%20des%20internautes,maintenant%20inf%C3%A9rieur%20%C3%A0%202%20jours>
- [24] Statistiques et chiffres clés sur le référencement local
<https://www.netoffensive.blog/referencement-naturel/bien-referencer-site/seo-specifique/referencement-local/statistiques/>
- [25] Top 12 des chiffres du référencement naturel en 2021
<https://maite-consulting.com/chiffres-referencement-naturel-seo/>
- [26] Optimisez votre référencement naturel local grâce à Google My Business
<https://blog.mediapost.fr/optimisez-referencement-nature-local-google-my-business/#title-h2-1:~:text=Les%20entreprises%20ayant%20compl%C3%A9t%C3%A9es%20%C3%A0%20100%25,permettant%20de%20se%20rendre%20en%20magasin>

CE LIVRE BLANC VOUS EST PROPOSÉ PAR

SKUADS

- AGENCE DE MARKETING DIGITALE -



www.skuads.com

