

COMMENT GÉRER SA FICHE GOOGLE BUSINESS PROFILE ?

Pourquoi gérer sa fiche Google ?



Attirer de nouveaux prospects par l'image



Montrer votre savoir-faire et vos prestations



Actualiser vos infos pour vos clients

Les fondamentaux

Pour que vous soyez visible sur le web, il convient de **bien remplir sa fiche Google Business Profile**.

Vous pouvez le faire à partir de l'interface d'administration depuis laquelle vous pouvez renseigner toutes sortes d'informations pratiques pour **améliorer votre visibilité en ligne**.

Cette interface est disponible sur internet mais aussi depuis l'application officielle **Google My Business** téléchargeable sur le Play Store et l'App Store.

Suite à la création d'une fiche Google Business Profile, vous pouvez renseigner certains points en attendant sa validation.



Par où commencer ?

1

Les horaires d'ouverture

Validez les jours d'ouverture de votre établissement. Vous pouvez ajouter plusieurs horaires pour un même jour afin de définir des plages horaires, comme les pauses par exemple.

2

Les types de services proposés

Des services vous sont proposés automatiquement si vous avez coché cette case précédemment. Répondez **Oui** ou **Non**, pour que vos clients puissent voir quels services vous proposez sur votre fiche Google Business Profile.

3

La description de l'entreprise

Rédigez une description de votre établissement, de ses activités et/ou services. Il est préférable de renseigner votre fiche avec un maximum d'informations (jusqu'à 750 caractères) en pensant au référencement.

Avant d'aller plus loin...

Avant de bien remplir et gérer votre fiche, retrouvez tous les conseils sur la création d'une fiche Google Business Profile :

Voir la fiche pratique :
[créer-sa-fiche-google-business-profile.pdf](https://laboutic.fr/creer-sa-fiche-google-business-profile.pdf)
(laboutic.fr)

12 informations à remplir sur sa fiche - 1/2

La fiche Google Business Profile rassemble les informations les plus susceptibles d'intéresser vos clients ou futurs clients.

Remplissez ces 12 critères le plus explicitement possible pour présenter une fiche complète et professionnelle.

1

Nom de l'établissement

Le nom public de votre établissement est modifiable à tout moment.

Recommandation :

Écrivez le nom de votre enseigne et non celui enregistré.

2

Les catégories

Elles décrivent la nature de votre établissement. Vous pouvez choisir une catégorie principale et des catégories secondaires.

Recommandation :

Rajoutez autant de catégories que vous voulez en restant pertinent.

3

L'adresse

Remplissez du mieux possible ce champ pour que vos clients puissent facilement vous trouver.

Recommandation :

Avec une adresse mal référencée vous pouvez passer à côté de nouveaux clients.

4

Zones desservies

Précisez dans quelles villes, départements ou régions votre activité fournit ses produits ou services.

Exemple :

Vous pouvez renseigner sur plusieurs niveaux de localisation pour favoriser votre référencement.

5

Les horaires d'ouverture

Très pratique pour afficher les tranches horaires sur lesquelles votre établissement est ouvert.

Recommandation :

Il est possible de renseigner plusieurs tranches horaires le même jour.

6

Horaires d'ouverture exceptionnels

Vous pouvez facilement les paramétrer si votre établissement ouvre ses portes lors de jours inhabituels.

Exemple :

Ouverture les jours fériés, les dimanches, pendant les fêtes, fermeture lors de vos congés.



12 informations à remplir sur sa fiche - 2/2

Sur votre compte Google, vous pourrez renseigner toutes ces données dans votre interface, avec l'onglet Infos situé à gauche.

7

Le numéro de téléphone

Élément très important de votre fiche sachant que 81% des consommateurs s'assurent que le produit est en stock avant de se déplacer.

Recommandation :

Écrivez le numéro votre numéro de téléphone professionnel.

8

Le site web

Vous pouvez renseigner l'URL de votre site vitrine ou e-commerce. Il peut être intéressant d'ajouter une deuxième URL destinée à la prise de rendez-vous si vous disposez de ce type d'options.

Exemple :

Si vos clients doivent faire leur réservation sur une plateforme externe, présentez cette URL.

9

Les produits et services proposés

Listez les produits ou services de votre établissement pour préciser votre activité. C'est avec ces informations qu'Adwords Express peut générer des annonces.

Recommandation :

Soyez le plus précis et le plus exhaustif possible.

10

Les attributs

Ils correspondent aux informations complémentaires sur votre établissement.

Exemple :

Accès PMR, Wi-Fi gratuit, toilettes, animaux acceptés...



11

La description de l'établissement

Il s'agit d'un court paragraphe de 750 caractères maximum décrivant votre établissement, son activité et toute autre information pertinente pour vos clients.

Recommandation :

Seulement les 240 à 250 premiers caractères seront affichés immédiatement.

12

La date d'ouverture

Vous pouvez gagner en légitimité en ajoutant à votre fiche Google Business Profile la date de création de votre établissement.

Recommandation :

L'ancienneté ou la nouveauté selon le contexte, rassurent et génèrent du trafic vers votre point de vente.

Comment être attractif avec sa fiche Google ?

Pour finir de **remplir convenablement votre fiche Google Business Profile** rendez-vous dans l'onglet **Photos** de votre compte.

Les différentes catégories :

- Vidéo de votre établissement
- Photos à 360°
- Photos d'extérieur
- Photos d'intérieur
- Photos de l'équipe au travail
- Photos de l'équipe
- Photo de profil
- Photo de couverture

Pour réaliser vos photos :

- Format : JPG ou PNG.
- Taille : entre 10 Ko et 5 Mo.
- Résolution minimale : 720 px de hauteur et largeur.



Pour réaliser vos vidéos :

- Durée : jusqu'à 30 secondes.
- Taille : jusqu'à 100 Mo.
- Résolution : au moins 720 px.

Les conseils à retenir :

 1 image vaut 1000 mots : **accorder une importance toute particulière à la qualité des photos qui vont présenter votre établissement, en utilisant si vous le pouvez du matériel professionnel.**

 Faites au moins 3 photos : **pour chaque catégories (excepté profil et couverture) avec des angles et des moments différents.**

 Soignez cette partie de votre fiche : **l'objectif est de mettre le plus en valeur votre établissement.**

 Ajoutez également des vidéos : **privilégiez des vidéos professionnelles pour présenter votre établissement et vos produits ou services.**

Et après ?

Maintenant que votre fiche Google Business Profile est remplie, vous devez continuer de la gérer :

- Maintenez vos informations **à jour** (photos, téléphone, adresse mail, horaires...)
- Incitez vos clients à laisser des **avis** ou des **photos** sur votre fiche Google (QR code, tablette...)
- Répondez aux **avis clients** (positifs comme négatifs, utilisez un modèle type pour gagner du temps)
- Publiez régulièrement des **photos** (et incitez vos clients à en partager sur votre fiche)
- Partagez vos **actualités** (événements, fêtes, promotions, soldes, nouveau catalogue...)
- Activez des **options** (retraits en magasin, la livraison...)

Besoin d'un conseil, d'un accompagnement...
contactez votre conseiller local



CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE