

# Améliorer son référencement avec google My Business



<b>Google my Business c'est quoi?</b>	<b>2</b>
<b>Informations de votre page</b>	<b>3</b>
Nom de l'établissement:	3
Catégorie	3
Adresse de l'établissement:	3
horaires d'ouverture	3
Numéro de téléphone	4
Nom de profil:	4
Lien pour prendre rendez-vous :	4
Gérer des produits	4
Services,	4
La description fournie par l'établissement	4
Photos:	4
<b>Gestion des statistiques</b>	<b>5</b>
<b>La gestion des avis</b>	<b>6</b>
<b>La gestion des photos</b>	<b>7</b>
<b>La gestion des posts</b>	<b>8</b>
Rédiger des posts de qualité pour votre entreprise	8
5 clés pour réussir la rédaction d'un post	9
Exemples de posts	11
Rédaction d'un post : ce qu'il faut faire	15
Rédaction d'un post : ce qu'il faut éviter	16
<b>Gestion des produits</b>	<b>17</b>
Ajouter un produit sur Google My Business	17
Ajouter un produit dans la recherche Google	17
Comment vos produits sont-ils présentés aux consommateurs ?	18

## Google my Business c'est quoi?



Google Business est une fiche d'entreprise qui apparaît à droite de l'écran Dans le résultats du moteur de recherche Google, lorsque l'on tape son nom. C'est une page qui va privilégier votre référencement local.

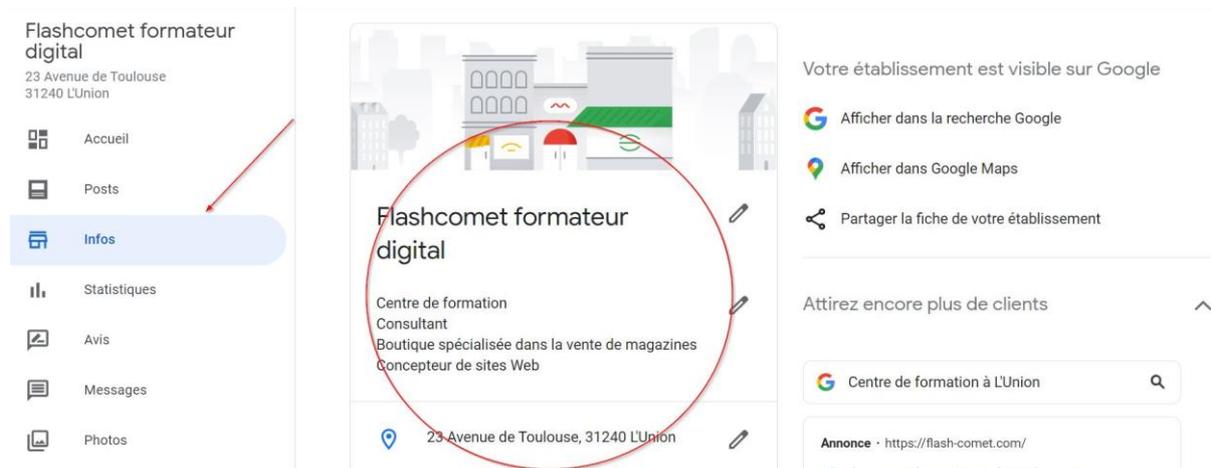
Une fois réalisé, cette page contient le nom de l'entreprise, le logo, les photos que vous aurez insérées, le plan d'accès en 3D plus Google Maps si vous avez indiqué une adresse de visite. Le lien vers votre site web, Les coordonnées téléphoniques, l'ensemble des avis que vous avez reçu.

Si vous avez une boutique en ligne on peut faire apparaître les produits associés à votre e-commerce ainsi que les "posts" associés aux articles de blog.

## Informations de votre page

Première étape nous allons vérifier ensemble le bon paramétrage et réglage de votre fiche GMB:

Pour accéder au paramétrage, à gauche cliquez sur le bouton "infos"



Nom de l'établissement:

penser aux mots clés Google car ce sont ces mots seront apparaître votre fiche.

Catégorie

On peut associer à votre fiche un ensemble de catégories. Pour cela, sélectionnez les catégories professionnelles les plus proches par rapport à votre métier.

Adresse de l'établissement:

Cette adresse apparaît dans la fiche publique de Google si vous ne désirez pas faire apparaître une adresse de votre fiche, dans ce cas-là, saisissez des zones géographiques autour de votre point de vente. cela permettra de faire apparaître un secteur de travail.

horaires d'ouverture

Pour indiquer à vos clients quand l'entreprise est fermée ou ouverte.

Dans certains cas, on peut ajouter des **horaires de service** à des offres spéciales par rapport à votre établissement.

## Numéro de téléphone

Saisissez un numéro de téléphone principal avec un 05 par exemple pour la région cuisine est un 06 pour un portable.

\*21\*0630009144#

Si vous mettez un 05.00.00.00 rediriger vers le portable : 06.00 00 00

## Nom de profil: @flashcomet

Associer un nom correspond à une signature. vous avez la même chose dans Instagram et dans Facebook. Si c'est possible préférez mettre la même signature partout.

Site web ajouter l'adresse url de votre site pas de mettre HTTPS

## Lien pour prendre rendez-vous :

Dans ce champ ajouter le lien de votre site internet avec votre fiche de contact

Par exemple ; <https://flash-comet.com/cpntact-formateur.html>

Autre exemple : <https://flash-comet.com/agenda-formateur.html> ( google agenda )

## Gérer des produits

- Soit on creer un produit ( à vendre ) puis un lien vers Réseaux sociaux
- Soit on creer un produit ( à vendre ) puis un lien vers E-shop

Dans ce champ vous pouvez ajouter des fiches produits que vous avez dans votre votre e-commerce. Dans ce champ vous allez retrouver la photo du produit, le titre, le libellé, le tarif et le lien vers votre site internet.

## Services,

vous pouvez ajouter l'ensemble des prestations que votre entreprise dispense auprès de vos clients.

Les attributs de la fiche Google sont des propriétés que l'on peut ajouter en fonction des services que vous proposez et des boutiques par exemple "handicapé" "place de parking"

## La description fournie par l'établissement

Conseils :

Créez une liste de mots-clés que vous saisissez dans un tableau Excel.

Cette liste va vous servir de réservoir de "mots clés" pour constituer la description de votre établissement dans votre site internet, Instagram et Facebook.

La description est un libellé de 740 caractères qui va apparaître dans votre fiche et qui va décrire ce que vous faites.

Si votre entreprise à une certaine ancienneté n'hésitez pas à rajouter **la date de création**

Photos: une fois par mois en ajouter une

Essentiel pour une bonne visibilité, vous pouvez ajouter des photos et les trier par catégorie comme par exemple les photos du propriétaire, les photos en 360, vous pouvez mettre des vidéos des photos d'intérieur, d'extérieur des photos d'équipe.

Ressources :

<https://www.pexels.com/fr-fr/>

<https://pixabay.com/fr/>

Photos en 360°

Procédure :

- aller sur **Apple store** ou **Play store**
- Installer : Google Street View
- Ouvre Google Street View
- Photo 360
- Partager ( RS et sur GMB ) 

## Gestion des statistiques



Les statistiques de visite apparaissent après environ 1 mois.

Après 1 mois vous aurez accès à l'ensemble

- des **recherches direct** ce sont tous les utilisateurs à qui trouve le profil de votre établissement en tapant directement le nom de l'entreprise
- ensuite vous avez les gens qui **découvre** c'est-à-dire les utilisateurs qui trouve la fiche par rapport à une catégorie ou un service ou des mots clés

- enfin **par marque** associée à un produit .

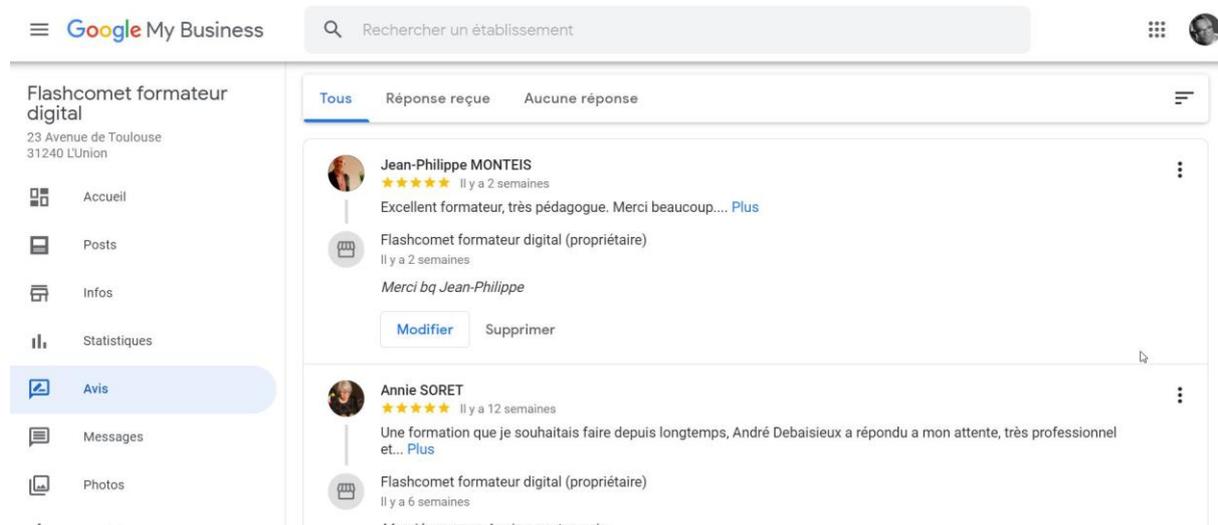
Vous avez un mois le nombre de vues de votre fiche, les liens peuvent provenir du moteur de recherche ou des lien direct depuis une fiche maps.

Dans les statistiques nous avons les actions des clients les actions des clients peuvent être -

- un clic vers votre site internet
- un clic vers une demande d'itinéraire
- ou un clic vers un appel téléphonique

Nous avons les statistiques sur la vue de vos photos, une comparaison par rapport à des établissements similaires.

## La gestion des avis



Les avis dans Google my business sont des outils redoutables pour votre communication. Il est réellement nécessaire de les suivre et de répondre.

Voici quelques exemples de bonnes pratiques:

- **Cas numéro 1** on vous a mis une bonne note, répondez en remerciant la personne.
- **Cas numéro 2** l'avis est négatif:
  - Remercier la personne,
  - ne la critiquez pas,
  - ne vous justifiez pas,
  - Proposez de la contacter pour trouver une solution.
- **Cas numéro 3** l'avis est posté par un faux identifiant, généralement des concurrents.
  - Remercier la personne d'avoir donner un avis,
  - indiquer qu'il ne vous semble pas connaître la personne est invitez là à s'identifier afin de l'aider à résoudre son problème.



## En cas de problème d'Avis

Si vous avez rencontré des problèmes d'ordre non juridique concernant les [Conditions d'utilisation](#) de Google ou les règles relatives aux produits, consultez le site suivant : <http://support.google.com>.

Nous vous demandons d'envoyer une notification séparée pour chaque service Google diffusant le contenu concerné.

À quel produit Google votre demande est-elle associée ?

 Blogger/Blogspot

 Google+

 Recherche sur le Web Google

 Une annonce Google

 Google My Business (avis, questions et réponses, et fiches d'établissement)

 Google Drive et Google Documents

 Google Play – Musique

 Google Play – Applications

 Google Shopping, avis et images

 Google Images

 Google Photos and Picasa Web Albums

 YouTube Voir plus de produits

<https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905?hl=fr>

<https://support.google.com/business/answer/4596773?co=GENIE.Platform%3DAndroid&hl=fr>

### Créer ou gérer votre gravatar

Aller sur le site : <https://fr.gravatar.com/emails/>

Créer un compte / valider

Ajouter un mail + une photo de profil

*Valide pour le ref site Internet / Facebook / Instagram / Google my business / LinkedIn*

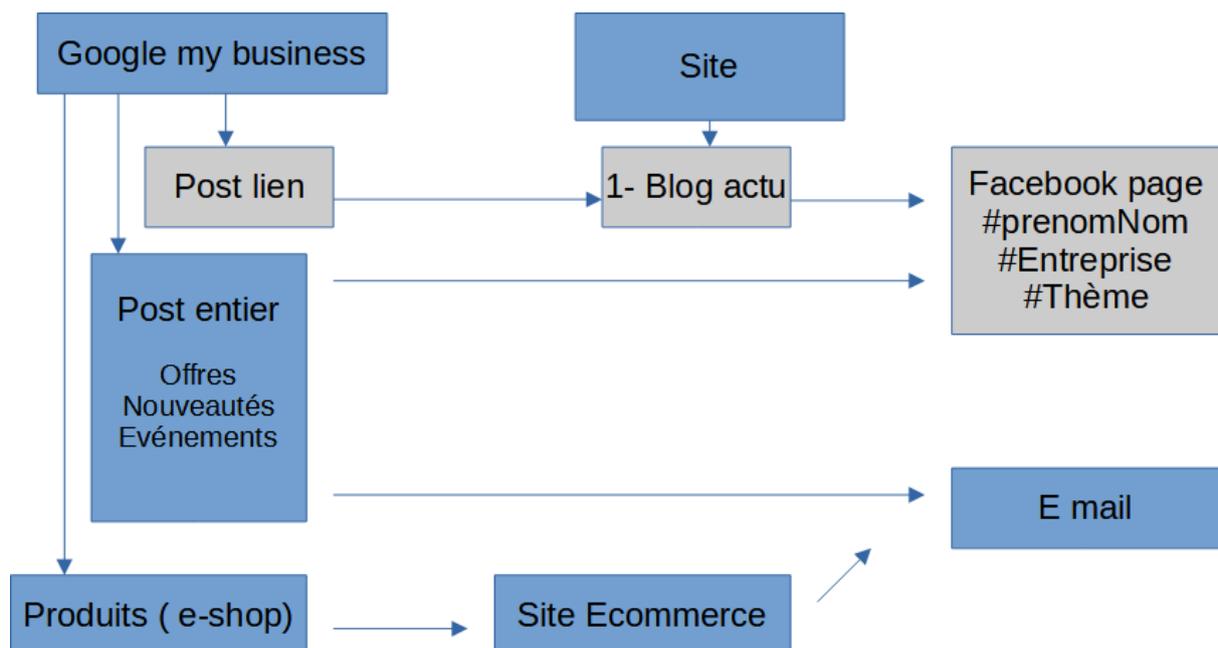
## La gestion des photos



Pensez comme indiqué plus haut à ajouter des photos d'entreprise. En plus de ce qui a été écrit plus-haut

Sachez que, en fonction de la qualité de votre smartphone, il est possible de réaliser gratuitement avec l'application "Street View" une photo 360 que vous pouvez intégrer à votre fiche.

## La gestion des posts



Flashcomet formateur digital  
23 Avenue de Toulouse  
31240 L'Union

Accueil  
Posts  
Infos  
Statistiques  
Avis  
Messages  
Photos

Rechercher un établissement

Info COVID-19 | Ajouter une offre | Ajouter une nouveauté | Ajouter un événement | Ajouter un produit

Tous | Offres | Nouveauté | Événements

Publié : Il y a 1 jour

Qualiopi

Accueil | Cours | Connexion | Commander | Blog | Contact | FAQs

FORMATION QUALIOPi

Vos posts  
Nouvelles vues cette semaine  
20  
Statistique actualisée à l'instant  
Publiez des posts afin de toucher plus d'utilisateurs

## Rédiger des posts de qualité pour votre entreprise

Lorsque les clients trouvent votre entreprise sur Google, ils peuvent voir s'afficher dans la recherche Google et sur Google Maps les offres, les actualités et les événements issus de vos posts. Les posts vous permettent de communiquer différentes informations à vos clients :

- La tenue d'événements, comme un brunch jazz ou une session en magasin
- Des offres spéciales, comme des promotions ou des remises
- Des annonces, par exemple "Nocturne ce samedi" ou "Invités de marque cette semaine !"

Lorsque vous publiez un post sur Google à l'attention de vos clients, celui-ci doit être bref et utile. Il doit les inciter à agir. Veillez également à la mise au point et à la luminosité des photos. Voici un exemple de post efficace :

*Rapido Bistro*



#### *Forfait brunch spécial Fête des mères*

*Gâtez votre maman en l'invitant à déguster notre menu spécial brunch à 20 \$ (avec notre incontournable tarte aux noix de pécan !). En plus, elle repartira avec un magnifique bouquet de notre partenaire Fleurs et bonheur ! Les places sont limitées, alors réservez dès aujourd'hui !*

Voici les points forts de ce post :

La photo est nette, lumineuse et bien cadrée.

Le titre et le texte invitent à l'action: "Forfait brunch spécial Fête des mères", "Gâtez votre maman".

Le post est court et n'inclut que les informations nécessaires : "menu spécial brunch à 20 \$", "incontournable tarte aux noix de pécan".

Il comprend une invitation à l'action précise : "Réservez maintenant".

### 5 clés pour réussir la rédaction d'un post

1. Type de post : Votre post concerne-t-il un événement ? Une offre ou une promotion limitée dans le temps ? Avez-vous des informations à communiquer ? Réfléchissez à l'objectif de votre post. Doit-il encourager les clients à visiter votre magasin, vendre un produit ou annoncer une nouvelle fonctionnalité ?
2. Photos/Vidéos : Prenez une photo haute résolution qui renforce votre message et met en valeur votre post.  
Photos : Choisissez des photos simples, directes, nettes et bien éclairées, avec des couleurs vives et contrastées. Elles doivent avoir une résolution minimale de 400 px de large sur 300 px de haut, et être au format JPG ou PNG.  
Vidéos : Nous acceptons les formats de fichiers vidéo AVI, MP4, MOV, FLV, WMV, MPG, M4V, MKV, M2TS et MTS. La taille maximale est de 100 Mo.

3. Titre (si votre post concerne un événement) : Décrivez votre événement en quatre à cinq mots. Le titre peut faire jusqu'à 58 caractères.
4. Détails complémentaires : Décrivez clairement l'offre ou l'événement. La partie détaillée de votre post peut inclure jusqu'à 1 500 caractères, mais la longueur idéale est comprise entre 150 et 300 caractères.
5. Incitation à l'action : Ajoutez des instructions telles que "Achetez", "Réservez en ligne", "En savoir plus", "Appelez" ou "Visitez".

Conseil : Vous n'avez pas besoin de préciser le nom de votre entreprise, car il apparaît toujours dans le post. Pour respecter le nombre maximal de caractères, vous pouvez également abréger les mois, les jours et les heures. Découvrez plus de conseils [ci-dessous](#).

## Exemples de posts

Type : Offre

Marchand : Pizzeria Marcel

Photo : Pizza

Incitation à l'action : "Appelez-nous ou venez"



*Ce week-end, les enfants mangent à l'œil ! Les familles sont toujours les bienvenues chez Marcel, et pour vous le prouver, seuls les adultes payent leur repas ce week-end. L'offre est réservée aux enfants de moins de 18 ans dînant au restaurant ce vendredi 28, samedi 29 et dimanche 30 avril. Appelez-nous ou venez dès maintenant pour réserver !*

Type : Offre

Photo : Chiot

Marchand : Le roi chien

Incitation à l'action : "Réservez maintenant"



*Offrez une coupe d'été à votre animal de compagnie ! Jusqu'à vendredi, le forfait toilettage est à 50 \$ seulement. Profitez-en pour découvrir notre sélection de bandanas originaux : un offert pour tout forfait acheté ! Réservez maintenant !*

Type : Événement

Marchand : Les pros de l'impôt

Photo : Impôts

Incitation à l'action : "Appelez-nous"



### Consultation fiscale de dernière minute

*Vous avez attendu la dernière minute pour faire votre déclaration ? Pas de panique ! Nous serons heureux de vous accueillir dans l'une de nos consultations dédiées. Réservez un créneau de 15 minutes entre le 10 avril à 7h30 et le 14 avril à 19h30. Nos experts-comptables vous orienteront dans la bonne direction, en vous indiquant les formulaires appropriés, les déductions applicables et les dispositions particulières. Appelez-nous pour obtenir un devis gratuit.*

Type : Événement

Photo : Yoga

Marchand : Studio et spa Om

Incitation à l'action : "Réservez maintenant"



*À vous la zénitude avec notre défi 30 jours*

*Retrouvez d'autres adeptes du yoga pendant tout le mois de juillet : relevez notre défi 30 jours pour améliorer votre tonicité et votre pratique, quel que soit votre niveau. Les inscriptions ouvrent le 10 juin et les cours commencent le 1er juillet. Les places sont limitées, alors réservez en ligne dès maintenant. Ommm !*

Type : Actualités

Marchand : Les Antipodes

Photo : Concert

Incitation à l'action : "Achetez vos billets"



*Nous venons de mettre en vente 100 billets supplémentaires pour le spectacle de ce soir, "Rock en folie", où vous pourrez découvrir les nouveaux talents de la scène locale. Solos de guitare épiques au programme et pogos encouragés ! Attention, le show "Rock en folie" des Antipodes est réservé aux plus de 18 ans. Achetez vos billets maintenant !*

## Rédaction d'un post : ce qu'il faut faire

Soyez précis : quels sont les trois éléments à transmettre à votre client ? De quoi voulez-vous qu'il se souvienne, pour combien de temps et quand ?

"Happy Hour ! Milkshakes à moitié prix de 17h à 18h tous les vendredis."

Misez sur le relationnel. Affichez les valeurs de votre entreprise :

"Les familles sont toujours les bienvenues chez Marcel, et pour vous le prouver, les enfants mangent à l'œil ce week-end !"

Indiquez à vos clients ce qu'ils peuvent faire. Vous vendez un produit ? Dites-leur comment ils peuvent l'acheter.

"Le prix des billets varie de 60 à 160 \$. Ils seront ouverts à la vente au guichet à partir d'aujourd'hui à 12h."

Mettez en évidence les caractéristiques uniques de votre entreprise, produit ou offre. Grand choix de produits ? Livraison gratuite ? Faites-le savoir :

"Livraison gratuite pour toute commande de plus de 50 \$."

Exploitez les opportunités du moment — servez-vous d'un argument de vente clé ou d'un produit très prisé pour susciter l'intérêt des internautes :

"C'est le printemps ! 30 % de remise sur toutes les bascules."

N'oubliez pas d'inclure toutes les instructions d'utilisation, les codes uniques ou les restrictions sur les offres ou les promotions :

"10 \$ de réduction à partir de 50 \$ d'achat. 50 % de remise sur certains articles de prêt-à-porter féminin".

Écrivez les jours et les mois en abrégé, sans ajouter de point, pour laisser plus de place à votre post :

jan, fév, mars... lun, mar, mer...

Abrégez les heures de la façon suivante :

9h, 17h, 12h, 0h

## Rédaction d'un post : ce qu'il faut éviter

N'employez pas de jargon commercial :

*"BOGOF : -50 % sur les sneakers homme".*

N'abusez pas des points d'exclamation ni des majuscules :

*"REMISES exceptionnelles aujourd'hui !!!"*

N'annoncez pas plus d'une information ou d'une offre par message :

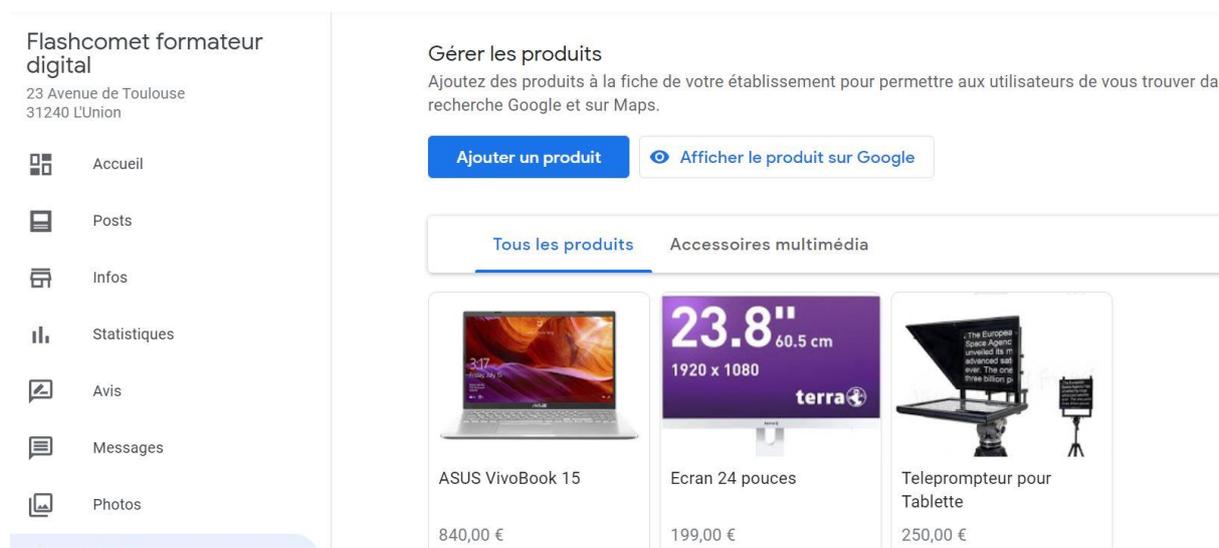
*"Thé ou café à moitié prix de 15h à 18h le vendredi et un donut gratuit pour 6 achetés en semaine".*

N'élaborez pas d'offre comportant trop d'exclusions :

*"-10 % sur les nouveaux sandwiches de saison. Non applicable sur les formules déjeuner."*

Remarque : Les posts doivent respecter l'ensemble des règles de Google My Business (Règlement relatif au contenu, Règles relatives aux avis et Consignes relatives aux photos).

# Gestion des produits



Flashcomet formateur digital  
23 Avenue de Toulouse  
31240 L'Union

Accueil  
Posts  
Infos  
Statistiques  
Avis  
Messages  
Photos

Gérer les produits  
Ajoutez des produits à la fiche de votre établissement pour permettre aux utilisateurs de vous trouver da  
recherche Google et sur Maps.

Ajouter un produit Afficher le produit sur Google

Tous les produits Accessoires multimédia

ASUS VivoBook 15  
840,00 €

23.8" 60.5 cm  
1920 x 1080  
Ecran 24 pouces  
199,00 €

Teleprompteur pour  
Tablette  
250,00 €

## Ajouter un produit sur Google My Business

1. Sur votre ordinateur, connectez-vous à [Google My Business](#).
2. Dans le tableau de bord en ligne, accédez à l'onglet "Produits", puis cliquez sur Ajouter



> Ajouter un produit.

3. Importez une photo.
4. Attribuez un nom au produit.
5. Sélectionnez la Catégorie de produits.

Si nécessaire, cliquez sur la flèche vers le bas et sélectionnez "Créer une catégorie".

6. (Facultatif) Définissez une gamme de prix ou un prix fixe.
7. (Facultatif) Créez une description.
8. (Facultatif) Ajoutez un bouton comme "Acheter" ou "En savoir plus".
9. Cliquez sur Enregistrer.

## Ajouter un produit dans la recherche Google

Important : Vous ne pouvez pas ajouter de produit via la recherche Google dans l'Espace économique européen, au Royaume-Uni, en Suisse ou en Turquie. Dans ces pays, vous pouvez cependant gérer vos produits via le site Web ou l'application Google My Business.

1. Connectez-vous au compte Google que vous avez utilisé pour vous inscrire à Google My Business.
2. Pour afficher le profil de votre établissement, recherchez le nom exact de votre entreprise sur Google. Vous pouvez également rechercher "mon établissement".
3. Si vous avez besoin de gérer le profil de votre établissement, sélectionnez "Afficher le profil".
4. Sélectionnez Modifier le profil > Produits > Ajouter un produit. Pour modifier ou supprimer des produits, sélectionnez-les dans la liste.
5. Remplissez les champs pour envoyer un produit.

Les produits que vous avez récemment modifiés et les catégories associées s'affichent en premier dans la liste des produits. L'affichage des produits que vous ajoutez ou modifiez peut

prendre quelques minutes. Nous vous recommandons de patienter un peu et d'actualiser la page après avoir effectué des modifications.

## Comment vos produits sont-ils présentés aux consommateurs ?

Voici les informations présentées aux utilisateurs lorsqu'ils recherchent le profil de votre établissement dans la recherche Google via leur ordinateur, leur appareil mobile ou l'application Google Maps :

Dans l'application mobile Google Maps : un carrousel de produits

Dans la recherche Google uniquement : un carrousel de produits et un onglet "Produits"