Optimiser sa fiche Google Business Profile pour être trouvé localement

Marketing digital · 11 min de lecture · Débutant

Ce que vous saurez faire

1. Choisir la catégorie principale qui correspond aux recherches de vos clients.
2. Rédiger une description et des services qui donnent envie d’appeler.
3. Mettre en place une routine mensuelle d’avis, de photos et de publications.

Pourquoi la fiche Google compte autant

1 Trois établissements affichés sur la carte avant les sites

2 Souvent la première impression laissée au client local

3 Fiches à moitié remplies : un défaut qui se corrige vite

Les trois critères du classement local

1. Pertinence, distance et notoriété de l’établissement
2. La distance ne dépend pas de vous
3. La pertinence dépend de ce que vous déclarez

Nom, catégorie et zone desservie

1. Le nom de la devanture, sans mots-clés ajoutés
2. Une catégorie principale précise, des secondaires réelles
3. Adresse masquée et zone déclarée si vous vous déplacez
4. Des horaires exacts, jours fériés compris

Une description qui fait décrocher le téléphone

1. Environ 750 caractères, l’essentiel dans les premières lignes
2. Métier, public, zone et engagement concret
3. Les mots de vos clients dans la rubrique Services

Des photos réelles comme signe de sérieux

1 Logo, couverture, équipe, véhicule, réalisations

2 Aucune image de banque d’images

3 Des visuels propres à votre métier

Récolter des avis sans tricher

1. Le lien « Demander des avis » envoyé après une prestation réussie
2. « Quelques mots laissés sur ma fiche Google me rendraient grand service »
3. Jamais de cadeau en échange ni de faux avis

Répondre aux avis, bons ou mauvais

1. Remercier en citant un détail de la prestation
2. Rester calme face à une critique et proposer un échange privé
3. Une réponse écrite d’abord pour les futurs clients

La routine mensuelle de trente minutes

1. Une actualité avec photo et quelques images récentes
2. Avis, questions et horaires vérifiés
3. Appels, itinéraires et clics relevés
4. Éviter les changements de nom ou les fiches multiples

Audit express de votre fiche en 20 minutes

1. Comparer votre catégorie à celle des trois premiers concurrents
2. Au moins cinq services et dix photos réelles
3. Une action datée par point faible, trois demandes d’avis aujourd’hui

L’essentiel à retenir

1. La carte locale de Google capte une grande partie des clics avant les sites classés dessous.
2. Gardez le nom exact de l’entreprise, sans mots-clés ajoutés, pour éviter une suspension.
3. La catégorie principale est le réglage le plus décisif : choisissez la plus précise possible.
4. Rédigez une description factuelle : métier, zone, prestations et un engagement que vous tenez.
5. Demandez un avis juste après une prestation réussie, avec le lien direct de votre fiche.
6. Répondez à chaque avis : les futurs clients jugent surtout votre attitude.
7. Trente minutes par mois suffisent pour garder une fiche active et à jour.

Aller plus loin

Je forme les écoles et les entreprises sur ce sujet, en présentiel autour de Lyon ou en visio.

Toutes les formations gratuites : maximbonnefoy.fr/formations-gratuites