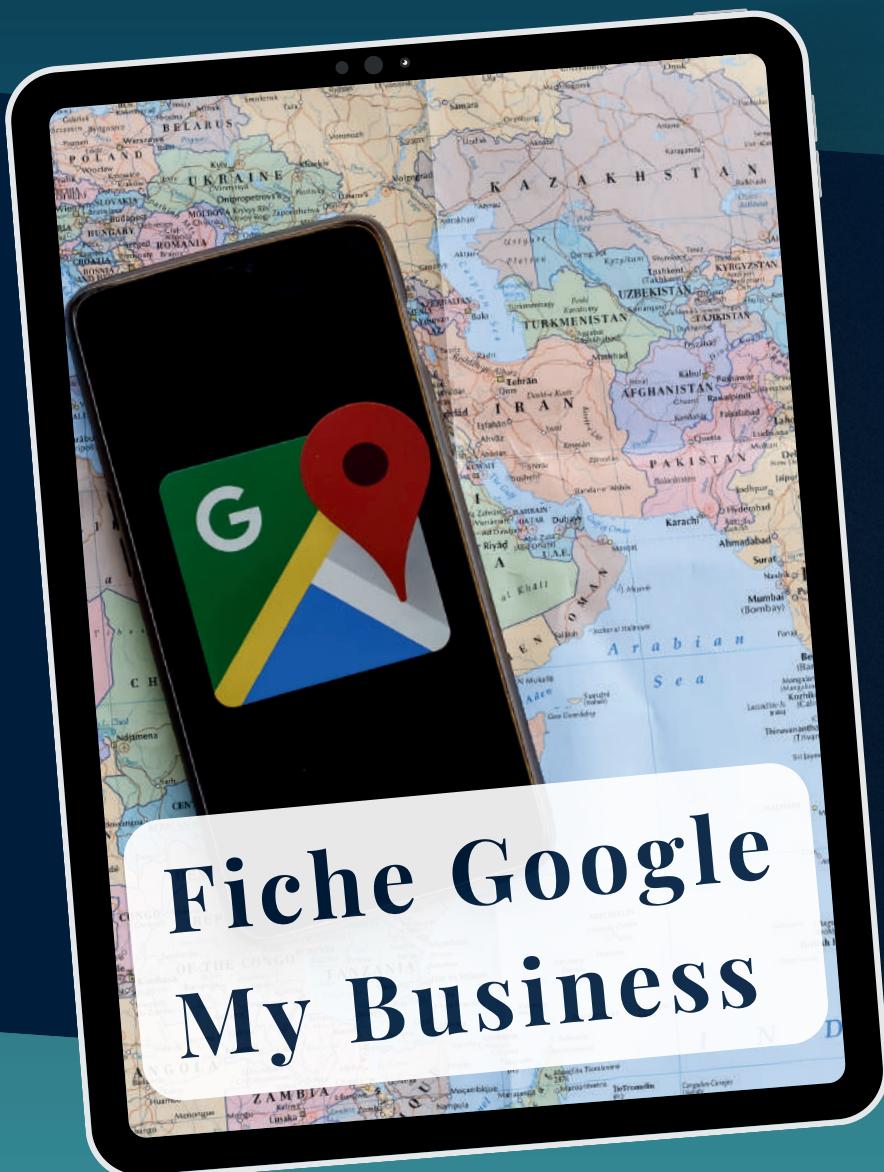


MINI GUIDE

BOOSTEZ VOTRE VISIBILITÉ EN LIGNE



Procom Solution

Introduction

Êtes-vous réellement visible pour vos clients ?



↓ Saviez vous que **92 %** des Français utilisent Google pour leurs recherches en ligne ?

Si votre fiche Google My Business n'est pas optimisée, vous risquez de passer inaperçu auprès de nombreux clients potentiels.

Une fiche bien construite et optimisée peut :

 **Améliorer votre visibilité locale :** apparaît dans les résultats de recherche locale sur Google et sur Google Maps. Ainsi, vos clients potentiels vous trouvent rapidement dans votre région.

 **Renforcer votre crédibilité :** une fiche bien remplie avec des informations reflétant votre professionnalisme.

 **Accéder à des informations précieuses :** statistiques, termes de recherche, actions des clients... autant de données pour affiner votre stratégie marketing.

SOMMAIRE

01 **Créer une fiche Google My Business**

La base pour chaque établissement.

02 **Optimiser vos informations**

Faites briller votre fiche.

03 **Gestion des avis et publications**

Dialoguez avec vos clients

04 **SEO local simplifié**

Augmentez votre visibilité sur Google

05 **Bonus multi-établissements**

Centralisez et gérez efficacement.

06 **Conclusion**

Faites de votre fiche un levier stratégique



CHAPITRE 1 :

Créer une fiche Google My Business



Créer une fiche Google My Business



Étape 1 : Vérifiez si votre fiche existe

Si elle existe déjà :

- Recherchez votre entreprise sur Google.
- Si une fiche apparaît, cliquez sur « Revendiquer cette entreprise » et suivez les instructions.

Si elle n'existe pas :

- Passez à l'étape suivante pour créer une nouvelle fiche.

Étape 2 : Créez ou modifier votre fiche

1. Accédez à business.google.com.
2. Connectez-vous avec un compte Google **professionnel**.
3. Saisissez les informations de base :
 - Nom exact de votre entreprise..
 - Adresse complète (vérifiez bien qu'elle est correcte et standardisée).
 - Catégorie principale : choisissez la catégorie qui reflète le mieux votre activité.

Astuce : Si vous avez plusieurs spécialités, précisez les plus tard dans la description.

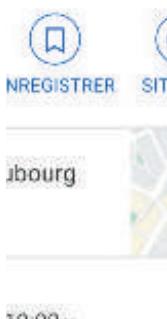


Créer une fiche Google My Business



Indira de Paris
4.6 ★★★★★ (91)
Boutique d'accessoires de mode à Paris

APERÇU ACTU PROPOS AVIS



Étape 3 : Validez votre fiche

Choisissez un mode de validation :

- **Par courrier postal** : Google envoie un code de validation à l'adresse de votre entreprise.
- **Par téléphone ou email** : selon votre localisation, ces options peuvent être disponibles.

Une fois validée, **personnalisez** votre fiche :

- Ajoutez une description engageante.
- Ajouter des services détaillés (bilan auditif, ajustement, entretien)

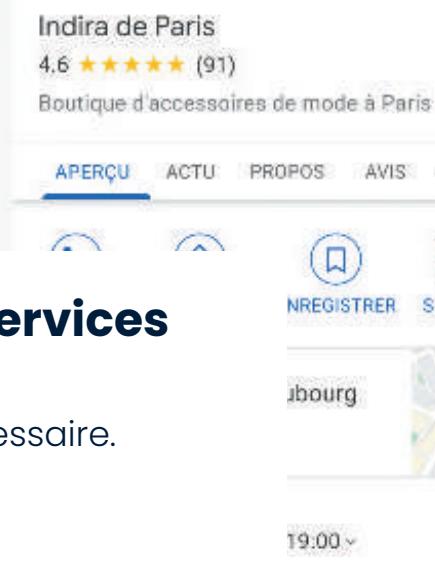
Étape 4 : Vérifier les informations NAT (Nom, Adresse, Téléphone)

1. Nom : Pas de mots-clés ou de slogans inutiles, gardez-le clair et officiel.
2. Adresse : Correspond exactement à celle sur votre site web ou vos autres documents.
3. Téléphone : Incluez un numéro local (évitez les 08 ou des numéros anonymes).

Astuce : La cohérence des infos NAT booste votre référencement local.



Créer une fiche Google My Business



Étape 5 : Paramétrer vos horaires et services

Heures d'ouverture :

- Soyez précis et incluez les pauses déjeuner si nécessaire.

Services proposés :

- Proposez en plusieurs.

Bonus : Inscrivez votre entreprise sur des annuaires en ligne

Inscrivez votre entreprise sur des plateformes comme les Pages Jaunes, Doctolib ou Local.fr pour améliorer votre référencement local et crédibiliser encore plus votre présence en ligne.

Les avantages :

- **Visibilité augmente** : Les annuaires renforcent votre présence sur Google en multipliant les points d'entrée vers votre entreprise.
- **Cohérence des informations** : Vérifiez que les informations inscrites (nom, adresse, téléphone) correspondent à celles de votre fiche Google My Business pour optimiser votre référencement.



FICHE RÉCAP



**Compte Google
professionnel utilisé.**



**Nom, adresse, téléphone
saisis avec précision.**



**Catégorie principale
et services définis.**



**Validation de la fiche
complétée.**



**Horaires et services
enregistrés.**





Procom Solution

ShareTheMeal



Google Maps

Ub

CHAPITRE 2 :

Optimiser votre fiche Google My Business

Créer une fiche, c'est bien, mais l'optimiser, c'est mieux. Une fiche optimisée ne se contente pas d'exister : elle attire l'attention, convertit les visiteurs en clients et renforce votre présence en ligne.

Voici les clés pour maximiser son impact.



Optimiser votre fiche Google My Business

Étape 1 : Les informations essentielles

Assurez vous que votre fiche soit complète et exacte. Une information manquante ou erronée peut détourner vos clients potentiels.

- **Catégories** : Choisissez une catégorie principale (ex. : Audioprothésiste) et, si nécessaire, des catégories secondaires.
- **Description** : Rédigez une description engageante de votre entreprise en **750** caractères maximum.
- **Services spécifiques** : Listez clairement ce que vous proposez

Astuce : Incluez des mots-clés locaux pour booster votre référencement.



Optimiser votre fiche Google My Business

Étape 2 : Les photos et vidéos

Un visuel attractif augmente l'engagement des visiteurs et renforce votre image de marque.

Ajouter des photos impactantes :

- Photo de couverture : Votre façade ou salle d'accueil, accueillante et professionnelle.
- Photos d'équipe : Montrez le côté humain de votre entreprise.
- Photos d'intérieur : Mettez en avant vos équipements.
- Photos d'extérieur : Aidez vos clients à localiser facilement votre entreprise.

Astuce :

Respectez les dimensions recommandées (voir bonus en fin de chapitre).

Ajouter une vidéo de présentation :

Une vidéo de 30 secondes peut suffire à capter l'attention et à présenter vos services de manière dynamique.



Optimiser votre fiche Google My Business

Étape 3 : Analyser les performances

Utilisez les statistiques fournies par Google My Business pour ajuster votre stratégie.

Statistiques clés :

- Nombre de vues de votre fiche.
- Recherches directes (nom de votre cabinet) vs. découvertes (mots-clés locaux).
- Actions des visiteurs : appels, clics sur votre site, demandes d'itinéraires.

Astuce :

Identifiez les posts ou services qui génèrent le plus d'engagement pour ajuster vos contenus.



BONUS

Fiche technique pour vos visuels

Format pour les photos

Les photos jouent un **rôle clé** dans l'**attractivité** de votre fiche.
Elles doivent **réfléter** votre professionnalisme tout en donnant envie aux patients de vous contacter.



Photo de couverture :

- Dimensions idéales : 1080 x 608 pixels (minimum : 480 x 270 ; maximum : 2120 x 1192).
- Poids : Entre 10 Ko et 5 Mo pour un chargement rapide.



Photos additionnelles :

- Dimensions idéales : 497 x 373 pixels
- (minimum : 497 pixels ; maximum : 2048 x 2048).



Recommandation :

- Intérieur : Minimum 3 photos (armoire, équipements).
- Extérieur : Minimum 3 photos (façade, accès parking).



Photo de profil :

- Une image unique représentant votre cabinet ou logo

Astuce : Réduisez le poids des visuels tout en conservant une qualité optimale pour accélérer le chargement.

WWW.PROCOMSOLUTION.FR

Ajoutez des vidéos pour enrichir votre fiche :

Les vidéos permettent de dynamiser votre fiche et de vous démarquer :

- Durée maximale : 30 secondes.
- Poids maximal : 100 Mo.

Résolution : 720p ou supérieure.



- ✓ Photo de couverture uploadée.
- ✓ Photos additionnelles (intérieur et extérieur) conformes.
- ✓ Photo de profil ajoutée.
- ✓ Vidéos incluses (optionnel, mais recommandé).



FICHE RÉCAP



Description claire et engageante avec mots-clés locaux.



Photos et vidéos professionnelles ajoutées.



Statistiques analysées pour améliorer vos performances





CHAPITRE 3 :

Gestion des avis et publications

Un avis positif inspire confiance. Une publication engageante montre que votre entreprise est active et à l'écoute.

Dans ce chapitre, découvrez comment transformer chaque avis en opportunité et comment utiliser les publications pour renforcer votre visibilité et attirer de nouveaux clients



Gestion des avis et publications

Étape 1 : Gérer vos avis clients

Encouragez vos patients à laisser des avis

- Demandez un avis à vos clients satisfaits après leur rendez-vous.
- Fournissez un lien direct vers votre fiche GMB par email ou SMS.
- Installez un QR code à scanner dans votre entreprise, redirigeant directement vers la section des avis.

Astuce : Expliquez à vos patients que leur avis est précieux pour améliorer vos services.

Répondez aux avis

- **Avis positifs :**
 - Remerciez vos clients et personnalisez votre réponse.
- **Avis négatifs :**
 - Restez calme, professionnel et proposez une solution.
 - Exemple : "Bonjour Mme Martin, nous sommes désolés pour cette expérience. Contactez-nous au [email/numéro] pour que nous puissions résoudre ce problème."

Astuce : Répondez dans les 7 jours pour montrer votre réactivité.



Gestion des avis et publications

Étape 2 : Publier régulièrement sur votre fiche

Quels types de publications ?

- Mise en avant des services
- Présentation de l'équipe
- Conseils santé auditifs
- Ateliers ou événements

À quelle fréquence publier ?

- Postez au moins **une fois par semaine** pour garder votre fiche active et pertinente.
- Utilisez un calendrier éditorial pour planifier vos publications.

Astuce : Utilisez des appels à l'action comme : "Contactez nous pour en savoir plus".



Gestion des avis et publications

Étape 3 : Suivre les performances

Analysez les données GMB :

- Nombre de vues et recherches.
- Actions des visiteurs : clics, appels, itinéraires.

Ajustez votre stratégie :

- Identifiez les publications ou services les plus performants et capitalisez dessus.

Astuce : Intégrez les avis positifs et les publications performantes sur votre site web pour renforcer votre image.

Bonus : Exploitez les attributs spécifiques pour vous démarquer.

Les attributs spécifiques sont souvent négligés, mais ils peuvent faire toute la différence pour attirer et convaincre vos clients potentiels. Ces détails permettent d'afficher des informations pertinentes sur votre fiche Google My Business et d'améliorer l'expérience utilisateur.



FICHE RÉCAP



Avis clients encouragés via des liens ou QR codes.



Réponses systématiques aux avis (positifs et négatifs).



Publications régulières avec des contenus pertinents et engageants.



Statistiques suivies et stratégie coordonnée





CHAPITRE 4 :

SEO local simplifié

Le SEO local garantit que votre entreprise apparaît en tête des recherches géolocalisées. Par exemple, pour un audioprothésiste, être visible dans sa région, c'est attirer des patients directement à la porte de son cabinet.

Stat clé : 46 % des recherches sur Google concernent des requêtes locales (ex. : « audioprothésiste près de moi »).



SEO local simplifié

Étape 1 : Optimisez votre fiche avec des mots-clés locaux

- **Incorporez des mots-clés dans :**
 - La description de votre entreprise.
 - Les publications.
 - Les avis (quand possible).
- **Exemple :**
 - Mauvais : "Centre d'audioprothésiste."
 - Bon : "Centre d'audioprothésiste à [Ville], expert en bilans auditifs et ajustements personnalisés."

Astuce : Analysez les mots-clés que vos patients pourraient utiliser (par exemple, "réparation d'aides auditives à [Ville]").



SEO local simplifié

Étape 2 : Travaillez les backlinks locaux

Les backlinks, ce sont des liens depuis d'autres sites vers votre fiche ou site web. Plus ils viennent de sources locales pertinentes, mieux c'est.

Où les obtenir ?

- Annuaires locaux (Pages Jaunes, Doctolib, Local.fr).
- Partenariats avec d'autres professionnels de santé ou associations locales.
- Articles de blogs ou médias locaux.

Astuce : Proposez un échange de liens avec des partenaires locaux.



SEO local simplifié

Étape 3 : Uniformisez vos informations NAP

Vérifiez la cohérence de vos données sur toutes les plateformes :

- Fiche Google My Business.
- Annuaires en ligne.
- Site web.
- Réseaux sociaux.

Une incohérence peut nuire à votre référencement local.

Astuce : Utilisez un tableau pour suivre vos données NAP et leur uniformité.

Étape 4 : Exploitez les avis pour améliorer votre SEO :

Google valorise les fiches avec des avis réguliers et positifs.

Actions concrètes :

- Encouragez vos patients à inclure des mots-clés locaux dans leurs avis.
- Exemple : "Super expérience au cabinet d'audioprothésiste de [Ville]."

Astuce : Plus les avis incluent des détails, plus Google les trouve pertinents.



FICHE RÉCAP



**Mots-clés locaux intégrés
dans toutes les sections.**



**Backlinks obtenus auprès
de partenaires locaux et
annuaires.**



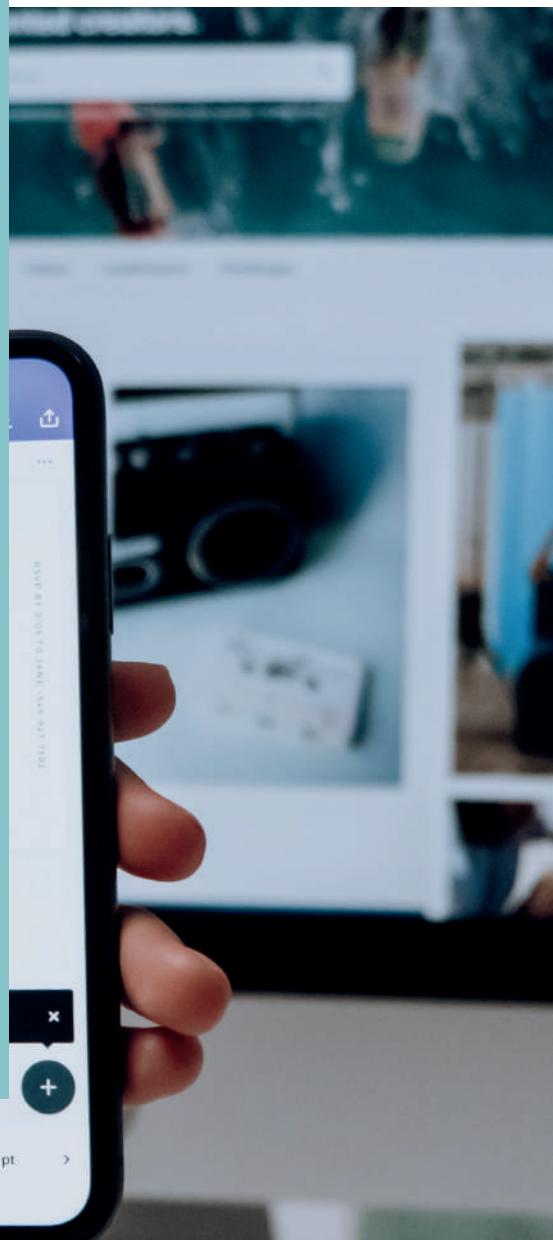
**Informations NAP
uniformisées sur toutes les
plateformes.**



**Avis optimisés avec des
mots-clés locaux.**



**Données statistiques
analysées pour ajuster
votre stratégie**





CHAPITRE 5:

Bonus multi-établissements

Si vous gérez plusieurs centres ou établissements, chaque fiche doit être à jour et cohérente. Une gestion centralisée permet de gagner du temps et de maintenir une image professionnelle sur tous vos points de présence.





Bonus multi-établissements

Étape 1 : Utilisez le tableau de bord Google My Business

Google propose un outil dédié pour les entreprises multi-établissements :

- Tableau de bord multi-fiches :
- Accédez à business.google.com .
- Ajoutez toutes vos fiches sous un même compte Google.
- Gérez vos informations (nom, adresse, téléphone, horaires) depuis un tableau unique.

Astuce : Utilisez des noms clairs pour chaque fiche (ex. : "Audition Santé - Paris 1")





Bonus multi-établissements

Étape 2 : Maintenez la cohérence des informations

Assurez-vous que toutes les fiches affichent des informations uniformes :

- **Nom** : Identique pour toutes les fiches, avec une mention géographique si nécessaire.
- **Adresse et téléphone** : Vérifiez leur exactitude et leur cohérence avec les autres plateformes.
- **Horaires** : Mettez à jour régulièrement les horaires spécifiques à chaque établissement.

Astuce : Créez un tableau pour suivre et vérifiez les informations sur chaque fiche





Bonus multi-établissements

Étape 3 : Gagnez du temps avec des rôles utilisateurs

Si vous déléquez la gestion des fiches :

Ajouter des gestionnaires (community managers, assistants) avec des autorisations spécifiques :

- **Propriétaire principal** : Vous.
- **Gestionnaires** : Vos collaborateurs pour mettre à jour des informations ou répondre aux avis.

Astuce : Les permissions peuvent être gérées via l'onglet "Utilisateurs" dans le tableau de bord





Bonus multi-établissements

Étape 4 : Personnalisez chaque fiche pour sa localisation

Même si vous centralisez, chaque fiche doit être adaptée à son marché local :

- **Mots-clés locaux** : Intégrez des références à la ville ou au quartier dans la description.
- **Photos spécifiques** : Montrez les équipements et l'équipe propres à chaque établissement.

Astuce : Mentionnez des partenariats ou des événements spécifiques à chaque localité.





Bonus multi-établissements

Étape 5 : Analysez les performances par fiche

Google My Business vous permet de consulter les statistiques par établissement :

- Comparez les vues , clics et avis entre vos différents centres.
- Définir les établissements performants et inspirez vous de leurs stratégies pour les autres.



FICHE RÉCAP



**Toutes les fiches ajoutées
sous un même compte
Google.**



**Informations rassemblées
sur toutes les fiches.**



**Gestionnaires et
autorisations bien
configurés.**



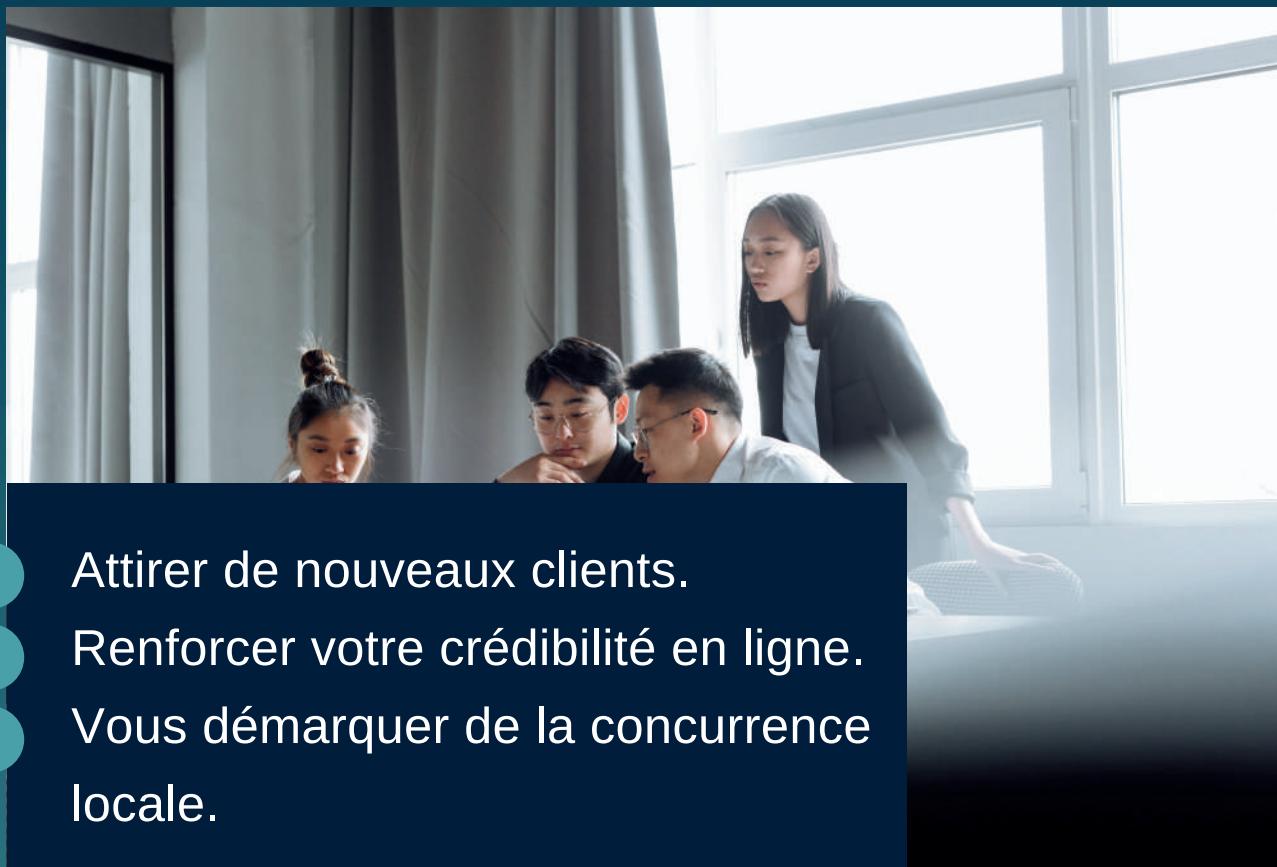
**Descriptions et photos
adaptées à chaque
localisation.**



**Statistiques analysées
pour ajuster la stratégie de
chaque établissement.**



CONCLUSION



- Attirer de nouveaux clients.
- Renforcer votre crédibilité en ligne.
- Vous démarquer de la concurrence locale.

Ce qu'il faut retenir :

1. Créez une fiche complète et précise pour garantir une base solide.
2. Optimisez vos informations et vos visuels pour capter l'attention.
3. Gérez vos avis et vos publications avec soin pour engager vos clients.
4. Exploitez les bonnes pratiques SEO locales pour booster votre présence.
5. Centralisez la gestion de plusieurs établissements pour gagner en efficacité.

Et maintenant, à vous de jouer !



Contact :

procomsolution23@gmail.com
www.procomsolution.fr



Votre fiche Google My Business n'est pas juste une présence en ligne, c'est une opportunité. Saisissez-la, et transformez-la en un moteur de croissance pour votre entreprise

Le succès de votre fiche Google My Business repose sur votre capacité à appliquer ces conseils. Mais si vous sentez que cela peut être chronophage ou complexe, je suis là pour vous accompagner.

Besoin d'aide ?

- Contactez moi pour un audit personnalisé de votre présence en ligne.
- Visitez mon site ou ma page LinkedIn pour découvrir mes services.