Guide pratique offert

Votre fiche Google en 7 réglages

La checklist pour être trouvé quand on cherche votre métier près de chez vous. À faire vous-même, en une matinée, avec une tasse de thé.

Blue.

Par Marion Desmouliere
Blue Communication Digitale, Nogent-sur-Seine

Avant de commencer

Pourquoi votre fiche Google compte autant

Quand quelqu'un tape « boulangerie Nogent-sur-Seine » ou « plombier Troyes », ce n'est pas votre site qui apparaît en premier. C'est votre fiche Google Business Profile : la carte, les avis, les horaires et le bouton pour appeler.

Pour beaucoup de clients, c'est le tout premier contact avec votre entreprise. La fiche est gratuite, et quelques réglages bien faits suffisent souvent à faire la différence. Voici les sept que je vérifie en priorité avec les entreprises que j'accompagne dans l'Aube.

Étape 0 : revendiquer votre fiche

Votre entreprise a peut-être déjà une fiche, créée automatiquement par Google ou par un client. Avant de régler quoi que ce soit, assurez-vous d'en être le propriétaire.

- [ ] Tapez le nom de votre entreprise dans Google Maps.
- [ ] Si la fiche existe, cliquez sur « Vous êtes le propriétaire de cet établissement ? » et suivez la vérification.
- [ ] Si elle n'existe pas, créez-la sur business.google.com avec l'adresse e-mail de l'entreprise (pas celle d'un ancien salarié ou d'un prestataire).
- [ ] Notez quelque part les accès : vous en aurez besoin chaque mois.

Mon conseil

Gardez la main sur votre fiche. Si une agence ou un proche vous aide, ajoutez-le comme « gestionnaire », mais restez toujours propriétaire principal.

Les 7 réglages

Les bases qui font tout

1

Choisir une catégorie principale précise

C'est le réglage qui pèse le plus. Choisissez la catégorie qui décrit le mieux votre activité principale : « Boulangerie » plutôt que « Magasin d'alimentation », « Électricien » plutôt que « Entrepreneur ».

- [ ] Une catégorie principale, la plus précise possible.
- [ ] Deux ou trois catégories secondaires seulement si elles correspondent vraiment à ce que vous faites.

2

Remplir absolument tout

Une fiche complète inspire confiance, à Google comme à vos clients.

- [ ] Horaires d'ouverture, et horaires exceptionnels avant chaque jour férié et chaque période de congés.
- [ ] Numéro de téléphone et lien vers votre site.
- [ ] Zone desservie si vous vous déplacez chez vos clients.
- [ ] Services ou produits, avec une courte description pour chacun.
- [ ] Attributs : accès en fauteuil roulant, paiement sans contact, terrasse, etc.

3

Soigner la description

Vous disposez de 750 caractères. Dites clairement ce que vous faites, pour qui et où, avec les mots que vos clients utilisent pour vous chercher.

Exemple de structure (entreprise fictive)
Atelier Dupont, menuisier à Romilly-sur-Seine depuis 2012. Je fabrique et pose des escaliers, placards et cuisines sur mesure en bois massif, pour les particuliers de Romilly, Nogent-sur-Seine et du nord de l'Aube. Devis gratuit à domicile sous une semaine.

Les 7 réglages, suite

Ce qui fait vivre votre fiche

4

Ajouter des photos récentes

Les clients regardent les photos avant de venir. Montrez la réalité : votre devanture, l'intérieur, votre équipe, vos produits ou vos chantiers.

- [ ] Un logo et une photo de couverture nets.
- [ ] Au moins une photo de la façade, pour qu'on vous trouve facilement.
- [ ] De nouvelles photos chaque mois, prises avec votre téléphone, c'est très bien.

5

Publier des posts Google

Nouveauté, offre, événement, fermeture exceptionnelle : une photo, quelques lignes et un bouton (appeler, réserver, en savoir plus). Beaucoup d'entreprises ne le font pas, c'est une façon simple de vous démarquer.

- [ ] Un post toutes les deux semaines. Vous pouvez reprendre une publication Facebook ou Instagram.

6

Répondre à tous les avis

Un avis négatif bien traité rassure souvent plus qu'une série d'avis parfaits.

- [ ] Remerciez chaque avis positif, en reprenant un détail.
- [ ] Répondez calmement et concrètement aux critiques, après avoir pris un peu de recul.
- [ ] Demandez un avis à vos clients satisfaits avec le lien court de votre fiche (bouton « Demander des avis »).

7

Regarder vos statistiques une fois par mois

Appels, demandes d'itinéraire, clics vers votre site : ces chiffres vous disent si votre fiche travaille pour vous. Notez-les chaque mois pour voir l'évolution.

À imprimer et garder près de la caisse

Mon calendrier fiche Google

Une seule fois

- [ ] Revendiquer et vérifier ma fiche
- [ ] Choisir ma catégorie principale
- [ ] Remplir horaires, téléphone, site, zone
- [ ] Ajouter services et attributs
- [ ] Écrire ma description (750 caractères)
- [ ] Logo, couverture, photo de façade

Toutes les deux semaines

- [ ] Publier un post Google
- [ ] Répondre aux nouveaux avis
- [ ] Demander un avis à 2 ou 3 clients contents

Chaque mois

- [ ] Ajouter de nouvelles photos
- [ ] Noter appels, itinéraires et clics
- [ ] Vérifier que tout est encore à jour

Avant chaque jour férié et chaque congé

- [ ] Renseigner les horaires exceptionnels
- [ ] Publier un post pour prévenir mes clients

Mon conseil

Bloquez 20 minutes dans votre agenda, toujours le même jour. C'est la régularité qui fait la différence, pas la perfection.

Pas le temps de vous en occuper ?

Je m'en charge pour vous.

150 €, paiement unique

- ☐ Création ou reprise de votre fiche
- ☐ Vérification, catégories et mots-clés
- ☐ Description, services et photos
- ☐ Stratégie pour obtenir et répondre aux avis
- ☐ Suivi mensuel en option

Premier échange offert, autour d'un thé ou en visio.

06 70 08 71 14

marion.desmouliere@gmail.com

blue-communication-digitale.fr

Blue.