



FOCUS GOOGLE MY BUSINESS



Cette campagne
de promotion
est cofinancée par
l'Union Européenne

FOCUS SUR GOOGLE MY BUSINESS

TABLE DES MATIÈRES

P.3 INTRODUCTION

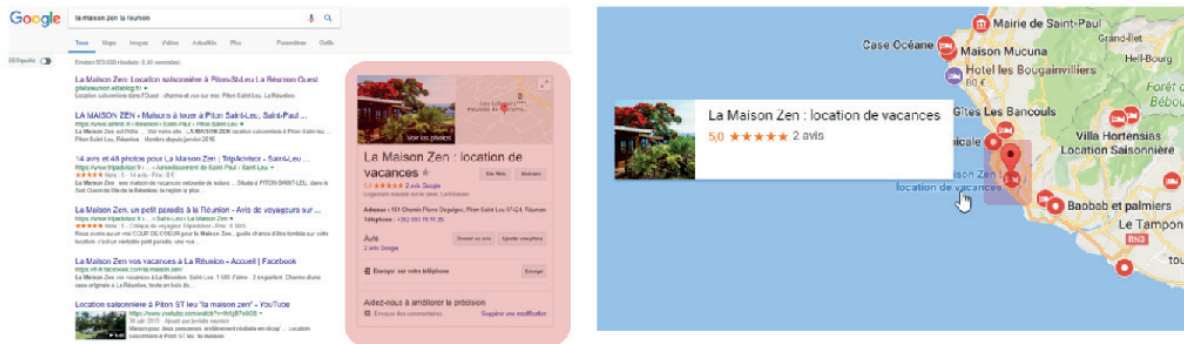
P.4 LES BONNES PRATIQUES POUR TIRER LE MEILLEUR PROFIT DE GOOGLE MY BUSINESS

INTRODUCTION



Google My Business est un service gratuit proposé par Google pour les "entreprises locales".

Ce service permet d'obtenir une présentation de sa structure dans les résultats de recherche de Google (*photos, description, adresse, numéro de téléphone, horaires d'ouverture, site web associé, avis client...*), le tout associé à une géolocalisation sur Google Maps.



Avoir une fiche Google My Business est un élément fondamental pour la visibilité web de sa structure, c'est extrêmement important pour plusieurs raisons :

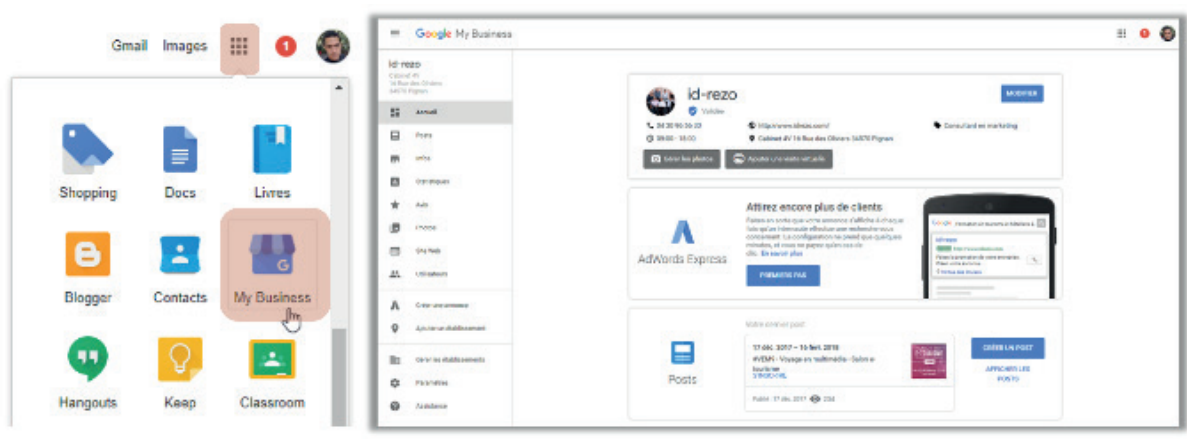
- Cela permet de **rassurer vos clients potentiels**. En complément de son site web, une fiche Google My Business atteste de la réalité de votre structure en la localisant et en y associant un numéro de téléphone, des photos et des avis client directement dans les pages de résultats de recherche de Google lorsque les internautes tapent le nom de votre structure sur Google. C'est-à-dire avant même de consulter votre site web.

- Cela permet d'avoir accès rapidement aux **informations essentielles, horaires, n° de téléphone, avis, photos, localisation, etc.** dès la page de résultat de recherche de Google (très pratique pour des recherches faites depuis un smartphone).
- Cela vous permet d'être **visible sur Google Maps**.
- Cela permet à vos clients de **vous trouver via leur GPS** (Google Maps, Waze) lorsqu'ils sont sur place.
- Cela permet de **mettre en avant des informations** sous forme de " [Post](#) " (actualités, promotion, nouveautés...) directement.
- Cela permet de vendre directement depuis sa fiche Google My Business ou sur Google Maps via la fonctionnalité " [Réserver sur Google](#) " disponible pour les sites de visite, activités et restaurants. (Nouveau. En phase de déploiement)

LES BONNES PRATIQUES POUR TIRER LE MEILLEUR PROFIT DE GOOGLE MY BUSINESS

#1 AVOIR LA MAIN SUR SA FICHE GOOGLE MY BUSINESS

Il est indispensable de créer ou revendiquer sa fiche [Google My Business](#) à l'aide d'un compte Google pour avoir la main dessus et accéder à un espace d'administration.



Si vous n'avez pas de petit logo " Google My Business " lorsque vous consultez les services de Google (petits carrés en haut à droite) depuis votre navigateur lorsque vous êtes connecté avec votre compte Google, c'est que :

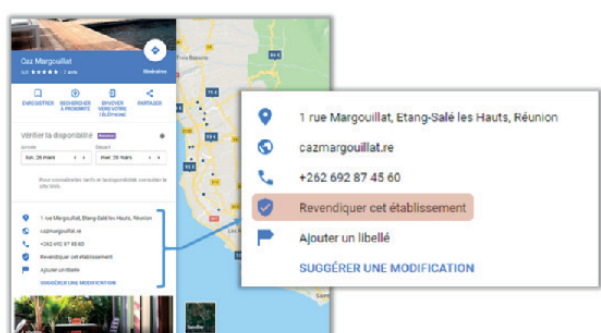
- **Soit votre structure, n'a pas de fiche Google My Business**, auquel cas, c'est très simple, il suffit d'en créer une en allant sur le service : [Google My Business](#).
- **Soit vous avez une fiche Google My Business, mais celle-ci n'est pas revendiquée**, c'est-à-dire qu'elle existe, mais n'est pas associée à un compte Google. Pour le savoir, il suffit de chercher votre structure sur Google Maps et de vérifier.

Si vous voyez sur votre fiche la mention :

" Revendiquer cet établissement ", c'est que votre fiche n'est pas revendiquée.

Vous pouvez donc la revendiquer par ce chemin à condition d'avoir un compte Google.

NB : Attention, le login et mot de passe du compte Google auquel est associée la fiche Google My Business sont très précieux ! (conservez-les !)



A SAVOIR

Une fiche est officiellement revendiquée lorsque le code de validation adressé par courrier à l'adresse indiquée sur la fiche Google My Business, est entré dans l'espace d'administration ([plus d'info](#))

- **Soit vous avez une fiche Google My Business revendiquée, mais elle est associée à un autre compte Google**. Là, ça peut être plus problématique, si vous ignorez avec quel compte Google votre fiche a été revendiquée... car il vous faudra le login et mot de passe de ce compte pour accéder à l'espace d'administration de votre fiche Google My Business. ([En cas d'usurpation de la fiche, voici la démarche](#))

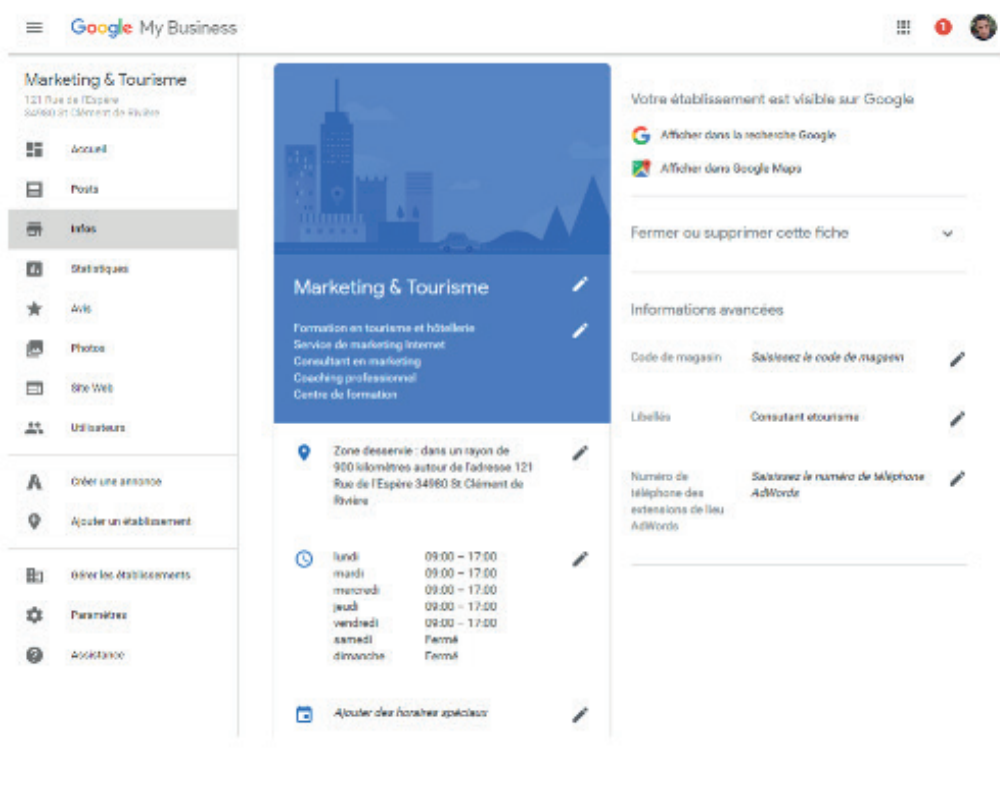
REMARQUE IMPORTANTE

Les " Locations de vacances " ne font pas partie des catégories éligibles sur Google My Business : "[Vous n'êtes pas autorisé à créer une fiche d'établissement pour ... les biens immobiliers en vente ou en location, tels que les maisons de vacances, les maisons témoins ou les appartements vacants.](#)"

Mais paradoxalement, les catégories suivantes sont éligibles : *Gîtes / Villa / Appartement de vacances / Maison de vacances / Maison d'hôtes / Maison de campagne / Chalet / Château / Cottage / Résidence / Logement meublé / Complexe d'appartements meublés* ... Bref, il y a des catégories alternatives !

#2 OPTIMISER SA FICHE GOOGLE MY BUSINESS :

La première des choses est de revendiquer sa fiche afin de **remplir parfaitement l'ensemble des critères que permet de renseigner l'espace d'administration Google My Business** :



The screenshot shows the Google My Business interface for a business named 'Marketing & Tourisme'. The dashboard includes a left sidebar with navigation options like 'Accueil', 'Posts', 'Infos', 'Statistiques', 'Avis', 'Photos', 'Site Web', 'Utilisateurs', 'Créer une annonce', 'Ajouter un établissement', 'Gérer les établissements', 'Paramètres', and 'Assistance'. The main content area displays the business name, address (121 Rue de l'Espérance, 97400 St-Clément de Rivière), and a list of hours: Monday-Friday 09:00-17:00, Saturday and Sunday closed. There are also sections for 'Informations avancées' with fields for 'Code de magasin', 'Libellés', and 'Numéro de téléphone des extensions de lieu AdWords'. On the right side, a list of criteria for optimization is provided.

- Nom
- Adresse
- Catégories
- Horaires d'ouverture
- Horaires spéciaux d'ouverture (*jours fériés...*)
- Date d'ouverture.
- La description de l'entreprise (*750 caractères max*).
- Photos, vidéos.
- ...

NB : Les fiches qui ne sont pas revendiquées et/ou mal complétées sont moins visibles.

Le titre (nom de l'entreprise), la catégorie (domaine de l'entreprise) et le descriptif (description de l'activité et de sa zone d'influence) sont les éléments les plus importants des fiches Google My Business. Ils sont pris en compte dans le choix d'affichage des résultats " locaux ", mais d'autres critères externes importants sont également pris en compte.

L'algorithme qui s'applique aux résultats " locaux " de Google, c'est-à-dire en provenance de Google My Business (dans les pages de résultats de recherche de Google et sur Google Maps) est confidentiel : "[Nous mettons tout en œuvre pour que les détails de l'algorithme de recherche restent confidentiels](#)".

Toutefois, un certain nombre de tests ont été effectués par des référenceurs et il apparaît que les critères suivants sont particulièrement importants :

- **Le fait d'être situé à proximité de l'internaute** lorsqu'il effectue la recherche et le fait d'être plutôt situé au centre de la localité recherchée.
- **Avoir un site web associé avec des informations correspondantes sur son site** (ex : adresse, code postal, téléphone, descriptifs, mots-clés... dans le pied de page du site (le Footer) par exemple).
- **Avoir de bons avis** sur sa fiche Google My Business.
NB : Dès lors qu'une fiche a plus de 5 avis Google, les étoiles peuvent s'afficher dans les résultats de recherche.
- **Avoir un maximum de mentions de son adresse associée à son nom et à son site internet sur le web** (Yelp, TripAdvisor, Système d'Information Touristiques (IRT + OT), annuaires, réseaux sociaux, etc.).
- **Avoir un site web associé globalement bien référencé sur les requêtes locales visées.**
NB : Google fait la correspondance entre les fiches Google My Business et les sites web qui y sont associés.
- **Avoir un bon taux de clic et un faible taux de rebond** dans les pages de résultats de recherche locale.

#3 TIRER PROFIT DES FONCTIONNALITÉS OFFERTES PAR GOOGLE MY BUSINESS

LES AVIS GOOGLE MY BUSINESS

Les avis Google sont de plus en plus influents, parfois autant, voire davantage que les avis TripAdvisor. Ce sont aussi les premiers avis que l'on trouve lorsque l'on tape votre nom sur Google ! Il ne faut pas l'oublier.

4,1 ★★★★★ 152 avis Google

Les avis Google sont importants. Il faut les surveiller et répondre aux commentaires qui le nécessitent. L'espace d'administration de Google My Business permet de répondre en tant que " Propriétaire " aux avis postés et il est également possible de signaler un avis " inapproprié " selon les [règles suivantes](#).

Soyons clairs, il est assez difficile de faire supprimer un avis par Google s'il n'est pas diffamatoire ou insultant et il est souvent plus rapide de " noyer " un mauvais avis que d'essayer de le faire supprimer.

Il est donc important de mettre en œuvre des dispositifs de communication avec ses clients (ou ses " bons clients ") visant à les inciter à laisser des avis

sur Google (notamment ceux qui ont une adresse Gmail, car ils n'auront pas la barrière de la création de compte).

LES POSTS GOOGLE MY BUSINESS

Les " Posts " Google My Business permettent la mise en avant d'information

GÉRER SES CLIENTS, ÇA NE S'IMPROVISE PAS !

Retrouvez toutes les bonnes pratiques à mettre en place pour gérer sa e-réputation dans " Focus e-réputation ".

sous forme de " post " dans le carré de droite qui présente une structure dans

les résultats de recherche de Google lorsque l'on tape son nom. Ces posts sont paramétrables dans l'espace d'administration Google My Business via l'onglet " Posts ".

Exception faite pour les hébergeurs qui n'ont malheureusement pas accès à ce

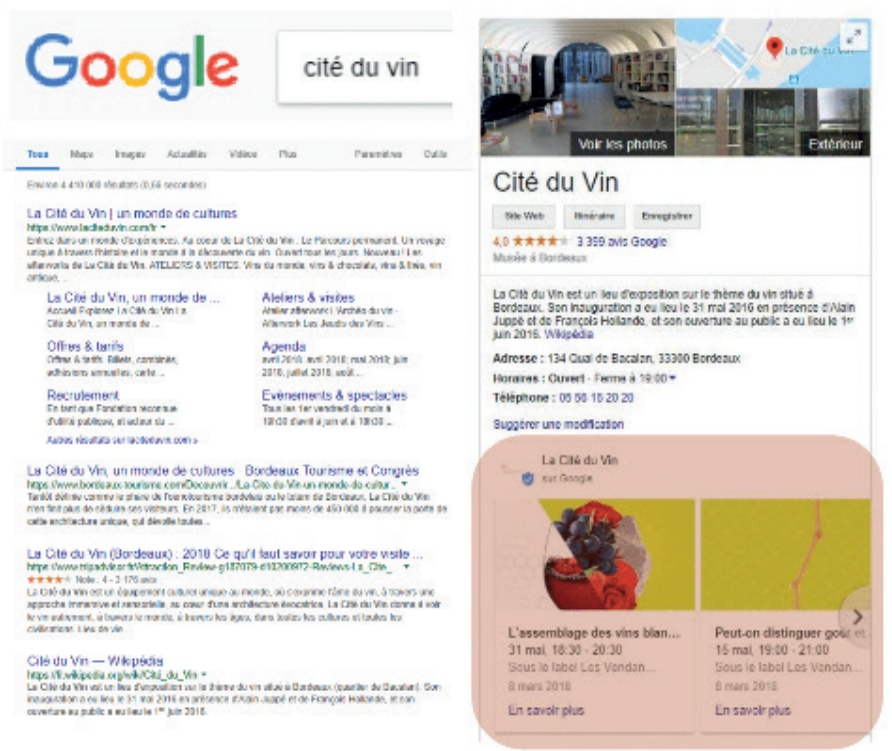
service (*le comparateur prix Google Hôtel Ads occupe déjà cette place ...*).

Néanmoins, pour les autres catégories qui ont accès gratuitement à cette fonctionnalité, prestataires d'activités de loisirs, sites touristiques, restaurant, office de tourisme, etc. c'est une opportunité très intéressante à utiliser !

L'intérêt est simple : transmettre immédiatement une information " utile " aux

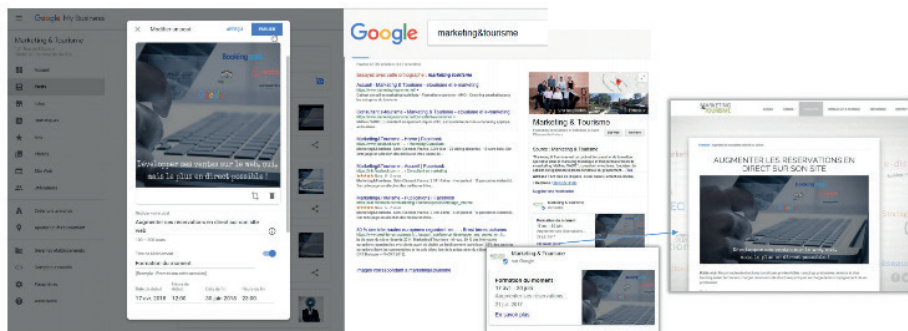


Posts



internautes qui tapent votre nom sur Google : *Vos offres, vos animations, vos nouveaux produits, vos conseils du moment liés aux conditions d'accès, à la météo, etc.*

La démarche est très simple et quasi-instantanée, il suffit de créer un Post dans



l'espace d'administration Google My Business, choisir, un titre, un visuel.

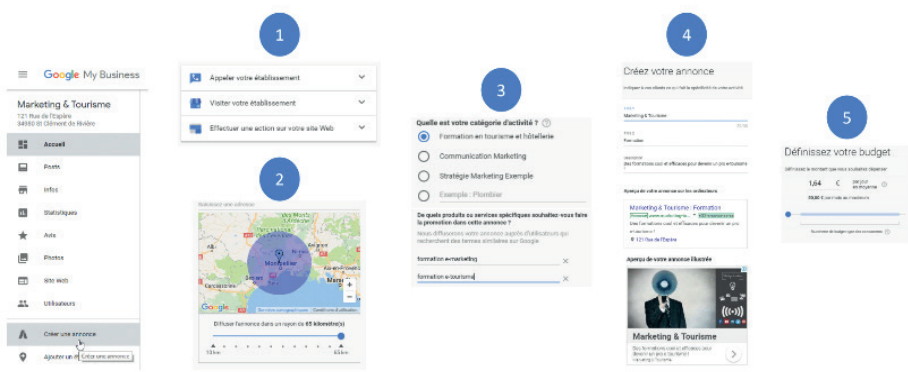
ADWORDS EXPRESS (LA PUBLICITÉ " LOCALE " DE GOOGLE)

AdWords Express le service publicitaire de Google qui s'appuie sur les données de Google My Business. Ce service a le mérite de rendre la création d'annonces ultra simple (contrairement à Google Adwords), puisque **le placement sur Google Maps et dans les résultats de recherche est automatiquement géré par Google en fonction du produit ou service proposé par l'entreprise, c'est-à-dire de la ou les catégories choisies** (ex : locations de vacances et gîtes).

En d'autres termes, on ne choisit pas les mots-clés, ni les supports Google, sur lesquels on veut voir apparaître son annonce. Enfin, la tarification est au CPC, c'est-à-dire avec un Coût Par Clic.

La création d'annonce Google Adwords Express se fait en quelques minutes :

1. Choix de l'objectif de l'annonce : générer des appels téléphoniques, des clics



sur des pages précises de son site web ou simplement valoriser sa fiche Google My Business.

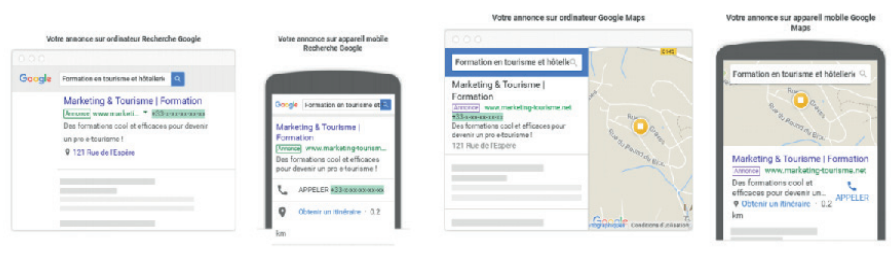
2. Choix de la zone de chalandise (zone géographique d'où proviennent les recherches à partir desquelles sera potentiellement affichée l'annonce).

3. Choix des catégories. C'est très important, puisqu'à partir de ces catégories, Google déterminera les mots-clés sur lesquels l'annonce s'affichera sur Google et Google Maps.

4. Paramétrage de l'annonce (titre, descriptif, visuels).

5. Définition du budget (par jour sur la durée de la campagne).

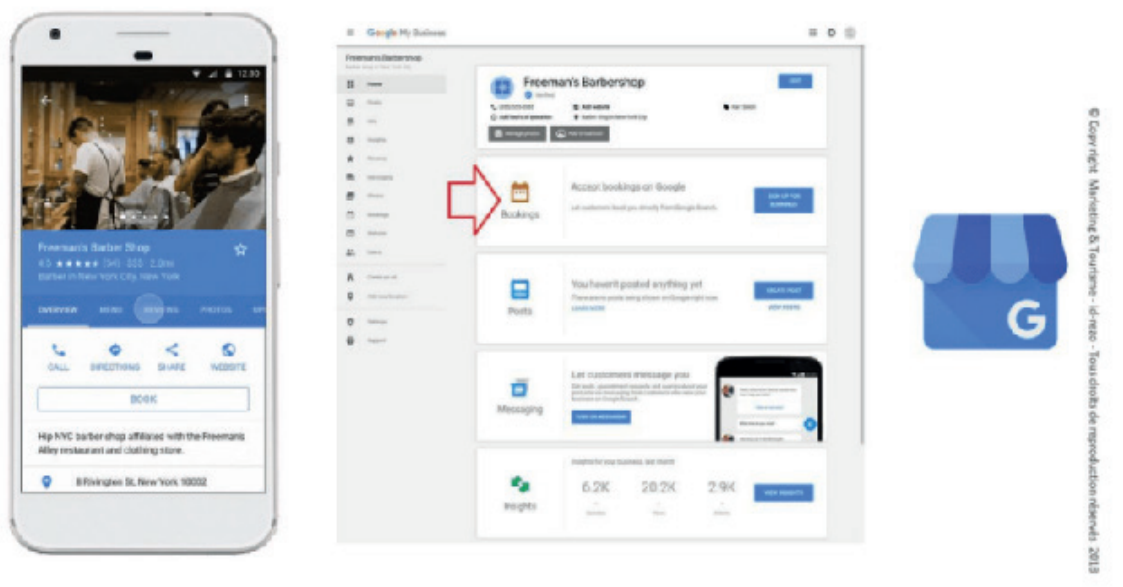
Ce format d'annonce est particulièrement intéressant pour les entreprises



touristiques qui souhaitent viser la clientèle touristique en séjour et/ou la clientèle locale.

“ RÉSERVER AVEC GOOGLE ”

“ Réserver avec Booking ” (ou [Google Réserve](#) en anglais) est une nouvelle



fonctionnalité offerte par Google qui permet aux utilisateurs d'effectuer des réservations de spectacles, sites de visites, activités ou encore restaurant directement dans les pages de résultats de Google sur les fiches Google My Business ou encore sur Google Maps !

NB : Cette fonctionnalité n'est pas accessible aux hébergeurs, le service payant [Google Hôtel Ads](#) assurant la même finalité dans une approche "comparateur de prix".

Concrètement pour un prestataire d'activités, un site touristique ou un restaurant, les conditions de mise en œuvre sont les suivantes (pour le moment) :

- Avoir la fonctionnalité "Réserver" dans son back office Google My Business.
- Avoir un [système de réservation compatible](#) afin de vendre en direct et/ou connecter un distributeur compatible.
NB : le choix des canaux de vente à afficher se fait dans la back office Google My Business.

Il n'y a pour le moment, aucune commission, aucun frais fixe par ticket vendu, pris par Google.

Compte tenu de l'usage de Google My Business sur mobile pour les activités de loisirs, cela peut être un canal de vente redoutable ...

LES ÉQUIPES DE LA DESTINATION SONT LÀ POUR VOUS AIDER SUR CE SUJET

NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS AIDER !



CYRILLE AUDIFAX

ANIMATEUR NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE EST

Mobile : 0692 37 38 49



CHRISTOPHER VALLEE

ANIMATEUR NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE OUEST

Mobile : 0692 70 78 23



SÉBASTIEN ALY BERIL

ANIMATEUR MISE EN MARCHÉ IRT

Mobile : 0692 67 36 08



ANNE BETON

ANIMATRICE MISE EN MARCHÉ IRT

Mobile : 0692 63 57 55