

Visibilité locale

10+2 Clés de Google Business Profile



Edité par Rouhina RAHBARIAN
Experte en prospection Digitale



Avoir une présence en ligne bien optimisée est crucial à l'ère numérique, pour capter l'attention des clients dans votre région.

Votre profil Google Business Profile (GBP) est un outil formidable pour y parvenir.

Ce guide pratique, vous révélera les 10 conseils indispensables pour augmenter votre visibilité locale et attirer davantage de clients de proximité.

Suivez ces recommandations et transformez votre profil GBP en un véritable aimant à clients !





Table des Matières

1. Complétez votre fiche Google Business Profile
2. Enrichissez la fiche de contenus
3. Encouragez les Avis Clients
4. Publiez régulièrement sur votre fiche
5. Ciblez les mot-clés Locaux
6. Utilisez les mots clés sur votre fiche GBP
7. Ajoutez Vos Propres FAQ
8. Gardez un Œil sur les Événements Locaux
9. Utilisez la Fonction de Messagerie (chat)
10. Suivez les Performances de Votre Fiche GBP
- 10+1. Surveillez l'activité des concurrents
- 10+2. Gagnez en productivité avec 3 prompts IA



1. Complétez votre fiche



Avant de lancer toute stratégie de développement de la visibilité locale, assurez-vous que la fiche Google Business Profile est complète, exacte et optimisée.



Vérifiez que les informations de base (Nom, Adresse, Téléphone, horaires, site web) sont à jour et cohérentes sur l'ensemble du web où votre entreprise est citée et référencée, et qu'elles sont intégrées aux données structurées de votre site web.



Assurez-vous que la catégorie principale et secondaires ainsi que les localités ciblées sont habilement choisis, et que vous avez ajouté et optimisé vos produits/services avec une description claire avec des mots-clés pertinents et des photos optimisées et représentatives.



2. Enrichissez la fiche de contenus



Tout contenu que vous créez pour développer la visibilité de votre fiche GBP, est appelé à suivre la méthode suivante :



1. Choisir un **produit** ou service
2. Repérer le **mot clé** principal
3. Désigner l'un des **persona** cible, si le produit / service s'adresse à plusieurs
4. Poser une **question** contenant le mot clé principal et le persona
5. **Répondez** de manière synthétique
6. Transformer la réponse en un **billet de blog** ou le cas échéant à une page web
7. Rédiger et publiez un **post** avec un lien vers **le billet de blog** que vous venez d'écrire. Ce faisant, vous fermez la boucle, commencée par le point 1
9. Relayez le post sur vos autres réseaux





3. Encouragez les Avis Clients



Les avis authentiques et véridiques de clients satisfaits peuvent être incroyablement utiles pour attirer de nouveaux clients.



Google propose un lien partageable que vous pouvez envoyer aux clients pour qu'ils évaluent et examinent facilement votre entreprise.



Vous pouvez demander aux clients de laisser des avis sur Google après qu'ils ont interagi avec votre entreprise.



Remerciez les clients pour les avis positifs et traitez les avis négatifs avec professionnalisme.



4. Publiez régulièrement sur votre fiche d'établissement



Le maintien d'une fréquence régulière de publication de posts sur votre fiche d'établissement Google, au moins une fois par semaine, peut vous aider à vous connecter avec votre public et à stimuler l'engagement.

Quelques suggestions de thème



- Produits / Services affichés sur la fiche
- Nouveaux produits ou services
- Contenu éducatif ou informatif
- Informations sur les coulisses
- Histoires de clients ou témoignages
- Événements locaux avec/sans participation
- Promotions ou offres ciblées



5. Ciblez les mots clés Locaux



L'utilisation de mots-clés locaux pertinents dans votre page Google Business Profile peut vous aider à apparaître dans les recherches spécifiques à la zone de votre entreprise.



Commencez par rechercher les mots-clés que les clients potentiels de votre région utilisent pour trouver des produits ou services comme les vôtres.



Google Suggest peut vous révéler des mots-clés locaux pertinents. Commencez par saisir des termes liés à votre activité dans la barre de recherche Google. Les suggestions automatiques qui apparaissent reflètent les recherches populaires et peuvent vous inspirer des mots-clés adaptés à votre activité et zone géographique.



6. Utilisez les mots clés sur votre fiche d'établissement



Associez vos locaux cibles à ces mots-clés. Puis, incorporez naturellement, 3 localités les plus proches à votre entreprise dans la description de votre entreprise sur Google Business Profile.



Ensuite prenez l'avantage des autres sections de votre fiche d'établissement Google Business Profile pour citer les différentes localités à tour de rôle. Dans les meilleurs des cas, rédiger des articles de blog locaux ou à défaut créez des pages locales sur votre site et relayez-les dans des posts que vous publiez sur votre fiche Google et vos autres réseaux sociaux.



7. Ajoutez Vos Propres FAQ



La section Q&A sur votre profil Google Business Profile est l'endroit où les clients peuvent poser des questions.



Fournir des réponses claires et précises témoigne de votre engagement envers le service à la clientèle.



Une approche utile consiste à anticiper les questions courantes que vos clients pourraient avoir. Vous (ou une personne de confiance) pouvez publier ces questions typiques à partir d'un compte personnel. Ensuite, vous pouvez y répondre depuis votre compte d'entreprise.



8. Gardez un Œil sur les Événements Locaux



Rester à l'écoute des événements locaux peut positionner votre entreprise comme pertinente et attrayante pour votre communauté.



Participez ou communiquez sur des événements locaux pour accroître votre visibilité et vous connecter avec des clients potentiels. Et adaptez vos publications et vos offres Google pour refléter les intérêts locaux et les activités saisonnières.



Par exemple, à l'occasion d'un événement local, envisagez de mettre en œuvre une offre spéciale liée à l'événement et faites-en la promotion sur votre profil.



9. Utilisez la Fonction de Messagerie (chat)



S'engager avec des clients potentiels par le biais de la fonction de messagerie dans votre Google Business Profile peut améliorer l'expérience de votre service à la clientèle.



Vous devez activer cette fonction sur votre profil, ce qui permet aux clients de vous envoyer des messages directs par SMS ou WhatsApp. Vous pouvez le faire en cliquant sur "Contact" sur votre tableau de bord GBP.



Vous pouvez également, le cas échéant, activer l'option "Message". Vous pouvez le faire en cliquant sur "Messages" sur votre tableau de bord GBP.



10. Suivez les Performances de Votre Fiche d'établissement GBP



Vous pouvez trouver les données de performance en cliquant sur "Performance" dans votre tableau de bord GBP.



Google fournit divers renseignements ici. Comme la façon dont les clients trouvent votre fiche ; Vous pouvez également voir le nombre de personnes qui se sont connectées avec vous en cliquant sur le bouton "Appels" ; Vous pouvez également voir les requêtes que les gens ont utilisées pour trouver votre entreprise.



Vous pouvez utiliser ces informations pour affiner votre profil d'entreprise.



10+1. Surveillez l'Activité des Concurrents



Garder un œil sur les fiches d'établissement Google de vos concurrents peut vous donner un aperçu de ce qui pourrait bien fonctionner pour votre entreprise aussi. Explorez leurs produits, les services, les posts, les FAQ et les avis de leur page.



Par exemple, si vous remarquez qu'un concurrent utilise avec succès sa page Google Business Profile pour promouvoir des événements spéciaux, réfléchissez à la façon dont vous pouvez faire de même pour votre entreprise d'une manière qui s'harmonise avec vos offres et votre style uniques.



10+2. Utilisez les 3 prompts IA



Pour vous aider à continuer sur votre lancé, je vous réserve la bonne surprise de 3 prompts professionnels. Vous les trouverez dans le document de travail collaboratif.

Onglet 4 du document collaboratif



Prompt #1. List de mots clés locaux

Vous pourrez copier le prompt et modifier les informations surlignées de couleur jaune



Prompt #2. Questions & Réponses

Vous pourrez copier le prompt et modifier les informations surlignées de couleur jaune



Prompt #3. Plan de contenus local

Vous pourrez copier le prompt et modifier les informations surlignées de couleur jaune



Edité par Rouhina RAHBARIAN
Experte en prospection Digitale