

Mettre en place un Google Business Profile

Description

Google business profile (anciennement connu sous le nom de Google My Business) est un outil gratuit et incontournable pour toutes les personnes qui créent leur entreprise et qui souhaitent améliorer leur visibilité en ligne.

De ce fait, en créant et optimisant leur fiche d'établissement, les entreprises peuvent attirer de nouveaux clients, gérer leurs informations et interagir avec leur audience. On fait le point avec vous.

[Créer mon entreprise en ligne](#)

Qu'est-ce que Google Business Profile ?

Google Business Profile (anciennement lancé en 2009 sous le nom de Google Places et en 2014 sous le nom de Google my business) est un **outil gratuit proposé par Google**.

Il permet aux personnes qui créent leur entreprise de **gérer leur présence en ligne notamment sur Google**.

A noter : avec cet outil, ils peuvent gérer leur présence également sur Google Maps.

Cet outil est essentiel pour toute entreprise **cherchant à améliorer sa visibilité locale et attirer des clients** potentiels.

Le but reste le même que sous les anciennes appellations : donner aux entreprises la possibilité de contrôler ce qui apparaît dans les résultats de recherche.

En outre, cet outil sert à la gestion d'entreprise et les aide à être facilement trouvés par des clients potentiels en partageant des informations essentielles comme les horaires d'ouvertures, l'adresse ou encore les coordonnées.

Cet outil **permet alors de créer une fiche d'établissement** qui est, en quelque sorte, la fiche de renseignement de l'entreprise.

Cette fiche apparaît en haut à droite à la suite d'une recherche Google.

En outre, lors de la création d'une entreprise, il est crucial d'établir une présence en ligne solide dès le début. Ainsi, **un Google Business Profile structuré et bien configuré peut jouer un rôle déterminant dans cette démarche.**

Les clients peuvent également interagir avec l'entreprise en publiant des photos et des avis.

A noter : En plus de la recherche et de Google Maps, Google My profile propose une gestion du profil directement depuis Google Search, sur ordinateur et sur mobile.

Quels sont les avantages de Google Business Profile ?

Il y a de nombreux avantages à utiliser Google business profile tel que :

- La réputation de l'entreprise ;
- Une visibilité locale ;
- Des informations clés à jour ;
- Une gestion des avis clients ;
- Insight et statistiques ;
- Renforcement du SEO.

Réputation de l'entreprise

Pour commencer, Google business profile **permet d'améliorer la e-reputation de l'entreprise** et du chef d'entreprise qui l'utilise.

En effet, grâce aux avis authentiques des clients mis en avant par Google, une confiance est donc mise en place entre les clients et l'entreprise.

Visibilité locale

Ensuite, cet outil **permet de booster la visibilité de l'entreprise** notamment sur Google Maps puisque le profil de l'entreprise est directement accessible depuis cette fonctionnalité.

Pour une nouvelle entreprise, apparaître dans les résultats de recherche locale est essentiel pour attirer les premiers clients.

De ce fait, Google Business Profile permet aux entreprises de **s'afficher dans les recherches locales et sur Google Maps.**

Bon à savoir : selon Google, cette fonctionnalité attirerait près d'1 milliard d'utilisateurs actifs par mois.

Informations clefs à jour

Les nouveaux entrepreneurs peuvent **utiliser cet outil pour fournir des informations essentielles** comme :

- L'adresse ;
- Les heures d'ouverture ;
- Le numéro de téléphone ;
- Le site web.

A noter : Avoir ces informations facilement accessibles aide à construire la crédibilité de l'entreprise et à faciliter le contact avec les clients potentiels.

Gestion des avis clients

De plus, Google business profile (ou Google my business) **permet de faciliter l'interaction avec les clients** en rendant l'accès aux informations plus utiles à l'aide de photos, de numéros de téléphone et d'adresses.

Bon à savoir : Cette interaction est également possible grâce aux outils de question/réponse ou la messagerie instantanée.

Insight et statistiques

Comprendre le comportement des clients est crucial pour une nouvelle entreprise.

De ce fait, Google Business Profile **fournit des insights détaillées sur la manière** dont les clients interagissent avec le profil de l'entreprise, tels que :

- Le nombre de visites ;
- Les requêtes de direction ;
- Les appels téléphoniques.

Bon à savoir : ces données peuvent aider les entrepreneurs à affiner leurs stratégies

marketing.

Renforcement du SEO

Enfin, cet outil **participe au renforcement du référencement naturel (SEO)**.

En effet, la fiche d'établissement est visible essentiellement grâce à la localisation des clients.

Cela offre donc une visibilité locale mais attire aussi des clients locaux.

Zoom : Si vous n'avez pas encore créé votre entreprise, LegalPlace s'en charge pour vous. Notre société se charge de générer les statuts et d'effectuer les démarches de création de votre entreprise. Le processus est très simple : il vous suffit de répondre à un formulaire rapide, puis de transmettre les justificatifs demandés.

Comment créer et utiliser un compte Google Business Profile ?

Pour cela, il y a deux étapes essentielles à suivre :

- La création du compte ;
- L'optimisation du compte.

La création du compte

Pour **créer un compte**, il vous suffit de :

1. Se connecter ou créer un compte Google sur ordinateur. Il faut s'inscrire avec une adresse e-mail associée au domaine de votre établissement ;
2. Il faut créer la fiche d'établissement : pour ce faire, il suffit simplement de cliquer sur "créer une fiche" et renseigner le nom la société, ou sélectionnez-le dans la liste de suggestions qui apparaît sur votre écran d'ordinateur ;
3. Il faut ensuite rechercher la catégorie d'activité dont votre type d'entreprise fait partie en précisant si votre entreprise accueille du public ou non. Cette information permet de placer votre entreprise sur un repère à l'aide d'une carte ;
4. Il faut par la suite renseigner la zone desservie par votre entreprise : 20 zones sont possibles au maximum ;
5. Enfin, il vous suffit de mentionner le numéro de téléphone de l'entreprise, l'URL de votre site et de valider.

Bon à savoir : à la fin de vos démarches pour créer une fiche d'établissement, il est possible de créer un site internet avec les informations renseignées.

Les étapes pour créer un compte Google Business Profile

- 1 Se connecter ou créer un compte Google.
- 2 Créer une fiche d'établissement.
- 3 Rechercher la catégorie d'activité.
- 4 Renseigner la zone desservie de l'entreprise.
- 5 Mentionner le n° de téléphone de l'entreprise, l'URL, puis valider.

LegalPlace.

L'optimisation du compte

Pour **optimiser le compte**, il suffit pour commencer de : **Compléter les informations nécessaires.** En effet, il faut ajouter autant de détails que possible sur l'entreprise. Cela passe par le choix d'un titre pertinent mais aussi par une mise à jour régulière

des informations concernant la gouvernance de l'entreprise ;

Ensuite, il faut **ajouter des photos et des vidéos**. Les photos attirent l'attention et donnent une première impression positive. Une entreprise ayant une activité commerciale peut mettre en avant des produits à travers des photos et des vidéos permettant aux clients intéressés de cliquer plus facilement sur une page produit.

De plus, il faut **collecter et gérer les avis**. Pour cela, il faut encourager les clients à laisser des avis sur le profil de l'entreprise. Il faut aussi répondre aux avis pour montrer l'appréciation des retours ainsi que l'engagement envers la satisfaction client ;

Enfin, il faut **publier et mettre à jour**. Pour cela, il faut utiliser la section "posts" pour publier des mises à jour régulières sur les offres spéciales et les événements à venir. Cela aide à maintenir l'engagement des clients et à les tenir informés des nouveautés.

Bon à savoir : d'après Google, les internautes sont 2,7 fois plus enclins à se fier à une entreprise dont la fiche est complète avec des photos dans la recherche Google et sur Maps.

Comment utiliser Google Business Profile de manière avancée ?

Il y a plusieurs façons d'utiliser cet outil de manière avancée :

- Suivre les performances ;
- L'intégrer avec d'autres outils ;
- Utiliser la FAQ et la messagerie.

Suivre les performances

Pour commencer, Google Business Profile **offre des statistiques détaillées sur la manière dont les clients interagissent** avec le profil de l'entreprise.

De ce fait, suivre les insights pour voir combien de personnes ont vu le profil de l'entreprise concerné ainsi que les directions et les nombres de clics sur le site web est une bonne stratégie.

En outre, utiliser ces données pour ajuster la stratégie marketing de l'entreprise est l'un des atouts de cet outil.

Intégrer cet outil avec d'autres outils

Intégrer le profil Google Business avec Google Ads **permet de créer des campagnes publicitaires locales et ciblées.**

Cela peut augmenter considérablement la visibilité de l'entreprise auprès des clients potentiels dans la région où est située l'entreprise.

Utiliser la FAQ et la messagerie

L'entrepreneur doit activer la fonctionnalité de messagerie pour **permettre aux clients de le contacter directement via son profil.**

Il doit de ce fait répondre aux questions fréquentes et fournir des informations rapidement pour améliorer l'expérience client.

Pourquoi et comment recueillir des avis sur Google Business Profile?

Pour recueillir des avis sur Google Business Profile, il suffit de mesurer l'impact des avis sur le référencement local mais aussi d'adopter des stratégies pour obtenir des avis positifs.

L'impact des avis sur le référencement local

Les avis des clients sur le référencement local ont un impact majeur sur l'entreprise.

Ces avis **permettent de mesurer la fiabilité de l'entreprise** mais aussi d'apporter des potentiels futurs clients.

Au niveau du référencement local cela joue également puisqu'une bonne entreprise qui a de bons commentaires aura forcément une meilleure visibilité.

Tandis que des avis négatifs qui entraînent par la suite une visibilité moindre jouera également sur un référencement local de Google.

Ainsi les avis générés par les utilisateurs **font partie des critères retenus par les moteurs de recherche pour améliorer le SEO local**. C'est donc un critère qu'il ne faut absolument pas négliger.

A noter : les avis peuvent également jouer sur l'avenir de l'entreprise. En effet, si les avis sont pour la plupart négatifs, cela peut entraîner la dissolution de l'entreprise.

Stratégies à mettre en place pour les avis

La stratégie mise en place pour obtenir des avis positifs passe par l'attention portée par les entreprises à la rédaction de leurs réponses aux commentaires.

Autrement dit, chaque entreprise se doit de soigner ces réponses à ces avis qu'ils soient positifs ou négatifs.

Cette stratégie permet premièrement de **récolter beaucoup plus de commentaires** car les clients vont comprendre que vous êtes réactif.

Mais aussi, dans un second temps, faire comprendre au moteur de recherche que l'entreprise est considérée comme pertinente.

Cela permettra à la fois de **maîtriser votre image de marque sur internet** mais également votre réputation en ligne.

Tout cela dans le but de **faire augmenter votre chiffre d'affaires** dans l'idéal.

Bon à savoir : Google Business profile est un excellent outil lorsque vous démarrez votre entreprise. De même lorsque vous créez une start-up, c'est un outil qui permet de comprendre comment le SEO fonctionne mais aussi si la stratégie adoptée dans l'entreprise est la bonne.

FAQ

Comment accéder à Google Business Profile ?

En haut à droite de l'application Google Maps, cliquez sur votre photo de profil et choisissez votre fiche d'établissement afin d'accéder à ces outils. Pour mettre à jour votre fiche, vous pouvez effectuer une recherche sur le nom de votre établissement ou

sur mon entreprise dans la barre de recherche Google.

Est-ce que Google business profile est gratuit ?

Google business profile est un outil google gratuit. Il sert à gérer la présence en ligne des entreprises qui le souhaitent en créant notamment une fiche d'établissement.

Est-ce qu'avoir Google business profile aide avec le SEO ?

Avoir Google Business Profile aide effectivement avec le SEO puisque le taux de clics participe à booster le score SEO. Avec Google business profile, on peut désormais mesurer les interactions ainsi que les performances des entreprises et tout cela avec l'aide du SEO.