

LA FICHE D'ÉTABLISSEMENT POUR VOUS RENDRE LOCAL

Développez votre page Google Maps facilement et gratuitement en 7 conseils !



SOMMAIRE

01

CHOISISSEZ LA BONNE CATÉGORIE

02

AJOUTEZ UNE DESCRIPTION

03

ASSOCIEZ VOTRE SITE INTERNET &
VOS RÉSEAUX SOCIAUX

04

AJOUTEZ DES PHOTOS RÉCENTES

05

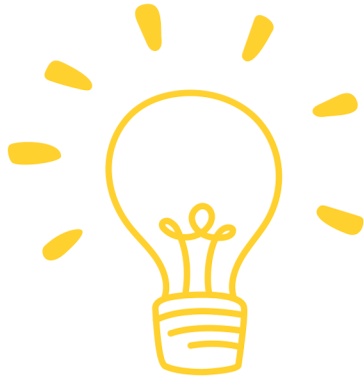
ASSUREZ LA MISE À JOUR DE VOS
INFORMATIONS

06

DÉFINISSEZ UN LOGO
& UNE PHOTO DE COUVERTURE

07

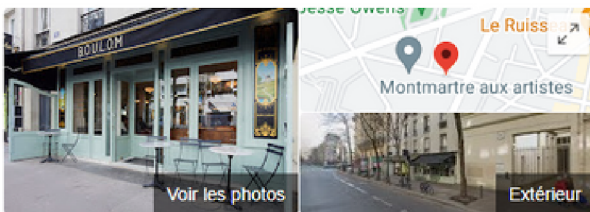
RÉPONDEZ AUX AVIS POSITIFS
COMME NÉGATIFS



LA FICHE D'ÉTABLISSEMENT GOOGLE, C'EST QUOI ?

La fiche d'établissement est l'outil Google de référencement local gratuit. Chaque entreprise a la possibilité de remplir une fiche qui permet de faire apparaître votre entreprise dans les résultats de recherches localisées lancées par les internautes.

La page Google est un point de contact essentiel pour attirer les consommateurs dans votre magasin. En quelques clics, les internautes ont accès à votre adresse, aux horaires, aux photos mais aussi à Google Maps qui localise votre entreprise sur la carte.



B.O.U.L.O.M

4,5 ★★★★★ 2 883 avis Google ⓘ

€€ · Boulangerie ⓘ

[Site Web](#) [Itinéraire](#) [Enregistrer](#) [Appeler](#)

Établissement chic et chaleureux comprenant une boulangerie traditionnelle ainsi qu'un buffet à volonté raffiné.

Adresse : 181 Rue Ordener, 75018 Paris

Horaires : Ouvert · Ferme à 23:00 ▾

Téléphone : 01 46 06 64 20

Réservations: [boulom.net](#)

Fournisseurs ⓘ

[Suggérer une modification](#) ·
[Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?](#)

Avis

Avis des internautes ⓘ

4,6/5 [Facebook](#) · 90 votes

*exemple
d'une page bien
renseignée*

1 - CHOISISSEZ LA BONNE CATÉGORIE

Nous vous conseillons de bien lire le panel de catégories proposées par Google pour choisir le terme le plus approprié à votre activité : testez les mots-clés les plus pertinents. Il est très important de choisir la catégorie la plus précise possible, puisqu'elle influe sur votre référencement.

IMPORTANT Si vous ajoutez ou modifiez une catégorie, vous pouvez être invité à refaire valider votre établissement. Cela permet à Google de confirmer l'exactitude des informations le concernant.



COMMENT AJOUTER OU MODIFIER UNE CATÉGORIE ?

- Connectez-vous au compte gestionnaire de votre fiche Google,
- Rendez-vous dans les “informations de l'établissement”,
- Sélectionnez “catégorie d'activité”,
- Cliquez sur “ajouter une catégorie” ou sélectionnez le petit crayon pour modifier une catégorie existante,
- Tapez ensuite le mot-clé que vous souhaitez ajouter pour voir si une catégorie existe,
- Pour valider l'ajout ou la modification de votre catégorie, n'oubliez pas d'enregistrer.

Les modifications peuvent prendre jusqu'à 48h.



VOICI UNE PETITE LISTE DES CATÉGORIES QUE VOUS POURREZ TROUVER :

- Architecte
- Artisanat
- Auditif
- Avocat
- Brasserie
- Caviste
- Coach sportif
- Courtage
- Épicerie fine
- Garage automobile
- Hôtel
- Hypnothérapeute
- Immobilier
- Institut de beauté
- Location de voiture
- Magasin de CBD
- Magasin de maroquinerie
- Magasin de vélo
- Magasin de vêtement
- Médecin
- Opticien
- Orientation scolaire
- Pharmacie
- Photographe
- Restaurant
- Restauration rapide
- Salon de coiffure
- Serrurier
- Service de location
- Service de réparation
- Service de restauration
- Sushi
- Tabac
- Tatoueur
- Taxi
- Vétérinaire
- Voyante
- Yoga



*Pour avoir la liste complète, rendez-vous
directement sur la plateforme Google fiche
d'établissement.*



2 - AJOUTEZ UNE DESCRIPTION

Présentez votre entreprise de manière attrayante dans la description située en bas de la page Google Maps. Mettez en avant ce qui vous différencie de vos concurrents : spécialités, marques exclusives...

Attention, vous êtes limités à 750 caractères !

Exemple : *“**Au pain de maman** est une boulangerie artisanale où tout est fait maison avec une farine label rouge certifiée bio. Découvrez notre large sélection de pâtisseries, viennoiseries et carte traiteur en boutique. De la qualité assurée, un goût inimitable et des saveurs d’antan.”*



3 - ASSOCIEZ VOTRE SITE INTERNET & VOS RÉSEAUX SOCIAUX

Bénéfique pour le référencement, ajouter le lien vers le site Internet de votre enseigne et le lien vers vos réseaux sociaux professionnels n'est pas à négliger. Cela permet de crédibiliser votre commerce et de multiplier les canaux de communication pour accroître votre visibilité.

Une fonctionnalité supplémentaire permet aussi d'ajouter le lien du formulaire de contact, pour faciliter les prises de rendez-vous ou les demandes de mise en relation.





4 - AJOUTEZ DES PHOTOS RÉCENTES

Pour donner envie aux internautes de passer la porte de votre commerce, les photos sont essentielles pour capter l'attention du potentiel client ! Une photo de la devanture du magasin est grandement conseillée, ainsi qu'une photo de l'intérieur et une photo produit(s). Ainsi, votre fiche d'établissement Google sera bien complet ! N'oubliez pas d'actualiser régulièrement vos photos.





5 - ASSUREZ LA MISE À JOUR DE VOS INFORMATIONS

Il est important de vérifier régulièrement que vos informations soient bien à jour : adresse, horaires, numéro de téléphone... Il n'est jamais agréable, en tant que client, d'arriver devant un commerce fermé en raison d'une mauvaise actualisation des horaires.

Le saviez-vous ? Dans **80%** des cas, les clients sont frustrés de constater que les renseignements sur les horaires d'ouvertures ne sont pas mis à jour en cas de congés, jours fériés ou fermetures exceptionnelles. Alors en cas de changement, ayez le réflexe de mettre à jour les informations sur vos horaires d'ouverture hebdomadaire.





6 - DÉFINISSEZ UN LOGO & UNE PHOTO DE COUVERTURE

Pour terminer de compléter votre profil Google, n'oubliez pas de créer votre identité visuelle. Des outils gratuits de création graphique comme Canva peuvent vous être utiles. Elle reflète votre univers, votre commerce, vos produits. Vous pouvez ainsi ajouter votre logo ainsi qu'une photo de couverture.

Pour les mettre en ligne, rendez-vous dans l'onglet "Photos" puis sélectionnez la catégorie "Identité". Nous vous conseillons ces formats :

- logo : 250×250 pixels,
- photo de couverture : 1080×608 pixels.

Astuce : Utilisez votre logo et votre identité visuelle sur vos réseaux sociaux pour que l'internaute reconnaisse instantanément votre boutique ! Nous devons retrouver votre ADN.

7 - RÉPONDEZ AUX AVIS POSITIFS COMME NÉGATIFS

Les avis en ligne sont essentiels au succès de votre entreprise. Ils guident le choix de **93% des consommateurs** et plus de **80% les consultent avec l'idée précise d'acheter un produit.**

Que l'avis soit positif ou non, y répondre vous donne l'opportunité de démontrer aux nouveaux clients que leur avis est important.

Il est essentiel de veiller à le faire régulièrement, ne serait-ce que pour remercier ceux qui soulignent vos forces et pour éviter que les critiques moins élogieuses ne fassent fuir les clients.



POUR BIEN RÉPONDRE À VOS AVIS



- Restez poli et calme en toutes circonstances
- Répondez rapidement : un délai de 24h est idéal (mais attention à ne pas s'enflammer si vous recevez un mauvais commentaire)
- Remerciez l'internaute d'avoir pris le temps de laisser un avis
- Personnalisez votre réponse
- Signez votre message pour instaurer un sentiment de proximité
- Assumez votre erreur si le commentaire est justifié et proposez toujours une solution.

EXEMPLE DE RÉPONSE AVIS POSITIF

Bonjour Eva,

Nous vous remercions d'avoir pris le temps de partager votre avis sur votre session shopping dans notre boutique. C'est un plaisir de savoir nos clients satisfaits. Au plaisir de vous revoir chez nous !

Nous vous souhaitons une belle journée,
L'équipe *****



EXEMPLE DE RÉPONSE AVIS NÉGATIF



Bonjour Antoine,

Nous sommes navrés de lire votre commentaire et d'apprendre que vous n'êtes pas pleinement satisfait de votre expérience dans notre boutique.

Nous prenons en considération vos remarques et votre impression. Nous vous proposons, si vous le souhaitez, d'échanger avec nous afin de nous aider à répondre au mieux à vos attentes lors de votre prochaine visite.

Merci de nous contacter à l'adresse mail suivante xxxxxxx@xxxxxxx.com ou par téléphone au : 00 00 00 00 00.

En espérant avoir l'opportunité de vous accueillir à nouveau en boutique.

Ines, Responsable du magasin ****



POUR VOUS FAIRE ACCOMPAGNER

Pour aller plus loin, contactez la Turbine Dunkerque !

Ils vous orienteront vers la structure d'accompagnement numérique qui correspond à votre profil : BGE Flandre Création, CMA Hauts-de-France ou CCI Littoral Hauts-de-France.

Tel : 03 28 24 48 10

Mail : laturbine@tud.fr

Ou envoyez-nous un message sur LinkedIn : La Turbine Dunkerque

Venez nous rencontrer directement à la Turbine : 33 Rue du Ponceau, à 1 min de la gare de Dunkerque.

**IL EST IMPORTANT DE SE FAIRE ACCOMPAGNER POUR
QUE VOTRE COMMERCE SOIT AU TOP DU DIGITAL AVEC
L'AIDE PRÉCIEUSE D'UN CONSEILLER NUMÉRIQUE.**

**ET VOILÀ,
VOUS AVEZ LES CARTES EN MAIN POUR
PERFORMER SUR VOTRE FICHE
D'ÉTABLISSEMENT  !**