



31<sup>A</sup>

CONSEILS

# Performez sur Google



Guide visibilité locale





# Pourquoi viser le top 3 sur Google ?

Aujourd'hui, lorsqu'un internaute recherche un commerce ou un service à proximité (par exemple boulangerie Dunkerque ou coiffeur près de moi), Google affiche en priorité 3 établissements sur Google Maps. C'est ce que l'on appelle le Top 3 local.

Apparaître dans ce Top 3, c'est donc :

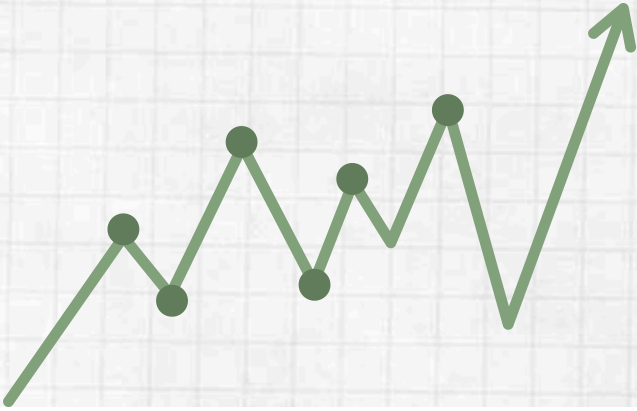
- **être vu en premier par les clients potentiels au moment où ils cherchent un commerce comme le vôtre,**
- **générer plus d'appels, de clics et de demandes d'itinéraires,**
- **attirer davantage de clients en magasin, notamment des personnes qui ne vous connaissent pas encore.**

Bonne nouvelle : accéder à ce Top 3 ne dépend pas de la taille de votre commerce ni de votre budget publicitaire. Google met en avant les établissements les plus pertinents, les mieux renseignés et les plus actifs localement.

Ce guide a été conçu pour vous aider à comprendre comment fonctionne la visibilité locale sur Google et surtout comment améliorer concrètement votre fiche d'établissement. Pas à pas, vous découvrirez des actions simples et accessibles pour renforcer votre présence en ligne, gagner en visibilité et faire de Google un véritable allié pour le développement de votre activité.



# Les bases du SEO<sup>\*</sup> local



## Le SEO local, c'est quoi ?

Le SEO local (référencement local) regroupe l'ensemble des bonnes pratiques qui permettent à votre commerce d'apparaître dans les résultats de recherche lorsqu'un internaute cherche une activité ou un service dans une zone géographique précise.

*Par exemple : boucherie Dunkerque, coiffeur près de chez moi, restaurant centre-ville.*

Google cherche alors à proposer les commerces les plus pertinents et les plus proches de l'internaute. Pour faire ce choix, il s'appuie sur plusieurs critères : la localisation, la qualité des informations, l'activité de la fiche Google et la cohérence globale de votre présence en ligne.

Le SEO local ne nécessite pas de budget publicitaire. Il repose avant tout sur la qualité et la régularité des informations que vous diffusez.

## Les piliers du référencement

Google compare les informations de votre commerce sur l'ensemble du web : fiche Google, site Internet, réseaux sociaux, annuaires. Il est donc essentiel que :

- le nom de votre commerce soit identique partout,
- l'adresse soit écrite de la même façon,
- le numéro de téléphone soit toujours le même.

Une incohérence peut perturber Google et nuire à votre visibilité locale.

EXEMPLE

# Une fiche bien référencée, ça donne quoi ?

**Vertueux**  
4,8 ★★★★★ 2176 avis ⓘ  
+ de 100 € · Restaurant

*beaucoup d'avis gage de qualité*

Site Web Itinéraire Avis Enregistrer  
Partager Appeler Menu

**Réserver une table**

**Services disponibles :** Réservation obligatoire · Salle à manger privée · Excellents cocktails  
*services développés*

**Adresse :** 34 Rue Beaurepaire, 75010 Paris  
*tel et adresse*

**Téléphone :** 01 80 98 03 61

**Menu:** [restaurantvertueux.com](http://restaurantvertueux.com) *menu à découvrir en ligne*

**Réservations:** [restaurantvertueux.com](http://restaurantvertueux.com) Fournisseurs ⓘ

**Horaires :** **Ouvert** · Ferme à 14:30 · Rouvre à 19:00 ▾  
*horaires à jour*

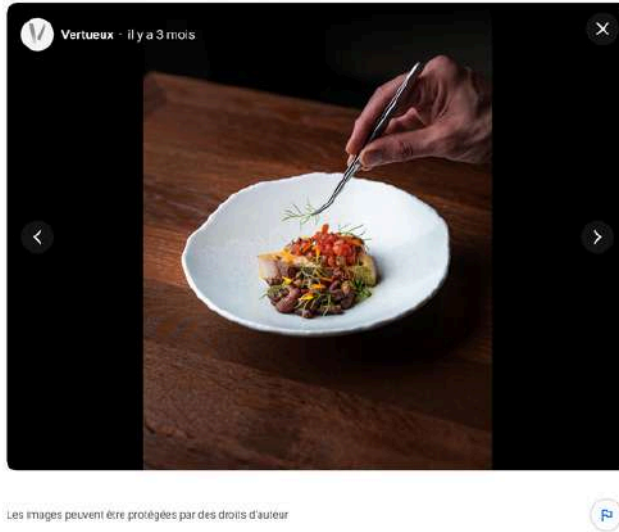
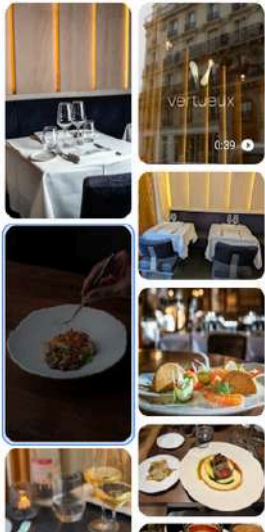
*site web renseigné*

*google maps*

*réservation en ligne*

*tel et adresse*

*horaires à jour*



*photos pro  
et même vidéos !  
contenu actualisé  
régulièrement*

Les images peuvent être protégées par des droits d'auteur

Prix par personne : + de 100 €  
Signalé par 1346 personnes

*indication de prix*

Horaires d'affluence



*affluence  
généralement renseignée  
par les clients*

Durée moyenne sur place - 2,5 heures

Envoyer sur votre téléphone

Envoyer

Les avis ne sont pas vérifiés

Google

4,8/5    2,2 k avis

Tripadvisor

Voir plus

*avis  
vérifiés*

Auteur de l'avis sur "TheFork"  
Avis de TheFork

10/10 · il y a une semaine **NOUVEAU**

Le serveur un homme antillais et tatouer à été très agréable, tant dans la présentation de la carte que sa discussion avec mon ami. Il as également été rapide. ....Plus

Afficher tous les avis >

Source : Vertueux

*description authentique*

"A quelques pas du canal saint martin et de la place de la république Paris 10 ème, le restaurant Français Vertueux vous invite à une expérience bistrannique où la cuisine française s'ouvre aux saveurs d'Amérique du Sud. Le chef Raul MEZA puise dans... Plus

Vertueux sur Google



La nouvelle carte du chef Raul Meza est arrivé, venez savourer ses saveurs de fin...

16 oct. 2025

En savoir plus



Aux manettes, Raül Meza, épicurien et voyageur dans l'âme, passionné par son...

18 août 2025

Réserver

Profils



Instagram

*réseau social  
associé*

*posts de blog  
directement  
sur la fiche*

# Conseils Google en 7 piliers clés

## PILIER 1 – CHOISIR LES BONNES CATÉGORIES

### Objectif

Permettre à Google de comprendre précisément votre activité pour vous proposer aux bonnes recherches locales.

### À faire

Choisir une catégorie principale très précise  
Ajouter des catégories secondaires pertinentes

### Erreurs fréquentes

Choisir une catégorie trop large  
Multiplier les catégories sans lien réel

### Astuce terrain

Analysez les catégories utilisées par les commerces du Top 3 dans votre secteur.

### Pour aller plus loin

Formation - Se démarquer sur Internet avec Google Business Profile  
CMA Hauts-de-France - [www.cma-hautsdefrance.fr](http://www.cma-hautsdefrance.fr)



## 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 apparaître jusqu'à 48h après votre intervention.*



# VOICI UNE PETITE LISTE DES CATÉGORIES QUE VOUS POURREZ TROUVER :

## Commerces de détail

- Magasin de vêtements
- Magasin de chaussures
- Boutique d'accessoires de mode
- Grand magasin
- Magasin discount
- Magasin de déstockage
- Boutique de cadeaux
- Concept store
- Friperie / magasin de seconde main

## Commerces alimentaires

- Boulangerie
- Pâtisserie
- Chocolatier
- Épicerie
- Épicerie fine
- Supérette
- Primeur
- Fromagerie
- Boucherie
- Poissonnerie
- Caviste
- Magasin bio

## Beauté, santé & bien-être

- Parfumerie
- Magasin de cosmétiques
- Pharmacie
- Parapharmacie
- Boutique bien-être / produits naturels
- Magasin CBD
- Opticien
- Magasin de matériel médical

## Spécialisés / niches

- Mercerie
- Magasin de tissus
- Boutique artisanale
- Magasin de produits locaux
- Boutique zéro déchet

## Maison & décoration

- Magasin de meubles
- Magasin de décoration
- Magasin de literie
- Magasin de bricolage
- Magasin de carrelage
- Magasin de peinture
- Fleuriste
- Jardinier
- Animalerie

## High-tech & équipements

- Magasin d'informatique
- Magasin de téléphonie mobile
- Magasin d'électronique
- Magasin d'électroménager
- Boutique de jeux vidéo

## Loisirs & culture

- Librairie
- Papeterie
- Magasin de jouets
- Magasin de musique
- Magasin de sport
- Magasin de cycles (vélo)
- Magasin d'articles de loisirs créatifs

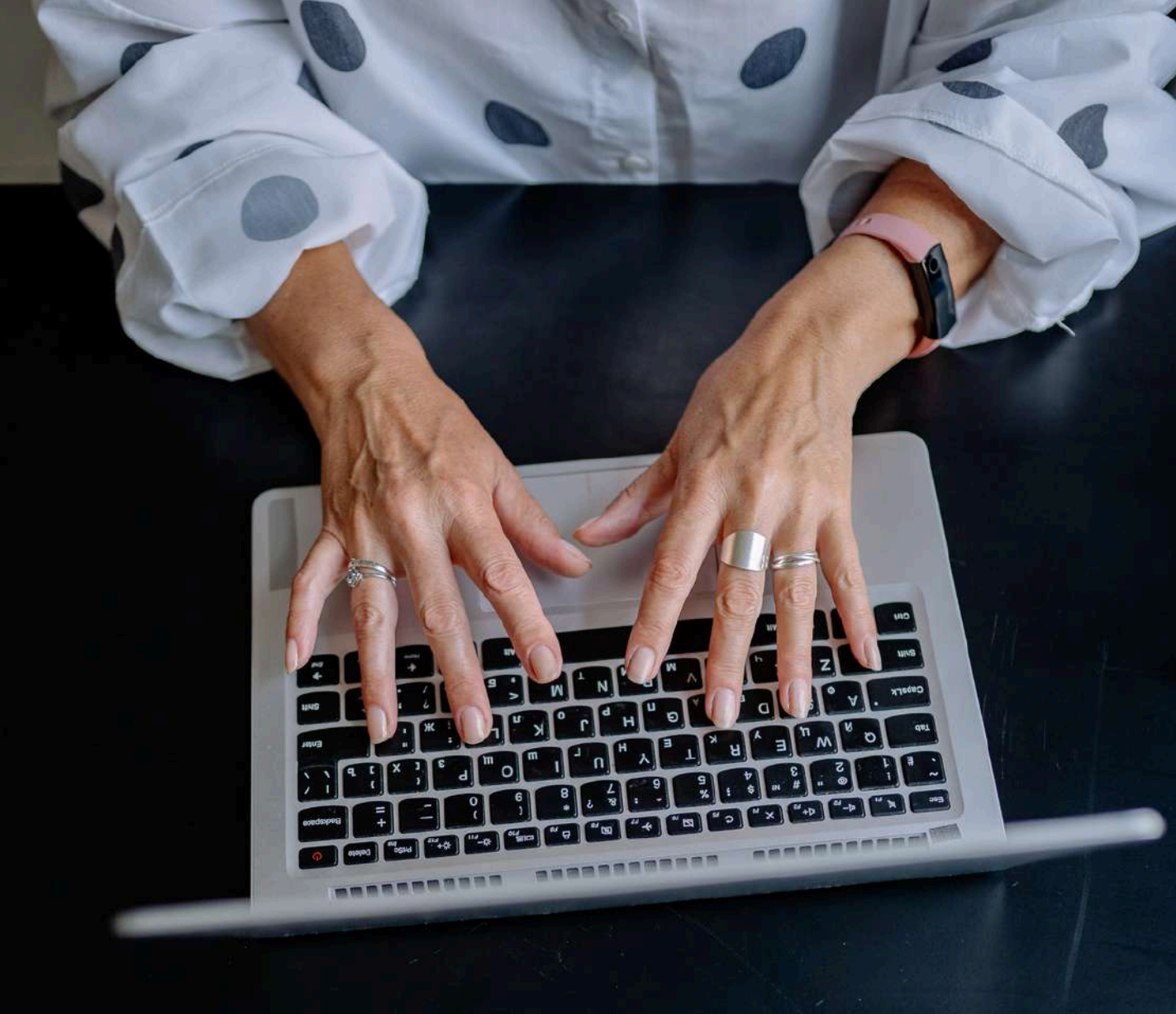
## Enfants & puériculture

- Magasin pour bébés
- Magasin de jouets éducatifs
- Boutique enfants



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





## PILIER 2 – RÉDIGER UNE DESCRIPTION CLAIRE ET ATTRACTIVE

### **Objectif**

Expliquer clairement votre activité à Google et donner envie aux internautes de vous choisir plutôt qu'un autre commerce.

### **À faire**

Rédiger une description simple, professionnelle et engageante

### **Mettre en avant**

- votre activité principale,
- vos spécialités,
- ce qui vous différencie (savoir-faire, produits, services, valeurs)
- intégrer naturellement des mots-clés locaux (activité + ville ou quartier)

### **Erreurs fréquentes**

Copier-coller un texte commercial générique rédigé par l'IA

Ne pas expliquer concrètement son activité

Oublier la dimension locale

### **Astuce terrain**

Imaginez que vous parlez à un client qui ne vous connaît pas encore : en quelques phrases, il doit comprendre ce que vous faites et pourquoi venir chez vous.



# PILIER 3 – RELIER SA FICHE GOOGLE À SON SITE ET À SES RÉSEAUX SOCIAUX

## Objectif

Renforcer votre crédibilité et votre visibilité en multipliant les points de contact avec vos clients.

## À faire

Ajouter le lien vers votre site Internet - site vitrine ou e-shop  
Renseigner vos réseaux sociaux professionnels

## Erreurs fréquentes

Laisser le champ "site web" vide  
Mettre un lien vers un site non à jour  
Mélanger réseaux personnels et professionnels  
Oublier un réseau

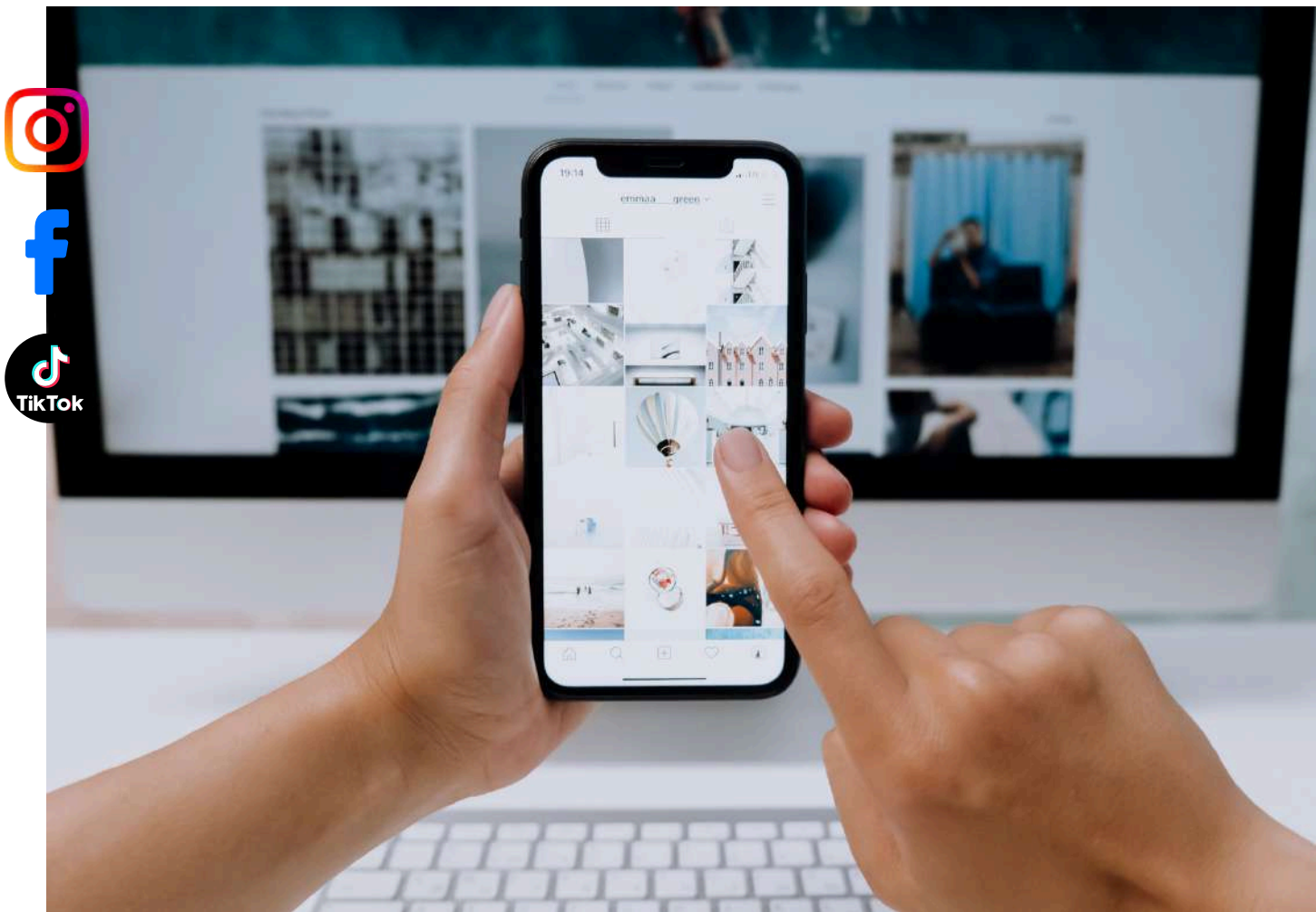
## Astuce terrain

Un commerce présent sur plusieurs réseaux inspire davantage confiance et facilite le passage à l'action (appel, visite, rendez-vous).

## Pour aller plus loin

Formation - Créer et animer un site Internet dans un contexte entrepreneurial  
Formation certifiante de 6 jours - BGE Flandre Création - [formation.bge-flandrecreation.fr](http://formation.bge-flandrecreation.fr)

Formation - Développer la visibilité d'une entreprise sur les réseaux sociaux  
Formation certifiante de 2 jours - BGE Flandre Création - [formation.bge-flandrecreation.fr](http://formation.bge-flandrecreation.fr)





## PILIER 4 – PUBLIER ET METTRE À JOUR RÉGULIÈREMENT SES INFORMATIONS

### Objectif

Envoyer des signaux positifs à Google et éviter toute frustration côté clients.

### À faire

Vérifier régulièrement :

- horaires,
- adresse,
- numéro de téléphone

Utiliser les posts Google pour partager une actualité, une offre ou un événement.

### Mettre à jour les horaires en cas de

jours fériés,  
congés,

ouvertures exceptionnelles (exemple : période des fêtes de fin d'année)

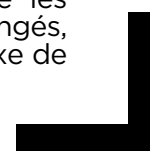
### Erreurs fréquentes

Horaires incorrects ou non mis à jour

Fiche inactive pendant plusieurs mois

Oublier les périodes de congés

**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.





## **PILIER 5 – PUBLIER DES PHOTOS RÉCENTES ET DE QUALITÉ**

### **Objectif**

Donner envie aux internautes de franchir la porte de votre commerce.

### **À faire**

Ajouter régulièrement :

- des photos de la façade,
- de l'intérieur,
- des produits ou services,
- de l'équipe

Privilégier des photos lumineuses et récentes

Vous pouvez également ajouter des vidéos (nouveau Google)

### **Erreurs fréquentes**

Photos floues ou sombres

Photos trop anciennes

Aucune photo ajoutée depuis plusieurs mois

### **Astuce terrain**

Les commerces avec des photos récentes sont plus souvent consultés et génèrent davantage de demandes d'itinéraires.



# PILIER 6 – GÉRER LES AVIS CLIENTS

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.

Restez poli et calme en toutes circonstances.

Répondez rapidement : un délai de 24h est idéal (veillez à adopter une réaction mesurée en cas de retour négatif.).

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.



# PILIER 7 – AJOUTER DES POSTS ET DES PRODUITS

## Objectif

Permettre aux commerçants et entrepreneurs de mettre à jour leur fiche Google en ajoutant des posts et des produits, afin de renforcer leur visibilité, attirer des clients et informer en temps réel sur leurs offres et nouveautés.

- Les posts Google permettent de communiquer directement avec vos clients : promotions, événements, nouveautés ou conseils.
- Les produits Google mettent en avant votre catalogue et facilitent la découverte de vos articles par des clients qui recherchent vos produits sur Google ou Maps.
- Publier régulièrement améliore votre SEO (référencement local) et montre que votre commerce est actif et engageant.

## Ajouter un post sur Google

1. Connectez-vous à votre compte Google My Business (ou Google Business Profile).
2. Sélectionnez votre fiche d'établissement.
3. Cliquez sur "Posts" ou "Ajouter un post".
4. Choisissez le type de post :
  - Offre : réduction ou promotion spéciale.
  - Actualité : information sur votre commerce ou événement.
  - Événement : date et lieu de l'événement.
  - Produit : pour mettre en avant un article spécifique.
5. Rédigez un texte court et engageant (150 à 300 caractères).
6. Ajoutez une image ou vidéo attractive.
7. Ajoutez un bouton d'action si nécessaire (Ex. : "Réserver", "Acheter", "En savoir plus").
8. Cliquez sur Publier.

ajouter un post

le petit + :  
vous pouvez programmer vos posts à l'avance ! Pratique pour votre organisation.

ajouter un produit

## Mots-clés

Pour comprendre votre activité, Google s'appuie sur les mots que vous utilisez dans votre description.

Il est recommandé d'intégrer :

- votre activité principale,
- votre zone géographique (ville, quartier, secteur),
- vos spécialités si elles sont différenciantes.

Exemple :

Salon de coiffure mixte situé à Dunkerque, spécialisé dans la coupe et la coloration.

## Lien entre fiche Google & site Internet

Votre fiche Google et votre site Internet fonctionnent ensemble. Un site bien relié à votre fiche permet à Google de mieux comprendre votre activité et de renforcer votre crédibilité.

Même un site vitrine simple peut avoir un impact positif sur votre référencement local.



## Pour aller plus loin

Accompagnement numérique à la carte et booster numérique par la CCI Littoral Hauts-de-France [hautsdefrance.cci.fr](https://hautsdefrance.cci.fr)



## Rendez-vous à la Turbine pour toute question sur l'accompagnement

33 Rue du Ponceau, 59140 Dunkerque

03 28 24 48 10

[laturbine@tud.fr](mailto:laturbine@tud.fr)

Prêt à faire  
rayonner votre  
entreprise sur  
Google ?