twolagency

Guide offert

Être trouvé sur Google près de chez vous

Quand on cherche un artisan, un commerce ou un cabinet, on tape souvent son métier et sa ville. Ce guide vous montre, étape par étape, comment soigner ce que Google montre de vous. Tout se fait gratuitement, par vous-même.

AU PROGRAMME

1. Créez ou reprenez votre fiche Google Business
2. Mettez les mêmes informations partout
3. Obtenez de vrais avis, régulièrement
4. Installez la Search Console (si vous avez un site)
5. Faites vivre votre fiche
6. ✓ La check-list à cocher

Personne ne peut vous promettre une place sur Google. Ces étapes mettent toutes les chances de votre côté, et les effets se voient en général en quelques semaines ou quelques mois.

AVANT DE COMMENCER

Rassemblez ces informations

Un peu de préparation vous évite de vous contredire d'un site à l'autre. Notez-les dans un document que vous garderez.

- Le nom exact de votre entreprise, tel qu'il figure sur votre devanture, vos devis et vos factures
- Votre adresse complète, ou la liste des communes où vous intervenez si vous travaillez chez vos clients
- Un seul numéro de téléphone, celui où l'on vous joint vraiment
- Vos horaires, et vos jours de fermeture habituels
- Une phrase qui dit ce que vous faites, pour qui et où
- Quelques vraies photos : devanture, intérieur, équipe, réalisations

ÉTAPE 1

Créez ou reprenez votre fiche Google Business

C'est la fiche qui s'affiche avec la carte quand on cherche votre métier près de chez soi. Elle est gratuite et c'est souvent la première chose qu'on voit de vous.

1. Allez sur business.google.com avec un compte Google à votre nom (pas celui d'un prestataire). Cherchez d'abord votre entreprise : une fiche existe peut-être déjà. Dans ce cas, n'en créez pas une nouvelle : cliquez sur « Revendiquer cette fiche », c'est-à-dire prouver à Google qu'elle est à vous.
2. Suivez la validation demandée par Google (vidéo, appel, courrier ou email selon les cas). Tant qu'elle n'est pas faite, vos modifications ne sont pas visibles.
3. Choisissez la catégorie principale la plus précise possible : « Plombier » plutôt que « Entreprise de bâtiment ». Ajoutez ensuite quelques catégories secondaires qui correspondent vraiment à ce que vous faites.
4. Vous travaillez chez vos clients sans les recevoir ? Masquez votre adresse et indiquez plutôt votre zone d'intervention (villes ou départements).
5. Remplissez tout : horaires, téléphone, site internet, services, description. Une fiche complète aide Google à comprendre ce que vous faites.
6. Ajoutez de vraies photos, prises par vous. Évitez les photos de banques d'images : elles ne rassurent personne.

À éviter : N'ajoutez pas de mots en plus dans le nom (« Plombier pas cher Nantes »). Le nom doit être celui de votre devanture : les règles de Google l'exigent, et une fiche peut être suspendue pour ça.

ÉTAPE 2

2 Mettez les mêmes informations partout

Google compare ce qu'il trouve sur vous d'un site à l'autre. Si votre nom, votre adresse ou votre téléphone changent d'une page à l'autre, il a moins confiance. Vos clients aussi.

1. Écrivez une fois pour toutes votre nom, votre adresse et votre téléphone, dans le format exact que vous voulez garder.
2. Vérifiez-les sur votre fiche Google, sur votre site (en bas de chaque page et sur la page contact), sur Facebook, Instagram, les Pages Jaunes et les annuaires de votre métier.
3. Corrigez les anciennes adresses et les anciens numéros que vous trouvez en cherchant le nom de votre entreprise sur Google.
4. Même chose pour les horaires : s'ils changent, changez-les partout le même jour.
5. Vous déménagez ou changez de numéro ? Notez tous les endroits où vous êtes inscrit : la liste vous servira ce jour-là.

ÉTAPE 3

3 Obtenez de vrais avis, régulièrement

Les avis comptent pour Google et pour la personne qui hésite entre vous et un concurrent. Le plus simple est d'en faire une habitude.

1. Récupérez le lien direct vers vos avis : dans votre fiche Google, cherchez « Demander des avis ». Gardez-le dans votre téléphone.
2. Demandez un avis à tous vos clients, juste après la prestation. Un SMS court avec le lien suffit.
3. Demandez à tout le monde, sans trier : réserver la demande aux clients satisfaits est interdit par les règles de Google.
4. Vous recevez du public ? Affichez le lien sous forme de QR code au comptoir ou glissez-le sur vos factures.
5. Répondez à chaque avis, même en deux lignes. Un merci personnalisé montre qu'il y a quelqu'un derrière la fiche.
6. Face à un avis négatif : attendez d'être calme, répondez poliment, proposez une solution. Ceux qui vous liront regardent surtout votre réponse.

À éviter : N'écrivez jamais d'avis vous-même, ne les achetez pas et n'offrez rien en échange : c'est interdit et Google peut retirer les avis, voire la fiche. Professions de santé : vérifiez d'abord les règles de votre Ordre sur les avis.

4

ÉTAPE 4

Installez la Search Console (si vous avez un site)

C'est l'outil gratuit de Google qui montre comment on arrive sur votre site : avec quelles recherches, et combien de fois il s'affiche.

1. Allez sur search.google.com/search-console avec le même compte Google que votre fiche.
2. Ajoutez votre site, puis prouvez qu'il est à vous. Le plus simple : demandez à votre hébergeur ou à la personne qui a fait votre site, c'est l'affaire de quelques minutes pour elle.
3. Envoyez le plan de votre site (le « sitemap »), si votre site en a un. Votre prestataire peut vous donner son adresse.
4. Une fois par mois, ouvrez l'onglet « Performances » : vous y voyez les mots tapés par les gens qui vous ont trouvé.
5. Ces mots doivent apparaître sur votre site. Si l'on vous cherche pour un service dont votre site ne parle pas, ajoutez-en quelques lignes.

5

ÉTAPE 5

Faites vivre votre fiche

Une fiche qu'on ne touche jamais finit par vieillir. Quelques minutes par mois suffisent pour la garder à jour.

1. Ajoutez de nouvelles photos de temps en temps : un chantier terminé, un nouveau plat, la vitrine de saison.
2. Indiquez vos horaires exceptionnels avant chaque jour férié et chaque fermeture pour congés.
3. Publiez une actualité de temps en temps (nouveau service, période d'ouverture) depuis votre fiche.
4. Relisez votre fiche une fois par mois : n'importe qui peut suggérer une modification, et Google l'accepte parfois sans vous prévenir.

LES PIÈGES

Cinq erreurs fréquentes

- ✕ Laisser deux fiches pour la même entreprise (par exemple après un déménagement) : signalez le doublon à Google
- ✕ Donner le mot de passe de votre compte Google à quelqu'un : ajoutez plutôt la personne comme « gestionnaire » de la fiche, vous pourrez la retirer quand vous voulez
- ✕ Mettre un numéro de standard ou de plateforme qui ne sonne pas chez vous
- ✕ Croire qu'une place sur Google s'achète ou se garantit : personne ne peut la promettre
- ✕ Tout faire en une fois puis ne plus jamais revenir sur la fiche

RÉCAPITULATIF

La check-list à cocher

Cochez au fur et à mesure.

- ☐ J'ai une fiche Google Business à mon nom, et elle est validée
- ☐ Ma catégorie principale décrit précisément mon métier
- ☐ Mes horaires, mon téléphone et mon site sont renseignés
- ☐ J'ai ajouté au moins quelques vraies photos
- ☐ Mon nom, mon adresse et mon téléphone sont identiques sur ma fiche, mon site et mes réseaux
- ☐ J'ai corrigé les anciennes informations trouvées sur le web
- ☐ J'ai le lien direct vers mes avis dans mon téléphone
- ☐ Je demande un avis à tous mes clients, sans trier
- ☐ Je réponds à chaque avis, même aux mauvais
- ☐ La Search Console est installée sur mon site, à mon nom
- ☐ J'ai noté dans mon agenda de relire ma fiche une fois par mois



Pas le temps de tout faire ? On s'en occupe.

Fiche Google, informations identiques partout, Search Console : nous pouvons le faire pour vous. Une estimation en quelques clics, puis un devis gratuit. Rien ne vous engage avant la signature.

Demander un devis →

Écrire sur WhatsApp

Notre offre fiche Google : twolagency.fr/referencement-local