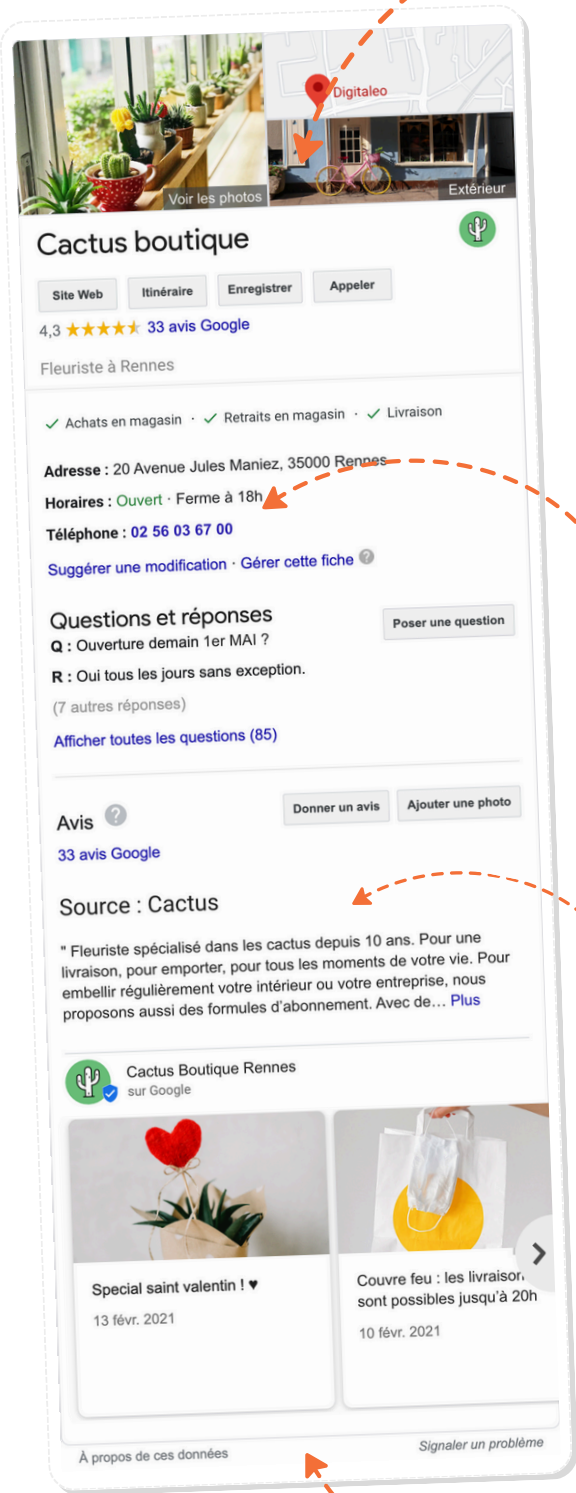


10 astuces pour optimiser votre visibilité sur Google



1 NOM D'ÉTABLISSEMENT

Il doit correspondre exactement à celui utilisé sur votre site, devanture ou documents officiels, **sans mots-clés** marketing ou référence géographique, emojis ou symboles. Respectez la casse, avec une majuscule en début de mot si nécessaire et ne dépassez pas 125 caractères.

2 CATÉGORIES

La catégorie **principale** doit être **précise, pertinente et stable**. Vous pouvez ajouter **jusqu'à 9 catégories** secondaires pour élargir la visibilité, mais uniquement celles qui reflètent réellement votre activité et sont présentes sur votre site et réseaux sociaux.

3 COORDONNÉES GÉOGRAPHIQUES

L'adresse doit être **exacte, officielle et vérifiable**. tout changement déclenche généralement une re-vérification de Google.

4 NUMÉRO DE TÉLÉPHONE

Privilégiez **un numéro local** par point de vente, fixe, et évitez les changements fréquents.

5 ADRESSE WEB

Elle doit être renseignée sur toutes vos fiches et diriger vers la page la plus pertinente de chaque point de vente (store locator, page produits/services). Évitez les redirections vers les réseaux sociaux.

6 HORAIRES

Habituels, ils doivent être **cohérents** : site web, réseaux sociaux etc. Des changements fréquents peuvent sembler suspects. Pour les horaires **exceptionnels**, Google recommande une fermeture **maximale d'une semaine**. Au-delà, passez la fiche en "fermeture temporaire" (activité saisonnière, vacances longues durée...).

7 DESCRIPTIONS

Elles doivent être **claires, personnalisées et engageantes**. Captez l'attention dès les premières lignes en mettant en avant les spécificités de chaque point de vente (services, expertise...). Utilisez des termes recherchés par vos clients, sans sur-optimisation ni caractères spéciaux et emojis.

8 IMAGES

Privilégiez des contenus **authentiques** de l'établissement (devanture, intérieur, équipes) et publiez de **façon régulière** (tous les 3 mois minimum). L'usage d'images génériques ou issues de banques d'images peut être mal perçu.

9 ATTRIBUTS

Ils sont cruciaux en SEO local car ils influencent l'affichage sur Google et fournissent des **infos clés** aux clients. Ils dépendent de la catégorie principale et couvrent : l'accessibilité (PMR), les modes de paiement (CB, sans contact, Apple Pay), les services (drive, livraison), et l'équipement (Wi-Fi, terrasse).

10 GOOGLE POSTS

Ils sont un levier clé pour le SEO local et l'engagement client. **Publiez une à quatre fois** par mois en variant les types de posts (promos, événements, nouveautés, conseils). Placez les **infos essentielles** en début de post (Google tronque après 100 caractères).

Pour une fiche encore plus performante :

Répondez à tous vos avis

Qu'ils soient positifs ou négatifs et dans un **délai de 48h maximum**. **90% des Français** consultent les avis clients avant de prendre une décision.

Collectez des avis clients

Ils participent au référencement de votre fiche GMB ! Il est essentiel de disposer de **70 avis minimum par page** et d'avoir de nouveaux avis toutes les semaines idéalement.

Unifiez vos informations

Harmonisez vos informations sur tous les supports que peuvent utiliser vos clients pour vous trouver : **site internet, Google, Facebook, Waze...**



Modifications à risque élevé



Modifications à risque modéré