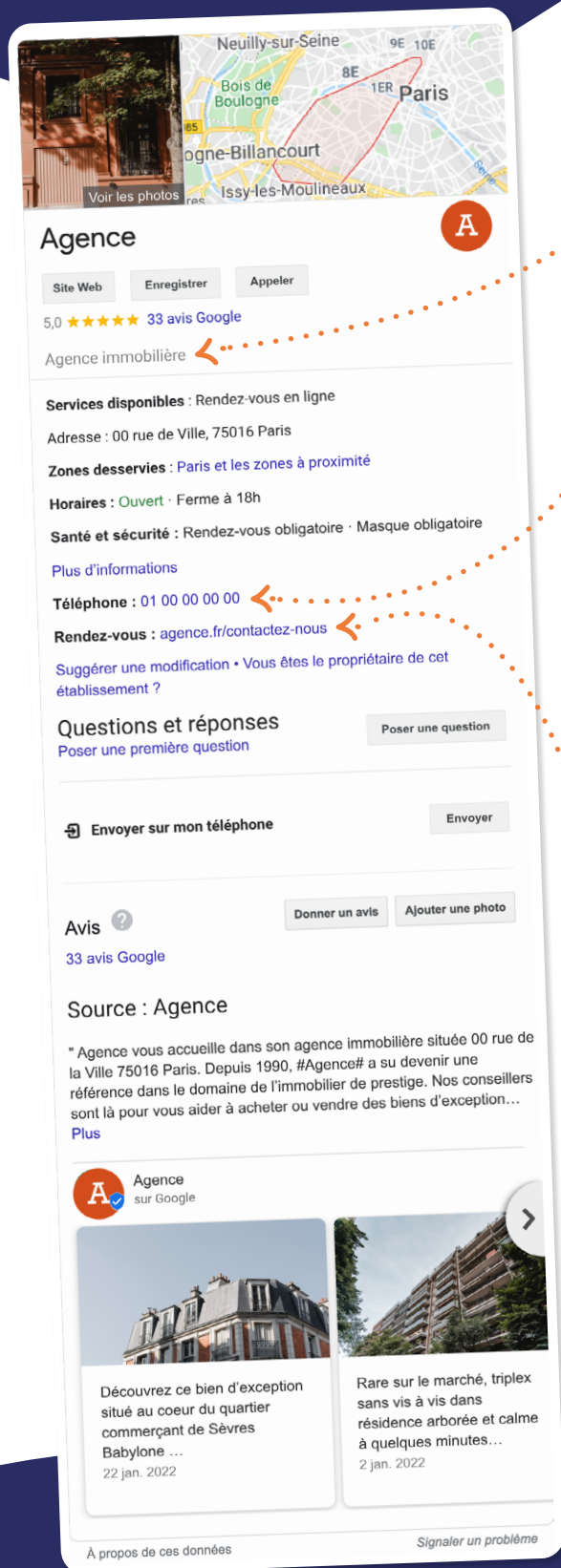


Ma fiche parfaite Google Business Profile



1 NOM D'ÉTABLISSEMENT

Nom de l'agence immobilière

⊖ Ne pas utiliser abusivement des mots clés dans votre titre sous risque de vous faire pénaliser par Google.

2 CATÉGORIE

Catégorie principale : Agence immobilière...

Catégorie secondaires : Consultant immobilier, Agents immobiliers, Société de gestion immobilière...

⊖ Ne pas utiliser plus de 9 catégories secondaires.

3 NUMÉRO DE TÉLÉPHONE

Ajoutez le numéro de téléphone de chaque agence, Google recommande les **lignes fixes**.

4 ADRESSE POSTALE

Renseignez l'adresse de votre établissement (rue, bis, étage, immeuble...). Si vous n'accueillez pas de clients, masquez votre adresse et Google s'en servira seulement pour déterminer votre **zone de chalandise**.

5 SITE WEB

Indiquez l'**url de votre page d'accueil**, et si vous appartenez à un réseau de plusieurs agences, ajouter le **lien de la page dédiée en local**.

6 HORAIRES

Indiquez des **horaires de bureau standards** plutôt que du 7j/7 24h/24 et renseignez à l'avance les jours **exceptionnels d'ouvertures et de fermetures**.

7 DESCRIPTION

Inclure des **mots clés essentiels** (activité principale et secondaire, services, localisation, zone d'action) et renseignez la **date de création** de votre agence pour mettre en avant votre expérience.

Exemple : Agence immobilière en activité depuis plus de 10 ans dans la région de Paris.

8 ATTRIBUTS

Indiquez comment **prendre rendez-vous** : page web de contact, landing page, agenda en ligne. Vous pouvez ajouter les attributs sur la sécurité et les mesures sanitaires.

9 LOGO, IMAGES ET VIDÉOS

Logo : le même logo sur toutes les fiches du réseau

Images : locaux, équipes, biens disponibles

Vidéos : équipes en action, intérieur des locaux

⊖ Ne pas publier de photos venant de banques d'images ou des images contenant trop de texte.

Pour une fiche encore plus performante :

Structure : Les fiches qui portent le nom de vos agences doivent être revendiquées par un collaborateur de votre réseau.

Informations : Les infos de votre fiche GMB, de votre site web et Facebook doivent être identiques.

Avis clients : 90% des Français consultent les avis clients avant de prendre une décision. De plus, ils participent au bon référencement de votre fiche Google !

Google Posts : Animez votre fiche en partageant vos actualités, vos derniers biens en vente ou mandats rappelant votre zone de couverture.