

Mettre en place un Google Business Profile

Description

Google business profile (anciennement Google My Business) est un outil proposé gratuitement par Google qui permet aux entreprises et organisations de gérer leur présence en ligne sur Google.

De ce fait, les entreprises, en optimisant leur profil Google Business Profile, peuvent améliorer leur visibilité locale afin d'attirer le plus de clients et interagir avec eux.

[Créer mon entreprise en ligne](#)

Qu'est-ce que Google Business Profile ?

Anciennement lancé en 2009 sous le nom de Google Places et en 2014 sous le nom de Google My Business, Google Business Profile a été renommé en 2022.

Le but reste pourtant le même que sous les anciennes appellations : donner aux entreprises la possibilité de contrôler ce qui apparaît dans les résultats de recherche.

Ainsi, Google Business Profile (Google My Business) peut être défini comme étant un service de référencement gratuit de Google qui permet aux personnes qui ont [créé leur entreprise](#) de gérer leur présence en ligne sur les différentes plateformes de Google dont Google Maps et la recherche Google.

En effet, cet outil sert à [la gestion d'entreprise](#) et les aide à être facilement trouvés par des clients potentiels en partageant des informations essentielles comme les horaires d'ouvertures, l'adresse ou encore les coordonnées.

Mais les clients peuvent également interagir avec l'entreprise en publiant des photos et des avis.

Cet outil **permet alors de créer une fiche d'établissement** qui est, en quelque sorte, la fiche de renseignement de l'entreprise.

Cette fiche apparaît en haut à droite à la suite d'une recherche Google.

A noter : ce qui change de Google My Business c'est qu'en plus de la recherche et de

Google Maps, Google My Profile propose une gestion du profil directement depuis Google Search, sur ordinateur et sur mobile.

Quels sont les avantages de Google Business Profile ?

Il y a de **nombreux avantages à utiliser Google Business Profile**.

Pour commencer, Google Business Profile **permet d'améliorer la e-reputation de l'entreprise** et du [chef d'entreprise](#) qui l'utilise.

En effet, grâce aux avis authentiques des clients mis en avant par Google, une confiance est mise en place entre les clients et l'entreprise.

Ensuite, cet outil **permet de booster la visibilité de l'entreprise** notamment sur Google Maps puisque le profil de l'entreprise est directement accessible depuis cette fonctionnalité.

Bon à savoir : selon Google, cette fonctionnalité attirerait près d'1 milliard d'utilisateurs actifs par mois.

De plus, Google Business Profile (ou Google My Business) **permet de faciliter l'interaction avec les clients** en rendant l'accès aux informations plus utiles à l'aide de photos, de numéros de téléphone et d'adresses. Mais aussi grâce aux outils de question/réponse ou la messagerie instantanée.

Enfin, cet outil **participe au renforcement du référencement naturel (SEO)**. En effet, la fiche d'établissement est visible essentiellement grâce à la localisation des clients. Cela offre donc une visibilité locale mais attire aussi des clients locaux.

Zoom : Si vous n'avez pas encore créé votre entreprise, LegalPlace s'en charge pour vous. Notre société se charge de générer les statuts et d'effectuer les démarches de [création de votre entreprise](#). Le processus est très simple : il vous suffit de répondre à un formulaire rapide, puis de transmettre les justificatifs demandés.

Comment créer et utiliser un compte Google Business Profile ?

Pour créer un compte, il vous suffit de :

1. Se connecter ou créer un compte Google sur ordinateur. Il faut s'inscrire avec une adresse e-mail associée au domaine de votre établissement ;
2. Il faut créer la fiche d'établissement. Pour ce faire, il suffit simplement de cliquer sur "créer une fiche" et renseigner le nom la société, ou sélectionnez-le dans la liste de suggestions qui apparaît sur votre écran d'ordinateur ;
3. Il faut ensuite rechercher la catégorie d'activité dont votre [type entreprise](#) fait partie en précisant si votre entreprise accueille du public ou non. Cette information permet de placer votre entreprise sur un repère à l'aide d'une carte ;
4. Il faut par la suite renseigner la zone desservie par votre entreprise : 20 zones sont possibles au maximum ;
5. Enfin, il vous suffit de mentionner le numéro de téléphone de l'entreprise, l'URL de votre site et de valider.

Bon à savoir : à la fin de vos démarches pour créer une fiche d'établissement, il est possible de créer un site internet avec les informations renseignées.

Quels sont les éléments clés pour optimiser votre profil ?

Il existe certains éléments clés qui permettent d'optimiser votre profil sur Google Business Profile, tels que la mise à jour des informations essentielles et l'importance des photos et vidéos.

Mise à jour des informations essentielles

La mise à jour des informations essentielles est importante pour que la fiche d'établissement soit constamment à jour.

Pour cela il est essentiel que **la fiche soit la plus détaillée possible**. Cela passe par le choix d'un titre pertinent mais aussi par une mise à jour régulière des informations concernant [la gouvernance de l'entreprise](#).

De plus, la mise à jour passe également par **la réponse aux avis des clients**. En effet, cela permet de faire comprendre à Google que votre fiche d'établissement est active et à jour. Cela joue considérablement sur la visibilité de l'entreprise sur Google.

Bon à savoir : plus de 96% des utilisateurs Google lisent les avis et les commentaires notamment lorsqu'ils recherchent un commerce local.

Importance des photos et vidéos

L'importance des photos et des vidéos **permet d'optimiser la fiche d'établissement Google Business Profile.**

En effet, ces éléments permettent non seulement d'augmenter la visibilité de l'entreprise sur Google et par conséquent sur les potentiels futurs clients mais permet aussi de faire connaître les produits.

En effet, une entreprise ayant une [activité commerciale](#) peut mettre en avant des produits à travers des photos et des vidéos permettant aux clients intéressés de cliquer plus facilement sur une page produit.

Ainsi, en attirant l'attention des internautes, vous augmenterez le trafic sur votre site internet et augmentez également vos chances que des achats soient faits.

Bon à savoir : d'après Google, les internautes sont 2,7 fois plus enclins à se fier à une entreprise dont la fiche est complète avec des photos dans la recherche Google et sur Maps.

Pourquoi et comment recueillir des avis sur Google Business Profile?

Pour recueillir des avis sur Google Business Profile, il suffit de mesurer l'impact des avis sur le référencement local mais aussi d'adopter des stratégies pour obtenir des avis positifs.

L'impact des avis sur le référencement local

Les avis des clients sur le référencement local ont un impact majeur sur l'entreprise. Ces avis **permettent de mesurer la fiabilité de l'entreprise** mais aussi d'apporter des potentiels futurs clients.

Au niveau du référencement local cela joue également puisqu'une bonne entreprise qui a de bons commentaires aura forcément une meilleure visibilité.

Tandis que des avis négatifs qui entraînent par la suite une visibilité moindre jouera également sur un référencement local de Google.

Ainsi les avis générés par les utilisateurs **font partie des critères retenus par les moteurs de recherche pour améliorer le SEO local**. C'est donc un critère qu'il ne faut absolument pas négliger.

A noter : les avis peuvent également jouer sur l'avenir de l'entreprise. En effet, si les avis sont pour la plupart négatifs, cela peut entraîner [la dissolution de l'entreprise](#).

Stratégies à mettre en place pour les avis

La stratégie mise en place pour obtenir des avis positifs passe par l'attention portée par les entreprises à la rédaction de leurs réponses aux commentaires. Autrement dit, chaque entreprise se doit de soigner ces réponses à ces avis qu'ils soient positifs ou négatifs.

Cette stratégie permet premièrement de **récolter beaucoup plus de commentaires** car les clients vont comprendre que vous êtes réactif. Mais aussi, dans un second temps, faire comprendre au moteur de recherche que l'entreprise est considérée comme pertinente.

Cela permettra à la fois de **maîtriser votre image de marque sur internet** mais également votre réputation en ligne.

Tout cela dans le but de **faire augmenter votre chiffre d'affaires dans l'idéal**.

Bon à savoir : Google Business Profile est un excellent outil lorsque vous démarrez votre entreprise. De même lorsque vous [créez une start-up](#), c'est un outil qui permet de comprendre comment le SEO fonctionne mais aussi si la stratégie adoptée dans l'entreprise est la bonne.

FAQ

Est-ce que Google business profile est gratuit ?

Google business profile est un outil google gratuit. Il sert à gérer la présence en ligne des entreprises qui le souhaitent en créant notamment une fiche d'établissement.

Quelle est la différence entre Google my business et Google

business profile ?

La différence entre Google my business et Google business profile réside dans le fait que Google business profile offre plus de possibilités notamment avec la fonctionnalité de Google Search. En d'autres termes, il est désormais possible avec Google My Business d'accéder à son profil directement depuis Google ou Google Maps, sans passer par l'outil d'administration.

Est-ce qu'avoir Google business profile aide avec le SEO ?

Avoir Google Business Profile aide effectivement avec le SEO puisque le taux de clics participe à booster le score SEO. Avec Google business profile, on peut désormais mesurer les interactions ainsi que les performances des entreprises et tout cela avec l'aide du SEO.