



Google My Business

Optimisez votre profil

1

NOUVEAU Rédigez des publications COVID-19

Utilisez le nouveau type de publication COVID-19 pour partager les dernières informations sur votre établissement de manière détaillée. Vous pouvez ajouter des informations à propos des éléments suivants : fermetures ou adaptation des horaires d'ouverture, mesures de sécurité et d'hygiène, cours et visites en ligne. Les informations COVID-19 apparaissent en évidence sur votre profil et sont facilement identifiables par vos clients. [Découvrez comment rédiger une publication COVID-19.](#)

2

NOUVEAU Utilisez des attributs pour mettre en avant vos offres

En haut de votre profil se situent des attributs permettant d'informer les clients sur la disponibilité de services au sein de votre établissement.

Les commerçants peuvent choisir entre : 'Achats en magasin', 'Drive disponible', 'Livraison' et 'Retrait en magasin'.

Les restaurateurs peuvent choisir entre : 'Commande à l'avance', 'Livraison', 'Livraison sans contact', 'Repas sur place' et 'Vente à emporter'.

Ces nouvelles informations seront mises en évidence sur le profil de votre établissement lorsque les clients le trouveront sur Google Maps et dans la recherche Google. Les attributs proposés sont signalés par une coche "✓" et les attributs non proposés par une croix "X". [Découvrez comment modifier des attributs.](#)

3

Mettez à jour votre statut et horaires d'ouverture

Lorsque votre établissement reprendra complètement ou partiellement son activité (p.e. pour les livraisons ou le retrait en magasin), vous pourrez le [rouvrir](#). Si vos horaires d'ouverture ont changé, mettez-les à jour. Ils s'affichent lorsqu'un utilisateur consulte votre profil et lui permettent de savoir exactement quand se rendre sur place. [Découvrez comment modifier vos horaires d'ouverture.](#) Pour les jours où vous ouvrez à des heures inhabituelles, ou votre établissement est fermé pour un court période,, vous pouvez définir des [horaires d'ouverture exceptionnels](#)

4

Complétez les informations de base

Des profils d'établissement complets enregistrent en moyenne 7 fois plus de clics ! (*)
Assurez-vous d'avoir les informations de base bien complètes: numéro de téléphone, site web, horaires d'ouverture et photos.

(*) Ipsos MORI, *Impact of Search Listings for Local Businesses*, Aug 2014

5 Répondez aux avis et questions

Près de 2 clients sur 3 (*) disent que les avis positifs sont un critère important dans la sélection d'un établissement. Les réponses que vous publiez en tant que propriétaire vous permettent d'établir des relations avec vos clients. Assurez-vous de surveiller régulièrement les questions et avis laissés par vos clients afin de ne pas les laisser sans réponse. [Découvrez nos conseils pour répondre aux avis](#)

6 Ajoutez des photos ou vidéos

90% des clients (*) sont plus susceptibles de visiter un établissement qui a des photos sur une page de résultat Google et sur Google Maps. De belles photos attractives vont capter l'attention des internautes. Ajoutez des photos de couverture, un logo, et publiez régulièrement des photos uniques de votre magasin, des membres de l'équipe, des potentiels services et produits que vous offrez. [Découvrez comment publier des photos ou des vidéos.](#)

7 Activez le chat et restez en contact avec vos clients

Avec la fonctionnalité de chat, vos clients peuvent vous contacter en temps réel depuis votre profil d'établissement sur Google. Vous pouvez répondre à leurs questions, raconter l'histoire de votre établissement et attirer davantage de personnes dans vos locaux. La fonctionnalité Messaging est avant tout destinée à vous aider à nouer des liens avec vos clients. Pour offrir à vos clients la meilleure expérience possible, suivez [nos consignes concernant le chat.](#)

8 Regardez les fonctionnalités disponibles pour vous

Regardez dans l'onglet "Information" de votre profil, les fonctionnalités disponibles pour votre établissement. En fonction de votre catégorie, vous pouvez profiter des fonctionnalités suivantes : [Catalogue produit](#) , [Plats populaires et menu](#) , [Services](#) , [Les réservations](#)

9 Regardez vos statistiques

Avec les statistiques, vous pouvez découvrir comment les internautes interagissent avec votre établissement. Suivez les actions importantes comme les appels, la recherche d'adresse ou la visite sur votre site. Apprenez aussi d'où viennent vos clients, les jours où ils sont le plus susceptibles de vous contacter et bien plus. [Découvrez quel type d'informations vous pouvez obtenir avec les statistiques Google My Business](#)

(*) Ipsos research, impact of a complete listing, Oct 2017

Besoin de support ?

Consultez notre [centre d'aide Google My Business](#), posez une question à [notre communauté d'aide](#) ou [contactez notre support](#)