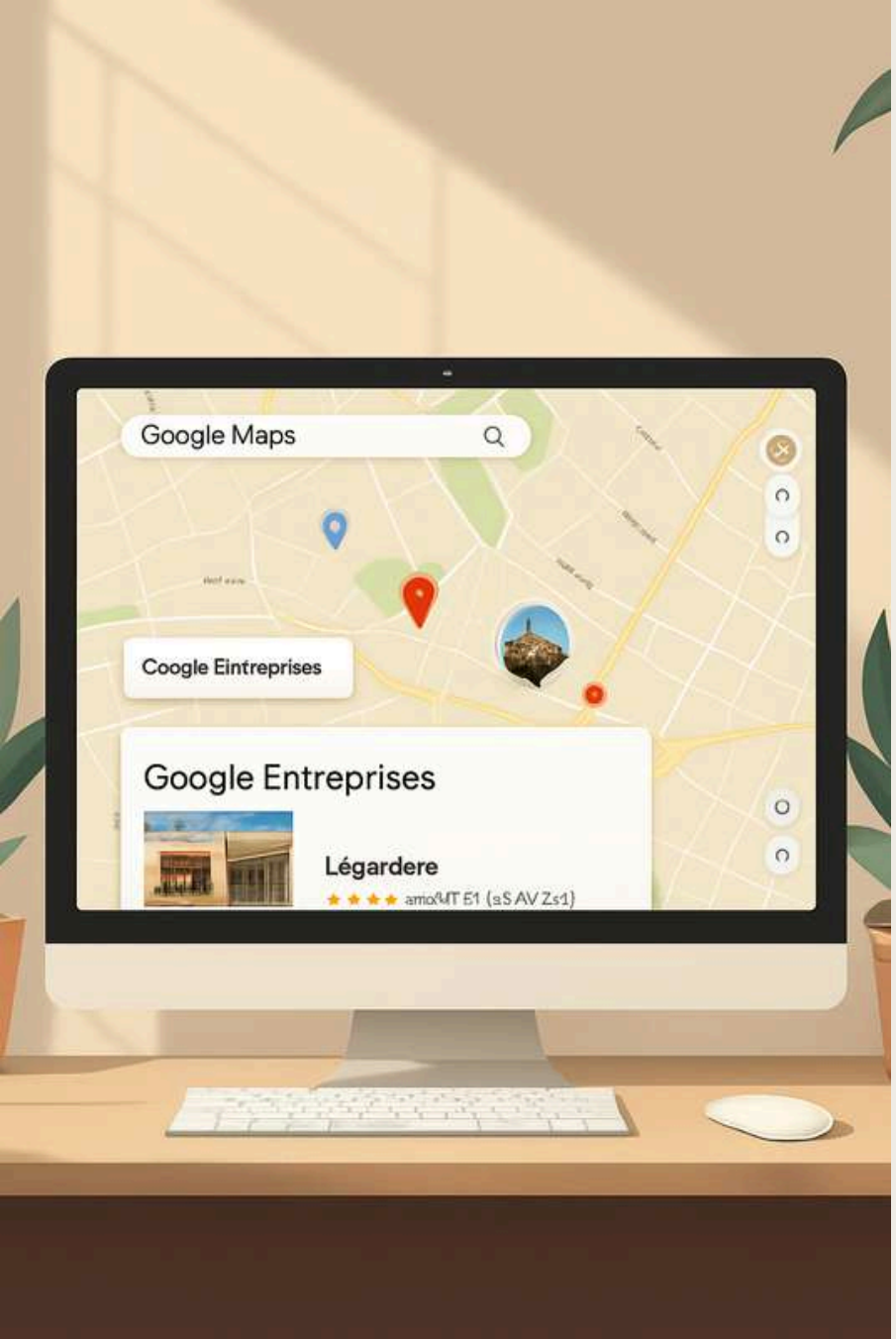


Google Maps : Comment apparaître gratuitement sur le moteur de recherche

Le guide pratique pour être trouvé localement, gérer ses avis et protéger son enseigne numérique sans dépenser un euro.

LIVRE BLANC, RÉUSSIR SA VISIBILITÉ LOCALE

CHAPITRE I

Pourquoi ce guide est entre vos mains ?

• Un client cherche une entreprise "autour de lui" sur son téléphone ?
• Vous recevez des appels vous demandant de payer pour "valider votre fiche" ?
• Votre fiche indique des horaires faux ou des photos qui ne vous ressemblent pas ?

Dans les trois cas, ce guide est fait pour vous.

Dans la Vallée du Loir, la première porte d'entrée de votre activité est votre point sur la carte Google Maps.

En 26 ans de métier, j'ai vu cette "fiche" devenir le premier moteur de contacts pour les professionnels de proximité. Mon but est de vous aider à reprendre la main sur cet outil puissant.

À retenir : Votre fiche Google Maps est souvent la première chose qu'un client voit de vous – avant même votre site Internet.

CHAPITRE II

Ce que votre fiche dit de vous… sans que vous le sachiez

Vous n'avez jamais touché à votre fiche Google Maps ? Elle existe quand même. Et elle parle de vous en ce moment même.

- **Des horaires qui induisent en erreur** : Un client se déplace, trouve porte close, et repart agacé. Votre fiche affichait peut-être des horaires que vous n'avez jamais saisis.
- **Une adresse ou un numéro erroné** : Sans accès propriétaire, des changements suggérés par des tiers s'appliquent sans que vous en soyez informé.
- **Des photos qui ne vous ressemblent pas** : N'importe qui peut ajouter des photos à votre fiche. Reprendre la main vous permet de publier vos propres images professionnelles pour qu'elles soient vues en priorité.
- **Un silence qui parle** : Des clients posent des questions directement sur votre fiche. Sans accès, vous ne les voyez pas et ils n'obtiennent pas de réponse.

À retenir : Une fiche abandonnée parle à votre place – et rarement en votre faveur.

CHAPITRE III

Le risque de l'abandon

Si vous ne revendiquez pas la propriété de votre fiche, Google – ou n'importe qui – décide pour vous.

Comment ça marche ?

1

Le risque de "Fermeture"

Un utilisateur peut suggérer que votre entreprise est "définitivement fermée". Si vous n'avez pas la main sur la fiche pour contester, Google peut l'afficher ainsi du jour au lendemain.

2

Le mur du silence

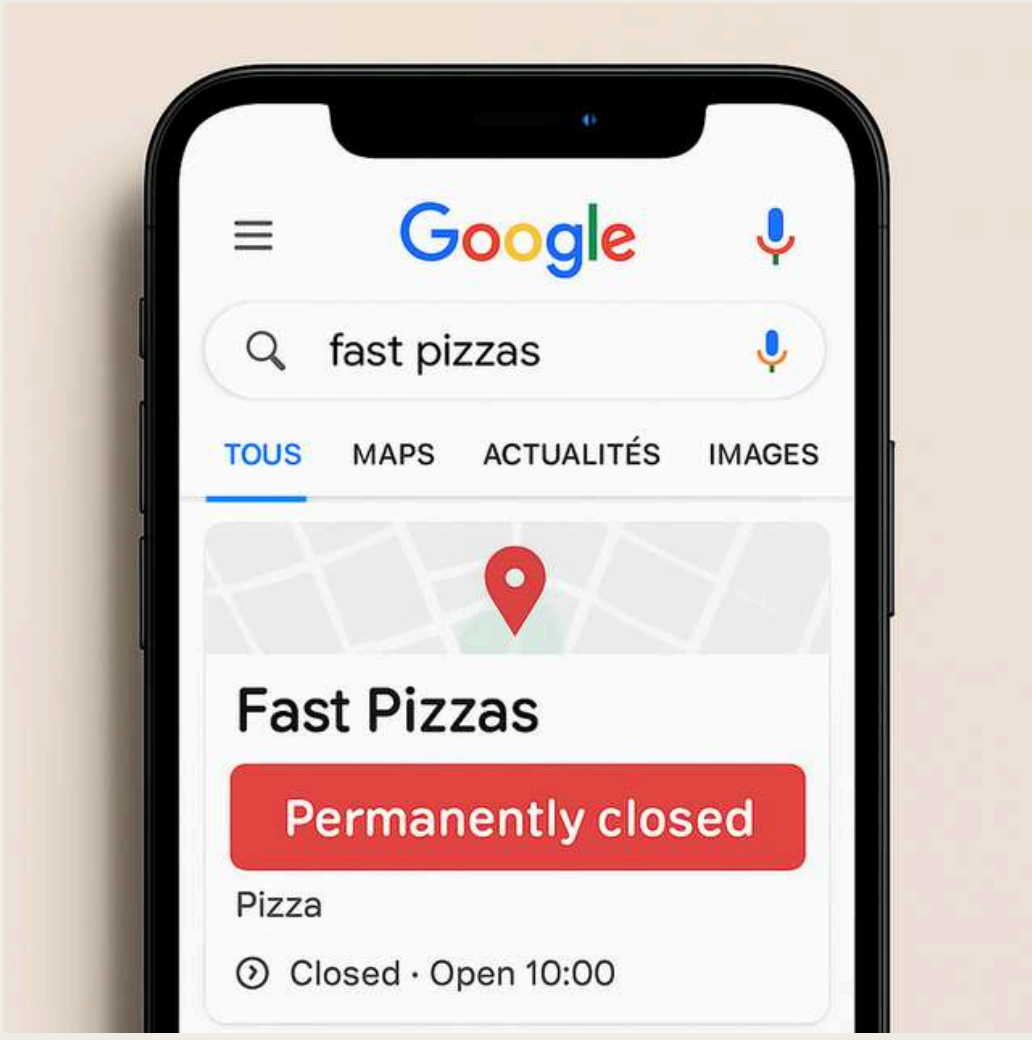
Sans accès "propriétaire", vous ne recevez aucune alerte pour les avis ou les questions, laissant une image d'entreprise injoignable.

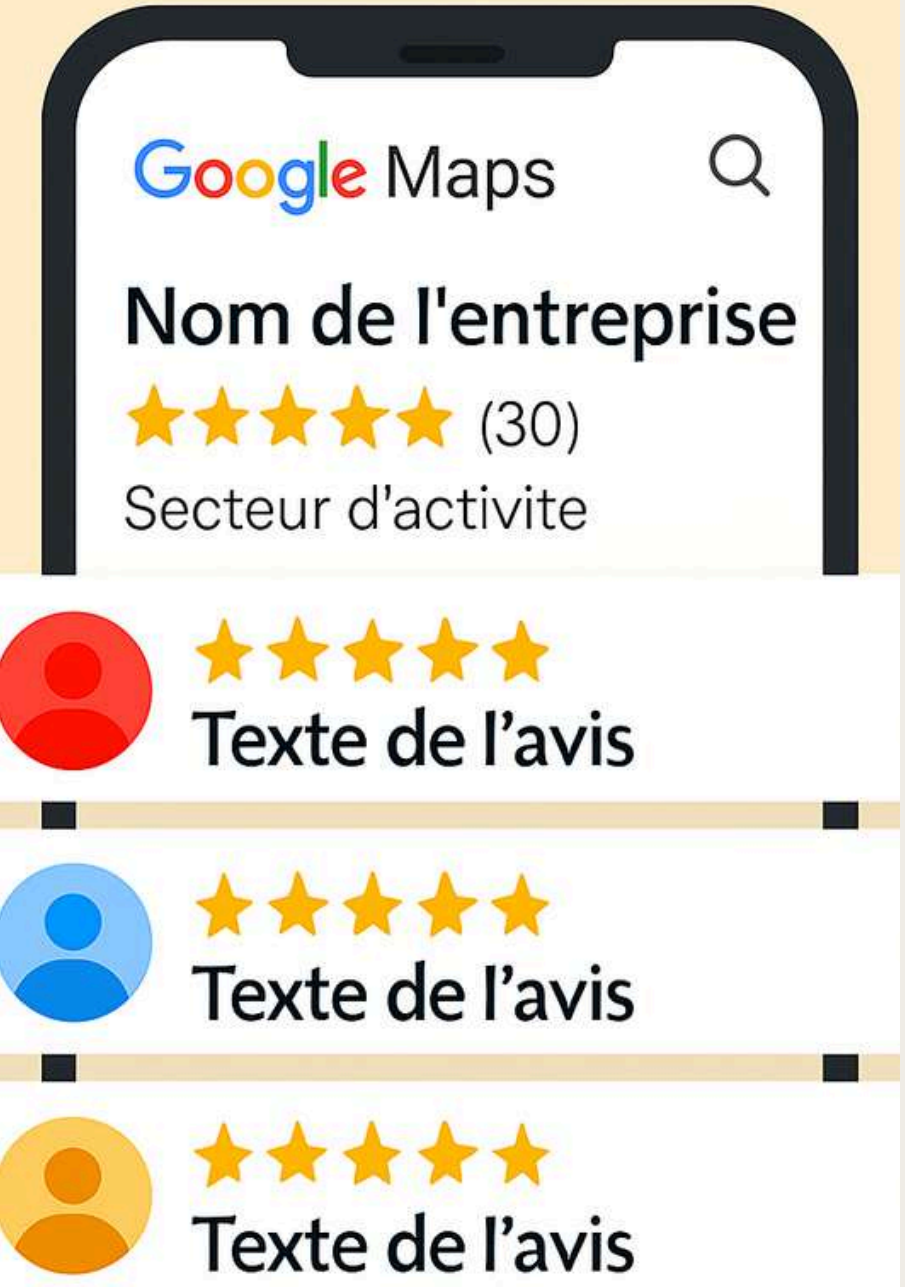
3

Les erreurs subies

Ne laissez pas le hasard gérer votre accueil, vos coordonnées et vos horaires d'activité.

> **À retenir** : Ne pas revendiquer sa fiche, c'est laisser les clés de son enseigne numérique sur la porte.





CHAPITRE IV

Le bouche-à-oreille numérique

Provoquez les avis positifs – c'est votre meilleure publicité. N'attendez pas que les clients y pensent. À la fin d'une prestation, demandez-le avec naturel par SMS ou par courriel.

Exemple de formulation

"Si vous êtes satisfait de mon travail, cela m'aiderait beaucoup que vous laissiez un petit mot sur ma fiche Google Maps. C'est ce qui permet aux gens du coin de me trouver."

L'astuce

Une fois que vous êtes officiellement propriétaire de votre fiche, Google vous fournit un lien direct et simple. Vous n'avez plus qu'à le copier et l'envoyer à vos bons clients.

CHAPITRE V

Gérer les avis négatifs

Un avis négatif n'est pas une catastrophe. C'est même une occasion de montrer votre professionnalisme à tous ceux qui liront votre fiche après. Une réponse courte et courtoise suffit – elle montre que vous êtes présent, attentif, et que vous prenez vos clients au sérieux.

Exemple de réponse :"Bonjour, je suis désolé que votre expérience n'ait pas été à la hauteur de vos attentes. N'hésitez pas à me contacter directement au [téléphone] pour qu'on en discute. Cordialement, Philippe."

Trois règles à retenir :

- **Restez courtois** – même si l'avis vous semble injuste. Votre réponse est lue par des dizaines de futurs clients.
- **Soyez bref** – allez à l'essentiel, sans vous justifier.
- **Invitez au contact direct** – proposez toujours de résoudre le problème de vive voix.

À retenir : Méfiez-vous des offres qui promettent des avis positifs contre paiement. C'est interdit, Google le détecte – et les conséquences peuvent être lourdes pour votre fiche.

CHAPITRE VI

Devenir propriétaire : 3 étapes

Votre fiche existe déjà ? Revendiquez-la.

Reprenez le contrôle en quelques minutes :

1. **Cherchez-vous :** Tapez le nom de votre entreprise sur Google Maps.
2. **Revendiquez :** Cliquez sur le lien "Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?".
3. **Validez :** Google vérifiera votre identité, souvent par un code reçu par SMS ou par un simple appel sur votre téléphone fixe professionnel.

Une fois propriétaire : Vous seul décidez de ce qui s'affiche et vous êtes prévenu dès qu'un client interagit avec vous.

Votre fiche n'existe pas encore ? Créez-la.

Sur maps.google.com, cliquez sur le menu ≡ en haut à gauche – trois petits traits, le “Menu Burger”.
Puis "Ajouter votre établissement".
Un assistant vous guide : nom, type d'activité, adresse ou zone, téléphone.
Google vous envoie ensuite un code de vérification par SMS ou courrier postal.
Attention : le courrier peut ressembler à de la publicité – prévenez votre entourage.

À retenir : Une fiche créée mais vide ne sert à rien. Renseignez vos horaires et ajoutez quelques photos – c'est ce qui fait la différence.

CONCLUSION

Conclusion – ne restez pas dans le flou

À retenir : Votre fiche est votre premier commercial. Si elle est juste, accueillante et vivante, elle travaillera pour vous 24h/24, gratuitement, pour amener les clients jusqu'à votre porte.

Votre fiche Google Maps est votre enseigne numérique. Elle doit être le reflet exact de votre savoir-faire.

Une difficulté pour valider votre fiche ? Un doute sur un contrat pour votre site ou pour son référencement ?
Je vous propose de faire le point ensemble lors d'un rendez-vous. Pas d'abonnement, juste un coup de main professionnel pour être enfin "maître chez vous".

Votre contact local

Philippe Lecomte — *Expert Web depuis 26 ans*

06 61 46 36 80
contact@philippe-lecomte.com
www.philippe-lecomte.com
Sougé - Vallée du Loir – Loir-et-Cher (41)