



# Google My Business, votre vitrine digitale, comment optimiser ?

*Conseils pour la reprise*

1

## **NOUVEAU** Publiez des posts à propos du Covid-19

Utilisez le nouveau type de post 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 plus visibles pour vos clients. [Découvrez comment ajouter un post lié au COVID-19.](#)

2

## **NOUVEAU** Utilisez des attributs pour mettre en avant vos offres

Les restaurants et les magasins disposent d'attributs en haut de leur profil d'établissement permettant d'informer les clients sur la disponibilité des services. Vous pouvez choisir entre: Retail: 'Achats en magasin', 'Drive disponible', 'Livraison', 'Retrait en magasin' Restauration: 'Commande à l'avance', 'Livraison', 'Livraison sans contact', 'Repas sur place', '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 d'ouverture et les 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

## Utilisez les libellés pour les changements groupés

Les libellés vous permettent d'organiser vos établissements en groupes. Ils seront utiles si vous voulez effectuer une modification à une groupe de vos établissements, quand par exemple une partie de magasins rouvrent. [Découvrez comment mettre en place les libellés.](#)

5

## Assurez-vous que tous vos profils d'établissement sont publiés

Regardez dans l'interface si vos profils d'établissement ont le statut 'Publié', signalés par une coche verte "✓". Si votre établissement est signalé par une coche rouge "!", [faites valider votre établissement](#) ou [contactez notre support](#).

## Partagez les accès à votre compte

6

Si vous gérez plusieurs établissements dans votre compte Google My Business, créez des groupes d'établissements pour activer le partage de la gestion avec plusieurs utilisateurs. Un groupe d'établissements est semblable à un dossier partagé pour vos établissements. [Découvrez comment ajouter des administrateurs à votre compte](#) .

## Complétez les informations de base

7

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

## Répondez aux avis et questions

8

Près de 2 clients sur 3 disent que les revues positives 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, donc assurez-vous de monitorer régulièrement les questions et avis laissés par vos clients, et ne les laissez pas sans réponse. [Découvrez nos conseils pour répondre aux avis](#)

## Ajoutez des photos ou vidéos

9

90% des clients ont plus de chance de visiter un établissement qui a des photos sur une page de résultat Search/Maps. De belles photos attractives vont capter l'attention des internautes. Ajoutez des photos de couverture, de 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](#).

## Activez le chat et restez en contact avec vos clients

10

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](#).

## Regardez quelles fonctionnalités sont disponibles

11

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

## Regardez vos statistiques

12

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, quels jours sont ils plus sujets de vous contacter et bien plus. [Découvrez quel type d'informations vous pouvez obtenir avec les statistiques Google My Business](#)

### **Besoin de support ?**

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