

Rendre ma petite entreprise plus visible localement et gratuitement sur internet grâce à Google My Business

97% des internautes en France utilisent Google pour effectuer leurs recherches locales sur internet à partir d'un ordinateur, d'une tablette ou de plus en plus à partir d'un smartphone. Ils peuvent donc également chercher votre entreprise pour connaître votre adresse, vos heures d'ouverture, vos activités, votre site internet, l'itinéraire pour se rendre chez vous ou bien savoir ce qui se dit de vous.

*Avez-vous regardé comment vous "sortez" lorsque vous tapez votre nom sur Google ?
Savez-vous que vous pouvez gérer vous-mêmes et gratuitement ces informations publiques ?*

C'est très facile à réaliser en créant un compte Google My Business pour votre entreprise !



Ce guide gratuit pas à pas vous est offert par L.P.S. N'hésitez pas à nous appeler pour le compléter, le faire corriger ou le faire évoluer. Bonne lecture et à bientôt pour recevoir votre premier avis de L.P.S. sur votre nouvelle page locale Google My Business.

Alain CABANNES – acabannes@porcsdelasarthe.fr



Le Guide pas à pas Google My Business

Page d'accueil officielle de Google My Business : <https://www.google.fr/business/>

Table des matières

Créer ma page locale avec Google My Business.....	3
De quoi avez-vous besoin ?	3
Liens internet utiles.....	3
Définitions et conventions utilisées dans ce guide.....	3
Notions périphériques à ce guide	3
Comment procéder ?	3
A. Revendiquer votre entreprise auprès de Google.....	4
1. Faire une recherche de votre entreprise sur Google.....	4
2. Observez les résultats	4
3. Zut, Google ne me connaît pas (ou pas tous mes établissements) !	5
4. Cliquer sur le lien "Revendiquer cet établissement"	6
5. Vous arrivez sur la page Google My Business qui cherche à vous identifier	6
6. Cochez la case "Je suis autorisé ..." puis cliquez sur "Continuer"	6
7. Google vous demande de valider que vous êtes bien le propriétaire légitime	8
8. Vous arrivez sur une page d'accueil : Google vous propose de visiter son service	8
B. Mettre à jour vos données locales sur Google My Business.	9
9. Visite guidée en 3 étapes avec M. Google	9
10. Qu'y a-t-il sur le reste de la page d'accueil Google My Business ?.....	10
11. Modifiez les informations de votre page locale	11
12. Les photos et illustrations : votre vitrine sur internet	16
13. Avez-vous validé votre établissement auprès de Google ?	18
14. Où apparaît tout ce que vous avez saisi et validé ?	18
15. Tenez tout ça à jour !.....	18
C. Et si vous faisiez encore un peu mieux ?	19
16. Racontez ce que vous venez de faire !	19
17. Votre nouvel univers Google+ : jetez-y un coup d'œil	19
18. Pour aller plus loin avec GMB et le référencement local :	19
D. Et si nous échangeons nos premiers avis réciproques ?	20

Créer ma page locale avec Google My Business

Difficulté : facile
Durée : 2 heures

De quoi avez-vous besoin ?

- votre ordinateur connecté à internet
- plusieurs belles photos de votre magasin et de votre activité sous forme de fichiers de qualité
- un téléphone à proximité

Liens internet utiles

- le service Google : www.google.fr/business ou <https://www.google.com/business/?hl=Fr>
- principales questions (Foire Aux Questions) : www.google.fr/business/faq.html
- aide de Google pour My Business : <https://support.google.com/business/?hl=fr>
- aide sur un compte Google : <https://support.google.com/accounts/answer/27442?hl=fr&rd=1>
- si vous êtes dans une situation très compliquée : <http://blog.resoneo.com/2015/06/google-my-business/>
- et un spécialiste de la question Google : <http://www.arobasenet.com/>

Définitions et conventions utilisées dans ce guide

- Google : le moteur de recherche internet le plus utilisé en France
- GMB : par commodité, nous utiliserons le sigle GMB dans ce guide pour désigner Google My Business
- Nous avons pris ici comme exemple la Boucherie Charcuterie Patrick LEHOUX "Les Rillettes de Bercé" à Saint Vincent du Lorouër dans la Sarthe, artisan de la filière du Porc Fermier de la Sarthe Label Rouge ([sa page Facebook professionnelle](#))
- Gmail : le service de messagerie électronique (e-mail) fourni gratuitement par Google
- Profil de compte Google : toutes les données constituant votre identité numérique sur Google (nom, e-mail, mot de passe, adresse, photos, ...) et qui vous permettent de gérer les outils que Google met à votre disposition. Lisez une fois ses [conditions générales](#).

Notions périphériques à ce guide

- Créer une adresse mail professionnelle
- Utiliser des outils de retouche d'image pour internet
- Créer une page internet dans l'annuaire en ligne des Pages Jaunes
- Créer et animer votre page professionnelle sur le réseau social Google+

Comment procéder ?

Il y a plusieurs façons d'accéder au service gratuit de Google My Business (GMB), à commencer par les liens que nous vous avons indiqués précédemment.

Pour voir à quoi pourra ressembler votre résultat final, faites par exemple une recherche sur notre syndicat Les Porcs de la Sarthe :

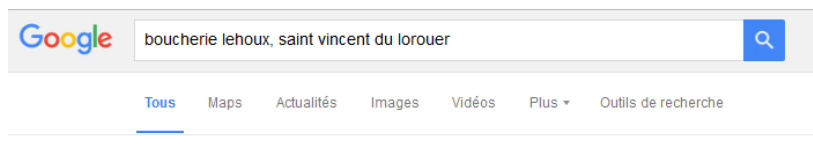
[porcs de la sarthe](#) (clic)

Nous allons utiliser la méthode la plus naturelle : celle de l'internaute qui vous recherche sur Google.

A. Revendiquer votre entreprise auprès de Google

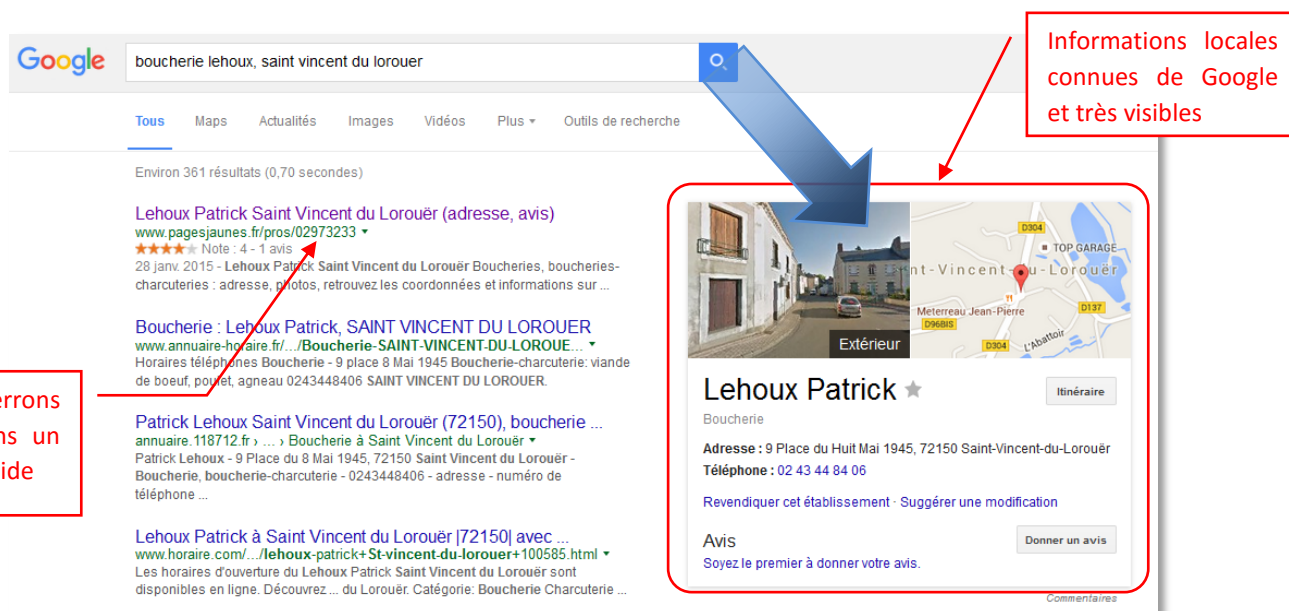
1. Faire une recherche de votre entreprise sur Google

Rendez-vous sur <https://www.google.fr/> et faites une recherche sur votre entreprise.



2. Observez les résultats

Dans la liste des résultats apparaît à droite ce que Google connaît de votre entreprise : adresse, géolocalisation, téléphone, site internet, avis de clients, photo extérieure par Google Street view, ... Ce pavé porte le nom barbare de " Knowledge Graph". Nous l'appellerons "pavé" (de bœuf ;-)



Conseil important pour la suite : dans cette recherche préliminaire, regardez aussi comment vous "sortez" avec des noms ou des mots par lesquels vous appellent vos clients ou par lesquels vous êtes connus. Faites également le test avec des mots associés à vos produits (ex : rillettes St Vincent du Lorouër), et avec des mots génériques ou approximatifs. Dans notre exemple : boucherie au Grand Lucé (= nom du canton), forêt de Bercé (= le nom de la forêt utilisé dans le nom de l'enseigne Les Rillettes de Bercé), etc ...

Notez les mots qui ont le plus d'importance pour vous, que vous jugez pertinents ou cohérents avec votre activité ou bien sur lesquels apparaissent vos concurrents directs ou d'autres marques (par exemple [LPS](#) signifie aussi Littlest Pet Shop et désigne également un laboratoire de physique).

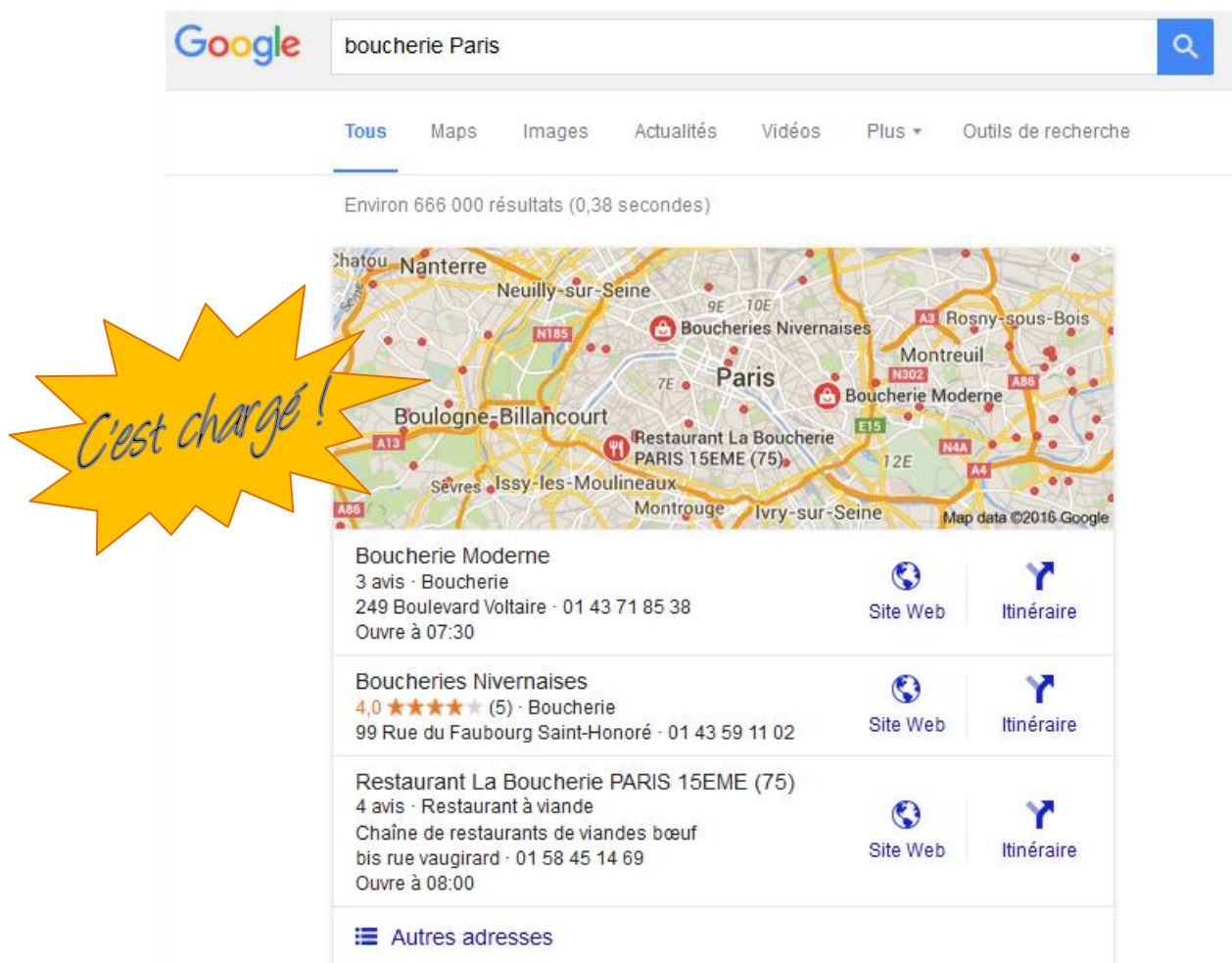
Vous utiliserez par la suite ces mots clefs (jusqu'à une trentaine) dans la description de votre activité.

Vos notes et mots clefs :

3. Zut, Google ne me connaît pas (ou pas tous mes établissements) !

Si vous n'apparaissez pas (encore) dans les résultats de recherche de Google en première page, pas de panique. Cette situation vous concerne également si vous exploitez d'autres points de vente ou établissements qui ne sont pas référencés par Google.

Dans un environnement localement très concurrentiel, vous comprenez très vite l'intérêt de sortir du lot et d'être visible auprès des internautes qui recherchent un commerce tel que le vôtre : il n'y a que 3 places sur le podium ! Site internet, avis positifs et contenu web de qualité sont des atouts pour y être !



Comment faire ?

Si vous avez déjà un compte GMB, cliquez sur le menu réduit (3 petites barres) : la fonction "Ajouter une adresse" s'y trouve. L'accès est aussi possible par <https://www.google.fr/business/manage.html>.

Vous arrivez sur une carte Google Map dans laquelle vous saisissez l'adresse de votre 2^{ème} établissement. Si Google ne le connaît pas (ou en cite un autre). Choisissez la 2^{ème} option : "J'ai bien saisi le nom et l'adresse".

Complétez le formulaire qui apparaît ensuite, puis continuez. Suivez les instructions, vous arriverez au point 5) de ce guide.

Si vous avez plusieurs adresses à saisir, reportez-vous à l'aide GMB pour l'[optimisation et les adresses multiples](#).



4. Cliquer sur le lien "Revenir à cet établissement"

Téléphone : 02 43 44 84 06

[Revenir à cet établissement](#) · [Suggérer une modification](#)

Revenir à votre propre établissement évite que quelqu'un d'autre puisse le faire à votre place ou écrire de faux avis de manière malintentionnée.

Si vous avez déjà une adresse Gmail ou un compte chez Google (réseau social G+, Youtube, ...), Google cherche à se connecter au service GMB avec le profil de compte (ou l'un de vos profils) qu'il connaît.

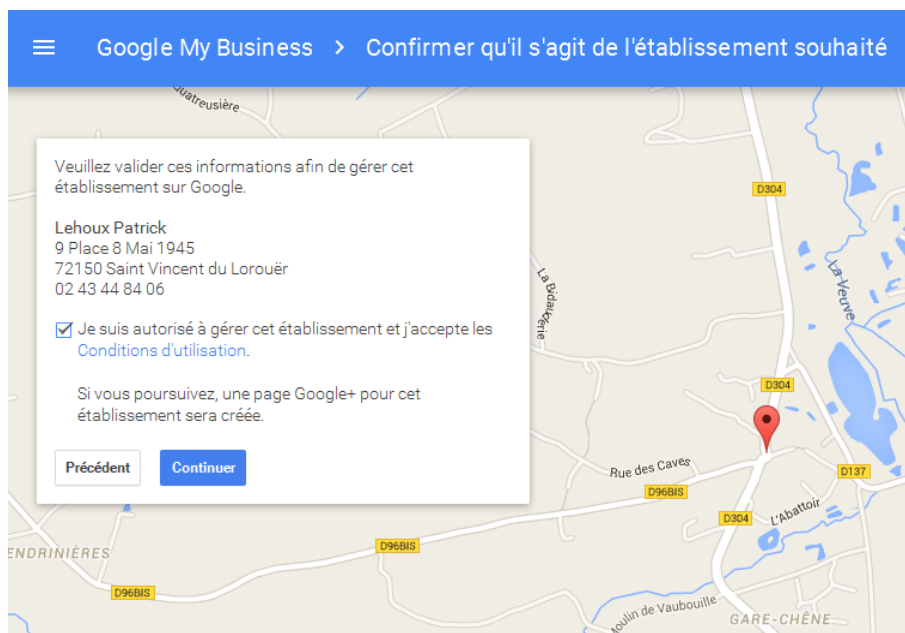
Conseil : vous pouvez choisir de vous connecter avec votre profil Google existant ou bien créer un nouveau compte. Dans ce cas, vous pouvez utiliser votre adresse e-mail professionnelle habituelle (y compris si elle est différente d'une adresse Gmail). Vous pouvez aussi en profiter pour créer un profil en rapport avec votre identité professionnelle (exemples : Boucherie Patrick Lehoux ou Boucherie Les Rillettes de Bercé).

N'utilisez pas d'anagramme familial ou privé ou de nom fantaisiste ; soyez professionnel dans votre choix et facilement identifiable par le futur visiteur de votre page locale GMB.

Ce profil Google vous suivra partout et longtemps.

5. Vous arrivez sur la page Google My Business qui cherche à vous identifier

GMB va débiter une procédure afin de s'assurer que vous êtes légitime pour gérer les informations de l'établissement dont vous revenez la propriété.



6. Cochez la case "Je suis autorisé ..." puis cliquez sur "Continuer"

Google My Business configure votre compte Google personnel.

Il y aura également une page Google+ qui sera créée automatiquement. Google+ est un réseau social à mi-chemin entre Facebook et un blog. Vous pourrez vous en servir plus tard pour communiquer des

informations à votre sujet et sur des évènements de votre entreprise ou de votre activité. Ce pourra être aussi votre premier site internet si vous n'en avez pas par ailleurs.

Certaines informations de votre page locale GMB seront automatiquement affectées à votre page Google+.

Savoir :

Google a créé avec vous un profil personnel qui vous donne accès à votre compte Google général (<https://myaccount.google.com/>). Ce compte vous ouvre les portes des autres services de Google et ils sont nombreux à être gratuits :



Google+, le réseau social de Google à tendance professionnelle



Google Drive, stockage et partage de fichiers en ligne, bureautique



Google Maps, la cartographie en ligne personnalisable



Youtube, la 1^{ère} chaîne de vidéo



Gmail, la messagerie électronique



Google Agenda, l'agenda en ligne qui vous rappelle vos rendez-vous

Tout Google avec un seul compte

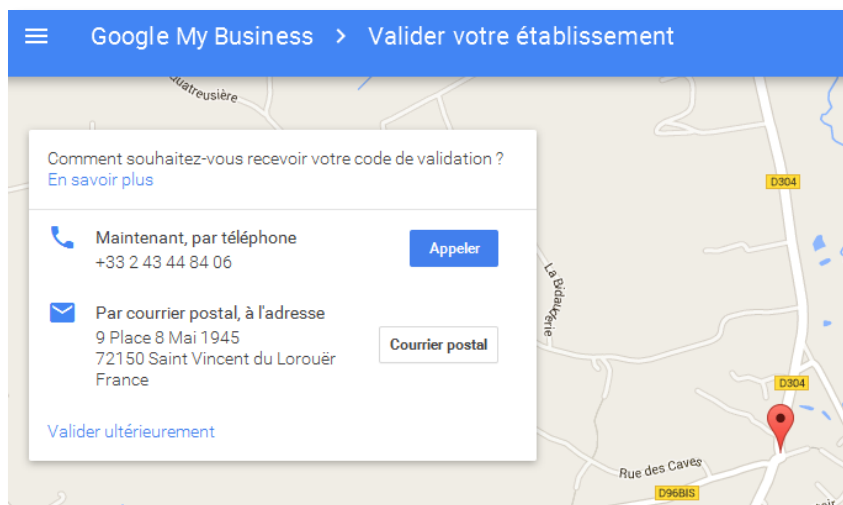


Google My Business vous permettra de gérer la page professionnelle locale de votre entreprise ou de vos établissements et les informations que vous voudrez y relier comme le réseau Google+

Profitez de Google+ et consorts, mais n'y dévoilez pas votre vie privée ni vos opinions politiques ou religieuses, et restez courtois : vous êtes un commerçant !

7. Google vous demande de valider que vous êtes bien le propriétaire légitime

Pour cela, Google va vous envoyer personnellement un code de validation à 5 chiffres.



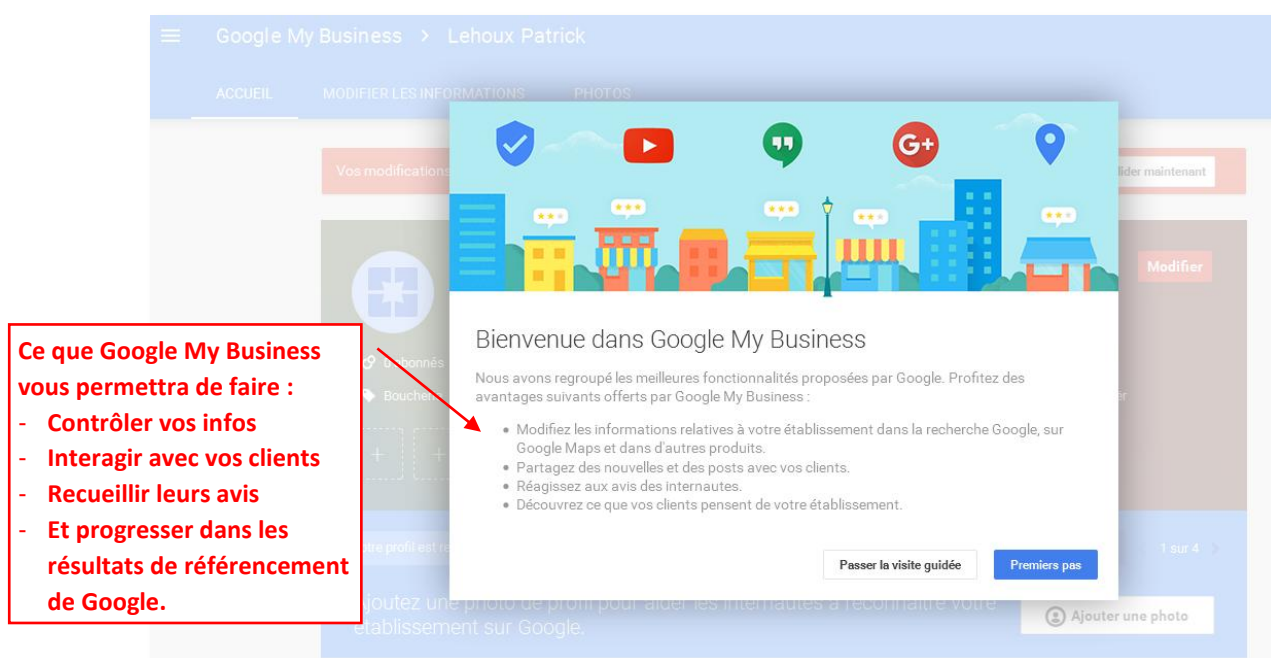
Choisissez la manière de valider la propriété de l'établissement que vous revendiquez. Google vous propose de recevoir un code de validation immédiatement par téléphone (notez-le) ou par courrier à l'adresse indiquée.

Vous pouvez sauter cette étape et y revenir plus tard par téléphone quand tout le reste sera fait.

ATTENTION : dans tous les cas, les informations que vous apportez à GMB ne seront officiellement validées par Google que lorsque vous aurez donné votre code de validation.

8. Vous arrivez sur une page d'accueil : Google vous propose de visiter son service

Ce n'est pas inutile de faire ces premiers pas.

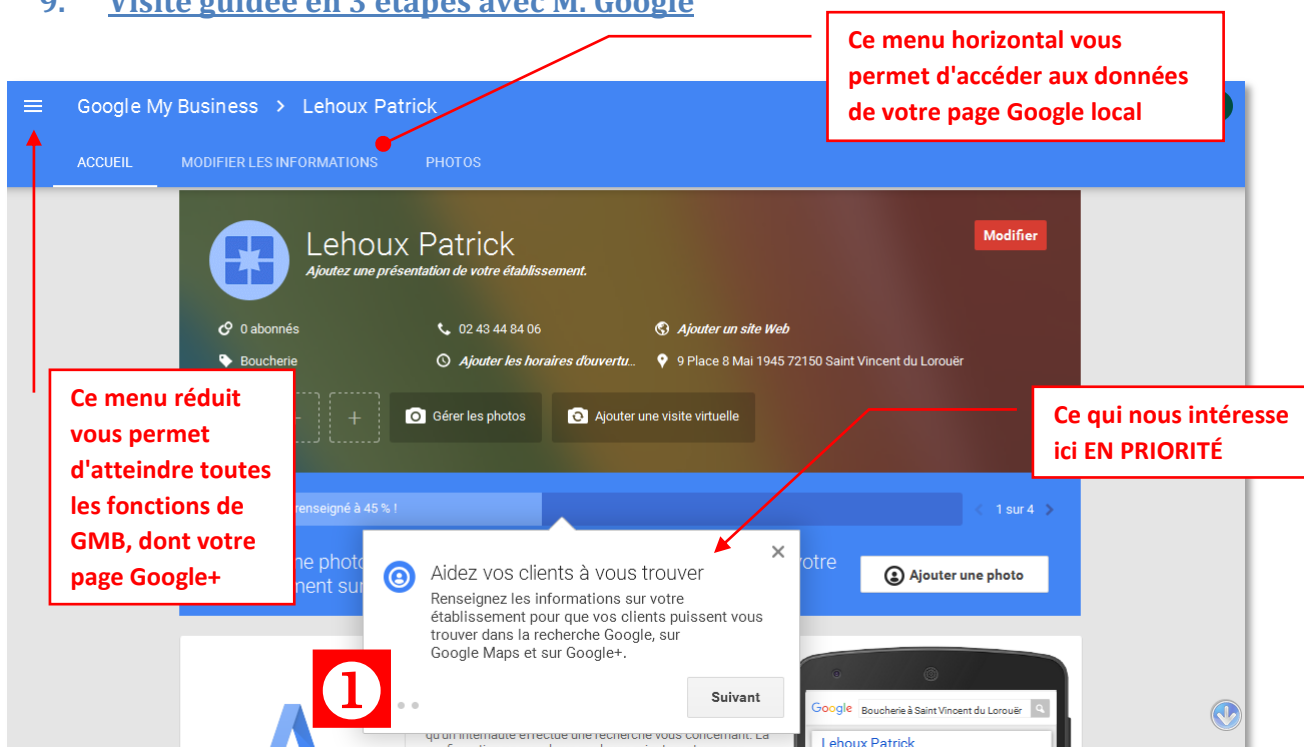


Félicitations, la première étape est franchie !

B. Mettre à jour vos données locales sur Google My Business.

Avec GMB, Google veut créer un annuaire professionnel d'entreprises et de marques pour son moteur de recherche et pour son propre modèle économique (publicité payante ciblée). Il met pour cela des outils gratuits et de l'espace de stockage sur ses ordinateurs à disposition des entreprises. Cela peut très bien aller à nos TPE-PME. Alors après tout, profitons-en !

9. Visite guidée en 3 étapes avec M. Google



Ce menu horizontal vous permet d'accéder aux données de votre page Google local

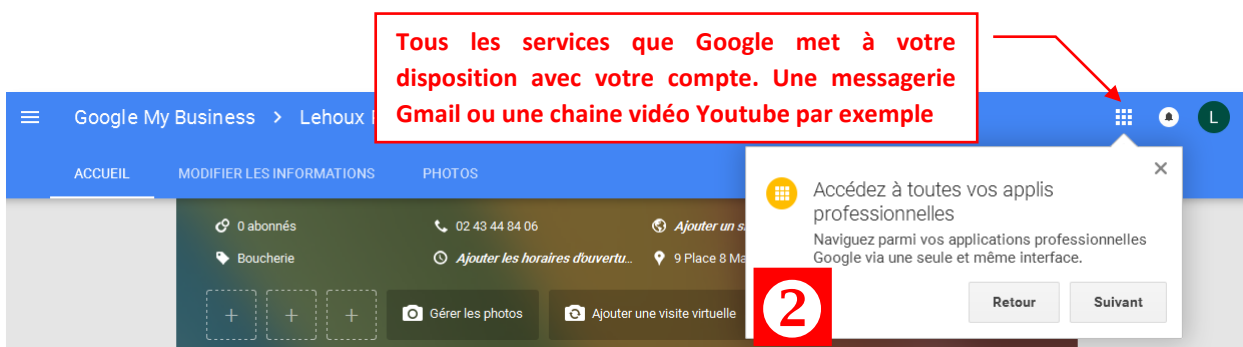
Ce menu réduit vous permet d'atteindre toutes les fonctions de GMB, dont votre page Google+

Ce qui nous intéresse ici EN PRIORITÉ

1

Aidez vos clients à vous trouver
Renseignez les informations sur votre établissement pour que vos clients puissent vous trouver dans la recherche Google, sur Google Maps et sur Google+.

Suivant

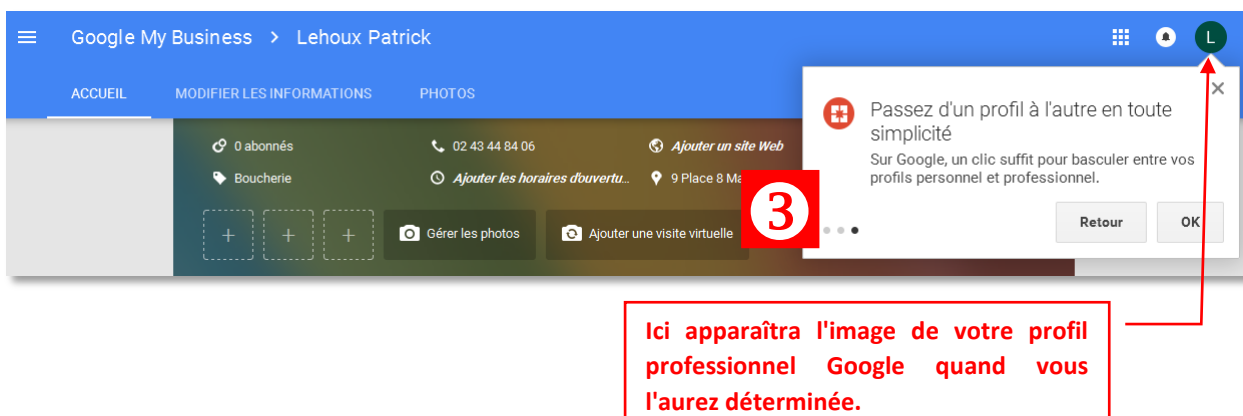


Tous les services que Google met à votre disposition avec votre compte. Une messagerie Gmail ou une chaîne vidéo Youtube par exemple

2

Accédez à toutes vos applis professionnelles
Naviguez parmi vos applications professionnelles Google via une seule et même interface.

Retour Suivant



3

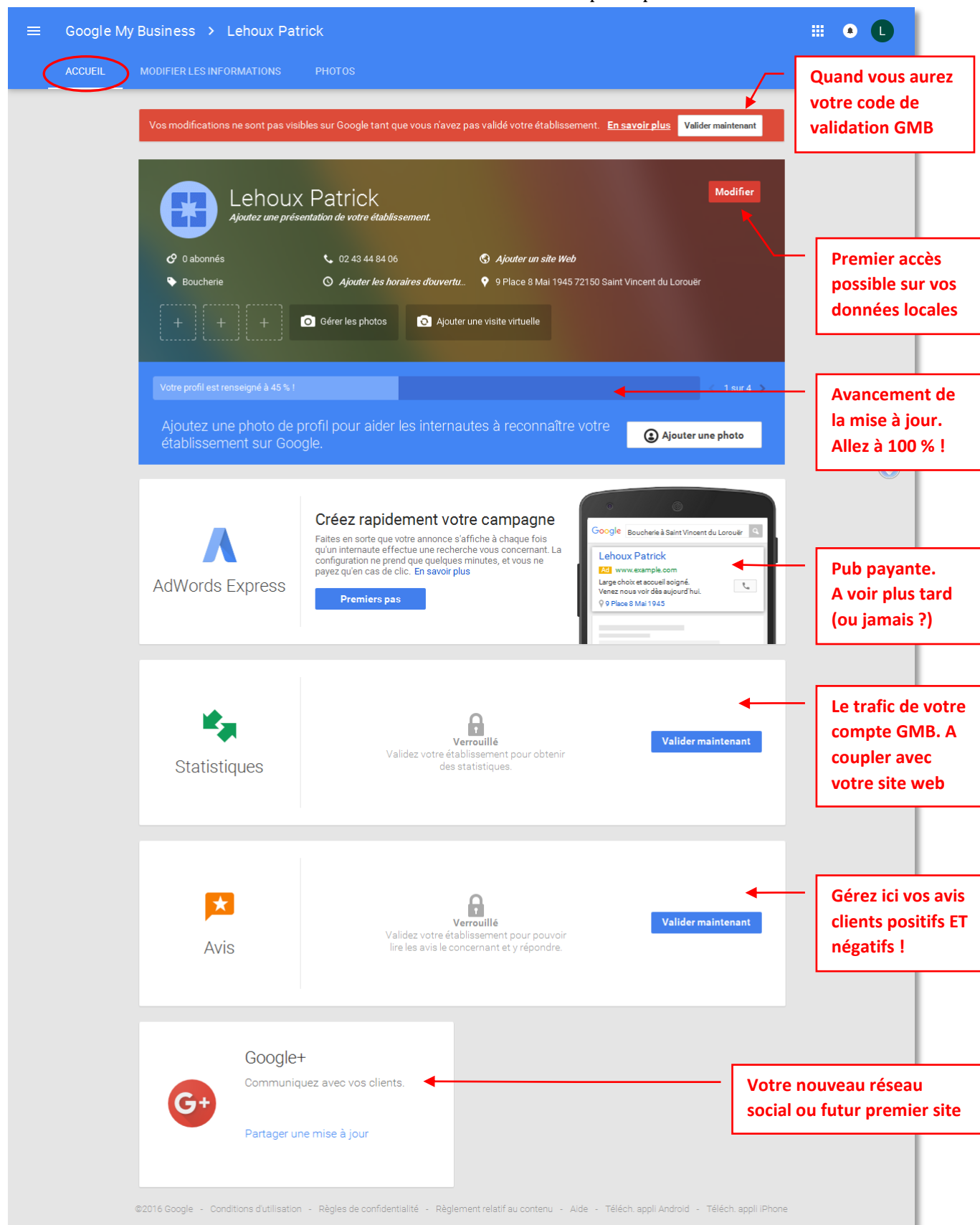
Passez d'un profil à l'autre en toute simplicité
Sur Google, un clic suffit pour basculer entre vos profils personnel et professionnel.

Retour OK

Ici apparaîtra l'image de votre profil professionnel Google quand vous l'aurez déterminée.

10. Qu'y a-t-il sur le reste de la page d'accueil Google My Business ?

Le menu "Accueil" vous amène sur le tableau de bord GMB et ses principaux outils.



The screenshot shows the Google My Business dashboard for 'Lehoux Patrick'. The dashboard includes a navigation bar at the top with 'ACCUEIL' (highlighted), 'MODIFIER LES INFORMATIONS', and 'PHOTOS'. A red banner at the top states: 'Vos modifications ne sont pas visibles sur Google tant que vous n'avez pas validé votre établissement. En savoir plus Valider maintenant'. The main profile section shows the business name, address, phone number, and a progress bar indicating 'Votre profil est renseigné à 45 %'. Below this are sections for 'Créez rapidement votre campagne' (AdWords Express), 'Statistiques' (locked), 'Avis' (locked), and 'Google+'.

Annotations:

- ACCUEIL**: Le menu "Accueil" vous amène sur le tableau de bord GMB et ses principaux outils.
- Quand vous aurez votre code de validation GMB**: Pointe vers le bouton 'Valider maintenant' dans la bannière rouge.
- Premier accès possible sur vos données locales**: Pointe vers le bouton 'Modifier' dans la section du profil.
- Avancement de la mise à jour. Allez à 100 % !**: Pointe vers la barre de progression du profil.
- Pub payante. A voir plus tard (ou jamais ?)**: Pointe vers la section 'Créez rapidement votre campagne'.
- Le trafic de votre compte GMB. A coupler avec votre site web**: Pointe vers la section 'Statistiques'.
- Gérez ici vos avis clients positifs ET négatifs !**: Pointe vers la section 'Avis'.
- Votre nouveau réseau social ou futur premier site**: Pointe vers la section 'Google+'.

11. Modifiez les informations de votre page locale

Voici la partie la plus importante de GMB pour vos visiteurs : c'est celle qui requiert le plus d'attention de votre part. Ces informations sont aussi utilisées par Google pour vous positionner au mieux dans les résultats de recherche qu'il va renvoyer aux internautes.

The screenshot shows the 'Modifier les informations' (Edit information) page in Google My Business. The page is for 'Lehoux Patrick' and shows a progress bar at 45% completion. The main section contains fields for:

- Nom de l'établissement:** Aux Rillettes de Bercé - Boucherie Charcuterie Patrick Lehoux. A red arrow points to this field with the annotation: 'Soyez cohérents dans le choix du nom d'établiss^{mnt}'.
- Adresse:** 9 Place 8 Mai 1945 72150 Saint Vincent du Lorouër. Below the address is a map showing the location. A red arrow points to the map with the annotation: 'Vous apparaîtrez aussi sur Google maps.'
- Coordonnées:** Numéro de téléphone: 02 43 44 84 06; URL du site Web: Cliquez ici pour saisir l'URL du site Web.
- Catégorie:** Boucherie.
- Horaires d'ouverture:** Cliquez ici pour saisir les horaires d'ouverture de votre établissement.
- Présentation:** Cliquez pour ajouter une présentation de votre établissement.

 At the bottom, there are links to 'Gérer cet établissement' (Arrêter de gérer cet établissement, Signaler des problèmes en rapport avec cet établissement, Obtenir de l'aide concernant cet établissement) and 'Voir votre établissement sur Google' (Recherche Google, Google Maps, Google+). A red arrow points to these links with the annotation: 'IMPORTANT : à la fin, vérifiez votre travail avec ces 3 liens ; corrigez si nécessaire.'

Below the links, there is a section 'À quoi servent ces informations ?' explaining that Google uses this information to improve search results. A red arrow points to this section with the annotation: 'Ce que va faire Google de vos infos'.

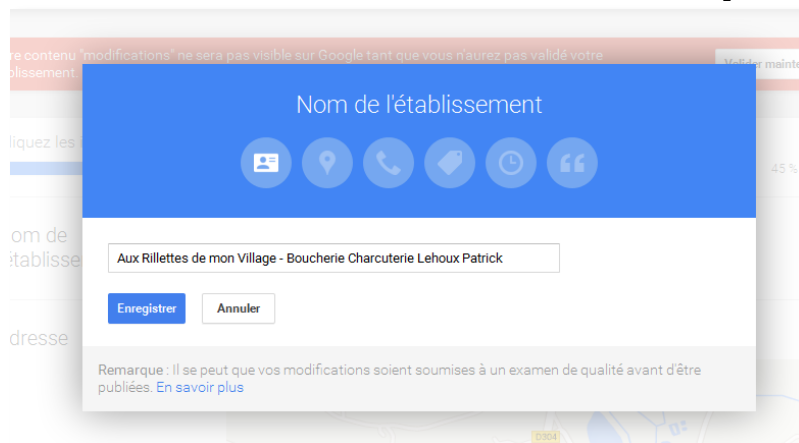
At the bottom of the page, there is a footer with copyright information: ©2016 Google - Conditions d'utilisation - Règles de confidentialité - Règlement relatif au contenu - Aide - Téléch. appli Android - Téléch. appli iPhone.

Conseil : soyez cohérents tout au long de votre parcours dans GMB et avec les informations que vous utilisez par ailleurs : site internet, papiers ou sacs d'emballage, documents officiels à votre entête, ...

a. Nom de l'établissement

Préférez une formule du type : Magasin / enseigne ou marque. Sauf cas particulier d'une modification en cours de raison sociale ou d'enseigne, il devrait apparaître le nom d'entreprise et/ou le nom d'enseigne sous lequel vos clients habituels vous connaissent.

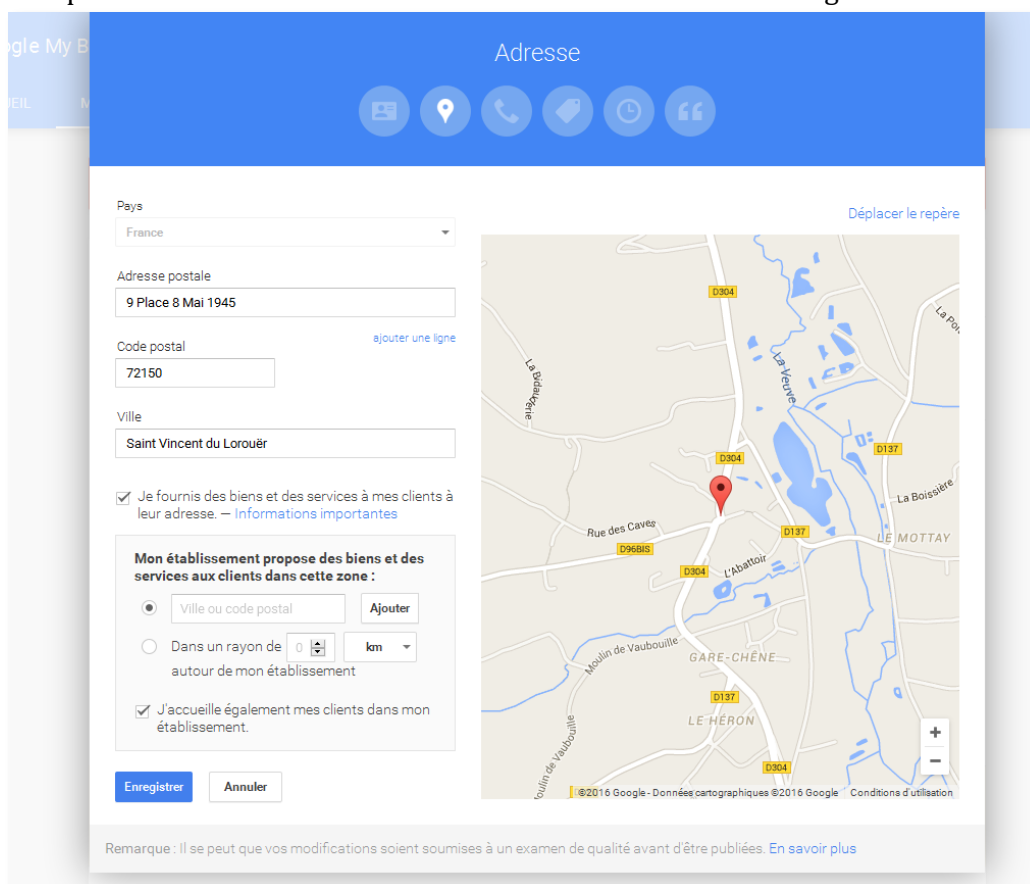
Mais soyez cohérent avec tout le reste de votre communication d'entreprise !



Dans l'exemple ci-dessus, le meilleur choix pour nommer l'établissement serait :
Boucherie charcuterie Patrick LEHOUX – Les Rillettes de Bercé

b. Adresse sur Google Map

Positionnez correctement l'épingle désignant l'emplacement de votre établissement avec "Déplacer le repère". Vous pouvez vous aider du zoom ou de la vue "satellite" ou de Google Street View.

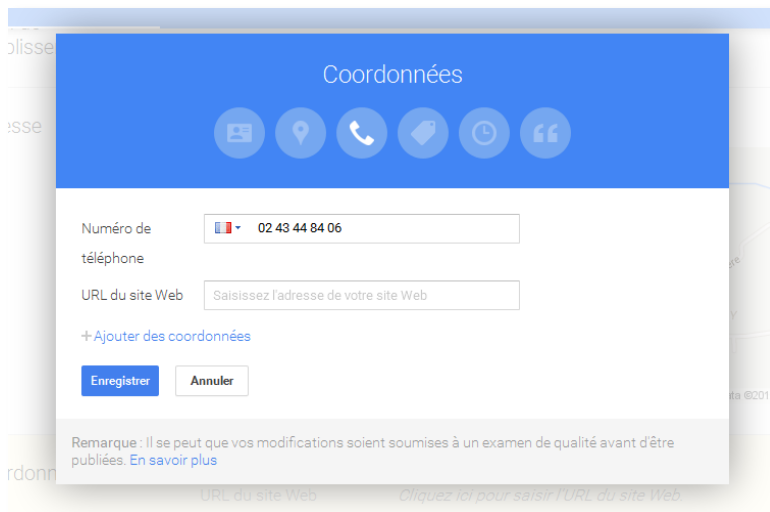


- Si vous faites des livraisons à domicile, cochez la case "Je fournis des biens ..." et mentionnez votre rayon d'action.
- Si l'adresse désigne votre magasin ou point de vente (et non un laboratoire seul par exemple) cochez la case "J'accueille également mes clients ..."

c. Coordonnées téléphoniques et internet

Notez tous les numéros de téléphone professionnels sur lesquels vous pouvez être joint : fixe et/ou mobile.

Au fait : Que dit le message de votre répondeur téléphonique ? Indiquez-vous les mêmes heures d'ouverture ? Vos clients peuvent-ils vous laisser un message ou une commande ?



"URL du site web" : indiquez votre nom de domaine (= adresse internet commençant par "http://" ou mieux par "https://", et pouvant contenir www.) ou l'adresse de la page professionnelle que vous avez déjà créée sur Facebook ou un autre réseau social.

Conseil : Si vous n'avez pas de site web à votre nom propre, cette URL pourra être celle de votre page Google+ que vous réaliserez ultérieurement (pour L.P.S. : <https://plus.google.com/+Porcs-de-la-sartheFr>).

Vous ne pouvez pas mentionner votre adresse e-mail professionnelle (que vous aurez choisie par ailleurs en relation étroite avec votre nom d'établissement) dans ce chapitre Coordonnées de GMB. Elle pourra figurer dans la description de votre activité si vous le souhaitez.

Pour : vos clients pourront vous joindre, surtout si vous prenez des commandes par e-mail ou que vous diffusez une lettre d'information périodique.

Contre : vous pouvez être spammé ou piraté. Astuce : mettez le @ entre parenthèses : (@)

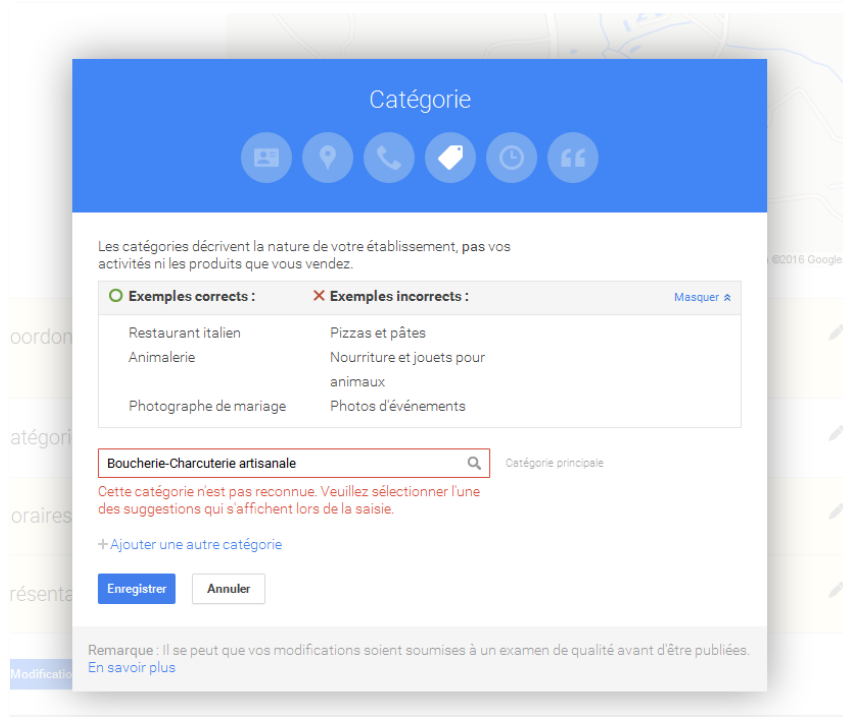
d. Deux astuces pour les phases suivantes

Dans les parties qui suivent, vous allez communiquer des informations qualitatives que Google utilisera pour renseigner les internautes, et qui leur parviendront au travers de votre page Google+.

- Pour créer un message le plus pertinent possible, imaginez 3 à 5 personnages types qui représentent vos clients et vos futurs acheteurs : qui ils sont, qu'est-ce qu'ils achètent de préférence, comment ils procèdent pour acheter, qu'est-ce qu'ils attendent de vous, comment pourraient-ils être vos ambassadeurs, etc ... Plus un dernier : votre meilleur(e) client(e) !
- Il est également intéressant d'avoir un slogan qui traduise votre politique auprès de vos clients, ce que vous voulez leur apporter et ce pourquoi ils vous préfèrent.
Posez un tableau blanc dans un endroit passant de votre entreprise, non visible du public, avec un crayon attaché en permanence. Chaque fois qu'un mot vous vient à l'esprit (et à celui de vos collaborateurs) pour désigner votre activité et satisfaire vos clients, notez-le. Votre slogan vous apparaîtra tout seul très rapidement !

e. Catégorie de votre activité principale

Ces catégories servent à Google à vous référencer dans son moteur de recherche. Google affinera lui-même votre positionnement en fonction de ce qu'il lira sur l'ensemble de votre compte GMB.



Catégorie

Les catégories décrivent la nature de votre établissement, pas vos activités ni les produits que vous vendez.

Exemples corrects :	Exemples incorrects :
Restaurant italien	Pizzas et pâtes
Animalerie	Nourriture et jouets pour animaux
Photographe de mariage	Photos d'événements

Boucherie-Charcuterie artisanale Catégorie principale

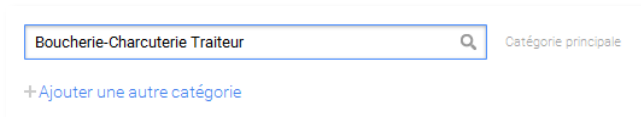
Cette catégorie n'est pas reconnue. Veuillez sélectionner l'une des suggestions qui s'affichent lors de la saisie.

+ Ajouter une autre catégorie

Enregistrer **Annuler**

Remarque : Il se peut que vos modifications soient soumises à un examen de qualité avant d'être publiées. [En savoir plus](#)

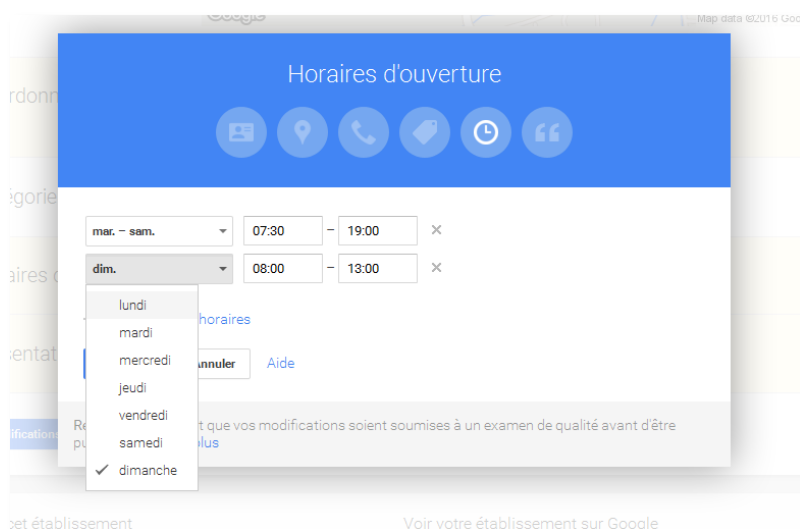
Conseil : choisissez une ou 2 catégories pertinentes, mais pas plus de 3.



Boucherie-Charcuterie Traiteur Catégorie principale

+ Ajouter une autre catégorie

f. Horaires d'ouverture



Horaires d'ouverture

mar. - sam. 07:30 - 19:00 x

dim. 08:00 - 13:00 x

lundi

mardi

mercredi

jeudi

vendredi

samedi

✓ dimanche

Annuler **Aide**

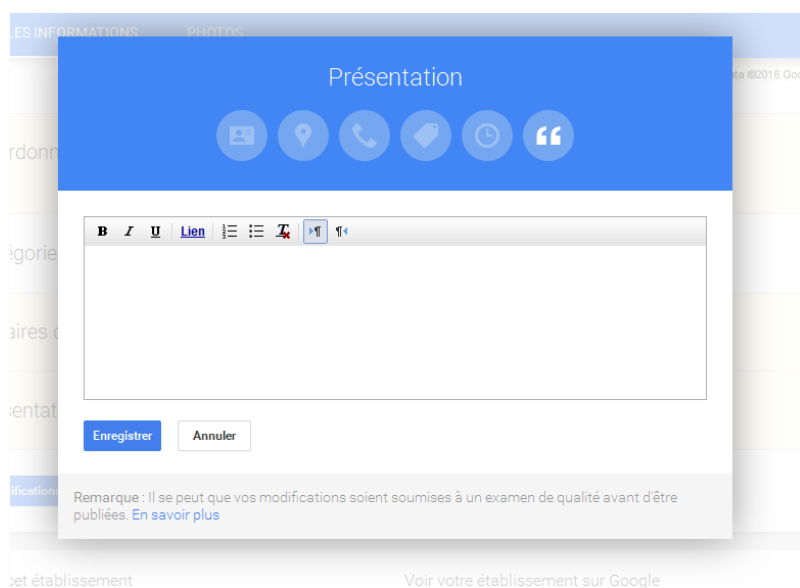
Voir votre établissement sur Google

Pour enregistrer des horaires du matin et des horaires d'après-midi, renseignez 2 fois le même jour.

Conseil : mettez à jour quand vous partez en vacances en configurant des horaires d'ouverture exceptionnels en ligne. Voir l'aide Google :

https://support.google.com/business/answer/3039617?p=edit_listing&ga=1.61093928.505540641.1437409405&rd=1

g. Présentation de votre entreprise



TRES IMPORTANT :

- Prenez le temps de réfléchir à cette présentation et de l'écrire correctement. Faites une présentation claire, aérée, concise et précise, agréable à lire
- Utilisez votre activité, votre nom et celui de votre enseigne, votre ville
- Précisez votre métier, votre politique qualité, les services que vous apportez à vos clients (marchés, traiteur, service à domicile, ...), les produits que vous commercialisez
- Mettez en avant l'avantage que les consommateurs ont à venir chez vous : vos engagements, vos labels rouges, fait maison, commodités, spécialités, médailles obtenues ...
- Parlez des manifestations périodiques importantes où l'on vous retrouvera à coup sûr : animations commerciales, fêtes, portes ouvertes, ...
- Utilisez en priorité les mots clefs que vous avez repérés dans la recherche préliminaire ([point 2 de ce guide](#)) et qui décrivent le mieux votre activité et votre politique commerciale
- N'hésitez pas à faire des liens internet qui rassurent vos clients ou visiteurs, par exemple vers un site de votre Label Rouge ou d'un organisme avec lequel vous travaillez étroitement (certification, moyen protégé de paiement en ligne, ...)
- Choisissez un titre à cette présentation ; ce peut être une déclaration ou un engagement
- Évitez de dépasser 300 mots en tout (limite conseillée de lisibilité et d'attention)
- Faites relire à quelqu'un d'autre et demandez l'avis à quelques personnes.

Ces informations se retrouveront également dans votre page Google+ au menu "Infos".

Voir ici l'exemple pour L.P.S.: <https://plus.google.com/+Porcs-de-la-sartheFr/about/>

Conseil : Voici un modèle de texte à reprendre pour montrer que vous utilisez le Porc Fermier de la Sarthe Label Rouge. N'oubliez pas le lien vers www.cenomans.fr dans le texte :

Porc fermier Label Rouge et Charcuteries maison :

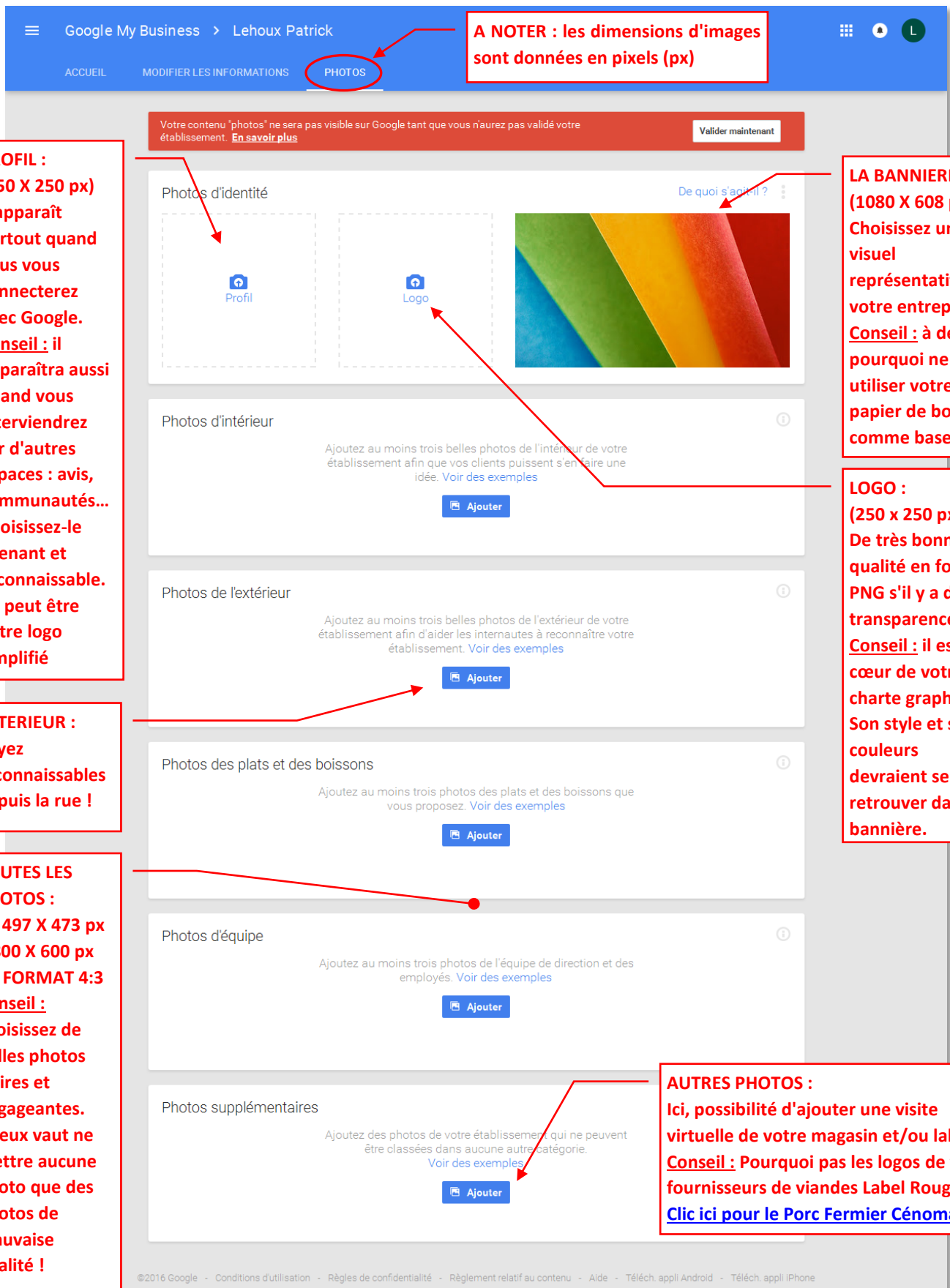
Nous utilisons exclusivement le [Porc Fermier Cénomans Label Rouge](#) pour notre rayon boucherie et pour nos charcuteries maison.

Réputé depuis 1989, le Porc Fermier Cénomans Label Rouge est le fruit de 40 éleveurs attachés aux traditions de la Sarthe. L'élevage fermier et la nourriture sans OGM vous garantissent la qualité supérieure et le bon goût que vous attendez.

Ce texte est extrait de notre guide "IntegrationWeb.porcsdelasarthe.fr : mettez du Porc Fermier de la Sarthe dans votre site web".

12. Les photos et illustrations : votre vitrine sur internet

Poursuivre en ajoutant les photos voulues, d'intérieur et d'extérieur, soit depuis votre ordinateur, soit depuis un service de stockage en ligne comme Google Drive.



A NOTER : les dimensions d'images sont données en pixels (px)

PROFIL :
(250 X 250 px)
Il apparaît partout quand vous vous connecterez avec Google.
Conseil : il apparaîtra aussi quand vous interviendrez sur d'autres espaces : avis, communautés... Choisissez-le avenant et reconnaissable. Ce peut être votre logo simplifié

LA BANNIERE :
(1080 X 608 px)
Choisissez un visuel représentatif de votre entreprise.
Conseil : à défaut, pourquoi ne pas utiliser votre papier de boucher comme base ?

LOGO :
(250 x 250 px)
De très bonne qualité en format PNG s'il y a des transparences.
Conseil : il est le cœur de votre charte graphique. Son style et ses couleurs devraient se retrouver dans la bannière.

EXTERIEUR :
Soyez reconnaissables depuis la rue !

TOUTES LES PHOTOS :
de 497 X 473 px à 800 X 600 px ou FORMAT 4:3
Conseil : choisissez de belles photos claires et engageantes. Mieux vaut ne mettre aucune photo que des photos de mauvaise qualité !

AUTRES PHOTOS :
Ici, possibilité d'ajouter une visite virtuelle de votre magasin et/ou labo.
Conseil : Pourquoi pas les logos de vos fournisseurs de viandes Label Rouge !
[Clic ici pour le Porc Fermier Cénomans](#)

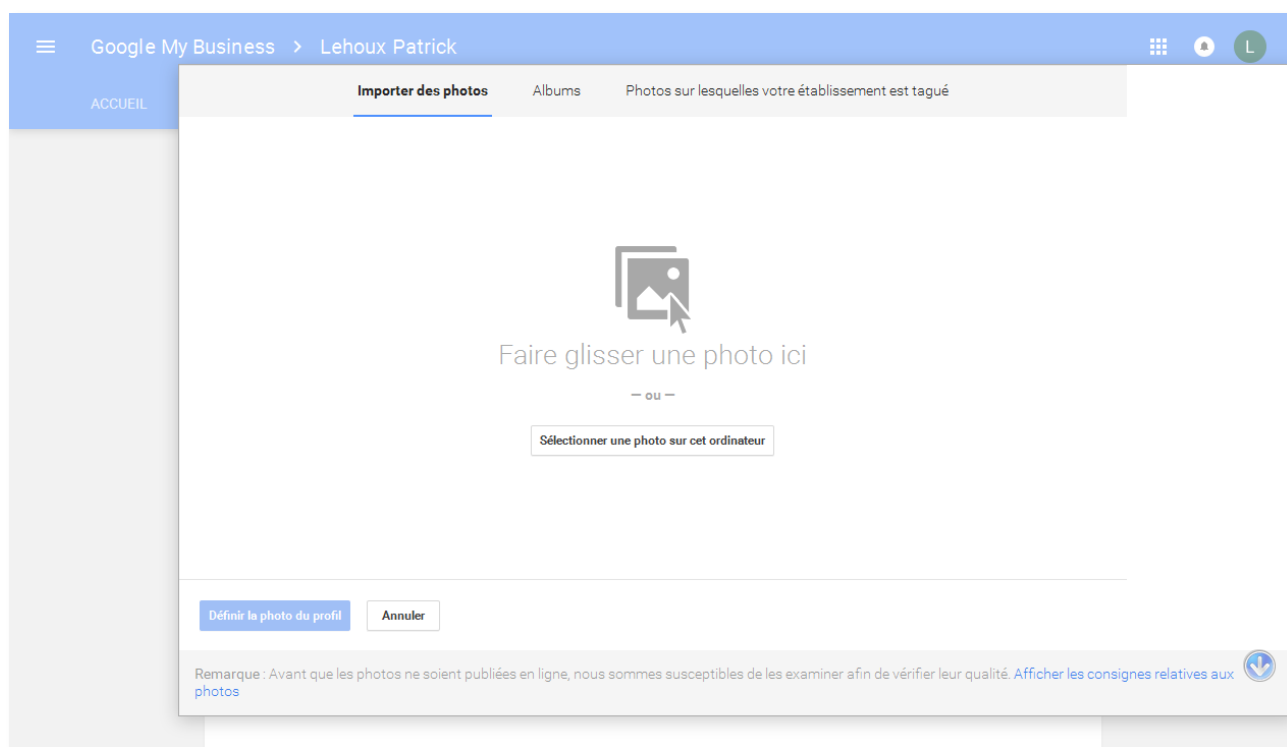
©2016 Google - Conditions d'utilisation - Règles de confidentialité - Règlement relatif au contenu - Aide - Téléch. appli Android - Téléch. appli iPhone

Vos photos seront stockées sur un espace Google Photos que vous pourrez choisir de partager ou non.

Conseil : ces photos sont votre nouvelle vitrine sur internet. Donnez envie à vos visiteurs de venir chez vous.

- Préférez des photos de bonne définition, relativement près s'il s'agit de personnes afin d'être reconnus, en évitant les contre-jours et les sur ou sous-expositions.
- Publiez des photos de votre activité, de vos produits et mieux : quand vous êtes en train de les réaliser ou de les vendre
- Réalisez ces photos dans un environnement propre et avec des vêtements impeccables
- Souriez
- Soyez créatifs

Cela peut valoir la chandelle de prévoir un petit budget photos réalisées par un professionnel afin de mettre votre travail en valeur. Vous pourriez même faire réaliser une photo panoramique intérieure.



Savoir. Toutes les dimensions d'images pour les réseaux sociaux :

- <http://www.webmarketing-conseil.fr/guide-complet-dimensions-images-reseaux-sociaux/>
- <http://www.blogdumoderateur.com/guide-taille-images-reseaux-sociaux/>
- Dimensionner vos photos aux tailles des réseaux sociaux, en ligne : [Social Média Image Maker](#)

Quelques conseils et outils gratuits et en français que j'utilise pour traiter mes visuels :

- <http://fr.jimdo.com/2015/07/20/7-conseils-de-pro-pour-optimiser-vos-images/>
- Traitement d'image en ligne pouvant être téléchargés : [Pixlr](#) et [Pixlr express](#) ; [Picasa 3 de Google](#)
- Dessin et retouche d'image, à télécharger : [Paint.net](#)
- Optimiser le poids des images, à télécharger : [Light Image Resizer](#)
- Capturer une image d'écran pour navigateur Firefox : [Fireshot](#)
- Capturer une image d'écran avec navigateur Edge (Windows 10) : [Snip](#)
- Capturer une image ou une vidéo et éditer, à télécharger : [Screenpresso](#)
- Détourer des images : [Clipping magic](#) ou [Inpixio](#)
- Stocker vos photos et documents en ligne : 15 Go sur [Google Drive](#) et [Google Photo](#) (ex Picasaweb)
- Contact pour réaliser une photo à 360° googlisable : <http://www.goodimage.fr/>

Et si vous voulez d'autres outils : [380 outils et sites gratuits avec webmarketing.com](http://380outils.com) (du 04/12/2015).

13. Avez-vous validé votre établissement auprès de Google ?

Attention : tout votre travail n'est visible par les internautes que lorsque vous aurez validé cette page GMB avec le numéro de validation fourni par Google.

Si ce n'est pas encore fait, revenez au menu Accueil ou bien ouvrez un nouvel onglet dans le navigateur pour atteindre le pavé de recherche ; revendez cet établissement et obtenez le code de validation par téléphone.

Bravo ! Admirez votre travail ou apportez les corrections nécessaires ([chassez les fotes d'ortographe !](#))

14. Où apparaît tout ce que vous avez saisi et validé ?

Sur PC, tablette ou smartphone, observez le rendu de vos textes et photos et ajustez si besoin.

a. Sur le moteur de recherche Google

Rendez-vous sur <https://www.google.fr> , tapez le nom d'établissement saisi en [11-a](#). Votre "pavé" personnalisé devrait apparaître.

Il se peut qu'un temps de latence soit nécessaire à Google pour vous indexer correctement.

b. Sur Google Map

Rendez-vous sur <https://www.google.fr/maps/> , tapez le nom d'établissement. Vos informations apparaissent dans un pavé à gauche, complétées d'images Street View. Des menus de recherche localisée et de partage, ainsi que la possibilité de laisser un avis sont donnés aux internautes.

c. Sur votre page d'entreprise Google+

Retournez à la page d'accueil de GMB. Descendez jusqu'au bloc Google+ et cliquez dessus : vous arrivez sur votre page Google+ avec vos photos de bannière et de profil en entête. Vos saisies GMB apparaissent dans les onglets "Infos" et "Photos".

15. Tenez tout ça à jour !

Derniers conseils :

- Testez périodiquement avec une nouvelle recherche sur votre nom ou votre activité. Vous en profiterez pour voir comment évolue votre positionnement ... ainsi que celui de vos confrères ou concurrents. Il y aura peut être des idées à piocher ou des pratiques à corriger.
- Tenez à jour les informations que vous avez indiquées sur GMB, notamment les horaires d'ouverture (ou de fermeture pour les vacances), les emplacements de marchés et les opérations promotionnelles prévues ou achevées.
- Répondez aux avis. Aide : <https://support.google.com/business/answer/3474050?hl=fr>
Règles sur les avis et photos : <https://support.google.com/business/answer/2622994?rd=2>

Voilà c'est fini !

Google My Business est maintenant opérationnel.

C. Faites encore un peu mieux !

16. Racontez ce que vous venez de faire !

Parlez de cette réalisation et de la création de votre page locale GMB sur votre site internet ou sur les réseaux sociaux auxquels vous êtes abonnés (dont Google+, Facebook, Twitter, etc ...).

De quelle manière ? Pour intéresser vos lecteurs, racontez ce que vous a apporté cette expérience et surtout **ce qu'elle va apporter à vos clients et à vos visiteurs** sur internet pour vous trouver, etc...

Pensez toujours à utiliser des mots clefs comme indiqué aux paragraphes 2 et 11-g.

Si vous réalisez un article de blog, invitez vos lecteurs à vous trouver dans la recherche Google : **donnez-leur en lien cliquable l'intitulé exact du nom d'établissement que vous avez choisi.**

Pour cela, collez le nom d'établissement dans la barre de recherche du navigateur, puis recopiez-le quand Google l'a transformé en question de recherche. Enfin, attribuez ce code à l'adresse de votre lien internet.

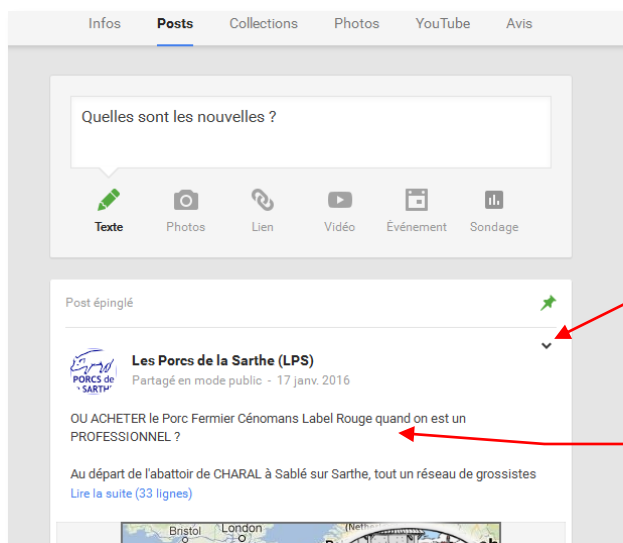
Cerise sur le gâteau : Google finira par repérer cet article et l'ajoutera à ses résultats de recherche vous concernant. C'est ce qu'on appelle le référencement naturel par les moteurs de recherche.

Une preuve ? Regardez ce que cela finit par donner avec L.P.S. :

cliquez : [Les Porcs de la Sarthe \(LPS\)](#)

17. Votre nouvel univers Google+ : jetez-y un coup d'œil

Écrivez un premier "post". Vous y mettrez vos informations pratiques : qui vous êtes, où et quand peut-on venir acheter chez vous, comment vous contacter, quels sont vos produits et spécialités, ... Illustrez par une belle photo où vous êtes en train de servir ou présenter votre produit emblématique.



Et "épinglez" ce message en tête de liste.

Passez la souris dans cet angle de votre post pour faire apparaître le V. Cliquez ; dans le menu, sélectionnez "Épingler le post"

Mettez un titre avec l'information principale avec le mot clef essentiel (ou les 2 mots clefs) dans les 3 premières lignes visibles

Un avant goût de ce que vous pourrez en faire avec :

- Centre d'aide Google+ : <https://support.google.com/plus/?hl=fr>
- Vue d'ensemble : <http://comkit.fr/guide-d-utilisation-de-google-my-business/>

Si vous vous sentez déjà à l'aise, rejoignez la [communauté des détaillants de la filière Porc Fermier Cénomans Label Rouge présents sur Google+](#) : bienvenue, votre réseau commence ici.

18. Pour aller plus loin avec GMB et le référencement local :

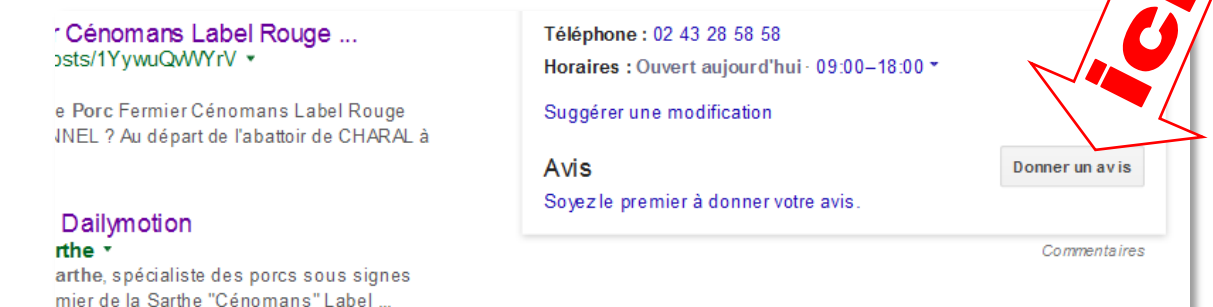
Faites une recherche Google sur les mots " [page google locale optimisée](#)". Lisez quelques articles. Vous pouvez aussi faire quasiment la même chose avec l'annuaire Pages Jaunes qu'avec GMB :

Exemple avec [L.P.S. sur les Pages Jaunes](#)

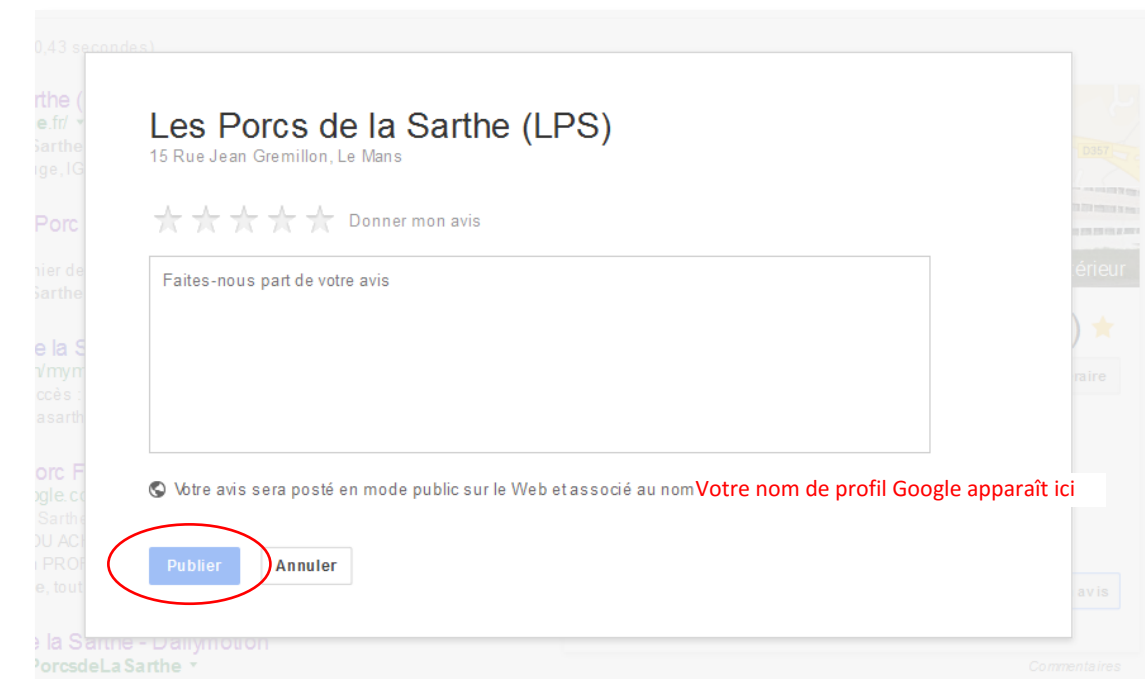
D. Et si nous échangeions nos premiers avis réciproques ?

Vous êtes membre de la filière du Porc Fermier de la Sarthe Label Rouge et vous appréciez ce bon cochon, nos services ou nos partenaires, ou bien vous avez tout simplement apprécié ce guide ? Venez le dire sur le "pavé" Google My Business de L.P.S.

- [accédez au pavé "L.P.S. Les Porcs de la Sarthe" par la recherche Google](#) (clic)
- Cliquez sur le bouton "Donner un avis"



- Validez le nombre d'étoiles que nous méritons selon vous ; ne lésinez pas ;-)
- Ecrivez un avis sincère en 10 ou 20 mots maximum en évitant les lieux communs



- Je serai prévenu par Google de l'avis que vous avez posté.
- J'irai donc faire de même sur votre pavé. Et comme chez vous tout est excellent n'est-ce pas ...

Merci à vous !

A bientôt sur <https://porcsdelasarthe.fr>

et sur nos réseaux sociaux auxquels vous pouvez vous abonner (clic logo) :



Alain CABANNES / acabannes@porcsdelasarthe.fr
02 43 28 58 58