



Digital Commerce Google My Business

IFAPME Mons

Bonjour

A photograph showing a row of identical women, all wearing matching blue uniforms with white collars and white gloves, standing in a line. They have identical grey wavy hair and are smiling. Overlaid on the center of the image is a large, bold, black text box containing the word "Bonjour".

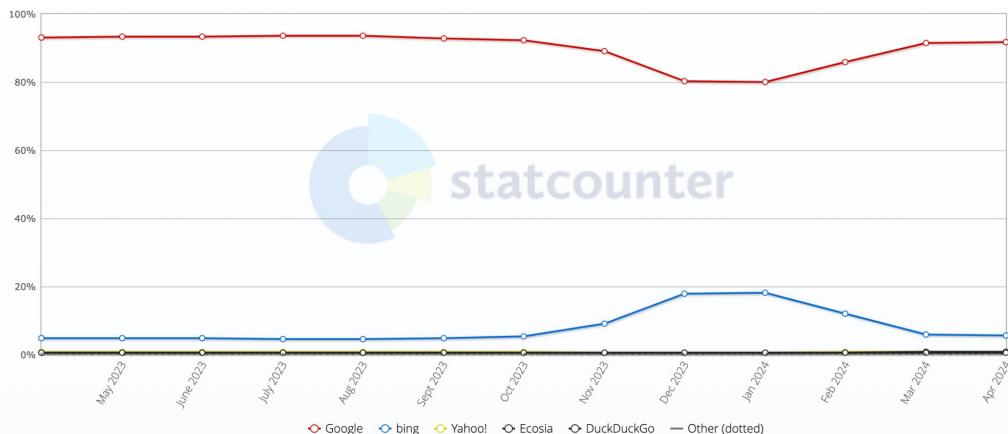
Introduction aux outils de visibilité de Google



Google, c'est 92% des parts de marchés en Belgique

Search Engine Market Share Belgium
Apr 2023 - Apr 2024

[Edit Chart Data](#)



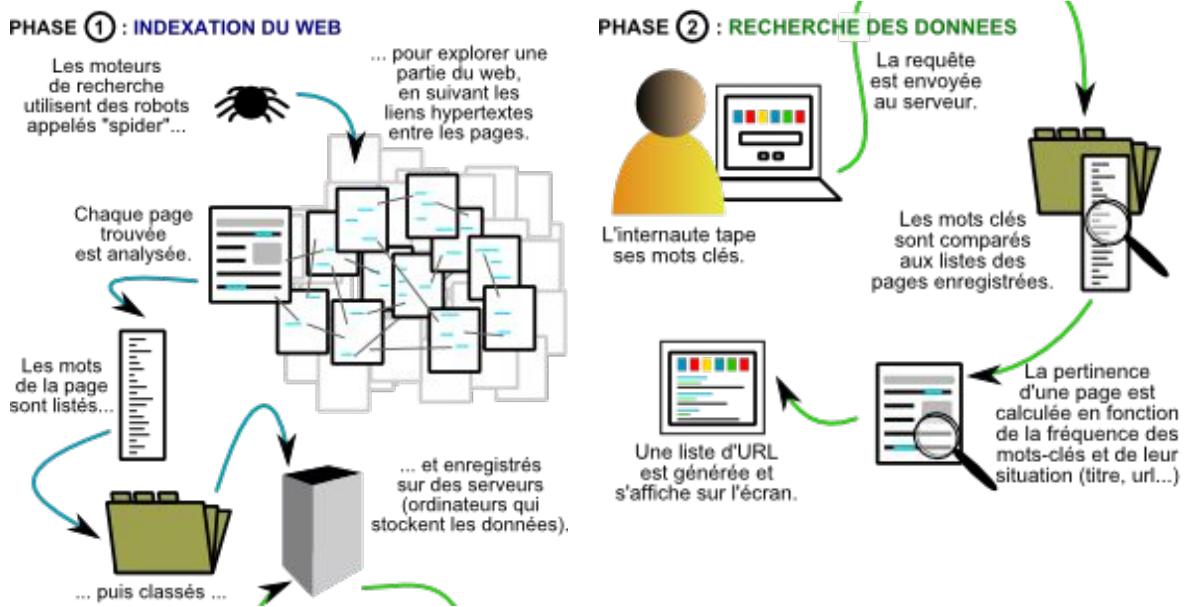
Comment ça marche ?

Les moteurs de recherche remplissent trois fonctions de base :

1. L'analyse : ils recherchent des pages web et observent le code et le contenu associés à chaque URL.
2. L'indexation : ils stockent et organisent les informations collectées lors de la phase d'analyse.
3. Le classement : ils déterminent les pages dont le contenu correspond au mieux à la requête d'un internaute.

Google est donc une gigantesque bibliothèque

Les contenus sont à identifier, à catégoriser et à ranger dans le bon ordre.



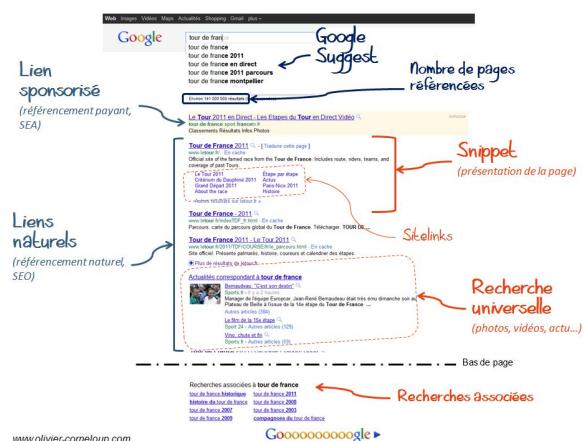
Fournir des informations sur votre entreprise à Google

Vous pouvez améliorer l'apparence et la couverture de votre site Web officiel, ainsi que votre présence dans les résultats de recherche en commençant par les définir auprès de Google. De cette façon, les utilisateurs peuvent plus facilement reconnaître votre site officiel et accéder aux informations que vous fournissez lors de leurs recherches.

Google propose différentes méthodes pour vous aider à fournir des informations clés sur votre entreprise afin qu'elles apparaissent dans les résultats de recherche. Google My Business est un très bon outil pour que le lieu de votre établissement, votre site officiel et des informations sur le contenu soient disponibles dans les résultats de recherche, les fiches info Google et Google Maps.

Le SERP – La page de résultats de recherche

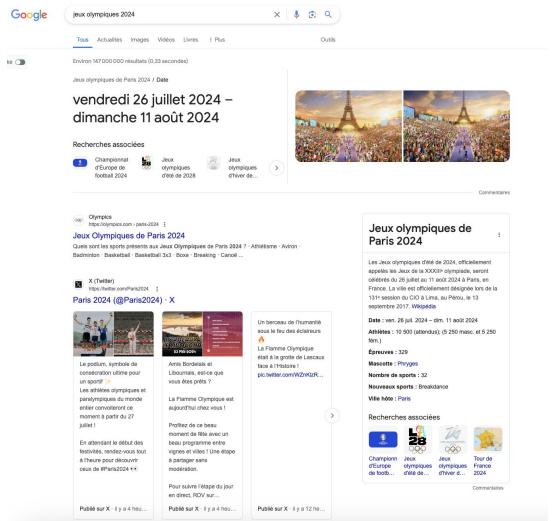
L'acronyme anglophone SERP, pour Search Engine Result Page, désigne la page web générée par un moteur de recherche pour répondre à une requête tapée par un internaute. La SERP propose une sélection des liens considérés comme les plus pertinents par rapport à l'intention de recherche : information, achat, prise de décision, etc. Plus simplement, il s'agit de la page web qui s'affiche lorsqu'un internaute effectue une recherche sur un moteur de recherche comme Google ou Bing.



Google et l'IA

Google a développé de nouvelles façons de rechercher grâce à ses dernières avancées en intelligence artificielle.

Avec la Search Generative Experience, Google introduit l'IA dans son algorithme pour révolutionner l'expérience de recherche.



Référencement naturel ou payant ?

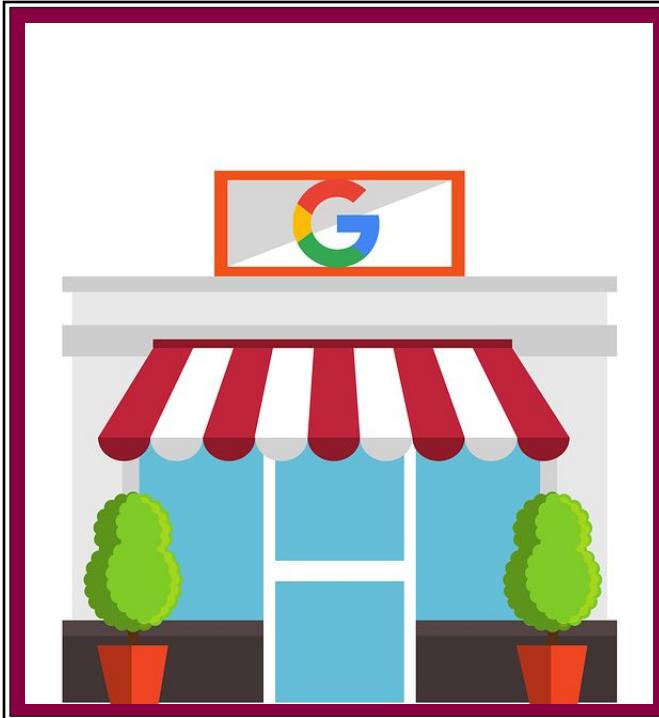
On va parler de SEA et de SEO

Le SEO (Search Engine Optimization) désigne l'ensemble des actions et stratégies visant à améliorer le classement d'un site web dans les résultats des moteurs de recherche. Sans payer.

Le SEA (Search Engine Advertising) consiste à créer et optimiser des publicités payantes qui s'affichent dans les pages de résultats des moteurs de recherche

ZONE SEA
Les 4 premiers résultats sont réservée au référencement payant

ZONE SEO
Réservée au référencement naturel



Introduction à Google My Business

Kézaco Google My Business ?

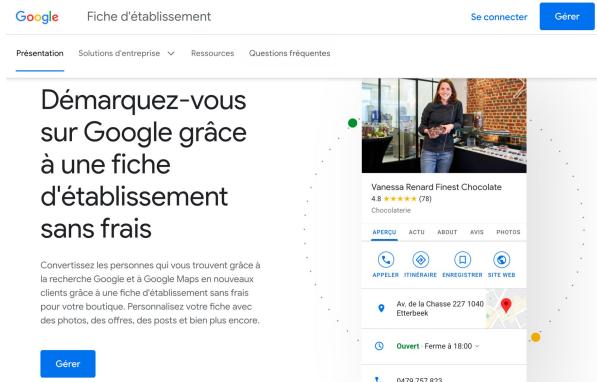
Tout comme une carte de visite en ligne, une fiche Google My Business peut être définie comme une carte d'identité virtuelle, regroupant les informations les plus importantes sur votre entreprise (coordonnées, adresse, site web, avis).

La fiche Google My Business est **gratuite** et est visualisable par tous sur l'écosystème Google (moteur de recherche et Google Maps).

En disposant d'une fiche Google My Business (alias GMB), vous disposez d'une vitrine en ligne entièrement gratuite permettant en plus d'avoir un impact positif sur votre référencement local.

Comment créer mon compte Google My Business ?

Une seule adresse :
<https://www.google.com/business/>



The screenshot shows the Google My Business dashboard for a chocolate shop. The profile picture is of a woman named Vanessa Renard. The business name is "Vanessa Renard Finest Chocolate" with a 4.8 rating from 78 reviews. The address is "Av. de la Chasse 227 1040 Etterbeek". It's currently open until 18:00. The dashboard includes sections for "APERÇU", "ACTU", "ABOUT", "AVIS", "PHOTOS", and "APPeler", "ITINÉRAIRE", "ENREGISTRER", and "SITE WEB". There are also links for "Ouvert", "Fermé à 18:00", and a phone number "0479 757 823". A sidebar on the left lists "Présentation", "Solutions d'entreprise", "Ressources", and "Questions fréquentes".

Revendiquer un établissement local

Pour revendiquer un établissement physique existant ou en créer un, utilisez les fiches d'établissement, anciennement Google My Business. Une fois que vous avez confirmé que vous êtes le propriétaire d'une fiche, vous pouvez fournir ou modifier l'adresse, les coordonnées et le type de l'établissement, et ajouter des photos. Ainsi, les informations relatives à votre établissement local s'affichent dans Google Maps et la fiche info Google.



The screenshot shows the Google My Business profile for the 'Centre IFAPME de Braine-le-Comte'. The profile picture is of a building. The business name is "Centre IFAPME de Braine-le-Comte" with a 4.6 rating from 12 reviews. The address is "Chemin du Pont 10A, 7090 Braine-le-Comte". It's currently open until 12:00. The dashboard includes sections for "Site Web", "Itinéraire", "Enregistrer", and "Appeler". There are also links for "Suggérer une modification", "Gérer cette fiche", "Vous connaissez ce lieu?", "Partagez des infos récentes", "Questions et réponses", "Afficher toutes les questions (7)", "Envoyer sur votre téléphone", "Envoyer", "Avis", "12 avis Google", "Donner un avis", and "Ajouter une photo". A sidebar on the left lists "Recherches associées" with links to other profiles like "Centre IFAPME de Wavre (L...)" and "Service IFAPME de Braine-le-...".

1

Revendiquer

Créez une fiche d'établissement ou gerez une fiche existante dans la recherche Google et dans Maps.

2

Personnaliser

Ajoutez des horaires, des photos et d'autres informations pour gagner en visibilité auprès des clients à proximité.

3

Gérer

Partagez des informations, répondez aux avis et interagissez avec les utilisateurs sur Google.

A propos de ces données

Signaler un problème

La validation de votre entreprise

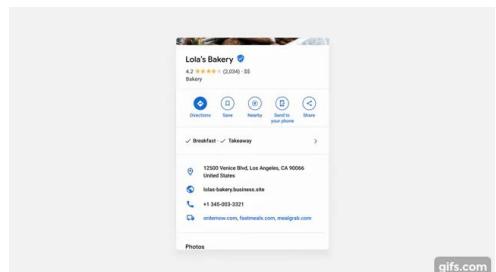
La validation empêche d'autres personnes de se faire passer pour un représentant de votre établissement. Avant de pouvoir modifier les informations sur votre établissement dans les produits Google, vous devez le faire valider. Lorsque vous revendiquez votre fiche, Google vous propose une ou plusieurs méthodes de validation. Les méthodes disponibles varient. La validation peut se faire, entre autres, par téléphone, SMS, e-mail, vidéo, appel vidéo en direct ou courrier postal.

Validation demandée pour laurie.diricq@gmail.com : votre carte postale de validation devrait arriver d'ici 14 jours. Suivez les instructions qui y figurent pour saisir le code de validation. En attendant, ne demandez pas de nouvelle carte postale. [En savoir plus sur la validation](#)

Sur quoi Google se base pour ses fiches ?

Les informations des fiches locales sont compilées à partir de différentes sources :

- Informations accessibles publiquement telles que le contenu Web exploré par les robots de Google (par exemple, les informations provenant du site Web officiel de l'entreprise)
- Données sous licence provenant de tiers (par exemple : la presse)
- Utilisateurs qui fournissent des informations factuelles (telles que des adresses et des numéros de téléphone) et du contenu (photos et avis, par exemple), y compris les propriétaires d'établissement qui revendentiquent des fiches locales via Google My Business
- Informations basées sur les interactions de Google avec un lieu à proximité ou un établissement local

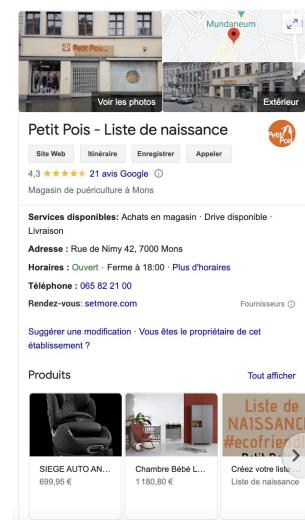


Une top solution pour l'HoReCa ...

Une top solution pour les petits commerces ...

Google My Business n'est pas qu'une fiche dans un annuaire avec vos coordonnées. Vous avez aussi la possibilité de publier des actualités qui apparaîtront directement sur votre fiche, à droite des résultats de recherche. Profitez de cette fonctionnalité pour publier vos nouveautés, faire la promotion d'un événement, de vos produits ou partager une offre spéciale pour attirer plus de trafic dans votre magasin et augmenter vos ventes.

Indiquez également si vous proposez des options telles que le retrait au drive ou la livraison.



Mais aussi pour les services !

Dans votre fiche d'établissement, vous avez la possibilité d'ajouter les services que vous proposez, ainsi que leur description et leur prix. Si votre établissement comprend plusieurs catégories, regroupez vos services par rubriques dans la catégorie appropriée. Ils seront ainsi bien organisés.

Lorsque des clients locaux recherchent un service que vous proposez sur Google, celui-ci peut être mis en avant dans votre fiche. Les clients sur mobile peuvent aussi consulter tous vos services dans la section "Services".

Les prestataires de services peuvent choisir parmi différentes suggestions de types de services. Un plombier pourra par exemple ajouter les services suivants : "Installer un robinet" ou "Réparer des toilettes". Si le type de service souhaité n'est pas répertorié, vous pouvez ajouter vos propres services personnalisés.

Bricoleur	Supprimer
Montage de meubles	>
Nettoyage de gouttières	>
Réparations générales	>
Pose de plaques de plâtre	>
Pose de ventilateurs	>
Installation de télévisions	>
Réparation de plaques de plâtre	>
Réparation de revêtements de sol	>
+ Ajouter un autre service	

Jardinier	Supprimer
Tonte et entretien de pelouses	>
Paillage	>
Engazonnement	>
Installation de gazon	>
Elimination des mauvaises herbes	>
Jardinage	>
+ Ajouter un autre service	

Même pour un business qui n'a pas de lieu physique

Lorsque vous définissez la zone que vous desservez, vos clients savent exactement où vous proposez vos produits ou services.

Si vous n'accueillez pas de clients dans votre établissement, laissez le champ "Adresse de l'établissement" vide.

Pour utiliser une zone desservie, votre établissement doit entrer dans l'une des catégories suivantes :

- **Établissement de services de proximité à domicile**, c'est-à-dire un établissement qui se rend directement à domicile ou qui propose un service de livraison, mais qui n'accueille pas les clients dans ses locaux. Il peut s'agir, par exemple, d'un établissement proposant des services de nettoyage ou de plomberie. Les établissements de services de proximité à domicile ne peuvent créer qu'un seul profil pour la zone qu'ils desservent.
- **Établissement mixte**, c'est-à-dire un établissement qui accueille les clients dans ses locaux, mais qui se rend également directement à domicile ou propose un service de livraison. Si votre établissement ne possède pas une enseigne permanente sur site, il ne peut pas être utilisé comme établissement physique et doit être répertorié en tant qu'établissement de services de proximité à domicile. Il peut s'agir, par exemple, d'un restaurant qui livre également des repas. Les établissements mixtes peuvent indiquer leur adresse, spécifier leurs horaires d'ouverture avec du personnel disponible sur site et préciser une zone desservie.



Geof Services

[Site Web](#) [Enregistrer](#) [Appeler](#)

Services disponibles: Devis en ligne

Zones desservies : La Louvière et les zones à proximité

Horaires : Ouvert - Ferme à 18:00 -

Téléphone : 0478 57 28 91

Suggérer une modification · Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?

Et pour les succursales ?

Lorsqu'un internaute tape le nom de votre entreprise sur Google, les résultats de recherche affichés varient en fonction de plusieurs facteurs, les plus connus:

- la **pertinence** de la recherche sur Google en fonction de vos mots-clés (titre, services proposés, adresse...)
- la **distance** entre l'internaute qui fait sa recherche et votre établissement
- l'importance/la **popularité** de l'établissement.

Vérifiez que vous avez saisi des informations complètes sur votre établissement dans sa fiche : les utilisateurs doivent savoir qui vous êtes, où vous vous trouvez et quels sont vos horaires d'ouverture.



Maîtriser les fonctionnalités de Google My Business

Gestion du tableau de bord

The screenshot shows the Google My Business dashboard for 'Coworking La Louvière'. On the left, there's a sidebar with navigation links: Accueil, Posts, Infos (which is selected), Statistiques, Avis, Messages, Photos, Produits, Site Web, Utilisateurs, Crée une annonce, Compte Gmail personnalisé, Ajouter un établissement, and Établissements. The main content area displays the establishment's profile with a thumbnail image, name, address, and business type. It also shows service areas, operating hours, and advanced information like a code for stores. There are edit icons next to each section.

Comment optimiser sa fiche Google My Business ?

- Ajoutez des visuels photos et vidéos sur le compte permettant aux internautes d'identifier facilement votre activité (logo, photo de la façade de votre établissement, photos de votre commerce, de vos équipes, de vos produits) et d'éveiller leur intérêt.
- Intégrez les informations utiles à vos visiteurs : horaires d'ouverture, numéro de téléphone, les attributs de l'établissement (accessibilité fauteuil roulant, types de paiements acceptés, wifi gratuit, Toilettes, possibilités de livraison, Drive... etc.) pour faciliter la venue des clients.

La sélection des photos

Vue d'ensemble

Photos du propriétaire

Photos de clients

360

Vidéo

Intérieur

Extérieur

Au t >



Afin de compléter votre fiche d'établissement et de la rendre plus attrayante pour les clients, vous pouvez ajouter des photos ou des vidéos de votre vitrine, de vos produits et de vos services.

Vous pouvez ajouter différents types de photos à votre fiche d'établissement :

- **Logo** : aidez vos clients à reconnaître votre établissement sur Google. Si vous avez renseigné vos informations de base (numéro de téléphone, horaires d'ouverture, etc.), le logo est mis en avant sur la fiche de l'établissement.
- **Photo de couverture** : ajoutez une photo de couverture en haut de votre fiche pour mieux représenter votre établissement. Notez que, dans certains cas, la photo de couverture ne sera pas affichée comme première image de votre établissement.
- **Photos de l'établissement** : ajoutez d'autres photos afin de mettre en avant les aspects de votre établissement permettant d'attirer des clients et de les informer.

The screenshot shows a Google My Business listing for 'Coworking La Louvière'. At the top, there's a navigation bar with tabs like 'Vue d'ensemble', 'Photos du propriétaire', 'Photos de clients', '360', 'Vidéo', 'Intérieur', 'Extérieur', 'Au t >', and a more options icon. Below the navigation is a text area: 'Afin de compléter votre fiche d'établissement et de la rendre plus attrayante pour les clients, vous pouvez ajouter des photos ou des vidéos de votre vitrine, de vos produits et de vos services.' To the right of this text are three images: a photo of an office interior with desks and computers, a map showing the location at 'Bd Michel Debaque', and an exterior view of a modern building with several cars parked in front. Below these images is a large banner with the text 'Coworking La Louvière' and a small logo. Underneath the banner are four buttons: 'Site Web', 'Itinéraire', 'Enregistrer', and 'Appeler'. At the bottom of the listing, it says '4,8 ★★★★★ 18 avis Google' and 'Espace de coworking à La Louvière'.

Comment optimiser sa fiche Google My Business ?

- Assurez-vous d'avoir une **description** de votre entreprise. Elle permet d'identifier facilement qui vous êtes, votre activité et les types de biens ou services que vous proposez. Vous disposez d'un champ de 750 caractères, ce qui correspond à environ 125 mots, pour tout résumer.
- Renseignez l'**URL** de votre site internet. Cela permettra à Google d'afficher l'icône Site web et le lien vers votre site.

Comment optimiser sa fiche Google My Business ?

- Ajoutez vos Services et Produits.

Ici, il ne faut pas chercher à être exhaustif, mais simplement d'indiquer les catégories majeures de votre activité.

- Définissez votre zone d'intervention.

N'hésitez pas à utiliser des outils de cartographie vous permettant d'identifier la zone autour de votre local avec comme critère d'être à 10 minutes à pied, ou à 25 minutes en voiture.

Extrêmement pratique pour les artisans, ce champ vous permettra de ne pas oublier d'intégrer dans votre fiche GMB les villes ou villages à proximité.

Création et gestion des posts et publications

Vous pouvez publier des offres, des événements, des produits et des services directement dans la recherche Google et sur Maps en créant des posts via le gestionnaire de fiches d'établissement.

Le menu Posts vous permet de publier les actualités de votre entreprise. Vous avez le choix entre 5 formats :

- **Info COVID-19** : Informez vos clients sur les mesures sanitaires mises en place dans votre boutique comme par exemple le port du masque obligatoire, la prise de rendez-vous en ligne ou la mise en place du click and collect.
- **Offre** : Ce format vous permet de publier une offre promotionnelle afin de générer plus de trafic dans votre point de vente. Indiquez la nature de l'offre, la période d'éligibilité ou les conditions d'accès.
- **Nouveautés** : Il s'agit d'une publication assez classique, avec une image, une courte description texte et un bouton d'appel à l'action.
- **Événements** : Ce format vous permet de faire la promotion d'un événement particulier qui a lieu dans votre boutique : vernissage, formation, soirée VIP...
- **Produits** : mettez en avant un produit en particulier en ajoutant une image, un titre, une description, un prix et un bouton d'appel à l'action.

Google Gestionnaire de fiches d'établissement

Coworking La Louvière
Rue A. Delaby 5, 7100 La Louvière
Accueil
Posts
Infos
Statistiques
Avis
Messages
Photos
Produits
Site Web
Utilisateurs
Créer une annonce
Compte Gmail personnalisé
Ajouter un établissement
Établissements

Spécificités liées à l'Horeca

Posts pour les restaurants

Les restaurants peuvent lister les plats qui composent leur menu dans leur fiche d'établissement sur Google. Cette fonctionnalité est disponible pour les entreprises de type "Alimentation et boissons".

Informez les clients des services que vous proposez (par exemple des repas sur place ou à emporter, ou des livraisons), ainsi que des mesures sanitaires mises en place dans votre établissement.

Posts sur les hôtels

Les hôtels peuvent créer des posts locaux pour fournir des informations pertinentes aux clients au moment opportun. Voici quelques exemples de posts utiles : informations sur les services ou sur des travaux de rénovation, et événements organisés dans l'hôtel.

Les hôtels ne sont pas autorisés à publier des posts pour des offres, ni aucun post qui renvoie vers des offres, promotions ou remises, ou qui suggèrent leur existence. Ainsi, les clients trouveront plus facilement les tarifs proposés par les partenaires (y compris ceux issus des annonces) sur la fiche de l'hôtel.

Synchroniser pour mieux gérer

La fiche de Google My Business se synchronise avec vos autres sites de réservation pour pouvoir offrir une expérience intégrée à vos clients sans sortir de Google.

The screenshot shows a Google My Business listing for "Au Tir' Bouchon" (Restaurant). The profile includes a photo of the interior, a map showing its location at "Rue de Philippeville 11, 6120 Ham-sur-Heure-Nalinnes", and a "Réserver une table" (Reserve a table) button. To the right, a reservation interface is displayed, showing a date (jeu. 20 oct.), time (18:00), and a list of available times (18:00, 18:15, 18:30, 18:45, 19:00). Below this is a map of the area with the restaurant's location marked.

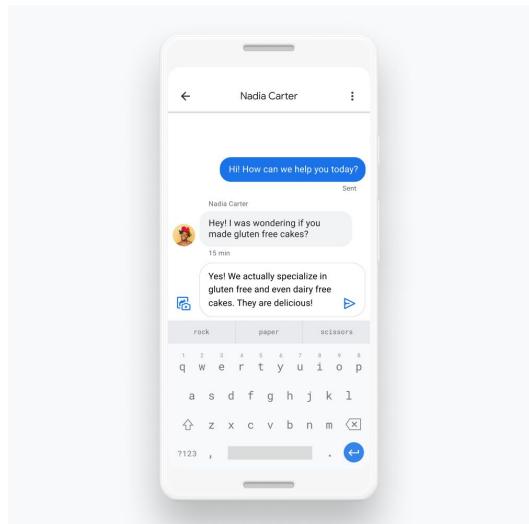
Utiliser la messagerie intégrée

Vous pouvez proposer la messagerie de GMB à 2 conditions :

- 1/ Avoir vérifié votre entreprise
- 2/ Avoir l'application Google My Business installée sur le téléphone.

Ensuite, allez dans **Paramètres > Messages**. Vous devez activer l'option Messages et modifier votre message de bienvenue. Les messages seront dès lors activés et configurés dans votre compte Google My Business.

→ Lorsqu'une personne écrit à votre compte Google My Business, elle reçoit la réponse automatique que vous avez configurée. Ensuite, vous pouvez interagir avec la personne.



Étapes pour développer l'activité et la visibilité de mon business

Comment faire pour être trouvé sur internet par ma cible client ?

GMB est une excellente occasion de faire pour votre entreprise ce qu'il n'était pas possible de réaliser il y a encore quelques années.

Vous pouvez donner à vos clients un aperçu immédiat et significatif de votre entreprise, sans qu'ils aient à se rendre sur votre site web en premier lieu ni à jeter un œil à votre page de contact ni même encore à appeler quelqu'un de votre bureau.



Misez sur les avis

La plupart des gens ne veulent pas être les premiers à essayer quelque chose de nouveau. Ils préfèrent de loin être aiguillés par quelqu'un qui a "essayé" les services de votre entreprise avant lui. S'ils ne connaissent personne personnellement, ils se fieront aux commentaires figurant sur votre page.

Pensez-y : à quand remonte la dernière fois que vous avez utilisé un nouveau produit, que vous êtes allé au restaurant ou même que vous avez regardé un film sans avoir lu les critiques au préalable ?

Les avis sont une des bases fondamentales de Google My Business. Ils aident à déterminer votre valeur pour toutes les personnes effectuant des recherches.

Plus vous obtenez de critiques, plus vous pouvez afficher des résultats élevés lors des recherches.

Augmenter sa visibilité grâce aux avis clients

Avis des internautes (i)

Les avis Google fournissent des informations utiles pour vous aider à gagner en visibilité. Ils s'affichent à côté de votre fiche d'établissement dans Maps et dans la recherche.

Facebook

4,7/5

15 votes

Coworker.com

5/5

4 votes

Avis

[18 avis Google](#)

[Donner un avis](#)

[Ajouter une photo](#)

Vous pouvez demander aux clients de rédiger des avis en partageant une URL spécifique à votre établissement.

Vous pouvez encourager vos clients à s'exprimer sur votre établissement à l'aide d'avis Google en suivant ces bonnes pratiques :

- Rappelez aux clients de **laisser des avis** : dites-leur qu'il est facile et rapide de laisser des avis. Les propriétaires d'établissement ne doivent pas proposer de mesures incitatives aux clients pour qu'ils laissent des avis. Vous pouvez également encourager les clients à laisser des avis en créant et partageant un lien.
- Répondez aux avis pour renforcer la confiance des clients : vos clients remarqueront votre établissement si vous lisez leurs avis et y répondez.
- Prenez en compte tous les avis : ils sont utiles pour les clients potentiels lorsqu'ils sont honnêtes et objectifs. Un établissement ayant des avis positifs et négatifs est plus fiable aux yeux des clients. Vous pouvez toujours répondre à un avis pour montrer aux clients que leurs commentaires comptent pour vous et leur fournir davantage de contexte. Si un avis ne respecte pas nos consignes de publication, vous pouvez demander sa suppression.

Partagez un lien pour laisser un avis

Vous pouvez créer et partager un lien pour permettre aux clients de laisser des avis.

Pour que les clients utilisent le lien :

- Incluez-le dans les e-mails de remerciements.
- Ajoutez-le à la fin d'une discussion.
- Indiquez-le sur vos reçus.

[← Recevoir d'autres avis](#)

⋮ X

Donnez à vos clients un lien pour évaluer votre établissement sur Google

Les avis permettent de gagner la confiance des clients, et aident la fiche de votre établissement à se démarquer dans la recherche et sur Maps

[E-mail](#) [WhatsApp](#) [Facebook](#)

Lien de l'avis
<https://g.page/r/CSdw6CoM96VzEAI/review>

Développez une stratégie de contenus géolocalisés

La création de votre page pourra également améliorer la visibilité de votre magasin dans les résultats de recherche. En particulier sur mobile. En effet, **Google priviliege les résultats locaux lorsqu'un internaute fait une recherche** depuis son smartphone. Vous avez donc tout intérêt à signaler à Google que vous avez un établissement physique à proximité pour générer plus de trafic dans votre magasin. D'ailleurs, les pages Google My Business apparaissent également dans Google Maps. Vous pouvez ainsi guider les internautes vers votre boutique.



Google Local Services

Vous êtes un professionnel et souhaitez offrir vos services à de nouveaux clients à proximité ? Les annonces Local Services vous permettent d'interagir avec les utilisateurs qui recherchent les services que vous proposez sur Google. Vos annonces sont diffusées auprès des clients dans votre zone géographique, et vous ne payez que si l'un d'eux vous contacte directement à partir de celles-ci.

→<https://ads.google.com/local-services-ads/>

Dites-nous le nombre de prospects que vous souhaitez obtenir par mois, et nous vous recommanderons un budget.

Belgique

5

Petits Travaux

Estimer le budget

Budget mensuel

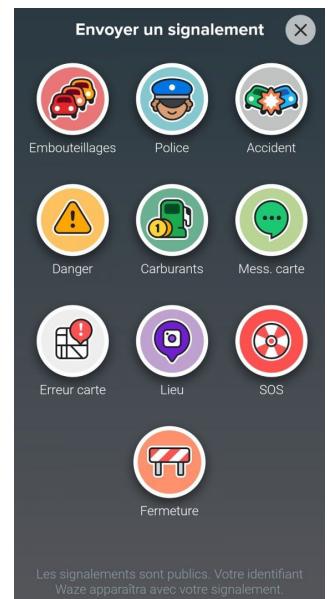
€60 - €90

Commencez à développer votre établissement ☺

Tips du jour : Intégrer votre business à Waze

Ajouter un lieu dans l'application Waze

1. Ouvrez Waze sur votre appareil.
2. Appuyez sur **Signalements** 📡, puis sur **Lieux** 🌐.
3. Utilisez l'appareil photo intégré à l'application 📸 pour prendre une photo, puis appuyez sur **Transférer** ➔.
Conseil : Avant d'envoyer la photo d'un lieu, consultez nos [bonnes pratiques concernant les photos](#).
4. Indiquez s'il s'agit d'une habitation privée ou d'une entreprise, et fournissez les informations manquantes.
5. Appuyez sur **Terminé**.



Allez plus loin avec les statistiques & performances

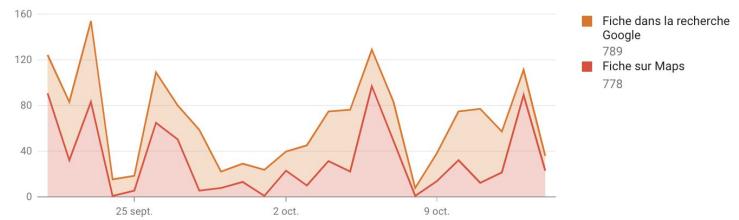
Les propriétaires et responsables peuvent accéder à la fiche de leur établissement sur Google Maps pour savoir combien de fois elle a été consultée. Les statistiques sur les consultations de la fiche vous permettent d'évaluer la popularité de votre établissement auprès des clients actuels et potentiels. Seuls les propriétaires et les responsables de la fiche d'établissement peuvent en consulter les statistiques.

Où les clients voient-ils votre établissement ?
Services Google utilisés par les internautes pour trouver votre établissement

?

1 mois

Nombre total de vues : 1,57 k



Créez votre campagne marketing avec Google



Lancez votre
campagne
marketing avec une
affiche imprimable

Téléchargez votre kit personnalisé et
obtenez des affiches, pancartes,
autocollants et cavaliers de table à
imprimer.

[Télécharger le kit marketing](#)

