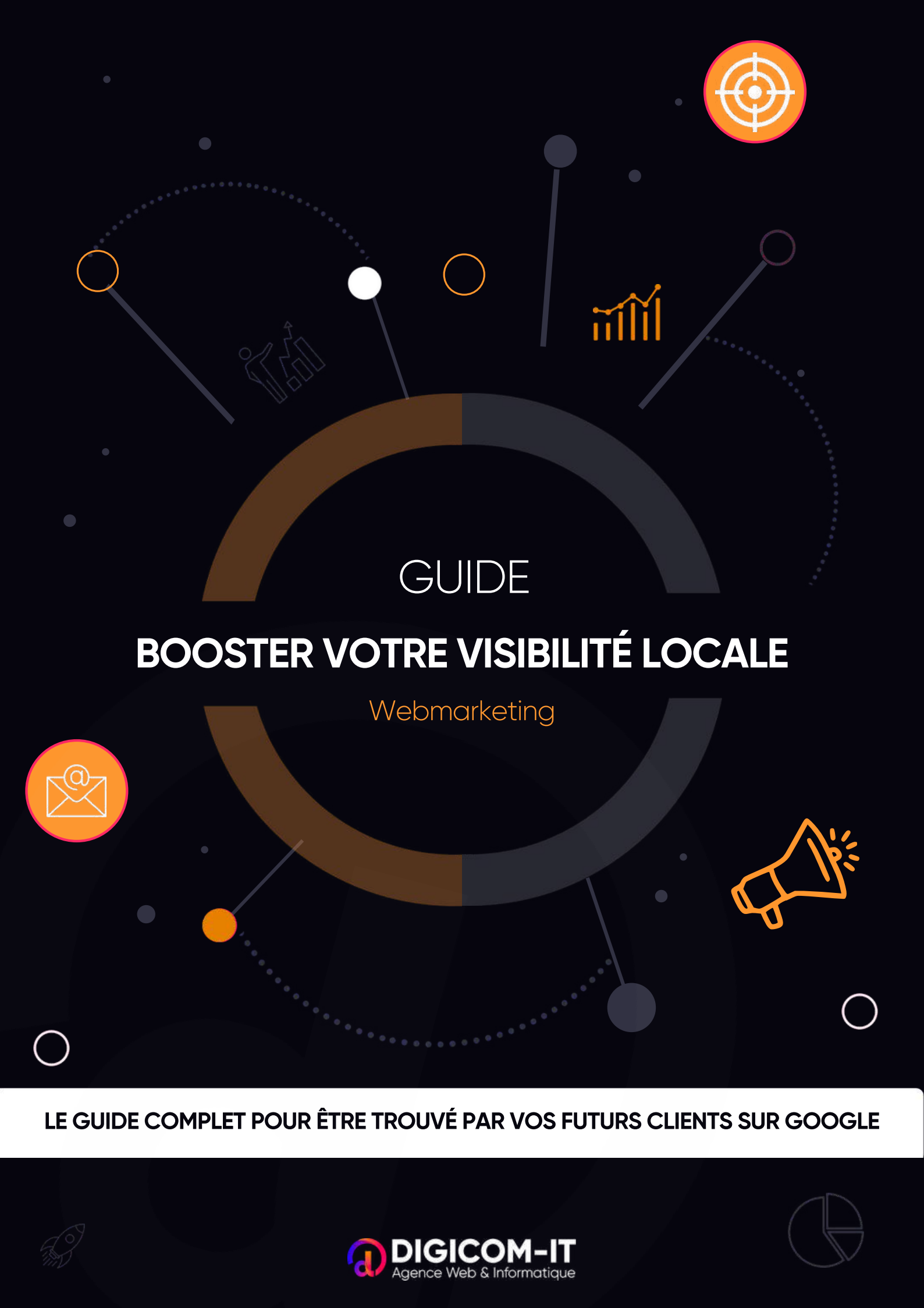


The background is a dark navy blue. It features a large, stylized semi-circle in the center, composed of two concentric arcs in shades of brown and dark grey. Various icons are scattered around: a target icon in the top right, a bar chart with an upward arrow in the upper right, a person icon with a bar chart in the upper left, an envelope with an '@' symbol in a circle on the left, and a megaphone on the right. Dotted lines and small circles connect some of these elements, creating a network-like feel.

GUIDE

BOOSTER VOTRE VISIBILITÉ LOCALE

Webmarketing

LE GUIDE COMPLET POUR ÊTRE TROUVÉ PAR VOS FUTURS CLIENTS SUR GOOGLE

SOMMAIRE

INTRODUCTION

Pourquoi et comment booster votre visibilité locale sur Google 3

Chapitre 1

Créer ou revendiquer votre fiche Google Business 4

Chapitre 2

Compléter 100 % des informations 7

Chapitre 3

Ajouter des photos et vidéos de qualité 9

Chapitre 4

Collecter et gérer les avis clients 12

Chapitre 5

Ajouter vos services et produits 14

Chapitre 6

Publier des actualités régulièrement 16

Chapitre 7

Créer des citations locales 18

Chapitre 8

Définir vos zones d'intervention 21

Chapitre 9

Rédiger une description optimisée 23

Chapitre 10

Connecter votre fiche à votre site internet 25

Chapitre 11

Suivre vos performances 29

Chapitre 12

Les optimisations techniques (pour aller plus loin) 31

Conclusion

33

INTRODUCTION

Pourquoi et comment booster votre visibilité locale sur Google

Aujourd'hui, plus de 85 % des consommateurs recherchent une entreprise locale sur Google avant de prendre contact. Que vous soyez artisan, commerçant, restaurateur ou prestataire de service, votre **présence en ligne** est devenue votre **vitrine principale**.

Une fiche Google bien optimisée et un site internet performant peuvent :

- Augmenter le nombre de demandes de contact,
- Renforcer la confiance des clients,
- Et vous placer devant vos concurrents dans les résultats Google.

Chez **DIGICOM-IT**, nous accompagnons depuis plus de 8 ans les entreprises dans leur développement digital à travers la **création de sites web**, le **référencement naturel et publicitaire**, les **réseaux sociaux**, et la **gestion de leur visibilité locale**.

Ce guide vous partage les actions concrètes à mettre en place pour améliorer votre visibilité, même si vous n'êtes pas un expert du web



Si à la fin de votre lecture vous souhaitez être accompagné, vous aurez la possibilité de demander un audit gratuit ou de réserver un **rendez-vous téléphonique avec l'équipe DIGICOM-IT**.

CHAPITRE 1

Créer ou revendiquer votre fiche
Google Business



Pourquoi créer ou revendiquer votre fiche Google Business ?



Sans fiche Google Business Profile, votre entreprise est invisible sur Google Maps et dans les résultats de recherche locale. C'est comme avoir une boutique sans enseigne : même si vos produits ou services sont excellents, personne ne saura que vous êtes là.

Aujourd'hui, la majorité des clients potentiels utilisent Google pour trouver un professionnel proche d'eux. Sans présence claire, vous passez à côté de nombreuses opportunités locales. Une fiche Google bien optimisée permet de vous rendre visible, crédible et accessible en quelques clics.

Voici ce qu'une fiche Google bien gérée vous apporte :

- ✓ **Visibilité immédiate** : votre entreprise apparaît dans les recherches locales et sur Google Maps, devant vos concurrents.
- ✓ **Crédibilité renforcée** : les avis clients, les photos et les informations à jour inspirent confiance.
- ✓ **Accès facilité** : vos coordonnées, horaires et services sont disponibles instantanément pour vos futurs clients.

Une fiche Google optimisée, c'est la base de toute stratégie de visibilité locale. Sans elle, vous restez dans l'ombre.

Comment faire :

Mettre en place votre fiche Google est une étape simple mais essentielle pour exister en ligne. En quelques minutes, vous pouvez rendre votre entreprise visible sur Google et Google Maps.

Voici les 4 étapes simples pour créer et activer votre fiche Google Business Profile :

✓ **Accéder** : Rendez-vous sur <https://www.google.com/business/>.

✓ **Créer** : Cliquez sur "Gérer mon profil".

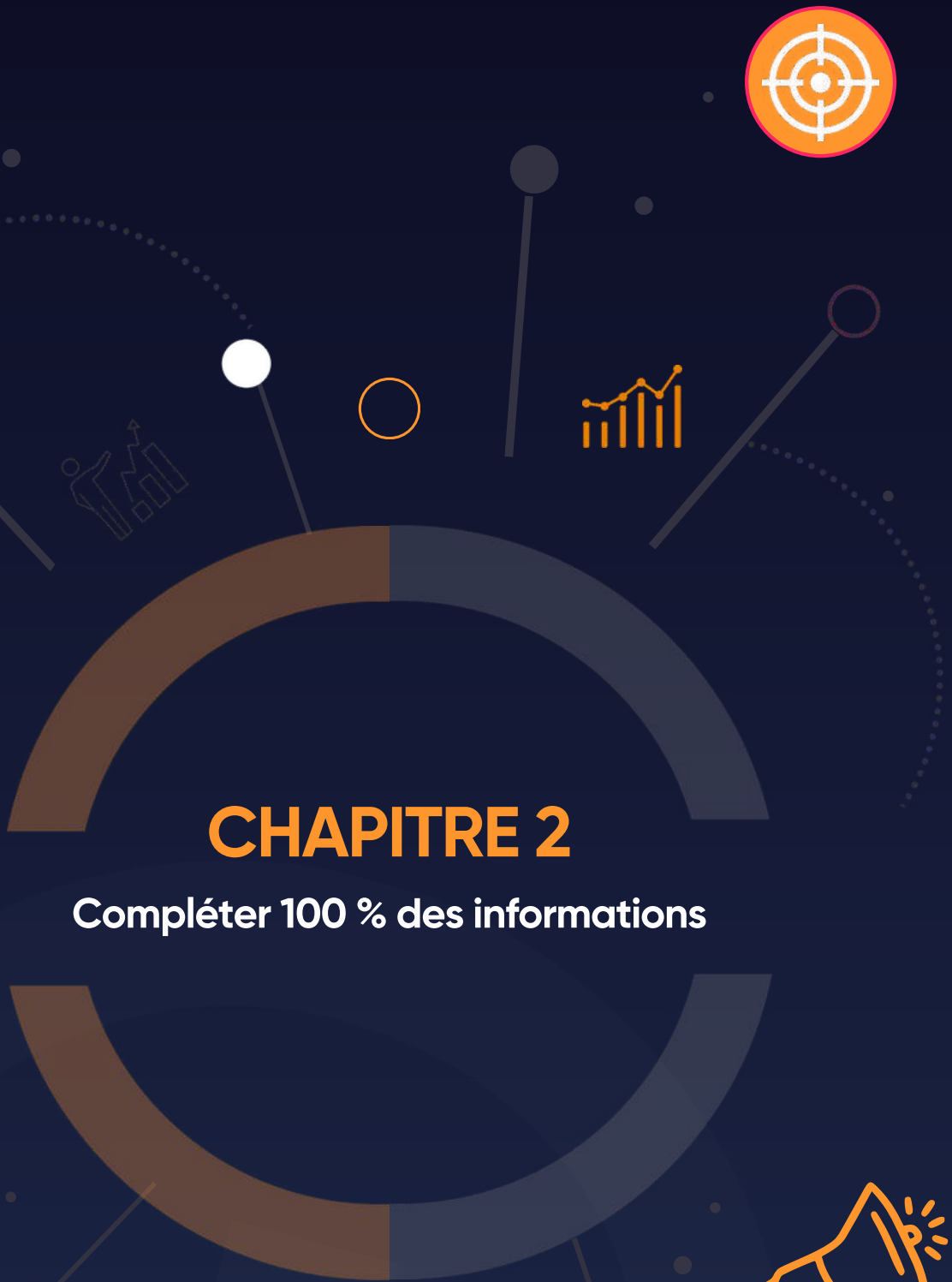
✓ **Vérifier** : Suivez les étapes pour créer ou revendiquer votre fiche (Google enverra un code de validation).

✓ **Compléter** : Renseignez vos informations : nom exact, adresse, téléphone, horaires, catégorie principale

Une fois votre fiche validée, prenez le temps de la personnaliser avec des photos, une description claire et des horaires à jour c'est ce qui fera toute la différence auprès de vos futurs clients.

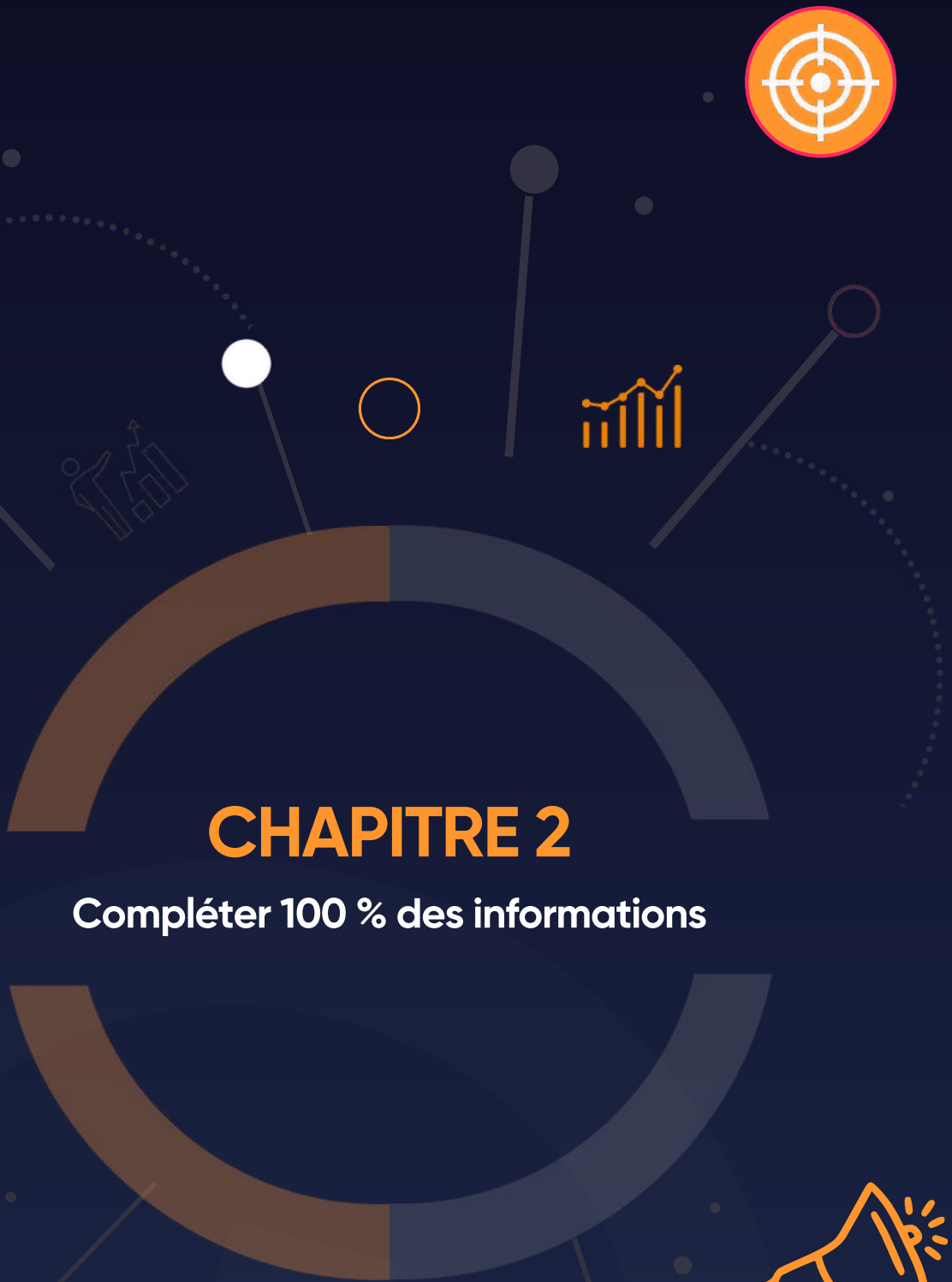


Conseil : Même si vous travaillez à domicile, vous pouvez masquer votre adresse et indiquer uniquement vos zones desservies. Cela permet d'apparaître sur Google Maps sans exposer votre adresse privée.



CHAPITRE 2

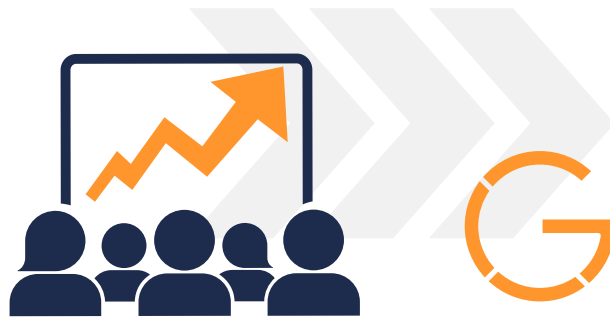
Compléter 100 % des informations



CHAPITRE 2

Compléter 100 % des informations





Google privilégie les fiches complètes et à jour. Une fiche remplie à 100 % est jugée plus fiable et remonte plus facilement dans les résultats.

Une fiche Google complète inspire confiance et améliore votre positionnement dans les recherches locales. Ne vous contentez pas du minimum : plus votre profil est précis, plus il attire de clients.

À remplir absolument :

- ✓ **Catégories secondaires** : précisez vos spécialités (ex. Dépannage électrique, Installation de climatisation).
- ✓ **Description de l'entreprise** : présentez en quelques lignes votre activité, vos valeurs et votre zone d'intervention.
- ✓ **Liste de services** : détaillez ce que vous proposez pour que vos clients comprennent rapidement votre offre.
- ✓ **Horaires exceptionnels et périodes de congés** : mettez-les à jour pour éviter toute confusion auprès des visiteurs.

Une fiche bien renseignée, c'est une entreprise qui paraît sérieuse, disponible et proche de ses clients un vrai plus pour votre visibilité locale.



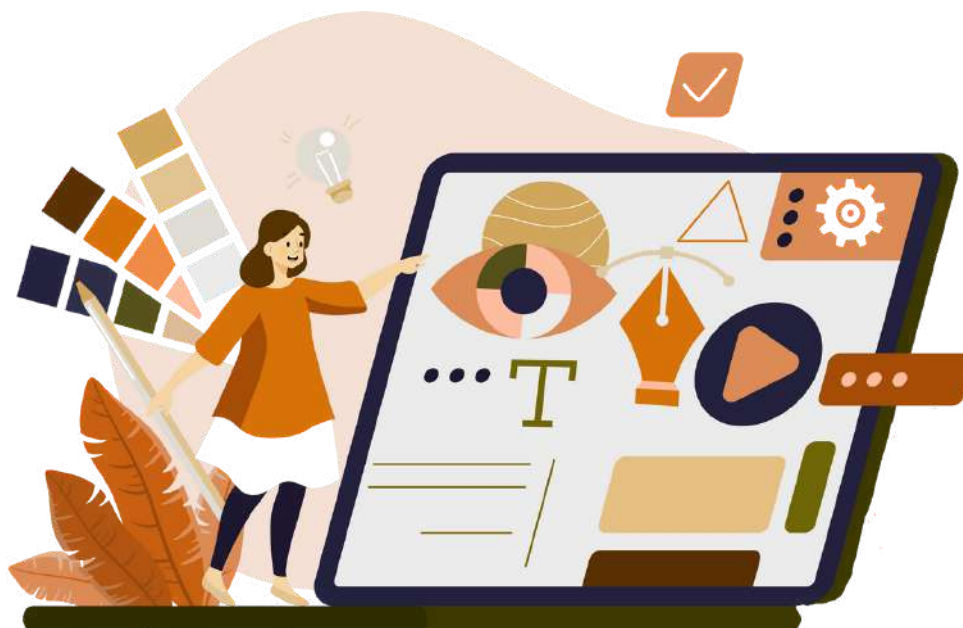
Conseil : Utilisez les mots que vos clients tapent sur Google. Par exemple : "menuisier à Bourg-en-Bresse", "coiffeur à domicile à Lyon", "installateur de borne électrique à Villefranche". Ces termes aident votre fiche à mieux ressortir dans les recherches locales.

CHAPITRE 3

Ajouter des photos et vidéos de
qualité



Aujourd'hui, être présent sur Google n'est plus une option, c'est une nécessité pour exister aux yeux de vos clients locaux.



Les visuels jouent un rôle essentiel dans la confiance que les internautes accordent à une entreprise.

Une fiche Google avec des photos attire jusqu'à 40 % de clics et d'appels en plus.

Les images permettent de donner un visage humain à votre activité, de valoriser votre savoir-faire et de rassurer vos futurs clients.

En montrant votre environnement, vos équipes et vos réalisations, vous prouvez que votre entreprise est réelle, professionnelle et active.

Une fiche Google bien configurée, c'est la première étape pour faire découvrir votre entreprise, inspirer confiance et attirer de nouveaux clients dès la première recherche.

Les photos et vidéos sont bien plus qu'un simple complément : elles racontent votre histoire et donnent vie à votre entreprise. Elles permettent à vos clients de se projeter, de comprendre votre univers et de ressentir la qualité de votre travail. Pour que votre fiche Google inspire confiance et attire l'œil, prenez le temps de publier des visuels authentiques et soignés.



Logo : Ajoutez votre logo pour renforcer votre identité visuelle et permettre à vos clients de vous reconnaître facilement sur Google.



Façade : Montrez la façade de votre entreprise afin que vos clients puissent vous repérer rapidement s'ils se déplacent.



Atelier : Publiez des photos de l'intérieur de votre local pour donner un aperçu concret de votre environnement de travail et de votre sérieux.



Équipe : Partagez des images de votre équipe en action : cela humanise votre activité et crée un lien de proximité avec vos clients.



Réalisations : Montrez des avant/après de vos prestations pour illustrer votre expertise et la qualité de vos services.



Vidéo : Ajoutez une courte vidéo de présentation pour présenter votre activité, vos locaux ou votre équipe de façon authentique et vivante.



Conseil : Ajoutez régulièrement de nouvelles photos pour montrer que votre entreprise est active.

Une mise à jour tous les mois suffit pour améliorer votre classement.

CHAPITRE 4

Collecter et gérer les avis clients





Pourquoi collecter et gérer les avis clients ?

Les avis clients sont devenus un critère déterminant dans le choix d'un professionnel.

Ils représentent une preuve sociale forte : avant de contacter une entreprise, la plupart des consommateurs consultent les expériences partagées par d'autres.

Sur Google, les avis influencent non seulement la confiance des internautes, mais aussi la position de votre fiche dans les résultats de recherche. Plus vous obtenez d'avis positifs et interagissez avec eux, plus votre profil gagne en crédibilité et en visibilité.

En d'autres termes, des avis réguliers et bien gérés sont un véritable levier de croissance locale.

Comment faire :



Inviter : Après chaque prestation, envoyez un lien direct vers votre fiche Google pour encourager vos clients satisfaits à laisser un avis.



Faciliter : Créez un QR code redirigeant vers votre fiche et affichez-le sur vos cartes de visite, devis, factures ou comptoir.



Répondre : Prenez le temps de répondre à chaque avis, qu'il soit positif ou négatif, avec professionnalisme.



Conseil : Formulez vos réponses avec des mots-clés locaux ("Merci pour votre retour sur notre prestation à Lyon !"). Cela contribue aussi à votre référencement.

The background is a dark blue gradient with various abstract elements. At the top right is a target icon. Below it is a bar chart with an upward-trending line. To the left of the center is a person icon next to a bar chart. At the bottom left is an envelope icon with an '@' symbol. At the bottom right is a megaphone icon. In the bottom right corner, there is a pie chart and a rocket icon. The central text is framed by two large, overlapping semi-circular arcs in shades of brown and grey. The title 'CHAPITRE 5' is in a large, bold, orange font, and the subtitle 'Ajouter vos services et produits' is in a smaller, white font below it.

CHAPITRE 5

Ajouter vos services et produits



Pourquoi le faire ?

Renseigner les services dans votre fiche Google Business Profile ne sert pas seulement à informer vos clients : c'est aussi un atout majeur pour votre référencement local.

Chaque service ajouté est considéré par Google comme une page interne de votre profil, capable d'apparaître dans les résultats de recherche. Plus vos services sont détaillés et bien rédigés, plus vous multipliez les chances d'être trouvé sur des requêtes précises.

C'est une manière simple et efficace d'élargir votre visibilité sans avoir besoin d'un site complexe. Pour un artisan, un commerçant ou un prestataire local, c'est un levier SEO souvent sous-estimé mais redoutablement efficace.

Exemple pour un électricien :

SERVICE

- Installation de borne de recharge
- Dépannage électrique



DESCRIPTION

- Pose et mise en service à domicile
- Intervention rapide à Lyon et alentours



PHOTO

- borne.jpg
- tableau.jpg



Conseil : Rédigez vos descriptions pour vos clients, pas pour Google.
Une phrase claire et naturelle aura toujours plus d'impact.

The background is a dark blue gradient with various abstract elements. At the top right is a target icon. Below it is a bar chart with an upward-trending line. To the left of the bar chart is a person icon next to a bar chart. In the center, there are two large, overlapping semi-circular arcs, one brown and one dark blue. Below these arcs is the chapter title. At the bottom left is an envelope icon with an '@' symbol. At the bottom right is a megaphone icon. In the bottom right corner, there is a pie chart and a rocket icon. Various dots and lines of different colors (orange, white, grey) are scattered throughout the background.

CHAPITRE 6

Publier des actualités régulièrement

Pourquoi publier des actualités régulièrement ?

Les publications régulières sur votre fiche Google (appelées posts Google) permettent de maintenir votre visibilité et d'afficher une image dynamique de votre entreprise.

Elles montrent à Google et à vos clients que votre activité est vivante, réactive et engagée.

Chaque nouvelle publication agit comme un signal positif pour le référencement local, tout en offrant un contenu frais et pertinent. C'est aussi un excellent moyen de rester présent dans l'esprit de vos clients sans effort publicitaire.



Que publier :

Les posts Google ne sont pas réservés aux grandes marques : ils permettent à toutes les entreprises locales de communiquer simplement et efficacement.

Vous pouvez y partager vos **nouveautés**, vos offres spéciales, une **réalisation récente**, ou encore une **astuce professionnelle**.

Ces contenus créent un lien direct avec vos clients, renforcent votre expertise et incitent à l'action (visite du site, appel, prise de rendez-vous).



Conseil : Une publication par mois suffit à maintenir votre fiche visible.

Nous proposons des services de rédaction et planification de publications si vous souhaitez automatiser cette partie.

CHAPITRE 7

Créer des citations locales



Pourquoi le faire ?



Citations Locales

Les citations locales c'est-à-dire les mentions de votre entreprise sur d'autres sites internet comme les Pages Jaunes, les annuaires professionnels, les sites de la CCI, ou encore Facebook jouent un rôle essentiel dans le référencement local.

Elles permettent à Google de recouper vos informations (nom, adresse, téléphone, site web) et de confirmer que votre entreprise existe réellement, avec des données fiables et uniformes sur le web.

Plus ces informations sont présentes et cohérentes d'un site à l'autre, plus Google accorde de crédibilité à votre profil, ce qui améliore naturellement votre positionnement dans les résultats de recherche locale.

C'est un travail souvent discret mais très efficace : chaque citation agit comme un vote de confiance en faveur de votre entreprise.

Où apparaître ?

Votre visibilité ne s'arrête pas à votre fiche Google. Être présent sur plusieurs plateformes fiables, locales ou sociales, renforce la crédibilité de votre entreprise et envoie à Google un message clair : vous êtes une référence légitime et active dans votre domaine.

Pour renforcer votre présence locale, il est essentiel d'être cité sur plusieurs plateformes en ligne. Voici trois types de sites incontournables où votre entreprise doit absolument apparaître pour gagner en visibilité et en crédibilité.



Annuaire professionnels : Pages Jaunes, 118000, Hotfrog



Sites institutionnels et portails locaux : Portails d'artisans ou sites de mairie



Réseaux sociaux : Facebook, LinkedIn, Instagram

En multipliant les présences cohérentes sur le web, vous tissez un véritable réseau de confiance autour de votre entreprise un atout puissant pour votre référencement local et votre image professionnelle.



Conseil : Vos coordonnées doivent être identiques partout.

Nous pouvons auditer vos citations et corriger les incohérences pour renforcer votre crédibilité.

The background is a dark blue gradient with various geometric elements. At the top right is a target icon. Below it is a bar chart with an upward-trending line. To the left of the bar chart is a person icon next to a bar chart. In the center, there are two large, overlapping semi-circular arcs, one brown and one dark blue. Below these arcs is the chapter title. To the left of the title is an envelope icon with an '@' symbol. To the right is a megaphone icon. At the bottom left is a rocket icon, and at the bottom right is a pie chart. Various dots and lines of different colors (orange, white, grey) are scattered throughout the background.

CHAPITRE 8

Définir vos zones d'intervention

Pourquoi définir vos zones d'interventions ?

Définir clairement vos zones d'intervention permet à Google de mieux comprendre où vous proposez vos services. Cela élargit votre visibilité au-delà de votre ville principale et vous aide à apparaître dans les résultats de recherche des communes voisines.

C'est une stratégie essentielle pour les entreprises locales qui se déplacent chez leurs clients artisans, prestataires, services à domicile, etc. En indiquant précisément vos zones, vous augmentez vos chances d'être trouvé par un client potentiel situé à quelques kilomètres seulement.



Comment le faire ?

En multipliant les présences cohérentes sur le web, vous tissez un véritable réseau de confiance autour de votre entreprise un atout puissant pour votre référencement local et votre image professionnelle.



Conseil : Restez cohérent : inutile d'ajouter des villes trop éloignées, cela peut diluer votre référencement.

CHAPITRE 9

Rédiger une description optimisée



Pourquoi rédiger une description optimisée ?

La description de votre entreprise est bien plus qu'un simple texte : c'est une vitrine qui parle à la fois à Google et à vos futurs clients. C'est souvent la première impression qu'un internaute aura de vous.

Rédigée avec soin, elle permet de valoriser votre activité, de rassurer le visiteur et d'améliorer votre référencement local.

En y intégrant naturellement vos mots-clés principaux (vos services, votre zone géographique, votre spécialité), vous facilitez la compréhension de votre offre par Google, qui saura mieux positionner votre fiche dans les recherches pertinentes.

Une description bien pensée, claire et engageante, donne envie de cliquer, d'appeler ou de visiter votre site c'est le premier pas vers un contact client réussi.

Exemple pour un électricien :

"Depuis plus de 8 ans, DIGICOM-IT accompagne les entreprises dans leur visibilité digitale grâce à la création de sites internet, le référencement naturel et la gestion de leurs réseaux sociaux."



Conseil : Une bonne description doit être fluide, naturelle et centrée sur vos valeurs. Nous pouvons vous aider à la rédiger pour maximiser son impact SEO.

The background is a dark blue gradient with various geometric shapes and icons. At the top right is a target icon. Below it is a bar chart with an upward-trending line. To the left of the bar chart is a person icon next to a bar chart. In the center, there are two large, overlapping semi-circular arcs, one brown and one dark blue. Below these arcs is the chapter title. At the bottom left is an envelope icon with an '@' symbol. At the bottom right is a megaphone icon. In the bottom right corner, there is a pie chart and a rocket icon. The overall design is modern and tech-oriented.

CHAPITRE 10

Connecter votre fiche à votre site internet

Pourquoi connecter votre fiche à votre site internet ?

Connecter votre fiche Google à votre site internet, c'est créer un lien direct entre deux piliers de votre visibilité en ligne. Cette connexion renforce à la fois votre crédibilité et votre référencement local.

Google analyse en permanence la cohérence des informations présentes sur le web. Si les données de votre site (nom, adresse, téléphone) correspondent exactement à celles de votre fiche, cela envoie un signal fort de fiabilité.

En retour, Google valorise votre profil dans les résultats de recherche, car il considère votre entreprise comme plus sérieuse, structurée et digne de confiance.

De plus, cette liaison favorise le trafic qualifié : les internautes qui vous trouvent sur Google Maps peuvent facilement visiter votre site pour en savoir plus sur vos services, vos tarifs ou vos réalisations.



Conseil : Lors de la création ou la refonte d'un site web, nous veillons toujours à ce que les **informations locales soient alignées** avec la fiche Google Business afin d'améliorer la visibilité de l'entreprise dans sa zone géographique.

LES BÉNÉFICES CONCRETS :

Plus de trafic qualifié sur votre site depuis Google Maps

En optimisant votre fiche Google, vous attirez des internautes réellement intéressés par vos services dans votre zone géographique. Ces visiteurs, déjà en phase de recherche active, sont plus susceptibles de devenir des clients, ce qui augmente la qualité du trafic vers votre site.

Une meilleure position dans les recherches locales



En optimisant votre présence en ligne, notamment sur Google Maps et les annuaires locaux, votre entreprise apparaît plus facilement lorsque les internautes recherchent des services dans votre zone géographique. Cela augmente votre visibilité et attire davantage de clients potentiels à proximité.

Une confiance accrue de la part des internautes qui peuvent se renseigner davantage sur vos services :



Les utilisateurs peuvent consulter des informations précises sur vos services, vos horaires et les avis clients, ce qui renforce la crédibilité de votre entreprise. Cette transparence inspire confiance et encourage les prospects à vous contacter plutôt qu'un concurrent.

COMMENT FAIRE :

Ajoutez le lien de votre site dans le champ prévu sur votre fiche Google

En insérant l'adresse de votre site web sur votre fiche Google, vous facilitez l'accès direct à vos services et améliorez votre référencement naturel. Cela permet également aux internautes d'obtenir plus d'informations sans effort, renforçant ainsi votre visibilité et votre crédibilité.

Vérifiez que votre site contient les mêmes coordonnées que votre fichier



Il est essentiel que vos informations soient cohérentes entre votre site et votre fiche Google. Cette uniformité renforce la confiance des moteurs de recherche et améliore votre positionnement local, tout en évitant toute confusion pour vos clients.

Si possible, créez une page "Contact" claire, avec un plan Google Maps intégré



Une page de contact bien structurée aide vos visiteurs à vous joindre facilement. En y intégrant un plan Google Maps, vous facilitez la localisation de votre entreprise et montrez votre professionnalisme, ce qui incite davantage les clients à vous rendre visite.

CHAPITRE 11

Suivre vos performances



Pourquoi le faire ?

Analyser vos statistiques, c'est bien plus qu'un simple suivi de chiffres : c'est une démarche essentielle pour comprendre l'efficacité de vos actions en ligne.

En observant comment les internautes interagissent avec votre fiche Google et votre site web, vous pouvez identifier ce qui fonctionne, détecter les points à améliorer et adapter votre stratégie pour obtenir de meilleurs résultats.

Cela vous permet de concentrer vos efforts sur les leviers qui génèrent réellement de la visibilité, des contacts et des conversions.

Voici les principaux éléments à suivre pour évaluer la performance de votre présence locale :



Nombre d'appels : mesure l'intérêt direct des internautes pour vos services et leur intention de vous contacter.



Demandes d'itinéraire : combien de personnes souhaitent se rendre physiquement dans votre établissement, un signe fort d'engagement.



Clics sur le site web : révèle le nombre d'utilisateurs qui veulent en savoir plus sur votre offre, vos tarifs ou vos réalisations.



Nombre d'affichages mensuels : permet d'évaluer votre visibilité globale sur Google et l'évolution de votre notoriété locale au fil du temps.



Conseil : Notez vos résultats chaque mois. Une évolution positive prouve à Google que votre fiche gagne en autorité.

CHAPITRE 12

Les optimisations techniques (pour aller plus loin)



Pourquoi connecter votre fiche à votre site internet ?

Certaines actions simples, souvent oubliées, permettent d'améliorer encore la visibilité locale de votre entreprise.

Elles aident Google à mieux comprendre votre activité et à renforcer la qualité perçue de votre fiche.

Ce que vous pouvez faire :

Renommer vos images avant de les publier : utilisez des noms clairs et liés à votre activité.



Exemple : electricien-lyon-installation-tableau.jpg

Cela aide Google à relier vos photos à votre métier et à votre localisation.

Compléter la section "Questions / Réponses" : ajoutez vous-même les questions que vos clients posent souvent et rédigez des réponses claires. **Exemple :** "Faites-vous des devis gratuits ?" / "Oui, les devis sont gratuits et sans engagement." Ces échanges renforcent la pertinence de votre fiche.



Soigner la cohérence entre vos informations en ligne : vérifiez que votre nom, adresse et numéro de téléphone sont identiques sur tous vos supports (site, réseaux, annuaires...).



Conseil : Lors de nos accompagnements en référencement local, nous vous aidons à vérifier la cohérence et la qualité de vos contenus visuels et textuels, afin de renforcer la confiance de Google et améliorer vos performances locales.

CONCLUSION



Une fiche Google bien configurée et un site internet cohérent peuvent véritablement transformer votre visibilité locale.

Ces actions simples et gratuites constituent déjà une base solide pour gagner en notoriété, attirer de nouveaux clients et vous démarquer durablement de la concurrence.

Cependant, pour aller plus loin et maximiser vos résultats, DIGICOM-IT vous accompagne dans chaque étape de votre stratégie digitale.

Nos experts peuvent vous aider à optimiser votre fiche Google, à créer ou refondre votre site internet, à élaborer une stratégie de référencement local performante, à gérer vos réseaux sociaux et à assurer un suivi précis de votre visibilité sur Google.

Grâce à cet accompagnement complet, votre présence en ligne devient plus cohérente, plus visible et surtout plus efficace pour développer votre activité.



Demandez dès aujourd'hui votre audit gratuit ou planifiez un rendez-vous téléphonique avec nous.

Ensemble, nous transformerons vos visiteurs en clients fidèles.



Appelez-nous

04 28 29 27 46



digicom-it.fr



contact@digicom-it.fr