

# 9 étapes pour devenir **plus visible** que vos concurrents quand on **démarre** une activité

Ce guide s'adresse à tous les professionnels ayant une activité dite de proximité (une clientèle locale) artisan, restaurant, magasin, salon...

Il vous permettra d'être plus visibles et d'inspirer une confiance supérieure que vos concurrents.

Probablement moins d'1% des entreprises connaissent ses méthodes et encore moins les appliquent, alors prenez le temps de lire ce qui suit.

Pour me présenter je m'appelle Sylvain je suis situé dans le Gers et je gère la visibilité des Artisans et petites entreprises depuis plus de 16 ans.

Voyez ce guide comme un moyen d'obtenir des cartes en mains pour obtenir et garder une activité pérenne.

Notre façon de sélectionner nos entreprises et commerces de proximité à changer. Dans les années 90, si nous avions un besoin, nous demandions à notre entourage.

Aujourd'hui il nous arrive toujours de demander à notre entourage, mais l'étape recherche sur internet est devenue indissociable.

Soit nous recherchons directement sur google, soit nous demandons à notre entourage et recherchons sur google.

Avant de prendre une décision nous regardons systématiquement sur internet les réalisations, le site, les avis...

Nous voulons de l'information rapidement de plus en plus... Même si aujourd'hui notre activité se porte bien, qu'en sera-t-il demain ?

Si nous ne sommes pas capables d'apparaître en première position d'une recherche locale et d'inspirer confiance que se passera-t-il pour nous ?

Dans ce guide j'ai choisi de vous parler de l'outil principal avec votre site internet pour arriver à cela. Google my business.

45% des recherches sur google son local et 28% des recherches locales aboutissent à un achat dans la semaine (Source : Google).

Connaissez-vous un autre moyen de communication permettant de transformer 30% des visiteurs en client

## 1. Analyser les fiches concurrentes (Rechercher localisation + activité).

Avant de commencer à mettre les mains dans le cambouis il est important d'analyser l'existant.

Comprendre quel est l'état d'avancement de vos concurrents locaux sur leur visibilité Local

Puis s'inspirer de fiche google my business déjà très performantes sur votre secteur d'activité.

S'il n'y a pas de fiches performantes sur votre localisation, je vous conseille de faire des recherches sur d'autres villes.

Par exemple, sur une ville comme Paris vous aurez vite un état des lieux représentatif des meilleures fiches.

### Comment faire ?

**Étape 1 :** Ecrire dans la barre de recherche Google : Votre métier + Localisation et sélectionner sur Google map le premier résultat (Hors annonce) .  
Exemples : Electricien Paris, Coiffeur Auch...

**Étape 2 :** Analyser les fiches.

Analyser les mots-clés utilisés, les services indiqués, les posts, les réponses aux avis...

Même si la page choisie n'est pas parfaite, si elle se positionne en première position d'une ville comme Paris, il y aura forcément de quoi s'inspirer

Pour cela, vous avez 2 solutions. Soit le faire manuellement, soit utiliser un outil.

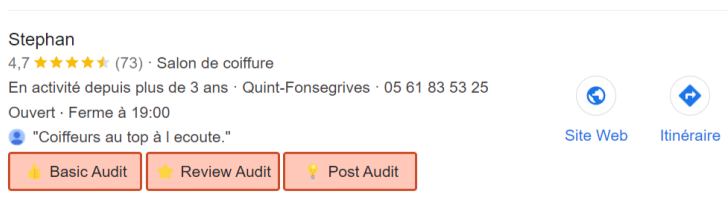
- Manuellement : Regarder toutes les rubriques et listez tous les points que vous pourriez réutiliser dans votre fiche
- Avec un outil : je vous conseille d'utiliser [GMB evriwhere](#)

Il s'agit d'une petite extension qui s'installera automatiquement sur votre navigateur google chrome et vous permettra d'effectuer 3 analyses d'une fiche google my business.

Une analyse de l'ensemble du web relié à la page google my business (Basic audit)

Une analyse des avis (Review audit)

Une analyse des posts de la page (post audit)



Stephan  
4,7 ★★★★★ (73) · Salon de coiffure  
En activité depuis plus de 3 ans · Quint-Fonsegrives · 05 61 83 53 25  
Ouvert · Ferme à 19:00  
"Coiffeurs au top à l'écoute."

Site Web Itinéraire

Basic Audit Review Audit Post Audit

## 2. Analyser les mots-clés dans votre secteur activité.

Pour être visible localement, il vous faut vous positionner sur les mots-clés utilisés par vos clients.

Sur les recherches avec le plus gros volume d'acheteurs potentiels.

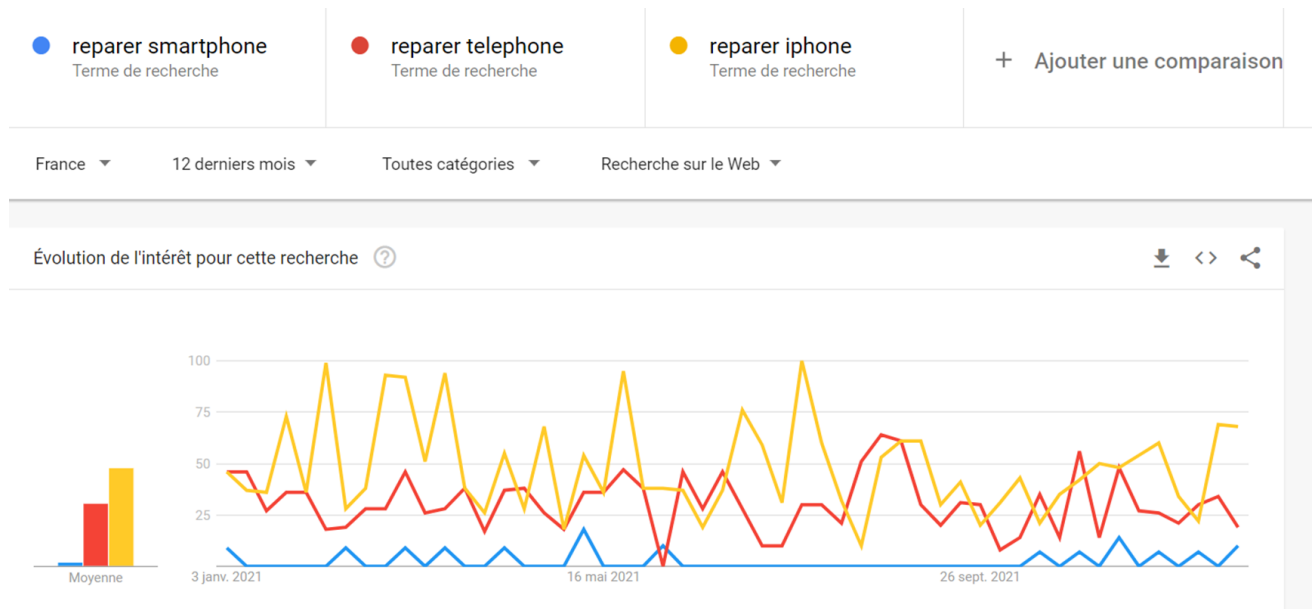
### Comment faire ?

Dans l'analyse précédente vous avez listé un certain nombre de mots-clés utilisés par les meilleures fiches my business.

Combinez cela avec votre propre réflexion. Posez-vous la question ; si j'étais un de mes clients, quelle serait ma recherche sur Google ?

Puis utilisez l'outil [GoogleTrends](#) pour comparer les volumes.

Exemples :



Cet exemple, on comprend qu'un réparateur de téléphone devra travailler à se positionner sur le mot-clé "réparer Iphone" plutôt que "réparer smartphone."

### 3. Rédiger un titre reprenant les mots-clés principaux choisis et la localisation

Google va rechercher les informations d'une recherche client en priorité dans le titre. Donc, indiquez vos mots-clés et votre localisation dans le titre.

Cela peut paraître bête, pourtant 1% des fiches Google my business le font.

Exemple :



C'est un bon exemple, même si rajouter la localisation leur permettrait d'être plus performants.

### 4. Rédiger la description

Sur votre fiche google my business, vous avez une partie que personne ne lit... Et qui est pourtant tellement importante.

Pour vous référencer localement en première position, google observe si votre description est cohérente avec la recherche.

Donc inutile de raconter votre histoire, même si elle est belle.

De toute façon personne ne lit cette description...Sauf le petit robot de google.

Je vous conseille plutôt :

- De répéter les mots-clés choisis
- D'indiquer d'autres mots pouvant être écrit par vos acheteurs dans une recherche.

## 5. Remplir la totalité des informations demandées

En plus de donner un maximum d'informations est de paraître crédible aux yeux des visiteurs, c'est aussi un signal pour montrer à Google votre professionnalisme.

Donc, indiquez si possible :

- Votre adresse
- Numéro de téléphone
- Votre site web (**cela améliore grandement votre visibilité et votre réputation**)
- Les zones desservies
- Les horaires
- Vos produits et services
- Les attributs
- Le lien de prises de rendez-vous

## 6. Ajouter des photos optimisées

Notre ami Google (encore lui) adore vous voir ajouter du contenu régulièrement.

De plus, on observe un boom de la visibilité d'une page à partir de 100 photos.

Commencez par ajouter une dizaine de photos, puis ajoutez une photo au moins toutes les semaines. Soyez réguliers !!

Il existe également une astuce incroyable que moins de 0,0001% (beaucoup moins) des propriétaires de fiches Google my business connaissent...

Elle permet de renforcer votre positionnement sur les mots-clés choisis.

Cette astuce, la voici :

Ajouter dans les descriptions, des photos un géotag et des mots-clés.

### **Qu'est-ce que ça veut dire ?**

Vous pouvez taguer dans une photo des coordonnées GPS et des mots-clés.

Donc si vous avez 100 photos... Que vous avez indiqué 100 fois les coordonnées GPS de Toulouse et 100 fois "Plombier" dans ces photos...

Quand un acheteur indiquera "Plombier Toulouse"... Sur qui tombera-t-il d'après vous ?

### **Comment faire ?**

Rendez-vous sur : <https://tool.geoimgr.com/>, importez votre photo, indiquez les coordonnées GPS et les mots-clés choisis, puis télécharger votre image.

Il ne vous reste plus qu'à l'ajouter à votre fiche.

## 7. Obtenir des avis positifs et y répondre avec des réponses optimisées

Je pense ne pas avoir besoin d'argumenter en annonçant que c'est important.

C'est la section que va visionner un visiteur assurément.

Dans l'idéal, il vous faut entre 4,5 et 5 ainsi qu'un nombre d'avis conséquents.

Ils jouent entre 15 et 20% du référencement local, mais le critère le plus important n'est pas la quantité.

Ce qui compte avant tout est la qualité des avis laissés et leurs réponses, hors 70% ne répondent pas, 28% répondent aux avis négatifs et moins de 2 % répondent à tous les avis.

La bonne nouvelle est que vous avez la totale maîtrise de la qualité des réponses et que vous pouvez maîtriser en grande partie les avis laissés.

### Comment faire ?

Comme d'habitude indiquez des mots-clés précis dans vos réponses.

Pour obtenir des avis voici quelques astuces :

- Demandez l'avis au plus proches de la transaction à l'orale ⇒ "Avez-vous aimé ? Oui!, Pouvez-vous laisser un avis".
- On peut avoir la même démarche avec des prospects.
- Organiser un concours. Ex : L'avis le plus original gagne un cadeau.
- Demander à son réseau et à ses amis
- Envoyer des avis prés écrit que vos clients peuvent agrémente et ajouter facilement.

## 8. Ajouter des Questions/ Réponses

Votre fiche contient une section Questions / Réponses et google adore voir cette section active et encore plus si ce sont d'autres personnes que le propriétaire qui répondent aux questions.

### Comment faire ?

Tout le monde peut poser des questions/réponses, même vous, alors posez des questions sur votre propre page. Demandez à des amis d'en poser également et d'y répondre.

Astuce : Vous pouvez vous inspirer de questions posées sur d'autres pages où utiliser le site [AnswerThePublic](http://AnswerThePublic). Il vous permet à partir d'un mot de trouver toutes les questions poser sur internet avec ce mot.

## 9. Poster régulièrement et optimiser vos posts

Je vais me répéter, mais c'est toujours le même principe, Google adore les créateurs de contenus, il les met en avant, alors postez plus que vos concurrents, au minimum 1 fois par semaine et utiliser les mots-clés choisis.

Comme un article de blog, ciblez un mot-clé principal et répétez le plusieurs fois dans le post. Ajoutez des photos géotagués, indiquez une zone desservie, rajoutez des avis clients... Bref vous connaissez la chanson.

### Conclusion

Pour récapituler; analysez la concurrence et les recherches de vos potentiels clients, tirez en des bonnes pratiques et une liste de mots-clés.

Positionnez-vous sur ces mots-clés en les intégrant dans le titre, la description, les avis les questions/réponses, les photos et les posts.

Ajouter du contenu régulièrement, Google adore ça ! Des posts, des avis et des images toutes les semaines.

Inspirez confiance; ajoutez un beau site web, remplissez la totalité de votre fiche et maîtriser la qualité de vos avis.

A vous de jouer !

Maintenant si vous pensez ne pas avoir les compétences, le temps où l'envie de le mettre en place, nous pouvons en discuter.

**Nous pouvons gérer votre visibilité pour vous avec une offre sans engagement.**

De plus en ce moment **nous vous offrons** l'analyse des concurrents et mots-clés ainsi que la création mise à jour de la page en fonction.

Pour en discuter il vous suffit de prendre RENDEZ VOUS sur [contact@free-com.fr](mailto:contact@free-com.fr)