



**GOOGLE MY BUSINESS EST UN  
OUTIL PUISSANT POUR TOUTE  
ENTREPRISE LOCALE ET DE**

# RÉCENTES FONCTIONNALITÉS DEVRAIENT VOUS PERMETTRE D'AMÉLIORER ENCORE PLUS VOTRE VISIBILITÉ.

Google My business est un outil puissant pour toute entreprise locale. Permettant à la fois de fournir des données élémentaires telles que les coordonnées, les horaires d'ouverture ou la gamme de prix par exemple, il est aussi un atout pour le référencement naturel.

En effet, l'alliance des catégories et la puissance des avis clients en fait un véritable adjuvant pour la visibilité de toute entreprise. Et ça n'est pas prêt de s'arrêter.

De récentes fonctionnalités devraient vous permettre d'améliorer encore plus votre visibilité.

## 1. LES GOOGLE POSTS

Le micro blogging à même Google est né. Qu'est-ce que cela signifie concrètement ?

Avec Google Posts vous pouvez désormais créer des articles de blog au sein de Google My Business. Lorsqu'un internaute effectue une recherche et qu'il aboutit sur votre fiche GMB, il peut alors accéder à votre post.

Attention !

Il ne s'agit pas à proprement parler d'articles comme vous en trouverez sur un véritable

blog. Le texte peut aller de 100 à 300 mots et inclure une image.

Comment en faire bon usage ? L'idée est d'insérer un CTA (call to action) à votre article. Les actions proposées par Google sont :

- Réserver
- Inscription
- Acheter
- J'en profite

Vous pouvez également transformer un post en événement, ce qui est particulièrement indiqué si vous proposez une promotion limitée dans le temps ou que vous organisez une manifestation particulière. Vous pourrez ainsi renvoyer les internautes sur votre site web.

Il est important de noter que les Google Post sont éphémères. Ils ne sont visibles que pendant 7 jours après leur création. Après cela ils expirent. L'unique exception à la règle est lorsque vous créez un événement. Le post reste alors disponible jusqu'à la date de l'événement.

## 2. LA PRISE DE RENDEZ-VOUS

Véritable aubaine, il est désormais possible d'ajouter un lien pour renvoyer directement à l'outil de prise de rendez-vous de votre site web. Notons que les restaurants peuvent eux aussi bénéficier de ce service.

Les actions possibles sont :

- Prendre un rendez-vous

- Passer une commande
- Réserver une table
- Rechercher des articles
- Afficher un menu ou une liste de services

Il est également possible de proposer plusieurs URL. Dans le cas d'un commerce de bouche par exemple, qui propose des services à emporter et sur place, il sera possible d'insérer un lien pour passer une commande et un second pour réserver une table.

## 3. LES QUESTIONS RÉPONSES

À l'instar de sites tels que Amazon, TripAdvisor ou Yahoo Answer, Google a lancé à son tour les Questions-Réponses.

Le principe est simple : un internaute a la possibilité de poser une question directement sur la fiche de l'entreprise. Le propriétaire du commerce peut lui répondre ainsi que les autres utilisateurs.

Tout le monde peut voir les échanges et cela revient à construire une FAQ à même votre fiche professionnelle.

Pour votre SEO, cela comporte certains avantages. En effet, la FAQ va référencer les questions les plus fréquentes des internautes et ainsi améliorer le référencement organique de votre profil.

Le saviez-vous ?

Vous pouvez directement ajouter les questions fréquentes et ainsi créer votre FAQ sans attendre que des clients ne se manifestent. Il est aussi possible de supprimer les plaintes et questions inutiles.

# 4. LA DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

Vous disposez d'environ 250 mots pour remplir la description de votre business. Il va de soi que vous ne pouvez pas faire l'impasse sur cet élément. Il va vous offrir à la fois la possibilité de distiller des mots clés bénéfiques pour votre SEO local, mais également vous permettre de vous différencier de vos concurrents.

C'est ici que vous indiquerez avec précision qui vous êtes, ce que vous faites et pourquoi vous êtes les meilleurs dans votre domaine. Ne perdez pas de vue que vous devez avant tout fournir des informations utiles à vos clients.

Il ne vous reste plus qu'à adapter ces conseils à votre entreprise et vous posséderez un profil GMB performant, unique et optimisé.

Source : Codeur