

Fiche, oh ma fiche

■ Cela mérite réflexion

Google My Business, c'est votre carte de visite, interactive! Elle s'affiche sur la partie supérieure droite de l'écran lors d'une recherche ciblée dont vous serez peut-être, sans doute, le bénéficiaire. En quelques clics, le monde entier peut faire votre connaissance. Votre fiche Google My Business est une ambassadrice de choc.

■ Bon, mais encore ?

Le saviez-vous? La consultation d'une fiche Google My Business d'une entreprise provient à 20% d'une recherche directe de cette entreprise et à 80% d'une recherche indirecte.

Le taux de conversion est exceptionnel : la consultation de cette fiche génère environ 30% de visite de votre site web pour obtenir plus d'informations, mais aussi pour 13% une demande d'itinéraire et pour 13% encore une décision de contact verbal via un appel téléphonique.

Vous êtes « aux commandes » de votre fiche Google My Business... et ce n'est pas facturé par Google.

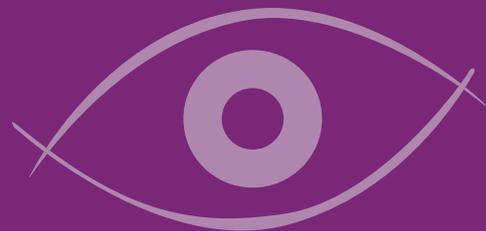
■ Soyons concrets

Pour avoir une fiche Google My Business efficace il faut :

- être propriétaire de sa fiche ;
- choisir la bonne catégorie pour son activité : attraction touristique, château, parc d'attractions, parc animalier,... car cela va conditionner les critères complémentaires à compléter ;
- géolocaliser correctement son attraction avec une adresse valide ou encore mieux avec des coordonnées GPS ;
- compléter toutes les informations d'accessibilité : nom, adresse, téléphone, site web, horaires d'ouverture et de visite, date de création (première ouverture), logo ;
- mentionner le prix des tickets ;
- créer un lien vers la réservation en ligne ;
- compléter les attributs éventuels : accès aux personnes à handicap, wifi, etc ;
- disposer de nombreuses photos, c'est un élément essentiel ;
- gérer les avis (reviews) qu'ils soient bons ou mauvais et assurer une réponse aux questions endéans 1 à maximum 4 heures ;
- penser à gérer sa fiche en «multilingue».en prévoyant du contenu en 2 ou 3 langues maximum ;
- dater la mise à jour des informations ;
- et, très important, mettre à jour régulièrement ses informations.

■ Retenez bien ceci

- Le conseil: « précision, actualisation, réactivité: les trois axes d'une fiche efficace »



Si vous voulez optimiser l'efficacité de votre fiche, nourrissez-la d'informations pertinentes :

- les produits spécifiques proposés par l'attraction : combinés, visites spéciales, stages,... avec des liens directs de réservation vers ces produits ;
- les événements proposés par l'attraction ;
- les news présentées sous forme de posts, au moins 1 fois par semaine ;
- les promotions en cours via une réduction offerte ;
- la possibilité pour les clients «satisfaits»de laisser une évaluation sur place ;
- la fiche doit être liée à vos campagnes Google Ads.

■ Les tuyaux du net

- L'étude fiche Google My Business (anglais) : <https://whitespark.ca/blog/whitesparks-guide-to-optimizing-google-my-business/>
- Mieux comprendre la recherche locale : <https://www.twaino.com/definition//local-search/>
- L'analyse des statistiques de Google My Business : <https://audreytips.com/statistiques-google-my-business/>
- Une étude sur les recherches Google (anglais) : <https://www.brightlocal.com/research/google-my-business-insights-study/>

■ Le mot : local search

En français « Recherche locale », ce mot désigne une requête lancée sur un moteur de recherche, où la formulation contient une composante de géolocalisation. Autrement dit, il s'agit de toute recherche qui, de par sa nature est considérée comme locale par les différents moteurs de recherche.

Cette fiche a été réalisée avec la collaboration de Monsieur Christian JANFILS de la société The Right Move.



Résumons-nous

- Une fiche bien gérée = une fiche complète
- Réaliser des posts réguliers
- Générer des avis et gérer les reviews
- Ajouter des offres, sa billetterie, ses promos