



Optimiser sa fiche d'établissement Google

La check-list complète pour être trouvé localement, inspirer confiance et obtenir des avis authentiques

GUIDE PRATIQUE PRODUCTIVBOOST

Optimiser sa fiche d'établissement Google

La check-list complète pour être trouvé localement, inspirer confiance et obtenir des avis authentiques

Au sommaire

- 01 Pourquoi la fiche compte
- 02 Créer et vérifier la fiche
- 03 Les rubriques à optimiser
- 04 Les photos
- 05 Les publications
- 06 Les avis clients
- 07 La cohérence des coordonnées
- 08 La routine hebdomadaire (15 minutes)
- 09 Les erreurs à éviter
- 10 Fiche : mes réglages
- 11 Fiche : mes statistiques mensuelles
- 12 Sources

Édité par PRODIF pour Productivboost (productivboost.com). Rédaction : La rédaction Productivboost. Version du 12 octobre 2026. Ce guide donne des repères généraux : vérifiez toujours les notices des fabricants, les règles locales et les conditions de votre terrain. Usage personnel ; reproduction et revente interdites.

CHAPITRE 01

Pourquoi la fiche compte

Pour les recherches de proximité, les moteurs affichent une carte et quelques établissements avant les résultats classiques. Google indique s'appuyer sur trois critères : la **pertinence**, la **distance** et la **notoriété**. Vous agissez directement sur la pertinence et la notoriété.

CHAPITRE 02

Créer et vérifier la fiche

- ☐ J'ai vérifié qu'aucune fiche n'existait déjà pour mon établissement.
- ☐ J'utilise le nom réel de mon entreprise, sans mots-clés ajoutés.
- ☐ J'ai indiqué mon adresse, ou une zone desservie si je me déplace chez mes clients.
- ☐ J'ai validé la propriété de la fiche selon la méthode proposée.
- ☐ Je reste propriétaire principal de la fiche, même si un prestataire la gère.

CHAPITRE 03

Les rubriques à optimiser

Catégories

- ☐ Une catégorie principale qui décrit exactement mon activité principale.
- ☐ Des catégories secondaires pour mes autres activités réelles.

Informations pratiques

- ☐ Horaires d'ouverture à jour.
- ☐ Horaires exceptionnels (jours fériés, congés) renseignés à l'avance.
- ☐ Téléphone identique à celui de mon site.
- ☐ Lien vers mon site et, si possible, vers la prise de rendez-vous.
- ☐ Attributs renseignés (accessibilité, paiement, services).

Description

- ☐ Jusqu'à 750 caractères décrivant mon activité, mes spécialités, ma zone et ce qui me distingue.
- ☐ Rédigée pour mes clients, sans accumulation de mots-clés.

Produits et services

- ☐ Chaque prestation listée avec une courte description.
- ☐ Prix indiqués quand c'est pertinent.

CHAPITRE 04

Les photos

Type de photo	Pourquoi
Façade	Être reconnu en arrivant
Intérieur	Rassurer sur l'accueil
Équipe	Humaniser l'établissement
Réalisations ou produits	Montrer le savoir-faire
Photos récentes	Prouver que l'établissement est actif

Évitez les images de banque d'images : vos clients veulent voir votre établissement réel.

CHAPITRE 05

Les publications

Une publication par semaine ou tous les quinze jours : une actualité, une offre, un événement, une réalisation. Une phrase d'accroche, une photo, un bouton d'action.

CHAPITRE 06

Les avis clients

Les obtenir

- ☐ Je demande un avis à chaque client satisfait, au bon moment.
- ☐ J'utilise le lien direct vers le formulaire d'avis (QR code, e-mail, carte).
- ☐ Je ne propose aucune contrepartie en échange d'un avis.

Ce qui est interdit

Acheter des avis, en rédiger soi-même, en faire écrire par des proches ou publier de faux avis sur un concurrent : ces pratiques commerciales trompeuses sont sanctionnées et peuvent entraîner la suspension de la fiche.

Y répondre

Type d'avis	Réponse
Positif	Remerciement personnalisé qui mentionne la prestation
Négatif fondé	Réponse calme et rapide, reconnaissance du problème, solution, invitation à poursuivre en privé
Abusif	Signalement via l'outil de Google, avec la raison

CHAPITRE 07

La cohérence des coordonnées

- ☐ Nom, adresse et téléphone identiques sur la fiche, le site, les annuaires et les réseaux sociaux.
- ☐ Anciennes adresses et numéros corrigés partout.
- ☐ Fiches créées sur les principaux annuaires et services de cartographie.

CHAPITRE 08

La routine hebdomadaire (15 minutes)

- ☐ Répondre aux nouveaux avis.
- ☐ Publier une actualité ou une photo.
- ☐ Vérifier les horaires des prochaines semaines.
- ☐ Consulter les statistiques : vues, appels, itinéraires, clics vers le site.

CHAPITRE 09

Les erreurs à éviter

- Laisser la fiche à l'abandon.
- Choisir une catégorie trop large.
- Créer plusieurs fiches pour le même établissement.
- Ajouter des mots-clés dans le nom.
- Supprimer et recréer la fiche pour effacer des avis.

À REMPLIR / À COCHER

Fiche : mes réglages

Catégorie principale

Catégories secondaires

Zone desservie

Description (premiers mots)

Services listés

Lien de demande d'avis

À REMPLIR / À COCHER

Fiche : mes statistiques mensuelles

Vues de la fiche

Appels

Demandes d'itinéraire

Clics vers le site

Nouveaux avis et note moyenne

RÉFÉRENCES

Sources

Google — aide de Google Business Profile

<https://support.google.com/business/>

Google — conseils pour améliorer son classement local

<https://support.google.com/business/answer/7091>

DGCCRF — pratiques commerciales

<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf>