



Conseil des
métiers d'art
du Québec



FORMATION SUR LES BOUTIQUES EN LIGNE

**Google Mon Entreprise,
un incontournable pour
faciliter le référencement
local de votre entreprise
sur le web !**

- I. S'inscrire à Google Mon Entreprise
en quelques étapes simples et rapides
- II. Les éléments à compléter et les meilleures
pratiques de gestion de l'outil
- III. Un petit mot sur Google Maps

Cette fiche synthèse nous rappelle l'importance de soigner son référencement local sur le web pour être trouvé plus facilement (référencement naturel). Avec l'outil gratuit appelé Google Mon Entreprise (en anglais Google My Business, GMB) vous obtiendrez plus qu'une fiche d'entreprise, car vous pourrez aussi interagir facilement avec les clients qui recherchent votre établissement, votre boutique en ligne et vos produits, que ce soit sur le moteur de recherche de Google ou sur Google Maps.

Il est aussi possible d'y faire de la publicité (référencement payant) et de centraliser la gestion des commentaires laissés par les visiteurs de la fiche.

-
- I. S'inscrire à Google Mon Entreprise en quelques étapes simples et rapides

 - II. Les éléments à compléter et les meilleures pratiques de gestion de l'outil

 - III. Un petit mot sur Google Maps



S'inscrire à Google Mon Entreprise en quelques étapes simples et rapides

Avant de pouvoir utiliser cet outil vous devrez d'abord créer un compte Google Mon entreprise. Voici les étapes à suivre :

- Ouvrez la page Google Mon entreprise à l'adresse suivante : https://www.google.com/intl/fr_ca/business/
- Dans le coin supérieur droit, cliquez sur Gérer maintenant.
- Connectez-vous à votre compte Google. Si vous n'avez pas de compte Google, créez-en un maintenant. C'est par ici : <https://www.google.com/intl/fr/account/about/>

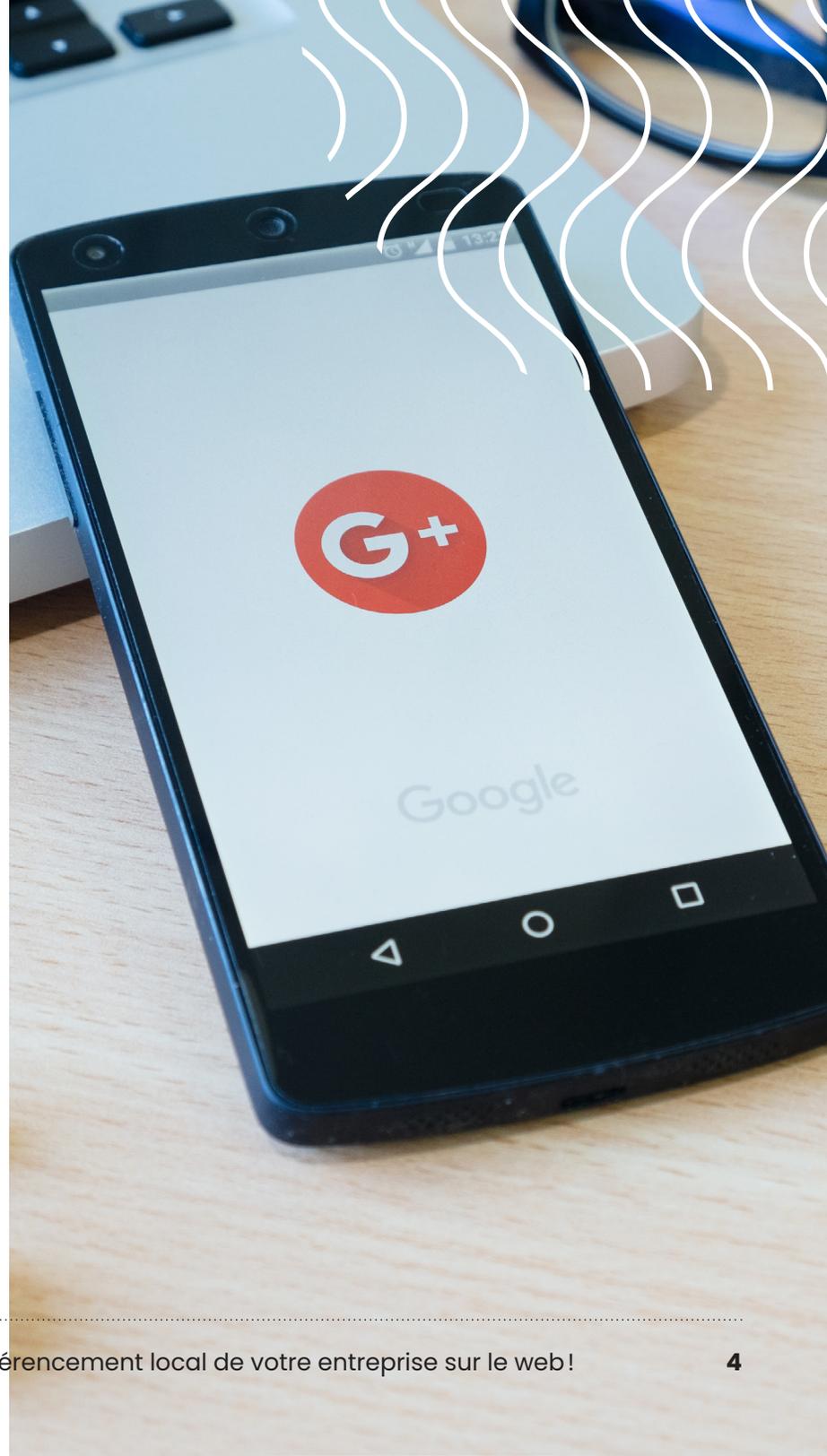
- Entrez le nom de votre entreprise / établissement, puis cliquez sur Suivant.

Remarque: Si votre établissement figure déjà sur Google Mon Entreprise / Google Maps, son nom s'affichera alors dans un menu déroulant.

- Entrez l'adresse de votre établissement, puis cliquez sur Suivant.
- Sous « Catégorie d'entreprise », sélectionnez la catégorie la plus appropriée. Il faudra peut-être choisir une catégorie connexe à la vôtre. Cliquez ensuite sur Suivant. Vous pouvez également créer une catégorie plus précise, s'il y a lieu.

S'inscrire à Google Mon Entreprise en quelques étapes simples et rapides (suite):

- Entrez le numéro de téléphone et/ou l'adresse web (URL) du site web de votre établissement. Cliquez ensuite sur Suivant. Si vous n'avez pas encore de site web, vous pouvez en créer un ici même, qui pourrait agir comme une vitrine temporaire, mais ne permettra pas de créer une boutique en ligne. Nous vous recommandons d'autres outils à cette fin, comme Shopify, Wordpress, Wix et plusieurs autres.
- Cliquez ensuite sur Continuer et sélectionnez une option de vérification.
- Dès que votre établissement aura été validé par Google (par téléphone, par texte, par courrier (carte postale), vous pourrez alors utiliser la fiche pour optimiser votre référencement local.





Les éléments à compléter et les meilleures pratiques de gestion de l'outil

- LA SECTION INFOS
- LA SECTION PUBLICATIONS / POSTS
- LA SECTION STATISTIQUE
- LES SECTIONS AVIS ET MESSAGES
- LES SECTIONS PHOTOS / PRODUITS / SERVICES
- LA SECTION SITE WEB
- LA SECTION UTILISATEURS
- LA SECTION CRÉER UNE ANNONCE
« CAMPAGNE INTELLIGENTE »

La section INFOS

Une fois connecté, référez-vous maintenant à la colonne de droite de votre écran à la section « Infos ». C'est l'endroit où vous pourrez compléter / modifier les éléments clés suivants :

- Adresse: Vous pouvez laisser ce champ vide si vous ne possédez pas de magasin ou de lieu physique pour votre établissement.
- Zones desservies: Indiquez aux utilisateurs où votre établissement livre ses produits ou fournit ses services.
- Les heures d'ouverture / horaires supplémentaires (même si vous n'avez pas d'établissement physique, peut-être voulez-vous y indiquer quand même vos heures de disponibilité en ligne!).
- Téléphone, adresse du site web, lien vers un outil externe de prise de rendez-vous (le cas échéant, comme Calendly, Gorendezvous, Rendez-vous Square et plusieurs autres).
- Les produits / services offerts.
- Les attributs supplémentaires tels: Rendez-vous obligatoire, services sur place et autres attributs distinctifs.
- Une brève description de votre établissement: 750 caractères seulement.
- Ajouter des photos: les clients adorent voir vos produits, votre établissement (l'intérieur et l'extérieur), des vidéos.

La section PUBLICATIONS / POSTS

Même si votre fiche est en français, vous verrez probablement le terme « Posts » dans la colonne de droite. Vous pourrez y publier du contenu informatif (« Ajouter une nouveauté »), des produits (« Ajouter des produits »), faire la promotion d'un événement (« Ajouter un événement »), ainsi qu'une offre spéciale / remise / coupon "Ajouter une offre".

Veillez noter qu'il n'est pas actuellement possible de synchroniser vos produits avec votre boutique en ligne, vous devrez les entrer manuellement par exemple, vos 5 à 10 produits en vedette ! Ceux-ci seront visibles directement sur votre fiche.

La section STATISTIQUE

Il est important d'aller voir les statistiques de recherche de votre établissement au moins une fois par semaine. Vous trouverez dans cette section des renseignements sur les modes de recherche de votre établissement (sur Google et dans Google Maps), les actions des clients (demandes d'itinéraires, visite du site web, appels, envoi de messages, vues des photos).

Les sections AVIS et MESSAGES

Ces deux sections distinctes, mais complémentaires vous permettront de voir les avis publics laissés par les clients et d'y répondre. On ne pourra pas les effacer, mais seulement les signaler à Google comme inapproprié si la situation le requiert.

Les clients pourront aussi vous envoyer des messages directs en consultant la fiche sur Google et/ou sur Google Maps. Il importe alors de répondre aux messages dans les plus brefs délais. Nous vous suggérons aussi d'installer l'application Google Mon Entreprise sur votre appareil mobile pour faciliter le tout.

Les sections PHOTOS / PRODUITS / SERVICES

Vous avez probablement rempli ces sections lors de la création de votre fiche. Cependant, il est important de les mettre à jour continuellement, notamment en fonction des inventaires de produits qui ne se gèrent pas automatiquement. De nouvelles images ajoutées régulièrement vont aussi faciliter la découvrabilité de votre établissement.

La section SITE WEB

Google Mon Entreprise vous permet de créer gratuitement un site web optimisé pour les mobiles afin d'offrir une vitrine numérique à votre établissement. Attention: il n'est pas possible de créer une boutique en ligne avec cet outil rudimentaire.

La section UTILISATEURS

Vous pourrez déléguer l'accès à votre fiche à différentes personnes, notamment comme gestionnaire (par exemple à quelqu'un qui vous aide techniquement):

<https://support.google.com/business/answer/3403100>

La section CRÉER UNE ANNONCE « CAMPAGNE INTELLIGENTE »

Cette section vous permettra de faire une campagne publicitaire simplifiée, pour votre établissement, sur le moteur de recherche Google. Notez qu'il est aussi possible d'activer le mode Expert pour plus d'options avancées.

Une campagne simplifiée pourra s'activer autour de 3 grands objectifs:

- Recevoir plus d'appels téléphoniques.
- Générer plus de ventes ou d'inscriptions sur le site web.
- Attirer plus de visiteurs dans votre établissement physique.

Vous pourrez soit rediriger les clients qui auront cliqué sur la publicité vers votre site web (c'est recommandé!) ou bien vers le profil de votre établissement.

Vous passerez ensuite à la création de votre annonce : 3 espaces sont prévus pour des titres / sous-titres (30 caractères chacun), 2 espaces pourront servir aux textes (90 caractères chacun). Vous pourrez afficher un bouton d'appel «Appeler votre entreprise» (vers notre numéro de téléphone) et aussi un bouton «Itinéraire» qui indiquera votre adresse (vers l'outil Google Maps).

- Vous devrez aussi ajouter des mots clés pour associer votre annonce à des recherches spécifiques faites par les utilisateurs (parmi la liste suggérée par Google).
- Vous pourrez aussi sélectionner le territoire: par exemple par pays, région, ville, code postal.
- En terminant, il faudra indiquer le budget que vous désirez allouer à la campagne publicitaire. Vous pourrez suivre les recommandations de budgets de Google pour des publicités comparables ou bien indiquer votre propre budget.
- Une fois votre révision effectuée, la demande sera envoyée à Google qui approuvera la publicité telle quelle ou bien vous demandera d'apporter des correctifs. Ce processus peut prendre de quelques minutes à quelques heures.
- En tout temps, il est toujours possible de discuter avec un spécialiste de Google Ads, voir le bouton «Clavardage en direct» (en anglais Chat) en bas à droite de l'écran.
- Une fois la publicité publiée, vous verrez un tableau sommaire démontrant notamment les statistiques suivantes (en cliquant sur le bouton «Afficher la campagne»): le coût actuel de la publicité, le nombre d'impressions (diffusion) de l'annonce, le nombre de clics sur la publicité, le coût par clic moyen (CPC, que l'on aimerait avoir le plus bas possible).
- Il est de votre responsabilité, avec le mode de campagne intelligente, de mettre en veille la campagne lorsque vous désirez l'interrompre. Sinon, elle se poursuivra sans cesse avec le budget prédéterminé.



Un petit mot sur Google Maps; le complément parfait à la fiche Google Mon Entreprise

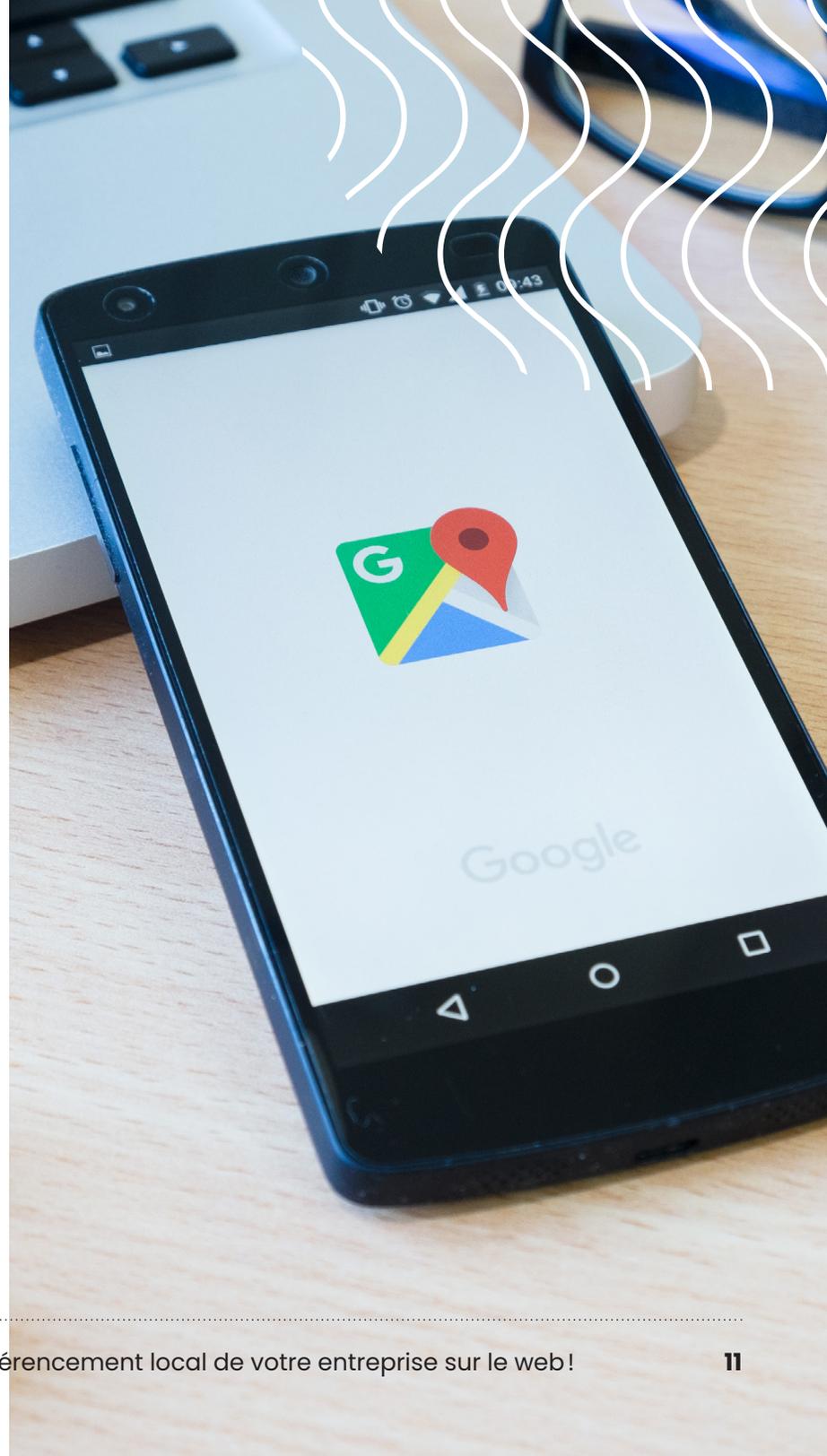
Une fiche Google Mon Entreprise bien complétée vous permettra de rayonner sur le moteur de recherche de Google et aussi sur l'outil en ligne / l'application Google Maps qui y est directement relié.

Cet outil reconnu pour nous indiquer rapidement l'itinéraire pour se rendre à un lieu, a beaucoup évolué dans les derniers mois. Il est aussi devenu un véritable guide de recherches thématique de produits et de services, notamment pour faciliter la découvrabilité des divers commerces qui vendent des produits locaux (référencement naturel).

Grâce au bouton «Contribuer» les utilisateurs sont maintenant fortement invités à laisser des commentaires et à évaluer votre lieu en cochant des étoiles. Ces avis se retrouveront donc ajoutés automatiquement à votre fiche Google Mon Entreprise et vous pourrez les gérer à même l'outil. Ils pourront aussi faire les actions suivantes :

- Lire la description de l'établissement, voir vos produits / services.
- Regarder et ajouter des avis / photos.
- Vous envoyez un message.
- Vous appelez (avec leur téléphone cellulaire).
- Obtenir l'itinéraire en temps réel (en tenant compte du trafic et des heures d'ouverture de l'établissement).
- Voir l'achalandage moyen selon les jours / heures de la semaine.
- Voir les trajets de transports en commun pour s'y rendre.

Bonne découverte!





Conseil des
métiers d'art
du Québec



Édition

Conseil des métiers d'art du Québec

Direction général

Julien Silvestre, directeur général

Direction développement professionnel

Dominique Poulin, directrice

Réalisation

Eric Lamirande, Marketing, web et techno

Coordination

Caroline Thibault, coordonnatrice à la formation continue

Graphisme

Olivier Côté, Agence Ink

Révision linguistique

Sous la responsabilité de l'auteur et du CMAQ

1^{er} trimestre 2021 – © CMAQ, 2021 et Eric Lamirande



Avec la participation financière de :

