



**Google my
business et ses
avis clients :
les 8 clés pour
mieux gérer sa
visibilité.**

Au programme



- Comment optimiser et animer sa fiche Google My Business
- Les avis clients : les obtenir et les mettre en avant afin de promouvoir son activité de locations saisonnières
- Quelle stratégie développer afin de devenir plus visible sur internet avec GMB et les réseaux sociaux
- Votre stratégie est-elle alignée à vos objectifs ?

Atelier animé par :



Céline LOUISE dit LEMIERE

J'accompagne les indépendants à **créer et mettre en oeuvre leur stratégie de communication digitale** depuis 2018

Coach et Formatrice en communication digitale :
ateliers, formations et accompagnements sur mesure

Animatrice d'ateliers auprès d'Offices de Tourisme en
Aquitaine et Occitanie

www.profilsdexperts.com - 06.09.93.20.23

Quelles sont les statistiques actuelles de votre fiche ?

Combien d'avis avez-vous ?

Les photos présentes sur votre fiche représentent-elles bien votre établissement ?

Avez-vous réfléchi à votre référencement local et les mots clés représentant votre établissement ?



8 clés pour mieux gérer
votre visibilité sur GMB



Your business



Maps

Images

Reviews

Services

Products

Videos

News

Books

Fligh

About 643,000 results (0.40 seconds)



Your business on Google




322 customer interactions

Profile strength





Looks good!






Edit profile






Read reviews



Messages



Add photo



Performance



Advertise



Edit products



Edit services


Bookings



Q & A



Add update


Ask for review...

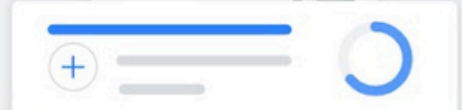
Get custom email 


Set up business email
@your-business.com with
Google Workspace



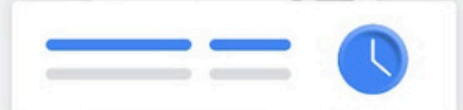
Turn more views to customers 

Complete your profile to
convert your 325 monthly
views into customers




Confirm your holiday hours 

Update your hours for an
upcoming holiday:
Christmas Day



Cr

Le
yo



Only managers of this profile can see this

1. Compléter le profil Google My Business de manière exhaustive

- **Informations exactes et complètes** : Vérifie que les informations de base sont exactes (nom du chalet, adresse, téléphone, site web). Cauterets étant une destination touristique, inclure des informations précises sur l'emplacement (proximité des pistes de ski, randonnées).
- **Catégories appropriées** : Choisir des catégories pertinentes comme "Chalet de vacances", "Location saisonnière", "Hébergement touristique" pour être bien référencé.
- **Description optimisée** : Rédiger une description complète en intégrant des mots-clés spécifiques à la région (Pyrénées, Cauterets, randonnées, ski, thermes), mais aussi des informations spécifiques sur le chalet (capacité, équipements, ambiance).
- **Horaires** : Indiquer les horaires de check-in et check-out, ainsi que les périodes de fermeture éventuelles.
- **Réservations et services** : Activer la fonction de réservation si applicable (en lien avec Booking ou Airbnb par exemple).



Attention :

Ne sélectionnez que des catégories réalistes par rapport à votre activité. Ajouter des catégories qui ne correspondent pas réellement à votre activité vous dessert fortement et peut amener à la suspension de votre fiche.

Comment ajouter ou modifier une catégorie sur votre fiche Google My Business ?

Pour ajouter ou modifier une catégorie sur votre fiche d'établissement, rien de plus facile !

- Connectez-vous au gestionnaire de votre fiche Google,
- Rendez-vous dans les “informations de l'établissement”,
- Sélectionnez “catégorie d'activité”,
- Cliquez sur “ajouter une catégorie” ou sélectionnez le petit crayon pour modifier une catégorie existante,
- Tapez ensuite le mot-clé que vous souhaitez ajouter pour voir si une catégorie existe,
- Pour valider l'ajout ou la modification de votre catégorie, n'oubliez pas d'enregistrer.

Une fois vos modifications enregistrées, Google examinera votre fiche, ce qui peut prendre jusqu'à 48 heures. En fonction de votre catégorie principale, ce délai peut être allongé.

2. Ajouter des photos de qualité

- **Photos attractives** : Les photos sont essentielles. Inclure des images professionnelles du chalet (extérieur et intérieur), de la vue sur les montagnes, des espaces communs, des chambres, de la salle de bain, etc.
- **Photos saisonnières** : Proposer des photos en hiver (paysages enneigés, cheminées allumées) et en été (randonnées, terrasses).
- **Vidéos courtes** : Ajouter des vidéos de présentation pour montrer l'expérience globale.

3. Demander des avis clients et répondre régulièrement

- **Inciter à laisser un avis** : Après chaque séjour, encourager les clients satisfaits à laisser un avis sur GMB via un lien direct (qui peut être envoyé par email ou SMS)
- **Répondre aux avis** : Répondre à chaque avis (positif ou négatif) avec courtoisie, en remerciant les clients ou en prenant en compte les retours négatifs de manière constructive. Cela montre que le service est personnalisé et attentionné.
- **Offrir des incitations** : Par exemple, proposer une réduction pour les séjours futurs en échange d'un avis (sans être trop insistant).
- Laissez chez vous des **objets ou supports avec des liens directs** vers votre page GMB

Lorsque les vacanciers laissent un avis sur des plateformes comme Google, ils prennent généralement en compte plusieurs critères pour évaluer leur expérience de location. Voici une liste de critères fréquemment mentionnés, classés par ordre d'importance basé sur les attentes générales des clients :

1. **Propreté** : La propreté du logement est souvent le critère le plus important pour les locataires, car elle impacte directement leur confort et leur satisfaction.
2. **Emplacement** : La proximité des attractions, des services, et des commodités locales est cruciale, surtout dans les zones touristiques comme les stations de ski ou les destinations balnéaires.
3. **Qualité de la literie** : Un sommeil confortable est essentiel, donc la qualité des matelas, des draps, et des oreillers est souvent évaluée.
4. **Équipements et fonctionnalités** : Les équipements disponibles tels que le Wi-Fi, la cuisine équipée, le chauffage, et la climatisation sont des points clés pour les avis.
5. **Accueil et communication** : La facilité de check-in/out, la réactivité du propriétaire ou du gestionnaire, et la clarté des instructions sont également importants.
6. **Rapport qualité-prix** : Les attentes en termes de ce que les locataires reçoivent pour le prix payé influencent fortement leur avis général.
7. **Niveau de confort général** : Cela inclut non seulement les meubles et la décoration, mais aussi l'ambiance générale du logement.
8. **Sécurité** : La sécurité du quartier et du logement lui-même est un facteur pris en compte, surtout dans les zones urbaines ou moins connues.
9. **Bruits et nuisances** : Le niveau de bruit dans et autour du logement peut affecter l'expérience, surtout la nuit.
10. **Options supplémentaires** : Des services additionnels tels que le stationnement gratuit, les équipements pour enfants, ou les facilités pour personnes à mobilité réduite peuvent être des plus appréciés.

Ces critères reflètent les aspects les plus commentés et les plus susceptibles d'influencer les avis sur des sites comme Google. Ils peuvent aider les propriétaires à identifier les domaines à améliorer pour maximiser la satisfaction des clients et obtenir de meilleurs avis.

4. Publier régulièrement des posts

- **Actualités et événements locaux** : Publier des informations sur les événements de la région (festivals, compétitions de ski, randonnées organisées) pour attirer l'attention des touristes.
- **Offres spéciales et promotions** : Publier des offres spéciales (réduction en basse saison, offres pour des groupes) ou des nouveautés (nouveau jacuzzi, randonneurs bienvenus).
- **Mises à jour saisonnières** : Proposer des posts sur les attractions spécifiques de chaque saison (ski, thermes, randonnées, pêche) pour attirer différents types de clients.

5. Optimisation SEO et mots-clés locaux

- **Optimisation locale** : Utiliser des mots-clés spécifiques à la région dans la description et les posts, comme "chalet à louer à Cauterets", "hébergement ski Pyrénées", "location de vacances proche des thermes".
- **Backlinks** : Avoir des liens de qualité renvoyant vers le profil GMB via d'autres sites pertinents (sites de tourisme, blog de voyage).
- **Pages locales** : Si le chalet a un site web, créer une page dédiée à Cauterets avec des conseils locaux (restaurants, activités), tout en renforçant la pertinence du chalet pour le SEO local.

6. Utilisation des services de Google

- **Google Posts** : Utiliser les fonctionnalités de posts de GMB pour partager des nouvelles ou des promotions. Ces posts sont visibles dans les résultats de recherche Google.
- **Questions et réponses** : Encourager les clients potentiels à poser des questions sur le chalet via la fonction "Questions" de GMB. Répondre à ces questions publiquement montre l'interaction avec les utilisateurs.

7. Suivi des statistiques et analyse

- **Suivre les performances** : Analyser les statistiques sur GMB pour savoir comment les clients trouvent le chalet (recherche directe, via Google Maps) et quels mots-clés fonctionnent le mieux.
- **Adapter la stratégie** : En fonction des données (clics, photos vues, appels), ajuster la stratégie (plus de posts, de photos, réponses plus rapides).

8. Améliorer l'expérience des clients sur place

- **Cohérence avec l'offre en ligne** : S'assurer que l'expérience réelle correspond à la promesse en ligne (ex. si le chalet met en avant des services spécifiques, ils doivent être facilement accessibles).
- **Petites attentions** : Offrir des services supplémentaires (petit-déjeuner, conseils de randonnées) et le mentionner dans les discussions avec les clients pour inciter à des avis positifs.

Comment faire la différence ?

1. Mettre en avant l'unicité du chalet
2. Focus sur l'expérience client
3. Photos captivantes et authentiques
4. Engagement avec les avis clients
5. Promotions et offres spéciales
6. Créer des partenariats locaux
7. Optimisation continue de la fiche GMB
8. Interaction sur les réseaux sociaux et autres plateformes

Les propriétaires de chalets peuvent améliorer leur visibilité et offrir une expérience distinctive par rapport à la concurrence locale. L'objectif est de créer un lien émotionnel avec les clients et de montrer que leur séjour dans votre chalet sera unique et mémorable.

01



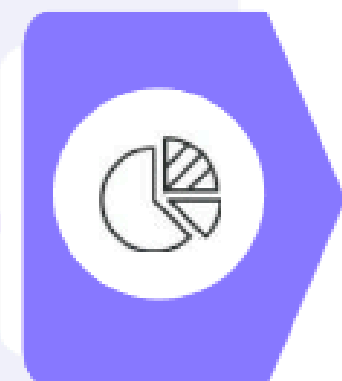
Étape 1 : pensez à vos atouts

Pour commencer votre réflexion, demandez-vous : **quels sont les atouts de votre établissement** et les éléments notables de votre fonctionnement ?

Par exemple, pour un hôtel :

- Restaurant
- Bar
- Petit-déjeuner sur place
- Petit-déjeuner buffet

02



Étape 2 : étudiez la concurrence

Ensuite, pensez à vos concurrents : **quels éléments vous différencient d'eux** ? Quels aménagements ou services possède votre établissement que vos concurrents n'ont pas ?

- Accès handicapés
- Ascenseur accessible aux personnes à mobilité réduite
- Consigne à bagages

03



Étape 3 : devancez vos clients

Enfin, essayez **d'anticiper les besoins et les recherches de vos clients** ! Pensez à la saisonnalité et aux besoins qu'elle pourrait engendrer, aux éventuels actualités du moment...

- Climatisation
- Établissement avec piscine
- Dispose d'une terrasse
- Convient pour regarder du sport

Les principaux groupes d'attributs

Les attributs de **clientèle**

adapté aux familles,
aux enfants...

Les attributs de **paiement**

tickets-restaurant
acceptés, carte bancaire,
American Express...

Les attributs de **services**

dispose de Wifi, d'une
piscine, d'un bar...

La catégorie de
votre établissement
peut vous permettre
de renseigner...

Les attributs de **points forts**

dispose d'une cheminée,
d'un toit-terrasse...

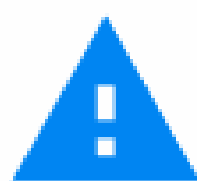
Les attributs **d'accessibilité**

dispose d'un parking, d'un
ascenseur, accessible en
fauteuil roulant...

Les attributs de **langue**

parle anglais,
allemand, italien...





Important

Il existe des attributs permettant de signaler une absence de service ou d'équipement :

Bien-être

 Pas de centre de remise en forme

 Pas de spa

Chambres

 Pas de climatisation



Le saviez-vous ?

Certains attributs sont illustrés par des pictogrammes !

Équipements populaires

 Wi-Fi disponible **inclus**

 Petit-déjeuner sur place **payant**

 Navette aéroport

 Accepte les animaux **payant**

Les Labels

UNE NOTE EXPRIMÉE DE 1 À 5 DIAMANTS



Ce label s'appuie sur des critères qualitatifs

ESTHÉTISME

CONFORT

ÉQUIPEMENTS

SERVICES



Voici les points importants à inclure dans une fiche Google My Business optimisée :

1. Informations de base complètes et précises

- Nom de l'entreprise : Assurez-vous que le nom est exact et correspond à celui utilisé partout en ligne.
- Adresse et téléphone : Vérifiez que ces informations sont correctes, surtout pour un emplacement physique.
- Horaires d'ouverture : Incluez les heures exactes, y compris les jours fériés.

2. Catégories précises

- Choisissez des catégories pertinentes qui décrivent bien l'activité (ex. : "Chalet de vacances", "Hébergement touristique").

3. Description optimisée

- Rédigez une description claire et concise de l'entreprise, en y intégrant des mots-clés locaux et spécifiques à votre activité.

4. Photos de haute qualité

- Ajoutez des photos professionnelles du lieu, des intérieurs et des environs, car elles influencent beaucoup la première impression.

5. Avis clients

- Encouragez les clients satisfaits à laisser des avis positifs.
- Répondez rapidement aux avis, qu'ils soient positifs ou négatifs.

6. Questions et réponses

- Surveillez et répondez aux questions publiques posées par les utilisateurs.

7. Publications régulières

- Utilisez la fonction "Posts" pour publier des promotions, des offres spéciales ou des événements.

8. Suivi des statistiques

- Consultez régulièrement les statistiques GMB (clics, recherches, appels) pour ajuster votre stratégie et améliorer la visibilité.

Qu'avez-vous retenu de cet atelier ?

Quelle va être votre prochaine action ?

Besoin d'aide ?

Je peux vous accompagner 06.09.93.20.23