

COMMENT OPTIMISER VOTRE RÉFÉRENCIEMENT LOCAL GRÂCE AUX FICHES GOOGLE MY BUSINESS ?



SOMMAIRE

03

INTRODUCTION

04

QU'EST CE QUE GOOGLE MY BUSINESS ?

05

POURQUOI GOOGLE MY BUSINESS EST INDISPENSABLE POUR METTRE EN AVANT MON RÉSEAU AUTOMOBILE ?

06-18

LES DIFFÉRENTES ÉTAPES POUR AVOIR UNE FICHE GOOGLE MY BUSINESS AU TOP!

#1 VALIDEZ LES FONDAMENTAUX

#2 ENRICHISSEZ VOTRE FICHE D'INFORMATIONS

#3 RENDEZ VOTRE FICHE UNIQUE ET DIFFÉRENCIEZ-VOUS

19-20

ET APRÈS ?

21

CONCLUSION

INTRODUCTION

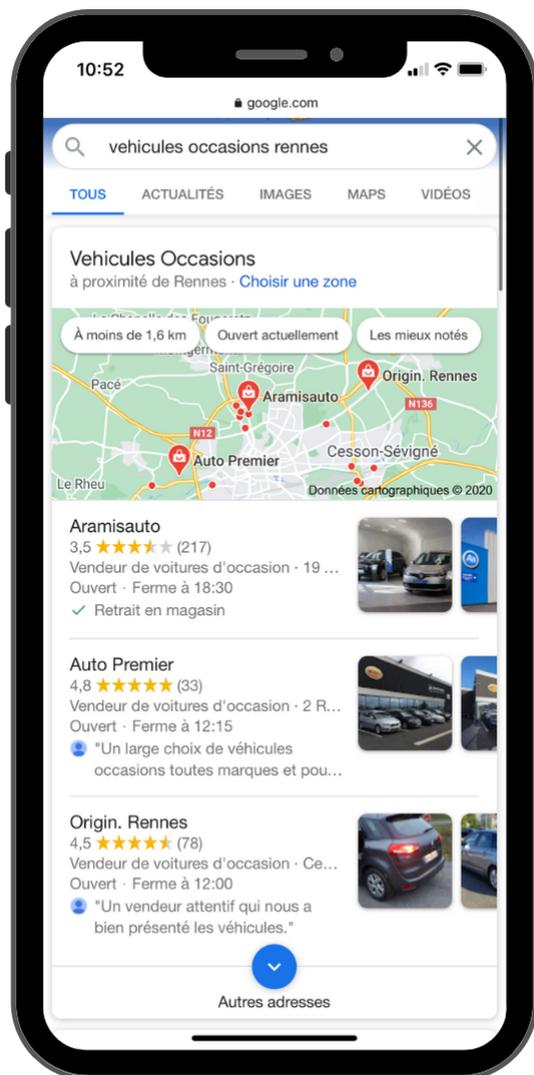
Optimiser son **référencement local** est la solution pour les professionnels de l'automobile qui souhaitent **augmenter leur visibilité et se différencier** de leurs concurrents.

Votre fiche Google My Business est l'un des vos **meilleurs atouts pour booster votre référencement local et maîtriser votre e-réputation**. Encore trop peu de marques et de réseaux utilisent leurs fiches comme un réel outil par manque de temps ou de connaissances.

C'est pourquoi nous allons vous donner les étapes à suivre ainsi que les informations à connaître pour devenir un expert dans la création et l'optimisation de vos fiches Google My Business !

Qu'est ce que Google My Business ?

C'est très simple ! C'est un outil qui va booster votre visibilité locale. Grâce à Google My Business vous démultipliez vos chances d'être vu le premier par les personnes qui cherchent un acteur de l'automobile dans votre secteur géographique. C'est ce qu'on appelle le référencement local. Mais Google My Business est également un excellent moyen de gérer une partie de votre e-réputation.



Pourquoi Google My Business est indispensable pour mettre en avant mon réseau automobile ?

Selon une étude sur le parcours d'achat d'un véhicule, les clients qui cherchent à acheter une voiture passent **61% de leur temps à rechercher et à acheter en ligne**, et **41% des acheteurs ne visitent qu'un seul concessionnaire.**



On sait que 75% des internautes ne font jamais défiler la première page dans les résultats de recherche de Google* ! C'est pourquoi, il est indispensable d'être correctement positionné afin d'être vu tout de suite par vos futurs clients.

Google My Business est la principale source d'informations lorsque les clients recherchent un véhicule / concessionnaire / garage en ligne. Cela signifie qu'il est important de pouvoir renseigner un maximum d'informations sur vos coordonnées mais aussi sur vos services, votre stock et sur les caractéristiques de votre point de vente etc. **L'objectif étant que vous soyez le seul concessionnaire visité !**



Ubiflow permet l'automatisation de la diffusion des informations de vos points de vente sur Google My Business et sur bien d'autres médias.

Les différentes étapes pour avoir une fiche Google My Business au top !

#1 : VALIDEZ LES FONDAMENTAUX



Vérifiez que les fiches qui portent votre nom soient bien revendiquées.

Si votre fiche Google My Business n'est pas revendiquée par vous ou par un membre de votre entreprise alors vous n'aurez pas la possibilité d'y accéder et de l'enrichir. Dans ce cas, cliquez sur « Vous êtes le propriétaire de cet établissement ? » et reprenez le contrôle !



Ubiflow, partenaire de Google My Business gère la création, la revendication et la suppression de vos fiches pour vous.



Remplissez vos informations clés

Pour ne pas tromper vos clients vous devez les informer correctement en optimisant et en actualisant les informations importantes :

1. Le nom du point de vente

Ici, il doit s'agir du **nom** que vous feriez figurer sur une carte de visite ou sur votre enseigne. Vous n'aurez pas besoin d'ajouter la ville, ou l'arrondissement dans le nom, cela peut créer des problèmes de cohérence et Google le rempli lui-même automatiquement.

2. L'adresse

L'adresse doit être **la plus précise possible** ! L'encart Google Maps précisera l'emplacement exact de vos points de vente. Vérifiez bien que cela est conforme à ce moment là.



LE SAVIEZ-VOUS ?

86% des consommateurs utilisent Google Maps pour trouver la localisation d'une entreprise.*

3. Les jours d'ouverture et les horaires

C'est sans doute les informations les plus importantes à renseigner pour vos clients. **Qu'y a-t-il de plus déplaisant que de se rendre chez son concessionnaire / garage alors que celui-ci est fermé ?**



Vous pouvez utiliser la fonction “Heures spéciales” pour vos horaires de vacances, ou lors de changements exceptionnels/ponctuels comme vos évènements internes par exemple.

4. Numéro de téléphone

Ajoutez le numéro de téléphone du standard de chaque point de vente. Google recommande les lignes fixes aux numéros de portable.



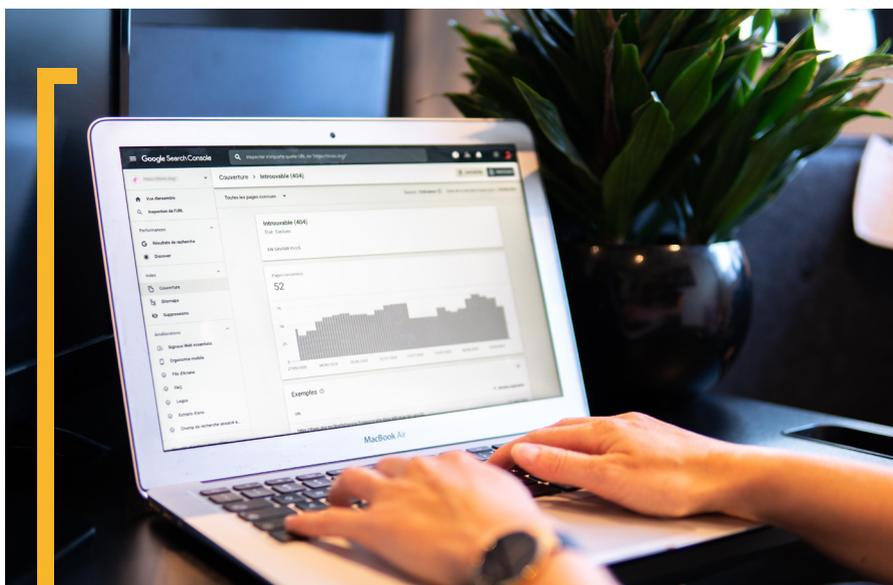
LE SAVIEZ-VOUS ?

Il est possible d'ajouter un indicateur de **Call tracking** pour identifier d'où viennent vos contacts.



Ajoutez un lien vers votre site internet

C'est un point d'entrée très efficace pour générer du trafic vers votre site internet et vous vous en rendez compte en créant un suivi via un compte Google Analytics !





Proposez une description qui montre que vous êtes unique

Même si pour le moment la description n'est pas prise en compte par l'algorithme de Google il ne faut tout de même pas la négliger. Elle vous donne une chance de vous rendre unique aux yeux des internautes. Alors pensez plutôt "séduction" que "référencement" en la rédigeant !



LE SAVIEZ-VOUS ?

La description ne doit pas:

- Mettre en avant de **mensonges ou de propos haineux**
- Afficher des **liens, des numéros de téléphone** ou encore **une adresse mail**
- Informer sur des **promotions spéciales et des prix**
- Contenir des **majuscules, des caractères fantaisistes** qui détournent l'attention



Mettez à disposition un lien de rendez-vous

C'est un très bon moyen de faciliter l'expérience utilisateur des prospects. Surtout quand on sait que dans le parcours d'achat, les visites sur le point de vente restent le moyen privilégié pour entrer en contact avec vos vendeurs. Avec cette fonctionnalité vous pouvez créer un lien vers une page de contact ou vers votre calendrier de rendez-vous par exemple.

Partagez des photos et des vidéos

C'est une bonne manière de mettre vos véhicules en stock en avant et de les placer dans un contexte. Ces photos sont **sources de confiance et d'engagement** de la part de vos internautes. C'est le moyen le moins cher d'augmenter le trafic sur vos fiches Google My Business.

Selon Google My Business, les entreprises avec des photos **reçoivent 40% de demandes d'itinéraires en plus** et selon Mike Blumenthal «**les photos seraient un facteur de conversion et non de référencement**».*



Vous pouvez publier une photo de votre **logo** ou de la vitrine de votre point de vente. La vidéo est un format très apprécié qui **apporte beaucoup d'engagement**, idéal pour faire visiter vos locaux. Une photo de votre équipe peu aussi être une bonne idée pour **créer un premier contact virtuel**.

Dans l'ensemble, toutes les photos qui peuvent mettre en avant votre entreprise sont les bienvenues !

#2 : ENRICHISSEZ VOS FICHES D'INFORMATIONS



Choisissez bien votre catégorie principale pour arriver dans les premiers résultats

Le choix de cette catégorie est primordiale car elle va avoir un impact direct sur votre classement et sur votre visibilité locale. Son rôle est simple, c'est cette catégorie qui va indiquer la nature de votre entreprise. Il est possible d'ajouter des catégories secondaires pour booster le classement de votre réseau.

L'Ubi'astuce

Par exemple, si vous êtes le seul concessionnaire Alpine de la région pas besoin de renseigner "Concessionnaire Alpine" puisque que vous serez **déjà le premier à remonter en tête de liste**. Dans ce cas et pour que ce soit bénéfique, misez sur une catégorie plus large comme **"Concession automobile + région/département"**.





LE SAVIEZ-VOUS ?

Il existe un nombre important de catégories qui se rapportent au secteur automobile :

“Concessionnaire et distributeur d’automobile d’occasion” ;
“Concessionnaire et distributeur d’automobile” ; “Concessionnaire et distributeur de motos d’occasion” ; “Carrosserie et peinture automobile” ; “Service de réparation et pose de pare-brise” ;
“Compagnie d’assurance automobile” ; “Fabricant de pièces automobiles” ; “Commerce de pièces et d’accessoires pour automobile” ; “Garage de réparation automobile” ; “ Restaurateur d’automobiles de collection” ; “Concessionnaire et distributeur de motos” ; “Commerce de pièces et d’accessoires pour motos” ; “Service de nettoyage automobile” ; “Mécanicien automobile” ; “Centre d’entretien rapide pour automobile”.

Présentez vos produits

La catégorie produit est une façon originale de créer une vitrine de vos véhicules à vendre avant même que le client se soit rendu en point de vente. Dans ce champ un lien de redirection vers le site web n'est pas une bonne pratique à suivre. C'est pourquoi nous vous recommandons d'y renseigner un lien qui renvoie vers une page qui regroupe l'ensemble de vos VO / VN ou qui informe sur les services associés.



Notre équipe d'experts vous accompagne sur les bonnes pratiques à mettre en place afin de respecter les attentes de Google.



Ajoutez les services

En plus de mettre en avant vos produits vous pouvez aussi y renseigner l'ensemble des services que vous proposez en y associant leurs prix ainsi qu'une description : SAV, réparation, ventes de pièces détachées...

Cette fonctionnalité n'est pour le moment disponible que sur mobile, dans l'application Maps et lors d'une recherche sur les navigateurs mobiles.

Répondez aux avis

Pensez-y : interagir avec vos clients sur Google My Business et sur vos réseaux sociaux permet de maîtriser votre e-réputation !

Mais ce n'est pas tout, en répondant aux avis négatifs et positifs vous vous tenez au courant de ce qu'il se dit sur vous. Mais vous montrez également que vous êtes à l'écoute des utilisateurs, que vous prenez en compte leurs commentaires et leurs retours.

Vous avez des avis négatifs ? Contre toute attente ils pourraient vous être utiles. Étonnamment, les commentaires négatifs pourraient augmenter votre taux de conversion jusqu'à 85 %. Plus de 95 % des utilisateurs trouvent suspect qu'une fiche n'ait aucun avis négatif.



LE SAVIEZ-VOUS ?

72% des consommateurs ne prennent aucune décision avant d'avoir lu des avis d'autres clients*. Les avis donnent aux acheteurs futurs la **garantie de confiance** qu'ils attendent. Google les utilise d'ailleurs comme **un critère essentiel pour le référencement local**.

Il faut savoir que Google peut aller chercher des avis vous concernant sur les pages de vos partenaires e-réputation et les retranscrire sur vos fiches.



Gagnez du temps : les avis sont centralisés sur notre interface afin d'y répondre plus facilement.



Intéragissez avec les internautes via les questions / réponses

C'est un point important, qui apporte de la valeur à votre fiche, et qui prouve votre intérêt pour vos clients surtout quand on sait que très peu de propriétaires y répondent eux-même. Il peut arriver que ce soit les "Local guide" qui répondent mais parfois à côté. Il est donc conseillé de rester attentif à cet aspect afin d'être réactif.



LE SAVIEZ-VOUS ?

Cette section peut aussi être gérée d'une autre façon **en créant des questions** que peuvent se poser vos clients et d'y **répondre par soi-même comme dans une FAQ**. Pour qu'elle apparaisse en tête sur la fiche, une question doit obtenir **3 avis positifs**.



Gagnez du temps : les questions sont centralisées sur notre interface afin d'y répondre plus facilement.



Ajoutez des attributs

Les attributs permettent d'ajouter des renseignements sur des informations **plus précises et plus spécifiques** : les moyens de paiement, les services associés au point de vente, l'accessibilité, le stationnement etc...

Afin de faire face au contexte du Covid-19 et à la situation délicate de l'accueil des clients dans les points de vente, Google vient d'ajouter de nouveaux attributs.

Ces attributs ont pour objectifs d'indiquer les mesures prises par chaque points de vente pour lutter contre le Covid-19 mais aussi pour rassurer vos clients.

Voici la liste des nouveaux attributs disponibles dans la section «Santé et sécurité» de vos fiches :

- Masque obligatoire : oui/non
- Les employés portent des masques : oui/non
- Prise de température : oui/non
- La température des employés est contrôlée : oui/non
- Rendez-vous obligatoire : oui/non
- Obligation pour le personnel de désinfecter les surfaces entre chaque client : oui /non
- Parois de protection en caisse : oui / non

Ubiflow met à votre disposition un outil qui vous permet de choisir les bons attributs en fonction de votre catégorie principale : <https://client.sefaireconnaître.com/public/attributes/>



LE SAVIEZ-VOUS ?

Mettre à jour vos attributs rend votre fiche plus fiable ce qui aura un impact positif sur votre référencement local.



Pour les remplir, vous avez la possibilité de saisir les informations depuis notre espace client dans Données puis Services.

#3 : RENDEZ VOTRE FICHE UNIQUE ET DIFFÉRENCIEZ-VOUS !



Communiquez via les posts Google et Facebook.

Les posts Google My Business vous permettent de communiquer sur les évènements que vous organisez mais aussi sur vos actualités. Via les posts il est également possible de publier des offres ou des annonces.

C'est une opportunité supplémentaire de partager du contenu intéressant à vos clients et prospects pour l'ensemble de votre réseau. C'est aussi une bonne manière de montrer votre dynamisme.



Notre interface unique vous permet de visualiser et de rédiger tous vos posts Google My Business et Facebook.



Créez une fiche par service et/ou marque

Les concessionnaires automobiles ont la possibilité d'avoir plusieurs fiches pour les différents services qu'ils proposent : la réparation, la ventes de pièce détachées etc.. Cette organisation permet de les distinguer et ainsi renseigner les heures respectives de chaque service afin de renseigner au mieux vos clients.

De même si vous êtes un concessionnaire de voitures neuves, vous avez la possibilité de créer une fiche distinctive pour chaque marque de voiture que vous commercialisez (Dacia, Fiat, Citroën etc.) avec sa propre catégorie principale. Vous aurez donc une meilleure chance de classement lorsque les internautes feront des recherches précises comme "Concessionnaire Citroën".

Activez les conversations instantanées

Afin de favoriser les échanges et de créer un premier contact entre vous et vos prospects vous avez la possibilité d'activer la fonctionnalité «Messages». Elle permet d'ouvrir un chat instantané propre à la préqualification du besoin de votre contact.



Mais méfiez-vous ! Il ne suffit pas d'activer cette fonctionnalité, il faut être réactif car votre temps de réponse est mesuré et affiché.

Les personnes qui seront sur votre fiche pourront alors voir votre délai habituel de réponse aux messages :

- «Répond généralement en quelques minutes»
- «Répond généralement en quelques heures»
- «Répond généralement en 24 heures»
- «Répond généralement en quelques jours»

Et après ?



LE SAVIEZ-VOUS ?

Une fois que vous avez optimisé votre fiche, vous **devrez vous assurer de la maintenir à jour afin qu'elle continue à bien être référencée.**

LES 10 CONSEILS POUR CONTINUER À ANIMER MA FICHE:

- #1. Ajoutez régulièrement des Google Posts pour maintenir la communication avec vos clients et prospects. Cela montrera que vous êtes actif et que vous avez des nouveautés à apporter aux internautes.
- #2. Actualisez vos photos et vos vidéos.
- #3. Filtrez les photos téléchargées par les utilisateurs et signalez toutes les images non pertinentes pour les supprimer.
- #4. Sollicitez de nouveaux avis de la part de vos clients.
- #5. Répondez régulièrement aux nouveaux avis, qu'ils soient positifs mais aussi négatifs.

#6. Répondez à toutes les questions qui vous sont posées.

#7. Ajoutez de nouvelles questions fréquemment posées à votre section «Questions/réponses».

#8. Enrichissez votre catégorie “Produits” en y ajoutant les nouveautés de votre stock.

#9. Enrichissez votre catégorie “Services” en y ajoutant les nouveautés proposées par votre réseau.

#10. Mettez à jour les horaires/les dates en cas de changement (jours fériés, fermetures exceptionnelles, vacances...).

Néanmoins, il faut savoir que [l'algorithme et les attentes de Google ne cessent d'évoluer](#) ce qui a bien évidemment un impact sur les critères de référencement local de Google. Il est donc difficile pour vous, professionnel de l'automobile, d'être toujours au point sur l'optimisation de vos fiches.



Grâce à notre [partenariat avec Google My Business](#) et à l'expertise de notre équipe, nous sommes toujours au courant des évolutions et des attentes de Google. C'est pourquoi nos experts ont la volonté de [vous accompagner sur les bonnes pratiques](#) à mettre en place pour que vous ayez toujours une longueur d'avance sur votre référencement local et sur vos concurrents !

SOURCES: SEM RUSH, Withespark, Cox Automotive.
Crédits photos: AdobeStock - Unsplash

CONCLUSION

QUE FAUT-IL RETENIR ?

Votre objectif est d'être vu par les clients qui cherchent un véhicule dans votre secteur géographique. Mais pour les convaincre de vous faire confiance il est indispensable de maîtriser votre e-réputation en interagissant avec eux. C'est en suivant les différentes étapes d'optimisation de vos fiches que vous atteindrez cet objectif :

#1 VALIDER LES FONDAMENTAUX

#2 ENRICHIR VOS FICHES D'INFORMATIONS

#3 RENDRE VOS FICHES UNIQUES ET VOUS DIFFÉRENCIER



Ubiflow bénéficie d'une expertise spécialisée dans l'univers de l'automobile renforcée par ses partenariats avec Google et Facebook.

Notre solution de référencement local vous permet de booster votre visibilité locale et de maîtriser votre e-réputation en gagnant du temps grâce à notre interface et un interlocuteur unique !

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS SUR NOTRE SOLUTION ?

N'ATTENDEZ PLUS, DEMANDEZ VOTRE DÉMONSTRATION AVEC UN EXPERT !

JE VEUX UNE DEMONSTRATION !



ubiflow 

www.ubiflow.net

02.99.83.05.36

contact@ubiflow.net

