

ARBORESCENCE STUDIO

GUIDE PRATIQUE

arborescence.studio

Référencement local : être visible sur Google Maps et la recherche locale

Fiche Google Business Profile, avis clients, cohérence des informations : ce qui fait vraiment la différence pour une activité locale.

arborescence.studio

Le référencement local n'est pas le référencement classique

Une recherche comme "plombier à Grenoble" déclenche un résultat spécifique — un encart avec carte et fiches d'établissements — avant même les résultats classiques. Ce classement local dépend de critères différents du référencement d'un site généraliste, et une petite structure peut y être très bien placée sans budget publicitaire.

La priorité absolue. Une fiche Google Business Profile complète et à jour pèse plus, pour une activité locale, que n'importe quel autre effort de référencement.

La fiche Google Business Profile

ÉLÉMENT	POURQUOI IL COMPTE
Catégorie d'activité précise	Détermine dans quelles recherches la fiche apparaît
Horaires exacts et à jour	Un horaire faux est une des premières causes de mauvais avis
Photos réelles et récentes	Rassure et augmente le taux de clic vers la fiche
Adresse identique partout (voir NAP ci-dessous)	Une adresse incohérente brouille le signal envoyé aux moteurs
Réponse aux avis, positifs comme négatifs	Signal d'activité réelle et de sérieux pour les visiteurs comme pour le classement

La cohérence NAP (Nom, Adresse, Téléphone)

Le nom de l'établissement, l'adresse et le téléphone doivent être écrits **strictement de la même façon** partout où ils apparaissent — site, fiche Google, annuaires, réseaux sociaux. Une adresse abrégée ici et complète là-bas, ou un numéro de téléphone différent d'un endroit à l'autre, affaiblit le signal de confiance envoyé aux moteurs de recherche.

Le piège du déménagement. Après un changement d'adresse ou de numéro, vérifier et corriger manuellement chaque annuaire où l'ancienne information traîne encore — elle ne se met jamais à jour toute seule.

Les avis clients

Le nombre et la fraîcheur des avis comptent autant que la note moyenne. Demander un avis à un client satisfait, au bon moment (juste après une prestation réussie), reste la méthode la plus efficace — bien plus qu'un rappel générique envoyé des mois plus tard.

Checklist

- ☐ Fiche Google Business Profile créée, vérifiée et complète
- ☐ Nom, adresse et téléphone identiques partout où ils apparaissent
- ☐ Photos réelles et récentes ajoutées régulièrement
- ☐ Une réponse est apportée à chaque avis, positif ou négatif
- ☐ Une demande d'avis est envoyée après chaque prestation satisfaisante