

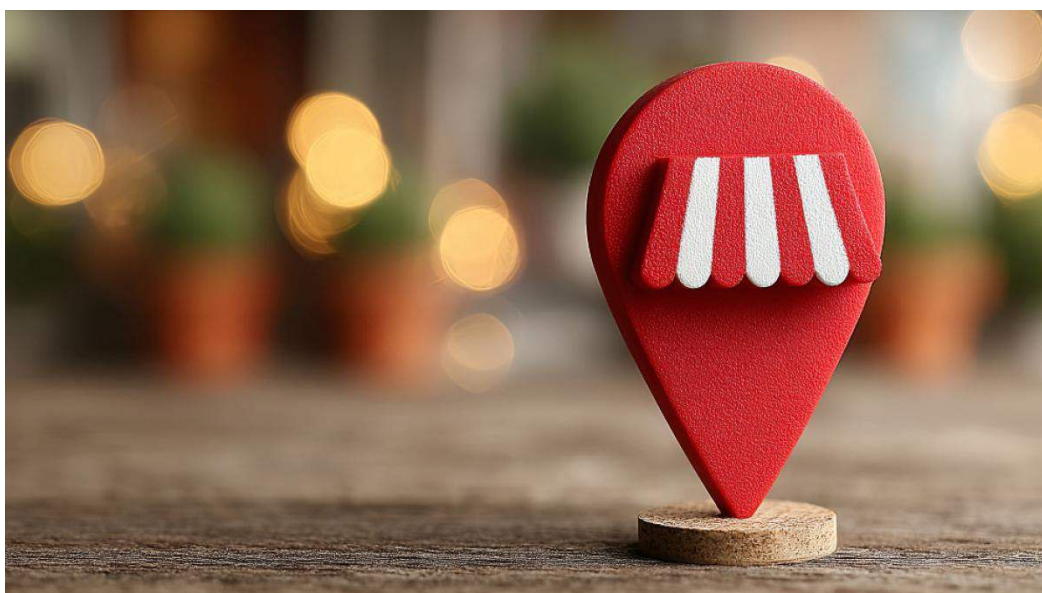
Google My Business : le service de référencement indispensable à la visibilité locale

Fiche pratique | Publié le 24 octobre 2025 | Mis à jour le 24 octobre 2025

[référencement local](#)

[visibilité en ligne](#)

Apprenez à créer et optimiser votre fiche d'établissement sur Google My Business pour booster votre référencement local et attirer plus de clients près de chez vous. Ce guide complet à destination des TPE et PME, réalisé par Simplebo, référencé Activateur France Num, vous donne les clefs pour bien utiliser le service de référencement gratuit de Google, dédié aux entreprises.



Adobe Stock / Simplebo

Trouver des clients près de chez soi passe aujourd'hui par une présence solide sur Internet. Avant même de pousser la porte de votre boutique ou de composer votre numéro, la plupart de vos prospects font une recherche sur Google. Il est indispensable d'**être bien référencé sur le moteur de recherche qui agrège près de 90 % des requêtes effectuées en France**.

C'est pourquoi, la fiche d'établissement Google, aussi appelée **Google My Business (GMB)**, constitue l'un des leviers les plus efficaces pour renforcer et améliorer votre référencement local.

Pourtant, seule 1 entreprise sur 2 utilise ce type de service de référencement gratuit, selon le Baromètre France Num 2025.

Découvrez comment créer, étape par étape, une fiche vivante qui attire durablement de nouveaux clients et transformer une simple recherche en opportunité commerciale.

Google My Business : qu'est-ce que c'est et à quoi ça sert ?

Google My Business , aussi appelée fiche d'établissement Google (ou Google Business Profile), est la **plateforme gratuite** mise à disposition par Google **pour aider les entreprises locales à être visible dans les résultats du moteur de recherche** et améliorer leur présence en ligne.

Elle vous permet de **créer une fiche d'établissement officielle qui s'affiche automatiquement** lorsque des internautes recherchent votre activité, vos produits ou vos services **sur le moteur de recherche de Google ainsi que sur son service de cartographie en ligne Google Maps** .

La fiche d'établissement centralise en un seul endroit **les informations essentielles de votre activité** :

- nom de l'entreprise ;
- adresse ;
- numéro de téléphone ;
- horaires d'ouverture ;
- lien vers votre site web ;
- liens vers vos réseaux sociaux ;
- photos ou vidéos ;
- services proposés ;
- avis clients ;
- etc.

Les utilisateurs peuvent en un instant savoir où vous trouver, comment vous joindre, ce que vous proposez, et consulter les avis de vos clients. Elle est **une véritable carte de visite numérique de votre entreprise**, mais bien plus vivante et évolutive qu'un simple support papier, car enrichie en permanence par l'entreprise et ses clients.

Les principaux avantages de Google My Business

Les comportements de vos clients changent et la concurrence s'intensifie. L'importance prise par Google My Business pour être visible en ligne localement en fait un passage obligé.

Un outil pour capter des clients locaux

Les consommateurs privilégient les commerces de proximité et veulent s'assurer qu'ils sont ouverts. Les recherches incluant l'expression "près de moi" ont ainsi explosé de plus de 250 % ces dernières années, selon Google .

Dans ce contexte, une fiche d'établissement actualisée est **un véritable levier pour capter ces clients locaux qui décident souvent en quelques minutes, quel commerce visiter.**

Quelques chiffres parlants montrent à quel point votre référencement local peut **transformer une simple recherche en visite physique ou en appel** :

- 86 % des consommateurs utilisent Google Maps pour rechercher un professionnel ou une entreprise, selon L'entrepreneur et vous ;
- 76 % des personnes qui effectuent des recherches à l'aide d'un smartphone visitent une entreprise dans la journée, d'après seo.com ;
- 85 % des utilisateurs accordent autant de crédit aux avis en ligne qu'aux recommandations personnelles, selon Trustt .

Par exemple, un artisan boulanger en centre-ville qui actualise ses horaires et publie régulièrement des photos appétissantes de ses créations, va attirer une clientèle qui ne le connaît pas. Les passants qui découvrent sa fiche d'établissement sur Google Maps, vont pouvoir consulter ses avis clients, très positifs et vont décider de pousser sa porte.

Ce scénario s'applique de la même façon pour un thérapeute, un coiffeur ou un commerçant : **une fiche d'établissement bien renseignée est un réel moteur de croissance.**

Un service pour se distinguer de ses concurrents

Un concurrent actif sur Internet peut offrir le même service que le vôtre. Si sa fiche affiche des horaires à jour, des photos récentes et la bonne catégorie d'activité, il sera plus visible et plus crédible aux yeux des internautes.

Google valorise la précision. **Une fiche d'établissement correctement renseignée est mieux positionnée dans les résultats.** Ces détails font la différence entre un internaute qui clique sur votre fiche ou qui choisit le concurrent en ligne.

De plus, pour beaucoup de clients, votre fiche est le **premier point de contact**. Elle remplace parfois la page d'accueil de votre site internet : l'impression laissée en quelques secondes influence la décision d'achat. Soigner ce premier regard est donc stratégique pour votre visibilité.

Un point de contact multicanal

La fiche établissement facilite les interactions possibles :

- un clic pour **trouver le numéro de téléphone et appeler** ;
- un bouton "Itinéraire" pour **savoir comment venir jusqu'à vous** ;
- des liens vers votre site web, votre boutique en ligne ou vos réseaux sociaux pour **en savoir plus sur vos produits ou services** ;

Sur mobile, ces actions sont encore plus intuitives : un seul geste pour téléphoner ou obtenir un plan d'accès !

Utile : Google My Business intègre désormais WhatsApp pour permettre à vos clients de vous appeler ou vous envoyer un message via l'application. Découvrez comment utiliser cette nouvelle façon d'échanger avec vos clients, avec les conseils d'Abondance .

Un levier de confiance pour les clients

La présence d'avis clients est très importante pour la crédibilité de votre entreprise : 93 % des consommateurs affirment que les avis en ligne influencent leurs décisions, d'après Geolid . **Une fiche d'établissement bien notée permet de rassurer immédiatement les consommateurs.**

La présence d'avis récents et votre manière d'y répondre renforcent votre crédibilité. Un commentaire positif auquel vous répondez avec courtoisie donne envie d'en savoir plus, tandis qu'une réponse calme à un avis négatif prouve votre sérieux.

Les étapes clés pour créer et optimiser votre fiche d'établissement Google

Créer et valider sa fiche établissement

Rendez-vous sur la plateforme Google My Business

Connectez-vous avec un compte Google, puis saisissez le nom de votre entreprise.

Suivez les étapes : renseignez l'adresse, la zone desservie, la catégorie principale.

Ensuite, vous devez **valider votre fiche auprès de Google**. Cette étape confirme que vous êtes bien le propriétaire de l'établissement. La méthode la plus courante consiste à recevoir une carte postale avec un code de confirmation à l'adresse de votre entreprise.

Mais, d'autres solutions existent selon votre situation : validation par téléphone, par e-mail, via votre compte Google Search Console ou encore par une courte vérification vidéo en direct où vous montrez vos locaux ou votre activité à un représentant Google.

À savoir : il se peut que Google ait déjà créé votre fiche ! Dans ce cas, vous devez **revendiquer la propriété de votre fiche**, c'est-à-dire confirmer auprès de Google que vous êtes bien le représentant de l'entreprise.

Pour en savoir plus sur la création de la fiche établissement Google, suivez les conseils de Simplébo :

- 9 étapes pour créer une fiche d'établissement Google

Renseigner sa fiche avec précision

Une fois la fiche validée, **complétez chaque champs** : coordonnées, horaires, services, accessibilité (parking, rampe pour personnes à mobilité réduite...). **Ces détails améliorent votre référencement local et la satisfaction des clients.**

Indiquez l'adresse de votre site web et ajoutez les réseaux sociaux sur lesquels vous êtes présent.

Choisissez avec soin votre catégorie principale et ajoutez des sous-catégories pertinentes. Par exemple, un restaurant peut préciser "cuisine végétarienne" ou "service traiteur".

Mettre en valeur son activité

Des visuels attrayants augmentent significativement les clics sur votre fiche ! Téléversez des photos professionnelles, un logo et, éventuellement, des courtes vidéos qui reflètent votre ambiance ou vos produits.

Utilisez aussi la fonctionnalité "Posts" pour partager vos actualités, offres spéciales, événements ou conseils. Ces publications apparaissent directement sur votre fiche et montrent que votre entreprise est active.

Gérer les avis clients

Les avis sont un levier puissant de visibilité locale. N'hésitez pas à inviter vos clients satisfaits à laisser un commentaire après une prestation. Une formulation simple comme : "Votre avis compte pour nous, pourriez-vous partager votre expérience sur notre fiche Google ?" suffit souvent.

Vous pouvez aussi utiliser des QR Code menant directement à la page d'avis pour faciliter la collecte d'avis. Suivez les conseils d'Abondance pour profiter du service dédié de Google .

Répondez systématiquement aux avis, positifs ou négatifs. Un merci chaleureux ou une réponse constructive à une critique montrent votre professionnalisme.

Pour en savoir plus consultez le dossier :

- [Comment obtenir des avis clients, y répondre et les mettre en avant ?](#)

Mettre à jour sa fiche et suivre ses performances

Créer votre fiche Google My Business est un bon début. Pour aller encore plus loin et véritablement attirer des clients, la clé du succès réside dans la régularité de vos mises à jour.

Garder une fiche à jour

Le fait de faire vivre la fiche envoie un signal positif à Google et améliore votre référencement local.

Planifiez une mise à jour régulière : vérifiez vos horaires, mettez de nouvelles photos,

Publiez un "Post" une fois par mois. Utilisez ce type de publication pour annoncer une nouvelle offre, partager un conseil pratique lié à votre métier ou mettre en avant un produit saisonnier. Pour une petite entreprise, ces publications aident à maintenir le contact avec la clientèle et encouragent les visites de vos clients.

Suivre les statistiques de consultation de sa fiche

Un onglet "Statistiques", permet d'accéder à de nombreuses informations sur la façon dont les internautes interagissent avec votre fiche. Ces données constituent un véritable tableau de bord pour piloter votre visibilité locale :

- nombre de vues ;
- nombre d'appels passés directement ;
- nombre de clics vers votre site ;
- nombre de demandes d'itinéraire ;
- etc.

Par exemple, si vous remarquez une hausse des clics ou des appels après la publication d'une photo ou d'un post, c'est un indicateur que ce type de contenu suscite l'intérêt de vos clients et mérite d'être renouvelé ou amplifié.

4 erreurs fréquentes à éviter

Certaines maladresses nuisent à la visibilité de votre fiche établissement :

1. Choisir une mauvaise catégorie ;
2. Créer des doublons de fiches ;
3. Laisser des horaires erronés ;
4. Ignorer les avis ou y répondre trop tard.

En restant attentif à ces points, vous vous offrez un support de visibilité performant.

Le conseil de l'expert

Une fiche d'établissement Google My Business bien renseignée et vivante est indispensable au référencement local de votre entreprise et contribue directement à :

- faciliter la vie de vos clients ;
- inspirer confiance ;
- et attirer de nouveaux contacts.

En améliorant votre référencement local, vous transformez une simple recherche en opportunité de croissance durable !

Mais le référencement local ne se limite pas à Google My Business ! Explorez les autres outils pour améliorer votre visibilité locale : les autres annuaires, un site web optimisé, des réseaux sociaux actifs, des campagnes publicitaires géolocalisées, etc.

Faites rayonner votre activité dans votre quartier, votre ville... et au-delà !

En savoir plus

- [9 étapes pour créer une fiche d'établissement Google](#)
- [Google Business Profile : la checklist SEO pour votre visibilité locale](#)
- [Comment améliorer votre référencement local](#)
- [Google Business Profile : 91% des variations de position s'expliquent par ces 5 facteurs clés](#)
- [Comment attirer des clients avec Google My Business ? Voici les conseils de Sandrine Bertrand !](#)

À propos de l'auteur Simplébo



Simplébo, référencée Activateur France Num, est l'agence web n°1 sur les avis Google et Trustpilot. Simplébo fait tout ce que vous ne voulez pas faire :

- Création ou refonte de votre site web
- Optimisation de votre position sur Google
- Collecte et diffusion de vos avis.

Julien Karachehayas | Tous droits réservés

[Référencement](#)

[Tous les secteurs](#)

[Toutes les régions](#)

[Prudent](#)

[Débutant](#)

[Haut de page](#)

Recevoir la lettre de France Num

La lettre d'information est envoyée tous les 15 jours.
[Voir le dernier numéro](#)

[Je m'abonne](#)

Suivez-nous sur les réseaux sociaux