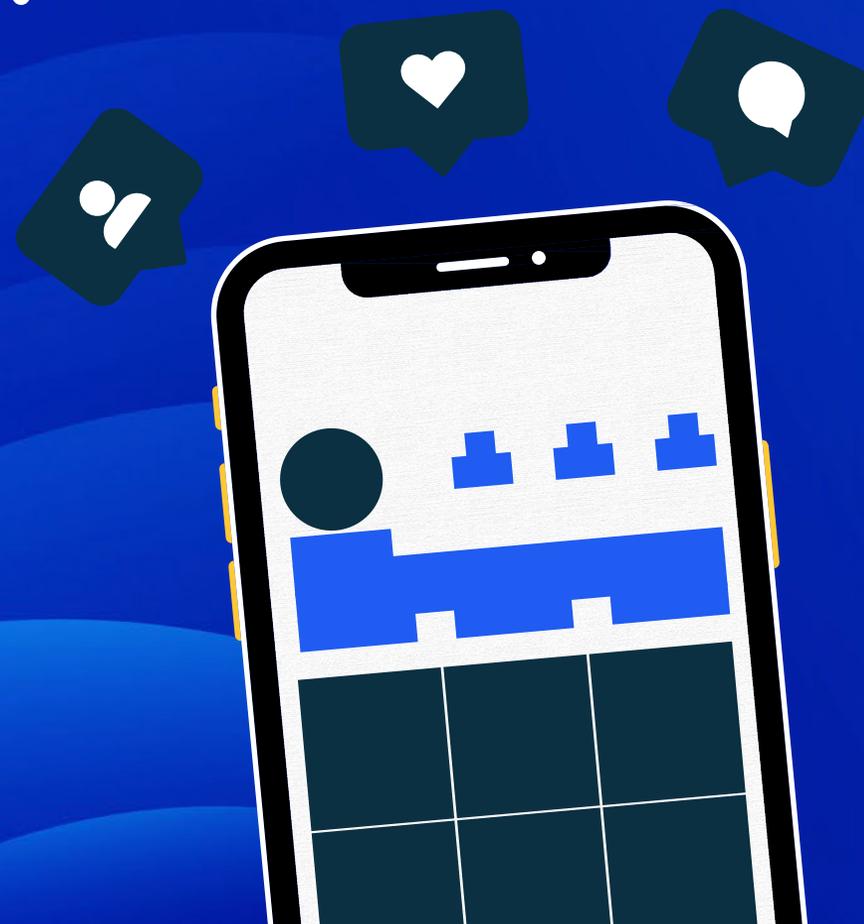


# Atelier digital – « Comment améliorer sa visibilité en ligne? »



CCI NICE  
CÔTE D'AZUR

Au cœur de votre histoire

# Comment optimiser sa présence en ligne ?

01

Optimiser mon profil Google Business Profil

02

Maitriser sa E-reputation

03

Construire une présence engageante sur Facebook et Instagram

Google

Business Profile



# Google Business Profil: optimiser son profil



## Renseigner les informations clés

Assurez-vous que les coordonnées de votre entreprise, les horaires et jours d'ouverture, et autres détails soient précis et à jour.



## Publier du contenu régulièrement

Partager des publications, des photos de qualité, des offres, pour maintenir l'intérêt de vos clients potentiels.



## Répondre aux avis

Intéragissez avec vos clients en répondant à leurs commentaires positifs, comme négatifs. Google peut intégrer vos évaluations Facebook, Booking, Airbnb ...



## Analysez les statistiques

Exploitez les données fournies par Google My Profile pour mieux comprendre le comportement de votre audience.

# Google Business Profil: optimiser son profil



## Les « plus » de la fiche GMB

- Les posts
- La fiche produits /services
- La foire aux questions
- La description
- Avis clients

Quels sont les horaires d'ouverture ? Où se situe précisément l'établissement ?  
De quelle activité s'agit-il ?  
A quoi ressemble l'établissement ? Que disent les avis clients ?  
Que dit le site web ? ... Je les appelle !

## GBP: Les éléments clefs



### Mr Lépiciier by Froggy Gourmet - Antibes

[Site Web](#) [Itinéraire](#) [Enregistrer](#) [Appeler](#)

4,5 ★★★★★ 37 avis Google

Épicerie fine

**Services disponibles:** Achats en magasin · Retrait en magasin

**Adresse :** 21 Rue Aubernon, 06600 Antibes

**Horaires :** Ouvert · Ferme à 18:30 ▾

Mis à jour par l'établissement il y a 1 semaine

## GBP : #Local Pack

Important pour être vu dans les premiers résultats de recherche Google.

### Adresses :



#### Boulangerie-Restaurant Maison Kayser - Vauban

2,6 ★★★★★ (174) · 1-10 € · Boulangerie

Antibes

Repas sur place · Vente à emporter · [Site Web](#)

#### Boulangerie de la Gare

3,9 ★★★★★ (385) · 1-20 € · Boulangerie

Antibes

Repas sur place · Vente à emporter · Pas de livraison · [Site Web](#)

#### Maison SAINT JALME - Antibes

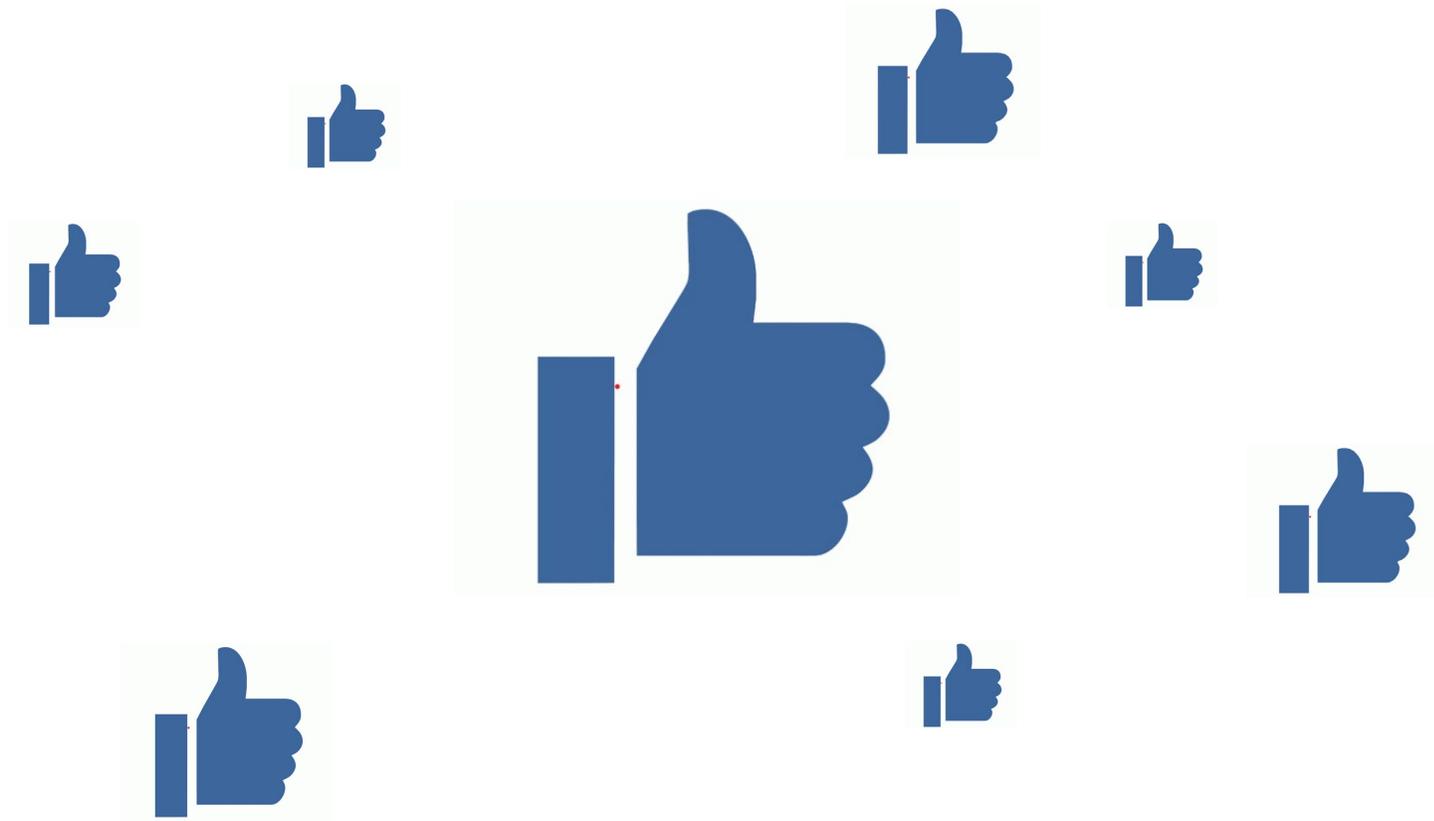
4,0 ★★★★★ (84) · Boulangerie

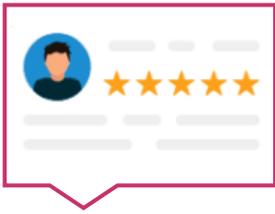
Antibes

Achats en magasin

[Autres adresses](#) →

# E- réputation





**La E-Réputation est l'ensemble des avis clients qui contribuent à construire votre image de marque.**



Un avis client est le retour d'un client à la suite d'une expérience vécue avec une entreprise.

### **Les types d'avis clients**

**L'ensemble des avis déposés** spontanément et volontairement par le consommateur.

Ils concernent majoritairement les avis diffusés sur les réseaux sociaux ou sur les plateformes libres de diffusion d'avis clients.

**Les avis sollicités** sont les avis collectés à la suite d'une demande de la part de l'entreprise.

Cette sollicitation s'effectue souvent par le biais d'une enquête de satisfaction post-achat, par e-mail, une demande de l'entreprise oralement ou en magasin.

# Avis clients



## Ce que vous devez savoir

9/10 personnes qui **consultent les avis des autres clients avant de consommer.**

93 % des Français lisent les avis clients avant de prendre une décision d'achat.

60 % des consommateurs **estiment qu'une note inférieure à 3.5 sur 5 est rédhibitoire** pour se rendre dans un établissement.

Les **avis positifs** ont le pouvoir d'influencer :

- La crédibilité – notoriété - visibilité d'une marque
- Le CA en accélérant l'acquisition et la fidélisation des consommateurs

Un **avis négatif** n'est pas une fatalité, il s'agit même d'un levier de fiabilité. Pour l'entreprise, il peut se transformer en opportunité positive : celle d'identifier les motifs d'insatisfaction à traiter en priorité, et ainsi transformer les "détracteurs" en "Ambassadeurs". Attention aux avis diffamatoires.

# Avis clients



## Faut-il répondre aux avis ?

Avis NEGATIFS

### STRUCTURER LA RÉPONSE AUX AVIS NÉGATIFS

Remercier le client et rester courtois

Faire des réponses personnalisées

Être dans l'empathie et faire son mea culpa en cas de problèmes

Être factuel Inviter la personne à vous recontacter Signer vos réponses

Ne faire qu'une seule et unique réponse

## Encourager vos clients à laisser des avis

### Sollicitation à chaud

**Sollicitation passive** : supports avec QR codes qui renvoient automatiquement vers la plateforme d'avis de votre choix.

**Sollicitation à froid** : SMS ou courriel après prestation/vente ou plateformes de vérification d'avis comme Avis vérifiés, Trustpilot, Ekomi ou Zenchef pour les restaurants. Celles-ci collectent des avis clients après prestation, en votre nom, puis les modèrent et les certifient, faisant ainsi la chasse au faux avis.

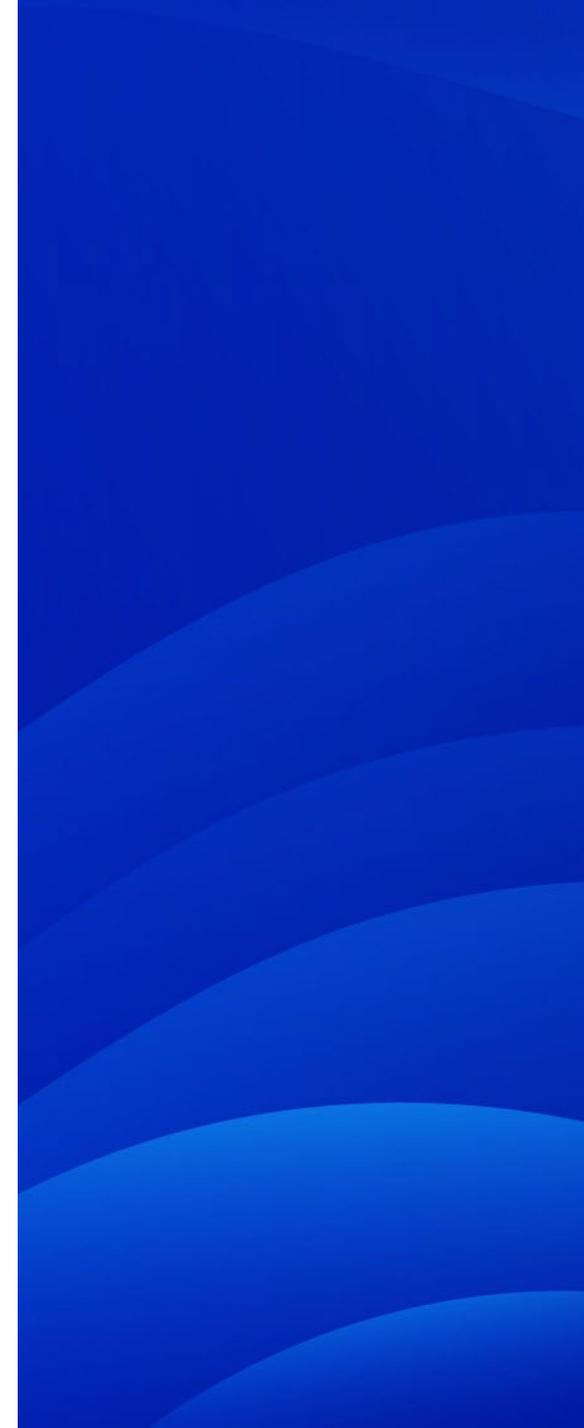
# Avis clients



## Les erreurs à ne pas commettre

- Ne pas répondre aux avis clients
- Ne pas personnaliser ses réponses
- Ne pas encourager ses clients à laisser des avis
- Ne pas savoir ce qui se dit de votre établissement sur Internet
- Ne pas communiquer sur les avis positifs
- Supprimer des commentaires / avis négatifs
- Organiser des concours ou donner quelque chose en échange Répondre à chaud (émotionnel)

# Facebook





# Soignez votre profil

- Choisissez des photos qui représentent au mieux votre entreprise.
- Votre logo en photo de profil permet d'identifier facilement l'entreprise.
- Pour votre photo de couverture, choisissez une image des produits de votre magasin, ou une photo tirée de votre campagne marketing actuelle.



Description

Catégories

CONTACT

Numéro de téléphone  Avec un numéro de téléphone

Site web  A un site web

E-mail  A une adresse e-mail

LIEU

Adresse  Possède une adresse

- Important de remplir tous les champs de la section « À propos » Inscrivez votre emplacement et vos heures d'ouverture.
- Indiquez des informations pertinentes à propos de votre utilisation de Facebook Messenger.
- Ajoutez une description détaillée des services de votre entreprise.



# Rédiger le post idéal

Avant toute chose, demandez-vous ce qu'est un BON post Facebook ?

Une bonne publication doit transmettre du contenu qui va intéresser vos fans. Plus vos fans sont captivés, plus ils auront envie d'interagir, voire de relayer vos contenus !

Comment faire ?

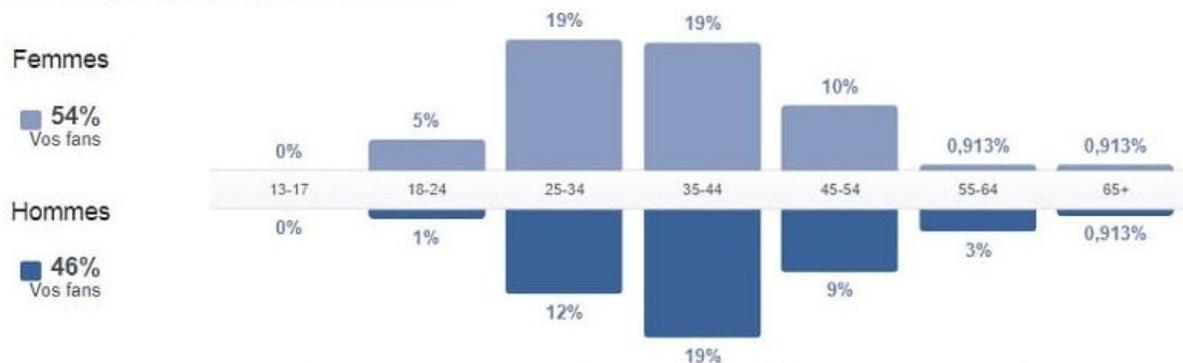
- Écrire un **texte court** et de qualité
- Placer les **notions clés** en début de texte
- **Inciter à l'interaction**
- **Soigner sa ponctuation**
- Faire **des liens** vers votre site
- Utiliser les **hashtags avec parcimonie**
- **Privilégier les photos et les vidéos courtes**
- Être identifiable en créant une **charte graphique dédiée à vos publications**
- Penser mobile en utilisant des **visuels optimisés pour smartphones et tablettes**
- **Publier régulièrement** aux heures préférées de votre communauté





# Apprendre à connaître ses clients

Ensemble de données démographiques des personnes aimant votre Page selon les informations d'âge et de genre qu'elles ont indiquées sur leur profil d'utilisateur.



Pays	Vos fans	Ville	Vos fans	Langue	Vos fans
France	164	Paris	59	Français (France)	169
Italie	7	Lyon	8	Anglais (US)	25
Tunisie	5	Nantes	5	Anglais (UK)	10

Les statistiques donnent des informations sur la **performance générale** de votre Page, afin de vous aider à **créer du contenu adapté à votre audience**, dont :

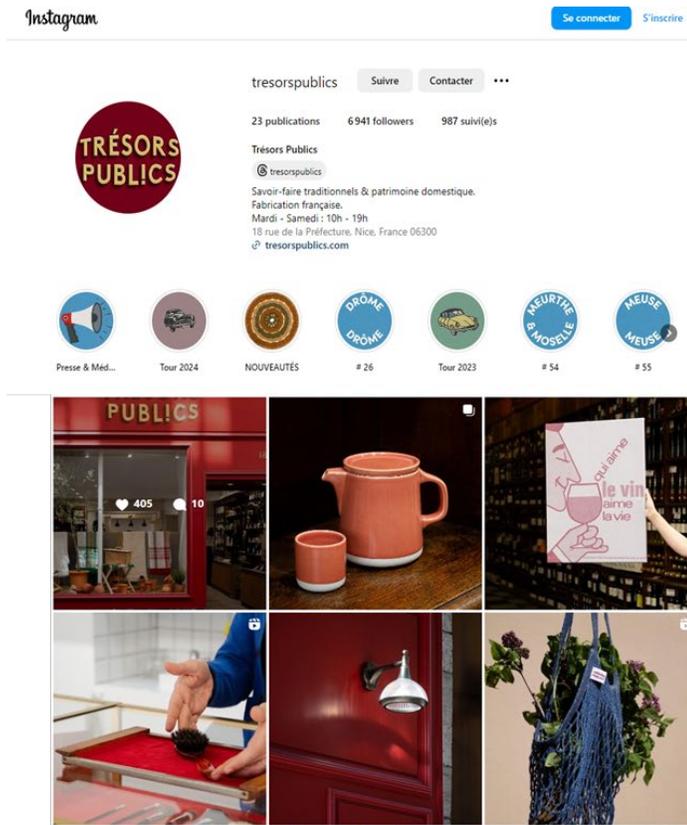
- Les données démographiques (âge, genre, pays, ville, ...)
- L'appareil utilisé
- Le niveau d'engagement de votre audience

# Instagram





# Le réseau social idéal des commerçants



- \* Toucher les émotions du client
- \* Renforcer la confiance du client
- \* Favoriser la curiosité



# Instagram: créer et animer une communauté



## Contenu visuel

Créez un feed Instagram attrayant avec des photos de qualité, des vidéos en phase avec votre image de marque.



## Engagement

Interagissez régulièrement avec vos abonnés en commentant, aimant et répondant à leurs publications.



## Hashtag pertinent

Utilisez des hashtags ciblés pour améliorer la visibilité de votre contenu et toucher votre public.

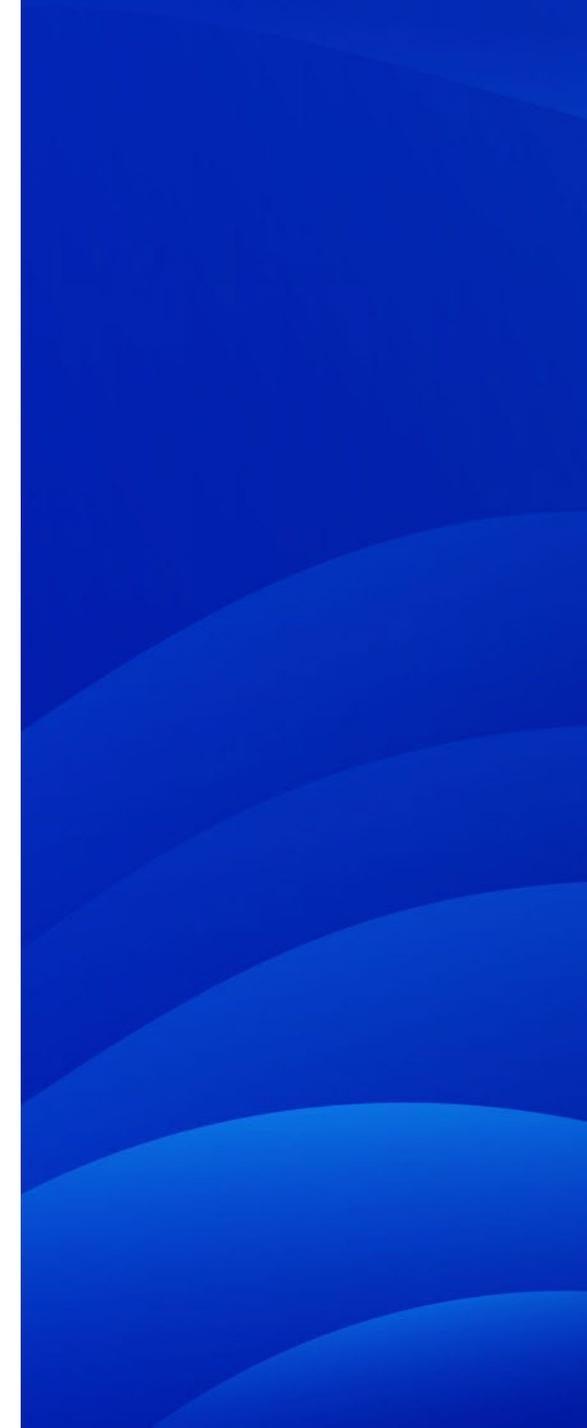


## Suivi des performances

Analysez vos statistiques Instagram pour identifier les publications les plus performantes et ajuster votre stratégie.



# Soignez votre profil





# Contenu visuel idéal



## Vulgariser son contenu au maximum

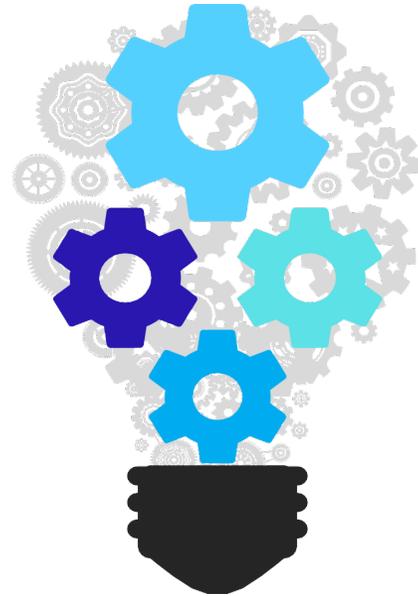
Les utilisateurs viennent ici pour se détendre, s'évader.



## Clarifier et raccourcir votre discours

Le temps d'attention est de tes abonnés est de quelques secondes.

Les utilisateurs Instagram consomment du "fast content" : contenu court, dynamique.



## Eviter les contenus vitrine

Même s'ils s'adorent acheter. Instagram est l'endroit du story telling: partage ton quotidien, tes valeurs et ton univers.



## Privilégier le contenu authentique et spontané, personnalisé votre contenu





# Astuces pour optimiser la portée de vos publications



Les #Hashtags doivent être pertinents. Placer ces # dans la légende des photos ou vidéos, ou encore dans la bio.

Ce qui compte sont les #mots-clés.

Les #Réels ne sont plus mis en avant, les DMS sont le nouveau like

Les carrousels longs sont favorisés

Les stories interactives boostent la visibilité

Instagram favorise les créateurs qui partagent du contenu original et engageant sur le long terme



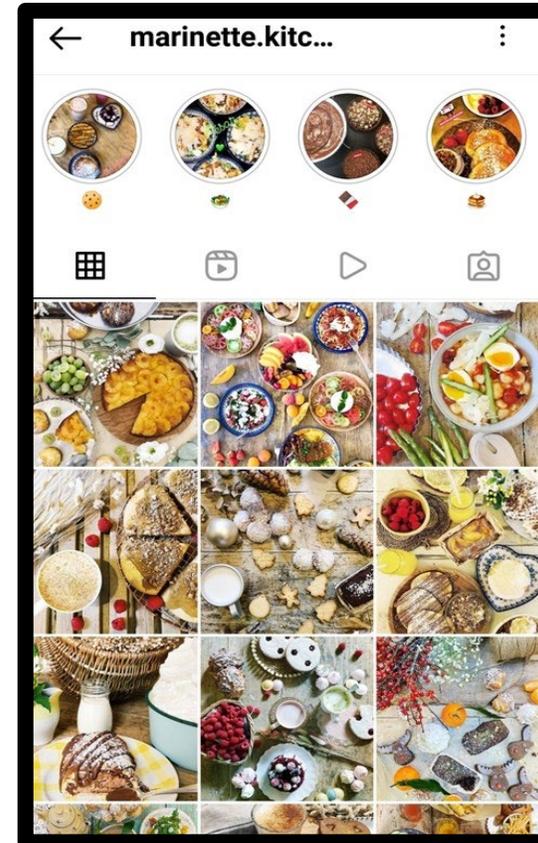
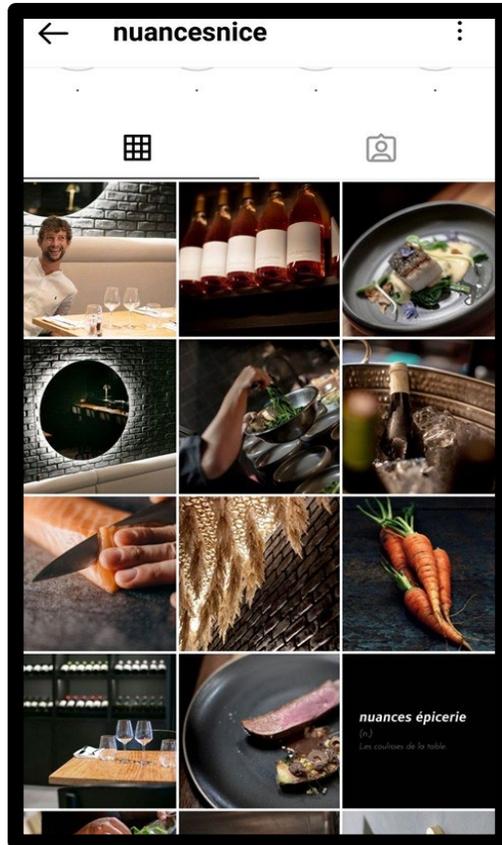
# Feed Instagram

## Esthétique et harmonie

L'harmonie passe avant tout par **la couleur**

Soignez la **lumière**

Usez et abusez de la **mise en scène**





# Apprenez à connaître vos clients

Les statistiques donnent des informations sur la **performance générale** de votre compte, afin de vous aider à **créer du contenu adapté à votre audience**, dont :

- les données démographiques (âge, genre, pays, ville), l'appareil utilisé...
- le niveau d'engagement
- audience



On estime que les meilleurs créneaux pour publier un post se trouveraient **entre 6 h et 10 h le matin, entre 12 h et 13 h et enfin, le soir, entre 17 h et 21h**

Plus vous avez d'informations sur votre audience, plus vous êtes en mesure de créer du contenu adéquat

# Pour aller plus loin avec la CCI NCA



**Philippe Labbe**

philippe.LABBE@cote-  
azur.cci.fr



**Sandrine Bongiovanni**

sandrine.bongiovanni@cote-  
azur.cci.fr



Au cœur de votre histoire



20, boulevard Carabacel | CS 11259 | 06 005 NICE CEDEX 01



04 93 13 73 00



cote-azur.cci.fr