

Liste de vérification : fiche Google

Pour les propriétaires et responsables marketing d'entreprises locales au Québec et ailleurs au Canada qui gèrent eux-mêmes leur fiche d'établissement Google. Faites-la au complet une première fois, puis revenez à la dernière section chaque mois.

Temps requis: **45 à 60 minutes pour la mise en place, puis environ 30 minutes par mois**

Mise à jour: **octobre 2026**

01 Revendiquer et valider la fiche

- ☐ **Cherchez le nom de votre entreprise sur Google Maps avant de créer une fiche**
Google crée parfois une fiche tout seul. Revendiquez-la au lieu d'en ouvrir une deuxième.
- ☐ **Connectez-vous avec un compte Google qui appartient à l'entreprise**
Si la fiche dépend du compte personnel d'un employé qui part, vous risquez d'en perdre l'accès.
- ☐ **Faites la validation avec la méthode que Google vous propose**
Pour une vidéo : un seul plan continu qui montre la rue, l'enseigne et une preuve que vous y travaillez.
- ☐ **Ne touchez ni au nom ni à l'adresse pendant la validation**
Une modification en cours de route peut relancer ou bloquer le processus.
- ☐ **Ajoutez un deuxième propriétaire ou gestionnaire dans Personnes et accès**
Un associé, ou votre agence comme gestionnaire, pour qu'un départ ne vous coûte jamais la fiche.
- ☐ **Cherchez les doublons de votre fiche et signalez ceux à supprimer**
Une vieille fiche créée par un ex-employé, ou une fiche par langue, nuit à la vraie.

02 Les informations de base

- ☐ **Inscrivez le vrai nom de l'entreprise, tel qu'il figure sur l'enseigne et l'immatriculation**
Ajouter des mots-clés ou « Montréal » au nom peut mener à une suspension.
- ☐ **Choisissez la catégorie principale la plus précise pour votre service principal**
Regardez la catégorie principale des trois premiers concurrents sur Google Maps pour votre recherche principale.
- ☐ **Ajoutez des catégories secondaires seulement si elles décrivent ce qu'est votre entreprise**
Google demande le moins de catégories possible, les plus précises. Vos services vont plutôt dans la section Services.
- ☐ **Affichez l'adresse seulement si les clients viennent chez vous. Sinon, indiquez une zone de service**
Travail à domicile ou chez le client : cachez l'adresse. Jamais de bureau virtuel ni de case postale.
- ☐ **Entrez vos heures habituelles et les heures spéciales avant chaque congé**
Fête nationale, fête du Canada, fête du Travail, les Fêtes. Une porte fermée, c'est un avis négatif assuré.

- ☐ **Gardez exactement le même nom, la même adresse et le même téléphone que sur votre site**
Vérifiez le pied de page et la page Contact. Les autres répertoires sont couverts dans notre liste SEO local.
- ☐ **Liez votre page d'accueil ou votre page de service principal, en https, sans redirection**
Ajoutez des paramètres UTM, comme `utm_source=google&utm_medium=organic`, pour voir ces visites dans Google Analytics.

03 Description, services et photos

- ☐ **Rédigez la description en français d'abord, puis une version anglaise plus courte**
La Charte de la langue française exige que le français soit offert dans des conditions au moins égales à l'anglais.
- ☐ **Dites ce que vous faites, pour qui et où, avec les mots de vos clients**
Vous avez 750 caractères. Pas de liens, de prix ni de promotions : ça va dans les publications.
- ☐ **Listez chaque service ou produit avec une description d'une ou deux phrases**
C'est l'endroit naturel pour les mots que vos clients tapent. Beaucoup de fiches laissent cette section vide.
- ☐ **Ajoutez une photo de votre devanture vue de la rue et de votre entrée**
La personne qui demande l'itinéraire doit vous reconnaître en arrivant.
- ☐ **Ajoutez de vraies photos de l'intérieur, de l'équipe et de vos réalisations, plus logo et couverture**
Oubliez les photos de banque d'images. Les clients le voient, et elles n'apportent rien.
- ☐ **Activez tous les attributs qui s'appliquent à votre entreprise**
Accès en fauteuil roulant, rendez-vous en ligne, langues parlées : ces détails aident le client à vous choisir.

04 Les avis Google

- ☐ **Copiez votre lien d'avis dans Voir les avis, puis Recevoir plus d'avis**
Envoyez-le par texto ou par courriel, ou mettez-le en code QR au comptoir ou sur vos factures.
- ☐ **Demandez un avis à chaque client juste après une bonne expérience**
Quelques avis chaque mois valent mieux qu'une vague suivie de silence.
- ☐ **N'offrez jamais de rabais, de cadeau ou de participation à un concours contre un avis**
C'est contraire aux règles de Google, et ça peut nuire à toute la fiche.
- ☐ **Envoyez le lien à tous vos clients, pas seulement aux plus satisfaits**
Trier les clients avant de leur demander un avis va à l'encontre des règles de Google.
- ☐ **Répondez à chaque avis dans la langue du client**
Un avis en français, une réponse en français. Un avis en anglais, une réponse en anglais. Les futurs clients voient que vous êtes bilingue et attentif.
- ☐ **Répondez aux avis négatifs avec calme et proposez de régler ça hors ligne**
Donnez un numéro ou un courriel. Pas de débat en public : les futurs clients lisent votre réaction.
- ☐ **Signalez les faux avis ou les avis abusifs, puis répondez une fois, poliment**
Indiquez que vous n'avez aucune trace de ce client. Restez bref.

05 L'entretien chaque mois

- ☐ **Publiez au moins une fois par mois, idéalement chaque semaine**
Altermes offres, réalisations, conseils et événements. En français, avec une courte ligne en anglais si vous voulez.
 - ☐ **Ajoutez trois à cinq nouvelles photos réelles chaque mois**
Des photos récentes aident le client qui hésite entre vous et le commerce d'à côté.
 - ☐ **Vérifiez que personne n'a modifié vos heures, votre téléphone, votre adresse ou votre site**
N'importe qui peut suggérer une modification. Sans réponse de votre part en quatre jours, Google peut la publier.
 - ☐ **Consultez l'onglet Performances : appels, demandes d'itinéraire et clics vers le site**
C'est votre vrai tableau de bord pour savoir si la fiche vous amène des clients.
 - ☐ **Modifiez un seul champ important à la fois, jamais le nom, l'adresse et la catégorie ensemble**
Plusieurs gros changements d'un coup peuvent déclencher une nouvelle validation ou une suspension.
-

Vous voulez un deuxième regard ? Nous regardons votre fiche dans un audit local gratuit et nous vous disons quoi corriger en premier. Vous n'êtes pas obligé de faire affaire avec nous ensuite.

Demander l'audit gratuit: nexasolutions.ca/fr/contact

ou appelez le 438-992-2979 · info@nexasolutions.ca