

Être visible sur Google.



Avec Google My Business.

- Augmentez votre notoriété et votre visibilité locale.
- Créez du trafic en magasin.
- Communiquez facilement avec efficacité.

www.zeiss.com/vision



Seeing beyond

Google : un préalable quasi systématique pour choisir son magasin.¹

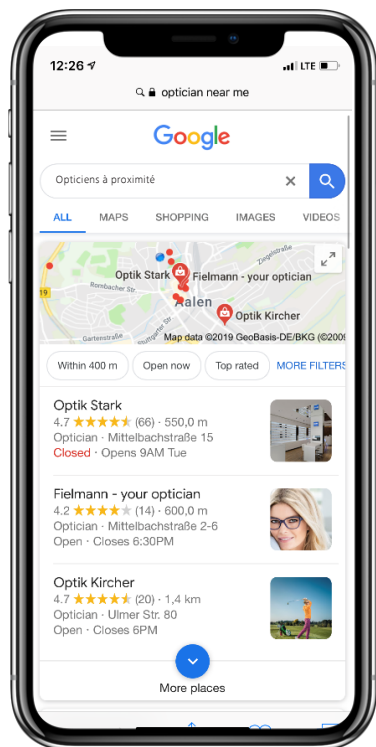


Seeing beyond

Avant de prendre une décision d'achat, la très grande majorité des consommateurs va effectuer une recherche en ligne. Un résultat de recherche sur Google se compose de

- trois piliers :
- les publicités payantes
 - la liste d'entreprises locales
 - les résultats naturels.²

Comment le consommateur cherche un opticien sur Google ?



Le consommateur recherche :
"Opticien près de chez moi"



Résultat de recherche Google :
Trois opticiens les mieux référencés.



Le consommateur recherche :
"Nom du magasin de l'opticien"



Résultat de recherche Google :
Fiche commerciale d'un opticien comprenant les heures d'ouverture, le numéro de téléphone, l'itinéraire vers le magasin, etc...



Le consommateur recherche :
"Opticien + ville"



Résultat de recherche Google :
Semblable à la 1ère recherche, le consommateur verra les trois opticiens les mieux classés à proximité.

C'est parti !

Pour être trouvé avec les trois requêtes de recherche, vous avez besoin d'une fiche Google My Business. Cette fiche aidera les consommateurs à trouver votre magasin.



1

2

3

Qu'est-ce que Google My Business ?



Seeing beyond

Google My Business est un outil gratuit fourni exclusivement aux entreprises pour apparaître en ligne dans la recherche Google et Google Maps. Tout comme les pages jaunes, Google My Business aide les clients existants et potentiels, qui recherchent un opticien en ligne.³

76% des gens recherchant une entreprise autour d'eux effectuent une recherche locale sur Google.

28% d'entre eux visitent un magasin dans les 24 heures et effectuent un achat.⁴

Pourquoi est-ce important pour votre magasin ?

Vous souhaitez augmenter les ventes en offrant les meilleurs produits et solutions, non seulement aux clients existants, mais également aux clients potentiels. Google My Business vous aidera à être visible par ceux qui effectuent des recherches en ligne.

Qu'est-ce que le Store Locator ZEISS ?

ZEISS promeut régulièrement la page de son site permettant de trouver les opticiens partenaires: le Store Locator. En association avec Google, cet outil de recherche en ligne a été optimisé et reprend désormais les informations fournies sur votre compte Google My Business.

Facile et efficace: les informations de votre compte Google My Business sont reprises sur le site ZEISS.



Google My Business fournit des informations, des photos et des détails sur votre magasin aux consommateurs à la recherche d'un opticien à proximité. De plus, ils peuvent désormais planifier un itinéraire vers votre magasin avec le nouveau Store Locator.



La mise à jour régulière de votre fiche Google My Business rend votre point de vente plus attrayant pour les consommateurs qui recherchent un opticien.



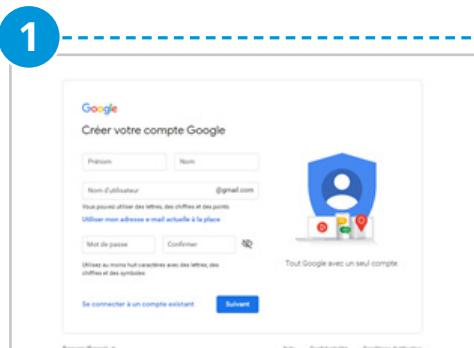
Les avis en ligne vous aident à vous démarquer. Ils renforcent votre notoriété et vous différencient.

1ère étape

Comment créer et gérer son compte Google My Business ?



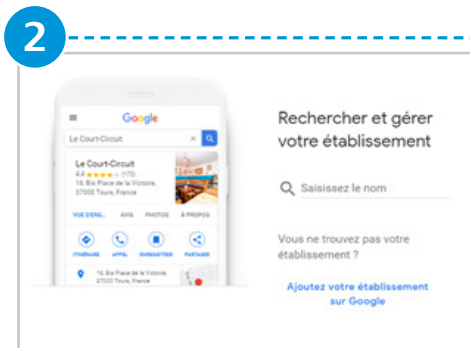
Seeing beyond



Etape 1

Créez un compte Google pour votre entreprise.

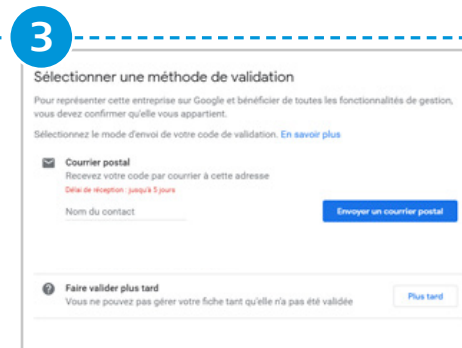
1. Accédez à <https://accounts.google.com/signup> pour créer un compte Google.
2. Remplissez les champs avec les informations demandées ainsi qu'avec l'adresse e-mail de votre entreprise.
3. Insérez votre numéro de téléphone et intégrez le code reçu.
4. Accédez à www.google.com/business et sélectionnez "Gérer mon profil".



Etape 2

Créez ou revendiquez votre fiche Google My Business.

1. Entrez le nom de votre magasin.
2. Ajoutez votre adresse de magasin et sélectionnez en tant que catégorie professionnelle «opticien».
3. Cliquez sur "gérez" si votre magasin apparaît.

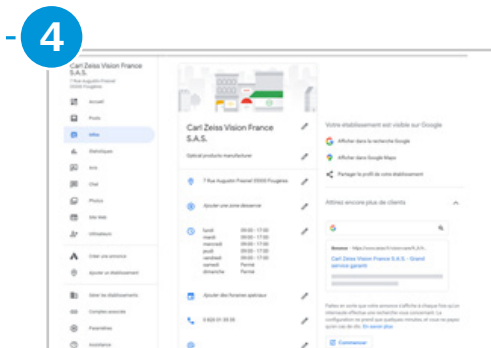


Etape 3

Faites vérifier votre fiche Google My Business.

1. Faites maintenant vérifier votre fiche Google My Business. Google vous enverra un code par voie postale.
2. N'apportez aucune modification à votre fiche Google My Business jusqu'à ce que le code de vérification arrive ! Cela peut prendre jusqu'à 14 jours.
3. Rendez-vous ensuite sur www.google.com/verifymybusiness et insérez le code que vous avez reçu.

Remarque: Si vous voyez une page qui dit "Cette annonce a déjà été revendiquée", cliquez sur "Demander l'accès". Ensuite, suivez les instructions pour réclamer votre fiche entreprise.



Etape 4

Optimisez votre fiche Google My Business en allant

- dans l'onglet Infos ou Accueil. Cliquez sur le picto "✎" pour renseigner les différents champs.
1. Ajoutez des catégories supplémentaires (jusqu'à cinq), à savoir optométriste, visagiste, etc.
 2. Ajoutez les heures d'ouverture de votre magasin.
 3. Ajoutez une description de votre magasin.
 4. Ajoutez des photos / vidéos de votre magasin.
 5. Fournissez toutes les informations pertinentes.
 6. Intégration de vos données Google My Business dans le store locator ZEISS. Les données intégrées seront automatiquement connectées au Store Locator ZEISS dans un délai d'une semaine.

Fournissez-nous des informations précises sur votre magasin, cela nous permet de nous assurer que le trafic est directement envoyé vers celui-ci.

Enrichissez votre fiche avec les informations qui comptent.



Seeing beyond



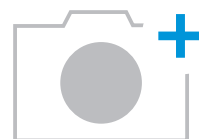
Précisez vos horaires d'ouverture.



Mettez en avant vos points forts et ce qui vous différencie dans la description de votre magasin. Exemple :

Notre équipe est à votre disposition pour vous aider à choisir le meilleur équipement selon vos besoins.

En tant que partenaire ZEISS certifié, nous étudions vos besoins pour vous offrir une solution de vision personnalisée. Contactez-nous dès maintenant.



Donnez un aperçu de votre boutique et de ses produits pour susciter la visite en magasin.



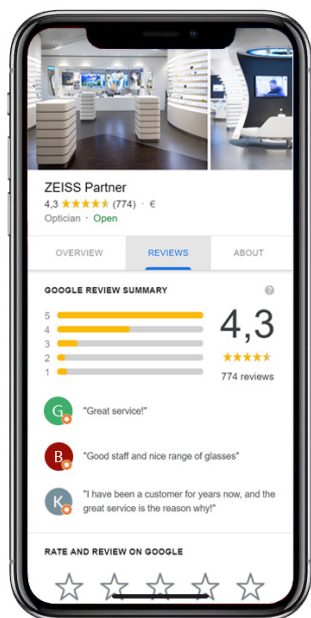
Alimentez votre profil

Créez et gardez le contact avec vos clients.



Seeing beyond

Avis Google



Pourquoi les avis Google sont-ils importants ?

Sur la base des étoiles et du nombre d'avis, les utilisateurs ont tendance à choisir le commerçant le mieux noté sur Google.

Comment obtenir plus d'avis Google pour votre entreprise ?

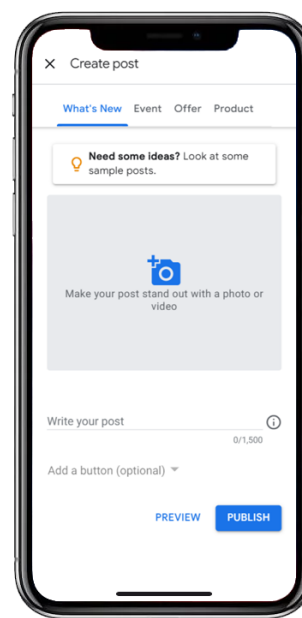
Vous pouvez demander directement à vos clients s'ils peuvent laisser un avis pour votre magasin. Vous pouvez leur faciliter la tâche en leur offrant un lien d'avis personnalisé pour votre compte Google My Business. Pour ce faire, rendez vous sur votre compte, puis il vous faudra :

- Ajoutez un nom court (onglet Info)
- Partagez le lien personnalisé obtenu.



Astuce : Répondez à chaque avis, qu'il soit négatif ou positif. Cela indique à Google que vous suivez activement les conversations et rassure vos consommateurs.

Publications Google



Pourquoi les publications Google sont-elles importantes ?

Google vous offre un moyen gratuit de générer une publication avec une portée énorme. Grâce à votre fiche Google My Business, vous pouvez créer une publication en un seul clic pour inciter les clients à s'inscrire à une newsletter, à un événement ou même acheter un produit sur votre site. Lorsque les clients recherchent votre entreprise, ils verront immédiatement vos nouvelles publications.

Comment utiliser cette fonctionnalité ?

Il vous suffit de vous rendre sur votre compte Google My Business > Onglet "Posts" > puis cliquez sur "créer votre premier post". Google vous offre quelques options pour créer un message. Vous pouvez ajouter une image ou vidéo, ajouter du texte (jusqu'à 300 mots) et un titre. De plus, vous pouvez ajouter un bouton d'action comme "En savoir plus", «S'inscrire», «Obtenir une offre» ou «Acheter». Vous facilitez la communication directe entre vous et vos clients et améliorez l'expérience client avec des informations en temps réel. Avec les publications Google, vous pouvez même promouvoir les derniers verres et montures disponibles dans votre magasin.

Comment gérer ma fiche Google My Business pendant la crise du Covid-19 ?



Seeing beyond

Les semaines à venir seront un test pour nous tous lors de cette crise sanitaire. L'une des choses essentielles pour atténuer les incompréhensions qui accompagnent cette crise est la disponibilité de l'information. Par conséquent, il est important de spécifier si vos horaires d'ouvertures évoluent ou pas. Deux possibilités s'offrent à vous :

Possibilité 1 - Vous restez ouvert

Vos horaires restent inchangés :

1. Vous n'effectuez aucune modification et vous laissez les horaires initiaux inchangés.
2. Veuillez tout de même vérifier si les horaires initiaux sont corrects.

Vos horaires sont quelque peu modifiés :

Veillez à ne pas modifier vos heures d'ouverture habituelles, mais plutôt à définir des heures d'ouverture spéciales pour les deux prochaines semaines.

1. Connectez-vous à Google My Business sur votre ordinateur. (www.google.com/business)
2. Cliquez sur Info > Ajouter des horaires spéciaux.
3. Cliquez sur Ajouter une nouvelle date.
4. Précisez les horaires spécifiques pour chaque jour.
5. Lorsque vous avez entré toutes les heures d'ouverture spéciales, cliquez sur Appliquer.

Possibilité 2 - Vous êtes temporairement fermé

Veillez à ne pas modifier vos heures d'ouverture habituelles, mais marquez plutôt votre magasin comme temporairement fermé pour une période définie.

1. Connectez-vous à Google My Business sur votre ordinateur. (www.google.com/business)
2. Cliquez sur Info > Fermez cet établissement sur Google.
3. Cliquez sur «Marquer comme temporairement fermé».

Remarque : les entreprises fermées apparaîtront sur Google avec une visibilité réduite. Vous pouvez choisir de marquer cette entreprise comme ouverte à tout moment.

4. Cliquez OK pour confirmer.
5. Réactivez votre boutique dès que vous êtes ouvert.



Remarque : N'hésitez pas à communiquer concernant votre situation et vos horaires d'ouverture sur vos réseaux sociaux. Vos clients seront informés sur votre situation en temps réel.

N'oubliez pas d'actualiser toutes les informations Google My Business lorsque la situation sanitaire reviendra à la normale.



Seeing beyond

Références

- 1 Forrester, Digital-Influenced Retail Sales Forecast 2018 & 2023, Dec. 2018.
Consulté sur : <https://www.forrester.com/report/Forrester+Analytics+DigitalInfluenced+Retail+Sales+Forecast+2018+To+2023+US/-/E-RES145455>
- 2 Google, Welcome to Google My Business, Google My Business Help, Aug. 2019.
Consulté sur : <https://support.google.com/business/answer/6300665?hl=en>
- 3 YouTube, What is Google My Business?, June 2019.
Consulté sur : <https://www.youtube.com/watch?v=-19QflV07uU>
- 4 Google, I-Want-To-Buy-It Moments: Mobile's Growing Role in a Shopper's Purchase Decision, July 2016
Consulté sur : <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/purchase-decision-mobile-growth/>

Des questions sur le store locator ou sur Google My Business?

Contactez votre représentant ZEISS ou par
e-mail à marketing.opticiens@zeiss.com.

ZEISS Vision Care France

www.zeiss.fr/vision-care/home.html
marketing.opticiens@zeiss.com