



Agence de communication spécialisé en réseaux sociaux - tournage vidéo - shooting Photo

Nous savons que la communication est **chronophage**,
c'est pourquoi nous intégrons votre entreprise pour **créer des contenus** et gérer votre publicité
afin que vous puissiez vous concentrer sur votre **coeur de métier**.



Quelles sont les actions pour votre communication ?

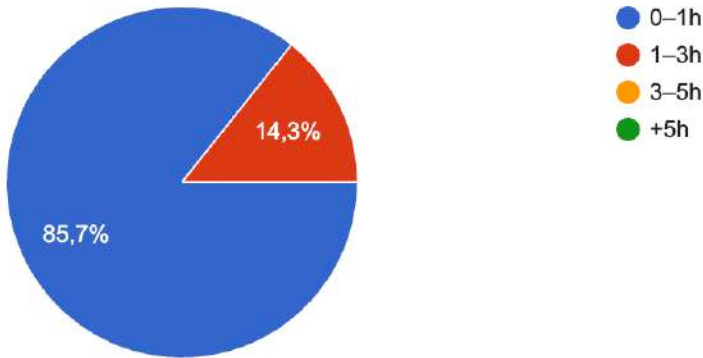
- Comment définir un objectif et une cible.
- Apprendre à optimiser sa page Google Business.
- Comment mettre à jour les bios réseaux sociaux.
- Quand la régularité apporte des résultats
- Quel contenu faire pour sa communication ?
- Comment obtenir 5 avis Google.
- Signature mail et mise en place 1 newsletter/mois.
- La modération comme clé d'action
- Pourquoi être sur le terrain ?



Nous allons remplir
votre To-Do liste

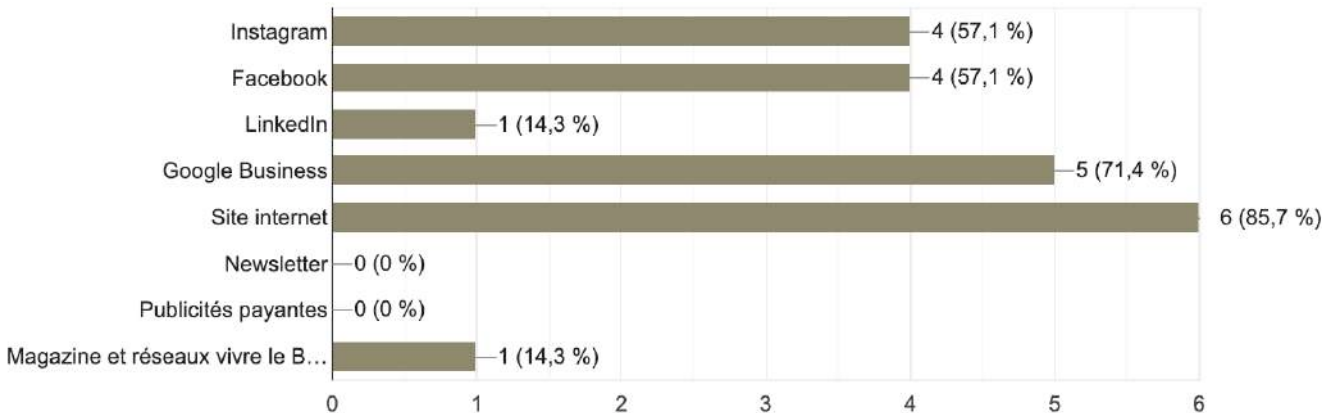
Combien de temps par semaine pouvez-vous réellement consacrer à votre communication ?

7 réponses



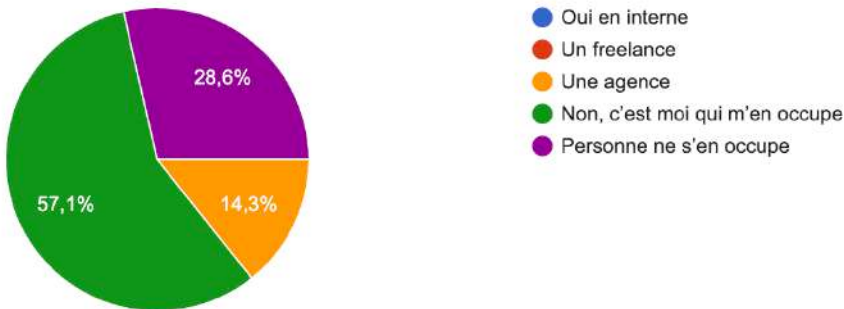
Quels outils utilisez-vous actuellement ? (Plusieurs choix)

7 réponses



Avez-vous déjà une personne dédiée à la communication ?

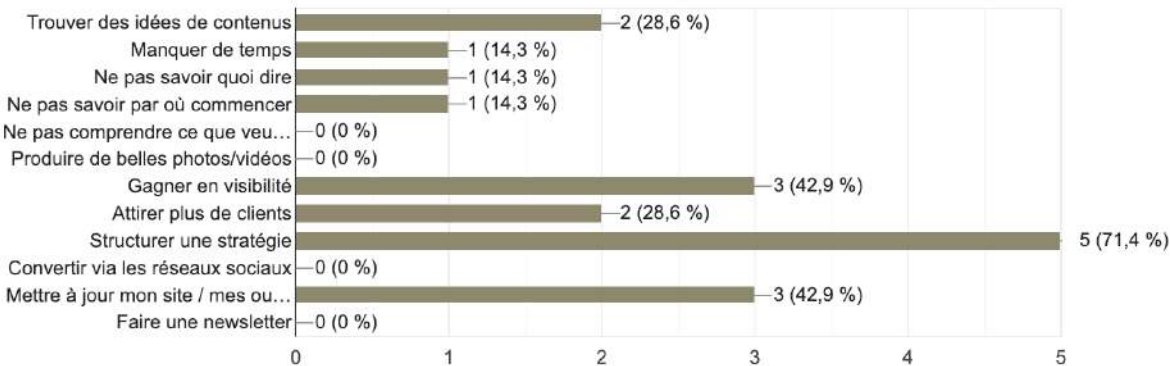
7 réponses



Qu'est-ce qui vous pose le plus de difficultés aujourd'hui ? (Cochez les 3 principaux)

[Copier le graphique](#)

7 réponses



Qu'est-ce qui vous pose le plus de difficultés aujourd'hui ?

- 1 - Structurer une stratégie
- 2 - Gagner en visibilité // Mettre à jour mon site ou mes outils
- 3 - Attirer plus de clients // Trouver des idées de contenus

1. Définir le cap (5 min)

- Définir **un objectif clair** et mesurable (ex : +20 avis Google, +30 leads, + visibilité locale).

-> *Ecrire votre objectif quantifiable pour connaître la progression jusqu'à votre réussite.*

- Connaître précisément sa **cible** : qui est-elle, où elle se trouve, ce qu'elle attend.

-> *Décrire votre cible d'après votre clientèle*

- Résumer son activité en **1 phrase simple** ("Nous aidons X à faire Y sans Z").

-> *Ecrire ce qui fait que votre entreprise est unique*

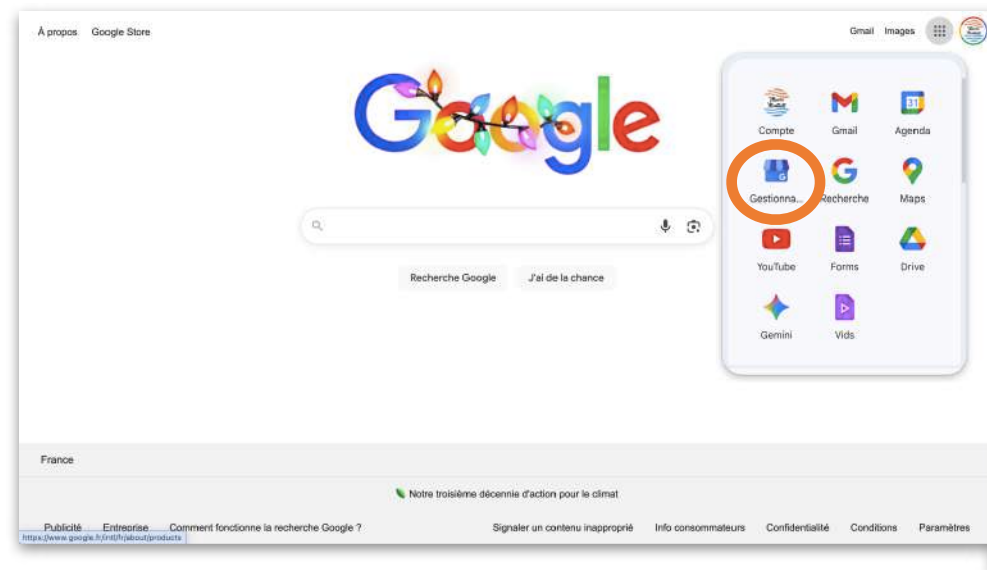
- Lister 3 **messages clés** à répéter partout.

-> *Lister vos 3 messages*

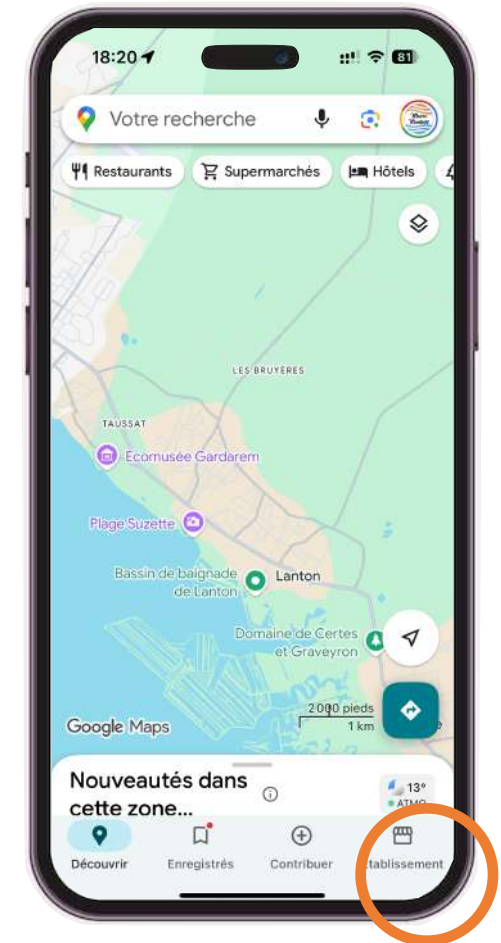
2. Optimiser ses fondations digitales (5 min)

- Vérifier et mettre à jour **Google Business Profile** : horaires, photos, description.

Sur ordinateur :
-> Google Map

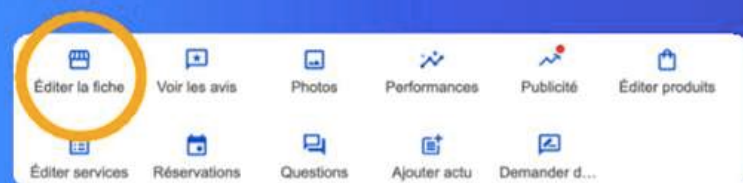


Sur téléphone :
-> Google Map



LE TITRE

C'est où ?



Tu mets quoi ?

Nom de l'entreprise

Indiquez le nom public de l'établissement. En savoir plus

..... +

Ton activité

Ton nom de société

Ton identité

Enregistrer

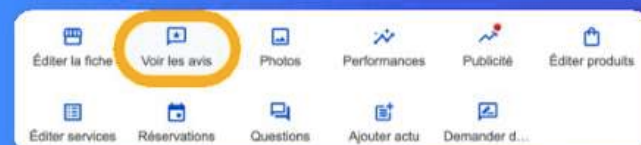
Annuler

⚠ Ne touche pas à ton titre si :

- Ton mot clé est déjà dedans
- Il est LONG > Ca peut faire sauter ta fiche
- Tu as déjà eu des soucis de validation et suspension avec ta fiche

LES AVIS

C'est où ?



Tu fais quoi ?

★★★★★ Il y a 19 heures NOUVEAU

Le temps de intervention très rapide super et le prix moins cher
C'est un monsieur qui est très gentil et professionnel merci

Visité en février

Répondre

Recommandations :

- Répondre à TOUS les avis
- Soyez réactif : ne laissez pas des mois avant de répondre
- Demander des avis à chaque fin de prestation ou retour positif
- Demander à incorporer subtilement le mot clé de votre activité et votre localité

⚠ Danger si :

- Tu ne réponds pas aux avis laisser de tes clients
- Réponds avec manque de professionnalisme aux avis négatifs
- Tu ne demandes jamais d'avis à tes clients

TÉLÉPHONE

C'est où ?



Tu fais quoi ?

→ ON EN MET UN !

Recommandations :

- Renseigner le numéro sur lequel votre entreprise peut le plus facilement être joignable.
- Si vous avez un standard, un(e) réceptionniste : mettez le numéro fixe.



ASTUCE :

- Mettre un numéro de téléphone fixe peut vous faciliter la validation de votre fiche.

SITE INTERNET

C'est où ?



Tu fais quoi ?

→ ON EN MET UN !

Recommandations :

- Mettre ton site web propriétaire, si possible.
- Si pas de site propriétaire = Mettre votre page web avec vos informations, coordonnées et services.
- Si pas de page web = mettre votre page professionnel créé sur les réseaux sociaux.

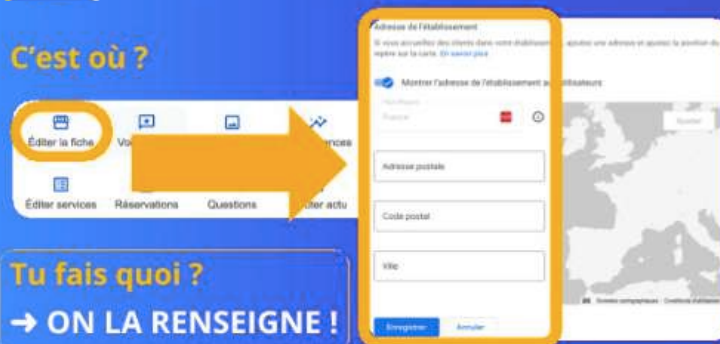


ASTUCE :

→ Si plusieurs fiche Google : mettre en lien la page dédiée à la localité de la fiche ?

ADRESSE

C'est où ?



Tu fais quoi ?

→ ON LA RENSEIGNE !

Recommandations :

- Renseigner l'adresse du siège social de votre entreprise.
- Ou celle de votre local déclaré.
- Ne cherchez pas à prendre une boîte postale ailleurs que votre adresse réelle.

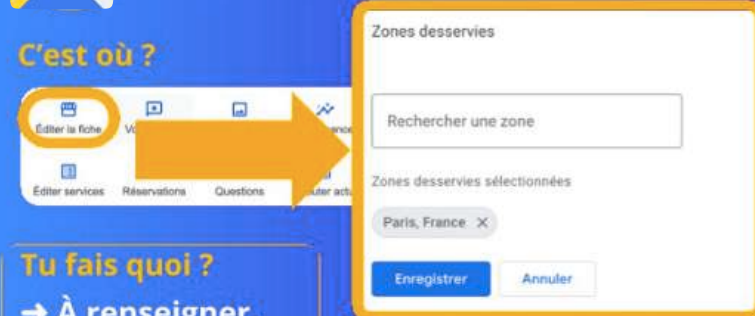


Pourquoi c'est important ?

- Mise en avant plus facile de Google
- Attribue de confiance de la part des utilisateurs.

ZONES DESSERVIES

C'est où ?



Tu fais quoi ?

→ À renseigner.

Recommandations :

- Mettre la localité la plus précise possible.
- Ne mettre que ta ville au départ si ta fiche est invisible.
- Ouvrir le secteur une fois que tu as gagné en notoriété.
- Arrêter de mettre 40 zones = ça sert à rien.



ASTUCE :

→ Même si ton champ d'action est la France entière, reste ciblé sur ton secteur = Google Maps, c'est pour la visibilité LOCALE.

HORAIRES

C'est où ?



Horaires d'ouverture ✎

Ouvert avec horaires standards

Dimanche	Fermé
Lundi	09:00-19:00
Mardi	09:00-19:00
Mercredi	09:00-19:00
Jeudi	09:00-19:00
Vendredi	09:00-19:00
Samedi	09:00-16:00

Tu fais quoi ?

→ Renseigne-les.

Recommandations :

- Remplir chaque champ avec vos horaires.
- Être cohérent
- NE réglez PAS vos heures sur « Ouvert 24 heures sur 24 » sauf si vous l'êtes vraiment.



ASTUCE :

→ Rester ouvert un peu plus longtemps que vos concurrents pour prendre l'avantage.

DESCRIPTION

C'est où ?



Description

Donnez votre établissement une description sur Google. En savoir plus

Mettre votre description
ici

Tu fais quoi ?

→ La remplir.

Recommandations :

- Possibilité d'aller jusqu'à 750 caractères = Mettre au moins 650 caractères pour avoir un texte fourni.
- Mettre votre mot clé objectif.
- Mettre Votre localité précise.
- Renseigner vos services/mots clés satellites.



ASTUCE :

→ Mettre le mot clé et la localité dans la première phrase de votre contenu.

CATÉGORIES

C'est où ?



Catégorie d'activité

Aidez les clients à trouver votre entreprise par secteur. En savoir plus

Catégorie principale 1

Catégorie supplémentaire 2

+ Ajouter une autre catégorie

Enregistrer

Annuler

Tu fais quoi ?

- 1 = Ton activité principale
- 2 = Tes activités secondaires

Recommandations :

- Choisir la catégorie principale comme étant celle de votre objectif à atteindre.
- Ne renseigner des catégories secondaires uniquement si cela est pertinent pour votre activité = sinon, laissez vide.



ASTUCE :

→ Regardez vos concurrents positionnés dans le TOP 3 pour voir quelle catégorie principale ils ont renseignée.



C'est où ?

Tu fais quoi ?

→ Proposer du contenu pour les utilisateurs.



Recommandations :

- Répondre aux questions des utilisateurs.
- Si pas de questions: en mettre toi-même.
- Incorporer des mots clés dans les contenus ajoutés ici.



ASTUCE :

→ Mettre le mot clé et la localité dans la première phrase de votre contenu.



C'est où ?

Tu fais quoi ?

→ Faut détailler.



Recommandations :

- Ajouter des mots clés issus de votre mots clés principal.
- Exemple si vous êtes "consultant SEO" :
- Consultant SEO E-Commerce
 - Consultant SEO local
 - etc.
- Détailler chaque service ajouté.



ASTUCE :

→ Taper votre mot clé dans Google, et aller voir en bas de page "Recherches associées". Cela pourrait vous donner des idées de ce qui est taper par vos potentiels clients.



C'est où ?

Tu fais quoi ?

→ Il faut en mettre



Recommandations :

- Ajouter des médias de qualités.
- Ajouter votre logo et une photo de couverture.
- Ajouter des médias. de manières régulières.



ASTUCE :

→ Avec un outil adéquate, compresser ses images et ajouter des données de géolocalisation de prise de photos permettra d'ajouter des optimisations sur votre localisation et gagner en crédibilité pour Google.

RÉSEAUX SOCIAUX

C'est où ?



Profil sur les réseaux sociaux

Augmentez la confiance de vos clients en partageant vos profils sur les réseaux sociaux. En savoir plus sur les profils sur les réseaux sociaux.

Profil sur les réseaux sociaux	Adresse Web
Facebook	https://www.facebook.com/martinevaseo
LinkedIn	https://www.linkedin.com/in/thomas-lapere-900/

[Ajouter un profil sur les réseaux sociaux](#)

[Enregistrer](#) [Annuler](#)

Tu fais quoi ?

→ Les renseigner !

Recommandations :

→ Ajouter les liens de vos pages de réseaux sociaux actives pour faire le lien entre votre fiche Google et ces derniers.

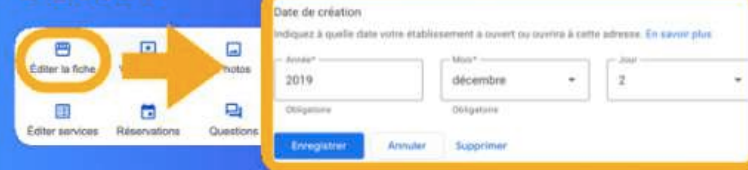


Pourquoi c'est important ?

→ Google attribue de plus en plus d'importance à l'autorité des personnes : faites valoir votre communauté.

DATE DE CRÉATION

C'est où ?



Date de création

Indiquez à quelle date votre établissement a ouvert ou ouvrira à cette adresse. [En savoir plus](#)

Année	Mois	Jour
2019	décembre	2

[Obligatoire](#) [Obligatoire](#)

[Enregistrer](#) [Annuler](#) [Supprimer](#)

Tu fais quoi ?

→ La renseigner



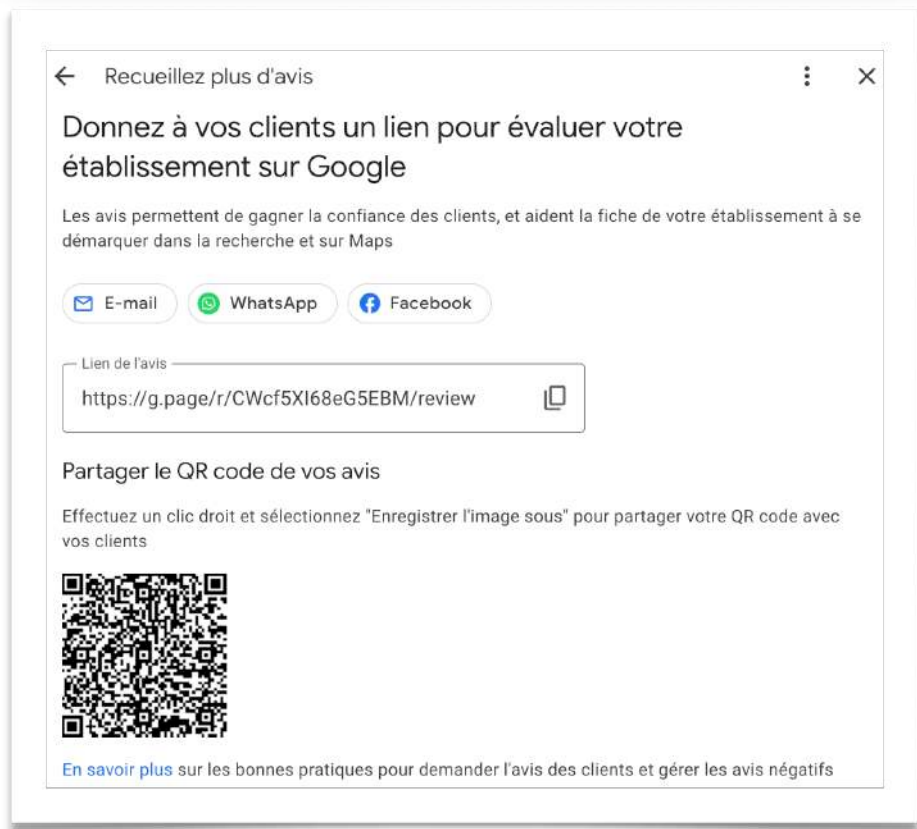
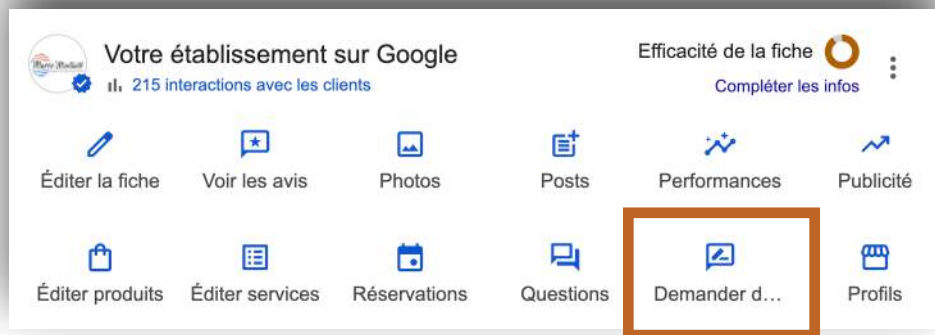
Recommandations :

→ Mettre la date de l'ouverture de votre société.
→ Mettre au moins l'année et le mois.



Pourquoi c'est important ?

→ Google vérifie la véracité des informations qu'on lui donne. Attester de la date de la création de votre entité permet de lui montrer que vous faites patte blanche.



Imprimer votre QR code pour donner accès plus facilement à votre fiche Google



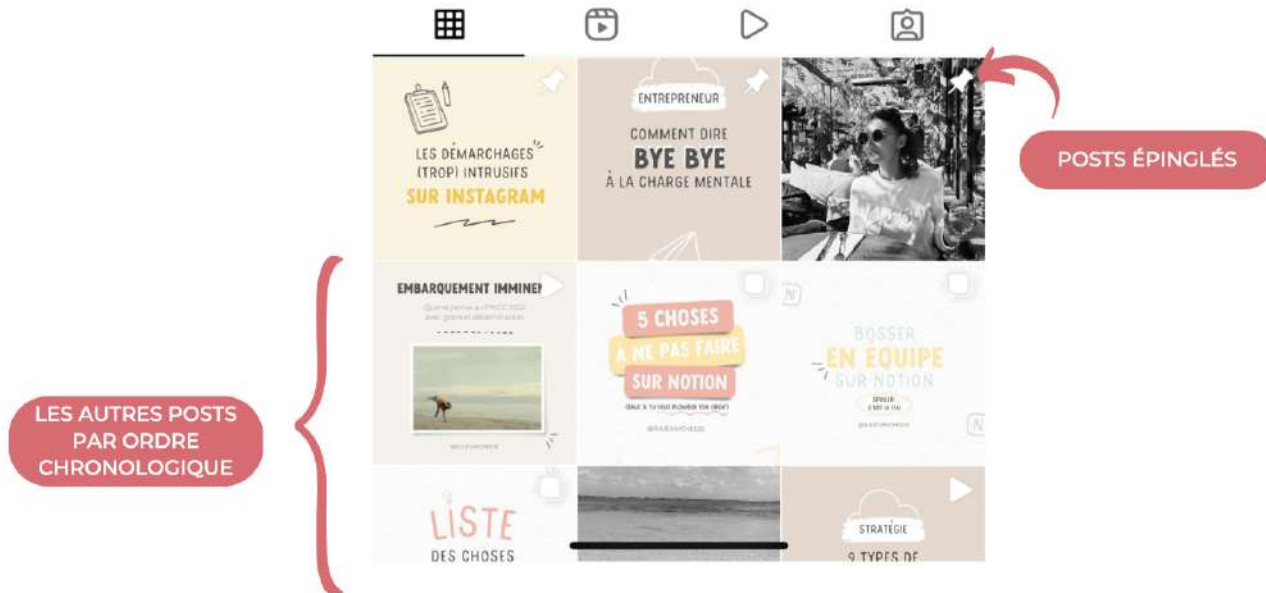
- Optimiser les bios Instagram / Facebook / LinkedIn (1 phrase = promesse + bénéfice).



- **La biographie doit être facile à lire.**
Des phrases courtes ou des mots-clés. Utilisez aussi les retours à la ligne pour aérer votre texte.
- **Elle doit être personnelle.**
Résumer en 1 phrase qui vous êtes et pourquoi vous êtes sur LinkedIn
- **Ajouter un Appel à Action**
Cet Appel à Action incite les followers à visiter le lien ajouté à votre profil.
- **Les éléments à la une (highlights)**
Les éléments à la une sont une façon d'archiver les stories les plus importantes de façon à ce que le public puisse les voir. Vous pouvez regrouper les stories

- Épingler une publication importante (nouveau produit, offre, présentation).

**Ces 3 posts doivent donc répondre aux attentes de ses visiteurs.
Aussi, nous vous recommandons d'épingler les 3 posts suivants :**



1. **Une publication qui décrit votre marque, business ou service** : à l'aide d'une photo attrayante mais surtout d'une bonne légende comprenant un Appel à Action.
2. **Une publication qui décrit vos valeurs** : Mettez en avant les valeurs de votre entreprise
3. **Une publication de votre produit (ou service) phare** : donnez la lumière à votre produit le plus prisé par vos clients afin de susciter l'intérêt auprès de vos potentiels futurs clients (prospects).

Qu'allez-vous créer aujourd'hui ?

Vos designs

Modèles

IA Canva

- Créer une **signature mail professionnelle** : logo + contacts + liens réseaux.

→

Catégorie ▾ Style ▾

SEBASTIAN BENNETT
Graphic Design

123 Anywhere St., Any City, ST 12345
+123-456-7890
hello@reallygreatsite.com
www.reallygreatsite.com



Morgan Maxwell
Finance Manager

+123-456-7890
hello@reallygreatsite.com
123 Anywhere St., Any City

Olivia Wilson
Marketing Specialist

+123-456-7890 hello@reallygreatsite.com 123 Anywhere St., Any City



Jonathan Martin
Community Manager

+123-456-7890 hello@reallygreatsite.com 123 Anywhere St., Any City



Drew Feig
Co-Founder

hello@reallygreatsite.com
(123) 456-7890
123 Anywhere St.,
Any City, ST 12345

Juliana F.

Online Business Manager
www.reallygreatsite.com
hello@reallygreatsite.com
123 Anywhere St., Any City
+123-456-7890



Daniel Gallego
Graphic Designer

hello@reallygreatsite.com
+123-456-7890
www.reallygreatsite.com



AARON MARTI
real estate agent

+123-456-7890
hello@reallygreatsite.com
123 Anywhere St., Any City
reallygreatsite.com



LOU HUET
Graphiste

Clémence Laurent
Coach certifiée | Leadership au Féminin



Daniel Gallego
Entrepreneur



123 Anywhere St., Any City
+123-456-7890

Choisir les plateformes où la cible est réellement



Suivre 20 comptes locaux ou sectoriels.

Publier 1 fois/semaine minimum (régularité > volume).

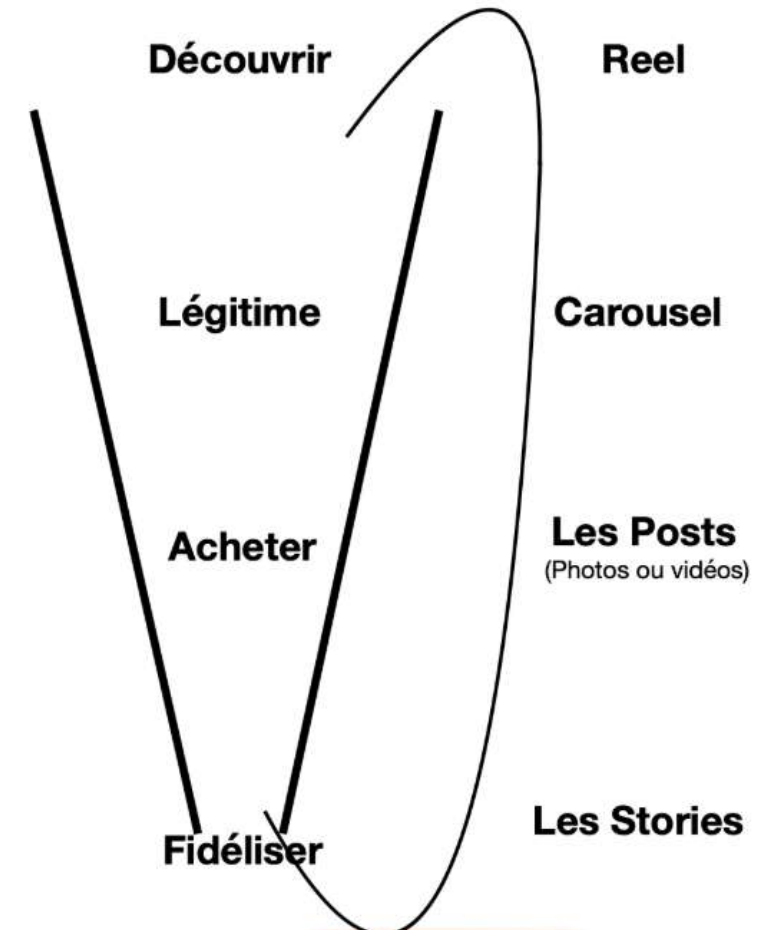
Définir 3 formats fixes

(ex : conseil du lundi / coulisses du mercredi / produit du vendredi).

Quoi poster ?

Question ouverte - Donnez chacun une idée de publication

○ **Répondre à tous les messages & commentaires (double la portée organique).**



4. Mettre en place un mini calendrier éditorial (5 min)

- Planifier 4 semaines à l'avance (Outil ou vous êtes à l'aise pour noter vos idées).
- Préparer une banque de contenus :
 - 10 photos pro ou smartphone
 - 3 mini-vidéos
 - 5 textes déjà prêts

**NE PUBLIEZ PAS AU JOUR LE JOUR
VOUS ALLEZ PERDRE LE RYTHME**

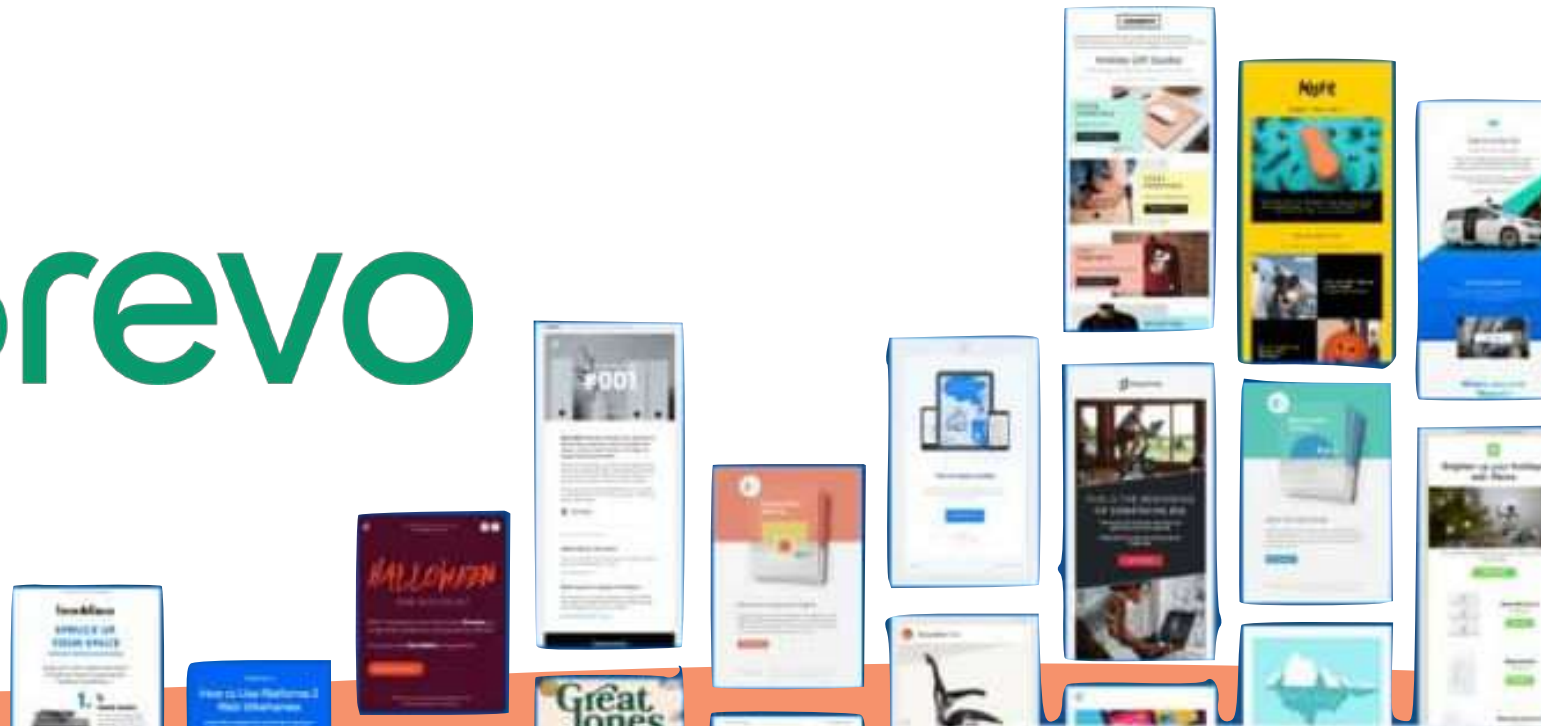
5. Utiliser l'e-mail facilement (Brevo, Mailchimp...)

- Créer une **newsletter mensuelle** : 1 actu + 1 conseil + 1 mise en avant.
- Reprenez vos publications réseaux sociaux pour vos newsletter
- Segmenter sa liste : clients / prospects / partenaires.



mailchimp

Brevo



6. Capitaliser sur les clients (5 min)

- Demander 5 avis Google chaque semaine (avec un QR Code ou un lien envoyé).
- Publier un témoignage client (texte ou vidéo 20s).
- Réaliser un mini “**cas client**” : problème → solution → résultat → photo.
- Récompenser les clients ambassadeurs (petit bonus, code promo, mise en avant).



COMPLETEZ VOTRE TO DO



**BLOQUEZ 1H DANS VOTRE CALENDRIER
POUR FAIRE CELA**

Merci pour votre écoute