

ÉDITION 2026

Gérer sa fiche Google Business Profile en 2026

Le guide complet, pas à pas, de la fiche Google : pour les commerçants, artisans et indépendants qui veulent que leurs clients les trouvent sur Google Maps, et les appellent.

Comment lire ce livre

Ce livre se lit comme un tuto. Vous pouvez le suivre dans l'ordre, chapitre après chapitre, ou aller droit au problème qui vous empêche de dormir.

Chez ProxiMap, nous gérons des fiches Google en France et en Suisse, pour des entreprises d'un seul établissement comme pour des réseaux de plusieurs sites. Ce livre rassemble ce que nous faisons pour eux, étape par étape, avec ce que nous avons appris en chemin, y compris nos erreurs.

Il a une règle : **rien d'affirmé sans source**. Quand un chiffre vient d'une étude, nous la citons, avec son pays et sa date. Quand une pratique relève de notre expérience, nous le disons. Et quand personne ne sait, nous l'écrivons aussi.

Vous n'y trouverez pas de promesse de « première place en 30 jours ». Personne ne peut la tenir honnêtement : Google décide, et la distance entre votre client et vous compte beaucoup. Ce que vous y trouverez, c'est tout ce qui dépend de vous.

Un fil rouge : notre propre fiche

En octobre 2026, la fiche Google de ProxiMap avait zéro avis. Nous nous occupons des fiches de nos clients et la nôtre attendait. Elle sera notre cobaye : à chaque chapitre, vous verrez ce que nous y changeons, captures à l'appui. Les chiffres montrés sont ceux du jour de publication, sans retouche : une fiche se construit en mois, pas en jours.

Les repères dans les pages



PIÈGE

Ce qui fait perdre des clients, ou suspendre une fiche.



ASTUCE DE PRO

Ce que nous faisons pour nos clients, et qui fait la différence.



LA FICHE PROXIMAP

Notre fiche, remise en état sous vos yeux.

EN 30 SECONDES

Le résumé du chapitre, pour ceux qui sont pressés.

Ce livre n'est ni affilié à Google, ni approuvé par Google. « Google », « Google Maps » et « Google Business Profile » sont des marques de Google LLC. Informations à jour en octobre 2026 : Google modifie souvent son interface, et une capture peut différer de ce que vous voyez.

Sommaire

PARTIE 1 · COMPRENDRE

01	Pourquoi Google Maps décide de vos clients	4
	Le chemin d'un client en 2026, et ce qui change avec l'IA	
02	Comment Google choisit qui il montre	9
	Pertinence, distance, notoriété, et les mythes à oublier	
PARTIE 2 · CONSTRUIRE UNE FICHE SOLIDE		
03	Créer ou récupérer sa fiche	15
	Vérification, propriété, accès des collaborateurs	
04	Les champs qui comptent	21
	Nom, catégories, adresse ou zone, horaires : les pièges qui coûtent cher	
05	Description, services, produits, attributs	29
06	Photos et vidéos	35
07	Les posts : quoi publier, à quel rythme	41
PARTIE 3 · RÉPUTATION ET PROTECTION		
08	Les avis	47
	Les obtenir, y répondre, les règles 2026, le droit français	
09	La suspension	57
	La comprendre, l'éviter, s'en sortir	
PARTIE 4 · AU-DELÀ DE GOOGLE		
10	NAP et annuaires	65
	Apple Business Connect, Bing Places, PagesJaunes	
11	Être cité par les IA	71
	ChatGPT, Gemini, le Mode IA de Google	
PARTIE 5 · VOTRE MÉTIER, VOTRE PLAN		
12	Les stratégies par métier	77
	Artisans, santé, beauté, restaurants et commerces	
13	Lire ses statistiques	87
14	Le plan d'action sur 30 jours	93
	Check-lists et les 15 erreurs qui coûtent le plus	
15	Annexes	99
	Modèles de réponses aux avis, demande d'avis, glossaire	

PARTIE 1 · COMPRENDRE

Pourquoi Google Maps décide de vos clients

Avant de toucher à votre fiche, regardez ce que voit votre client. C'est là, sur l'écran de son téléphone, que tout se joue.

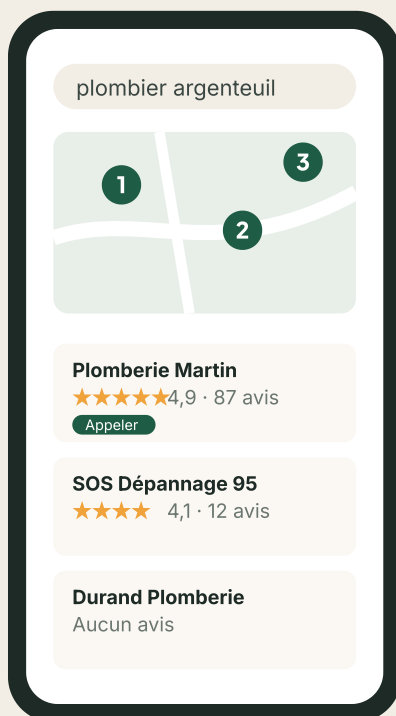
EN 30 SECONDES

- Quand quelqu'un cherche un métier près de chez lui, Google lui montre d'abord une carte et quelques fiches. Beaucoup choisissent là, sans aller plus loin.
- En France, **l'appel est devenu la première action** depuis une fiche, devant le site et l'itinéraire.
- Depuis l'été 2026, l'IA de Google répond aussi aux recherches en France. Ailleurs, elle cite d'abord les fiches Google.
- Vous ne choisissez pas où votre client se trouve. Presque tout le reste dépend de vous.

Le chemin d'un client en 2026

Un mardi soir, une fuite sous l'évier. Sophie sort son téléphone et tape « plombier argenteuil ». Elle ne visite pas dix sites. Elle regarde la carte, les trois fiches en dessous, les étoiles, et elle appuie sur « Appeler ».

Ce petit bloc, la carte et ses fiches, s'appelle le **pack local**. Pour un commerce de quartier ou un artisan, c'est souvent la vitrine la plus regardée, bien avant le site internet.



La carte

trois épingles, choisies par Google

Les fiches

nom, note, nombre d'avis, bouton d'appel

La décision

souvent prise ici, en quelques secondes

Le pack local. Illustration simplifiée, pas une capture : les noms sont inventés et l'interface réelle varie selon le téléphone et la recherche.

Ce que font les gens depuis une fiche

Une étude française a suivi 144 446 fiches d'enseignes et 33 millions de visites. Elle montre un changement net : en 2026, les gens **appellent** plus qu'ils ne demandent l'itinéraire.



Part de chaque action parmi les clics sur une fiche, en France. Source : Geolid, étude Google Business Profile 2026 (janvier 2026), enseignes multi-sites. L'itinéraire pesait plus de 40 % en 2025.

85 %

des visites de fiches se font sur mobile

69 %

arrivent depuis la recherche Google

30 %

des fiches seulement ont un lien de réservation

Même source : Geolid 2026, France, enseignes multi-sites. Les indépendants n'y sont pas représentés : prenez ces chiffres comme une tendance, pas comme une règle pour votre cas.

Ce que ça veut dire pour vous : votre client vous découvre sur un petit écran, il décide vite, et il veut souvent vous parler tout de suite. Une fiche avec un mauvais numéro, des horaires faux ou aucun avis récent perd l'appel au profit du voisin.



ASTUCE DE PRO

Puisque l'appel est la première action, testez votre propre numéro depuis la fiche, comme un client. Qui décroche ? Au bout de combien de sonneries ? Une fiche parfaite ne sert à rien si le téléphone sonne dans le vide.

Ce qui change en 2026

L'IA de Google répond en France

Google a annoncé le **22 juillet 2026** le lancement en France des « Aperçus IA » et du Mode IA : une réponse rédigée apparaît au-dessus des résultats. Une étude menée dans des pays anglophones place la fiche Google comme **première source citée** par les IA pour les commerces locaux, devant tous les annuaires. Votre fiche nourrit donc aussi ces réponses.

Sources : Google France via le Blog du Modérateur (22/07/2026) ; BrightLocal (26/08/2026, 60 970 vérifications aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Australie). Aucune étude équivalente pour la France à ce jour.

La note sert de filtre

Les établissements que ChatGPT recommande ont en moyenne une note de **4,3 étoiles**. La note fonctionne comme un filtre d'entrée : l'IA trie avant de recommander.

Source : SOCi, Local Visibility Index (28/01/2026), 350 000 établissements de réseaux.

Moins de places à prendre

Aux États-Unis, la publicité occupe une part croissante du pack local, et sur certaines recherches mobiles l'IA n'affiche plus qu'une ou deux fiches. Rien ne dit que la France suivra au même rythme, mais la direction est claire : **être le premier compte davantage qu'être dans les trois**.

Source : Sterling Sky, State of Local SEO 2026 (26/06/2026), données américaines.

Ce que vous contrôlez

Des dizaines de facteurs entrent en jeu. Certains vous échappent, et la plupart sont entre vos mains.

Ce qui ne dépend pas de vous

- L'endroit d'où votre client cherche
- Le nombre de concurrents dans votre ville
- Les changements d'interface de Google
- La part prise par la publicité

Ce qui dépend de vous

- Votre catégorie principale et vos services
- Des horaires justes, jours fériés compris
- Le nombre, la fraîcheur et le texte de vos avis
- Des photos vraies et récentes
- Les mêmes coordonnées partout sur internet

D'après le classement Whitespark 2026 des facteurs locaux, un sondage de 47 experts : une opinion de spécialistes, pas une mesure. Nous le détaillons au chapitre 2.



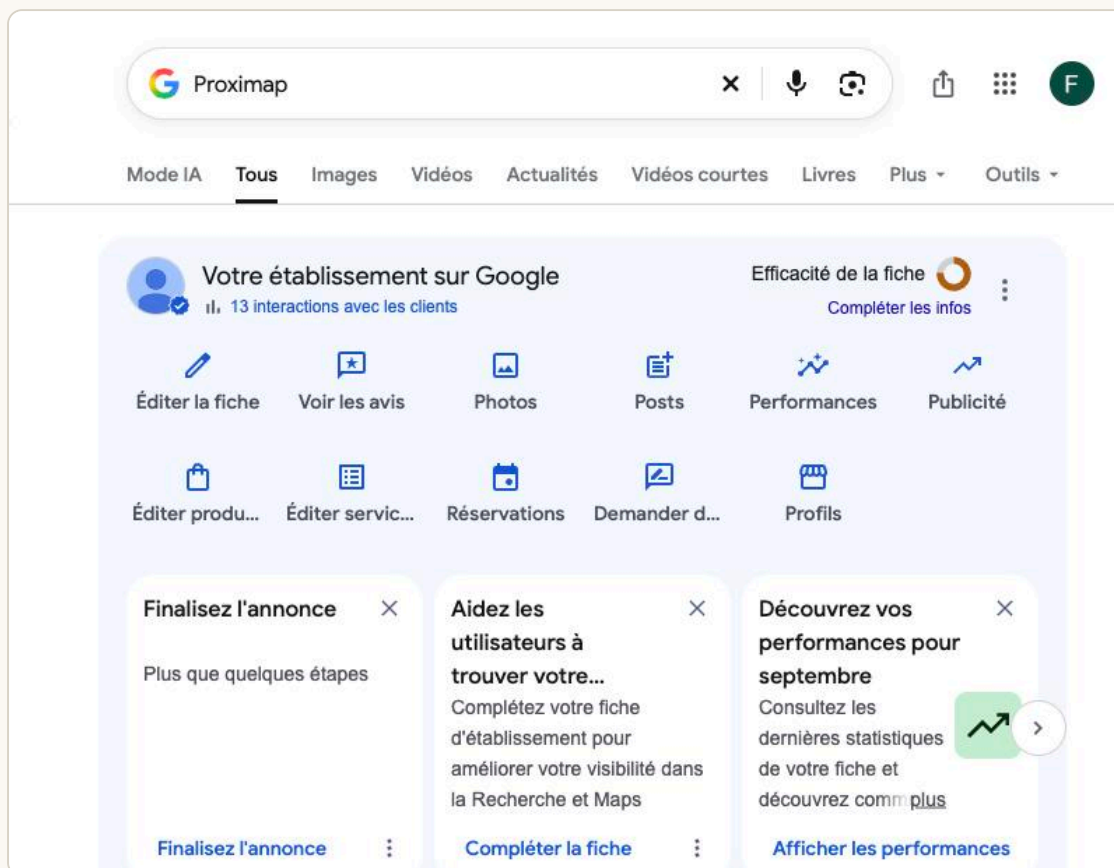
PIÈGE

Méfiez-vous de quiconque vous promet « la première place sur Google en 30 jours ». Personne ne contrôle le classement, et la distance entre votre client et vous pèse lourd. Une promesse chiffrée, c'est soit de la chance, soit une technique interdite qui peut faire suspendre votre fiche.

P

LA FICHE PROXIMAP · POINT DE DÉPART

Voici notre fiche en octobre 2026, avant tout travail : zéro avis, et une fiche laissée de côté. Exactement ce que nous déconseillons à nos clients. Nous la reprenons à partir du chapitre 3.



Avant. Le panneau de gestion de la fiche ProxiMap le 23/10/2026, avant tout travail : pas de logo, une fiche à compléter.

À faire avant le chapitre 2

- ☐ Sur votre téléphone, en navigation privée, cherchez « votre métier + votre ville ». Faites une capture d'écran.
- ☐ Notez les trois fiches du pack local : leur note, leur nombre d'avis, la date de leur dernier avis.
- ☐ Cherchez votre propre nom. Votre fiche apparaît-elle ? Les horaires et le numéro sont-ils justes ?
- ☐ Appelez-vous depuis la fiche, comme un client.