

GUIDE OFFERT — RÉFÉRENCEMENT LOCAL

TOUT CE QUE TU RÊVES DE SAVOIR SUR LES AVIS GOOGLE

Avis positifs, avis négatifs, blocages... le guide complet pour améliorer ton référencement local.



*« 5 ans dans le référencement de fiches Google, je te livre tous les secrets finement gardés par Google . Après des centaines de fiches créées, voici mes meilleurs conseils pour te démarquer sur Google Maps.
Pro du SEO, tu vas découvrir la façon la plus efficace de gérer les avis Google à ton avantage. Enjoy — Anne Laure »*

Sommaire

01	Comment demander des avis	p.3
02	Répondre à un avis positif	p.4
03	Répondre à un avis négatif	p.5
04	Répondre à de vieux avis	p.6
05	Réutiliser tes avis	p.6
06	Est-ce que Google bloque des avis ?	p.7
07	Combien d'avis Google dois-je avoir ?	p.7

Si tu ne demandes pas d'avis, c'est souvent le **syndrome de l'imposteur**, la peur de déranger, ou de passer pour un marchand de tapis. Tu n'es pas sûr(e) de ce qu'a pensé ton client, tu as peur du rejet et parfois d'un avis négatif. Résultat concret : seulement **10% des clients** te donnent un avis spontanément. Avec une action intentionnelle, tu peux gagner des avis qui montrent la qualité de ton travail — tout en améliorant ton classement sur Google. Jusqu'à ce que les IA elles-mêmes te recommandent.

PARTIE 1

COMMENT DEMANDER DES AVIS

EXEMPLE — MASSOTHÉRAPEUTE

« Je vous remercie pour votre confiance par rapport à ce massage. Est-ce que vous pourriez me mettre un avis 5 étoiles ? Cela aiderait énormément mon activité. »

Demander un avis, c'est essentiellement **émotionnel** — de la connexion, pas de la transaction. Plus la demande est sincère, plus l'avis est complet, et plus ça améliore ton classement.

Le bon moment : quasiment immédiatement après la fin de la prestation — n'attends pas. Oriente ta question pour que le client réutilise naturellement tes mots-clés : « Qu'avez-vous apprécié dans le massage ayurvédique / l'accompagnement en thérapie de couple / mes conseils diététiques ? »

À qui demander :

- **Tes clients actuels**, en face à face
- **Les personnes aidées gratuitement** (formation, entraide)
- **Ta famille et tes proches** bêta-testeurs
- **Les prospects non finalisés** mais sincèrement intéressés
- ⚠ **Jamais à quelqu'un hors-sujet** — ça se ressent sur la crédibilité de l'avis (ex : 🙋 ne demande pas d'avis à tata Juju qui ne comprend pas ton métier)

📍 **Plaque NFC**

Facilite le geste, mais sans demande active c'est une coquille vide : un outil, pas la solution.

🎓 **Ateliers gratuits**

Donne de la valeur dans un atelier ou une conférence, puis demande un avis à la fin : jusqu'à 10 avis d'un coup.

✉ **Fréquence de relance**

Maximum 3 relances, espacées de 2 à 3 semaines. Au-delà, l'effet s'essouffle.

🗣 **Penser à 360°**

Wedding planner : demande aussi aux prestataires partenaires, aux témoins, aux parents — pas qu'aux mariés.

10 min

ACTION RAPIDE

Demande un avis Google à tes **3 derniers clients**, en face à face ou par message, en utilisant la formule émotionnelle de ce guide.

PARTIE 2

RÉPONDRE À UN AVIS POSITIF

La structure qui fonctionne : accroche personnalisée (jamais un « Bonjour » seul) — corps du texte avec le prénom, la prestation, le bénéfice reconnu — signature SEO : Prénom Nom / Activité / Localisation.

MASSOTHÉRAPEUTE

Bonjour Lise,

Je vous remercie pour votre confiance à l'occasion de la séance de massage ayurvédique. En tant que massothérapeute, je veille à la relaxation et au bien-être de chaque personne. Au plaisir de vous retrouver à l'occasion d'une prochaine séance.

Margot Hugo* | Massothérapeute massage ayurvédique | Marseille et alentours

AGENT IMMOBILIER

Bonjour Liz,

Contente de vous avoir accompagnée dans l'achat de votre bien. Au plaisir de vous retrouver pour un prochain projet immobilier.

Frantz Dupont* | Agent immobilier | Achat et vente de biens (maisons et appartements) | Marseille et alentours

BOULANGERIE

Bonjour Monsieur Pierrot,

Merci d'avoir goûté nos chouquettes au chocolat, ravis que cela vous ait plu ! Au plaisir de vous retrouver pour un prochain passage.

Boulangerie AUX GOURMANDS* | Boulangerie au levain et pâtisseries fines | Paris 13ème

ORGANISATRICE DE MARIAGE

Bonjour Élisabeth,

Ravie de vous avoir accompagnée pour votre mariage à Saint-Cyprien. Au plaisir de vous retrouver pour un prochain événement.

MON WEDDING MERVEILLEUX* | Pauline | Sud Occitanie — Montpellier et alentours

* Noms et enseignes modifiés à des fins d'illustration.

5 min

ACTION RAPIDE

Trouve LA signature que tu vas utiliser dans chacun de tes avis (Prénom Nom / Activité / Localisation).

Question sincère...

Est-ce que tu es fier·e de ta fiche Google ? Es-tu à l'aise avec l'image qu'elle renvoie ?
Quand pour la dernière fois as-tu entendu un client dire « je vous ai trouvé·e sur Google » ?

Ophélie

+6 avis Google en 21 jours — et fini la peur de demander.

Laurie

Dans le top 3 sur Google Maps.

GLOW UP FICHE GOOGLE

21 jours, départ en septembre. Si tu te reconnais dans ces questions, ce programme est pour toi.

Je m'inscris →

PARTIE 3

RÉPONDRE À UN AVIS NÉGATIF

EXEMPLE D'AVIS PROBLÉMATIQUE

« J'ai été déçu par cette prestation, ce sandwich est trop cher pour ce qu'il vaut réellement, personne pas aimable. »

« Plaire à tout le monde, c'est prendre le risque de plaire à n'importe qui. »

— Khalil Gibran

Le risque existe, mais reste limité si tu es honnête : ne demande pas d'avis à un client dont la prestation s'est mal passée.

Étape 1 : attends 24 à 48h avant de répondre — jamais à chaud. **Étape 2 :** signale à Google si l'avis relève de diffamation, d'une erreur de fiche, ou de l'acte d'un concurrent.

Tu ne connais pas la personne

« Bonjour, nous pensons que vous vous êtes trompé(e) de destinataire. Nous n'avons pas le souvenir d'avoir échangé avec vous. Merci de vous rapprocher de nos services ou de retirer cet avis. »

Tu connais la personne

« Bonjour, nous avons pris en compte votre avis. Cela diffère de la réalité du terrain — ce n'est pas le reflet de la qualité de nos services. Nous restons disponibles pour échanger de vive voix. Vous pouvez nous contacter par mail à contact@votreentreprise.fr ou par téléphone au 06 XX XX XX XX. Cordialement. »

Pourquoi c'est stratégique : les internautes trient les avis par les plus récents, puis les avis négatifs. Un avis négatif bien répondu rassure davantage qu'une fiche sans aucun avis négatif visible.

À noter : la personne ne rappellera presque jamais — mais ta réponse s'adresse aussi à tous ceux qui liront cet avis après elle.

**ACTION RAPIDE**

Prépare tes 2 réponses-types (cas client connu / cas client inconnu) pour ne plus être pris(e) au dépourvu le jour où un avis négatif arrive.

PARTIE 4

RÉPONDRE À DE VIEUX AVIS

Oui, tu peux répondre à un avis vieux d'1, 2 ou 10 ans — et ce n'est jamais nul. Le client reçoit une notification, ça le remet en tête ta prestation, parfois il revient. C'est plus facile de fidéliser un client existant que d'en trouver un nouveau. Tu peux même modifier tes anciennes réponses.


ACTION RAPIDE

Réponds à tes 5 derniers avis Google — répondus ou en attente, positifs, mitigés ou négatifs.

PARTIE 5

RÉUTILISER TES AVIS AU-DELÀ DE GOOGLE

Un avis avec **photo ou vidéo** jointe est encore plus puissant — particulièrement pour la restauration, l'événementiel, le mariage. Les mots de tes clients rassurent plus que n'importe quel discours que tu pourrais tenir sur toi-même.

Où réutiliser le verbatim de tes clients


Ton site internet



Tes réseaux sociaux



Ta com' commerciale

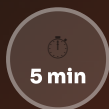

ACTION RAPIDE

Sélectionne 3 avis avec un verbatim fort et publie-les sur ton site ou tes réseaux cette semaine.

PARTIE 6

EST-CE QUE GOOGLE BLOQUE DES AVIS ?

- Google peut mettre un avis **en attente jusqu'à 7 jours** avant publication (parfois il ne publie jamais).
- Un avis jugé « trop optimisé » (trop de mots-clés ville/activité) peut être refusé — demande à la personne de retirer certains éléments si besoin.
- Le classement des avis est décidé par Google, **pas forcément chronologique** — un avis vieux de 6 mois ou 1 an peut être mis en avant.

**ACTION RAPIDE**

Vérifie ta fiche Google : y a-t-il un avis client mentionné qui n'apparaît toujours pas après plusieurs jours ? Note-le et surveille sa publication.

PARTIE 7

COMBIEN D'AVIS GOOGLE DOIS-JE AVOIR ?

Regarde le nombre d'avis de ton concurrent principal, et vise **+1**. Tant que ce sont de vrais avis, ce n'est jamais un problème d'en avoir « beaucoup en même temps » — l'important est la régularité et la construction d'un socle solide.

**ACTION RAPIDE**

Regarde la fiche Google de ton concurrent principal, compte ses avis, et fixe-toi ton objectif +1.

À PROPOS D'ALAE DIGITAL

Derrière ce guide, il y a une personne, pas juste une agence.

Je m'appelle **Anne Laure Azencott-Eriale**, fondatrice et dirigeante d'ALAE DIGITAL. J'accompagne les professionnels — restaurateurs, boulangers, professionnels du bien-être, artisans et bien d'autres — dans leur référencement local.

Objectif : entendre vos clients dire « je vous ai trouvé sur Google », et avoir une vitrine qui reflète vos valeurs, avec des avis clients qui confirment votre travail et inspirent confiance — sans publier tous les jours, ni quémander des avis en permanence.

La fiche Google, ce n'est pas les pages jaunes : c'est un **commercial vivant**. Les avis, sur cette fiche, c'est ce que l'essence est à une voiture. Essentiel.

J'ai vu trop de professionnels rester invisibles sur Google, par peur ou faute de savoir par où commencer — pendant que des concurrents moins bons mais mieux référencés raflent les clients. Ça me rend dingue. Ce guide, c'est ma façon d'y remédier, concrètement.

Anne Laure Azencott-Eriale, ALAE DIGITAL

Instagram — @alaedigital.france

LinkedIn — Anne Laure Azencott-Eriale

06 51 54 23 90



Les avis Google ne sont pas un détail technique.

C'est un mélange d'émotion, de psychologie humaine, et de stratégie de référencement local. Bien fait, ça fidélise tes clients ET ça booste ta visibilité — en même temps.

TES 7 QUICK WINS, PARTIE PAR PARTIE

01 · Demander des avis	10 min	02 · Répondre à un avis positif	5 min
03 · Répondre à un avis négatif	10 min	04 · Répondre à de vieux avis	10 min
05 · Réutiliser tes avis	10 min	06 · Google bloque des avis ?	5 min
07 · Combien d'avis dois-je avoir	5 min		

Prêt·e à passer de la théorie à la transformation concrète de ta fiche Google ?

ALLEZ PLUS LOIN — PLACES LIMITÉES À 5

GLOW UP TA FICHE GOOGLE

LANCEMENT DE LA 3ÈME PROMO — DÉPART SEPTEMBRE 2026

En 21 jours, je t'accompagne pour transformer ta fiche Google en véritable levier commercial : celle qui fait dire à tes prospects « je vous ai trouvé·e sur Google ». Mes client·es en formation gagnent en moyenne 5 à 10 avis Google en plus, et un meilleur classement local — durablement.

✓ Optimisation complète de ta fiche Google

✓ Réponses types à tous les cas de figure

✓ Stratégie d'obtention d'avis sur-mesure

✓ Suivi personnalisé en petit groupe (5 places)

Je rejoins la liste d'attente →