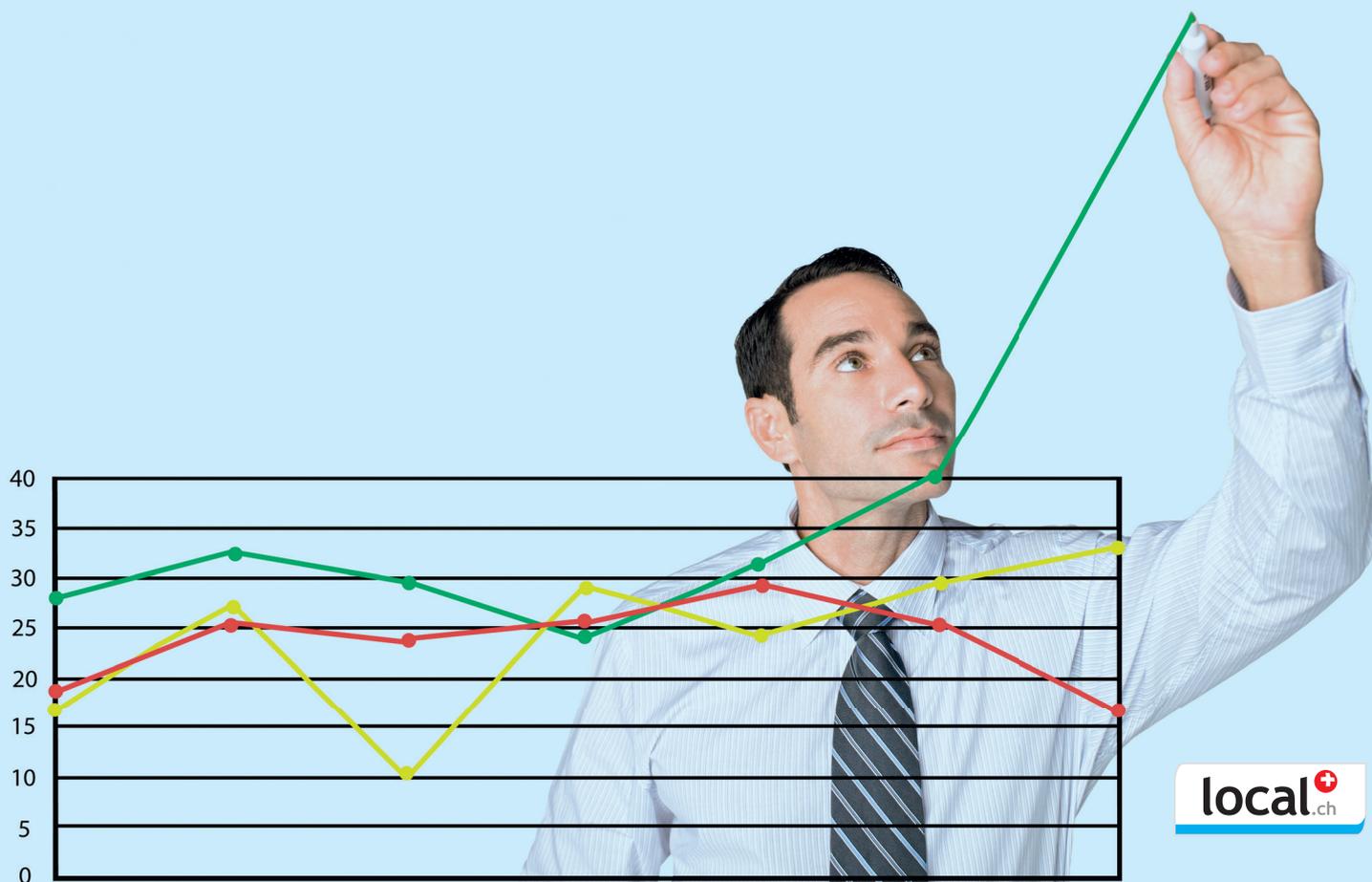


localBUSINESS



local.ch

Conseils utiles pour plus de clients

Possibilités d'augmenter la performance de votre profil localBUSINESS

Nous faisons passer les clients du web au magasin



localsearch

Le succès des PME dans le monde numérique

Votre localBUSINESS sait en faire plus: 10 conseils utiles pour plus de clients

Possibilités d'augmenter la performance de votre profil localBUSINESS

Nous nous estimons heureux de vous compter parmi les clients localBUSINESS! Pour vous aider à utiliser au mieux localBUSINESS et à en tirer le meilleur parti, nous avons réuni pour vous dix conseils

utiles. Mettez-les en œuvre pour bénéficier de plus d'attention et pour vous démarquer de vos concurrents sans dépenses supplémentaires.

Conseil n° 1: horaires

Indiquez dans tous les cas vos horaires d'ouverture ou vos horaires de service! Ils figurent en bonne place sur local.ch, même dans la liste des résultats. Si les horaires d'ouverture ou de service ne sont pas pertinents pour votre entreprise, choisissez l'option «Sur rendez-vous».

Conseil n° 2: description de l'entreprise

La description de votre entreprise sur local.ch doit résumer en quelques mots les faits les plus importants sur votre société: qui vous êtes, ce que vous proposez et ce que vous faites. Il est inutile de fournir un texte publicitaire excessif; un portrait d'entreprise sympathique et informatif suffit. Il est recommandé de rédiger une description adaptée en suivant les conseils suivants. Comme la qualité de la description de l'entreprise compte beaucoup, nous avons compilé pour vous huit conseils:

STRUCTURE

1. Structure judicieuse

Les premières phrases déterminent si les personnes intéressées continuent leur lecture ou non. Pour le portrait d'une entreprise, la structure suivante est recommandée:

- Commencez par présenter l'avantage que vous apportez à vos clients s'ils mettent leurs besoins ou leurs intérêts entre vos mains ou s'ils collaborent avec vous.
- Résumez de manière claire et concise qui vous êtes et ce que vous faites.
- Formulez alors les critères qui expriment la qualité de votre offre et qui vous différencient de la concurrence (p.ex. la tradition, les

qualifications, l'expérience, la flexibilité, la taille de l'entreprise, etc.).

- Mentionnez ensuite des particularités spécifiques telles que des services d'urgence, l'ambiance, des domaines de compétence spéciaux, des distinctions, la norme ISO, etc.
- Enfin, invitez les clients à prendre contact avec vous et à demander éventuellement d'autres renseignements.

Attention: des données très précises telles que des listes de prix détaillées ne font pas partie de la description de l'entreprise. Vous communiquez ces informations par le biais d'un lien menant à votre site Internet ou d'une section «Produits et services».

APPROCHE ET TONALITÉ

2. Écrire du point de vue du groupe cible

N'écrivez pas selon votre point de vue, mais selon celui de vos clients (potentiels). Placez-vous du point de vue de votre groupe cible et demandez-vous quelles informations vous intéresseraient le plus si vous étiez à sa place. Mettez particulièrement en évidence ce en quoi vos prestations ou produits se distinguent de ceux d'autres fournisseurs.

3. Pas trop long, pas trop court

Le texte doit être d'une longueur minimale de 200 caractères et doit se composer au minimum d'une phrase (pas d'énumérations de mots-clés). De plus, les textes doivent être facilement lisibles grâce à des alinéas. Les utilisateurs ne liront généralement pas les textes qui dépassent 1000 caractères. Longueur idéale: env. 800 caractères (espaces inclus).

4. Établir un dialogue

En écrivant le portrait de la société, imaginez un entretien fictif avec les personnes intéressées qui vous posent des questions auxquelles vous répondez. Vous créez le dialogue en utilisant le vouvoiement direct.

5. Écrire de manière conviviale pour le lecteur

Utilisez des termes pertinents, compréhensibles, voire familiers. Évitez les phrases difficiles à lire et complexes chargées de termes compliqués. Il est préférable de placer mots savants et termes spécifiques dans la section «Mots-clés».

6. Éviter les doublons

Saisissez par exemple les horaires d'ouverture et de service dans la section correspondante mais ne les mentionnez pas de nouveau dans votre description.

CONTRÔLE

7. Exactitude de l'orthographe

Des fautes d'orthographe donnent au lecteur de mauvaises impressions en ce qui concerne le fournisseur ou même la qualité des produits ou des prestations de service annoncés. Il est donc impératif que vous procédiez à une vérification orthographique (utilisez pour cela des outils gratuits disponibles sur Internet).

8. Obtenir des retours

Avant la publication du texte, confiez-le à un tiers pour qu'il le relise et assurez-vous ainsi que votre message soit correctement passé.

Conseil n° 3: propriétés – pour énumérer des services, des marques ou des aspects similaires

Il est recommandé de compléter la description de l'entreprise, composée uniquement de l'essentiel, par des précisions sur les services, les produits, les marques, etc. Dans la rubrique «Propriétés», il est possible de présenter des listes (p.ex. Audi, VW, Ford) sous des titres spécialement choisis (p.ex. Marques automobiles). Les éléments prédéfinis ont l'avantage de pouvoir être présentés automatiquement et trouvés dans chacune des quatre langues. Comme les informations sont pertinentes pour une recherche, vous augmentez son taux de réussite grâce à la saisie de propriétés. Il vaut donc le coup de remplir soigneusement cette partie.

Conseil n° 4: profil des réseaux sociaux

Reliez directement vos réseaux sociaux à votre profil localBUSINESS et proposez à vos visiteurs plus de possibilités. Les réseaux sociaux constituent le médium idéal pour diffuser vos propres contenus, pour entretenir le dialogue avec vos clients et pour renforcer la visibilité de votre entreprise.

Conseil n° 5: lien menant à l'outil de réservation

65% des Suisses réservent en ligne. Tenez-en compte et proposez des réservations en ligne et reliez cet outil à votre profil. Vous améliorerez ainsi l'expérience client, ce qui se révélera payant.

Conseil n° 6: images et description de l'entreprise

Une image vaut mille mots: ajoutez au moins deux images. Mettez en évidence à l'aide d'images ce que vous faites particulièrement bien. Vous créez ainsi également un lien avec la description de votre entreprise. Les photos doivent être le plus authentique possible et ne doivent pas donner l'impression d'avoir été arrangées. Les

photos contenant des personnes (collaborateurs ou clients) produisent un effet sympathique. Assurez-vous de la bonne qualité des photos. La résolution optimale est de 500 x 500 pixels au minimum.

Conseil n° 7: photo panoramique

Complétez le profil de votre entreprise par un maximum de cinq photos panoramiques assorties d'une description. Avec la vue à 360° de votre travail, de vos projets et de vos locaux, vous vous présentez de manière encore plus authentique et efficace.

Conseil n° 8: vidéo de l'entreprise

Téléchargez une vidéo sur votre profil. Dans le flot continu d'informations, les vidéos sont idéales pour diffuser du contenu en quelques secondes. Et comme vous présentez directement des images au lieu de simplement les décrire, le potentiel de toucher les émotions de vos visiteurs et de rester dans leur mémoire est grand. Donnez également la parole à vos clients. Votre crédibilité s'en trouvera accrue et vous augmenterez les chances d'une prise de contact.

Conseil n° 9: produits et services

Si vous souhaitez mettre en évidence des produits ou des services spéciaux, cette section est faite pour vous. Les différents éléments sont représentés dans le profil de l'entreprise.

Conseil n° 10: mots-clés

Pour donner davantage de visibilité au profil de votre entreprise, vous pouvez enregistrer jusqu'à 30 mots-clés différents. Bien que ces mots-clés ne soient pas directement visibles dans votre profil, ils aident l'utilisateur à trouver votre entreprise. Exemples de mots-clés pour une boulangerie: croissant, tresse au beurre, tourte au kirsch de Zoug, sans gluten.

Exemple de texte garage

Ce que vous attendez d'un garagiste de confiance, c'est **la fiabilité, la flexibilité et un excellent travail**. Parfait, vous nous avez trouvés. Outre des voitures neuves et d'occasion attrayantes, vous découvrirez chez nous une offre de services complète.

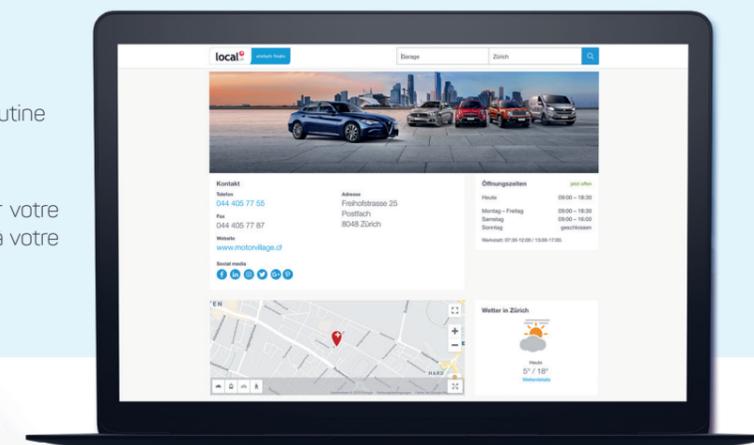
En font partie:

- des travaux généraux de service et de réparation
- divers bancs d'essai
- des contrôles des véhicules à moteur
- un service express en 60 minutes pour des travaux de routine
- le gardiennage de pneus
- et bien plus encore

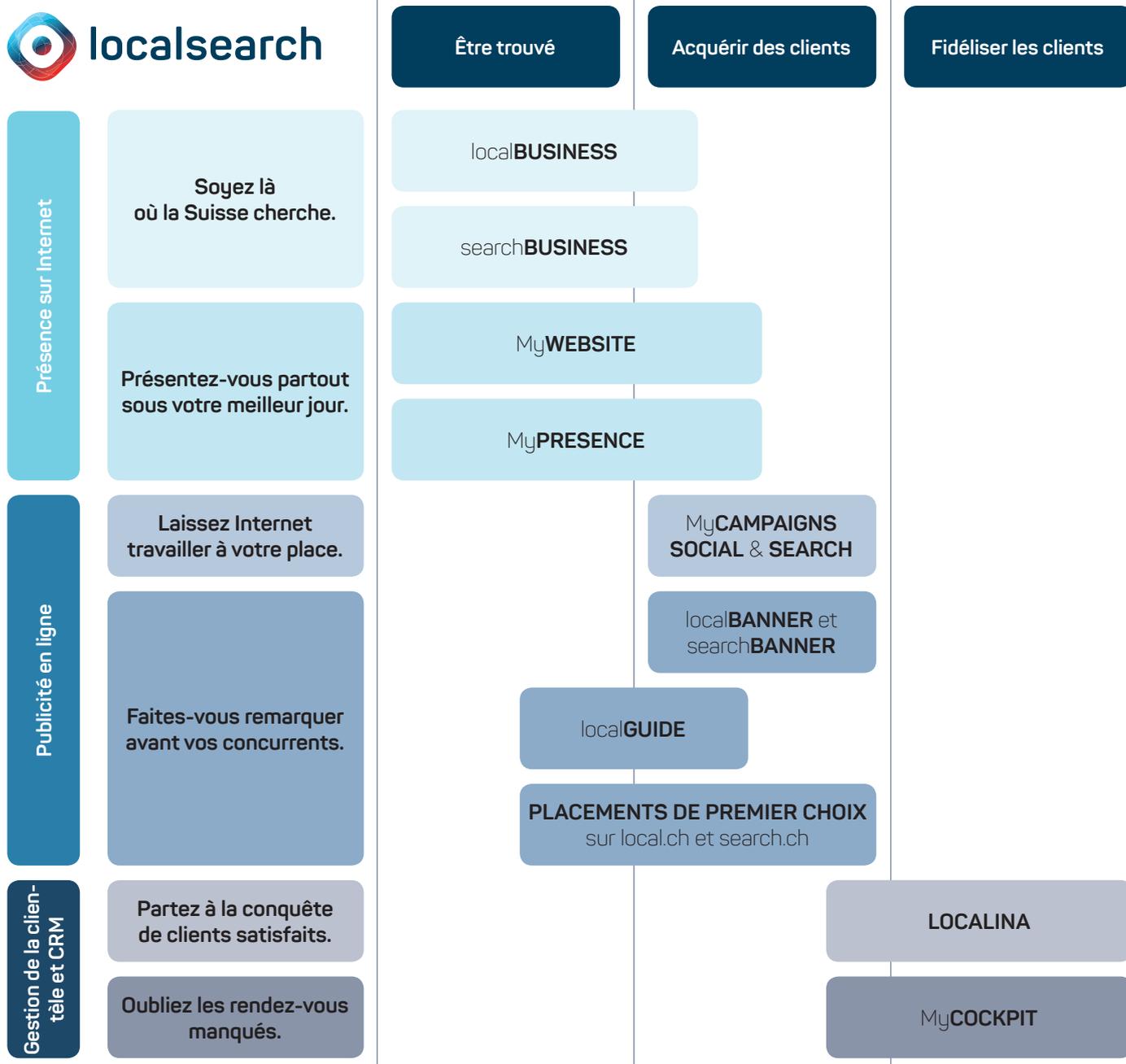
Ou en bref: nous réalisons pour vous tous les travaux sur votre voiture. Notre équipe de cinq personnes à l'atelier se tient à votre disposition.

Nous nous réjouissons de votre visite!

Vous trouverez plus de détails sur: www.exemple.ch.



La réussite pour les PME dans le monde numérique



Découvrez tous nos produits et services dès à présent sur [localsearch.ch!](https://localsearch.ch)

Avez-vous des **questions** sur les possibilités d'**augmenter la performance** de votre profil localBUSINESS? Dans ce cas, écrivez-nous un e-mail à lbx@localsearch.ch

localsearch
Swisscom Directories SA
Förlibuckstrasse 62
CH-8005 Zurich 1

Les descriptions de produits et de services, les données techniques, les chiffres d'accès, les statistiques et autres contenus figurant dans cette brochure peuvent être modifiés à tout moment par localsearch. Ils ne sont pas contraignants à moins qu'il n'en soit expressément convenu autrement entre localsearch et l'utilisateur/client. Les contenus de cette brochure sont protégés par le droit d'auteur. Les désignations «local.ch», «search.ch» et «localsearch» ainsi que certaines autres désignations de produits ou services (y compris les logos) sont des marques déposées de localsearch. Tous droits réservés. Swisscom Directories SA (localsearch), Zurich, 2019. 000 008 - V1, 2019

Pour des raisons de lisibilité, l'utilisation simultanée de formes masculines et féminines n'est pas employée. Toutes les désignations de personnes s'appliquent également à tous les sexes.

Les possibilités évoquées dans cette brochure ne sont pas nécessairement disponibles dans tous les packs localBUSINESS. Veuillez consulter la fiche d'information correspondante pour plus de détails.