



FICHE PRATIQUE OFFERTE

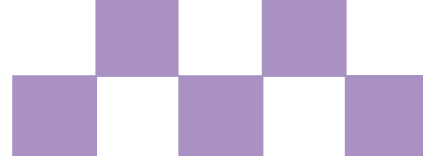
Récolter des avis Google sans jamais paraître lourd

Le guide opérationnel pour les Artisans, Indépendants,
Professionnels de santé et Restaurateurs.






pixelcreatif.fr
Stratégie Digitale | UX/UI Design

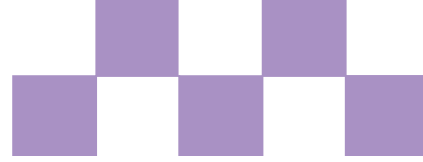




Pourquoi les avis valent plus que de la pub

-  **La preuve sociale** : 90% des clients lisent les avis avant de choisir un pro.
-  **Le référencement** : Plus d'avis = meilleure position sur Google Maps.
-  **La confiance Gratuite** : Un avis est un commercial qui travaille pour vous 24h/24 sans salaire.





Les 3 règles d'or de l'avis réussi



Le bon Timing

Identifiez le "Pic de satisfaction" : l'instant précis où votre client ressent le bénéfice de votre travail.



La friction zéro

Ne dites pas "Cherchez-moi sur Google". Donnez un lien direct ou un QR code. Le client ne doit pas réfléchir.



La liberté totale

Suggérez, ne demandez pas. L'absence de pression est ce qui vous rend élégant et professionnel.



Secteur : Artisanat

Le moment idéal : La remise des clés ou la présentation du chantier terminé.

SCRIPT VERBAL

“Je suis ravi que le résultat vous plaise ! Pour un artisan local, le bouche-à-oreille numérique est vital. Si vous avez 30s pour laisser un mot sur Google, ça m’aiderait énormément.”

 **Astuce** : Envoyez le lien par SMS 1h après votre départ.





Hôtellerie & restaurant

Le moment idéal : Au moment de l'encaissement ou du café.

L'APPROCHE EQUIPE

"J'espère que tout était parfait. Si vous avez apprécié l'accueil, n'hésitez pas à laisser un petit mot pour l'équipe sur Google, ils adorent lire vos retours !"


 **Astuce** : Posez un petit chevalet QR Code discret sur le comptoir.

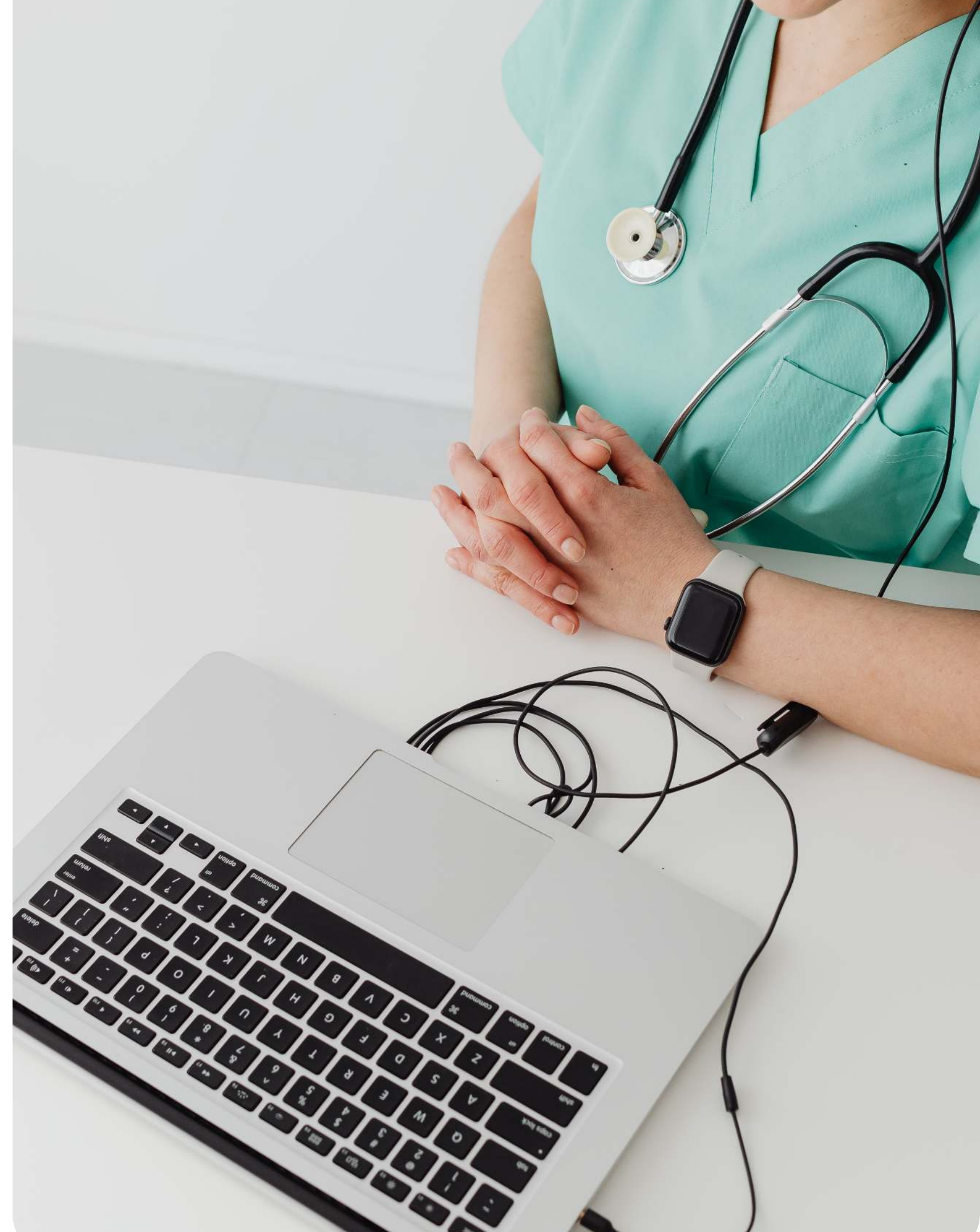
Santé & bien-être

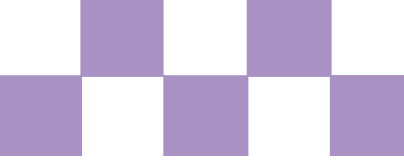
Le moment idéal : Fin de consultation ou mail de suivi de soin.

L'ETHIQUE PROFESSIONNELLE

“Votre avis nous aide à améliorer la qualité de notre accueil et de notre prise en charge. N’hésitez pas à évaluer votre parcours de soin sur notre fiche”.

 **Rappel** : Ne demandez jamais d'avis sur un diagnostic médical précis (RGPD).





Facilitez-leur la vie : Les outils

1. Le lien direct (URL)

Dans votre fiche Google Business, utilisez le bouton "Demandez des avis". C'est le SEUL lien à envoyer.

2. Le QR Code

Générez un QR Code pointant vers ce lien. Imprimez-le sur vos devis, menus ou carte de visite.

3. La plaque NFC

Pour les boutiques physiques : une plaque sur laquelle on pose son téléphone pour voter.



Checklist : Suis-je trop "lourd" ?

Critères	A faire	A éviter
Fréquence	Demander une seule fois	Relancer 3 fois par mail
Moment	Pendant que le client est ravi	3 semaines après le projet
Récompense	Remercier sincèrement	Offrir 5% (interdit par Google)
Contenu	"Un mot pour m'aider"	"Mettez-moi 5 étoiles svp"

Prêt à booster votre visibilité ?

Les avis sont votre actif le plus précieux après votre savoir-faire.

Retrouvez l'article complet et d'autres conseils sur :

pixelcreatif.fr