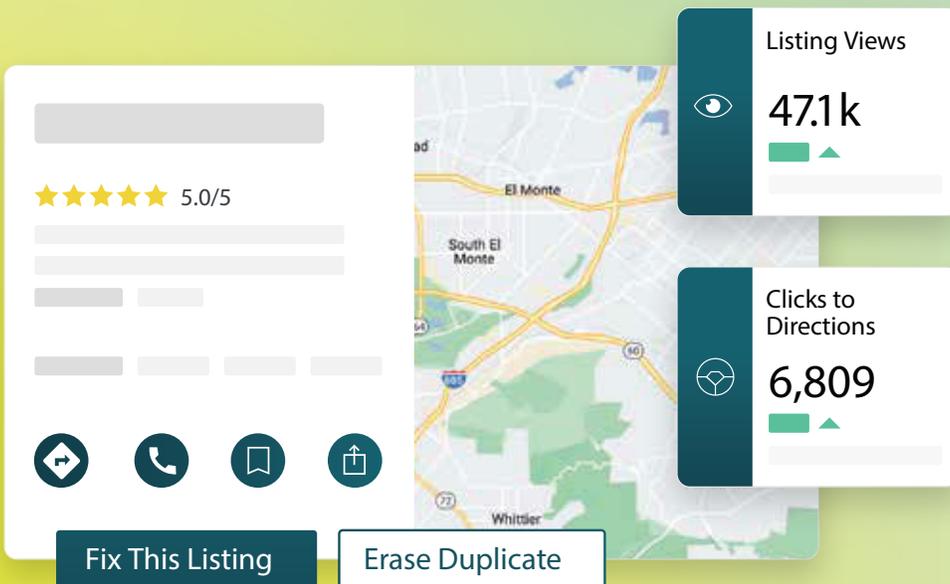


Listes



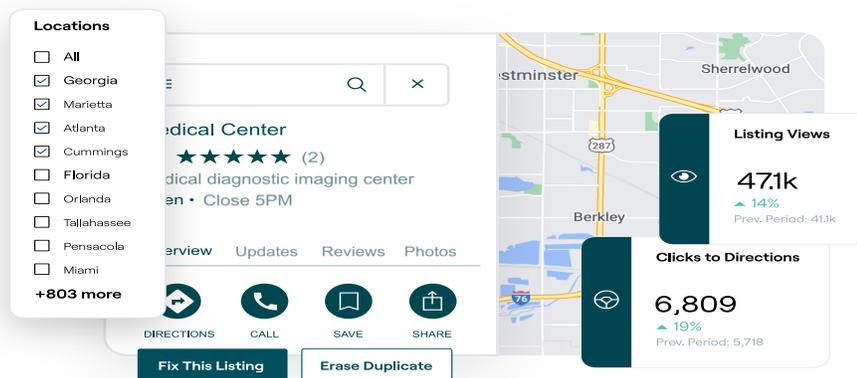
The image shows a screenshot of a listing interface with several analytics overlays. The listing itself has a 5.0/5 star rating and a 'Fix This Listing' button. Two overlays show performance metrics: 'Listing Views' at 47.1k and 'Clicks to Directions' at 6,809. A third overlay shows a map of the area around El Monte, South El Monte, and Whittier.

Metric	Value
Listing Views	47.1k
Clicks to Directions	6,809

Fix This Listing Erase Duplicate

Table des matières

- I. Aperçu des listings d'entreprises.....2
 - a. Composants des listings d'entreprises
- II. Gestion du niveau de performance des listings.....5
- III. Gérer les listings en doublons.....11
- IV. Vérification des détails des listings.....13
- V. Améliorer la précision des listings.....19
 - a. Résumé d'audit publié
 - b. Précision par source
 - c. Catégorie d'exécution par source
- VI. Utilisation des suggestions de l'éditeur.....22
- VII. Modification des profils de listings.....23
 - a. Modification ponctuelle des données du profil
 - b. Modification des données de profil en vrac
 - c. Ajout de profils
 - d. Ajout d'heures d'ouverture
 - e. Pour l'ID de site
- VIII. Gestion des Listings de départements.....30
- IX. Gestion des FAQ Google.....32
- X. Contenu enrichi.....35
 - a. Ajout de FAQ
 - b. Ajout de menus
 - c. Ajout de produits
- XI. FAQ sur les Listings d'entreprises.....48
- XII. Services payants Premium.....53
- XIII. Ressources supplémentaires.....54



Aperçu des Listings d'entreprises

Surpassez vos concurrents et augmentez votre chiffre d'affaires grâce à la recherche locale et démarrez l'expérience de vos clients de la bonne manière.

Une entreprise qui présente des listings en doublons ou des informations inexactes, peut entraîner une confusion chez les clients et affronter une perte d'activité. Il est impératif de disposer de données de listings précises sur le web pour que votre entreprise soit mieux référencée par rapport à vos concurrents. Les sources de listings « Big Five » (cinq premiers), comme indiqué ci-dessous, présentent 91 % du trafic de listings et constituent un bon point de départ.



Google



Google Maps



Google Profil d'entreprise (anciennement connu sous le nom de Google My Business)



Apple Maps



Microsoft Bing

Microsoft Bing

L'onglet **Listings** vous permet de contrôler et de conserver une présence en ligne sur tous vos sites web, afin de correspondre à votre source d'informations. Les avantages de l'utilisation des Listings d'entreprises sont les suivants :

Se démarquer dans la Recherche

- Obtenez plus de vues avec des listings à jour
- Favorisez la conversion du client et le trafic, que ce soit sur site ou en ligne

Répondre en zéro-clic

- Permettez aux consommateurs de trouver rapidement ce dont ils ont besoin
- Veillez à ce que les réponses aux FAQ apparaissent dans vos pages de résultats de recherche

Mettre à jour les listings à grande échelle

- Modifiez les informations relatives à votre entreprise sur tous les sites
- Assurez la cohérence de la marque

Composants des Listings d'entreprises

Les composants suivants constituent la solution Listings d'entreprises de Reputation :

Niveau de performance



Fournit une visibilité sur la manière dont plusieurs personnes voient et agissent sur vos listings Google, Bing et Facebook. Suivez les éléments suivants :

- Les clics vers votre site web, vos appels téléphoniques et vos itinéraires
- Affichages de listings
- Types de recherches qui déclenchent l'affichage de vos listings, les téléchargements et les vues sur vos médias Google
- Impressions des publications Google au fil du temps.

Précision des listings



Vous permet de surveiller les mesures prises et gérer la précision de vos listings.

Répartissez les listings publiés, en attente ou non exécutables, afin d'évaluer le nombre de points de données corrects, incorrects et corrigés sur les sites sélectionnés. Visualisez les indicateurs de précision et les points de données fixes à partir des sources à fort trafic telles que Google et Bing.

Détails des



Vous permet d'identifier rapidement où se situent les anomalies pour chacun de vos sites. Contrôlez la date d'audit de vos listings par la plateforme pour la dernière fois.

Cliquez sur n'importe quel site pour comparer votre source de vérité aux données en direct sur les principaux sites sources. Consultez les données de profil de chaque site et ajoutez, modifiez et supprimez les points de données existants.

Suggestions de l'éditeur



Vous aide à conserver la précision des données de vos listings en fonction des commentaires d'utilisateurs et de sites éditeurs reçus.

Vous pouvez soit refuser, soit accepter la modification proposée. En acceptant, le système met automatiquement à jour la source de vérité et la publie sur tous les sites éditeurs.

Composants des Listings d'entreprises suite :

Doublons

Vous permet de surveiller les doublons potentiels et de prendre des mesures pour les supprimer.

Les doublons potentiels sont identifiés à partir du nom, du site, de la description et d'autres facteurs internes, ce qui vous permet d'indiquer si *ce sont* des doublons ou non. En fonction de la réponse, des mesures sont prises pour supprimer le doublon ou le laisser tel quel.

FAQ (Google)

Vous permet de contrôler une liste de questions posées par les utilisateurs sur vos listings, ainsi que des données relatives aux questions ayant obtenu des réponses ou non.

Il offre également la possibilité de publier vos propres réponses à ces questions.

Profils

Vous permet d'identifier rapidement où se situent les anomalies pour chacun de vos sites. Contrôlez la date d'audit de vos listings par la plateforme pour la dernière fois.

Cliquez sur n'importe quel site pour comparer votre source de vérité aux données en direct des principaux sites sources. Consultez les données de profil de chaque site et ajoutez, modifiez et supprimez les points de données existants.

Remarque : besoin d'assistance dans la gestion de votre présence sur Google ? Consultez notre offre de services payants Premium pour obtenir de l'aide.

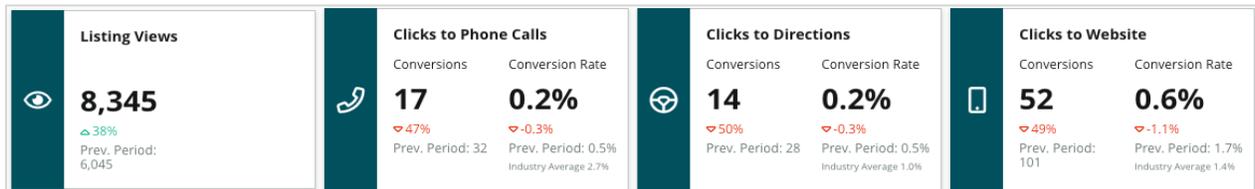
Gestion du niveau de performance des listings

Comprenez comment les gens interagissent avec vos listings.

L'onglet Niveau de performance, sous la rubrique **Listings** donne une idée précise de votre public en ligne et de la façon dont il trouve votre entreprise sur Google, Facebook et Bing. Découvrez comment il s'engage lorsqu'il trouve vos listings et apprenez comment améliorer vos listings et faire de la publicité plus efficacement. Visualisez les aperçus sur une plage de dates sélectionnée ou dans le temps.

Diagramme résumé

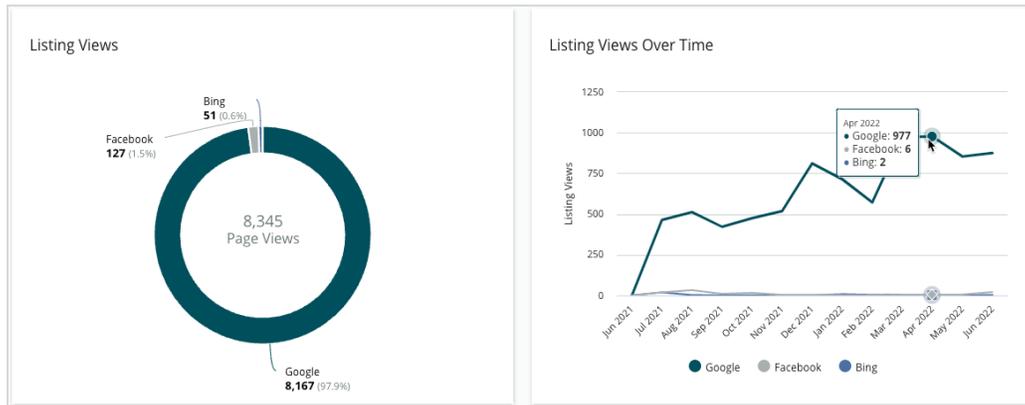
En haut de la page, consultez le résumé des impressions de listings sur Facebook, Google et Bing et le nombre total d'actions entreprises par les visiteurs sur ces listings dans un intervalle de temps donné. Les visites du site Web incluent tous les clics à partir des appareils mobiles et non mobiles.



Remarque : les conversions font référence au nombre de clics d'un client pour appeler, obtenir un itinéraire ou aller sur le site web à partir du listing d'entreprises. Le taux de conversion correspond au nombre d'activations de l'action multiplié par le nombre de vues Google.

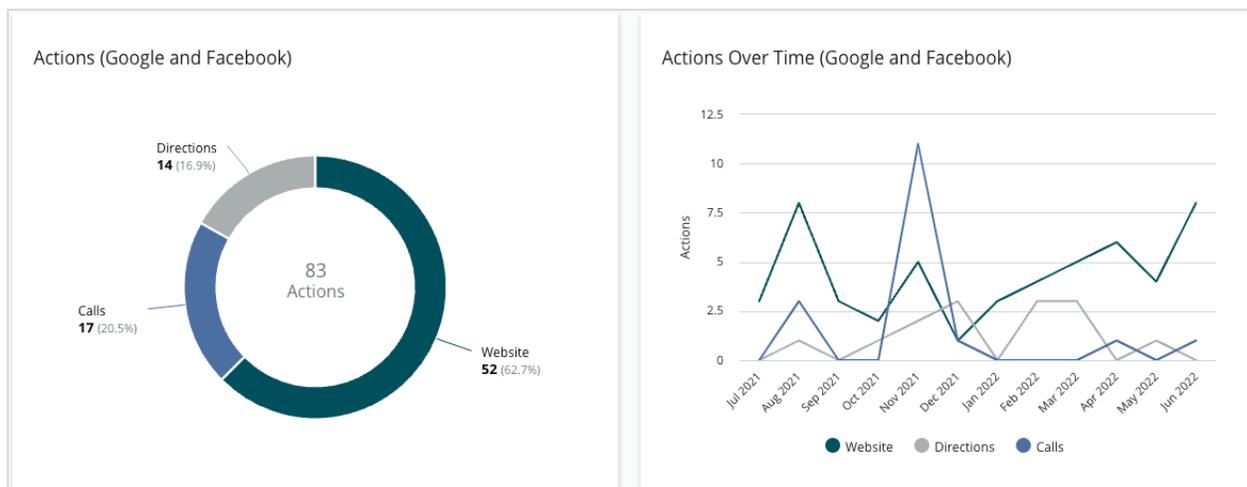
Affichages des listings

Répartition du nombre total de pages de listings consultées sur Facebook, Bing et Google (y compris Recherche et Cartes). Aucune source ne s'affiche si aucune donnée n'est disponible.



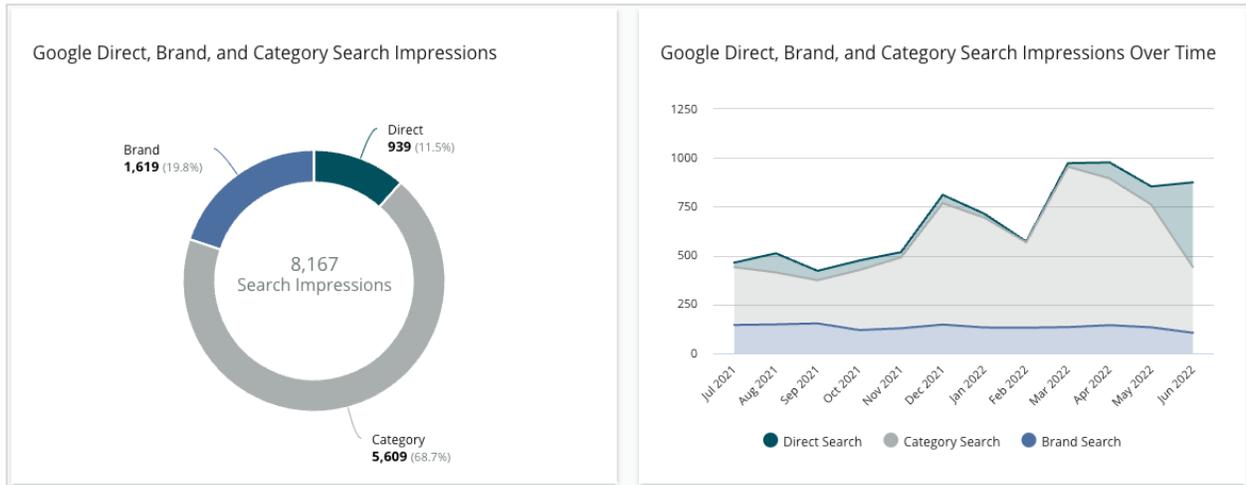
Actions (Google et Facebook)

Décomposition du nombre d'actions effectuées par les personnes sur les listings : appels téléphoniques, itinéraires, visites de sites Web. Combinée au nombre de vues des listings, elle peut vous aider à calculer les taux de conversion des vues en utilisateurs engagés.



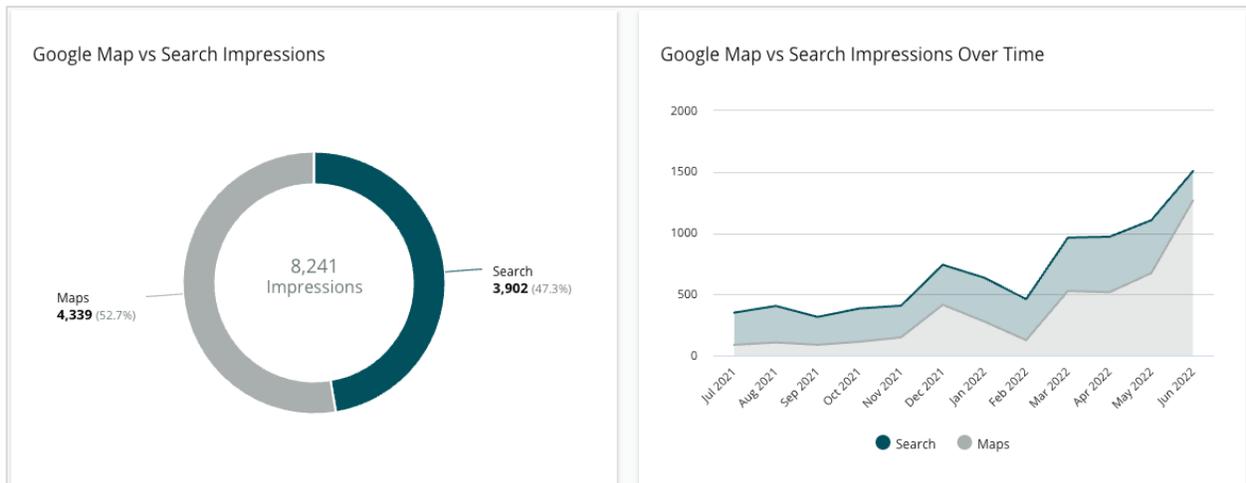
Google Direct, Marque et Impressions de recherche de catégories

Répartition des statistiques de recherche à partir du nom du site par rapport à la marque et à la catégorie.



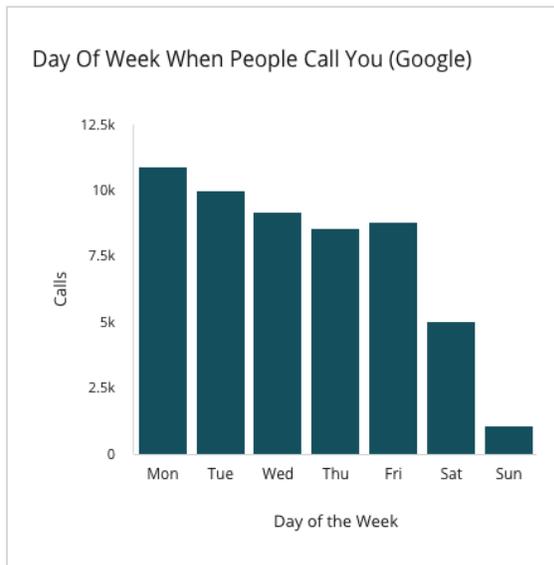
Google Maps contre Impressions de recherche

Répartition des statistiques de recherche à partir de la recherche Google Map par rapport à la recherche directe.



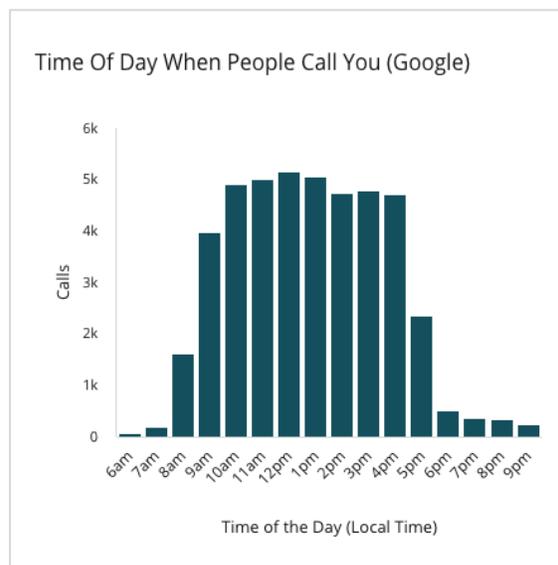
Jour de la semaine où les personnes vous appellent

Une décomposition des jours où les consommateurs tapent sur le bouton « Appel » de vos listings. Le diagramme montre le nombre total d'appels effectués à partir de vos listings dans la plage de dates sélectionnée, regroupés par jour de la semaine.



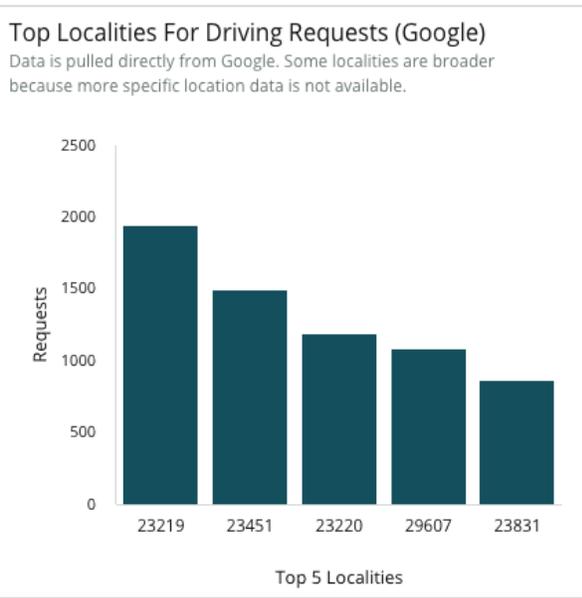
Heure de la journée à laquelle les gens vous appellent

Une répartition des heures pendant lesquelles les gens vous appellent, regroupée par heure de la journée. Le diagramme inclut les appels de 5 h à 21 h. Tout appel en dehors de ces heures n'est pas inclus dans le diagramme.



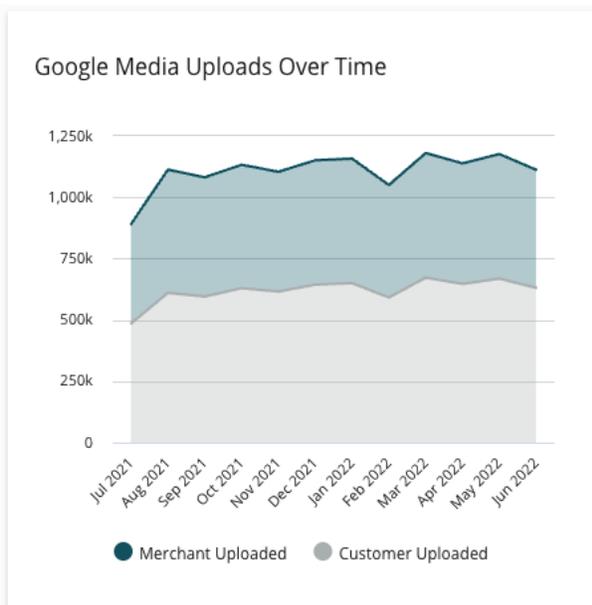
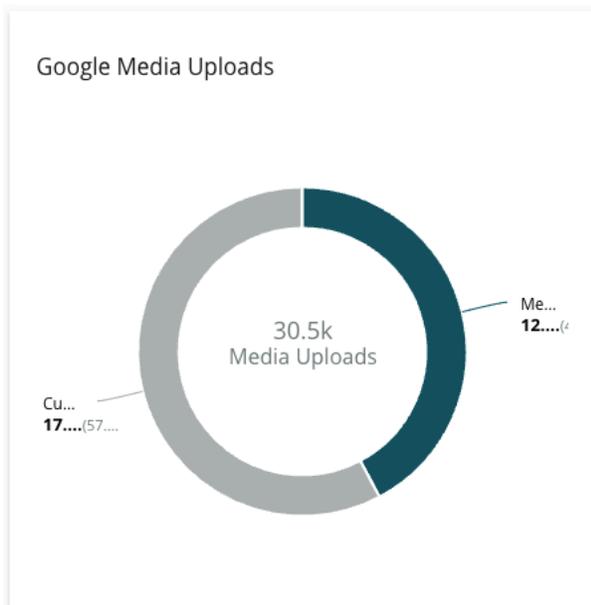
Les principales localités des requêtes d'itinéraires

Une vue d'ensemble des lieux pour lesquels les visiteurs de vos listings Google sollicitent un itinéraire. Les colonnes offrent une vue en cascade au niveau du pays, de l'État, du comté et de la ville. Les étiquettes des colonnes (noms ou numéros) sont directement fournies par Google Profil d'entreprise (anciennement connu sous le nom de Google My Business).



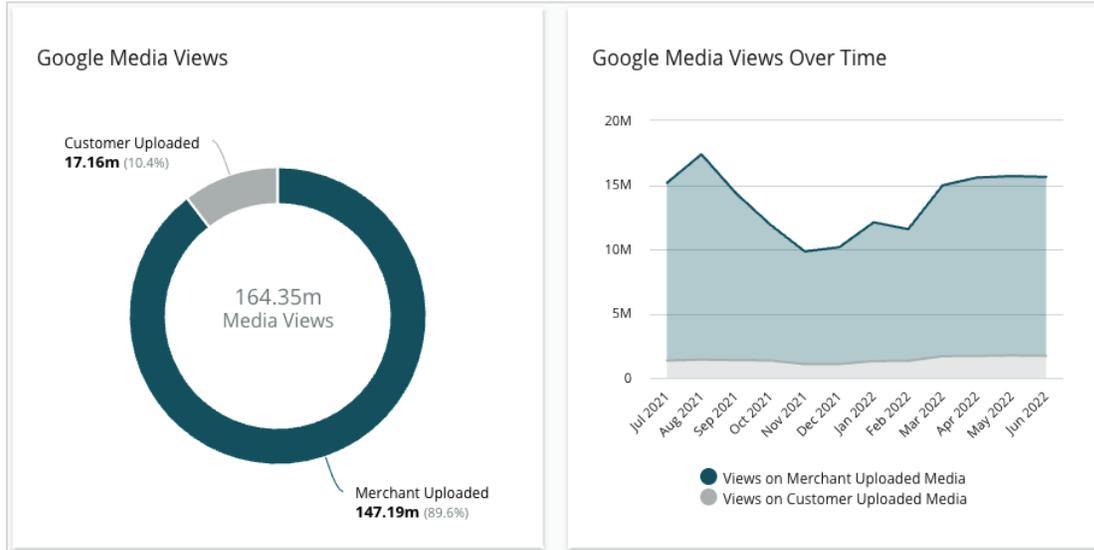
Téléchargements de médias Google

Nombre total de téléchargements de médias (vidéos et images) sur vos listings GBP (anciennement connu sous le nom de GMB), répartis par client et commerçant.



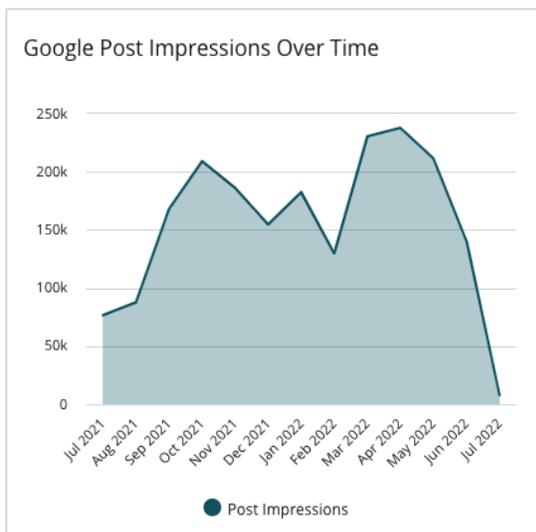
Vues Google Media

Nombre total de vues de médias (vidéos et images) sur vos listings GBP, réparties entre les médias téléchargés par les clients et ceux téléchargés par les commerçants.



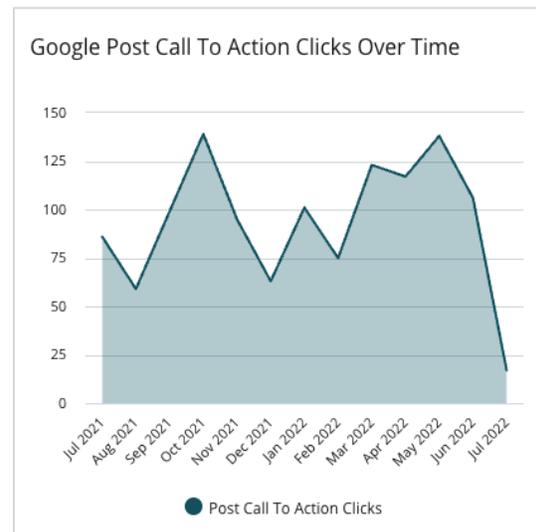
Impressions des publications Google au fil du temps

Une décomposition des impressions réalisées à partir des publications de Google Profil d'entreprise.



Clics d'Appel à l'action sur les publications Google au fil du temps

Une analyse des clics d'appel à l'action effectués à partir des publications Google Profil d'entreprise.



Gérer les listings de doublons

Assurez une présence en ligne consolidée pour vos sites en gérant les listings en doublons.

Le Gestionnaire de doublons vous aide à identifier, évaluer et résoudre les éventuels listings de sites en doublons. Vous seul décidez si un listing est un doublon ou non. Une fois que vous avez confirmé un doublon potentiel, le changement est définitif !

Il est important de traiter rapidement les listings en doublons car ils sont fréquemment à l'origine des problèmes suivants :

- Impact négatif dans les classements de recherche et répartition des avis sur plusieurs pages.
- Confusion chez les clients.
- Affichage d'informations obsolètes ou incorrectes sur votre entreprise.

Remarque : la gestion des doublons s'applique uniquement aux listings Google et Facebook. La plateforme affiche les doublons potentiels de Foursquare à des fins de sensibilisation.

Recherche de doublons

Le service automatisé de recherche de doublons recherche les doublons potentiels sur le web tous les 90 jours. Les doublons potentiels sont identifiés si le listing n'est pas géré par votre compte et présente au moins une des caractéristiques suivantes par rapport à un listing géré activement :

- Nom identique ou similaire
- Adresse/région géographique identique ou très proche (moins de 0,5 km)
- Secteur d'activité, catégorie ou services identiques
- Numéro de téléphone identique
- Site web identique

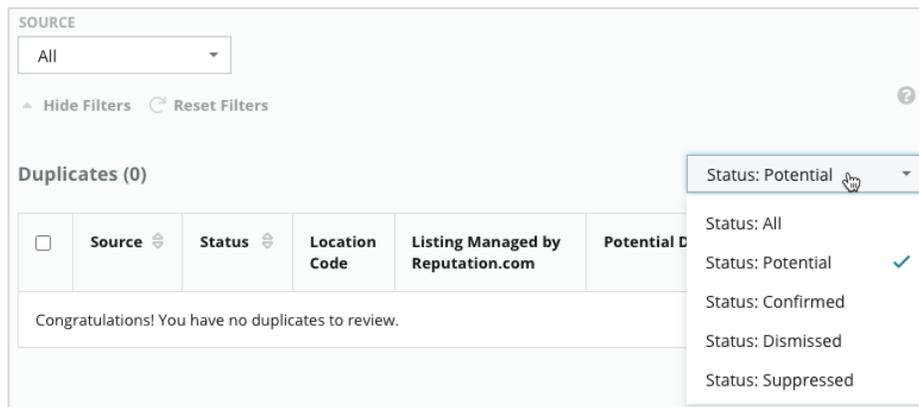
Prendre des mesures

Une correspondance potentielle reste dans le Gestionnaire de doublons jusqu'à ce que vous preniez des mesures. Si certains doublons peuvent être évidents, la confirmation des doublons nécessite un examen manuel. Par exemple, vous pouvez avoir intentionnellement deux listings avec le même nom, la même adresse et le même numéro de téléphone qui servent des objectifs différents (par exemple, les ventes et les services).



Prendre des mesures concernant les doublons potentiels :

1. À partir de l'onglet **Listings**, cliquez sur **Doublons**.
2. Utilisez les filtres de la ligne supérieure pour réduire votre champ d'action. L'état par défaut est « Potentiel ».
 - a. **Potentiel** : un doublon potentiel
 - b. **Confirmé** : l'abonné a cliqué sur accepter et a confirmé qu'il s'agit d'un doublon mais n'a pas encore réglé le problème
 - c. **Rejeté** : l'abonné a cliqué sur Rejeter
 - d. **Supprimé** : le doublon est officiellement en cours de fusion ou de suppression



3. Comparez les données du listing géré et du doublon potentiel ; cliquez sur le nom de chaque listing pour ouvrir les listings en cours d'examen.
4. Choisissez l'une des options suivantes :
 - **Pas un doublon** - n'apportez aucune modification aux listings. Dans le Gestionnaire de doublons, les enregistrements passent à l'état « Rejeté ».
 - **Doublon** - fusionnez le listing identifié comme un doublon dans le listing géré. Une fois confirmé, les avis du listing en doublon seront transférés vers le listing géré et tout le trafic qui allait vers le listing en doublon sera redirigé vers le listing géré. Dans le Gestionnaire de doublons, les enregistrements passent à l'état « Confirmé ».

Agissez sur plusieurs doublons en utilisant les cases à cocher et les boutons d'action groupée en haut de la page.

l'info ! Un écran de confirmation s'affiche après avoir cliqué sur Dupliquer. Une fois que vous avez confirmé votre sélection, le processus de suppression des doublons commence dans les 48 heures pour être soumis au site source. Actuellement, Reputation n'est pas en mesure de notifier ni de confirmer que votre listing a été supprimé.

Remarque : le site source peut prendre jusqu'à quelques semaines pour supprimer le doublon de son réseau. Reputation ne garantit pas que toutes les demandes de suppression de doublons seront identifiées ou acceptées. Si vous rencontrez des problèmes pour supprimer un doublon, contactez l'équipe d'assistance de Reputation.

Vérification des détails du listing

Identifiez et mettez à jour les données inexactes sur les principaux sites par localisation.

L'onglet **Détails des listings**, dans la rubrique **Listings**, affiche les listings qui correspondent ou pas à votre source de vérité pour chaque site. La plateforme Reputation vérifie automatiquement vos annuaires d'entreprises toutes les 24 heures.

Alors que nous collectons quotidiennement des données auprès des sources connectées, certaines sources collectent des données une fois par semaine ou tous les trois jours, c'est-à-dire que nos données sont aussi à jour que les données de la source.

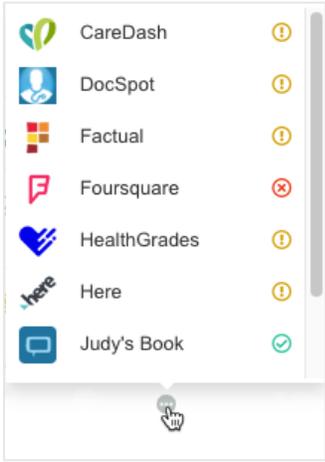
Sites

La grille du site vous permet d'identifier rapidement où se trouvent les incohérences et de voir à quand remonte le dernier audit. Filtrez pour afficher Tous les lieux, Synchronisation automatique ou Audit uniquement.

Location	Address	G	f	b	Apple	...	Last Audited	AutoSynced
		✓	✓	✓	!	...	1 day	<input checked="" type="checkbox"/>
		✗	!	!	!	...	3 days	<input checked="" type="checkbox"/>
		✓	✓	✓	!	...	1 day	<input checked="" type="checkbox"/>

l'info ! Vous devez avoir des privilèges Administrateur sur votre compte pour ajouter ou modifier des sources de listings. Si vous avez besoin d'aide, contactez votre Responsable du Succès Client ou l'équipe d'assistance.

La grille de site **Listings** contient les colonnes suivantes :

Nom	Description
Site	Le nom du site auquel vous avez accès. Cliquez sur le nom pour voir les détails d'audit.
Adresse	L'adresse du site tel qu'il est répertorié dans la source de vérité de la plateforme.
Sites corrigibles	Google, Facebook et Bing sont des exemples de sites corrigibles. Si la source de listing de votre compte inclut ces sites et si ces sites ont des connexions appropriées, les informations sur l'état sont affichées sous forme de Correspondance (✓) ou de Non correspondance (✗).
Sites pris en charge	<p>Si la source de référencement de votre compte comprend ces sites, des informations sur l'état sont affichées lorsque vous passez la souris sur les points de suspension. Tous les sites dont l'URL est manquante sont indiqués par cette icône : </p>  <p>Tous les sites dont l'URL est manquante sont indiqués par cette icône : </p>
Dernier audit	Le nombre de jours depuis la dernière comparaison du système entre les sites de listings de ce site et la source de vérité.
Synchronisé automatiquement	Les données sur la source de vérité sont configurées pour corriger automatiquement les informations erronées.

Site individuel

Lorsque vous cliquez sur un lieu dans la grille des sites, vous pouvez rapidement analyser les résultats de l'audit par rapport aux sites de référencement les plus importants. Les données affichées sur chaque site de référencement associé sont disponibles en deux formats :

Mode carte

The screenshot displays four individual audit cards for different sources. Each card shows the source name, address, phone number, website URL, and business hours. A status bar at the bottom of each card indicates the audit status: 'PUBLISHED TO SOURCE' for Google, Facebook, and Bing, and 'AUDIT ONLY' for DocSpot. The last audited and last submitted dates are also provided for each source.

Source	Status	Last Audited	Last Submitted
Google	PUBLISHED TO SOURCE	07/03/22	06/23/22
Facebook	PUBLISHED TO SOURCE	07/03/22	06/23/22
Bing	PENDING UPDATE	07/03/22	05/21/22
DocSpot	AUDIT ONLY	06/30/22	-

Mode liste

The screenshot displays a table view of the audit results. The table has columns for Source, Status, Formatted Name, Address, Phone, Website, Business Hours, Specialties, Description, AutoSynced, and Last Audited. The data is summarized as follows:

Source	Status	Formatted Name	Address	Phone	Website	Business Hours	Specialties	Description	AutoSynced	Last Audited
Google	PUBLISHED TO SOURCE	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Jul 3, 2022
Facebook	PUBLISHED TO SOURCE	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Jul 3, 2022
Bing	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓		✓	Jul 3, 2022
DocSpot	AUDIT ONLY	✗	✗	✗	✗	✗				Jun 30, 2022

État envoyé

Les raisons suivantes peuvent s'appliquer à une inscription marquée comme Envoyée.

- **Publié par Source** - les données ont été envoyées à la source et validées comme exactes.
- **Envoyé à la Source** - les données ont été envoyées à la source dans le respect du contrat.

Remarque : une fois les données soumises via la plateforme Reputation, c'est à la discrétion de chaque source spécifique de savoir quand l'information sera publiée.

État en attente

Les raisons suivantes peuvent s'appliquer à un listing marqué comme En attente.

- **Mise à jour En attente** - une mise à jour a été envoyée et est maintenant en attente d'une mise à jour de la source.
- **Données manquantes/non valides** - le profil est dépourvu des données requises par la source ou les données qui existent ne répondent pas aux exigences d'une source gérée activement.
- **Vérification en attente** - utilisée pour les sources qui ne nécessitent pas de vérification par code PIN mais qui sont en attente de vérification par d'autres moyens.
- **Vérification de PIN en attente** - la carte postale avec le code PIN doit être envoyée.
- **Vérification de PIN requise** - la carte postale avec le PIN a été envoyée, nous attendons maintenant que le client nous renvoie le PIN.
- **Identifiants manquants/incorrects** - les identifiants nécessaires à l'inscription sur une source sont manquants ou non valides.
- **Erreur Source** - renvoyé lorsqu'une réponse d'erreur API est reçue d'une source.
- **Doublon** - un listing qui a été signalé comme doublon par la source.
- **Suspendu** - un listing qui a été suspendu ou désactivé par une source.
- **Rejeté** - les données sont rejetées par la source/la source a déclaré que nous ne pouvions pas mettre à jour le listing.

État non exécutable

Les raisons suivantes peuvent s'appliquer à un listing désigné comme non exécutable.

- **Audit uniquement** - un site qui fait l'objet d'un audit sur une source mais qui n'est pas activement géré.
- **Annulé** - un site qui était autrefois géré activement pour les listings d'entreprises mais qui ne l'est plus.
- **Fermé** - un site qui a été fermé.
- **Non publiable** - le profil contient un champ manquant qui est requis pour la source sélectionnée (par exemple : Facebook exige une description). Un listing peut également présenté cet état s'il est publié sur une source en raison de restrictions nationales ou sectorielles.
- **Retrait** - un site qui a choisi de ne pas faire partie du programme Listings d'entreprises.
- **Autre** - les sites qui ne sont pas exécutables pour d'autres raisons sont classés avec cet état.

Identifiants manquants ou non valides

L'onglet Identifiants de l'Administrateur contient des autorisations au niveau du site avec des sites tiers nécessaires pour les listings gérés, la réponse aux sites d'avis et/ou la publication sur des comptes de réseaux sociaux. La plateforme offre deux types d'authentification pour la plupart des sources : Connexion et Identifiants :

- **Connexion** - une connexion utilise une méthode d'accès sécurisée via OAuth, de sorte que les identifiants eux-mêmes ne sont pas utilisés pour chaque requête. Une fois la connexion établie, l'affichage des tâches à partir de la plateforme offre un temps de réponse plus rapide. Tous les sites sources ne sont pas disponibles pour une connexion.
- **Identifiants** - les identifiants renvoient à l'utilisateur et au mot de passe utilisés pour s'authentifier sur un site tiers. Si aucune connexion API n'est disponible, la plateforme s'appuie sur des identifiants pour effectuer diverses tâches d'affichage.

Connexions

Meilleures pratiques pour ajouter des connexions pour toutes les sources disponibles sur chaque site ainsi que les identifiants. Les connexions sont toujours privilégiées dans la mesure du possible. Pour ajouter une source :

1. Dans le coin supérieur de droite de la plateforme, cliquez sur Paramètres.
2. À partir du menu de gauche, cliquez sur Identifiants.
3. Une nouvelle fenêtre de navigateur s'ouvre sur les étapes de vérification requises par le site source. Sélectionnez le profil à utiliser (il peut être nécessaire de saisir des identifiants) et acceptez les conditions et les services d'utilisation de l'API. La connexion sera ajoutée à la liste des sources dans l'onglet du menu Identifiants du panneau d'administration.

Références

Pour ajouter un identifiant :

1. Dans le coin supérieur de droite de la plateforme, cliquez sur Paramètres.
2. À partir du menu de gauche, cliquez sur Identifiants.
3. Cliquez sur Ajouter des données, puis survolez Connexions. Cliquez ensuite sur la source à laquelle vous souhaitez vous connecter.
4. Modifiez les paramètres suivants.
5. Cliquez sur Enregistrer. L'identifiant est ajouté sous le site source sélectionné.
Pour modifier les identifiants, cliquez sur le site source, puis cliquez sur le signe Plus (+) à droite pour ajouter des données.

Synchronisé automatiquement

Pour empêcher qu'une source soit incluse dans les mises à jour automatiques, déplacez le bouton Synchronisation automatique. Pour empêcher que toutes les sources d'un site particulier soient incluses dans les mises à jour automatiques, déplacez le bouton synchronisation automatique dans la grille des sites.

Location	Address						Last Audited	AutoSynced
BDP - Lake Havasu							1 day	

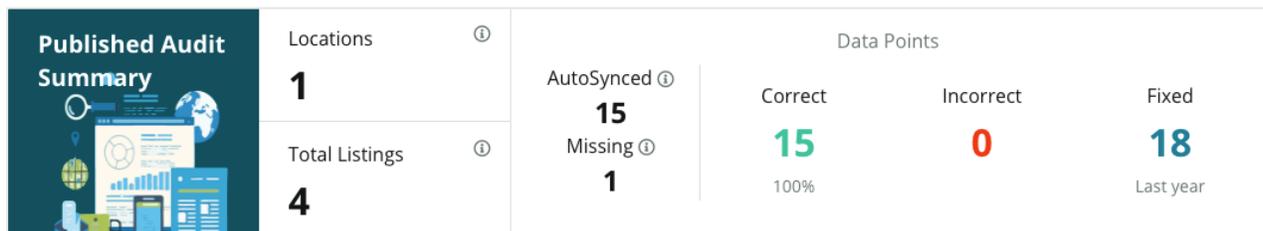
Améliorer l'exactitude des listings

Mesurez la valeur de vos listings gérés et identifiez les domaines à améliorer.

L'onglet Précision du listing sous Listings offre un aperçu des points de données gérés par la plateforme et indique votre pourcentage de précision sur les sources à fort trafic telles que Google et Bing.

Résumé d'audit publié

Visualisez le dashboard de votre activité de listing :



Triez les sites de listings et le résumé de l'audit en fonction des états Publié, En attente et Non exécutable dans le coin supérieur de droite du dashboard Précision du listing. Programmez ou transférez des données ou téléchargez un PDF en cliquant sur les points de suspension.

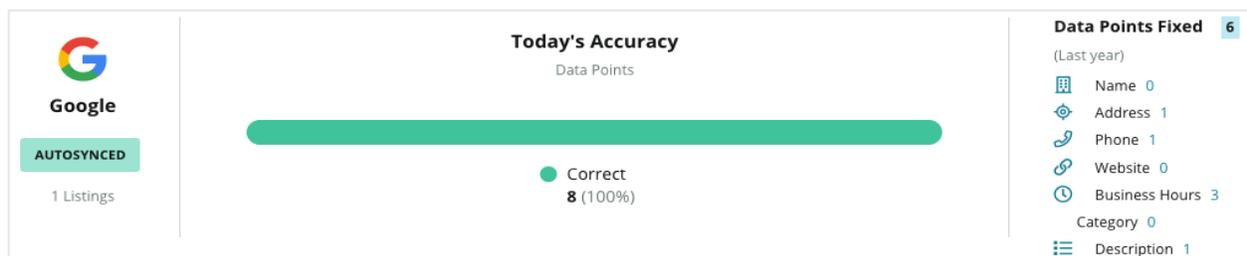
Fulfillment Category:	Published	Pending	Not Fulfillable	⋮
				<ul style="list-style-type: none"> Download PDF Schedule Forward

Les données suivantes sont incluses dans le résumé Audit publié :

Données incluses dans le Résumé d'audit	Description
Sites	Nombre de sites sur au moins une des sources ci-dessous.
Listings totaux	Le nombre d'occurrences en cours de vérification sur les sources désignées comme étant « Synchronisé automatiquement » ci-dessous.
Synchronisé automatiquement	Le nombre de points de données contrôlés sur les sources désignées comme étant « Synchronisé automatiquement » ci-dessous.
Manquant	Le nombre de points de données vérifiables (par ex, heures de travail, numéro de téléphone, etc.) qui manquent sur les profils de votre plateforme.
Correct	Le nombre et le pourcentage de points de données qui correspondent à la source de vérité. Le système considère comme correctes les légères différences, telles que les majuscules et la différence entre « rue » et « r. ».
Incorrect	Le nombre et le pourcentage de points de données qui ne correspondent pas à la source de vérité.
Corrigé	Le nombre de points de données que la plateforme a corrigé automatiquement depuis qu'elle a commencé à collecter les données pour vos profils. Les points de données deviennent inexacts pour diverses raisons, alors les auditeurs contrôlent et corrigent automatiquement de manière constante.

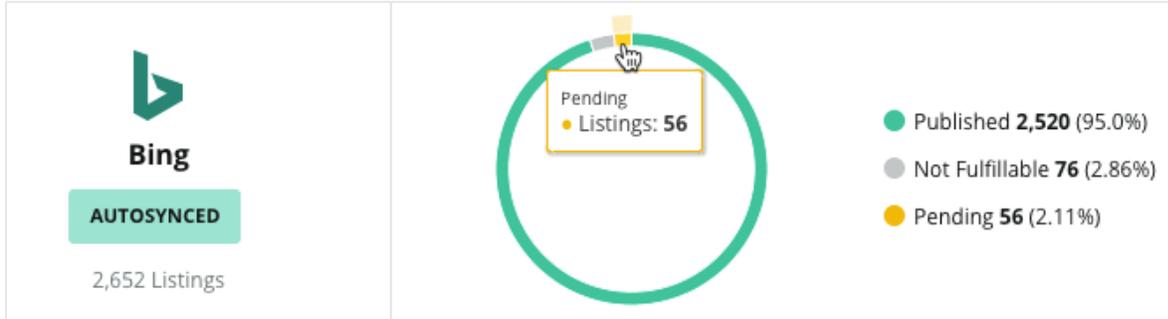
Précision par source

Sous les statistiques Résumé, vous pouvez afficher l'état de chaque source de listing classée par points de données. Aspirez à une précision de 100 % sur Google. Les autres sites sans API peuvent avoir une précision moyenne inférieure.



Catégorie d'exécution par source

Visualisez aisément le nombre de listings Publiés, En attente et Non exécutables par source.



Cliquez sur les diagrammes pour voir quels listings relèvent de chaque catégorie (Publié, En attente, Non exécutable) et quelles mesures prendre pour résoudre tout problème. Affichez les sites en attente de mise à jour des données en cliquant sur le diagramme ci-dessus.

Locations Pending on Bing (56) ✕

[Download Audit Data](#)

Location	Status	📄	📍	📞	✉	🕒	🗑	✎
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗
[Redacted]	PENDING UPDATE	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗

Utilisation des suggestions de l'éditeur

Améliorez la précision de vos données de listings avec les modifications suggérées.

L'onglet **Suggestions de l'éditeur** sous Listings vous aide à conserver la précision de vos données de listings en fonction des commentaires envoyés par les utilisateurs et les sites de l'éditeur. Vous pouvez soit accepter soit rejeter la modification. Si vous acceptez, le système mettra à jour les informations de votre profil de manière automatique (source de vérité) et publiera sur tous les sites de l'éditeur.

Remarque : les suggestions proviennent uniquement de Google. Les autres sources de l'éditeur ne sont pas encore disponibles.

<input type="checkbox"/>	Location Details	Source	Data Field	Existing Data	Suggested Data	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021) 4520 North 2nd Ave, #200, Phoenix, AZ 85013	 Google	Hours	Mon: 09:00 - 17:00 Tues: 09:00 - 17:00 Wed: 09:00 - 17:00 Thu: 09:00 - 17:00 Fri: 09:00 - 17:00 Sat: Closed Sun: Closed	Mon: 09:00 - 17:00 Tues: 09:00 - 17:00 Wed: 09:00 - 17:00 Thu: 09:00 - 17:00 Fri: 09:00 - 17:00 Sat: 09:00 - 12:00 Sun: Closed	 

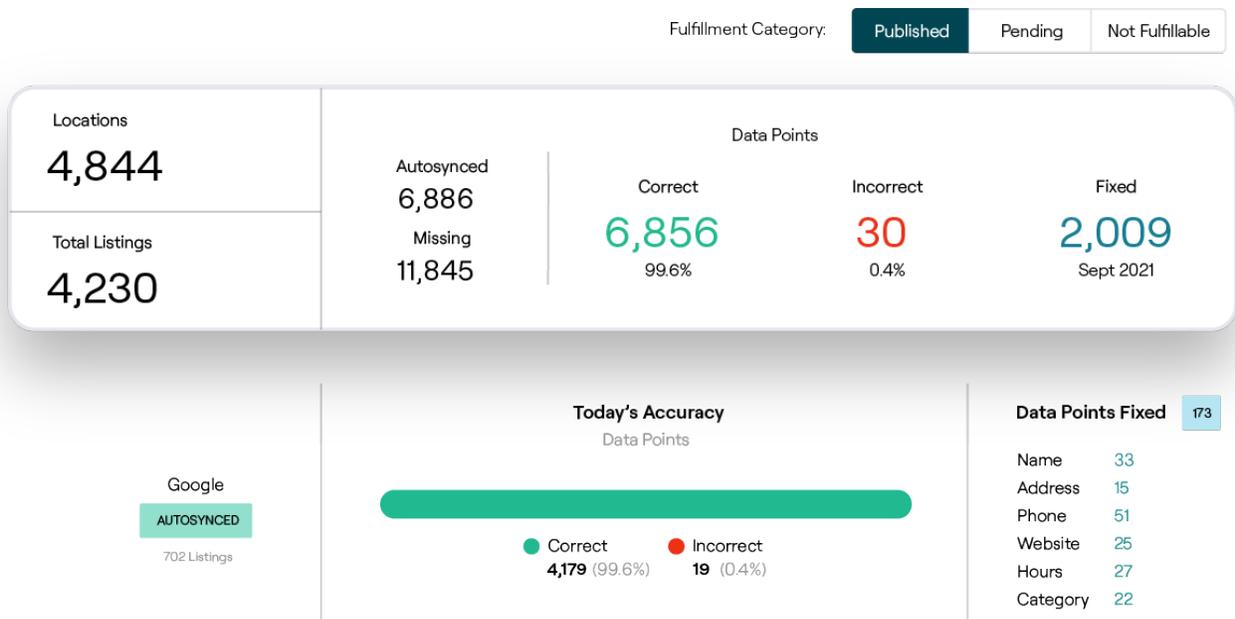
Une suggestion par champ est fournie. Si un champ dispose de plusieurs suggestions (par ex. : Catégorie), c'est une option « tout ou rien ». Par exemple : si la suggestion contient 10 catégories de suggestions, mais que vous souhaitez en conserver uniquement 2, vous devez rejeter la suggestion et ajouter/modifier manuellement les 2 modifications de catégorie du profil de localisation.

Modification des profils de listings

Mettez facilement à jour vos données de site, individuellement ou en masse.

L'onglet **Profils** dans la rubrique **Listings** vous permet de gérer vos profils à partir d'un seul endroit en effectuant des modifications rapides ou des changements en masse. Un profil est requis pour chaque site (installation ou personne individuelle) figurant dans un listing ou un répertoire. Chaque enregistrement de profil correspond à un enregistrement de « site » dans les paramètres Administrateur (onglet Site).

Toute mise à jour des données de profil, par exemple, de nouvelles heures d'ouverture ou un nouveau numéro de téléphone, est transmise aux sites de gestion de listings et aux agrégateurs de données afin d'assurer la cohérence sur le web.



l'info ! Les modifications apportées à un profil au sein de la plateforme Reputation se répercuteront sur le profil de listing correspondant, mais les modifications apportées à un profil de listing ne seront PAS répercutées sur un profil du répertoire.

Modification ponctuelle des données du profil

Grâce à cette plateforme, vous pouvez effectuer des modifications simples directement sur les données du profil.

Pour éditer un profil directement :

1. Dans la page Profils, utilisez le filtre **Sites** ou commencez à saisir le nom du profil que vous souhaitez modifier dans le champ de recherche.
2. À partir de la liste de résultats, cliquez sur l'icône **Modifier**.

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type	Address	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu		Cleansed	Rooftop	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	
<input type="checkbox"/>			Cleansed	Rooftop		

3. Sur le profil, apportez les modifications dont vous avez besoin.
 - Les champs marqués d'un astérisque rouge sont obligatoires.
 - Utilisez les onglets sur la gauche pour accéder aux différentes catégories de profils.
 - Cliquez pour afficher les sites publiables disponibles.
 - Accédez à un journal de l'historique des modifications.
4. Une fois terminé, cliquez sur **Envoyer**.

 Publishable to 7 source(s)  Show history

Profile Information

Status: Cleansed

Type: Rooftop

Location Code*

AutoSync: YES NO

Profile Definition Name*: Rooftop

Parent Location ⓘ

GMB UTM Tracking: YES NO

Linked Profiles ⓘ: No linked profiles

Les modifications apportées mettront automatiquement à jour les sites/annuaires de listings pris en charge.

Modification des données de profil en vrac

Outre les modifications ponctuelles de profils, vous pouvez également modifier des profils en bloc sur la plateforme.

Pour modifier un profil dans la plateforme Reputation :

1. À partir de l'onglet **Listings**, cliquez sur **Profils**.
2. Cochez les cases des profils applicables pour permettre aux options **Modifier** ou **Supprimer** de s'afficher.

You have 2 profile(s) selected. **Edit** **Delete**

<input type="checkbox"/>	Formatted Name		Status	Profile Type	Address	Actions
<input checked="" type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu		Cleansed	Person	40 Capri Blvd, Lake Havasu City, AZ 86403	
<input checked="" type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu	B022	Cleansed	Person	4520 North 2nd Ave, #301, Phoenix, AZ 85013	
<input type="checkbox"/>	BDP - Lake Havasu	B023	Cleansed	Person	21917 N 97th Dr. #200, Peoria, AZ 85383	

3. Cliquez sur **Modifier** pour ajuster les attributs, les heures d'ouverture, les photos, les descriptions ou les sites (sources de données) activés.

Profiles Count

Attributes

Reservations

Accepts Reservations Walk Ins Appointments Only

Reservations Only

Ambiance

Traditional Casual Romantic Upscale Trendy

Good For

Groups Singles Families Couples

4. Cliquez sur **Mettre à jour**.

Utilisez les options d'importation / de téléchargement de la page Profils pour appliquer des modifications à plusieurs listings en utilisant un format de feuille de calcul.

Pour modifier un profil grâce à une importation de feuille de calcul :

1. À partir de l'onglet **Listings**, cliquez sur **Profils**.
2. Cliquez sur **Télécharger**.
3. Sélectionnez les profils à télécharger et les colonnes à inclure. La feuille de calcul est par défaut au format CSV.

Download Profiles [X]

Select Profiles to Download:

All Profiles (129) Filtered Profiles

Select Columns to Include:

Live Fields ⓘ All Fields Selected Columns

Spreadsheet format:

All [v]
Filter
 All
 None
 Public Location Name
 Parent Location
 Job Title

Download **Cancel**

4. Cliquez sur **Télécharger**.
5. Ouvrez le fichier CSV et modifiez les profils que vous souhaitez dans un éditeur de feuilles de calcul.
6. Lorsque vous avez terminé vos modifications, enregistrez le fichier.
7. Dans la plateforme, cliquez sur **Importer**.
8. Joignez le fichier CSV enregistré et choisissez votre mappage d'importation.

Import Profiles [X]

Drop file to attach, or **browse**
Accepted formats: csv,xlsx

Import Mapping

Cancel **Import File**

9. Configurez le mappage des en-têtes de colonne et cochez les cases permettant d'ignorer la normalisation des pages et les colonnes non mappées, si vous le souhaitez. Cliquez sur **Importer**.
10. Enregistrez le nouveau mappage, enregistrez les modifications apportées au mappage existant ou n'enregistrez pas, pour continuer.

11. Examinez les détails de l'import par onglet.

- La plateforme ignorera les points de données invalides et publiera les autres données valides.
- Repérez les erreurs détectées et prenez des mesures correctives ou téléchargez un fichier d'erreurs pour enregistrer les modifications sans erreur et garder la trace des modifications qui n'ont pas été enregistrées en raison d'erreurs.

12. Cliquez sur **Fermer**.

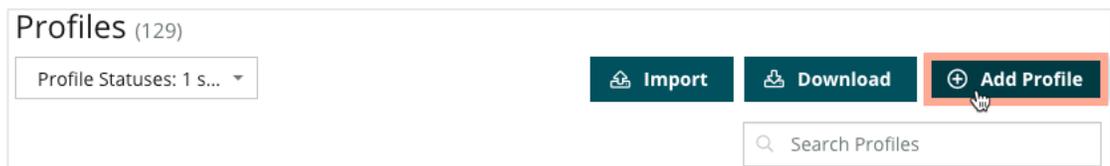
La plateforme transmettra automatiquement les modifications apportées aux sites ou aux annuaires de listings pris en charge.

Ajout de profils

Pour chaque profil, vous devez spécifier la définition comme étant une Installation (par ex. bâtiment) ou un Médecin (par ex. individu). Vous pouvez également créer plusieurs bureaux au sein d'un même profil pour les médecins qui exercent dans plusieurs infrastructures. En outre, vous pouvez utiliser l'ID de site pour lier les informations de site d'un établissement à plusieurs profils de médecins ou professionnels.

Pour ajouter un nouveau profil à un nouveau site :

1. À partir de la page Profils, cliquez sur **Ajouter un profil**.



2. Dans la fenêtre Ajouter un profil, saisissez le code de site dans la case **Code**.

 A screenshot of a modal window titled 'Add Profile' with a close button (X) in the top right corner. At the top, there are two tabs: 'New Location' and 'Existing Location'. Below the tabs are two input fields: 'Code' and 'Definition'. The 'Code' field is empty. The 'Definition' field is a dropdown menu with 'Select' as the current selection. At the bottom right, there are two buttons: 'Cancel' and 'Create' (with a checkmark icon).

3. Dans la liste déroulante **Définition**, choisissez Installation (bâtiment) ou Médecin.
4. Cliquez sur **Créer**.
5. Sur le profil, saisissez les informations restantes.

Ajout d'heures d'ouverture :

Il arrive souvent que les heures d'ouverture d'une entreprise changent pour une saison entière ou pendant des jours fériés spécifiques, ce qui nécessite d'apporter des modifications à votre listing d'entreprise. Comment pouvez-vous mettre à jour les heures d'ouverture à partir de la plateforme ?

Pour ajouter un nouveau profil à un nouveau site :

1. Dans la page **Profils**, cliquez sur le site pour lequel vous souhaitez modifier ou ajouter des heures d'ouverture spéciales.

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021)	B021	Cleansed	Rooftop

2. Cliquez sur **Bureaux** pour voir les détails et les heures d'ouverture. Cliquez ensuite sur **Modifier**.
3. Basculez le bouton vert pour indiquer si le site est ouvert ou fermé et modifiez les heures si nécessaire.
4. Cliquez sur **Soumettre pour approbation**.

Special Business Hours

10/31/2021	<input checked="" type="checkbox"/> Open	1:00 PI	-	4:00 PI	×
12/25/2021	<input checked="" type="checkbox"/> Open	9:00 AM	-	4:00 AM	×
07/04/2022	<input type="checkbox"/> Close				×
09/05/2022	<input type="checkbox"/> Close				×

[+ Add Special Business Hours](#)

Remarque : la plateforme soumet les modifications à la source généralement dans les 24 heures. Pendant ce temps, l'état « Soumis à la source » s'affiche sur la plateforme. Une fois la modification effectuée, vous verrez apparaître un message « Publié à la source ». Nous suggérons d'ajouter les jours fériés sur tous les listings en début d'année afin de disposer de suffisamment de temps pour les publier, car il appartient à chaque source de décider du moment où elle publie les modifications.

Pour l'ID de site :

L'ID de site vous permet de relier les profils des médecins à un profil particulier de bâtiment d'une installation. Ainsi, en cas de modification des informations relatives au site de l'installation, comme l'adresse ou les heures d'ouverture, les modifications seront répercutées sur chaque profil de médecin lié à cet ID de site.

1. Dans le champ **ID de site**, commencez à saisir le nom de l'établissement où travaille le médecin ou le professionnel. Toutes les installations correspondantes qui sont configurées comme une installation relevant de l'abonné apparaîtront comme une option à sélectionner dans une liste déroulante.
2. Si vous n'avez pas encore saisi de champs Bureau, les données de l'ID du site sélectionné (établissement parent) seront copiées vers ce profil. Une icône de verrouillage à côté de chaque champ de la section Bureau indique que la valeur du champ correspond à celle du parent.
3. Si vous avez déjà saisi des informations dans la section Bureau, les données de l'ID de site sélectionné ne remplaceront PAS les données existantes. Une icône de déverrouillage apparaît à côté de chaque champ pour indiquer que la valeur du champ ne correspond PAS à celle du parent.
4. Si vous souhaitez remplacer les valeurs du profil actuel par celles du parent, cliquez sur le lien **Réinitialiser**.
5. Les adresses de profil ne sont pas liées si un champ est différent du parent (par exemple : numéro de bureau).
6. Une fois terminé, cliquez sur **Envoyer**.

The screenshot shows the 'Offices' form in the Reputation system. The form is divided into two main sections: 'Profile Information' on the left and 'Offices' on the right. The 'Offices' section contains the following fields and options:

- Place ID:** A text input field.
- Office Name:** A text input field containing 'Andrew' and a checked 'Primary' checkbox.
- Office Status:** A dropdown menu set to 'Open'.
- Address:** A series of input fields: 'Street Address*' (123 S Wacker), 'Address Line 2' (#200), 'City*' (Chicago), 'State*' (Illinois), 'ZIP*' (38120), and 'Country*' (United States).
- Latitude:** 41.8802819
- Longitude:** -87.6366012
- Service Area:** A section with the question 'Is this a service area business?' and two radio buttons: 'YES' (selected) and 'NO'.
- Business Hours:** A section with a checked 'Primary Business Hours' checkbox.

At the bottom of the form, there are three buttons: 'Cancel', 'Save As Draft', and 'Submit'.

Gestion des listings de départements

Gérez facilement la présence en ligne de vos départements.

Que sont les listings de départements ?

Google encourage les entreprises locales comportant plusieurs départements à mettre en place plusieurs listings— dont un pour la page principale du site et un pour chaque département. Grâce à Reputation, vous pouvez cartographier chaque listing, qu'il s'agisse d'un listing principal ou d'un listing de départements (secondaire), sur un site de la plateforme.

Caractéristiques principales

1

Type de site de départements

Pour chaque listing de départements sur Google, vous pouvez configurer des sites de départements.

Sélectionnez le type de site en fonction du secteur, automobile, par exemple. Les types de sites disponibles sont les suivants : Service, Pièces, Collision, Vidange d'huile, etc.

2

Connexion par code de groupe

Les sites principaux peuvent être associés aux sites de départements sur la plateforme, en utilisant le Code de groupe, qui sera le même pour les sites principaux et pour les sites de départements. Cela permet de créer une hiérarchie entre les sites principaux et les sites de départements, pour le calcul du Score Reputation et le regroupement des données.

3

Score Reputation intact

Regroupez les avis des sites de départements jusqu'au site principal, pour vous assurer que le score Reputation du site principal n'est pas concerné en raison de la diminution du volume d'avis sur les sites de départements.

Le score Reputation n'est pas disponible pour les sites de départements.

4

Exclure les sites de départements du filtre déroulant des sites. Lorsque le filtre Site est utilisé, toutes les données associées aux sites de départements sont également affichées par défaut.

Choisissez un **Type de site** pour filtrer davantage les données de n'importe quelle page en fonction du type de site.

Configuration des sites de départements

En collaboration avec votre Directeur de la réussite des clients et l'équipe des Services professionnels de Reputation, établissez des listings de départements. Vous pouvez, entre-temps, préparer votre compte en configurant des **sites de départements**.

Remarque : l'équipe des Services professionnels de Reputation peut également aider à établir des emplacements de sites.

Pour définir des sites de départements :

1. Dans le coin supérieur de droite de la plateforme cliquez sur **Paramètres**.
2. À partir du menu de gauche, cliquez sur **Sites**.
3. Cliquez sur le site que vous souhaitez sélectionner.
4. Cliquez sur l'icône Crayon pour modifier.
5. Faites défiler vers le bas et ajoutez un **Code** et un **Type** de groupe.
 - **Code de groupe** : le site principal et les sites de départements sont associés à l'aide du Code de groupe. Le Code de groupe doit toujours être le même pour les sites principaux et les sites de départements connexes. Par défaut, un Code de groupe sera le même que le code de site. Pour les sites de départements, le Code de groupe doit être mis à jour pour être identique au site principal.
 - **Type** : le champ Type sert à indiquer le type de site du département. S'il s'agit d'un Site principal, le Type doit être défini sur Principal. Le type d'un seul site par Code de groupe peut être défini sur Principal. Pour les sites de départements, le Type doit être sélectionné.
6. Cliquez sur Enregistrer.

Gestion des FAQ Google

Gérer les questions et les réponses (FAQ) envoyées dans les panneaux de connaissances de vos panneaux de connaissances Google Profil d'entreprise (GBP) en un seul endroit.

La **FAQ Google** fournit aux consommateurs des informations plus détaillées sur une entreprise, ce qui leur permet de décider immédiatement, lorsqu'ils sont sur Google, quelle entreprise contacter. Les questions et réponses peuvent même apparaître directement dans les résultats de recherche de Google.

Remarque : les questions et réponses ayant reçu le plus de votes positifs détermineront l'ordre dans lequel elles apparaîtront sur le listing.

L'onglet FAQ vous permet de suivre et de répondre aux questions posées par les consommateurs à partir des panneaux de connaissances Google de vos sites.

Filtres

Les filtres de la ligne supérieure affectent les données affichées sur l'onglet. Les filtres secondaires s'appliquent lorsque vous cliquez sur les données du graphique interactif.

MARKET-DMA All	DISCONTINUED-OPS All	TYPE All	REGION HD Chicago
DISTRICT All	MARKET All	STATE All	LOCATION All
DATE RANGE Current Year			

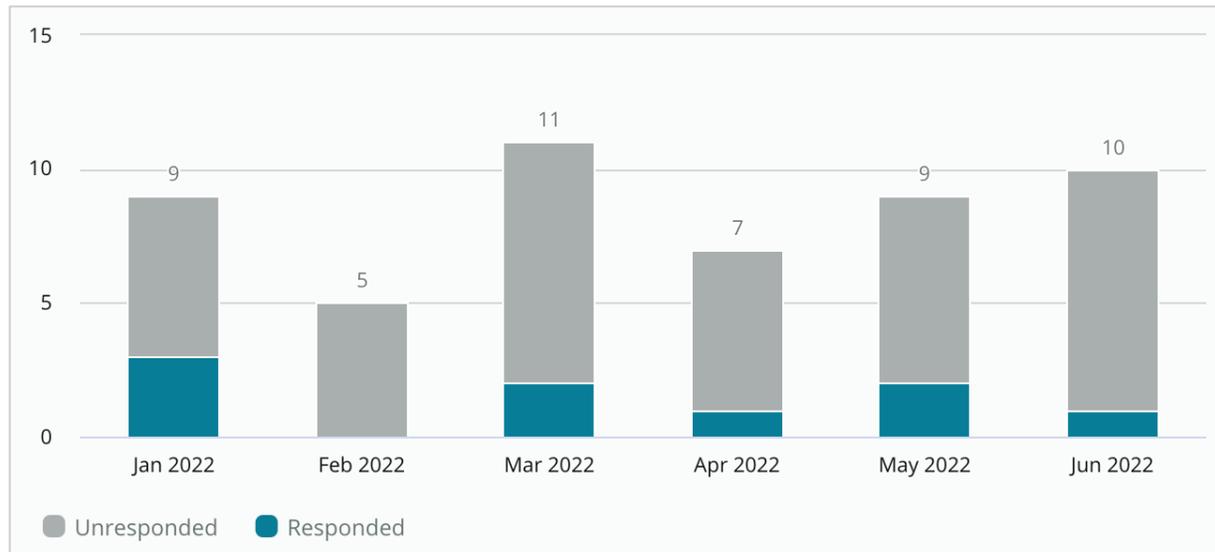
Résumé

La section Questions contient l'état des questions reçues et auxquelles vous avez répondu ou pas. Cliquez sur l'un des liens de la section « Questions » pour filtrer le graphique et la liste des questions.

<p>Questions</p> <p>120</p> <p>across 102 Locations</p> <p>Responded 22 View</p> <p>Unresponded 98 View</p>
--

Diagramme

Consultez la tendance de votre FAQ en ce qui concerne le nombre de questions envoyées au cours de la période sélectionnée sur les sites sélectionnés. Le diagramme présente les questions sans réponse en gris et les questions avec réponses en orange. Toute réponse de la part d'un autre utilisateur Google compte comme une réponse, même si ce n'est pas celle du propriétaire de l'entreprise.



Questions

La section Questions affiche toutes les questions pour les filtres sélectionnés ou les sélections de diagramme. Les questions sont affichées en temps quasi réel. Par défaut, toutes les questions sont affichées et triées par ordre décroissant.

Réponses

Cliquez dans la fenêtre de réponse pour répondre à la question (doit avoir les identifiants/les connexions). Les réponses sont affichées en direct, quasiment en temps réel.

Jun 8, 2022
Do any of your doctor specialize in lasik?

BDP - Uptown

Kasey Kershner

↩ Responded

Kasey Kershner replied on Jun 9, 2022 2:07 PM: 🌐 Live

Hi Kasey! Yes! Dr. Repiso and Dr. Evans both specialize in Lasik Surgery and offer free consultations!

Respond to this question...

Remarque : la longueur maximale des réponses sur Google Profil d'entreprise est de 440 caractères. Gardez les réponses en dessous de ce seuil pour garantir l'affichage de l'intégralité de votre réponse.

À garder à l'esprit avec la FAQ Google :

Il est tout à fait acceptable et judicieux pour une entreprise de publier ses propres questions et réponses. Ajoutez les questions directement sur le panneau de connaissances GBP et répondez-y à partir de la plateforme.

Définissez des notifications spécifiques de FAQ pour les utilisateurs désignés chargés de fournir des réponses.

Vous pouvez ajouter de multiples réponses (d'autres utilisateurs sur votre compte), mais Google n'affichera qu'une réponse du Propriétaire de l'entreprise par question. La dernière question publiée s'affichera avec l'étiquette du Propriétaire de l'entreprise.

Vous ne pouvez pas supprimer les réponses publiées par d'autres utilisateurs Google. Il peut sembler qu'elles soient supprimées sur la plateforme, mais elles réapparaîtront après le processus d'audit quotidien.

La gestion efficace de votre FAQ Google et la réponse aux questions auront une incidence positive sur votre classement dans les moteurs de recherche. Google prend en considération le fait que vos consommateurs trouvent votre contenu pertinent, exact et à jour, facile à comprendre et s'il a été créé par une personne réelle plutôt que par un robot.

Contenu riche

Publier du contenu sur vos listings à grande échelle.

L'onglet **Contenu riche** vous permet de définir votre contenu une fois et de l'associer à tous les sites nécessaires pour le publier ensuite à grande échelle. Assurez-vous que les rôles disposent d'autorisations de Contenu riche activées pour visualiser, modifier, ajouter et/ou supprimer du contenu.

Remarque : le contenu riche ne prend pas en charge les images pour le moment.

Contenu riche contient trois onglets :

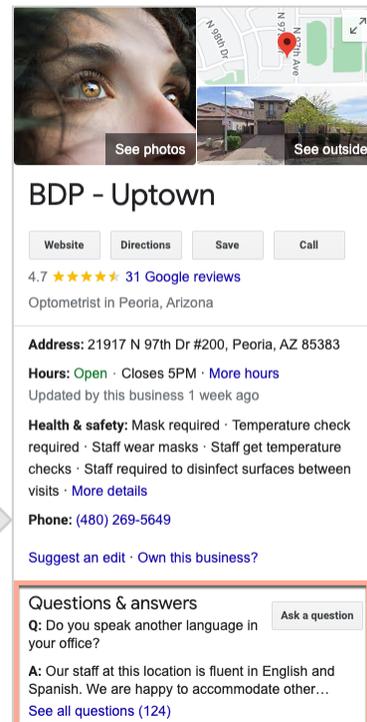
- FAQ
- Menus
- Produits

FAQ

Prenez le contrôle de votre marque en compilant de manière proactive une liste de questions et réponses fréquemment posées qui s'appliquent à des groupes de sites et que vous pouvez publier en ligne à grande échelle.

Name	Action
BDP Southern AZ	 
BDP Northern AZ	 
BDP Central AZ	 

Vue de la plateforme Reputation



BDP - Uptown

Website Directions Save Call

4.7 ★★★★★ 31 Google reviews

Optometrist in Peoria, Arizona

Address: 21917 N 97th Dr #200, Peoria, AZ 85383

Hours: Open · Closes 5PM · [More hours](#)

Updated by this business 1 week ago

Health & safety: Mask required · Temperature check required · Staff wear masks · Staff get temperature checks · Staff required to disinfect surfaces between visits · [More details](#)

Phone: (480) 269-5649

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

Questions & answers [Ask a question](#)

Q: Do you speak another language in your office?

A: Our staff at this location is fluent in English and Spanish. We are happy to accommodate other...

[See all questions \(124\)](#)

Étape 1 : ajouter une FAQ

Créez une FAQ pour chaque groupe de vos sites, comme AZ du nord et AZ du sud, afin de désigner les questions qui doivent être publiées dans les listings de chaque groupe de sites.

Pour ajouter une FAQ :

1. À partir de la plateforme, cliquez sur **Listings**.
2. Cliquez sur **Contenu riche**.
3. Cliquez sur l'onglet **FAQ**.
4. Cliquez sur **Ajouter une FAQ**.

Remarque : les FAQ ne peuvent pas être importées en bloc pour le moment.

5. Ajuster les paramètres de FAQ :

- **Titre :** attribuez un nom à votre FAQ.
- **Date de début et de fin :** vous pouvez également saisir une date de début et une date de fin. Les questions et réponses associées à cette FAQ seront publiées à la date de début et automatiquement supprimées à la date de fin.

Remarque : si ce champ est vide, les questions associées à cette FAQ ne seront pas supprimées, sauf si elles sont supprimées individuellement.

- **Associer à :** sélectionnez un filtre pour l'association. Les options comprennent : État, ville, site et filtres personnalisés. Après sélection, cochez la case correspondant à chaque site ou groupe de sites à associer à la FAQ.
- **Sources :** sélectionnez un emplacement pour la publication des FAQ

Remarque : cette fonctionnalité ne concerne actuellement que Google.

The screenshot shows the 'Edit' form for a FAQ. The form has the following fields and values:

- Title:** BDP Southern AZ
- Start-End Date:** Jul 06, 2022 (Start) and Jul 06, 2022 (End)
- Associate With:**
 - Location:** A dropdown menu.
 - Filter:** A list with 'All' and 'None' options, and a checked checkbox for 'BDP - Uptown'.
 - Selected Locations (All):** A section with a 'Show Locations' link.
- Sources:** A dropdown menu with 'Google' selected.

At the bottom right, there are 'Cancel' and 'Save' buttons.

6. Cliquez sur Enregistrer.

Étape 2 : ajouter des groupes

Utilisez les groupes pour répartir vos questions en catégories telles que Service après-vente ou Assurance acceptée, pour une gestion simplifiée.

Remarque : les groupes ne sont affichés qu'au sein de la plate-forme ; les groupes ne sont pas publiés dans les listings.

Pour ajouter des groupes :

1. À partir de l'onglet **FAQ**, cliquez sur la FAQ souhaitée.
2. Cliquez sur **Ajouter un groupe**.
3. Saisissez un titre et cliquez sur **Envoyer**.

BDP Western AZ

Title: BDP Western AZ

Start - End Date: 7/11/2022 - 8/31/2022

Sources:

Associate With:

- B012
- B004
- B005
- B007
- B021

Sections:

Add Group

Create Group ✕

FAQ Title: BDP Western AZ

Title *

Étape 3 : ajouter des questions

Rassemblez les questions fréquemment posées et les réponses correspondantes pour chaque groupe ou catégorie de la FAQ. Les questions et les réponses sont publiées sur tous les listings de localisation inclus dans la FAQ.

Pour ajouter des questions :

1. À partir de l'onglet **FAQ**, cliquez sur la FAQ souhaitée.
2. Cliquez sur **Ajouter une question**.
3. Saisissez un titre, la question, la réponse et sélectionnez ou ajoutez un groupe.
4. Cliquez sur **Envoyer**.

BDP Western AZ

Title: BDP Western AZ

Start - End Date: 7/11/2022 - 8/31/2022

Sources:

Associate With:

- B012
- B004
- B005
- B007
- B021

Sections: Eye Exams
How often should I schedule an eye exam?

Add Question

FAQ Title: BDP Western AZ

Question *:

Answer *:

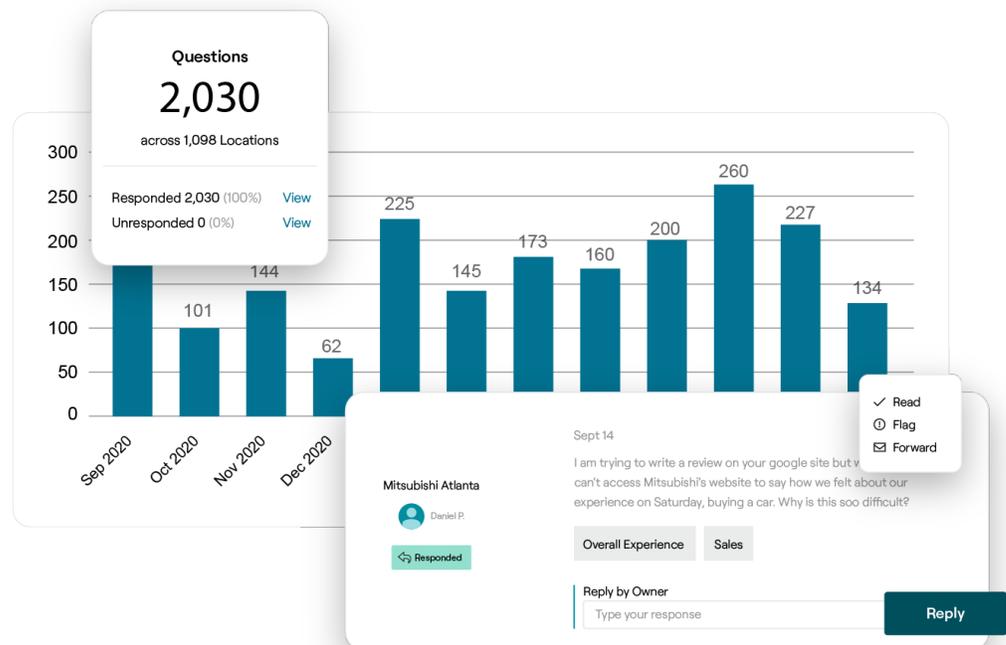
Group *:

À garder à l'esprit lorsque vous ajoutez des FAQ :

Les questions et réponses soumises sont publiées quotidiennement.

Les pages Google Profil d'entreprise doivent être connectées à la plateforme pour publier les FAQ sur un site de listings.

Les FAQ peuvent être modifiées et supprimées, tandis que les groupes et les questions/réponses ne peuvent être que modifiés.



Menus

Définissez et publiez facilement des menus pour les listings GBP à partir de la plateforme, à grande échelle.

Étape 1 : ajouter un menu

Créez un menu pour chaque saison ou occasion, comme un menu d'automne et un menu d'hiver, afin de définir les éléments du menu qui doivent être publiés dans les listings de chaque groupe de sites.

Pour ajouter des menus :

1. À partir de la plateforme, cliquez sur **Listings**.
 2. Cliquez sur **Contenu riche**.
 3. Cliquez sur l'onglet **Menus**.
 4. Cliquez sur **Ajouter un menu**.
 5. Ajustez les paramètres du Menu :
 - **Titre** : attribuez un nom à votre menu.
 - **Date de début et de fin** : saisissez une date de début et de fin pour la publication du menu.
- Remarque** : si un menu prend fin sans qu'un autre menu ne le remplace, le menu expiré restera sur GBP. Si deux menus ont la même date de début, les deux menus resteront affichés.
- **Associer à** : sélectionnez un filtre pour l'association. Après sélection, cochez la case correspondant à chaque site à associer à la FAQ.
 - **Sources** : sélectionnez l'endroit où le menu sera publié. (Cette fonctionnalité ne concerne que Google pour l'instant)
 - **URL du contenu** : incluez le lien du menu sur votre site web pour le publier.
6. Cliquez sur **Enregistrer**.

The screenshot displays the 'Menus' edit page in the Reputation platform. The breadcrumb trail is 'Menus / Winter Menu / Edit'. The form includes the following fields:

- Title ***: Winter Menu
- Start-End Date ***: Dec 01, 2021 to Feb 28, 2022
- Associate With ***: Select (dropdown), Filter (input), and Selected Locations (All) (dropdown)
- Sources ***: Google (dropdown)
- Content URL**: (empty input field)

At the bottom right, there are 'Cancel' and 'Save' buttons.

Étape 2 : ajouter des sections

Utilisez des sections pour structurer vos menus et regrouper les éléments, comme les entrées, les pâtes et les desserts.

Pour ajouter des sections :

1. Dans l'onglet **Menus**, cliquez sur le menu souhaité.
2. Cliquez sur **Ajouter une section**.
3. Saisissez un titre et cliquez sur **Soumettre**.

Menus / Winter Menu ✎

Title Winter Menu

Start - End Date 12/1/2020 - 2/28/2021

Sources

Content URL

Associate With

- B003
- B014
- B006
- B008
- B015
- B013

Sections

Appetizers
Cheesy Garlic Bread

Pasta
Spaghetti & Meatballs

Desserts
Chocolate Chip Cheesecake

Add Section Add Item

Add Section ✕

Menu Title Winter Menu

Title *

Cancel **Submit**

Étape 3 : ajouter des articles

Compiliez des détails spécifiques sur les éléments du menu inclus dans chaque section du menu.

Pour ajouter des articles :

1. Dans l'onglet **Menus**, cliquez sur le menu souhaité.
2. Cliquez sur **Ajouter un article**.
3. Saisissez les détails de l'article. Les options comprennent : Titre, Description, Prix, Épicé, Allergènes, Restrictions diététiques, Cuisines, Section.
4. Cliquez sur **Envoyer**.

Menus / Winter Menu 

Title Winter Menu

Start - End Date 12/1/2020 - 2/28/2021

Sources 

Content URL

Associate With

- B003
- B014
- B006
- B008
- B015
- B013

Sections

Appetizers
Cheesy Garlic Bread

Pasta
Spaghetti & Meatballs

Desserts
Chocolate Chip Cheesecake

[Add Section](#) [Add Item](#)

Add Menu Item 

Menu Title Winter Menu

Title *

Description

Price 

Spiciness 

Allergens 

Cuisines 

Dietary Restrictions 

Section *  [Add Section](#)

[Cancel](#) [Submit](#)

À garder à l'esprit lorsque vous ajoutez des menus :

Le contenu du menu est publié chaque jour.

Les pages Google Profil d'entreprise doivent être connectées à la plateforme pour publier les Menus sur les listings de sites.

Google affiche des menus chaque fois qu'une personne effectue une recherche sur un appareil mobile, alors qu'il n'en affiche que très peu, voire pas du tout, lorsque la recherche se fait à partir d'un ordinateur de bureau.

Les menus dans Reputation sont disponibles pour tous les secteurs d'activité. Toutefois, Google peut publier ou non les menus des secteurs autres que l'hôtellerie ou la restauration.

Les menus, les sections et les articles peuvent être modifiés et supprimés selon les besoins.

Produits

Certaines entreprises peuvent désormais afficher leurs services sur GBP de manière rapide et évolutive, ce qui se traduit par une expérience de recherche mobile plus solide pour les clients potentiels.

Étape 1 : ajouter des produits

Créez un Produit pour chaque type de produit ou de service proposé, par exemple un produit pour les examens et un autre pour les articles de détail, afin de désigner les produits qui doivent être publiés dans les listings de chaque groupe de sites.

Pour ajouter des produits :

1. À partir de la plateforme, cliquez sur **Listings**.
2. Cliquez sur **Contenu riche**.
3. Cliquez sur l'onglet **Produits**.
4. Cliquez sur **Ajouter un produit**.
5. Ajustez les paramètres du produit :
 - **Titre** : attribuez un nom à votre produit.
 - **Date de début et de fin** : vous pouvez également saisir une date de début et une date de fin. Les articles associés à ce Produit seront publiés à la date de début et automatiquement supprimés à la date de fin.

Remarque : si la case est vide, les éléments associés à ce produit ne seront pas supprimés, sauf s'ils sont supprimés

- **Associer à** : sélectionnez un filtre pour l'association. Une fois sélectionné, cochez la case à côté de chaque site ou groupe de sites à associer au produit.
- **Sources** : sélectionnez l'endroit où le produit sera publié. Cette fonctionnalité ne concerne que Google pour l'instant.
- **URL du contenu** : incluez un lien à vos produits à partir de votre site web pour publication.

6. Cliquez sur **Enregistrer**.

Étape 2 : ajouter des sections

Utilisez les sections pour organiser vos produits et regrouper les articles, comme les lunettes, les lentilles de contact et les kits de voyage.

Pour ajouter des sections :

1. À partir de l'onglet **Produits**, cliquez sur le produit souhaité.
2. Cliquez sur **Ajouter une section**.
3. Saisissez un titre et cliquez sur **Soumettre**.

The screenshot shows the 'Products / Retail' page with the following details:

- Title: Retail
- Start - End Date: 0
- Sources: Google
- Content URL: https://sites.google.com/view/bdpuptown/home
- Associate With: B021
- Sections:
 - Glasses
 - BDP Glasses
 - Ray Sunglasses
 - Contact Lenses
 - Perfect Fit Lenses
 - All Natural Lens Cleaner
 - Travel Sets
 - Contact Lens Travel Set
 - Glasses Travel Set

The 'Add Section' button is highlighted with a red box and a mouse cursor.

The 'Add Section' dialog box shows the following details:

- Product: Retail
- Title: (empty field)
- Title *: Blue Light Glasses

The 'Submit' button is highlighted in dark blue.

Étape 3 : ajouter des articles

Compiliez des détails spécifiques sur les articles inclus dans chaque section de la catégorie de produits.

Pour ajouter des articles :

1. À partir de l'onglet **Produits**, cliquez sur le produit souhaité.
2. Cliquez sur **Ajouter un article**.
3. Saisissez les détails de l'article. Les options comprennent : Titre, Description, Prix, Section.

Remarque : Titre et Section sont les seuls champs requis. Les champs de détails des éléments disponibles correspondent à ce que Google prend en charge pour la publication.

4. Cliquez sur **Envoyer**.

The screenshot displays the Reputation interface for adding a product item. The main interface shows a product listing for 'Retail' with various sections like 'Glasses', 'Contact Lenses', and 'Travel Sets'. The 'Add Item' button is highlighted with a red box and a mouse cursor. An arrow points from this button to the 'Add Product Item' modal, which contains fields for Product Title, Title, Description, Price, and Section.

Products / Retail

Title: Retail

Start - End Date: 0

Sources:

Content URL: https://sites.google.com/view/bdpuptown/home

Associate With: • B021

Sections:

- Glasses
 - BDP Glasses
 - Ray Sunglasses
- Contact Lenses
 - Perfect Fit Lenses
 - All Natural Lens Cleaner
- Travel Sets
 - Contact Lens Travel Set
 - Glasses Travel Set

Add Section **Add Item**

Add Product Item

Product Title: Retail

Title *: Round

Description: [Empty text area]

Price: [Empty text field] Select

Section *: Glasses **Add Section**

Cancel **Submit**

À garder à l'esprit lorsque vous ajoutez des produits :

Le contenu des produits est publié quotidiennement.

Les pages Google Profil d'entreprise doivent être connectées à la plateforme pour publier les Produits sur les listings de sites.

Les produits ne sont pris en charge qu'à travers Google sur Mobile.

Les produits, les sections et les articles peuvent être modifiés et supprimés selon les besoins.

FAQ sur les listings d'entreprises

Voici quelques questions courantes à propos de l'utilisation de listings d'entreprises gérés.

Que se passe-t-il lorsque quelqu'un d'autre suggère une modification de mes horaires ?

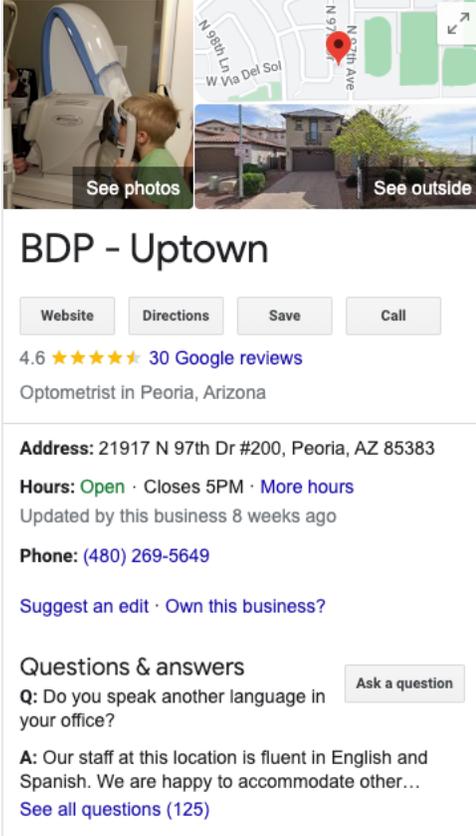
Google s'appuie sur les clients et les entreprises pour garder vos informations à jour. Le programme Google Guides incite les consommateurs à répondre aux questions en ce qui concerne les entreprises qu'ils visitent afin d'alimenter et de valider les listings.

Pour les éléments tels que les photos et les avis, le contenu généré par les utilisateurs est souvent un excellent moyen d'accroître la visibilité de votre listing ! En revanche, les informations telles que les heures d'ouverture ou l'emplacement physique sont souvent moins bien accueillies.

Si un utilisateur suggère une modification des heures d'ouverture ou du site, les changements peuvent être effectués en direct sur votre fiche presque immédiatement. Toutefois, si votre entreprise dispose de listings gérés avec Reputation, votre source de vérité remplacera ces modifications lors du prochain audit automatique (généralement toutes les 24 heures).

Comment les attributs affectent-ils la recherche ?

Les Attributs permettent aux clients de voir ce que votre entreprise a à offrir, par exemple si un restaurant propose le Wi-Fi ou des places à l'extérieur ou si votre entreprise est dirigée par des femmes. L'ajout d'attributs pertinents au-delà de la catégorie de votre entreprise vous permet de vous démarquer auprès des clients qui trouvent votre entreprise sur Google.



BDP - Uptown

Website Directions Save Call

4.6 ★★★★★ 30 Google reviews

Optometrist in Peoria, Arizona

Address: 21917 N 97th Dr #200, Peoria, AZ 85383

Hours: Open · Closes 5PM · [More hours](#)

Updated by this business 8 weeks ago

Phone: (480) 269-5649

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

Questions & answers [Ask a question](#)

Q: Do you speak another language in your office?

A: Our staff at this location is fluent in English and Spanish. We are happy to accommodate other...

[See all questions \(125\)](#)

Par exemple, « Hey Google, où se trouve l'ophtalmologue le plus proche accessible en fauteuil roulant ? »

Remarque : la catégorie de l'entreprise détermine les attributs disponibles pour votre listing. Par exemple, vous pouvez voir des attributs pour les modes de paiement acceptés, les options d'accessibilité ou si l'entreprise est favorable aux LGBTQ.

Puis-je publier mes questions/réponses dans la section FAQ ?

Il est parfaitement acceptable et intelligent pour une entreprise de créer ses propres FAQ. Identifiez les questions que les clients vous posent souvent, voire les services que vous *ne fournissez* pas. Publiez la question en adoptant la voix de votre client, mais répondez en adoptant celle de votre entreprise. Veillez à ce qu'elle soit facile à comprendre. Il ne s'agit pas d'une opportunité de marketing.

Les questions/réponses ayant reçu le plus de « likes » apparaissent en premier. Veillez donc à liker les bonnes réponses fournies par les autres utilisateurs. Si vous et un utilisateur répondez à la même question et que vous avez le même nombre de likes, tous les liens privilégient la réponse du consommateur, qui s'affichera donc en premier.

Comment utiliser les publications GBP sur les réseaux sociaux ?

Google a réservé une quantité ÉNORME d'espace dans le panneau de connaissances de votre entreprise par le biais des publications GBP. C'est une occasion sans précédent d'attirer l'attention de quelqu'un pendant une recherche. Les publications GBP fonctionnent d'une manière légèrement différente des géants des réseaux sociaux traditionnels.

- **Utilisez des images simples et colorées sans texte.** Une haute qualité est préférable (750px x 540px minimum). Le texte est autorisé sur l'image, mais il peut être supprimé sur les appareils mobiles. Il est préférable de ne pas utiliser de superposition de texte. Les vidéos ne sont pas prises en charge.
- **Des descriptions concises et informatives.** Vous avez droit à 1 500 caractères, mais il est préférable de vous en tenir à 100-120. Les descriptions sont tronquées dans la SERP.
- **Supprimez tous les boutons d'appel à l'action (CTA).** Ajoutez de la variété à vos publications en utilisant ces options : Réserver, Commander en ligne, Acheter, En savoir plus, S'inscrire, Obtenir une offre. Utilisez le suivi des clics (UTM) dans vos URL pour suivre le succès.
- **Utilisez des titres exploitables (événements uniquement).** Toutes les publications GBP expirent au bout de 7 jours maximum, mais les types de publications d'événements ont une date de début et de fin. Lorsque vous publiez

sur la plateforme, vous pouvez poster vos publications à moins de 10 endroits par publication. Vous devez disposer d'informations d'identification uniques sur la plate-forme pour chaque site.

Comment faire supprimer un avis ?

Si vous savez qu'un avis en particulier a été attribué par erreur à votre entreprise (c'est-à-dire qu'il était destiné à une autre entreprise) ou qu'il contient des propos diffamatoires ou inappropriés, vous pouvez signaler une violation. Dans la fenêtre des avis Google, vous pouvez passer la souris à côté d'un avis pour afficher un indicateur.



N'oubliez pas que vous ne devez engager une demande de retrait d'avis que lorsque l'avis relève d'une violation des politiques du site. En d'autres termes, ne demandez pas la suppression d'un avis simplement parce que vous ne l'aimez pas. Certains sites d'évaluation commencent à indiquer quand un propriétaire d'entreprise a demandé la suppression d'une évaluation qui ne viole pas les directives.

À quoi sert l'URL de réservation ?

Les URL de réservation fournissent un lien à l'intérieur d'un listing d'entreprise pour diriger l'utilisateur vers une page web spécifique à la prise d'un rendez-vous ou à une réservation (par exemple : un rendez-vous chez le médecin, une visite d'une propriété à louer, une réservation dans un restaurant).

Définition de la Gestion avancée des catégories

Reputation permet aux entreprises de publier des catégories pour leurs sites dans divers Annuaire externes (également appelés Sites de publication) comme Google, Facebook, Apple, Bing, etc. Aujourd'hui, les entreprises ne voient que les catégories Reputation mises en correspondance en interne avec les catégories d'annuaire. Cela pose un problème aux utilisateurs car ils n'ont aucune visibilité sur les catégories qui sont effectivement publiées dans les Annuaire externes.

Grâce à la Gestion avancée des catégories, les entreprises peuvent désormais utiliser la plateforme Reputation pour voir comment leurs catégories de réputation sont mises en correspondance avec les catégories d'annuaire. Ceci vaut aussi bien pour les catégories principales que pour les catégories supplémentaires. Les utilisateurs pourront consulter les catégories d'annuaire lorsqu'ils consulteront ou ajouteront des catégories à leurs sites ou à leurs profils.

Pour utiliser cette fonction :

1. Allez dans **Listings** et ensuite dans **Profils**.
2. Cliquez sur **Profil**, puis sur **Modifier** (option 1 dans l'image) ; OU cliquez sur l'icône Modifier à droite du listing Profils (option 2 dans l'image).

<input type="checkbox"/>	Formatted Name	Code	Status	Profile Type	Address	Actions
<input type="checkbox"/>	BDP - Uptown (B021)	B021	Cleansed	Rooftop	21917 North 97th Dr, #200, Peoria, AZ 85383 US	

3. Cliquez sur **Catégories** dans le panneau de gauche, puis **Gestion avancée des catégories**.

Profiles > BDP - Uptown

[Add Office](#)

Profile Information

Basic

Offices

Categories

Attributes

Medical

Categories

Categories*

Optometry

[Add Category](#)

Primary

[Advanced Category Management](#)

4. De là, affichez ou ajoutez les catégories Reputation et Annuaire.
5. Cliquez sur **Enregistrer les modifications**.

Que signifie le suivi UTM de GBP ?

Le suivi UTM de GBP permet de suivre les actions que vos clients ou clients potentiels effectuent sur votre listing d'entreprise, comme un appel téléphonique, une demande d'itinéraire ou une visite du site web. Lorsque vous ajoutez ou modifiez les informations du profil de votre entreprise dans la plateforme Reputation, basculez le suivi UTM de GBP sur « Oui » afin de suivre ces actions.

Quelle est la limite de caractères pour les descriptions Google ?

Google a fixé une limite de 700 caractères. Certaines sources vous permettent d'ajouter à la fois une description courte et une description longue. Les descriptions courtes ne sont utilisées que pour Facebook ou si aucune description longue n'est disponible.

Pourquoi mon image n'est-elle pas téléchargée dans mon listing ?

Lorsque vous téléchargez des photos et des vidéos sur le listing de votre entreprise, il est important de garder à l'esprit les limites médias de la source.

Dimensions recommandées pour la plateforme Reputation :

- Couverture, Couverture Google, Couverture Facebook : Format JPEG, 1080x608 pixels, ratio d'aspect 16:9
- Profil, profil Facebook, Headshot supplémentaire : Format JPEG, 720x720 pixels, ratio d'aspect 1:1
- Logo, Logo Google : Format JPEG, 250x250 pixels, ratio d'aspect 1:1

Si vos photos ne correspondent pas aux dimensions recommandées, Reputation essaiera de les publier si elles respectent les limites de l'éditeur :

Exigences relatives à Google Profil d'entreprise

- Photo de couverture : Ratio d'aspect 16:9 (obligatoire), 480x270 pixels minimum, 2120x1192 pixels maximum
- Photo du logo : Ratio d'aspect 1:1 (recommandé), 250x250 pixels minimum, 5500x5400 pixels maximum
- Supplémentaire : Ratio d'aspect 16:9 (recommandé), 250x250 pixels minimum, 5200x5300 pixels maximum

Exigences relatives à Facebook

- Photo de profil : Ratio d'aspect 1:1 (recommandé), 180x180 pixels minimum
- Photo de couverture : Ratio d'aspect 2.7:1 (recommandé), 400x150 pixels minimum

Exigences relatives à Bing

- Photo : Ratio d'aspect 4:3 (obligatoire), 480x360 minimum

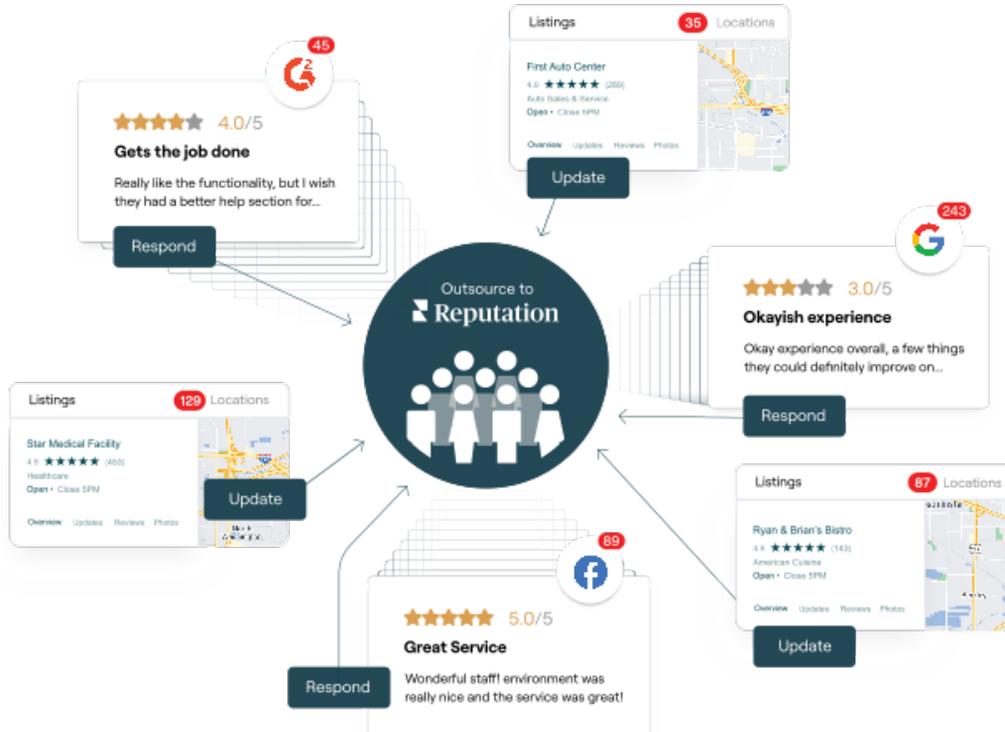
Remarque : la plateforme Reputation n'est actuellement pas en mesure d'informer les utilisateurs que leur média a été rejeté à la source.

Services payants Premium

Faites appel à nos experts de la plateforme Services payants Premium pour obtenir de l'aide.

Nous nous efforçons de rendre notre plateforme intuitive et efficace et nous comprenons bien que votre temps est précieux, mais les ressources et la bande passante peuvent être limitées. Reputation dispose d'une équipe d'experts prêts à vous aider à gérer vos listings, à optimiser le référencement, à publier et à gérer vos publications sur les réseaux sociaux, ainsi qu'à gérer les réponses aux avis. Nous pouvons garantir l'excellence au client grâce à cet ensemble de services à valeur ajoutée, alimentés par notre plateforme et nos produits. Ces experts vous aideront à :

- Aller au-delà de la **Précision** (Listings d'entreprises gérés)
- Optimiser l'**attrait** de vos profils d'entreprise (Optimisation du profil Google, anciennement Services gérés pour Google)
- Exploiter la **puissance** des réseaux sociaux (réseaux sociaux gérés)
- La marque la plus à **l'écoute gagne** (Réponse à l'avis gérée)



Contactez votre Gestionnaire de compte pour plus d'informations sur nos Services payants Premium.



Ressources supplémentaires

Consultez l'ensemble de nos guides de l'utilisateur pour en savoir plus sur la plateforme Reputation.

- Actions
- Administrateur
- Réseaux sociaux de la marque
- Dashboards
- Expérience
- Boîte de réception
- Application mobile
- Pages et localisateurs
- Rep Connect
- Score Reputation
- Rapports
- Demandes
- Avis
- Veille sociale
- Suite sociale
- Sondages
- Widgets