

PROTEGER VOS EQUIPEMENTS / PROTEGER VOTRE REPUTATION

Aujourd'hui les services à la population d'une ville ne se limitent plus à la seule Mairie "physique" tout comme les services départementaux ne se résument pas à la seule préfecture. Ces services sont répartis sur tout le territoire et concernent jusqu'à 150 adresses pour Alfortville par exemple.

150 adresses ce sont autant de points de géolocalisation, d'adresses physiques, de numéros de téléphone parfois et souvent de lieux à faire connaître au public, de patrimoine à mettre en avant ou de structures municipales sportives et culturelles.

De tous ces lieux physiques, il en existe une version virtuelle dans "Google Map" et "Google Streetview" dans un premier temps et très souvent sous forme de fiches établissement "Google My Business" dont l'administration et la mise à jour échappe a priori au contrôle de l'administration (ces fiches étant créés à mesure de leur référencement par les utilisateurs Google). **Ces fiches Google représentent à elles seules 80% des recherches d'adresses** et deviennent la première source d'information lorsque l'on cherche un lieu. De même, les informations qu'elles contiennent participent aux données *SEO*² et au ranking Google.

Le principe d'administration de ces pages est communautaire tant que la propriété de la page n'a pas été réclamée. En d'autres termes, chacun peut dire ce qu'il veut, modifier les numéros de téléphone ou les images comme il le souhaite. On comprend rapidement quelles difficultés cela peut causer en ce qui concerne un gymnase ou un cimetière. On comprend aussi l'impact redoutable et la portée d'actions malintentionnées sur ces pages. Comme cette escroquerie répandue sur Internet : un numéro surtaxé est associé à l'équipement via une société. Par ce biais, les escrocs remplacent sur la fiche "Google Etablissement" le numéro de téléphone par celui d'un serveur vocal surtaxé empêchant ainsi les frais de communication.

Et quand une ville souhaite se lancer dans la récupération de propriété de page de tous ses lieux, d'autres épreuves se dressent. En effet, **pour réclamer la propriété d'une fiche correspondante à une adresse physique, les services de Google envoient à cette adresse une carte par voie postale** contenant un *token*³. Ce *token* servira de sésame pour vérifier que le réclamant est bien domicilié à cette adresse. Méthode imparable dans bon nombre de cas, mais quid des adresses dénuées de boîte aux lettres tel que les parcs ? Quid des adresses où le personnel y travaillant n'est pas rattaché à la ville comme les écoles ? Sans parler de toutes ces adresses où le courrier est directement adressé à l'hôtel de ville comme les crèches, les gymnases : **la tâche est vite insurmontable** sans l'assistance de sociétés spécialisées qui par leur partenariat avec "Google my Business" ont la possibilité d'automatiser la récupération des fiches, et surtout un accès rapide à ces données.

Pourtant ces fiches représentent un vecteur important de communication d'une ville, plus encore que les réseaux sociaux qui véhiculent de l'information éphémère, **ces fiches contiennent des données pérennes comme les numéros de téléphone, les horaires d'ouverture, les services disponibles sur place et des données d'e-réputation**⁴ que sont les avis et questions d'utilisateurs. Ces données mises à disposition par Google se retrouvent sur de nombreuses autres plateformes comme Apple plans, Siri, Amazon Alexa, 118 218, ...

L'e-réputation est le nouveau défi des collectivités dans leur stratégie de marketing territorial et **l'absence de gestion des commentaires et avis sur Google revient à laisser un espace d'expression libre et non modéré visible dans 80% des recherches**. La maîtrise de la réputation en ligne par les entreprises; marques ou commerces est un acquis stratégique renforcé par la crise sanitaire, il doit en être de même pour les services publics locaux ou la présence en ligne ne peut plus se résumer au seul site internet.

L'exemple d'Alfortville :

Objectif : assurer la récupération et l'administration de 150 fiches établissements My Google Business afin de fiabiliser les informations et photos disponibles sur l'ensemble des équipements municipaux et ainsi pouvoir répondre aux questions et avis.

Ce travail de récupération ne pourrait être fait par nos services directement. Alfortville a donc fait le choix de passer par une société spécialisée. Cette société nous permet de récupérer nos fiches établissement existantes et de créer celle qui n'existe pas encore. elle nous permet aussi de pousser nos informations sur Google My Business mais aussi sur toutes les plateformes liées à Alphabet (Google Map, Google Assistant, Waze) et les sociétés utilisant ces informations (Apple Plans, Siri, Amazon Alexa, ...).

Pour plus d'information contactez Matthieu Mayer, chef de cabinet de la ville d'Alfortville :
matthieu.mayer@mairie-alfortville.fr

LEXIQUE

1 : Google My Business : ensemble d'outils en ligne mis en place par Google pour mettre en avant les commerces de proximités et services à la population dans son moteur de recherche mais aussi sur ses produits liés tel que Google Maps.

2 : SEO : "Search Engine Optimization" Méthode utilisé par les site web pour optimiser son classement ou "ranking" dans les moteurs de recherche.

3 : E-réputation : ou réputation numérique est l'opinion commune regroupant les avis les commentaires les informations ou les rumeurs sur le Web d'une entité ou personne publique. Elle correspond à l'identité de cette marque ou de cette personne associée à la perception que les internautes s'en font.

4 : Token : signifiant "jeton" en français désigne un identificateur de session pour identifier un utilisateur dans sa session lors d'une communication réseau.