



ECHORANK · GUIDE PRATIQUE DE TERRAIN

De l'invisibilité à une réputation en ligne de confiance

Le guide complet Echorank : un mode d'emploi pas à pas pour bâtir avis clients, réputation, visibilité dans les moteurs de recherche et visibilité IA, en partant de zéro.

Éditeur : Frederic Desjardins — Echorank

fredericd@echorank360.com

<https://echorank360.com/fr>

Édition : juillet 2026

Public : propriétaires d'entreprise, responsables marketing et agences — accessible aux débutants, profondeur professionnelle

Produit : Echorank — echorank360.com

Notes de statut : les fonctionnalités confirmées du produit sont distinguées des bonnes pratiques générales tout au long du guide. Les éléments à confirmer portent la mention « Vérification requise ».

ECHORANK

Table des matières

Sommaire exécutif	4
1. Introduction à Echorank	5
1.1 Qu'est-ce qu'Echorank ?	5
1.2 À qui s'adresse la plateforme	5
1.3 Les forfaits en un coup d'œil	6
1.4 Comment Echorank soutient chaque objectif	6
2. Partir de zéro	7
2.1 L'audit débutant : réputation et visibilité	7
2.2 Les actifs à préparer avant d'utiliser Echorank	7
2.3 Lancez l'audit Echorank gratuit	8
2.4 Liste de contrôle des fondations	8
3. Installer l'extension Echorank	9
3.1 Prérequis	9
3.2 Où l'obtenir	9
3.3 Étapes d'installation	9
3.4 Connecter l'extension à votre compte	10
3.5 Dépannage de l'installation	11
4. Collecter et importer les avis	12
4.1 Avis Google (Business Profile et Maps)	12
4.2 Avis Trustpilot	13
4.3 Avis et recommandations de pages Facebook	13
4.4 Autres plateformes et annuaires : l'import CSV	13
4.5 Google Takeout (dernier recours)	14
4.6 Limites, connexions et erreurs	14
4.7 Liste de contrôle post-import	14
5. Organiser et analyser les données de réputation	15
5.1 Ce qu'Echorank fournit d'emblée	15
5.2 Catégoriser avant d'analyser	15
5.3 Trouver les motifs qui comptent	16
5.4 Détecter les tendances dans le temps	16
5.5 De l'analyse au changement opérationnel : exemple concret	16
6. Bâtir une stratégie de réputation	17
6.1 Les règles d'une génération d'avis éthique	17
6.2 Flux de demande d'avis	17
6.3 Modèles de demande	18
6.4 Répondre aux avis	18
6.5 Escalade et boucle de retour	19

7. Utiliser Echorank pour améliorer la visibilité	20
7.1 Pourquoi les signaux de réputation font bouger la visibilité	20
7.2 Transformer le langage client en contenu	20
7.3 Suivre la visibilité dans Echorank	20
7.4 Objectifs mesurables	21
8. Outils et techniques SEO classiques	22
8.1 Le hub d'outils Echorank	22
8.2 Les outils externes qui gardent leur place	23
8.3 Les disciplines en un paragraphe chacune	23
8.4 Des flux qui relient réputation et SEO	24
9. La feuille de route zéro-vers-succès (30 / 60 / 90 jours)	25
9.1 Phase 1 — Jours 1–30 : fondations et historique	25
9.2 Phase 2 — Jours 31–60 : analyse et contenu	25
9.3 Phase 3 — Jours 61–90 : visibilité et reporting	26
9.4 Tableau de suivi simple	26
10. Exemples réalistes et études de cas	27
10.1 Entreprise de services locale : « Northside Électrique »	27
10.2 Restaurant : « Casa Lupe »	27
10.3 Marque e-commerce : « Fjellrev Outdoor Gear »	27
11. Dépannage et foire aux questions	29
11.1 Matrice de dépannage	29
11.2 Foire aux questions	30
12. Listes de contrôle et modèles finaux	31
12.1 Liste de contrôle : configuration Echorank	31
12.2 Liste de contrôle : installation de l'extension	31
12.3 Liste de contrôle : collecte d'avis	31
12.4 Liste de contrôle : audit de réputation	31
12.5 Liste de contrôle : réponses aux avis	32
12.6 Liste de contrôle : SEO local	32
12.7 Liste de contrôle : rapport mensuel	32
12.8 Liste de contrôle : plan d'action 90 jours	32
12.9 Modèle de rapport de réputation	33
Glossaire	34

Sommaire exécutif

Ce guide prend une entreprise ou une personne sans avis clients, sans présence dans les moteurs de recherche et sans programme de réputation établi, et l'amène, étape par étape, à une présence en ligne crédible et mesurable grâce à Echorank et aux bonnes pratiques SEO classiques.

Echorank réunit deux disciplines habituellement vendues séparément : la **gestion de la réputation** (collecter, surveiller, analyser les avis clients et y répondre) et la **gestion de la visibilité** (outils SEO classiques et visibilité IA — c'est-à-dire la fréquence à laquelle les assistants IA mentionnent et recommandent votre marque). Le parcours enseigné dans ce guide :

1. **Auditer** honnêtement votre position de départ (chapitre 2).
2. **Importer votre historique d'avis** avec l'extension de navigateur Echorank ou l'import CSV, pour que l'analyse démarre avec du contexte et non une page blanche (chapitres 3–4).
3. **Analyser** ce que disent réellement vos clients : thèmes, sentiment, risques, écarts concurrentiels (chapitre 5).
4. **Générer des avis de manière éthique** avec des flux de demande répétables et des réponses professionnelles (chapitre 6).
5. **Convertir les signaux de réputation en visibilité** — sur votre site, dans la recherche locale et dans les réponses des IA (chapitres 7–8).
6. **Exécuter une feuille de route de 90 jours** avec des KPI et des jalons définis (chapitre 9).

Comment lire ce guide. Tout ce qui porte l'étiquette **ECHORANK** décrit une fonctionnalité confirmée du produit. Tout ce qui porte l'étiquette **GÉNÉRAL** relève des bonnes pratiques du secteur, valables avec ou sans Echorank. Les libellés d'interface évoluent ; les étapes qui dépendent de l'interface actuelle sont marquées **Vérification requise**.

Aucune garantie. Rien dans ce guide ne promet un classement, un nombre d'avis, une note ou un chiffre d'affaires précis. Les résultats en réputation et en SEO dépendent de la qualité du service, de la concurrence et d'algorithmes que personne ne contrôle. Tous les chiffres des études de cas du chapitre 10 sont des exemples illustratifs, pas des résultats vérifiés.

1. Introduction à Echorank

1.1 Qu'est-ce qu'Echorank ?

ECHORANK Echorank (echorank360.com) est une plateforme SaaS de **gestion de la réputation en ligne et de la visibilité**. Elle aide une entreprise à rassembler ses avis clients en un seul endroit, à les comprendre, à y répondre et à utiliser ces enseignements pour améliorer sa présence dans la recherche Google, la recherche locale et les assistants IA.

La plateforme repose sur quatre piliers :

Pilier	Ce qu'il fait	Où le trouver
Collecte et import d'avis	Rapatrie les avis existants via une extension de navigateur, un import CSV ou une fiche Google Business Profile connectée ; les nouveaux avis des sources configurées se synchronisent en continu.	Data Sources / Imports, Extension, Monitoring
Surveillance et analyse	Analyse de sentiment, tableaux de bord, tendances, alertes et résumés par courriel, rapports PDF téléchargeables.	Dashboard, Monitoring, Reporting
Visibilité IA	Audite la manière dont les assistants IA voient votre site et votre marque : suivi des réponses, tendances des prompts, Brand Radar, AI Lens (vérifie si les robots IA voient votre vrai contenu), AI Trust Score.	Section Visibilité
Outils SEO classiques	Un hub d'outils couvrant recherche de mots-clés, suivi de positions, audits de site, backlinks, données Search Console, vérifications SERP et plus.	Hub d'outils (Visibilité → Tools)

1.2 À qui s'adresse la plateforme

- **Commerces locaux et entreprises de services** dont l'activité dépend des avis Google et du classement local.
- **Petites marques e-commerce et SaaS** qui doivent surveiller Trustpilot et Facebook tout en travaillant leur visibilité.
- **Professions libérales** (juridique, comptabilité, santé et connexes) où les signaux de confiance déterminent l'acquisition de clients.
- **Agences** qui gèrent la réputation et le SEO de plusieurs clients (les paliers supérieurs ajoutent des rapports et des quotas plus larges).
- **Fondateurs et responsables marketing** qui veulent un seul outil pour avis + SEO + visibilité IA, plutôt que cinq abonnements.

1.3 Les forfaits en un coup d'œil

ECHORANK Tarifs publiés actuels (USD, mensuel / équivalent mensuel en facturation annuelle) :

Forfait	Prix	Positionnement	Quota mensuel de recherches*
AI Visibility	29 \$ / 24 \$	Visibilité IA uniquement : audits, suivi des prompts, tableau de bord de visibilité.	—
Starter	79 \$ / 63 \$	Réputation et outils de base pour une seule entreprise.	250 recherches, 25 mots-clés suivis
Growth	199 \$ / 159 \$	Ajoute l'intelligence concurrentielle et des quotas élargis.	1 000 recherches, 100 mots-clés suivis
Agency	499 \$ / 399 \$	Travail multi-clients, rapports de surveillance, quotas maximaux.	5 000 recherches, 500 mots-clés suivis
Enterprise	Sur mesure	Contactez l'équipe commerciale.	Sur mesure

*Les quotas de recherche s'appliquent aux outils SEO fondés sur des données (recherche de mots-clés, vérifications SERP, suivi de positions). Tout nouveau compte démarre avec un essai gratuit de 14 jours, sans carte bancaire.

Vérification requise : confirmez les prix et quotas sur la page tarifs en ligne avant de les citer à des clients.

1.4 Comment Echorank soutient chaque objectif

- **Gestion de la réputation** : une boîte de réception unique pour tous les avis, analyse de sentiment, suivi des réponses, alertes sur les signaux négatifs.
- **Surveillance des avis** : les sources configurées synchronisent automatiquement les nouveaux avis ; alertes et résumés font remonter les changements sans vérification manuelle quotidienne.
- **Visibilité** : un audit gratuit site/visibilité IA, un suivi continu des réponses des assistants, et le hub d'outils SEO pour agir sur les constats.
- **SEO local** : connexion Google Business Profile, surveillance GBP, et flux de contenu alimentés par les avis (chapitre 7).
- **Croissance de la marque** : rapports PDF pour les parties prenantes, API publique et serveur MCP pour l'automatisation, et un rythme opérationnel mesurable sur 90 jours (chapitre 9).

2. Partir de zéro

GÉNÉRAL « Zéro » signifie généralement un mélange de : moins de 10 avis, des fiches d'établissement non revendiquées, un site qui ne se positionne pas même sur votre propre nom, et aucun processus de demande d'avis. La solution est une question de séquençement, pas d'héroïsme : revendiquez vos actifs, capturez votre historique, puis installez l'habitude.

2.1 L'audit débutant : réputation et visibilité

Consacrez 60 à 90 minutes à répondre honnêtement à ces questions. Notez les réponses : elles deviennent votre point de référence pour la feuille de route de 90 jours.

Domaine	Question	Comment vérifier
Recherche de marque	Qu'affiche Google quand on tape le nom exact de votre entreprise (en navigation privée) ?	Recherchez « [nom de l'entreprise] » et « [nom] avis ».
Google Business Profile	Une fiche existe-t-elle ? Est-elle revendiquée, exacte et correctement catégorisée ?	Recherche Google Maps ; cherchez « Vous êtes le propriétaire ? ».
Inventaire des avis	Combien d'avis existent sur Google, Facebook, Trustpilot et les annuaires sectoriels ? Note moyenne ? Date du plus récent ?	Visitez chaque profil ; notez volumes et dates.
Historique de réponses	Quel pourcentage des avis existants a reçu une réponse du propriétaire ?	Comptez sur chaque plateforme.
Fondamentaux du site	Le site charge-t-il vite, fonctionne-t-il sur mobile, dit-il clairement ce que vous faites et où, avec des coordonnées cohérentes ?	Ouvrez-le sur un téléphone ; lancez l'audit Echorank gratuit (2.3).
Visibilité IA	ChatGPT, Claude ou Gemini vous mentionnent-ils quand on leur demande des recommandations dans votre catégorie et votre ville ?	Posez 3 à 5 questions réalistes à chaque assistant ; consignez les réponses.
Concurrents	Qui se positionne, et qui possède les avis que vous voulez ? Que louent leurs clients ?	Recherchez vos 3 principaux mots-clés de service + ville.

2.2 Les actifs à préparer avant d'utiliser Echorank

- Google Business Profile (GBP)** : revendiqué, vérifié, nom/adresse/téléphone (NAP) exacts, catégorie principale, horaires, photos et description courte. C'est l'actif au levier le plus fort pour une entreprise locale.
- Site web** : au minimum une page d'accueil qui dit ce que vous faites et pour qui, une page contact et une page par service principal. NAP cohérent en pied de page.

3. **Page Facebook** : revendiquée, avec avis/recommandations activés si pertinent pour votre audience.
4. **Profil Trustpilot** : revendiquez la fiche gratuite si vous vendez en ligne ou servez une zone étendue.
5. **Annuaire sectoriels** : les 2 ou 3 qui comptent dans votre secteur (p. ex. Houzz, Avvo, TripAdvisor, PagesJaunes).
6. **Une plateforme d'avis prioritaire** : choisissez UNE plateforme principale (généralement Google) pour concentrer les demandes pendant les 90 premiers jours.
7. **Un accès courriel/SMS à vos clients** : une liste, un export CRM ou même des factures — il vous faut un moyen de joindre de vrais clients passés.

2.3 Lancez l'audit Echorank gratuit

ECHORANK Avant même de créer un compte, vous pouvez lancer un audit gratuit site/visibilité IA par jour depuis la page d'accueil AI Visibility d'Echorank : saisissez l'URL de votre site dans le widget d'audit et vous obtenez un score avec des vérifications détaillées (fondamentaux techniques, données structurées, accès robots, signaux de visibilité IA). Aucun compte n'est requis pour le premier audit. Utilisez-le comme référence « jour zéro » et conservez le rapport PDF téléchargeable.

[Emplacement de capture d'écran : widget d'audit gratuit Echorank avec une URL saisie et la carte de score obtenue]

2.4 Liste de contrôle des fondations

- ☐ Réponses de l'audit de départ (2.1) consignées et datées
- ☐ GBP revendiqué et vérifié, catégorie et NAP exacts
- ☐ Site en ligne, adapté au mobile, NAP cohérent
- ☐ Page Facebook revendiquée ; Trustpilot revendiqué si pertinent
- ☐ 2 ou 3 annuaires sectoriels principaux revendiqués
- ☐ Plateforme d'avis prioritaire choisie
- ☐ Liste de contacts clients exportée ou accessible
- ☐ Audit Echorank gratuit exécuté ; PDF conservé comme référence jour zéro
- ☐ Compte Echorank créé (essai 14 jours) ; entreprise/tenant nommé correctement

3. Installer l'extension Echorank

ECHORANK L'extension de navigateur Echorank résout un problème précis : **la plupart des plateformes d'avis n'offrent aucun bouton « télécharger mes avis »**. L'extension lit les avis déjà visibles sur la fiche que vous avez ouverte et les envoie, structurés, dans votre propre compte Echorank. Elle prend en charge Google (fiches Maps et Search), les pages Facebook et Trustpilot.

3.1 Prérequis

- **Navigateur** : un navigateur basé sur Chromium qui autorise l'installation d'extensions — Microsoft Edge, Brave, Opera ou Vivaldi fonctionnent directement. Chrome standard nécessite la méthode « charger l'extension non empaquetée » en mode développeur (3.3). Safari et Firefox ne sont pas pris en charge.
- **Un compte Echorank** (tout forfait, y compris l'essai).
- **Un jeton d'extension** généré depuis votre tableau de bord (3.4) — c'est ainsi que l'extension sait à quel compte livrer les avis.

3.2 Où l'obtenir

Page de téléchargement et instructions illustrées : echorank360.com/extension/download.html. Une page d'aide pas à pas se trouve à echorank360.com/extension/help.html, et un panorama de toutes les voies d'import d'avis à echorank360.com/extension/getting-reviews-in.html. Une vidéo d'installation est intégrée à la page de téléchargement.

3.3 Étapes d'installation

Installation empaquetée (Edge, Brave, Opera, Vivaldi)

1. Ouvrez la page de téléchargement et téléchargez le paquet de l'extension.
2. Suivez l'invite du navigateur pour ajouter l'extension. Si votre navigateur bloque l'installation directe, utilisez la méthode ci-dessous.

Chargement non empaqueté (tout navigateur Chromium, y compris Chrome)

1. Téléchargez le ZIP de l'extension depuis la page de téléchargement.
2. Décompressez-le dans un dossier **permanent** (pas Téléchargements — si vous supprimez le dossier plus tard, l'extension casse).
3. Ouvrez `chrome://extensions` (ou `edge://extensions`, etc.).
4. Activez le **Mode développeur** (interrupteur en haut à droite).
5. Cliquez sur **Charger l'extension non empaquetée** et sélectionnez le dossier décompressé.
6. Épinglez l'icône Echorank à votre barre d'outils.

Les installations en mode développeur affichent au démarrage un message « désactiver les extensions en mode développeur ». C'est normal pour une extension non empaquetée ; ignorez-le. **Vérification requise** : si l'extension a depuis été publiée sur une boutique d'extensions, l'installation via la boutique remplace ces étapes — consultez la page de téléchargement pour la voie actuellement recommandée.

[Emplacement de capture d'écran : chrome://extensions avec le Mode développeur activé et « Charger l'extension non empaquetée » en évidence]

3.4 Connecter l'extension à votre compte

1. Connectez-vous à Echorank et ouvrez la page **Extension** du tableau de bord.
2. Cliquez pour créer un nouveau **jeton d'extension**. Il ressemble à `er_ext_<id>.<secret>` . Copiez-le immédiatement — le secret n'est affiché qu'une seule fois.
3. Cliquez sur l'icône de l'extension Echorank dans votre navigateur, ouvrez ses **Paramètres** (Settings) et collez le jeton.
4. La fenêtre doit maintenant afficher un état connecté. Vous êtes prêt à importer (chapitre 4).

Hygiène du jeton. Traitez le jeton comme un mot de passe. Vous pouvez le renouveler ou le révoquer à tout moment depuis la page Extension ; révoquez-le si un ordinateur est perdu ou si un prestataire s'en va.

3.5 Dépannage de l'installation

Symptôme	Cause probable	Solution
Bouton « Charger l'extension non empaquetée » absent	Mode développeur désactivé	Activez d'abord l'interrupteur Mode développeur.
Extension disparue après un nettoyage	Dossier décompressé supprimé ou déplacé	Décompressez à nouveau dans un dossier permanent et rechargez.
Fenêtre « non connecté » / non autorisé	Jeton mal saisi, expiré ou révoqué	Générez un jeton neuf sur la page Extension et collez la chaîne complète, préfixe <code>er_ext_</code> inclus.
Le bouton de scan ne fait rien	Vous n'êtes pas sur une page de fiche prise en charge	Ouvrez la fiche réelle de l'établissement (page Google Maps, onglet avis d'une page Facebook, ou page entreprise Trustpilot), puis cliquez sur l'icône.
Message « rate limited »	Trop de scans en peu de temps	Attendez une minute et réessayez ; la limite par jeton est d'environ une douzaine de scans par minute (voir 4.6).
Les imports n'apparaissent jamais dans le tableau de bord	Jeton du mauvais compte, ou délai de synchronisation	Vérifiez que le jeton provient bien de l'entreprise (tenant) que vous consultez ; patientez quelques minutes ; regardez la page Monitoring, pas seulement le Dashboard.
Le navigateur bloque le téléchargement	Politique de sécurité sur les fichiers empaquetés	Utilisez plutôt la voie ZIP + chargement non empaqueté.

4. Collecter et importer les avis

Votre historique d'avis, ce sont des données. L'importer permet à l'analyse de sentiment, aux tendances et aux tableaux de bord d'Echorank de démarrer avec du contexte réel plutôt qu'un graphique vide. Quatre voies existent ; choisissez par plateforme.

Voie	Idéale pour	Effort	Remarques
Extension de navigateur	Fiches Google, Facebook et Trustpilot ouvrables dans un navigateur	Faible	Données structurées, aucun fichier à manipuler, re-scan possible à tout moment.
Import CSV	Exports d'un ancien outil, tableurs construits à la main, toute plateforme	Moyen	Solution universelle de repli ; 5 Mo par fichier.
Connexion Google Business Profile	Votre propre fiche GBP	Faible	Une connexion unique ; les avis s'importent et restent synchronisés.
Google Takeout	Dernier recours pour vos propres avis Google	Élevé	Sortie JSON, souvent incomplète ; voir 4.5.

La conformité d'abord. Ne collectez que des avis publiquement visibles ou qui vous appartiennent (les profils de votre entreprise). Respectez les conditions d'utilisation de chaque plateforme, les directives robots, le droit de la vie privée (RGPD, Loi 25 au Québec, CCPA et équivalents locaux) et les restrictions d'usage des données. Ne contournez jamais les CAPTCHA, identifications, murs payants ou autres protections techniques, et n'utilisez jamais les données personnelles collectées à d'autres fins que la gestion de votre propre réputation. L'extension lit délibérément uniquement ce qui est déjà affiché sur la page devant vous.

4.1 Avis Google (Business Profile et Maps)

ECHORANK À privilégier : connectez votre Google Business Profile. La connexion importe vos avis, lance immédiatement le scoring, et les nouveaux avis continuent de se synchroniser. Utilisez cette voie pour l'établissement dont vous êtes propriétaire.

Voie extension (fonctionne aussi pour des fiches que vous gérez sans les avoir connectées) :

1. Ouvrez la fiche de l'établissement sur Google Maps (la page du lieu affichant le panneau d'avis) ou le panneau de connaissances Google Search.
2. Confirmez que c'est la bonne fiche : vérifiez le nom exact, l'adresse et le nombre d'avis par rapport à la réalité. Les chaînes et les noms courants produisent des fiches quasi identiques.
3. Faites défiler le panneau d'avis pour que les avis soient chargés sur la page.
4. Cliquez sur l'icône Echorank → **Scan & Import Reviews**.
5. La fenêtre indique combien d'avis ont été capturés et envoyés.

6. Dans Echorank, ouvrez **Monitoring** et vérifiez que les avis importés, dates et notes sont corrects.
7. Relancez un scan quand vous voulez rapatrier les avis plus récents ; les doublons sont ignorés automatiquement.

[Emplacement de capture d'écran : fiche Google Maps ouverte avec la fenêtre Echorank affichant « Scan & Import Reviews »]

4.2 Avis Trustpilot

1. Ouvrez la page Trustpilot publique de l'entreprise (trustpilot.com/review/<domaine>).
2. Paginez ou faites défiler pour que les avis voulus soient visibles ; l'extension capture ce que la page a affiché.
3. Cliquez sur l'icône Echorank → **Scan & Import Reviews**. Répétez sur les pages suivantes pour un historique plus profond.
4. Vérifiez dans Monitoring ; relancez chaque mois ou après un afflux d'avis.

4.3 Avis et recommandations de pages Facebook

1. Ouvrez l'onglet **Avis / Recommandations** de votre page Facebook, connecté avec un compte qui peut le voir.
2. Faites défiler pour charger les recommandations à capturer.
3. Cliquez sur l'icône Echorank → **Scan & Import Reviews**.

Les « recommandations » Facebook sont un oui/non plutôt qu'une note en étoiles ; les entrées importées le reflètent, ne soyez donc pas surpris si les champs de note diffèrent de l'échelle Google à cinq étoiles.

4.4 Autres plateformes et annuaires : l'import CSV

ECHORANK Pour les plateformes sans prise en charge par l'extension (annuaires sectoriels, anciens outils, places de marché), normalisez tout dans un seul CSV et téléversez-le sur la page **Data Sources / Imports** (5 Mo maximum par fichier ; fractionnez les plus gros). Colonnes :

```
reviewer_name, rating, review_text, review_date, platform, review_url, owner_reply
"Jane D.", 5, "Service impeccable, rapide et aimable.", 2026-05-14, GOOGLE, https://maps.google.com/..., "Merci Jane !"
"Mark T.", 2, "Attente trop longue, aucun suivi.", 2026-04-30, TRUSTPILOT, , ,
```

- **rating** : entier de 1 à 5. **review_date** : AAAA-MM-JJ. **platform** : nom de la source en majuscules (GOOGLE, FACEBOOK, TRUSTPILOT, OTHER).
- Laissez vides les champs inconnus plutôt que de deviner.
- Si vous exportez depuis un autre outil de réputation, faites correspondre ses colonnes à ce schéma dans un tableur avant de téléverser.

- Un mode d'emploi CSV se trouve à echorank360.com/extension/howto-import-reviews.html.

4.5 Google Takeout (dernier recours)

GÉNÉRAL Google Takeout peut exporter vos données Business Profile, mais l'export d'avis est en JSON, arrive en un fichier par établissement, et Google en a modifié le contenu au fil du temps — il arrive que le texte des avis manque ou soit inutilisable. Si vous y tenez : demandez l'export Business Profile sur takeout.google.com, attendez le lien par courriel, décompressez, convertissez le JSON vers le schéma CSV ci-dessus et téléversez. Si l'export ne contient pas le texte des avis, repliez-vous sur l'extension ou la connexion GBP plutôt que de vous battre avec.

4.6 Limites, connexions et erreurs

Contrainte	Détail	Que faire
Limites de débit de l'extension	Limites par jeton d'environ 12 scans/minute et 1 500 avis/minute	Espacez les scans sur les très grosses fiches ; la fenêtre vous prévient en cas de limitation.
Contenu affiché uniquement	L'extension capture ce que la page a chargé	Faites défiler/paginez avant de scanner ; les historiques profonds demandent plusieurs passes.
Exigences de connexion	Les avis d'une page Facebook exigent d'être connecté avec un accès à la page ; les pages publiques Google/Trustpilot non	Connectez-vous d'abord ; l'extension ne demande jamais vos identifiants de plateforme.
Doublons	Les re-scans renvoient des avis déjà importés	Géré automatiquement : les imports sont idempotents et les doublons ignorés, donc re-scanner est sans risque.
Texte tronqué	Les plateformes coupent les longs avis derrière un lien « Plus »	Dépliez les longs avis avant de scanner quand le texte complet compte.
Le CSV rejette des lignes	Dates invalides, notes hors 1–5, guillemets mal formés	Corrigez dans le tableur, réenregistrez en CSV, re-téléversez ; seules les lignes en échec doivent être corrigées.

4.7 Liste de contrôle post-import

- ☐ Le total importé correspond approximativement au compteur visible de la plateforme
- ☐ Notes et dates vérifiées par sondage sur 5 avis originaux
- ☐ La bonne entreprise (tenant) a reçu les données (agences multi-clients : vérifiez deux fois)
- ☐ Aucun doublon après les re-scans
- ☐ Dates du plus ancien et du plus récent avis consignées dans vos notes de référence

5. Organiser et analyser les données de réputation

5.1 Ce qu'Echorank fournit d'emblée

ECHORANK Une fois les avis importés :

- **Dashboard** : volume, note moyenne et sentiment dans le temps, en un coup d'œil.
- **Monitoring** : le flux complet des avis, filtrable par source, note et date ; les sources configurées continuent de synchroniser les nouveaux avis à cadence régulière, le flux reste donc à jour sans vérification manuelle.
- **Analyse de sentiment** : chaque avis est noté, ce qui distingue un 3 étoiles poli d'un 3 étoiles furieux.
- **Alertes et résumés** : des résumés par courriel synthétisent l'activité ; les alertes de visibilité signalent les pertes (p. ex. une baisse des recommandations IA) pour que les problèmes remontent en un jour, pas en un trimestre.
- **Rapports PDF** : rapports Review Monitoring et Competitive Intelligence téléchargeables (selon le forfait : rapports de surveillance sur Agency/Enterprise ; rapports d'intelligence à partir de Growth), plus les rapports AI Visibility sur les forfaits visibilité — conçus pour être partagés avec dirigeants et clients.

[Emplacement de capture d'écran : page Monitoring avec filtres de source et de note appliqués]

5.2 Catégoriser avant d'analyser

GÉNÉRAL Découpez les données de six façons ; chaque découpe répond à une question différente :

Découpe	Question à laquelle elle répond
Par source	Où vit réellement ma réputation ? Où sont les trous ?
Par date	La tendance monte-t-elle ou descend-elle ? Qu'est-ce qui a changé au moment du basculement ?
Par note	Qu'est-ce qui sépare mes expériences 5 étoiles de mes 2 étoiles ?
Par établissement/ succursale	Un site tire-t-il la marque vers le bas ?
Par produit/service	Quelle offre génère des éloges ? Laquelle génère des plaintes ?
Par sentiment/thème	Quels mots vos clients répètent-ils — en bien comme en mal ?

5.3 Trouver les motifs qui comptent

1. **Plaintes récurrentes** : tout thème négatif présent dans 3 avis ou plus est un problème opérationnel, pas de la malchance. Nommez-le précisément (« délais de rappel après devis », pas « communication »).
2. **Éloges récurrents** : votre copie marketing se cache là. Les phrases exactes de vos clients deviennent vos titres (chapitre 7).
3. **Risques de réputation** : les mentions de sécurité, litiges de facturation, menaces juridiques ou problèmes de santé sont escaladées le jour même, quel que soit le nombre d'étoiles.
4. **Lacunes de service** : les demandes de choses que vous n'offrez pas (« dommage qu'ils ne fassent pas le week-end ») sont des signaux de demande.
5. **Avantage concurrentiel** : menez la même analyse thématique sur les avis publics de 2 ou 3 concurrents. Leurs plaintes récurrentes sont vos ouvertures de positionnement.

5.4 Détecter les tendances dans le temps

Vérifiez chaque mois : la vélocité (nouveaux avis/mois), la note moyenne glissante, la répartition du sentiment, le taux de réponse et le délai de réponse. Une vélocité qui chute avec une note stable signifie généralement que votre processus de demande s'est arrêté ; une note qui chute avec une vélocité stable signifie qu'un problème opérationnel est parti en production. Les vues de tendance du tableau de bord rendent les deux visibles ; exportez le rapport PDF mensuel comme archive.

5.5 De l'analyse au changement opérationnel : exemple concret

EXEMPLE

Une entreprise de plomberie importe 84 avis Google historiques. Le filtre 1–3 étoiles fait ressortir « créneau d'arrivée » dans 9 avis sur 14. Correctif : le SMS de confirmation annonce désormais une fenêtre de 2 heures plus un texto 30 minutes avant l'arrivée. Suivi 60 jours plus tard : le thème disparaît des nouveaux avis et la note moyenne des nouveaux avis remonte. L'enseignement n'a rien coûté — il dormait dans des données déjà publiques.

6. Bâtir une stratégie de réputation

6.1 Les règles d'une génération d'avis éthique

À ne jamais faire. Pas de faux avis, d'avis achetés, ni d'avis d'employés ou de proches se faisant passer pour des clients. Pas de **filtrage d'avis** (review gating : sonder la satisfaction en amont et n'envoyer le lien public qu'aux clients contents — explicitement interdit par Google). Pas d'incitations contraires aux règles des plateformes (Google interdit d'offrir quoi que ce soit de valeur contre un avis ; Trustpilot et Facebook ont des restrictions similaires). Ne publiez pas vous-même le même avis sur plusieurs plateformes. Les violations exposent à la suppression d'avis, à la suspension de fiche, à des sanctions de la FTC (États-Unis) et à des actions au titre du droit de la consommation ailleurs.

GÉNÉRAL Ce qui fonctionne et qui est permis : demander à **chaque** client, demander **vite** après la prestation, rendre la démarche **en un geste**, et demander **personnellement**. Le volume vient de la constance, pas de l'astuce.

6.2 Flux de demande d'avis

Canal	Quand	Mécanique
Courriel	Le jour même ou J+1 après la prestation/ livraison	Mot personnel court + lien direct vers l'avis. Une relance après 5–7 jours, puis stop.
SMS	Dans les heures suivant la fin	Meilleurs taux de réponse. Un seul message, lien direct, désinscription facile. Note : l'envoi de SMS via Echorank nécessite l'activation SMS sur le compte.
Code QR	Au point de service	QR vers votre lien d'avis Google sur cartes de comptoir, tables, véhicules, emballages.
Site web	En permanence	Lien « Donnez votre avis » en pied de page et sur les pages de remerciement.
Facture/ reçu	Avec chaque facture	Une ligne + lien/QR sous le total.
Suivi post-achat	7–14 jours après la livraison (e-commerce)	Une fois le produit utilisé ; combinez avec une prise de nouvelles du support.

Votre lien d'avis Google : dans votre Google Business Profile, utilisez « Demander des avis » pour obtenir le lien court de partage. Mettez ce lien exact partout ; chaque clic supplémentaire divise le taux de complétion par deux.

6.3 Modèles de demande

COURRIEL — ENTREPRISE DE SERVICES

Objet : Comment s'est passée notre intervention, {{prénom}} ?

Bonjour {{prénom}}, merci d'avoir choisi {{entreprise}} pour votre {{service}} aujourd'hui. Si vous avez 60 secondes, un avis Google aide vos voisins à nous trouver et nous dit quoi continuer de bien faire : {{lien_avis}}. Si quelque chose n'était pas parfait, répondez à ce courriel et je m'en occupe personnellement. — {{nom_du_propriétaire}}

SMS

Bonjour {{prénom}}, c'est {{nom_du_propriétaire}} de {{entreprise}}. Merci pour aujourd'hui ! Un petit avis Google nous aiderait beaucoup : {{lien_avis}} Répondez STOP pour ne plus recevoir de messages.

LIGNE DE FACTURE

Satisfait de notre travail ? Un avis Google de 60 secondes nous aide énormément : {{lien_avis}} (ou scannez le code QR).

Notez que le courriel invite les clients mécontents à répondre en privé *en plus* de la demande publique, pas à sa place — c'est du rattrapage de service, pas du filtrage, car tout le monde reçoit le même lien d'avis.

6.4 Répondre aux avis

GÉNÉRAL

Répondez à 100 % des avis négatifs et neutres sous 24 à 48 heures, et aux avis positifs sous une semaine. Formule pour les négatifs : remercier → reconnaître le problème précis → annoncer le correctif → poursuivre en privé → signer d'un vrai nom. Ne discutez jamais, ne révélez jamais de détails clients (crucial en santé/juridique — ne confirmez même pas qu'une personne est cliente), ne copiez-collez jamais des réponses identiques.

POSITIF (5 ÉTOILES)

Merci {{nom}} — ravi que {{élément_précis_loué}} vous ait plu. Nous transmettrons à {{membre_de_l'équipe}}. À bientôt ! — {{nom_du_propriétaire}}

NEUTRE (3 ÉTOILES)

Merci pour ce retour honnête, {{nom}}. Content que {{point_positif}} se soit bien passé, et vous avez raison : {{problème}} aurait dû être mieux. Nous avons {{changement_concret}}. Si vous nous redonnez une chance, je tiens à ce que cela se voie. — {{nom_du_propriétaire}}

NÉGATIF (1–2 ÉTOILES)

{{nom}}, je suis désolé — {{problème}} ne correspond pas à l'expérience que nous visons. Je veux comprendre ce qui s'est passé et le réparer : appelez-moi directement au {{téléphone}} ou écrivez à {{courriel}}. Nous avons déjà {{mesure_immédiate}}. — {{nom_du_propriétaire}}, propriétaire

AVIS SUSPECT / PAS UN CLIENT

{{nom}}, nous prenons chaque avis au sérieux, mais nous ne trouvons aucune trace de votre passage chez nous. Si vous pensez qu'il s'agit d'une erreur, contactez-nous à {{courriel}} pour que nous puissions vérifier. (Signalez ensuite l'avis via la procédure de la plateforme.)

6.5 Escalade et boucle de retour

1. **Escalade le jour même** : menaces juridiques, allégations de sécurité, accusations de discrimination, soupçons de fraude de facturation, tout ce qui implique un mineur ou un enjeu de santé. Le propriétaire gère personnellement ; envisagez un conseil professionnel avant toute réponse publique.
2. **Consignez la cause racine** de chaque avis 1–3 étoiles dans un suivi simple (flux Monitoring d'Echorank + vos notes).
3. **Chaque mois** : prenez la plainte récurrente n°1, livrez un correctif opérationnel, notez la date — puis observez si le thème s'estompe dans les nouveaux avis (5.4).

7. Utiliser Echorank pour améliorer la visibilité

7.1 Pourquoi les signaux de réputation font bouger la visibilité

GÉNÉRAL Le volume, la fraîcheur, la note et les réponses du propriétaire sont des facteurs documentés des systèmes de classement local de Google, et le contenu des avis alimente les « justifications » affichées sous les résultats locaux. Au-delà du classement, les avis augmentent le taux de clic et la conversion : une fiche avec 80 avis récents à 4,7 surpasse une fiche identique avec 6 avis anciens, même à position égale. Les assistants IA s'appuient eux aussi sur les corpus d'avis et sur un contenu structuré et accessible aux robots pour décider quelles entreprises recommander — exactement ce que mesurent les outils de visibilité IA d'Echorank.

7.2 Transformer le langage client en contenu

Vos thèmes d'avis (chapitre 5) sont une source de mots-clés et de copywriting qu'aucun outil ne peut synthétiser :

1. **Descriptions d'entreprise** : réécrivez vos descriptions GBP et page d'accueil avec les phrases exactes que répètent vos clients (« le jour même », « tout expliqué », « aucun frais surprise »).
2. **Pages de services** : chaque thème d'éloge récurrent devient une section titrée avec preuve ; chaque question pré-vente récurrente devient du corps de texte.
3. **FAQ** : extrayez des avis et des plaintes les vraies questions ; publiez une page FAQ balisée avec des données structurées FAQPage (code question-réponse lisible par machines, analysé par les moteurs et les robots IA).
4. **Pages d'atterrissage** : des pages locales (« [service] à [ville] ») construites autour de ce que les clients de cette zone ont réellement dit.

7.3 Suivre la visibilité dans Echorank

ECHORANK La section Visibilité fournit la boucle de mesure :

- **Audit site/IA** : relancez l'audit après vos changements ; le score et les vérifications détaillées montrent ce qui s'est amélioré.
- **Suivi des réponses et tendances des prompts** : suit si les assistants IA mentionnent votre marque pour les questions qui comptent, avec des courbes de tendance.
- **Brand Radar** : une synthèse consolidée de la visibilité de votre marque.
- **AI Lens** : compare le HTML brut envoyé par votre serveur à la page complètement rendue pour calculer un « écart de contenu » — la part de votre contenu invisible pour les robots IA qui n'exécutent pas JavaScript. Un écart de 0 % signifie que les robots voient tout ; un écart important explique des mentions IA manquantes et oriente vers des correctifs de rendu côté serveur.

- **AI Trust Score** : un instantané composite de confiance suivi dans le temps. **Vérification requise** : confirmez la disponibilité de cette fonctionnalité sur votre forfait dans l'interface actuelle.
- **GSC Insights** : connecte Google Search Console pour afficher requêtes, impressions et clics réels dans Echorank (voir 8.2). Sites récents : attendez-vous à peu de données les premières semaines — c'est Google, pas l'outil.
- **Alertes de visibilité** : vous préviennent quand une recommandation suivie est perdue, pour attraper vite les régressions.

[Emplacement de capture d'écran : tableau de bord Visibilité avec carte de suivi des réponses et courbe de tendance des prompts]

7.4 Objectifs mesurables

Indicateur	Où le mesurer	Cible raisonnable à 90 jours en partant de zéro*
Nombre d'avis (plateforme prioritaire)	Dashboard Echorank	+15 à 30 nouveaux avis
Note moyenne (nouveaux avis)	Dashboard Echorank	≥ 4,5
Taux / délai de réponse	Plateforme + votre suivi	100 % des négatifs < 48 h
Impressions de recherche de marque	GSC Insights	Établir la référence, puis croissance
Classements locaux (3–5 termes clés)	Rank Tracker	Entrée dans le top 20 ; le top 3 dépend du marché
Mentions IA sur les prompts suivis	Suivi des réponses	Premières mentions
Visites / appels / prospects	GA4, statistiques GBP, suivi d'appels	Référence + tendance haussière

*Ces cibles sont des aides à la planification, pas des promesses ; ajustez-les à votre marché et à votre volume.

8. Outils et techniques SEO classiques

Le travail de réputation se démultiplie quand il est couplé au SEO classique. Echorank intègre un hub d'outils pour que l'essentiel se passe au même endroit ; ce chapitre relie le hub à la discipline et aux outils externes qui gardent leur place.

8.1 Le hub d'outils Echorank

ECHORANK Disponible pour les forfaits payants sous **Visibilité → Tools**, organisé en six groupes (certains outils sont déployés progressivement — le hub indique ce qui est actif ou à venir ; **vérification requise** pour le statut actuel de chaque outil) :

Groupe	Outils
Search Marketing	Site Explorer, Keywords Explorer, Rank Tracker, GSC Insights, SERP Checker, Backlinks, Brand Radar, AI Lens, Custom Prompts
Website Performance	Audit Site, Lighthouse, Web Analytics, Bot Analytics
Content Marketing	Content Explorer, AI Content Helper, Social Media Manager
Reporting	Dashboard, Portfolios, Report Builder
Local SEO	GBP Monitor
Developers	Access API, MCP Server

- **Keywords Explorer** : suggestions de mots-clés avec volumes fondés sur des données ; décomptées du quota mensuel de recherches de votre forfait (1.3). Un suggesseur basique gratuit fonctionne aussi sur la page d'accueil publique.
- **SERP Checker et Rank Tracker** : vérifications mises en file d'attente — les résultats arrivent généralement en quelques minutes plutôt qu'instantanément ; les mots-clés suivis sont recontrôlés selon un calendrier. Note sur les quotas : une recherche n'est comptée que lorsque vous recevez effectivement un résultat.
- **Backlinks** : la consultation la plus coûteuse en données ; réservez-la aux instantanés mensuels, pas à la curiosité quotidienne.
- **Access API et MCP Server** : des clés API par tenant (`er_api_...`) exposent suggestions de mots-clés, dernier audit et synthèse de visibilité via une API REST publique (60 requêtes/min) et un point d'accès MCP, pour que les agences alimentent leurs propres tableaux de bord ou agents IA avec les données Echorank.

8.2 Les outils externes qui gardent leur place

Outil	Rôle	Quand	Complémentarité avec Echorank
Google Search Console	Les données de requêtes/clics/indexation de Google lui-même	Semaine 1 ; pour toujours	Alimente GSC Insights ; vérifie l'indexation des nouvelles pages.
Google Analytics 4	Mesure du trafic et des conversions	Semaine 1 ; pour toujours	Prouve si les gains de visibilité deviennent des visites et des prospects.
Google Business Profile	Votre fiche locale elle-même	Semaine 1 ; entretien hebdomadaire	L'actif que la surveillance des avis et du GBP d'Echorank observe.
Google Keyword Planner	Estimations de volumes gratuites (orientées publicité)	Recoupement occasionnel	Contrôle de cohérence des sorties de Keywords Explorer.
Bing Webmaster Tools	Indexation/requêtes Bing	Mois 1, puis mensuel	Bing alimente plusieurs assistants IA ; couverture gratuite.
Ahrefs / Semrush / Moz	Index de backlinks profonds, écarts de contenu, audits à grande échelle	Selon budget ou côté agence	Données de liens plus profondes que tout outil tout-en-un ; surdimensionné pour le mois 1.
Screaming Frog	Crawler de site de bureau	Audits techniques trimestriels	Trouve liens cassés et chaînes de redirection au-delà des audits hébergés.
PageSpeed Insights	Core Web Vitals	Après toute modification du site	Se combine avec l'outil Lighthouse du hub.

8.3 Les disciplines en un paragraphe chacune

- **Recherche de mots-clés** : trouvez les expressions que tapent réellement vos clients ; priorisez par intention (prêt à acheter bat curieux) et par faisabilité. Partez du langage des avis, élargissez dans Keywords Explorer, vérifiez la demande, affectez un mot-clé principal par page.
- **Analyse concurrentielle** : pour vos 5 mots-clés principaux, étudiez qui se positionne : type de page, profondeur de contenu, volume d'avis et backlinks vous disent le prix du billet d'entrée.
- **SEO on-page** : un sujet par page ; mot-clé dans la balise titre, le H1, le premier paragraphe et l'URL ; intertitres descriptifs ; liens internes entre pages liées ; méta-descriptions uniques écrites pour gagner le clic.
- **SEO technique** : explorable, rapide, adapté au mobile, HTTPS, sans pièges de contenu dupliqué, sitemap XML soumis dans GSC, données structurées (LocalBusiness, FAQPage) valides. Audit Site + AI Lens du hub couvrent l'angle robots IA que la plupart des outils ignorent.

- **Optimisation de contenu** : mettre à jour bat créer — rafraîchissez d'abord les pages classées 5–20 ; ajoutez les questions et le vocabulaire que vos avis font remonter.
- **Analyse de backlinks** : gagnez des liens locaux (chambre de commerce, fournisseurs, commandites, presse locale) avant de viser l'exotique ; surveillez chaque mois les nouveaux liens des concurrents.
- **SEO local et citations** : NAP identique partout ; citations de base (Google, Bing Places, Apple Maps, Facebook, Yelp, annuaires sectoriels) ; publications et photos GBP à rythme fixe.
- **Suivi de positions et reporting** : suivez un panier stable de 10 à 25 mots-clés ; rapportez chaque mois sur les KPI du 7.4 avec le groupe Reporting du hub et les exports PDF.

8.4 Des flux qui relient réputation et SEO

FLUX A — LANGAGE DES AVIS → PLAN DE MOTS-CLÉS

1) Exportez les expressions récurrentes d'éloge/plainte (ch. 5). 2) Passez chacune dans Keywords Explorer ; gardez les termes avec un volume réel et une intention d'achat. 3) Associez chaque terme retenu à une page (existante ou nouvelle). 4) Ajoutez les mots-clés suivis dans Rank Tracker. 5) Recontrôlez chaque mois.

FLUX B — PLAINTES → FAQ → DONNÉES STRUCTURÉES

1) Prenez les 8 à 12 vraies questions clients issues des avis et demandes. 2) Publiez une page FAQ qui y répond simplement. 3) Ajoutez les données structurées FAQPage. 4) Relancez l'audit de site Echorank pour confirmer leur détection. 5) Surveillez dans GSC Insights les impressions sur requêtes interrogatives.

FLUX C — BOUCLE DE PAGE LOCALE

1) Choisissez un service + une ville. 2) Construisez la page avec les citations d'avis de cette zone comme preuve. 3) Liez-la depuis la page d'accueil et la page de service. 4) Demandez des avis aux clients de cette zone mentionnant le service. 5) Suivez « [service] [ville] » dans Rank Tracker ; comparez les appels dans les statistiques GBP après 60 jours.

FLUX D — OPTIMISATION DE CONVERSION

1) Identifiez les pages avec des impressions mais peu de clics (GSC Insights). 2) Réécrivez titres et descriptions avec les superlatifs des avis. 3) Ajoutez des extraits d'avis et le contexte de note près des appels à l'action. 4) Mesurez l'évolution du taux de clic et des prospects le mois suivant dans GA4.

9. La feuille de route zéro-vers-succès (30 / 60 / 90 jours)

9.1 Phase 1 — Jours 1–30 : fondations et historique

Objectif : chaque actif revendiqué, tout l'historique importé, l'habitude de demande lancée.

Cadence	Tâches
Une fois (semaine 1)	Audit et liste du chapitre 2 terminés ; compte Echorank créé ; GBP connecté ; audit jour zéro exécuté et PDF conservé ; GSC + GA4 en place ; extension installée et historique importé depuis Google, Facebook, Trustpilot ; import CSV pour tout le reste.
Quotidien (10 min)	Demander un avis à chaque client servi (canal choisi au 6.2) ; répondre à tout nouvel avis.
Hebdomadaire (45 min)	Passer en revue le flux Monitoring ; consigner les thèmes de plainte ; ajouter 2 photos + 1 publication au GBP ; corriger un fondamental on-page (titres, H1, NAP).

Résultats attendus au jour 30 : historique complet dans Echorank avec métriques de référence ; 5 à 10 premiers nouveaux avis ; taux de réponse de 100 % installé ; GSC/GA4 qui collectent ; liste courte de mots-clés tirée du langage des avis.

9.2 Phase 2 — Jours 31–60 : analyse et contenu

Objectif : transformer les données en pages et en correctifs.

Une fois	Analyse thématique complète (ch. 5) ; un correctif opérationnel livré pour la plainte n°1 ; flux A (mots-clés) et B (FAQ + données structurées) exécutés ; panier Rank Tracker constitué (10–25 termes) ; citations restantes revendiquées ; prompts de visibilité IA mis en référence dans le suivi des réponses.
Quotidien	Demandes + réponses, sans interruption (non négociable).
Hebdomadaire	Une amélioration de contenu (rafraîchir une page de service ou publier une réponse de FAQ) ; vérifier les alertes de visibilité ; regarder les mouvements de classement sans paniquer — la direction compte plus que la position.

Résultats attendus au jour 60 : 15+ nouveaux avis au total ; FAQ en ligne avec données structurées ; score d'audit amélioré par rapport à la référence ; classements mis en référence avec premiers mouvements ; un correctif opérationnel mesurable livré.

9.3 Phase 3 — Jours 61–90 : visibilité et reporting

Une fois	Flux C (première page locale) et D (passe CTR sur les pages sous-performantes) exécutés ; analyse des avis concurrents (5.3 n°5) ; premier rapport mensuel aux parties prenantes via le groupe Reporting / exports PDF ; contrôle AI Lens — corriger tout écart de contenu important.
Quotidien	Demandes + réponses.
Hebdomadaire	Amélioration de contenu ; entretien GBP ; revue du journal des thèmes.
Mensuel	Rapport KPI (métriques du 7.4) ; choisir le correctif de plainte n°1 du mois suivant ; relancer l'audit de site ; instantané backlinks.

Résultats attendus au jour 90 : 20 à 30+ nouveaux avis à une note saine ; mouvement visible du classement local sur les termes clés ; recherche de marque en croissance ; premières mentions IA sur les prompts suivis (selon le marché) ; un rythme opérationnel mensuel répétable et documenté.

9.4 Tableau de suivi simple

KPI	Jour 0	Jour 30	Jour 60	Jour 90
Total d'avis (plateforme prioritaire)				
Note moyenne (nouveaux avis)				
Taux de réponse / délai médian				
Score d'audit Echorank				
Mots-clés dans le top 20 / top 3				
Impressions de marque (GSC)				
Prompts IA avec mention de la marque				
Appels / prospects / conversions				

10. Exemples réalistes et études de cas

Les trois cas sont des composites illustratifs. Les chiffres montrent des ordres de grandeur plausibles, pas des résultats clients vérifiés.

10.1 Entreprise de services locale : « Northside Électrique »

Départ : entreprise d'électricité de 12 ans, 7 avis Google (4,1), page Facebook non revendiquée, site d'une page, invisible sur « électricien [ville] ».

Parcours Echorank : GBP connecté ; recommandations Facebook importées via l'extension ; score d'audit jour zéro de 54. L'analyse thématique de 7 avis + 30 anciennes demandes par courriel révèle une demande de « dépannage d'urgence » sans page dédiée.

Actions : demande d'avis par SMS après chaque intervention ; page dépannage d'urgence + FAQ avec données structurées (flux B/C) ; citations corrigées ; taux de réponse de 100 %.

Jour 90 (illustratif) : 31 avis Google à 4,8 ; score d'audit 78 ; « électricien urgence [ville] » entre dans le top 10 ; appels depuis le GBP en nette hausse d'un mois sur l'autre ; le propriétaire consacre 15 min/jour au système.

10.2 Restaurant : « Casa Lupe »

Départ : 180 avis Google (3,9) — du volume sans gestion : aucune réponse depuis 2 ans, plainte récurrente « service lent le week-end », menu périmé sur la fiche.

Parcours Echorank : historique complet importé ; la vue note-par-date montre que la baisse commence à l'ouverture de la terrasse (week-ends en sous-effectif). Alertes Monitoring activées pour les avis ≤ 3 étoiles.

Actions : renfort du personnel de week-end ; arriéré de réponses traité en commençant par les négatifs les plus anciens ; cartes QR sur les tables ; rapport PDF mensuel aux deux propriétaires.

Jour 90 (illustratif) : moyenne des nouveaux avis 4,6 contre 3,7 le trimestre précédent ; le thème « service lent » passe de 40 % à 10 % des négatifs ; la note globale remonte à 4,1 et continue ; délai de réponse sous 24 h.

10.3 Marque e-commerce : « Fjellrev Outdoor Gear »

Départ : boutique Shopify, 22 avis Trustpilot (4,3), zéro visibilité IA — les assistants recommandent les concurrents sur les questions « sac à dos de randonnée durable » ; thème lourd en JavaScript.

Parcours Echorank : Trustpilot + Facebook importés via l'extension ; AI Lens révèle un écart de contenu important (le détail produit est invisible pour les robots sans JavaScript) ; 10 prompts de catégorie mis en référence à zéro mention dans le suivi des réponses.

Actions : flux d'avis post-achat à J+10 ; contenu produit pré-rendu + données structurées FAQ/Product ; guides d'achat construits sur le vocabulaire des avis (« taille bien pour un torse de moins de 1,68 m », « a survécu à l'Islande »).

Jour 90 (illustratif) : 71 avis Trustpilot à 4,5 ; écart de contenu quasi nul sur les pages produit ; premières mentions IA sur 3 des 10 prompts suivis ; clics organiques hors marque en hausse depuis une base quasi nulle.

11. Dépannage et foire aux questions

11.1 Matrice de dépannage

Problème	À vérifier d'abord	Ensuite
Problèmes d'installation de l'extension	Tableau de la section 3.5	Essayez le ZIP + chargement non empaqueté dans Edge/ Brave.
Avis manquants après un scan	Étaient-ils affichés sur la page ? Les plateformes chargent au défilement.	Faites défiler/paginez, dépliez les liens « Plus », relancez ; les grosses fiches demandent plusieurs passes.
Imports incomplets	Erreurs de lignes CSV (dates, notes)	Corrigez les lignes signalées et re-téléversez ; les imports ignorent les doublons, les reprises partielles sont donc sans risque.
Données en double	Même avis venu de deux sources (p. ex. CSV + extension)	La déduplication est automatique pour les re-scans ; pour les doublons inter-sources, choisissez une source canonique par plateforme à l'avenir.
Mauvaise fiche importée	Chaînes / noms similaires	Vérifiez adresse + nombre d'avis avant de scanner ; agences : confirmez le tenant actif avant tout import.
Erreurs de permissions de compte	Jeton d'un autre tenant ; jeton révoqué ; restriction de forfait	Réémettez le jeton depuis la bonne entreprise ; certains outils exigent un forfait payant ou supérieur (1.3, 5.1).
Plateforme non prise en charge	L'extension couvre Google/ Facebook/Trustpilot	Utilisez l'import CSV (4.4) pour tout le reste.
Collecte lente / vérifications SERP en attente	Limites de débit (4.6) ; tâches SERP en file	Normal — les vérifications SERP/positions aboutissent généralement en quelques minutes ; réessayez les scans limités après une minute.
Bouton de rapport absent	Restrictions de forfait et présence de données	Les rapports de surveillance exigent Agency/Enterprise + des sources connectées ; les rapports d'intelligence exigent Growth+ et des données concurrents/risques. Les boutons restent masqués tant que les deux conditions ne sont pas remplies.
Classements qui sautent	Variance de localisation/ personnalisation	Jugez les tendances sur 4 semaines, pas les mouvements quotidiens ; gardez un panier suivi stable.
GSC Insights n'affiche aucune requête	Propriété récente / site minuscule	Google masque les requêtes sous ses seuils d'anonymat ; les données apparaissent quand les impressions grandissent. La connexion peut être saine avec zéro ligne.

11.2 Foire aux questions

Importer des avis avec l'extension est-il permis ? L'extension lit uniquement du contenu publiquement visible et déjà affiché dans votre navigateur, et l'envoie vers votre propre compte pour gérer votre propre réputation. Vous restez responsable du respect des conditions de chaque plateforme et du droit de la vie privée ; ne l'utilisez pas pour moissonner des données à grande échelle ni à d'autres fins que la gestion des réputations dont vous avez la charge.

Echorank peut-il supprimer les mauvais avis ? Aucun outil ne le peut. Vous pouvez bien répondre, signaler les avis contraires aux règles à la plateforme, et diluer les cas isolés par le volume. Méfiez-vous de tout service qui promet des suppressions.

Combien d'avis me faut-il ? Assez pour être crédible sur *votre* marché — rejoignez la médiane de vos 3 principaux concurrents locaux, puis maintenez une vélocité stable. La fraîcheur compte autant que le nombre.

Pourquoi mes imports n'apparaissent-ils pas sur le Dashboard ? Regardez d'abord la page Monitoring ; patientez quelques minutes après l'import ; vérifiez que vous êtes dans la bonne entreprise (tenant).

Ai-je besoin de la visibilité IA en tant que petite entreprise locale ? De plus en plus, oui — les assistants répondent chaque jour à des questions du type « meilleur [service] près de chez moi ». L'audit gratuit ne coûte rien à vérifier.

La facturation annuelle m'engage-t-elle ? Le tarif annuel offre environ 20 % de remise ; commencez en mensuel pendant l'évaluation d'essai si vous hésitez. **Vérification requise** : confirmez les conditions de facturation actuelles au moment du paiement.

Mon agence peut-elle gérer plusieurs clients dans un seul compte ? Oui — les paliers supérieurs sont conçus pour le multi-clients, avec quotas élargis et reporting ; gardez un tenant par client et vérifiez le tenant actif avant chaque import.

Et si une plateforme me bloque ou m'oppose un CAPTCHA ? Arrêtez-vous et empruntez une autre voie (CSV, connexion GBP). Ne tentez jamais de contourner des contrôles de sécurité.

12. Listes de contrôle et modèles finaux

12.1 Liste de contrôle : configuration Echorank

- ☐ Compte créé ; nom d'entreprise, site et langue corrects
- ☐ Google Business Profile connecté
- ☐ Sources d'avis configurées dans Monitoring
- ☐ Audit jour zéro exécuté et PDF conservé
- ☐ Alertes / résumés courriel activés et reçus
- ☐ Forfait choisi selon les besoins de quota (1.3)

12.2 Liste de contrôle : installation de l'extension

- ☐ Navigateur pris en charge choisi (Edge/Brave/Opera/Vivaldi, ou chargement non empaqueté)
- ☐ Extension installée depuis un dossier permanent et épinglée
- ☐ Jeton généré sur la page Extension et collé dans les paramètres de la fenêtre
- ☐ État connecté confirmé ; scan de test sur votre propre fiche Google vérifié dans Monitoring

12.3 Liste de contrôle : collecte d'avis

- ☐ Bonne fiche vérifiée (nom, adresse, nombre d'avis) avant chaque scan
- ☐ Historiques Google, Facebook, Trustpilot scannés (plusieurs passes pour les historiques profonds)
- ☐ Autres plateformes normalisées au schéma CSV et téléversées
- ☐ Vérification post-import effectuée (4.7)
- ☐ Cadence de re-scan/re-synchronisation fixée (mensuelle ou après les afflux)

12.4 Liste de contrôle : audit de réputation

- ☐ Résultats de recherche de marque examinés en navigation privée
- ☐ Tous les profils inventoriés : nombre, note, date la plus récente, taux de réponse
- ☐ Principaux thèmes de plainte et d'éloge nommés précisément
- ☐ Mentions à risque (sécurité/facturation/juridique) signalées
- ☐ Thèmes d'avis analysés chez 2 ou 3 concurrents
- ☐ Référence consignée dans le tableau 9.4

12.5 Liste de contrôle : réponses aux avis

- ☐ Négatifs/neutres traités sous 48 h ; positifs sous 7 jours
- ☐ La réponse nomme le problème précis — pas de texte passe-partout
- ☐ Contact privé proposé sur chaque négatif
- ☐ Aucun détail client révélé ni relation confirmée (secteurs réglementés)
- ☐ Allégations graves escaladées au propriétaire le jour même
- ☐ Cause racine consignée ; correctif mensuel choisi

12.6 Liste de contrôle : SEO local

- ☐ GBP complet : catégorie, services, horaires, photos, description, lien d'avis en usage
- ☐ NAP identique sur le site, le GBP et toutes les citations
- ☐ Citations de base revendiquées (Google, Bing Places, Apple Maps, Facebook, Yelp, annuaires sectoriels)
- ☐ Données structurées LocalBusiness + FAQPage valides
- ☐ Une page par service principal ; page(s) de ville si justifié
- ☐ Publication + photos GBP chaque semaine

12.7 Liste de contrôle : rapport mensuel

- ☐ Tableau KPI (9.4) mis à jour
- ☐ Rapport(s) PDF Echorank exporté(s) et classé(s)
- ☐ Mouvements de classement résumés en tendances
- ☐ Thème de plainte principal + correctif livré documentés
- ☐ Priorité unique du mois suivant nommée

12.8 Liste de contrôle : plan d'action 90 jours

- ☐ Phase 1 (fondations + historique) terminée au jour 30
- ☐ Phase 2 (analyse + contenu) terminée au jour 60
- ☐ Phase 3 (visibilité + reporting) terminée au jour 90
- ☐ Habitude quotidienne de demande ininterrompue pendant 90 jours
- ☐ Comparaison jour 90 vs jour 0 rédigée

12.9 Modèle de rapport de réputation

STRUCTURE DU RAPPORT MENSUEL D'UNE PAGE

1. Métriques phares : avis gagnés, note moyenne (nouveaux), taux/délai de réponse.
 2. Sentiment et thèmes : éloge principal, plainte principale, évolution vs mois dernier.
 3. Visibilité : score d'audit, tendance de classement sur le panier clé, impressions de marque, mentions IA.
 4. Actions livrées : le correctif opérationnel + le contenu publié.
 5. Mois suivant : priorité unique + résultat attendu.
- En annexe : les exports de rapports PDF Echorank.

Modèles de demande d'avis : voir 6.3. Modèles de réponse aux avis : voir 6.4.

Glossaire

Visibilité IA	Fréquence et faveur avec lesquelles les assistants IA (ChatGPT, Claude, Gemini, etc.) mentionnent ou recommandent une marque.
Suivi des réponses	Enregistrer si des prompts IA précis produisent une mention de votre marque, dans le temps.
Citation	Toute mention de votre nom, adresse et téléphone (NAP) sur un autre site.
Écart de contenu (AI Lens)	La part du contenu présente après exécution de JavaScript mais absente du HTML brut — invisible pour les robots qui n'exécutent pas le rendu.
CSV	Valeurs séparées par des virgules ; un fichier tableur simple que tout tableur peut enregistrer.
GBP	Google Business Profile — votre fiche sur Google Search et Maps.
GSC	Google Search Console — l'outil gratuit de Google montrant vos requêtes, clics et statut d'indexation.
Import idempotent	Renvoyer les mêmes données n'a aucun effet supplémentaire ; les doublons sont ignorés automatiquement.
MCP	Model Context Protocol — un standard permettant à des agents IA d'appeler les outils d'un service (Echorank en expose un pour son API).
NAP	Nom, Adresse, téléPhone — doivent être identiques partout.
Filtrage d'avis (review gating)	Trier les clients selon leur satisfaction avant de leur montrer le lien d'avis public ; interdit par Google.
SERP	Page de résultats d'un moteur de recherche.
Données structurées	Balisage lisible par machines (Schema.org, p. ex. LocalBusiness, FAQPage) décrivant votre contenu aux moteurs et robots IA.
Tenant	Un espace de travail d'entreprise dans Echorank ; les agences en créent un par client.
Jeton (extension)	Une clé secrète affichée une seule fois, qui relie l'extension de navigateur à un compte Echorank précis.

Synthèse finale et prochaines étapes

Passer de zéro à une réputation en ligne de confiance est un problème de séquençement : **revendiquez vos actifs, capturez votre historique, installez l'habitude de demande, répondez à tout, transformez ce que disent vos clients en contenu, et mesurez chaque mois.** Echorank fournit la mécanique — import, surveillance, analyse, suivi de visibilité, outils SEO et rapports — mais l'effet cumulatif vient des dix minutes quotidiennes, sans gloire mais sans faille.

Vos trois prochaines actions :

1. Lancez l'audit gratuit sur echorank360.com et conservez le PDF — c'est votre jour zéro.
2. Terminez la liste de contrôle du chapitre 2 cette semaine.
3. Installez l'extension, importez votre historique et envoyez vos cinq premières demandes d'avis aujourd'hui.

Les noms de fonctionnalités, libellés de navigation, prix et restrictions de forfait étaient exacts pour le produit de juillet 2026 mais évoluent au fil des versions — là où ce guide indique « Vérification requise », consultez l'interface en ligne ou les pages d'aide sous echorank360.com/extension/ avant de publier des contenus dérivés. Rien ici ne constitue un conseil juridique ; pour toute question de règles de plateforme ou de droit de la vie privée concernant votre entreprise, consultez un professionnel.