

Guide d'utilisation

Analyse de notoriété en ligne · <https://avis-google.id-clic.com/> · version du 3 octobre 2026

À quoi sert l'outil

L'outil produit, pour chaque client de l'agence, un bilan de sa réputation et de sa visibilité en ligne sur les 12 derniers mois. Il ne demande aucun mot de passe.

Il fabrique quatre rapports, toujours séparés :

Rapport	Pour qui	Contenu
Rapport Google client	Le client	Avis Google, fiche Google, visibilité, mots-clés, présence sur le web. Ton prudent, jamais d'avis cité nommément. PDF illustré.
Rapport Google agence	Usage interne	Les mêmes sources, ton direct, détail avis par avis, relevé web complet. Ne s'envoie jamais au client.
Rapport Réseaux sociaux client	Le client	Publications Facebook et Instagram : rythme, interactions, formats. PDF illustré.
Rapport Réseaux sociaux agence	Usage interne	Les mêmes chiffres en vocabulaire technique, plus l'analyse du contenu des publications.

Le principe : suivez le bandeau de couleur

En haut de chaque page du parcours, un grand bandeau dit **ce que vous avez à faire maintenant**. Le bouton de l'action se trouve dans le bandeau lui-même. Sa couleur indique où vous en êtes :

 **À FAIRE** Une action vous attend : lisez la phrase en gras et cliquez sur le bouton du bandeau.

 **EN COURS** L'outil ou Claude travaille. Ne fermez pas la page et ne la rechargez pas : elle se met à jour toute seule.

 **TERMINÉ** L'étape est finie. Cliquez sur « Étape suivante ».

 **PROBLÈME** Quelque chose n'a pas marché. Le bandeau dit quoi faire (en général « Réessayer » ou « Relancer »).

Le reste de la page (listes, tableaux, détails) sert à vérifier : vous n'avez pas besoin de le lire pour avancer.

Avant de commencer

Vérifiez ces points une fois pour toutes :

- Google Chrome est installé et l'**extension Claude** y est activée. Dans ses réglages, autorisez-la sur tous les sites : sinon elle vous demandera une autorisation à chaque nouveau site.
- Vous êtes **connecté à Meta Business Suite** dans Chrome avec le compte de l'agence (pour les clients qui ont Facebook ou Instagram).
- Le **dossier Téléchargements** de votre ordinateur est ajouté à la conversation Claude (bouton « Ajouter un dossier » de l'application Claude). Sinon, Claude vous demandera une seule fois l'autorisation d'y accéder.
- Le client a donné à l'agence l'accès gestionnaire à sa fiche Google et, si besoin, à sa page Facebook ou son compte Instagram. Sans cet accès, l'outil ne voit pas ses données.

La connexion de l'outil à Google est déjà faite pour toute l'agence : rien à configurer de ce côté.

L'accueil

L'adresse <https://avis-google.id-clic.com/> ouvre la page d'accueil. Le bandeau propose deux choses :

- « **Faire un rapport** » : pour un nouveau client ou pour mettre à jour un client existant. Le parcours compte trois étapes guidées : choisir le client, tout collecter, générer les rapports.
- « **Rapports déjà générés** » : un tableau, un client par ligne (les plus récents en haut), avec un lien « ouvrir » pour chacun des quatre rapports et un lien « mettre à jour ». Tapez quelques lettres dans le filtre pour retrouver un client.

Le lien «  Accueil » en haut de chaque page vous y ramène.

Étape 1 : choisir le client

Tapez quelques lettres du nom du client, puis **cliquez une seule fois** sur sa ligne.

- « **Mes clients** » : les clients déjà enregistrés. Un clic mène directement à l'étape 2.
- « **Autres entreprises gérées par l'agence** » : les entreprises pas encore enregistrées comme clients. Une entreprise n'occupe qu'une ligne, même si elle a une fiche Google et une page Facebook (par exemple « Fiche Google + page Facebook + Instagram »). Un clic ouvre l'écran de vérification.

Vérifier les comptes d'un nouveau client

Les comptes trouvés pour l'entreprise sont déjà présélectionnés. Vérifiez qu'ils appartiennent bien à la **même entreprise**. Ceux marqués « suggestion » ont été proposés d'après le nom : corrigez-les si besoin, ou choisissez « Aucun ». Cliquez ensuite sur « Enregistrer et continuer », puis sur « Étape suivante : collecter les informations ».

Attention aux noms proches : deux boutiques d'un même commerçant (par exemple « DRESS CODE » et « DRESS CODE MEN ») sont deux clients différents. Vérifiez l'adresse de la fiche Google avant d'enregistrer. Une même fiche ou page ne peut appartenir qu'à un seul client.

Pour ajouter plus tard un compte à un client (il ouvre une page Facebook, par exemple) : depuis l'étape 2, lien « Ajouter ou modifier les comptes de ce client ».

Étape 2 : tout collecter

1. Bandeau jaune : cliquez sur « **Tout collecter** ». Les informations Google (fiche, avis, visibilité et mots-clés, photos et actualités) se collectent toutes seules : bandeau bleu, puis chaque ligne passe à «  collecté ».
2. Le bandeau redevient jaune : cliquez sur « **Copier le texte pour Claude** », puis collez le texte dans une conversation Claude et envoyez-le.
3. Claude annonce ce qu'il va faire, puis il récupère les publications Facebook et Instagram dans Meta Business Suite (en lecture seule) et fait le relevé « Présence sur le web » sur Google. Comptez 5 à 10 minutes. Il ne vous pose aucune question, sauf s'il est bloqué.
4. Pendant ce temps, la page Collecter reste en bleu et se met à jour toute seule. Quand tout est arrivé, le bandeau passe au vert : cliquez sur « **Étape suivante : générer les rapports** ».

Le relevé « Présence sur le web » montre où l'on trouve le client sur les deux premières pages de Google quand on tape son nom et sa ville. Vous n'avez rien à faire de plus : il est compris dans le texte copié à l'étape 2. La page « Présence sur le web » sert seulement à le consulter ; son bloc « Réserve à Claude et réglages avancés » ne vous concerne pas.

Si une collecte Google échoue, le bandeau passe au rouge : cliquez sur « Relancer la collecte ». Ce qui a déjà réussi n'est pas perdu. Si tout a été collecté il y a moins de 24 heures, le bandeau propose directement l'étape suivante.

Étape 3 : générer, relire et envoyer les rapports

1. Bandeau jaune : vérifiez les cases (pour qui, quels rapports ; tout est coché par défaut), puis cliquez sur « **Générer les rapports** ». Chaque rapport prend en général 1 à 3 minutes : restez sur la page.
2. Bandeau vert « Tous les rapports sont prêts » : ouvrez chaque rapport avec son lien « ouvrir ». Si le bandeau est rouge, cliquez sur « Relancer la génération » (les rapports réussis ne sont pas perdus).
3. Relisez d'abord le rapport agence : il sert de notice pour comprendre et justifier le rapport client.
4. Sur chaque rapport, le bandeau vert propose « **Télécharger le PDF** ». C'est ce fichier que l'on envoie au client.

Pour retoucher un passage du rapport client : «  Voir l'historique des générations » sous le rapport, puis correction du texte à la main. Le texte d'origine est toujours conservé. Après une nouvelle collecte, utilisez « Régénérer » sur l'écran du rapport.

Ne transmettez jamais un rapport agence au client, ni en PDF ni en copie d'écran.

Comprendre ce que contiennent les rapports

Tous les rapports portent sur les 12 derniers mois.

Élément	Où	Ce qu'il faut savoir
État global	En tête des 4 rapports	Échelle Fragile / À améliorer / Correct / Bon (côté agence : Mauvais / À améliorer / Moyen / Bon), calculée par l'outil sur 100 points, jamais par l'IA. Pour Google : note moyenne 35 points (comptée à moitié si le client a reçu moins de 10 avis sur 12 mois), avis récents 15, taux de réponse 20, fiche complète 20, photos et actualités 10. Pas de « Bon » si un critère est à 50 % de ses points ou moins. Le détail est dans le rapport agence.
« Ce que l'on voit en tapant votre nom sur Internet »	En tête du rapport Google client	Les sites où l'on trouve le client et leur position, d'après le dernier relevé. Toujours daté et donné à titre indicatif.
Indice de présence	Rapport Google agence	Note sur 100 : un site riche en texte et à jour compte plus qu'un réseau social, qui compte plus qu'un annuaire ; les premières positions comptent plus. Un indice sur 1 page et un indice sur 2 pages ne se comparent pas.
Mots-clés de recherche	Rapport Google client (rubrique 08)	Les 15 recherches qui ont le plus fait apparaître la fiche Google, séparées entre « votre activité » et « votre nom ». La liste complète est dans le rapport agence.
Évolution depuis notre dernier rapport	Début des observations	Apparaît si un rapport du même type a plus de 30 jours. Les hausses et baisses sont calculées par l'outil.
Couleurs des avis	Rapport Google agence	Vert, jaune, orange, rouge selon des signaux de doute sur l'authenticité. Usage interne uniquement : le rapport client n'affirme jamais qu'un avis est faux.

Règles à respecter absolument

1. **Meta Business Suite : lecture seule, toujours.** Ni vous ni Claude ne publiez, ne modifiez, ne supprimez et ne répondez à quoi que ce soit dans les comptes des clients. On ne fait qu'exporter des statistiques.
2. **Le rapport agence reste à l'agence.** Il cite des avis nommément et emploie un ton direct.
3. **Neutralité du relevé web.** On ne décrit que ce que montrent les deux premières pages de Google, sans mettre en avant les portails de l'agence.
4. **Jamais d'accusation de faux avis** auprès du client, et jamais de conseil de signaler un avis à Google pour le faire supprimer.
5. Ne modifiez pas les données à la main en dehors des écrans prévus.

Problèmes fréquents

Ce que vous voyez	Que faire
Un client n'apparaît pas dans la liste	Vérifiez qu'il n'a pas été retiré (lien « éléments retirés » en bas de l'étape 1) ; sinon, que l'agence a bien l'accès à sa fiche Google.
Une page Facebook ou un compte Instagram récent n'apparaît pas	À l'étape 1, quand la recherche ne trouve rien, cliquez sur le lien « mise à jour » (ou, depuis « Ajouter ou modifier les comptes de ce client », sur « Mettre à jour la liste des comptes Facebook / Instagram ») : copiez le texte proposé et collez-le dans Claude.
Bandeau rouge pendant la collecte Google	« Relancer la collecte ». Si l'échec persiste, prévenez le responsable de l'outil : la connexion Google de l'agence est peut-être à refaire.
Le bandeau reste bleu « Claude travaille » longtemps	Regardez la conversation Claude : il a peut-être signalé un blocage (Meta non connecté, vérification Google...). Laissez la page ouverte.
Google affiche « je ne suis pas un robot »	Faites la vérification vous-même dans Chrome, puis dites à Claude de reprendre.
Bandeau rouge à la génération	« Relancer la génération ». Si le même rapport échoue à nouveau, signalez-le au responsable de l'outil.
Le rapport n'a pas d'encadré « Ce que l'on voit... » ou pas d'état global	Il a été généré avant le relevé ou avant l'ajout de cette fonction : régénérez-le.
Un mot-clé sur le nom est rangé dans « votre activité »	Ajoutez la variante du nom dans les réglages avancés de la page Présence sur le web, puis régénérez.
Un chiffre du texte semble faux	Comparez avec le rapport agence et les écrans d'administration ; corrigez le texte via l'historique et signalez-le au responsable de l'outil.

Administration

Le lien «  Administration » (<https://avis-google.id-clic.com/admin.php>) regroupe les écrans de détail. Vous en aurez rarement besoin :

- **Historique des générations** : chaque rapport généré est conservé ; vous pouvez en consulter un ancien, corriger son texte, revenir à l'original ou supprimer une génération ratée.
- **Écrans de détail Google** (avis, fiche, visibilité, mots-clés, photos et actualités, présence sur le web) : pour vérifier un chiffre cité dans un rapport.
- **Retirer un client** (bouton « Retirer » de l'étape 1) : pour une activité arrêtée ou un doublon. Rien n'est effacé ; le client se rétablit depuis la liste des éléments retirés.
- **Sauvegardes** : faites une sauvegarde avant toute opération inhabituelle. N'utilisez jamais « Remise à zéro » ni « Restauration » sans l'accord du responsable de l'outil.