



Communiqué de presse

Étude Secteur Services Automobile : Les tendances sur Google Business Profile

Alors que la branche des services automobile compte 140 000 entreprises en France, la visibilité locale est devenue un enjeu stratégique pour les acteurs du secteur. Pour apporter une vision sur les tendances du marché, Geolid dévoile une nouvelle étude Google Business Profile dédiée aux services automobile, en analysant plus de 11 000 fiches Google sur les segments du garage et entretien, de la location et du lavage automobile. Cette étude met en lumière un secteur particulièrement performant sur l'e-réputation, avec des volumes d'avis élevés et une forte culture de la réponse aux avis. Mais elle révèle aussi une sous-optimisation des fiches Google.

Un secteur solide sur les avis clients

Premier constat mis en avant par cette étude, les acteurs des services automobile affichent une présence très active sur Google Business Profile. Le secteur génère en moyenne **271 avis par établissement**, pour une **note moyenne de 4,4/5**. Les professionnels du secteur semblent avoir intégré l'importance de l'e-réputation dans leur stratégie locale. Les établissements génèrent en moyenne **6 nouveaux avis par mois** et affichent un taux de réponse élevé, avec **86% d'avis répondus**.

Toutefois, cette dynamique varie fortement selon les activités. Le **garage et l'entretien automobile** ressortent comme le sous-secteur le plus solide, avec **255 avis en moyenne par fiche** et une **note moyenne de 4,3/5**. À l'inverse, la **location automobile** affiche les résultats les plus faibles, avec une **note moyenne de 3,9/5** et **117 avis par fiche**. Ces résultats semblent traduire un niveau d'exigence client plus élevé dans ce segment. Le **lavage automobile** se situe entre les deux, avec une **note moyenne de 4,1/5** et **120 avis moyens par établissement**.

Pourtant leurs fiches Google ne sont que partiellement optimisées

Si les acteurs des services automobile sont performants sur les avis clients, l'optimisation de leurs fiches Google reste inégale.

Le taux de complétion moyen atteint **71%**, avec des informations essentielles largement renseignées : **adresse (100%)**, **téléphone (98%)**, **site web (97%)** ou encore **horaires (96%)**. Mais plusieurs champs restent sous-exploités. Le **lien de prise de rendez-vous** n'est renseigné que sur **64% des fiches**, alors qu'il peut jouer un rôle direct dans la génération de contacts. Les réseaux sociaux sont également peu intégrés, avec **40% des fiches reliées à une page Facebook** et seulement **16% à une page Instagram**. Plus critique encore, la **description de l'établissement** reste le grand oublié : seulement **1,67% des fiches** sont complétées sur ce champ.

La complétion est pourtant **un critère déterminant dans le classement des fiches Google** dans les résultats de recherche (cf. [Etude Classement des fiches d'établissement Google](#)).

Certains réseaux tirent leur épingle du jeu

Certaines enseignes parviennent à faire la différence sur Google Business Profile.

Dans le **garage et l'entretien automobile**, **Norauto** domine largement sur le volume d'avis avec **1095 avis moyens par fiche**, devant **Feu Vert** avec **566 avis** et **123 Pare-Brise** avec **448 avis**.

Côté satisfaction client, **123 Pare-Brise** affiche la meilleure note moyenne avec **4,8/5**, devant **France Pare-Brise** avec **4,7/5** et **Mondial Pare-Brise** avec **4,6/5**.

Dans le **lavage automobile**, **Lavage automobile E Leclerc** ressort sur le volume d'avis avec **579 avis moyens par fiche**, tandis que **CosmétiCar** se distingue par une note moyenne de **4,9/5**.

Enfin, dans la **location automobile**, **Sixt** domine sur les volumes avec **389 avis moyens par fiche**, devant **Europcar** et **Hertz**.

Ces réseaux démontrent qu'une stratégie d'e-réputation structurée permet de se démarquer, même dans un secteur où les volumes d'avis sont déjà élevés.

Une concurrence locale qui diffère entre les régions

L'étude révèle également des écarts régionaux importants.

Sur la satisfaction client, certaines régions affichent des notes supérieures à la moyenne nationale : **Bourgogne-Franche-Comté (4,32/5)**, **Auvergne-Rhône-Alpes (4,31/5)** ou encore **Provence-Alpes-Côte d'Azur (4,31/5)**. À l'inverse, **l'Île-de-France** affiche la note moyenne la plus faible, avec **4,20/5**.

Les volumes d'avis varient également fortement. Les **Hauts-de-France** arrivent en tête avec **242 avis moyens par établissement**, devant le **Grand Est** et **l'Occitanie**, tous deux à **228 avis moyens**. À l'inverse, la **Corse** affiche le volume le plus faible avec **169 avis moyens**.

Cela démontre l'importance de se comparer à la concurrence locale qui diffère selon les zones, tout comme l'exigence des consommateurs, rendant la gestion de l'e-réputation plus complexe.

À propos de Geolid

Geolid est la plateforme marketing dédiée aux réseaux d'enseigne.

Conçue pour venir en aide aux marketeurs débordés, Geolid centralise l'ensemble des outils dont ils ont besoin pour déployer des actions marketing et communiquer en local.

Objectif ? Accompagner les réseaux dans la montée en visibilité de leurs établissements et la génération de trafic en point de vente.

La plateforme Geolid intègre des outils de presence management, d'e-réputation, de gestion des réseaux sociaux, de local ads, d'emailing ou encore de SMS, appuyés par de solides reportings pour faciliter le déploiement d'actions locales.

Basée à Lyon et à Paris, Geolid accompagne des réseaux de tous secteurs d'activité comme Buffalo Grill, Suzuki, Bazarland, Capifrance, Optimhome ou encore Babychou Services.

<https://geolid.com/>