



Outils concernés:

Google, Booking,
Facebook....



Temps de lecture
5 minutes



À destination de :

tout type de professionnel
ayant un compte Facebook



Niveau
Débutant

Mots clés :

avis

GRC

Modération

La e-réputation est l'image véhiculée et / ou subie par une entreprise ou une marque sur Internet et les autres supports numériques. C'est l'outil marketing le plus puissant pour convaincre de nouveaux utilisateurs.

Pourquoi vos clients laissent des avis sur vos établissements ?



- Pour partager une expérience positive
- Pour aider les autres membres de la communauté. On parle de réassurance.



- Pour éviter les galères et mauvaises surprises aux autres
- Pour interpeller un établissement et exprimer leur mécontentement

Une question sur ce sujet ?
Contactez Valérie VOUILLON !
v.vouillon@aintourisme.com

Créée par le collectif
Inst'Ain Numérique

À éviter



Ne pas répondre aux avis

En répondant, vous montrez aux prospects l'intérêt que vous portez à vos clients.



Lire les avis souvent

Pour s'informer, étudier les pistes d'amélioration de votre produit

À faire

En cas d'avis négatif :



Répondre en étant en colère

Les mots vont dépasser votre pensée et c'est la catastrophe assurée !



Prendre de la hauteur

Faire un brouillon pour sa réponse, le faire lire par un tiers

#1 Faire un bilan de sa e-réputation

Faire un audit rapide sur Google (= 95% des recherches sur Internet).

Tester : taper votre « nom / marque / produit » dans Google, avec des guillemets et regardez ce qui sort dans les 3 ou 4 premières pages de résultats “web”, puis dans les onglets images et vidéos. Vous verrez ainsi ce qui va naturellement apparaître aux yeux des internautes.

#2 Des outils pour suivre sa e-réputation

Les outils gratuits : Google Alerts, Talkwalkeralerts, Social Mention,.

Les outils payants avec analyse en “temps réel” et prise en compte des médias sociaux : Mention.net, alerti.com, Hootsuite, Owler. Netvibes

Ces logiciels coûtent entre 0 et 100 € / mois (tarifs donnés à titre indicatif).

#1

Se créer un compte

Un compte officiel vous permet de :

- Maîtriser vos informations
- Ajouter vos propres photos
- Être informé(e) de chaque nouvel avis client
- Répondre aux avis en tant que professionnel de l'établissement
- Suivre vos statistiques

#2

Répondre rapidement aux avis

Quelques conseils :

- Remercier l'auteur pour le temps qu'il a pris à rédiger l'avis
- Personnaliser au maximum votre réponse
- Reformuler en valorisant votre établissement

Toujours :

- rester calme et poli,
- s'il y a faute, s'excuser et faire preuve de transparence
- transformer un point négatif en point positif, lorsque cela est possible
- mettre en avant les éléments positifs dans l'avis

#3

S'équiper d'outils agrégateurs en cas de nombreux avis

De nombreuses solutions (payantes) existent pour vous permettre d'être alerté en temps réel pour tout nouvel avis déposé sur le web. Cela peut ainsi vous faire gagner un temps précieux. Vous avez accès également un tableau de bord qui vous donne une note globale, l'évolution sur les derniers mois et pour certains, les expressions clés les plus récurrentes concernant la description de votre offre par vos clients.

Exemples : Fairquest, GuestSuite, CustomerAlliance,...



Une question sur ce sujet ?
Contactez Valérie VOUILLON!
v.vouillon@aintourisme.com

Créée par le collectif
Inst'Ain Numériques