



SOYEZ À L'ÉCOUTE DES AVIS DE VOS CLIENTS

TOURISME LOIRET VOUS ACCOMPAGNE DANS LA MAÎTRISE DE VOTRE E-RÉPUTATION.

L'e-réputation, c'est votre réputation numérique, votre image sur internet. Elle est constituée des articles, des avis et de toute information vous concernant sur le web.

A l'heure où 30% des internautes reconnaissent renoncer à leur achat s'ils trouvent une majorité d'avis clients négatifs sur un établissement, **la maîtrise de l'e-réputation est un enjeu majeur pour les acteurs du tourisme et notre destination.** La gestion de son e-réputation est fastidieuse et chronophage.

Aujourd'hui, Tourisme Loiret vous propose d'accéder gratuitement à Fairguest, un outil qui observe en temps réel plus de 20 plateformes d'avis dans le monde (Google, Facebook, TripAdvisor, Booking...) et qui **vous fera gagner un temps précieux.**

Vous pourrez ainsi, dans un seul tableau de bord, suivre l'ensemble des avis déposés par les clients sur votre établissement. **Ce baromètre vous permettra de connaître et adapter votre positionnement, suivre la satisfaction de vos clients et l'évolution de vos notes.**



- ✓ **Surveillez & Vérifiez**
- ✓ **Centralisez**
- ✓ **Gagnez du temps**

Pour toute information complémentaire sur ce nouvel outil, contactez l'ADRT du Loiret au 02.38.78.04.04 ou laurent.serain@tourismeloiret.com

1680 avis Moyenne globale sur 12 mois: 8,5/10 | Moyenne Février: 8,5/10

Tableau de bord Du 26 février 2018 au 26 mars 2018

Derniers avis préoccupants

mauvais début mais bonne fin
Mardi 20 mars 2018
Postif
La salle de bain et le petit déjeuner
Négatif
Personne pour nous accueillir et pas d'infos sur le parking réservé mauvais

Derniers avis encourageants

Hôtel charmant
Mercredi 21 mars 2018
Accueil agréable, hôtel charmant en plein Centre ville, surclassement à l'arrivée. Chambre premium vraiment sympathique et petit déjeuner (sucré) au top. Accès tramway à proximité. Je vous le recommande

Évolutions sur 1 mois

Note moyenne pondérée sur 1 mois du 26 Février 2018 au 26 Mars 2018: 8,5/10 (+0,8%)

B

Note: 9,1/10
+8,2%
sur 25 nouveaux avis

G+

Note: 8,4/10
+1,7%

zoover

Note: 9,5/10
+10,1%

zoover

Note: 8,7/10
-0,5%

Hotels.com

yelp

Tous les avis (Période: du 26 mars 2017 au 24 mars 2018) 719 avis

Collecté par: **B** (510), **zoover** (72), **G+** (39), **Expedia** (15), **Hotels.com** (7), **f** (6), **zoover** (6), **yelp** (6)

Samedi 24 mars 2018
Postif
Excellent
Confort, accueil, petit déjeuner
Négatif
La chambre juste à côté de la réception

Hôtel charmant
Mercredi 21 mars 2018
Excellent
Accueil agréable, hôtel charmant en plein Centre ville, surclassement à l'arrivée. Chambre premium vraiment sympathique et petit déjeuner (sucré) au top. Accès tramway à proximité. Je vous le recommande

8,8/10
Avis Sollicité

8/10
Avis Sollicité
Pour affaires

9,6/10
Avis Sollicité

Comparer

Notes et moyennes	PÉRIODE A 26 févr. 2017 → 26 mars 2017	PÉRIODE B 26 févr. 2018 → 26 mars 2018	ÉVOLUTION
Nombre d'avis déposés sur la période	48 avis	37 avis	-22,9%
Moyenne sur la période	8,9/10	9/10	+1,2%
Écart entre la moyenne sur la période et la moyenne globale	0,3 points	0,5 points	+66,7%

Opinions

Ce que l'on dit le plus de mal






- centre ville (74 occurrences)
- bon accueil (33 occurrences)
- Petit déjeuner copieux (33 occurrences)
- bon rapport qualité prix (30 occurrences)
- chambre spacieuse (18 occurrences)
- accueil chaleureux (15 occurrences)
- bon rapport qualité (14 occurrences)
- Chambre confortable (14 occurrences)
- bonne literie (13 occurrences)
- plein centre (12 occurrences)
- bon petit déjeuner (12 occurrences)
- parking public (11 occurrences)
- plein centre ville (11 occurrences)
- centre historique (10 occurrences)
- personnel agréable (10 occurrences)
- Petit bémol (10 occurrences)
- bon hôtel (9 occurrences)
- bonne adresse (9 occurrences)
- Chambre propre (9 occurrences)
- Excellent accueil (9 occurrences)
- personnel accueillant (9 occurrences)
- petit déjeuner servi (9 occurrences)

Ce qui me différencie

9,2/10
Mercredi 2 mars 2016
Postif
Le calme en centre ville. La salle de bain. Le petit déjeuner
Négatif
Le décor de la chambre

Très bonne étape à Orléans
Samedi 27 février 2016
Postif
La gentillesse de la réceptionniste, le petit déjeuner servi en chambre à la demande avec une grande ponctualité. Concernant le rapport qualité-prix, il est fluctuant au gré des réservations et des périodes. Celui-ci était excellent. La proximité avec le centre et surtout avec le tram, ce qui est très appréciable à Orléans.

10/10
Lundi 13 février 2017
Négatif
je ne sais pas...

	Sites d'avis clients collectés par Fairguest	Conditions d'inscription
	<p>Google MyBusiness Se référencer : https://www.google.fr/intl/fr/business/</p>	Gratuit
	<p>Pages Jaunes https://www.pagesjaunes.fr Se référencer : https://boutique.pagesjaunes.fr/</p>	Gratuit – 26 € H.T/mois
	<p>Tripadvisor https://www.tripadvisor.fr/ Se référencer : https://www.tripadvisor.fr/GetListedNew Gérer son établissement : https://www.tripadvisor.fr/Owners Les bonnes pratiques : https://www.tripadvisor.fr/TripAdvisorInsights Réponde aux avis : https://www.tripadvisor.fr/TripAdvisorInsights/w805 Remarque : vous devez être titulaire d'un compte TripAdvisor pour vous connecter et gérer votre établissement avec l'Espace Propriétaire. Si vous n'en avez pas, rendez-vous d'abord sur www.tripadvisor.fr et cliquez sur « S'inscrire » en haut à droite pour créer un compte.</p>	Tripadvisor Gratuit – Business à partir de 599 H.T / an
	<p>Yelp https://www.yelp.fr Se référencer : https://biz.yelp.fr/</p>	Gratuit
	<p>Facebook https://www.facebook.com Se référencer : Créer une page depuis le menu supérieur droit</p>	Gratuit

L'**e-réputation** est composée par l'image (subjective) que renvoie à un internaute l'ensemble des contenus qui lui sont accessibles en ligne vous concernant. Ceux-ci peuvent être créés par les internautes ou par vous, sur différentes sources : sites web, blogs, forums, réseaux et médias sociaux, sites d'avis de consommateurs... Elle passe donc par des prescripteurs, qui vont donner un avis positif ou négatif.

1 – Faites un diagnostic de votre présence sur internet

- Recherchez les pages sur lesquelles vous êtes présents,
- Est-ce que l'on parle beaucoup ou peu de vous ? de manière positive, négative ou neutre ?
- Répétez ce diagnostic régulièrement (6 ou 12 mois) et observez les différences.

2- Toute information vous concernant aura de l'influence sur votre image.

- Les rubriques de votre site internet sont-elles clairement identifiées ?
- Est-il possible de réserver en ligne ?
- Les internautes ont-ils la possibilité de voir les avis des autres clients ?

3 – L'importance des avis clients dans la gestion de son e-réputation

- Que vous le vouliez ou non, les internautes peuvent déposer des avis qui auront une influence sur la perception que vos clients potentiels auront de vous.
- Prenez en compte tous les avis, positifs ou négatifs. Ils sont le baromètre de votre activité.
- Ne remettez pas la gestion des avis à plus tard. Gérer les avis fait partie de la gestion globale de votre activité. Un avis favorable pourra vous conforter dans vos choix, mais un avis négatif nécessitera probablement un ajustement de vos services, surtout si le thème abordé est récurrent.
- Internet augmente votre visibilité et vous expose davantage, sachez accepter les avis négatifs.

4 – Comment gérer les avis négatifs

- Ne réagissez pas immédiatement, prenez le temps d'analyser la critique. Est-elle fondée ? comment faire évoluer une critique positivement ? Ne privilégiez pas une réponse hâtive ou sous la colère de peur de vous montrer discourtois envers l'auteur.
- Démontrez votre vigilance et votre capacité à apporter des réponses concrètes, donc votre capacité à prendre en compte les remarques. Il n'y a aucun mal à reconnaître une erreur ou un problème, le meilleur comportement pour prendre soin de son e-réputation est d'être transparent.
- Vos réponses doivent être constructives, si la critique est fondée, présentez vos excuses et montrez que vous avez compris la requête. Indiquez les mesures prises et invitez l'internaute à revenir pour constater les évolutions.
- La bonne gestion d'un commentaire négatif permet de soigner votre image, de démontrer votre capacité à trouver une réponse adaptée à la situation évoquée et convaincre vos clients potentiels qu'ils peuvent avoir confiance en votre qualité de service.

Une E-réputation se construit avec le temps, elle se surveille, se travaille et se mesure.

**Pour toute information complémentaire sur ce nouvel outil, contactez
l'ADRT du Loiret au 02.38.78.04.04 ou laurent.serain@tourismeloiret.com**