

POURQUOI EST-IL IMPORTANT DE REpondre AUX AVIS ?

En répondant aux avis, vous démontrez à vos clients existants et potentiels l'importance que vous attachez à leurs commentaires et à la qualité du service client.

90% des consommateurs ont confiance dans les avis de leurs amis*

75% d'entre eux renoncent à l'achat face à une majorité d'avis négatifs*

La consommation augmente de 31% si la note est excellente*

68% ont plus confiance quand ils voient des avis positifs et négatifs*

*(IFOP 2014)

APPROCHE CLIENT

Répondre aux avis

Que vont penser ceux qui vont lire ces avis et qui voudraient venir dans mon établissement ?

Faire de vos clients des ambassadeurs

Un client satisfait qui va le montrer en laissant un avis devient le meilleur de vos ambassadeurs.

APPROCHE QUALITE

Evaluer votre performance

Satisfaction / Insatisfaction
Quels sont mes axes d'amélioration ?

Suivre l'évolution de la satisfaction

de vos clients c'est aussi savoir pourquoi ils viennent dans votre établissement

ACCROITRE LES RESERVATIONS DIRECTES

Rassurer ceux qui voudraient venir dans votre établissement

Eliminer le côté anxiogène du choix et de l'incertitude. A critères de prix et localisation identique, le choix va se porter sur la prestation la mieux notée.

Fidéliser les clients

Il est plus facile de conserver un client que d'en acquérir de nouveaux.
Un client satisfait c'est un client qui revient.

Générer et Faciliter la réservation directe depuis votre site internet

Des informations rassurantes mettent dans de bonnes dispositions psychologiques. Permettre de réserver rapidement et facilement c'est limiter la possibilité que votre client passe par d'autres intermédiaires et qu'il soit à nouveau sollicité par vos concurrents.

FAUT-IL REpondre A TOUS LES AVIS ?

Vous pouvez choisir de répondre à tous les avis ou choisir de vous concentrer sur les plus importants.

Nous vous conseillons de répondre essentiellement aux avis contenant des affirmations erronées que vous pouvez corriger ou à ceux qui vous permettent d'indiquer les mesures prises pour résoudre les problèmes mentionnés.

Dans la mesure du possible, répondez régulièrement aux avis. Les internautes pourront ainsi trouver assez rapidement une réponse de votre part dans la liste des avis déposés. Une réponse tous les 10-15 avis montre que vous avez un suivi régulier.

Attention, vous n'avez probablement pas résolu un problème ou répondu correctement à une question s'il est nécessaire de fournir une réponse semblable pour deux avis dont l'écart dans le temps vous aurait pourtant laissé la possibilité de mettre en place une solution.

COMMENT REpondre A UN AVIS POSITIF ?

Remerciez l'auteur de l'avis d'avoir pris le temps de relater son expérience, mais n'utilisez pas une réponse type. Adaptez votre réponse en reprenant un élément du message qui a été déposé. Vous personnalisez ainsi votre réponse et pouvez par ce biais valoriser un peu plus l'une de vos prestations auprès de vos futurs clients.

COMMENT REpondre A UN AVIS NEGATIF ?

Ne tardez pas à formuler une réponse. Cela montre que vous avez pris la remarque au sérieux et ne laissez pas subsister de doute dans l'esprit des autres voyageurs qui vont lire ces avis et donc vos réponses.

- Adoptez un ton courtois et professionnel. N'oubliez pas que tout le monde est susceptible de lire votre réponse. Une réponse agressive ou défensive pourra nuire à votre image auprès de vos clients potentiels. Si vous n'êtes pas d'accord, que le commentaire est injuste ou erroné, transmettez votre réponse dans un style poli et mesuré.
- Remerciez l'auteur de l'avis, d'être passé par votre établissement et d'avoir pris le temps de rédiger un avis. Vous lui montrerez ainsi que vous l'avez pris au sérieux, faites preuve d'empathie, excusez-vous le cas échéant. Il peut avoir mis l'accent sur un dysfonctionnement et par son message contribuer à l'amélioration de votre qualité de service.
- Un problème a été évoqué ? Ne reprenez pas ce point dans votre réponse car la répétition favorise la prise en compte dans le référencement, mais indiquez les mesures prises pour le résoudre. De cette façon, les clients potentiels seront rassurés en constatant que la situation a été résolue. Vous réduirez ainsi leur incertitude face à votre capacité à gérer tout type de situation.

Les questions restées sans réponse peuvent influencer les projets et la confiance que les voyageurs ont en votre établissement.

GARDEZ A L'ESPRIT LES ELEMENTS SUIVANTS

Votre réponse s'adresse à toute la communauté d'utilisateurs. Pensez que le contributeur n'est pas le seul destinataire de votre message. Si vous répondez à une préoccupation collective vous éviterez ainsi une succession de messages sur un même sujet.

Répondez aux préoccupations de l'avis d'origine et ouvrez votre réponse vers sa résolution et les solutions mises en place pour y remédier.

Restez honnête. Des excuses sincères et bien placées ne sont jamais inutiles.

Chassez les similitudes. Un problème qui revient dans plusieurs avis n'est pas bon signe. Il vous faudra au plus vite vous justifier et trouver une solution pour lui trouver une solution.

Les voyageurs savent qu'il peut y avoir des jours « sans », ils seront d'autant plus en confiance si vous avez été réactifs pour trouver une solution adaptée à une interrogation ou un problème ponctuel. Ils ont aussi conscience qu'il n'existe aucune entreprise infaillible, avoir 100% d'avis positifs pourrait être synonyme de manque de transparence, ne cédez pas à des propositions commerciales vous proposant de filtrer tous les avis.

Des avis négatifs suivis d'une réponse apportant une solution apporte finalement une valorisation à votre prestation.

Si vous avez une bonne gestion de vos avis et donc de votre service client vous ne devez pas avoir de critiques récurrentes.

QUELQUES CONSEILS POUR LA GESTION DE VOTRE E-REPUTATION

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.

Faites un diagnostic de votre présence sur internet

- Recherchez les pages sur lesquelles vous êtes présents (sites, réseaux sociaux, forums, blogs, guides touristiques,...)
- 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.

Toute information vous concernant aura de l'influence sur votre image. Facilitez l'accès à la réservation de votre prestation.

- 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 ?

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

Les avis sont les éléments les plus visibles de votre e-réputation

Tourisme Loiret met Fairguest à votre disposition. Cet outil de collecte, de suivi et de gestion des avis vous permet de suivre l'évolution de vos notes sur les principaux sites spécialisés.

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