



DESTINATION  
**SAINT-ÉMILION**  
OFFICE DE TOURISME  
DU GRAND SAINT-ÉMILIONNAIS



Académie du Jeudi  
3 octobre 2024

**Les avis en ligne :  
suivre et gérer votre  
réputation en ligne**

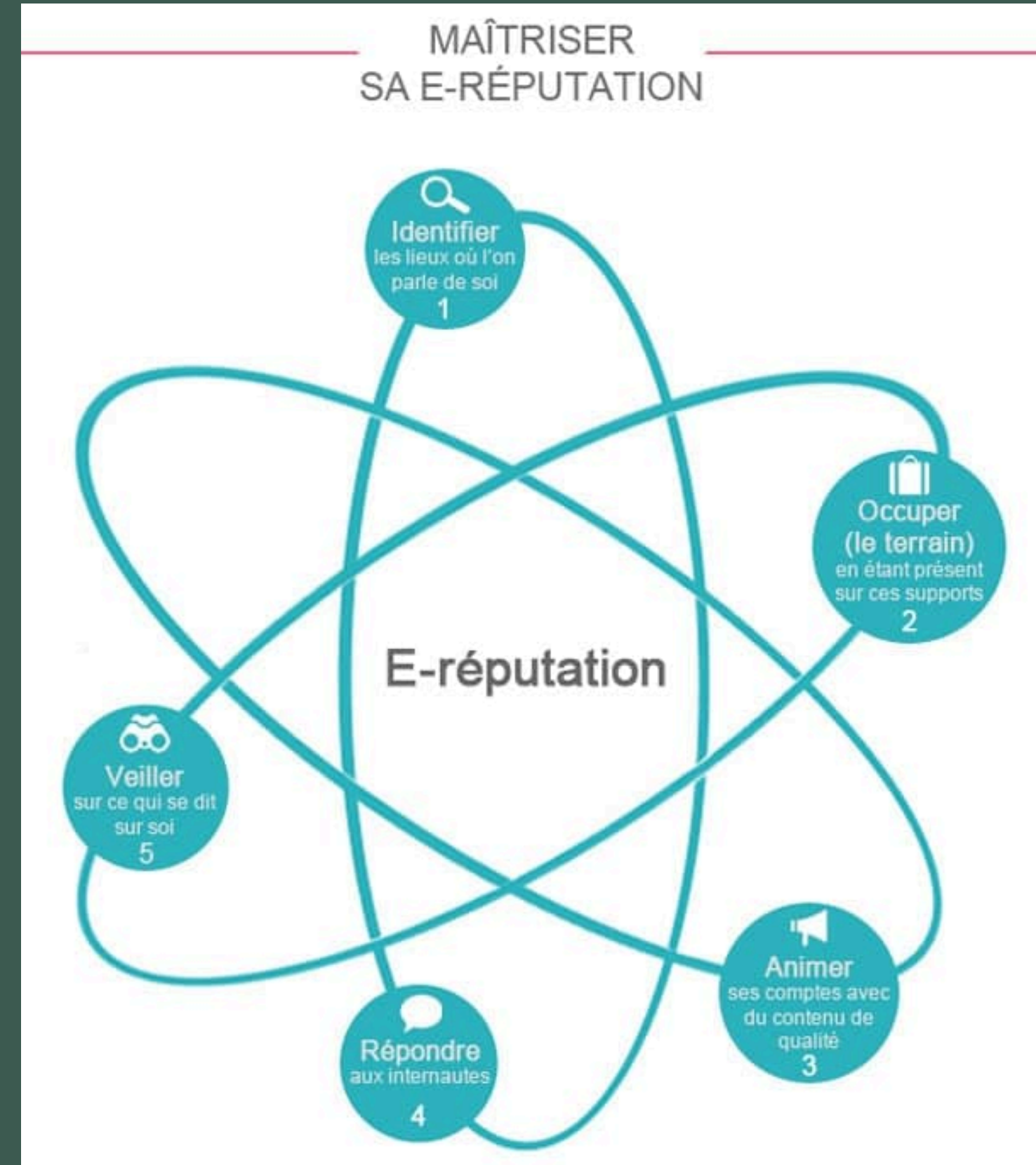
# C'EST QUOI LA E-RÉPUTATION ?



La Commission nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) définit l'e-réputation, autrement dit la réputation sur internet, comme l'image en ligne d'une entreprise ou d'une personne.

## OBJECTIF DE L'ACADÉMIE :

Vous fournir des outils et des stratégies pour gérer efficacement la réputation en ligne de vos structures



# Les Vecteurs de l'e-réputation



Moteurs de recherche



Réseaux sociaux



Sites d'avis publics



Influenceurs



Forums et blogs



Journaux Numériques



Sites Web d'Entreprise

## COMPRENDRE L'IMPACT DES AVIS EN LIGNE

- Sur Internet, **85 %** des consommateurs réalisent des achats et 80 % se renseignent avant d'acheter
- Pas moins de **96 %** des internautes sont influencés par l'e-réputation de l'entreprise ou de la marque lors d'un achat
- **88 %** des individus consultent des avis de consommateurs, des forums ou des blogs avant de réaliser un achat en ligne, 73 % avant un achat en boutique
  - Les avis négatifs sont de nature à dissuader **85 %** des consommateurs
- L'e-réputation a une influence multicanal : près de **90 %** des répondants se renseignent sur Internet lorsqu'ils sont intéressés par une publicité à la télévision ou un prospectus

## LES BÉNÉFICES DE LA GESTION DES AVIS CLIENTS

- Limiter le nombre de clients insatisfaits : En répondant aux clients mécontents de manière courtoise, sincère et en trouvant une solution adaptée, il est possible de “re-fidéliser” certains clients insatisfaits.
- Créer une relation de proximité : En traitant chaque commentaire de manière personnalisée, cela permet de créer une relation de proximité avec ses clients. Ils se sentent davantage proches de votre entreprise et ont tendance à en parler à leurs proches.
- Fidéliser les clients satisfaits : En prenant le temps de répondre aux commentaires positifs et en encourageant vos promoteurs à donner leur avis, vous pouvez fidéliser les clients satisfaits. Ces derniers retiendront davantage votre entreprise et voudront revivre leur expérience positive à vos côtés.



## EVOLUTION DES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS (IMPACT DES AVIS SUR LES DÉCISIONS D'ACHAT)

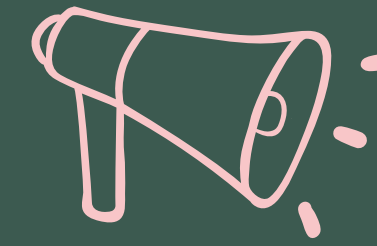
### L'impact des avis et des recommandations :

- Les avis et les recommandations en ligne ont un impact significatif sur les décisions d'achat des voyageurs
- Les consommateurs sont souvent enclins à faire confiance aux opinions des autres voyageurs, car ils considèrent ces avis comme des informations impartiales et basées sur des expériences réelles
- Une e-réputation positive peut ainsi attirer davantage de clients potentiels, tandis qu'une mauvaise réputation peut les dissuader de réserver.



## EVOLUTION DES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS (IMPACT DES AVIS SUR LES DÉCISIONS D'ACHAT)

- Le partage d'expériences sur les réseaux sociaux :
- Les médias sociaux jouent un rôle prépondérant dans l'industrie du tourisme.
- Les voyageurs partagent leurs expériences en temps réel, publient des photos, des vidéos et des commentaires sur les destinations, les hôtels, les restaurants, etc.
- Ces publications ont un impact direct sur la perception des autres voyageurs et peuvent influencer leur décision de réserver ou non un voyage.



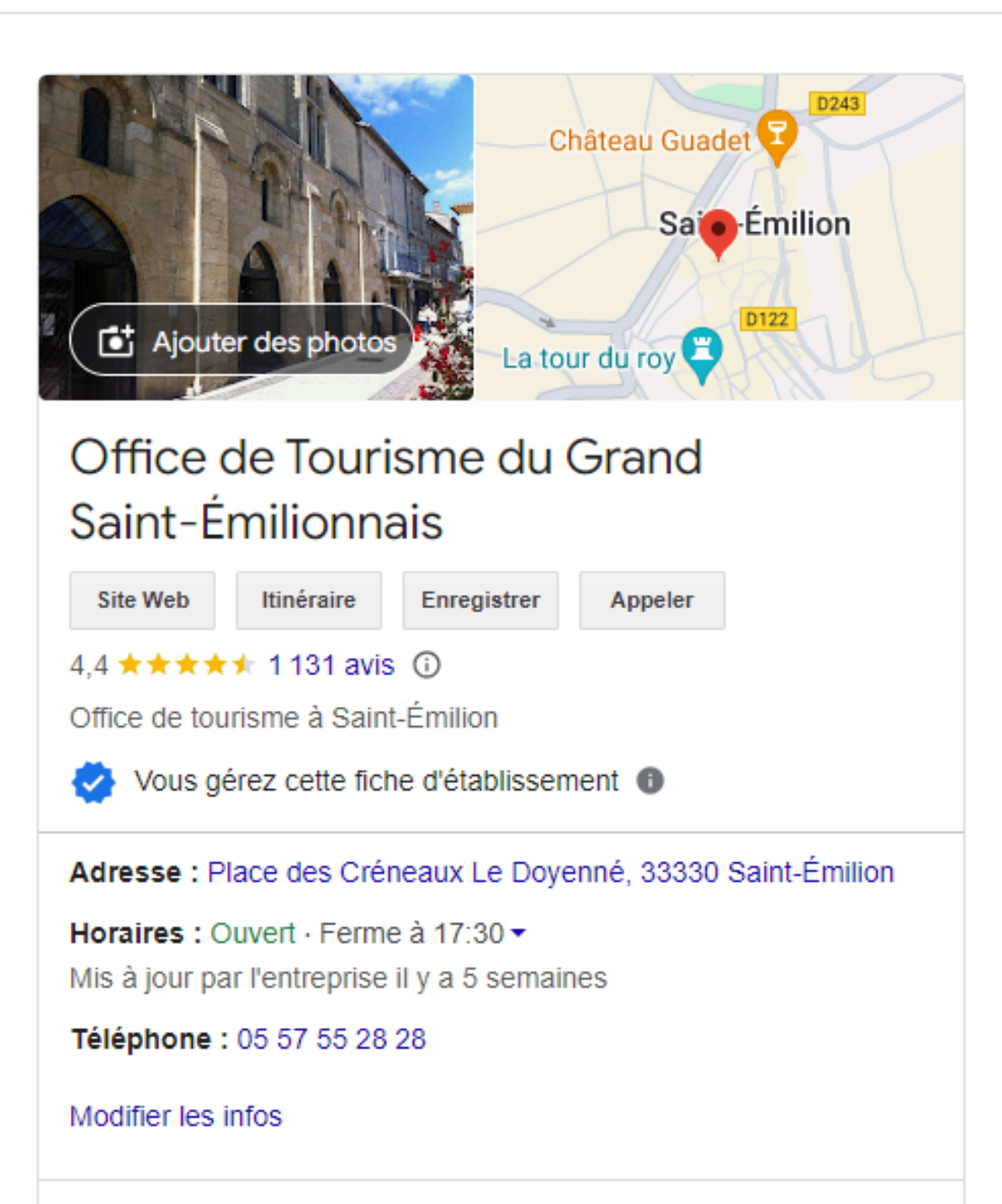
Par exemple, LinkedIn est utile pour développer son réseau et promouvoir son activité. Si l'on souhaite construire une communauté jeune à grande échelle et faire connaître ses produits avec de beaux visuels, Instagram est ce qu'il vous faut. Si votre activité se prête à des contenus vidéos, Youtube et TikTok sont alors intéressants à exploiter pour toucher un large public.



# EVOLUTION DES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS (IMPACT DES AVIS SUR LES DÉCISIONS D'ACHAT)

Une concurrence accrue et une facilité d'accès à l'information :

- Avec la prolifération des plateformes de réservation en ligne et des sites d'avis, les voyageurs ont accès à une multitude d'informations avant de faire leur choix.
- Les entreprises du secteur du tourisme doivent se démarquer de la concurrence et maintenir une bonne e-réputation pour attirer les clients. Une réputation solide peut leur permettre de se positionner comme des acteurs fiables et de confiance.



Château Guadet  
Saint-Émilion  
La tour du roy

Ajouter des photos

Office de Tourisme du Grand Saint-Émilionnaï

Site Web Itinéraire Enregistrer Appeler

4,4 ★★★★★ 1 131 avis ⓘ

Office de tourisme à Saint-Émilion

Vous gérez cette fiche d'établissement ⓘ

**Adresse :** Place des Créneaux Le Doyenné, 33330 Saint-Émilion

**Horaires :** Ouvert · Ferme à 17:30 ▾  
Mis à jour par l'entreprise il y a 5 semaines

**Téléphone :** 05 57 55 28 28

[Modifier les infos](#)

## EVOLUTION DES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS (IMPACT DES AVIS SUR LES DÉCISIONS D'ACHAT)

### L'effet amplifié des avis négatifs :

- Dans le secteur du tourisme, les avis négatifs ont tendance à avoir un impact plus important que dans d'autres industries. Les consommateurs sont souvent prudents lorsqu'ils réservent des services touristiques en raison des conséquences potentielles d'une expérience décevante.



**LES RISQUES À NE PAS S'INVESTIR DANS LA GESTION :  
L'E-RÉPUTATION SE CONSTRUIT TRÈS VITE ET SERA VISIBLE PAR  
UN PUBLIC TRÈS LARGE, CE QUI AURA UN IMPACT SUR VOTRE  
ENTREPRISE TRÈS RAPIDEMENT. SI VOUS NE LA GÉREZ PAS À  
TEMPS, LES RÉPERCUSSIONS POURRONT PRENDRE DE  
L'AMPLEUR ET IMPACTER SÉVÈREMENT VOTRE ACTIVITÉ.**



**QUELLE STRATÉGIE  
METTRE EN PLACE ?**

# EFFECTUER UNE VEILLE RÉGULIÈRE

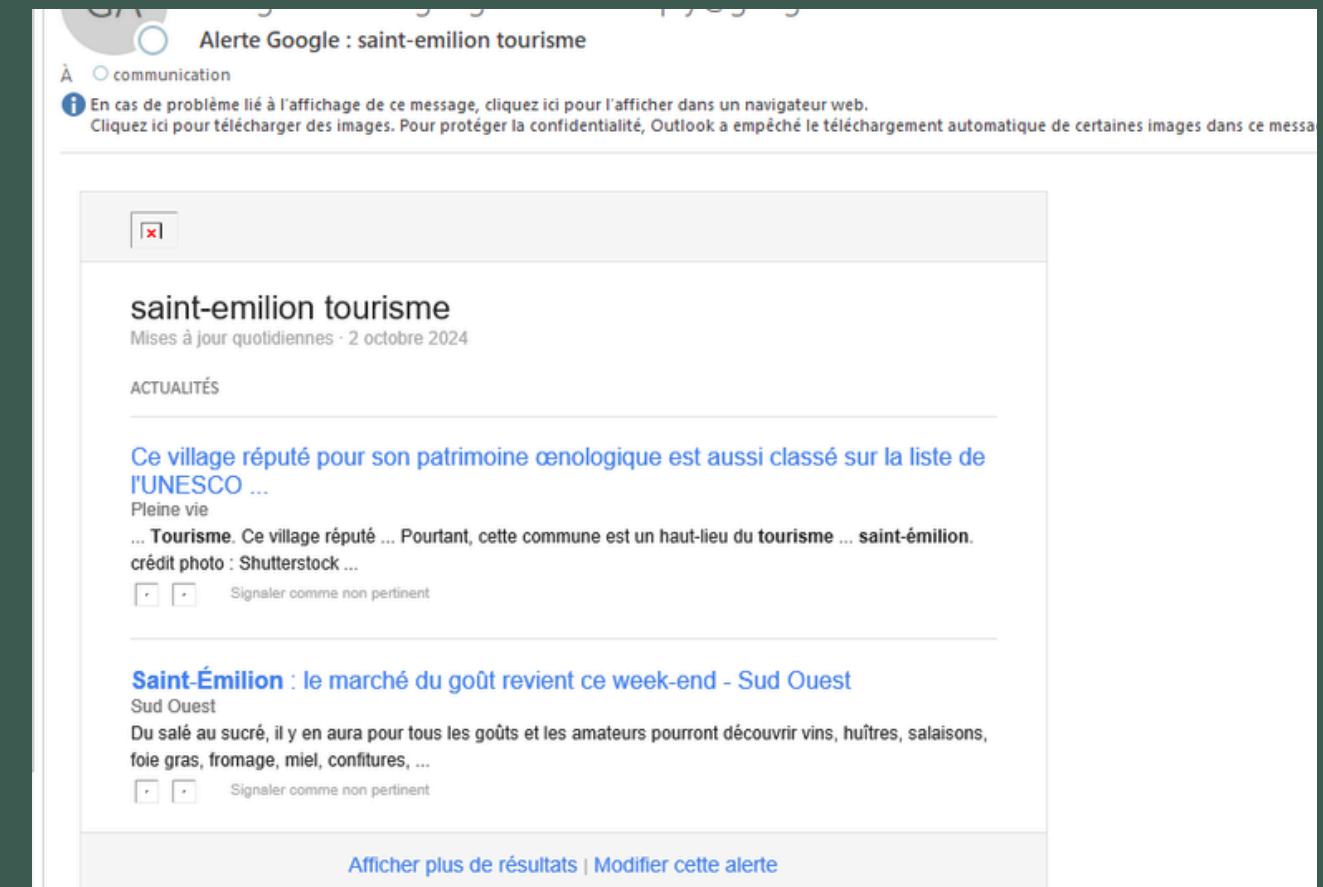
Il existe des outils et applications pour surveiller les avis :

- Google Alerts : notifications pour suivre votre nom ou celui de votre établissement
- Mention : outil pour suivre les mentions de votre marque sur le web et les réseaux sociaux
- Guestapp, Fairguest, Guest Suite...

Il est important d'établir une routine de suivi. Il faut aussi analyser les tendances et feedbacks récurrents : pour identifier les points forts et faibles récurrents dans les avis et ainsi orienter les améliorations.

## Créer des alertes personnalisées

1. Connectez-vous à **Google Analytics**.
2. Accédez à votre vue.
3. Ouvrez Rapports.
4. Cliquez sur PERSONNALISATION > Alertes personnalisées
5. Cliquez sur Gérer les alertes personnalisées.
6. Cliquez sur + NOUVELLE ALERTE.
7. Nom de l'alerte : attribuez un nom à l'alerte. ...
8. Cliquez sur Enregistrer l'alerte.



# RÉPONDRE AUX AVIS




UNE RÉPONSE RAPIDE MONTRE QUE VOUS VOUS SOUCIEZ DES RETOURS CLIENTS!



Stratégie pour répondre aux avis positifs :


- Remercier les clients en mentionnant des détails pour personnaliser la réponse
- Encourager le retour des clients

 **Lilia Bellahsene**  
6 avis • 1 photo

★★★★★ Il y a 3 heures **NOUVEAU**

Excellente expérience. Un grand remerciement à notre guide Marion, qui en connaissait des choses et qui était aussi drôle et charmante.


Visité en octobre

 **Office de Tourisme du Grand Saint-Émilionnais**  
Propriétaire

Il y a 47 min

Bonjour Lilia,  
Merci pour ce retour. Nous transmettons avec plaisir vos aimables compliments à Marion.  
Au plaisir de vous revoir,  
L'équipe de l'Office de Tourisme


[Modifier](#) [Supprimer](#)

 **Florent Allaix**  
82 avis • 3 photos

★★★★★ Il y a 3 semaines **NOUVEAU**

Une boutique magnifique, un accueil de l'ensemble du personnel très professionnel attentionné et chaleureux prenant le temps pour chacun. Je remercie également Lydia pour sa visite dynamique, instructive et passionnée de la ville souterraine. J'ai appris énormément grâce à elle. Une guide souriante ayant toujours le mot pour rire et d'une grande bienveillance. Merci à tous

Visité en septembre

 **Office de Tourisme du Grand Saint-Émilionnais**  
Propriétaire

Il y a 2 semaines

Bonjour Florent,  
Quel plaisir de vous lire ! Merci pour ce retour très positif.  
Nous sommes ravis que votre découverte du village fut un succès. Nous partageons vos chaleureux remerciements à toute l'équipe !  
Au plaisir de vous revoir dans le Grand Saint-Emilionnais,  
L'équipe de l'Office de Tourisme

[Modifier](#) [Supprimer](#)

# RÉPONDRE AUX AVIS



Stratégie pour répondre aux avis négatifs :

- **Ne tardez jamais à réagir à un avis négatif**
- **Remerciez l'auteur de l'avis**
- **Excusez-vous et exprimez un regret**
- **Répondez point par point aux critiques**
- **Expliquez ce qui a été mal compris**
- **Insistez sur les points de satisfaction du client**
- **Proposez au client de revenir pour qu'il change d'avis**


Votre rôle n'est surtout pas d'ignorer ces avis négatifs, mais il faut au contraire les prendre en compte, identifier leurs raisons et y répondre, l'image de votre entreprise en dépend ! Lorsque les critiques sont constructives, cela peut vous permettre d'améliorer vos produits ou de corriger peut-être des erreurs dans votre communication.



★☆☆☆☆ Il y a 16 semaines

Visite du souterrain plus visite de la cité unesco pour une famille de 4 personnes, deux adultes et deux enfants ç'est 100€. ensuite il faut encore manger et si on veut visiter un château, il faut encore payer. La culture est, et restera, réservé au plus aisés... scandaleux...

Visité en juin

 **Office de Tourisme du Grand Saint-Émilionnais**  
Propriétaire

Il y a 15 semaines

Bonjour Xavier,

Nous comprenons votre frustration face au coût élevé de certaines activités culturelles, comme la visite du souterrain et de la cité UNESCO pour une famille de 4 personnes. Il est vrai que le prix peut être un frein pour certaines familles, et que cela peut poser un problème d'accès à la culture pour les personnes les moins aisées.

Cependant, il est important de noter que :

Le prix des visites culturelles permet de financer l'entretien et la préservation des sites  
De nombreuses options existent pour profiter de la culture à moindre coût  
De nombreuses activités culturelles sont gratuites  
Au plaisir de vous accueillir dans le Grand Saint-Emilionnais.  
L'équipe de l'Office de Tourisme

# POUR ALLER PLUS LOIN...



## Connaissez-vous "l'effet Streisand" ?

L'effet Streisand est un phénomène qui provient de l'actrice et chanteuse Barbra Streisand. En effet, en 2003, un photographe du nom de Kenneth Adelman, prend des clichés de la côte californienne. Il désire réaliser une étude de l'érosion dans la région. Malheureusement, sur une photo aérienne est visible la demeure de Mme Barbra Streisand. Cette dernière considère alors que la photo est une violation de sa vie privée et attaque en justice M. Adelman.



Peu de personnes n'avaient en réalité vu ce cliché. Cependant, la dimension médiatique de l'affaire produira l'effet inverse. De nombreuses personnes verront l'image et en un mois 420 000 personnes iront sur place voir la demeure de Barbra Streisand.



L'effet Streisand se produit donc lorsqu'on cherche à cacher une information et à la censurer. Ce comportement peut provoquer un rejet de l'opinion publique ou une mise en lumière de cette information que l'on désirait minimiser.



*EN BREF : Les efforts déployés par une personne pour masquer ou supprimer une publication, ou encore faire retirer un produit du commerce, conduisent à l'exposition et à la médiatisation de ce que cette personne désirait que l'on ne sache pas ou que l'on ne voie pas.*

# VOS EMPLOYÉS, VOS MEILLEURS AMBASSADEURS



- Former le personnel à offrir un service client exceptionnel afin de maximiser les avis positifs.
- Encourager les clients satisfaits à laisser des avis : mettre en place des stratégies pour inciter les clients à laisser des avis (ex : carte de remerciement, affichage, email post-prestation)
- Gérer proactivement les crises : avoir un plan d'action pour réagir rapidement aux commentaires négatifs ou a une mauvaise presse





## IDENTIFIER LES “FAUX” AVIS CLIENTS

Les signes qui ne trompent pas :

- un auteur récemment inscrit sur une plateforme d'avis et ayant peu d'activités
- des avis négatifs arrivant en masse en un court laps de temps
- des situations évoquées qui ne se sont jamais déroulées
- des mentions d'entreprises concurrentes, etc



**SIGNALER L'AVIS, APPORTER UNE RÉPONSE FACTUELLE ET PRÉCISE POUR MONTRER AUX INTERNAUTES QU'IL S'AGIT D'UN FAUX AVIS.**

## EN RÉSUMÉ !

- ➔ Soyez optimiste, courtois et constructif. Faire face à un commentaire négatif doit se faire “le coeur léger”
- ➔ La critique n’est pas si grave, tout établissement reçoit un jour ou l’autre ce type d’avis. Le plus important est de savoir affronter cette critique de la meilleure des façons.
- ➔ Finalement, un avis négatif en ligne doit être vu comme une opportunité et non comme une menace. En effet, il y a souvent du vrai dans les propos de vos clients. Par conséquent, posez-vous les bonnes questions et utilisez ces avis comme moteur pour faire encore mieux et améliorer votre offre ! C’est le meilleur moyen de résoudre le problème et d’en tirer profit intelligemment. Tournez donc cela à votre avantage en prouvant votre professionnalisme.
- ➔ Pensez à surveiller tous les canaux pour répondre aux commentaires que cela soit des commentaires positifs ou négatifs. Ainsi, faites une veille constante sur les plateformes d’avis et sur vos réseaux sociaux

*N’oubliez pas que votre e-réputation est essentielle pour votre image !*

## POUR ALLER PLUS LOIN DANS LA E-RÉPUTATION

La e-réputation d'une entreprise dépend d'autres qui influencent la manière dont elle est perçue en ligne. Voici les principaux éléments qui façonnent la e-réputation :

- **Présence sur les réseaux sociaux :** La manière dont une entreprise interagit avec ses clients sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) et la qualité de ses publications influencent fortement la perception publique.
- **Contenu généré par les utilisateurs (UGC) :** Les photos, vidéos ou articles que les clients publient à propos de l'entreprise jouent un rôle important dans la diffusion de son image.
- **Gestion de la relation client :** La rapidité et l'efficacité avec lesquelles une entreprise répond aux demandes, critiques ou plaintes, notamment sur les canaux numériques, affectent son e-réputation.
- **Référencement naturel (SEO) :** La position de l'entreprise sur les moteurs de recherche et la qualité des résultats associés à son nom influencent la perception. Des articles négatifs ou une mauvaise visibilité peuvent nuire à la réputation en ligne.
- **Qualité du site web :** Un site web mal conçu, lent, ou non sécurisé donne une mauvaise impression et affecte la perception de l'entreprise





*Et vous, quelles sont vos  
bonnes pratiques ?*



*Merci pour votre écoute !*

**AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?**