



ATELIER : OPTIMISEZ SON E-RÉPUTATION

Intervenante Françoise Clermont

Présentation du formateur



Accompagnement marketing & formation

Consultant formateur en marketing tourisme opérationnel (marketing, e-tourisme, études), responsable du département formation de CoManaging.

Expérience professionnelle de plus de 30 ans dans le domaine du marketing touristique territorial (régions, départements, pays, stations et villes touristiques).

Objectif : dans le cadre d'une mutation des marchés du tourisme, aider les entreprises touristiques et les collectivités à mieux comprendre et maîtriser les outils du web et à concevoir des stratégies intégrées pour être présent, facilement, efficacement, avec des résultats durables.

Contact : fclermont.pro@gmail.com - Tel : 06 23 65 27 36

<http://twitter.com/fclermontpro>

www.facebook.com/francoiseclermont.pro

<http://fr.linkedin.com/in/fclermontpro>

Présentation des participants

- Prénom/Nom
- Activité professionnelle (entreprise / territoire et fonction)
- Vos projets web marketing 2017

Qu'attendez-vous de cette formation ?

- 1 objectif principal par personne

Planning
14h00 – 17h00
pause de 5mn
dans l'après-
midi

OBJECTIFS

- Mettre en place des outils de veille sur son e-réputation et optimiser ses réponses aux avis clients
- Optimiser sa fiche sur Trip Advisor avec une exploitation de l'espace propriétaire
- Apprendre à bien rédiger une réponse à un avis client, qu'il soit positif ou négatif

RAPPEL DES 10 ETAPES PROPOSEES POUR CONSTRUIRE ET GERE SON E-REPUTATION

FAIRE DE SA E-RÉPUTATION UN ATOUT EN 10 ÉTAPES

1- Se Fixer des objectifs

2- Mettre en place une veille

3- Anticiper les attentes vis un site web de qualité

4- S'inscrire sur des sites d'avis & des sites référents

5- Susciter les avis & les témoignages

6- Répondre aux avis & témoignages

7- Se défendre en cas d'abus

8- Valoriser les avis & les témoignages

9- Animer & impliquer sa communauté

10- S'organiser & analyser les résultats

Mesurer et
réajuster

Optimiser
son organisation

METTRE EN PLACE UNE VEILLE

1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE



- La première des actions c'est l'écoute des clients : mettre en place une veille active et permanente avec Google Alertes <http://www.google.fr/alerts/>
- Pour être plus performant, compléter : avec Talkwaker <http://www.talkwalker.com/alerts> avec Mention <https://web.mention.com>

- Pour travailler sa e-reputation : travailler avec <https://www.reputationvip.com/fr>
- Pour les territoires, des outils et analyses par des sociétés spécialisées comme : Guest Suite Destination <https://guest-suite.com/p/pour-les-destinations/> & Fair Guest <http://www.fairguest.com/destination.html>

1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE

- Pour les hôteliers, des outils professionnels de veille & gestion des avis peuvent être utilisés (budget à prévoir) : **ReviewPro** <http://www.reviewpro.com/fr/>, **Guestback** <http://guestback.com/>, **Sentinel** la nouvelle solution d'AvailPro <http://site.availpro.com/fr/produits/sentinel/>, **Customer Alliance** <http://www.customer-alliance.com/fr/>, **Revinat** <https://www.revinat.com/> ou **GuestApp** <http://guestapp.me/>



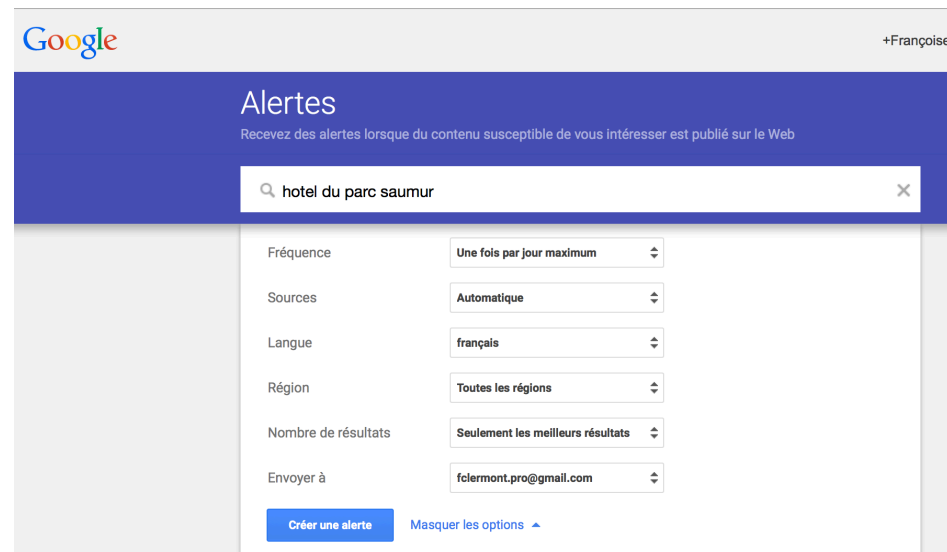
Capture d'écran le 04/03/2015 sur <http://www.reviewpro.com/>



Capture d'écran le 06/03/2015 sur <http://guestapp.me/>

1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE

- **1^{er} outil gratuit à votre disposition : Google Alertes**
 - **Google Alertes** : service gratuit de Google qui permet de créer des alertes afin d'être informé de tout ce que Google a indexé sur le web comprenant l'expression mentionnée dans l'alerte : ex. le nom de votre établissement
 - **Google Alertes n'est pas rétroactif.**
 - **Dès la création de l'alerte, vous recevez par mail** ou sur une plateforme de flux (*Netvibes, ou RSSOwl*) les informations indexées par Google..



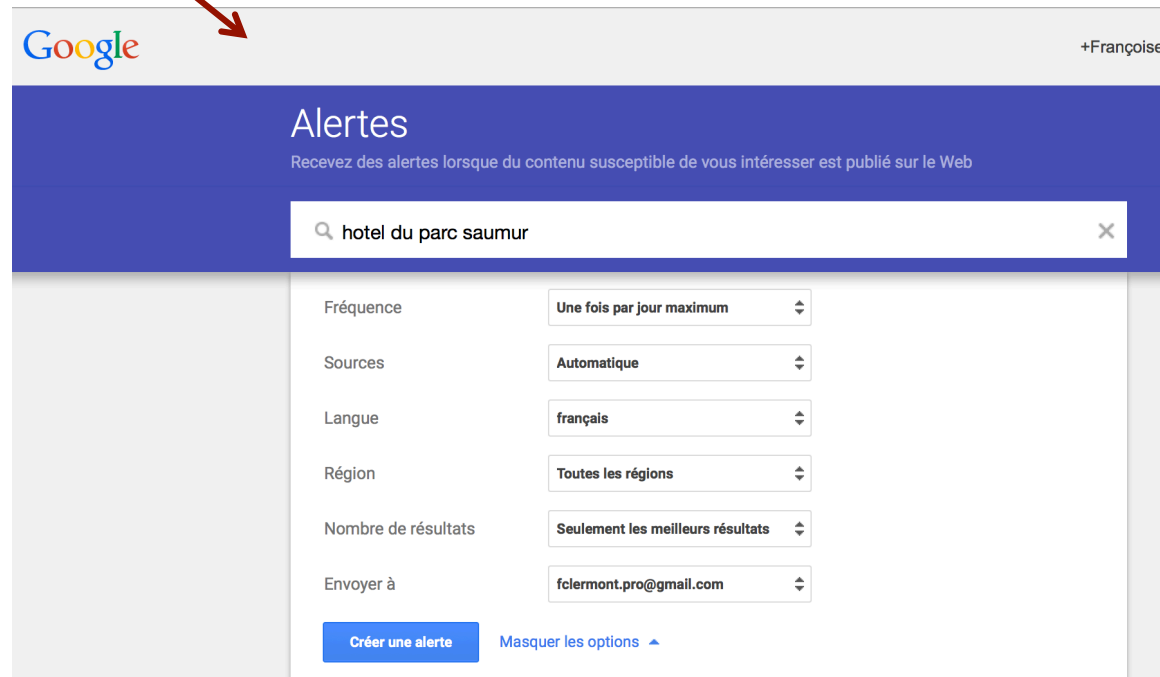
The screenshot shows the Google Alerts creation page. At the top, the Google logo is on the left and '+Française' is on the right. Below the logo, the word 'Alertes' is displayed in a large font, followed by the subtitle 'Recevez des alertes lorsque du contenu susceptible de vous intéresser est publié sur le Web'. A search bar contains the text 'hotel du parc saumur'. Below the search bar, there are several dropdown menus for configuring the alert: 'Fréquence' (set to 'Une fois par jour maximum'), 'Sources' (set to 'Automatique'), 'Langue' (set to 'français'), 'Région' (set to 'Toutes les régions'), 'Nombre de résultats' (set to 'Seulement les meilleurs résultats'), and 'Envoyer à' (set to 'fclermont.pro@gmail.com'). At the bottom of the form, there is a blue button labeled 'Créer une alerte' and a link 'Masquer les options'.

Copie d'écran réalisée le 28/02/15 sur <http://www.google.fr/alerts>

1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE

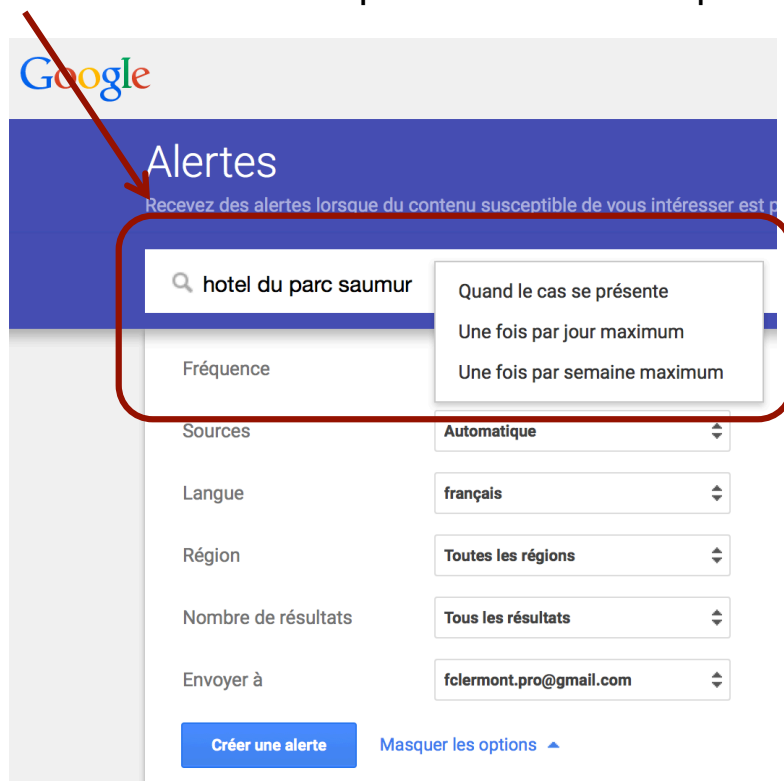
■ Comment créer une alerte ?

- J'ouvre un compte Google (si je n'en ai pas déjà un)
- Je vais sur Google Alertes
- Je saisis mon nom d'établissement (si d'autres établissements ont le même nom, je rajoute la localité – entre guillemets pour ne faire la recherche que sur l'expression complète ; ceci permet à Google de ne prendre en compte que l'expression choisie)



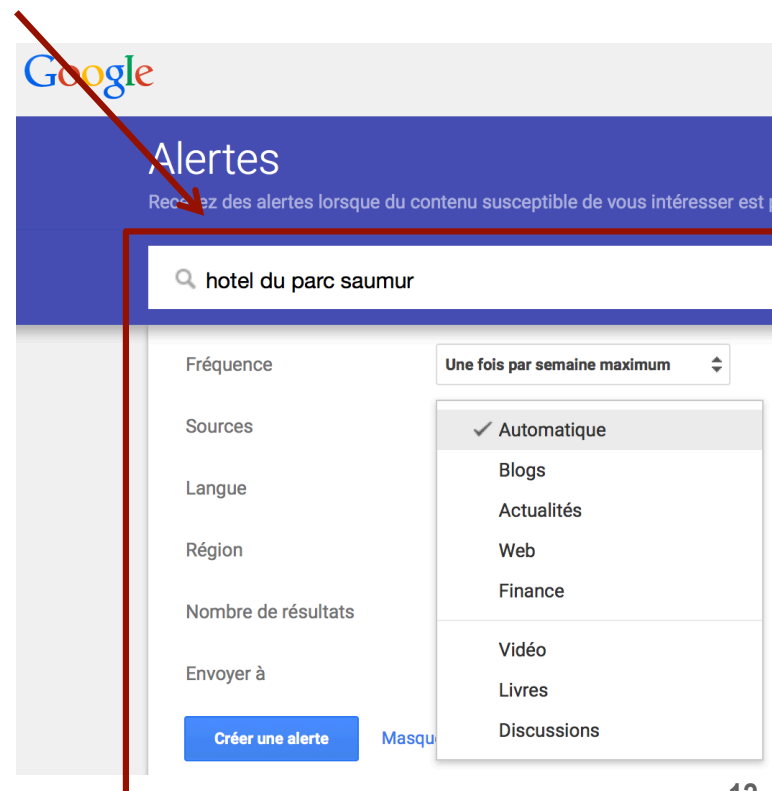
1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE

- Je choisis la fréquence de réception des informations collectées grâce à l'alerte (une fois par semaine peut être suffisant pour un petit établissement, immédiatement peut être utile pour gérer les éventuelles remarques clients en temps réel)



The screenshot shows the Google Alerts creation page. A red box highlights the search term 'hotel du parc saumur' and the frequency dropdown menu. The frequency options are: 'Quand le cas se présente', 'Une fois par jour maximum', and 'Une fois par semaine maximum'. The 'Sources' dropdown is set to 'Automatique', 'Langue' to 'français', 'Région' to 'Toutes les régions', 'Nombre de résultats' to 'Tous les résultats', and 'Envoyer à' to 'fclermont.pro@gmail.com'. A red arrow points to the 'Alertes' header.

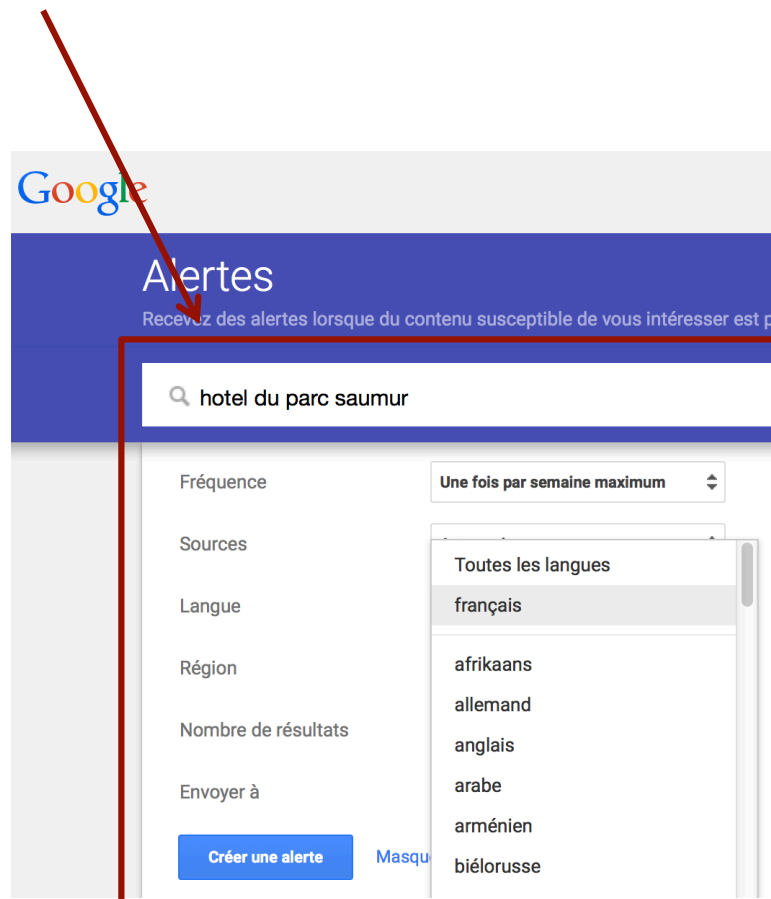
- Je choisis « tout » pour être informé de la totalité des informations sur le web (mais je peux sélectionner aussi uniquement les actualités, les blogs, etc.)



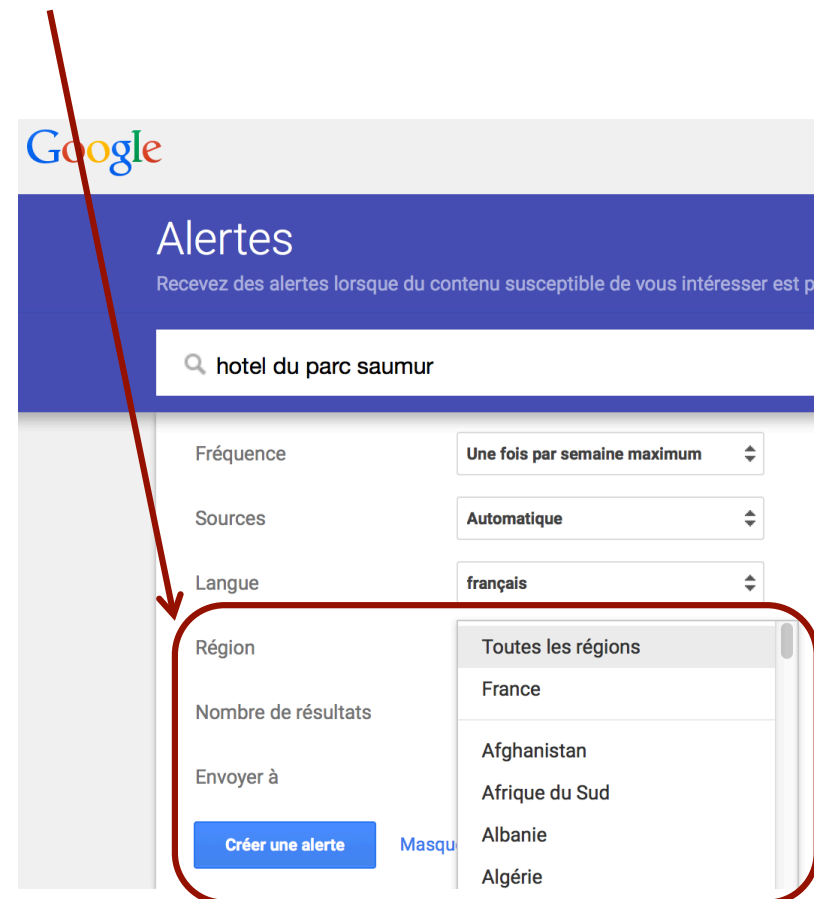
The screenshot shows the Google Alerts creation page with the 'Sources' dropdown menu open. The search term is 'hotel du parc saumur'. The frequency is set to 'Une fois par semaine maximum'. The 'Sources' dropdown shows options: 'Automatique' (checked), 'Blogs', 'Actualités', 'Web', 'Finance', 'Vidéo', 'Livres', and 'Discussions'. The 'Envoyer à' field is 'fclermont.pro@gmail.com'. A red box highlights the search term and the sources dropdown. A red arrow points to the 'Alertes' header.

1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE

- **Je choisis la langue** (le plus simple est de choisir toutes langues – ou choisir en fonction de votre présence web sur les pays étrangers)

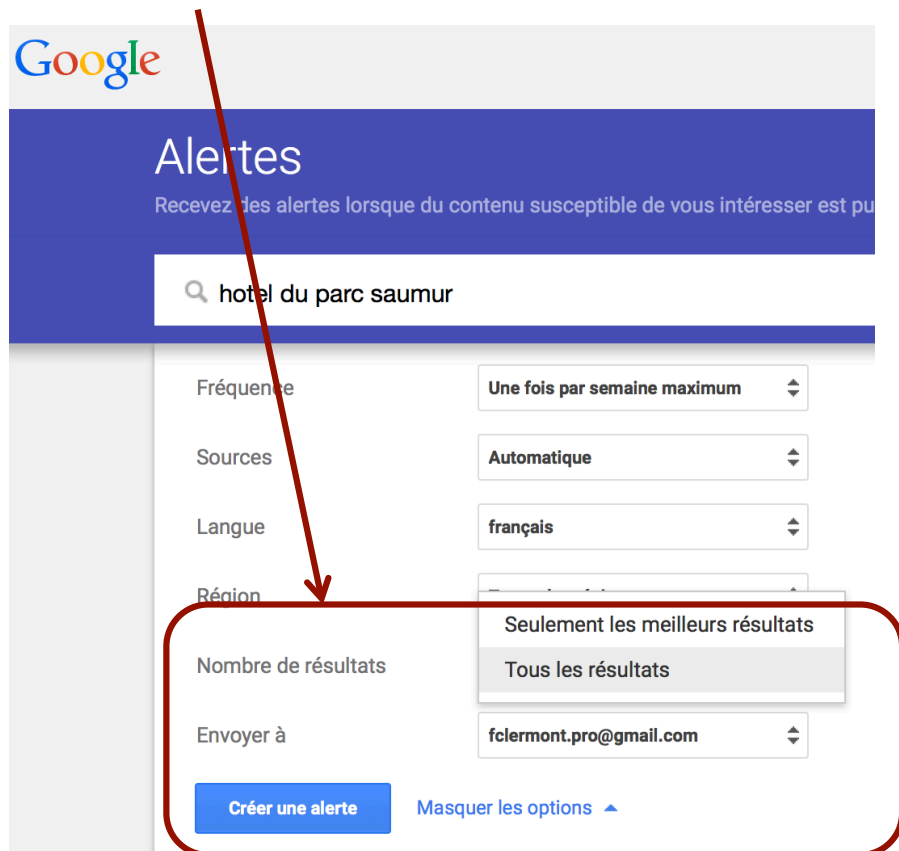


- **Je choisis la région/pays** (le plus simple est de choisir toutes les régions – ou choisir en fonction de votre présence web sur les pays étrangers)



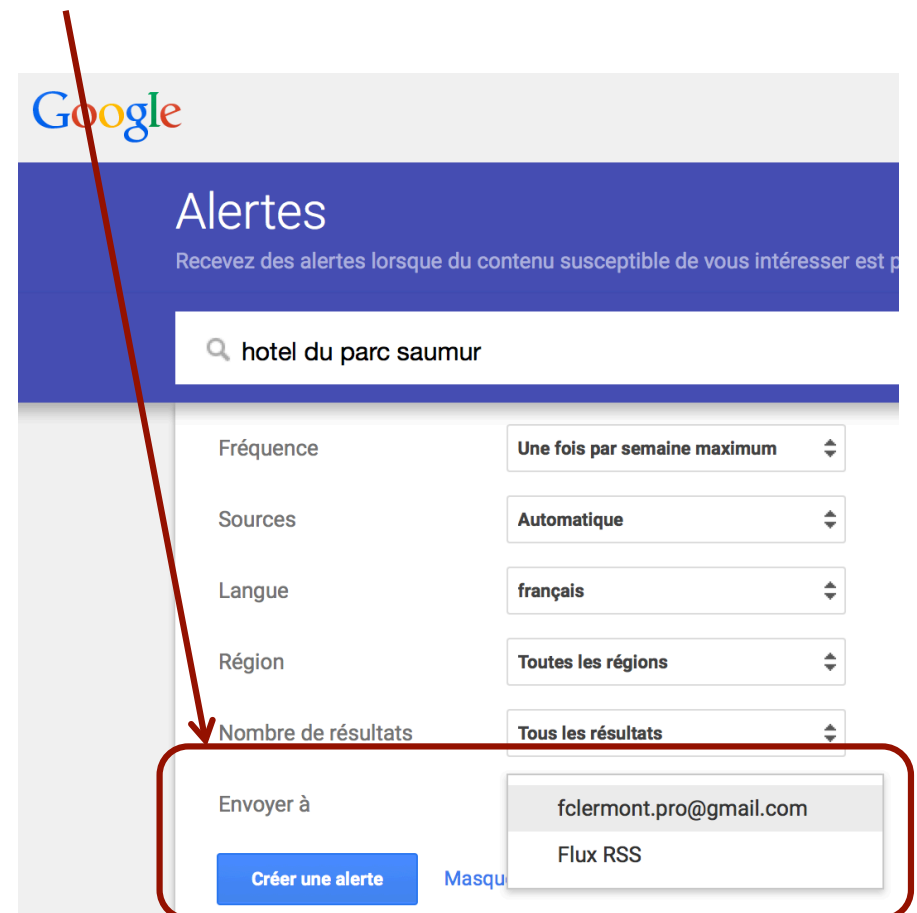
1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE

- Je choisis « tous les résultats » dans un premier temps (mais je peux sélectionner uniquement les meilleurs résultats si j'estime recevoir de l'information inutile)



The screenshot shows the Google Alerts setup page for the query 'hotel du parc saumur'. The 'Fréquence' is set to 'Une fois par semaine maximum', 'Sources' to 'Automatique', 'Langue' to 'français', and 'Région' to 'Toutes les régions'. The 'Nombre de résultats' dropdown menu is open, showing 'Seulement les meilleurs résultats' and 'Tous les résultats' (which is highlighted). The 'Envoyer à' field is set to 'fclermont.pro@gmail.com'. A red arrow points from the text 'Je choisis « tous les résultats »' to the 'Tous les résultats' option in the dropdown menu.

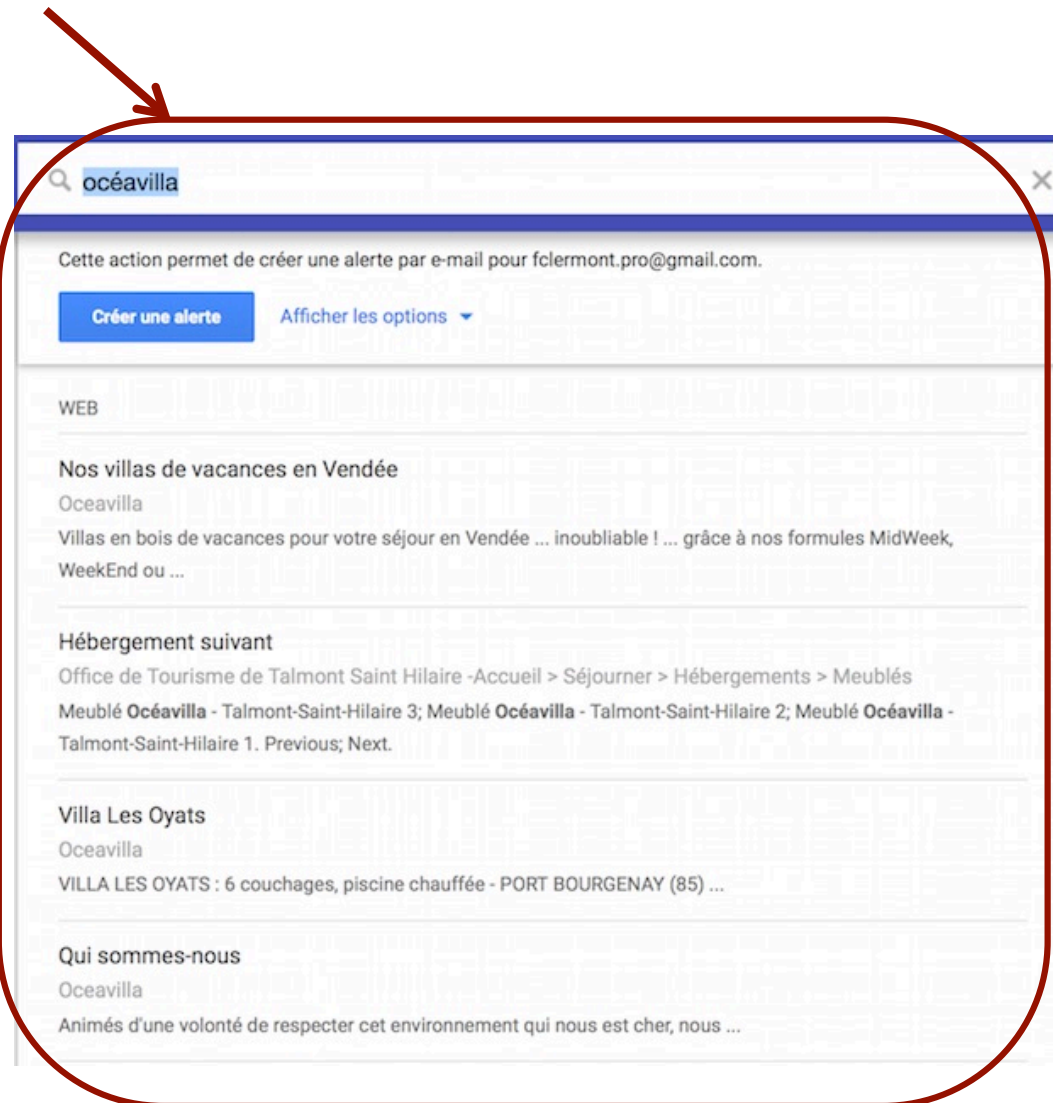
- Je choisis de recevoir l'alerte dans ma boîte mail ou par flux (s'il s'agit de flux, la fréquence est immédiate et je dois ouvrir Google Reader pour lire l'alerte)



The screenshot shows the Google Alerts setup page for the query 'hotel du parc saumur'. The 'Fréquence' is set to 'Une fois par semaine maximum', 'Sources' to 'Automatique', 'Langue' to 'français', and 'Région' to 'Toutes les régions'. The 'Nombre de résultats' dropdown menu is open, showing 'Seulement les meilleurs résultats' and 'Tous les résultats' (which is highlighted). The 'Envoyer à' dropdown menu is also open, showing 'fclermont.pro@gmail.com' and 'Flux RSS' (which is highlighted). A red arrow points from the text 'Je choisis de recevoir l'alerte dans ma boîte mail ou par flux' to the 'Flux RSS' option in the dropdown menu.

1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE

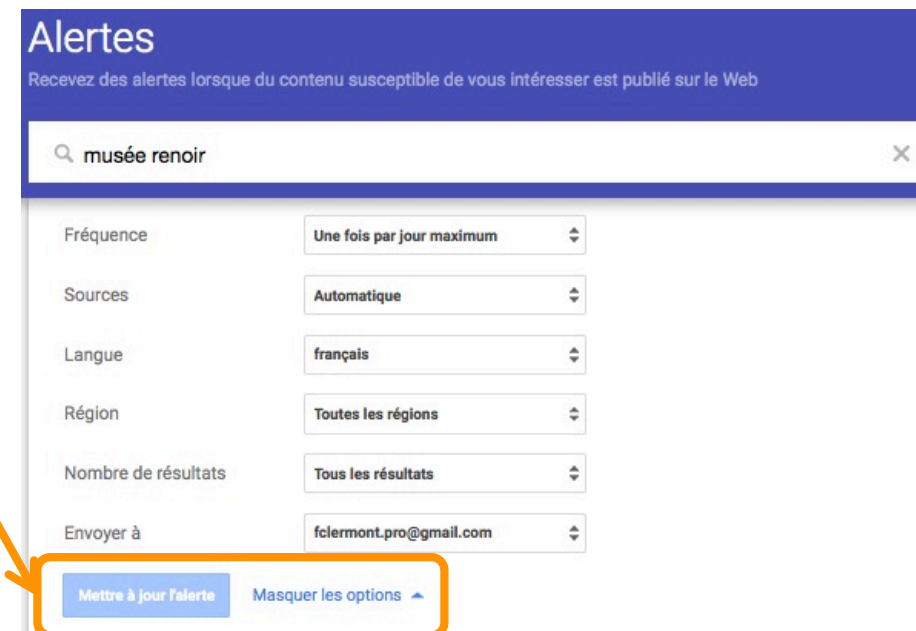
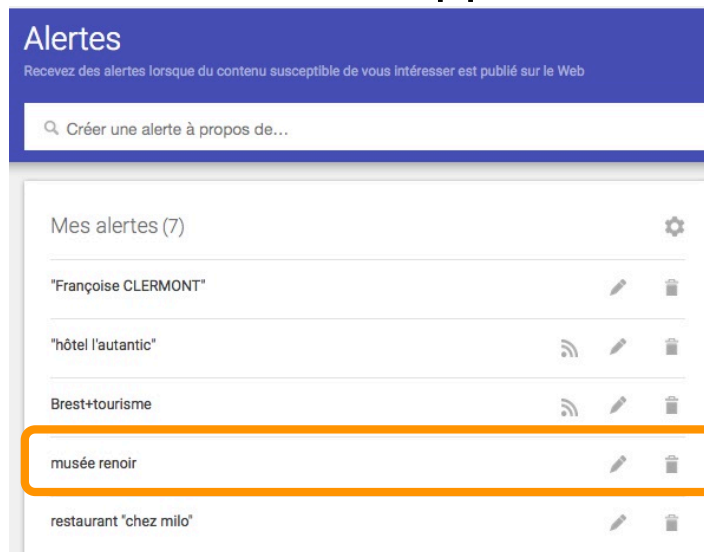
- Je prévisualise le type de résultat que je vais recevoir




- Les informations reçues ensuite par mail via l'alerte se présente de la même manière : il suffit de cliquer sur les liens pour avoir accès à la page d'information qui a été repérée par Google Alertes.

1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE

- **Je peux gérer mes alertes** : en créer autant d'alertes que je veux, les modifier ou en supprimer



1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE



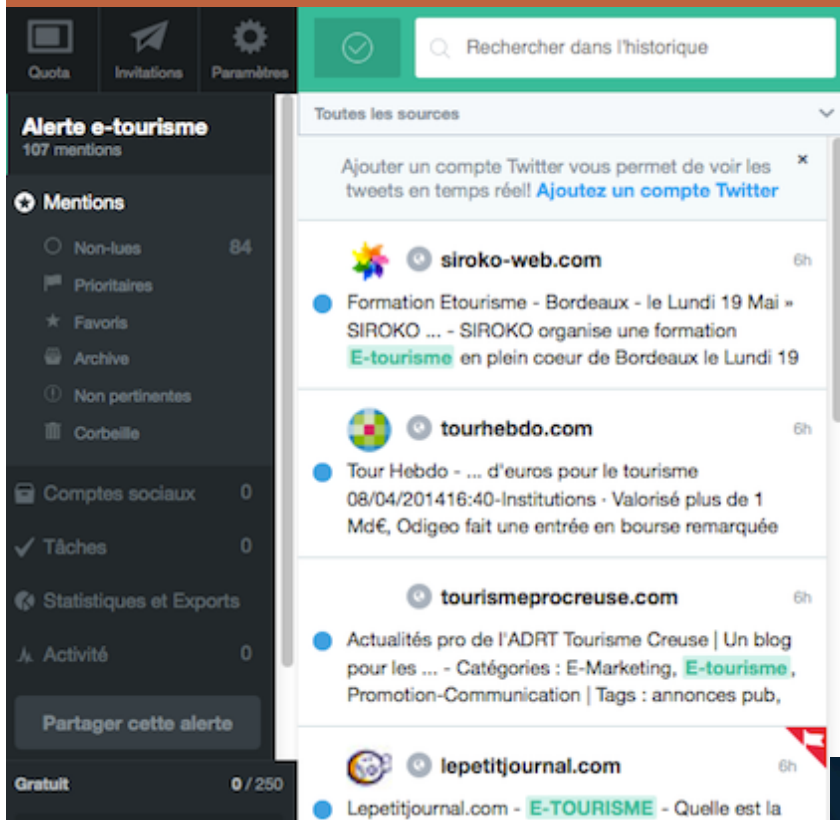
The screenshot shows the 'talkwalkeralerts' logo at the top left and a red 'CRÉER' button at the top right. Below the logo is the heading 'Créer une alerte'. The form contains several fields: 'RECHERCHE' (empty), 'RÉSULTATS' (dropdown menu showing 'Tout'), 'LANGUE' (dropdown menu showing 'Toutes les langues'), 'FRÉQUENCE' (dropdown menu showing 'Une fois par jour'), 'VOLUME' (dropdown menu showing 'Seulement les meilleurs résultats'), and 'VOTRE EMAIL' (text field containing 'fclermont.pro@gmail.com'). At the bottom right of the form is a red button labeled 'CRÉER l\'alerte' and a link labeled 'Aperçu' with a magnifying glass icon.

- **Talkwaker** est une alternative intéressante à Google Alertes.
- Il se présente de la même manière et permet d'être un peu plus précis dans sa veille/
- Dans sa version gratuite il n'intègre pas Twitter.

Capture d' écran sur

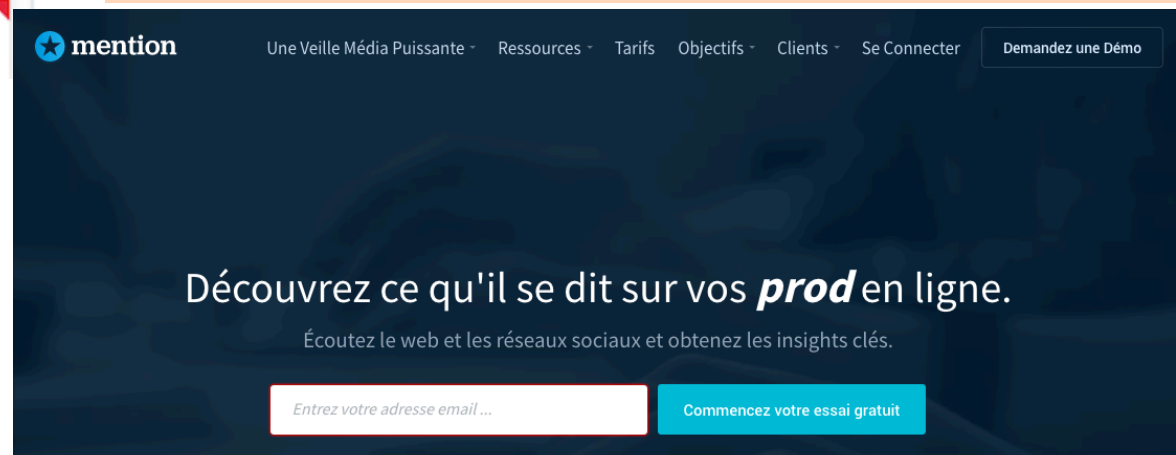
17

1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE

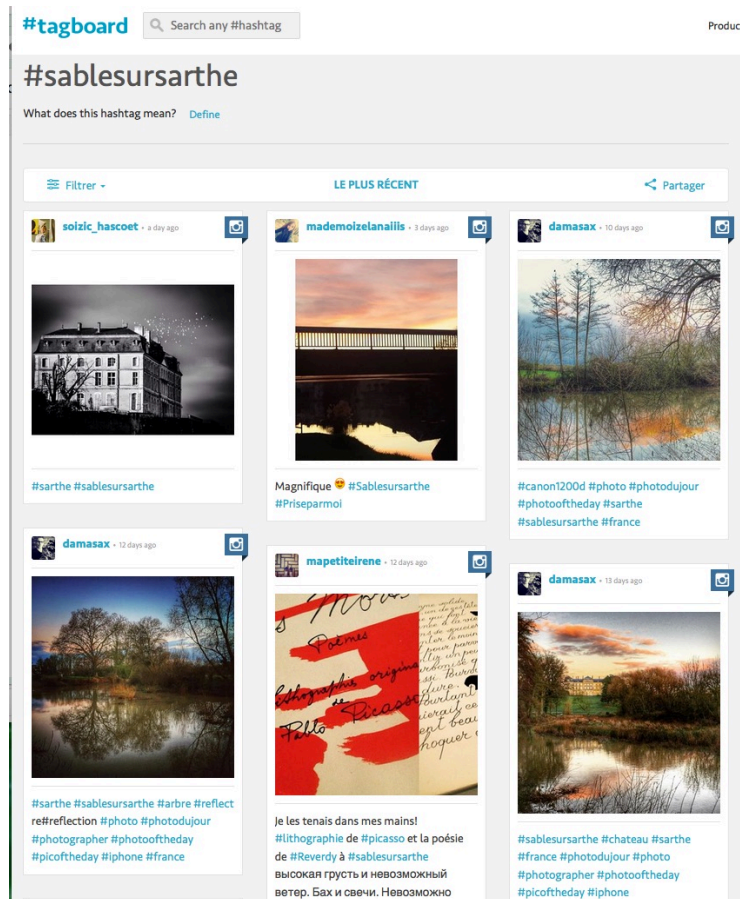


Capture d'écran sur
<https://web.mention.com>

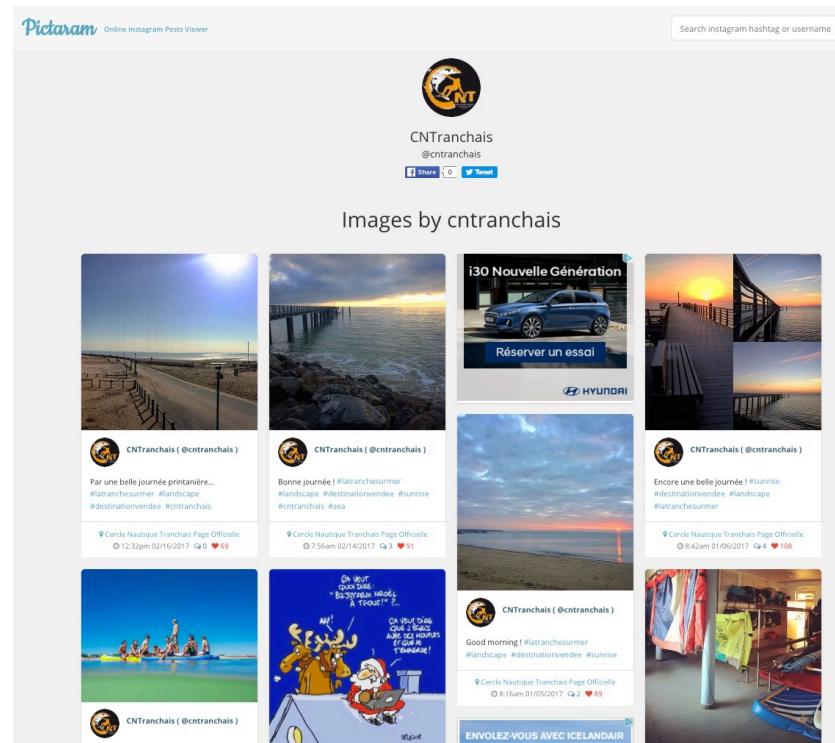
- **Mention** (+ de 100 000 utilisateurs dont 40% aux US et 30% en France) recherche l'expression souhaitée sur le web et les médias sociaux.
- Version gratuite : faire une version démo (page d'accueil) et essayer de faire durer (avec une limite : 1 alerte / 250 mentions par mois)
- Version payante avec gestion collaborative.



1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE



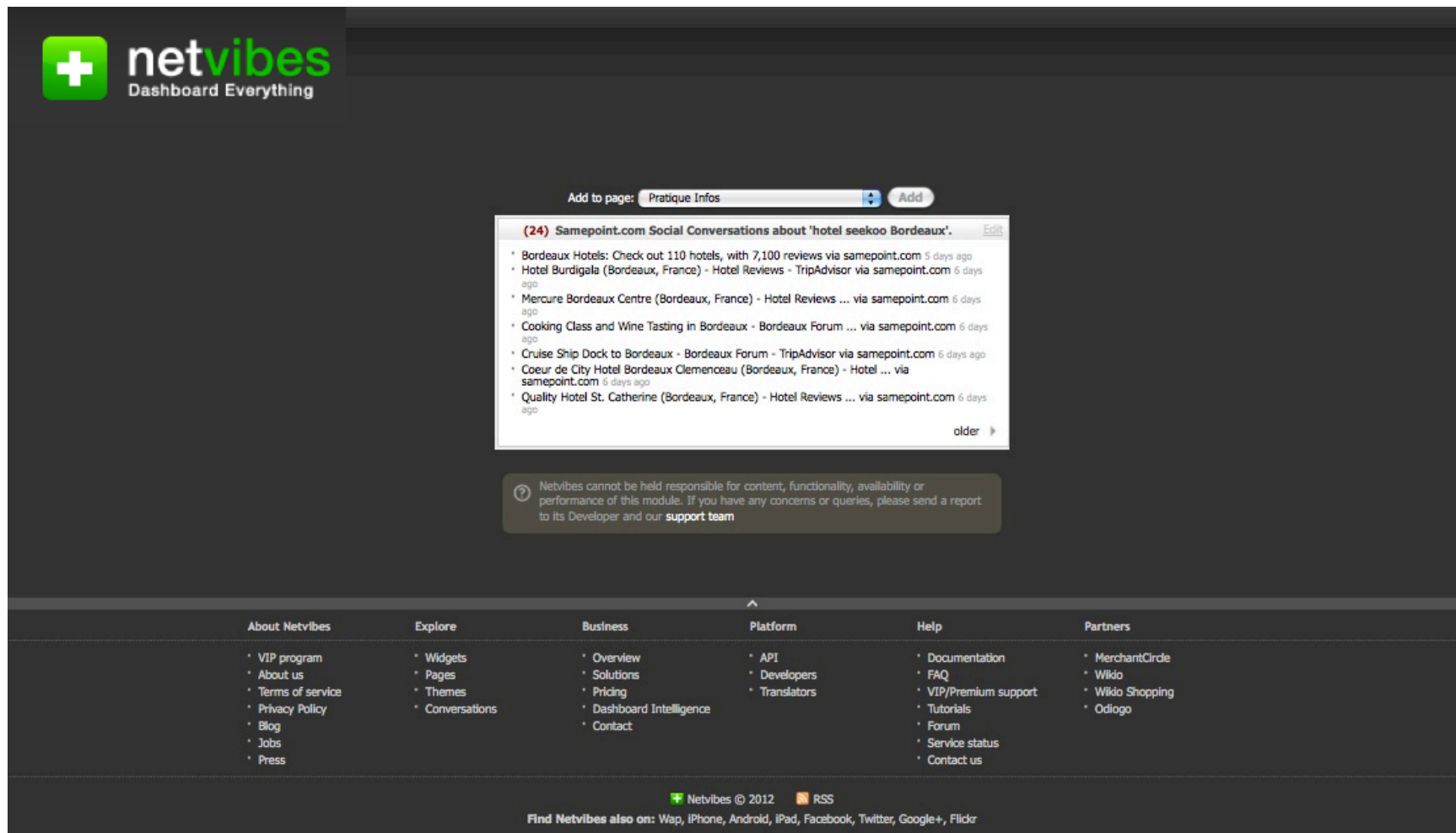
- Pour effectuer une veille sur un Hashtag, utiliser Tagboard (gratuit pour 1 # et 1 personne) : <https://tagboard.com> ou Pictaram : <http://www.pictaram.com/>



Capture d' écran le 27/01/16 sur
<https://tagboard.com/sablesursarthe/search>

1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE

- Mettre sur **une plateforme de flux** pour faciliter la lecture et classer ses flux et alertes : <http://www.netvibes.com/fr>



1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE



netvibes Dashboard Everything interface showing various widgets and feeds.

Pratique Infos

Général 299

- Google : sfr
- Google : vianavigo
- Google : google
- Google : gmail
- Google : www.comanaging.net
- News
- Jardins
- CRT

X+M Experiences Mémorables 2

- Arret sur images**
5/24/2017 • 7:23 PM
Je ne fais pas souvent d'auto promo, mais je pense qu'un petit retour en image sur ces derniers mois ne serait pas superflu, histoire de vous montrer
- Design doing**
5/22/2017 • 5:51 PM
Le design thinking cultive l'art du paradoxe : alors qu'il prône l'apprentissage par le « faire », l'expérimentation et le test, il met davantage l'accent sur les
- Expérience client année zéro**
3/13/2017 • 9:03 AM
Cette semaine, j'anime la keynote d'ouverture de l'AG de l'AFRC, voici dans les grandes lignes ce que je vais dire : ça va secouer. Si tout le monde parle

Obsweb

- David Thomson – «Raconter la petite histoire pour comprendre la grande»**
3/21/2017 • 12:04 PM
David Thomson, journaliste à RFI et collaborateur du site
- Dans 10 ans : l'investigation de proximité ?**
3/17/2017 • 5:21 PM
La presse de proximité tente elle aussi de trouver son chemin à travers la mutation numérique. D'un côté, les
- 2007-2017, le grand bouleversement (?)**
3/17/2017 • 4:42 PM
De 2007 à 2017, les médias ont profondément évolué.

Influenza 34

Marketing Territorial

easy-socialmedia.com 1

Proâme 2

FrenchWeb.fr 125

TNS Sofres - News Feed

The URL for this feed/stream is returning an error. We'll try again later.

TourMaG.com, 1er portail des professionnels du tour... 1

- Podcast #96 : ce que vous avez failli louper la semaine du 29 mai au Jun 2
- Podcast #95 : La Redoute, Alitalia et CroisiEurope - Voici le 95e num May 5
- Podcast #94 : ce que vous avez failli louper la semaine du 24 au 28 Apr 28
- Podcast #93 : attentat à Paris, les PNC Air France et Confédération d Apr 21
- Portugal : croisière au fil du Douro, sur le MS Torga de CroisiEurope Apr 17
- Podcast #92 : ce que vous avez failli louper la semaine du 10 au 14 Apr 14
- Podcast #90 : Mauritanie, FRAM, TUI et Thomas Cook - Voici le 90e Mar 31

L'Echo touristique : L'actualité du jour

HOTELMARKETING.COM 72

- Simplifying digital marketing for hotels - Too many hotel marketers g Jun 2
- GDPR: Travel is not prepared for new EU data laws - Recently a large Jun 2
- When you should use OTAs - and when you shouldn't - Booking direc Jun 2
- Hotel bookings beyond the browser - Las Vegas Venetian is apparent Jun 2
- TravelClick CIO: Changing user experience requires companies to go Jun 2
- The consumer behaviors shaping the next generation of mobile exp Jun 2
- Regardless of OTA monopoly argument, hotels should refine pricing s Jun 2

Journal du Net : l'actualité 45

Conseils et formations en marketing, e-marketing, stratégie...

- Un des premiers bot, conseillers de voyage virtuel français - Cet article May 17
- Congrès de l'International Federation for IT in Tourism & Travel (ENTER May 13

SWITCH 5

Krisiis

- Le Social listening : l'ère du client est proclamée sur les réseaux sociaux Mar 22
- Lyon, haut-lieu du eSport avec Orange : focus sur #LES10 et ce domain Mar 8
- Lyon, haut-lieu du eSport avec Orange : focus sur #LES10 et ce domain Mar 8

etourisme.info 7

- Quelle expérience au cœur du site de destination ? - Il y a deux semaine Jun 2
- Mais où va le monde ? - On parlait le mois dernier de Copenhague et de Jun 1
- Dans un incubateur près de chez-vous! Réflexions sur l'innovation et le May 31
- Facebook et la vidéo, une longue histoire d'amour ! - La vidéo est vraie May 29
- Culture Maorie et tourisme en Nouvelle-Zélande - Si on vous parle de cul May 24
- Résultats de l'Observatoire de l'e-Tourisme 2017 pour les institutionnels May 23
- Faut-il travailler avec les bloqueurs de voyage? - Ils semblent indispens May 22

Réseau de veille en tourisme 4

- 9 initiatives inspirantes en tourisme autochtone - Un secteur en pleine é May 31
- Quatre manières originales de louer ses chambres - Pour quelques heure May 30
- La réalité virtuelle se déploie dans le tourisme - Un outil d'engagement p May 29
- Développement durable : les entreprises touristiques s'engagent ! - Les May 23
- Réussir l'intégration des jeunes à besoins particuliers - La formation du p May 22
- Six pratiques inspirantes de la Finlande - En raison de leur territoire et le May 17
- Portrait des amateurs de glamping - Le glamping est certainement une May 16

To Do List

Paris, France

4 June Sunday 12°C

only show today

Monday 12/23°C

Tuesday 11/18°C

Wednesday 12/21°C

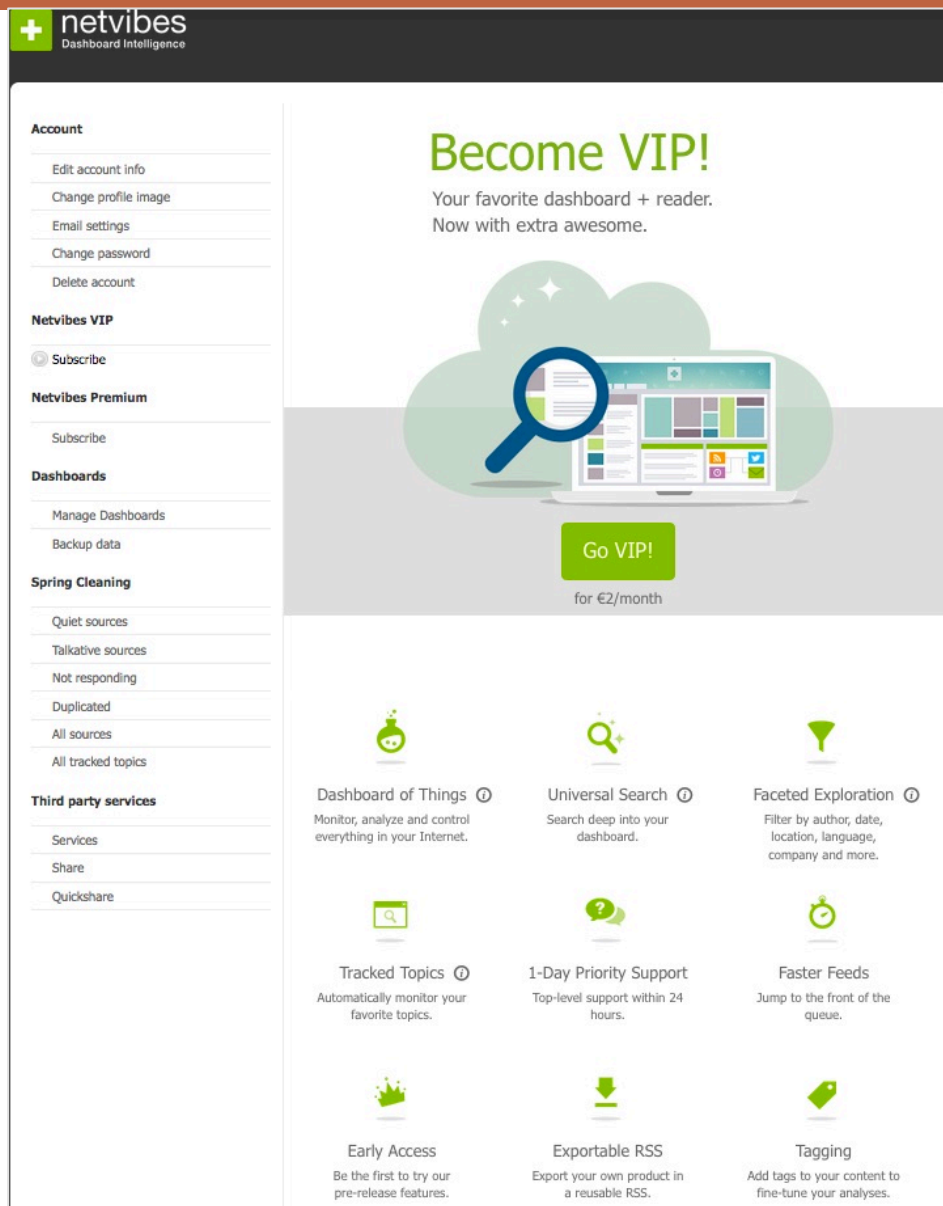
5 Day Weather Forecast Powered by: The Weather Channel ®

Netvibes Blog 1

- Nouveau : automatisez vos listes Twitter avec les Potions Netvibes - May 22
- Essayez gratuitement VIP pendant 14 jours - La Dashboard Intelligen May 9
- Netvibes est désormais entièrement intégré à la plate-forme 3DEXPEI May 3
- Nouveau pour les VIP : Ajoutez des tags avec le SmartTagging - Pour Apr 26
- Analyses Twitter : mesurez encore mieux l'impact de vos campagnes Apr 20
- Nouveau : envoyez des PushMails avec vos Potions - Si vous êtes un Apr 12
- Nouveaux ingrédients disponibles : Google Drive et Netatmo Thermo Apr 7

Capture d'écran le 04/06/17

1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE



- Faire de Netvibes, votre outil d'organisation de votre veille pour 2€/mois = Netvibes VIP : <http://www.netvibes.com/fr>

Capture d'écran le 04/06/17

22


1^{ÈRE} ACTION : IDENTIFIER SON E-RÉPUTATION = METTRE UNE VEILLE



Ajouter un flux

Flux Rechercher Mot-clé Listes

Sélectionner un profil:

 notuxedo

Entrez un mot ou une phrase (max. 3) que vous souhaitez suivre:

Ajouter

x référencement

Ajouter un flux

Enfin, Hootsuite : pour organiser une veille sur les réseaux sociaux et les blogs à partir de mots clés
<https://hootsuite.com/fr/>

Intéressant pour les réseaux sociaux : permet de gérer vos publications et de faire une veille

ATELIER INDIVIDUEL



1 – Aller sur les outils présentés (Google Alertes, Talkwaker, Mention, Netvibes...) et analyser ce que l'on dit de vous

2 – Au final, avec quels sites de veille prévoyez-vous de travailler (ou allez vous tester) ?

3 – Quelle organisation mettre en place ? (qui le fait, à quel moment, pour en faire quoi ?)

S'INSCRIRE SUR DES SITES D'AVIS
ET DES SITES REFERENTS

OPTIMISER MA PRÉSENCE SUR TRIPADVISOR,
ZOOVER, GOOGLE MY BUSINESS & FACEBOOK

UTILISER LES SITES & RESEAUX PERTINENTS

1. Identifier les sites d'avis prioritaires



Tripadvisor

390 millions de visiteurs par mois

<http://tinyurl.com/lgkhpot>

- Hôtels & résidences hôtelières
- Chambres d'hôtes
- Appartements / locations (*partenariat Holiday Lettings*)
- Restaurants
- Sites de visite
- Offices de tourisme



Google My Business

<https://www.google.com/business/>



Yelp

<http://www.yelp.fr/>

Facebook



Zoover / Holiday Check

35 million de visites par mois (cumul)

<http://tinyurl.com/mnrc93o>

- Campings
- Hôtels & clubs
 - B & B
- Appartements / locations
- Sites de visite
- Offices de tourisme

Et bien sûr, ne pas oublier

Les plateformes commerciales (ex. Booking, Hotels.com, HRS etc.)

Les sites et guides thématiques (ex. Familiscope...)

UTILISER LES SITES & RESEAUX PERTINENTS

1. Identifier les sites d'avis prioritaires selon son activité

HÔTEL

Google My Business

tripadvisor®

yelp.✱

trivago

Plateformes commerciales
Ex. Booking

HolidayCheck.fr
★★★★★

routard.com

dismoioù

CHAMBRE D'HÔTE

tripadvisor®

yelp.✱

Plateformes commerciales
& mise en relation

routard.com

CAMPING

zoover

tripadvisor®

Google My Business

Plateformes commerciales

yelp.✱
Annuaire spécialisés

routard.com

LOCATION GÎTE

Annuaire &
Sites mise en relation

tripadvisor®

Google My Business

velo.✱
petit futé

routard.com

ATTRACTIONS SITES DE VISITE

Google My Business

tripadvisor®

yelp.✱

Sites thématiques,
guides & communautés

petit futé

routard.com

RESTAURANT

Google My Business

tripadvisor®

petit futé

yelp.✱

lafourchette

N°1 des sites d'actualités en France
lintern@ute.com

dismoioù

OFFICE DE TOURISME

tripadvisor®

Google adresses

zoover
avis de voyageurs

yelp.✱

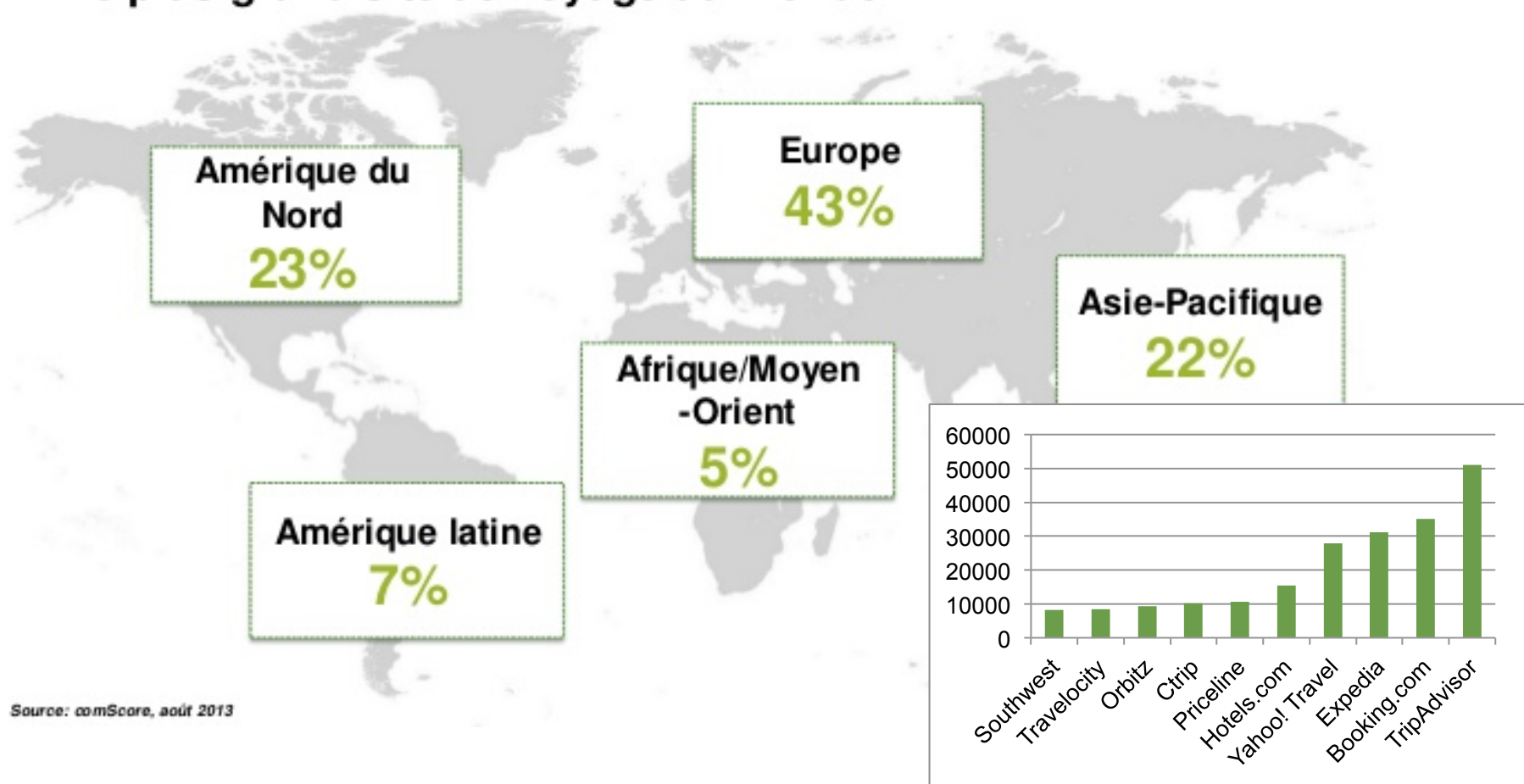
routard.com

dismoioù

+ Facebook

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

- Tripadvisor, leader incontesté = être présent à l'international (390 millions de visiteurs mensuels, + 500 millions d'avis, présence dans 49 pays dans le monde)
Le plus grand site de voyage au monde



Source: comScore, août 2013

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

- **S'inscrire ou revendiquer sa fiche sur Tripadvisor** : regarder si vous êtes déjà présent en faisant une recherche par nom (nom de votre établissement) et/ou par destination, puis par nom : <https://www.tripadvisor.fr/Owners> . Si vous êtes présent, cliquer sur le lien « Gérer votre page »

Auberge des 4 Chemins est votre établissement ?

[Gérez votre Page](#)

Hotel Le Central est votre établissement ?

[Gérez votre Page](#)





ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

- Vous pouvez vous inscrire même si vous n'avez pas encore d'avis. Pour s'inscrire sur Tripadvisor : <http://www.tripadvisor.fr/GetListedNew>
Choisir sa catégorie Hébergement / Activités / Restaurants / Locations

Répertoriez votre établissement sur TripAdvisor
Tirez-vous pleinement profit du référencement gratuit proposé par TripAdvisor ?

- **Mettez votre établissement à portée de millions de voyageurs**
Ils sont plus de 260 millions chaque mois à utiliser TripAdvisor pour faire leurs recherches de voyage. Vous pouvez présenter vos produits et services de voyage (hôtel, chambres d'hôtes, attraction, forfait excursions, restaurant, etc.) à des millions de clients qualifiés du secteur du voyage.
- **Soyez visible sur les meilleurs sites de voyage en ligne**
En référencant vos produits et services sur TripAdvisor, vous apparaîtrez non seulement sur www.tripadvisor.fr, mais également sur d'autres sites de référence dans le monde du voyage.
- **Communiquez votre message au moment opportun**
Grâce à sa technologie de recherche sophistiquée, TripAdvisor peut vous aider à entrer en contact avec les consommateurs au moment même où ils sont à la recherche de votre destination. En tant que propriétaire d'un hôtel à Lyon, par exemple, vous auriez beaucoup à gagner en faisant répertorier votre établissement dans TripAdvisor. Les clients qui recherchent à Lyon pourraient avoir accès aux informations de votre établissement, y compris une description de l'établissement et une photo, afin de se préparer à réserver une chambre !

Sélectionnez votre type d'établissement
Si vous êtes le représentant officiel de votre hôtel, de votre service ou de votre entreprise, vous pouvez créer gratuitement votre page TripAdvisor dès à présent. Consultez nos politiques en matière de référencement ci-dessous pour en savoir plus

 **Hôtels**
 **Restaurants**
 **Attractions**
 **Locations de vacances**

- **Les chambres d'hôtes** sont considérés comme des hôtels. La distinction se fait dans le cadre du remplissage de la fiche.
- **Les gîtes de groupes, gîte d'étapes ou les campings et villages de vacances** peuvent s'inscrire comme « hébergement spécialisé »
- **Les offices de tourisme** peuvent être inscrits comme ressources dans les attractions & activités.

Capture d'écran le 5/02/17 sur <http://www.tripadvisor.fr/GetListedNew>

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

Contenu des pages Établissement sur TripAdvisor

Élément	Description
Placement de votre page	Répertoriée dans la région correspondant à l'adresse de l'établissement.
Avis des voyageurs	Les utilisateurs de TripAdvisor peuvent écrire des avis sur les établissements répertoriés, mais nous ne garantissons pas qu'ils le feront.
Photo	Vous pouvez joindre une photo de votre hébergement (formats acceptés : .jpg, .gif, ou .png uniquement) à votre Page Établissement quand vous remplissez le formulaire. La taille maximale des photos est de 5 Mo.
Description	Vous pouvez ajouter une description de votre établissement sur votre page. Restrictions : 500 caractères maximum, pas de balise HTML, numéro de téléphone, adresse e-mail ou URL, et pas de description rédigée entièrement EN MAJUSCULES.
Coordonnées et informations sur l'établissement incluses	<p>Hébergements : Nom de l'établissement, adresse, prix minimum, prix maximum, durée minimum de séjour, nombre de chambres, type d'hébergement (hôtel, chambres d'hôtes, etc.) et services. Vous pouvez ajouter davantage de coordonnées (numéro de téléphone, e-mail, site internet) en vous abonnant à l'Espace Contacts. Pour en savoir plus, rendez-vous sur TripAdvisor for Business.</p> <p>Activités : Indiquez votre adresse, votre numéro de téléphone, votre e-mail et votre site internet.</p> <p>Restaurants : Indiquez votre adresse, votre numéro de téléphone, votre e-mail et votre site internet. Ajoutez le type de cuisine, la situation du quartier, le prix moyen du repas, les heures d'ouverture ainsi que des caractéristiques spéciales sur votre page.</p>

TripAdvisor se réserve le droit de modifier ces politiques et de refuser de publier ou de supprimer des pages établissement à tout moment.

- Il est important de bien préparer toutes les données descriptives et de lire attentivement les recommandations et consignes de Tripadvisor

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOREAUX PERTINENTS

- Remplir soigneusement sa fiche : attention, elle ne peut être remise à jour qu'une fois par an.

Répertorier un hôtel sur TripAdvisor

Remplissez les champs ci-dessous pour référencer votre Établissement sur TripAdvisor.

Tous les champs signalés par un astérisque (*) sont obligatoires.

Vos données

Votre nom: *

Votre fonction: --Choisissez--

Votre e-mail: *

URL:

Informations sur votre établissement

Entrez les informations telles que vous souhaitez qu'elles soient présentées aux visiteurs de TripAdvisor et de ses partenaires.

Nom officiel de l'hébergement: *

Rue: *

Adresse suite:

Ville: *

Région ou canton: *

Code postal: *

Pays: *

Téléphone: avec l'indicatif régional (ex : 00 00 00 00 00)

Fax: avec l'indicatif régional (ex : 00 00 00 00 00)

Adresse e-mail:

Nombre total de chambres et de suites: *

Nombre total de chambres et de suites:

Fourchette de prix (par nuit): au en monnaie

ou

Prix moyen des chambres (par nuit):

Merci d'indiquer le prix moyen d'une chambre double.

Merci de nous communiquer les informations suivantes concernant votre hébergement. Assurez-vous de remplir tous les champs, merci.

Durée minimum de séjour (hors vacances): ☐ Moins de trois jours ☐ Plus de trois jours

Gardiennage du site: ☐ Oui ☐ Non

Personnel présent sur place: ☐ Oui ☐ Non

Ménage (des chambres): ☐ inclu dans le prix ☐ avec supplément

Réception: ☐ 24/24h ☐ selon horaires ☐ pas de réception

Salle de bain: ☐ dans toutes les chambres ☐ dans certaines chambres seulement ☐ commune

Espace business: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Petit-déjeuner inclus: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Salle de gym: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Connection haut-débit gratuite: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Parking gratuit: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Restaurant: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Service de chambre: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Accès handicapés: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Piscine: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Animaux autorisés: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Suites: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Chambres connectées: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Kitchenette: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Terrain de golf: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Court de tennis: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Bar/Lounge: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Service de navettes: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Plage: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Sorties pour enfants: ☐ Oui ☐ Non ☒ Je ne sais pas

Nettoyage de l'établissement: ☐ quotidien ☐ une fois par semaine ☐ deux fois par semaine ☐ aucun

Autres informations (facultatif):

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

- Votre espace Propriétaires = exploiter toutes les fonctionnalités

Fonctionnalités principales de l'Espace Propriétaire

Voici une petite liste de tout ce que vous pouvez trouver dans votre **Espace Propriétaire TripAdvisor**. Utilisez le menu en haut pour trouver facilement ce que vous recherchez.

- **Profil** : ajoutez des photos, modifiez les informations sur votre établissement ou vos préférences d'e-mail, gérez les autorisations d'accès à l'Espace Propriétaire de votre établissement, etc.
- **Avis** : répondez aux avis, signalez des avis, obtenez plus de nouveaux avis avec Avis Express dans cet onglet.
- **Produits** : les hébergements abonnés trouveront dans cet onglet des liens pour gérer leur Espace Contacts et les réservations instantanées.
- **Rapports** : accédez aux tableaux de bord TripAdvisor et aux analyses pour votre établissement dans cet onglet.
- **Outils gratuits** : attirez l'attention des voyageurs avec l'application TripAdvisor pour Facebook, les widgets ou les autocollants disponibles dans ce menu.
- **Ressources** : obtenez des réponses à toutes vos questions. Consultez **TripAdvisor Insights**, votre ressource incontournable pour le marketing hôtelier. C'est aussi dans cet onglet que vous retrouverez le forum et le Centre d'aide aux propriétaires.

Voir : <https://www.tripadvisor.fr/TripAdvisorInsights/n2552/espace-propretaire-tripadvisor-guide-de-demarrage-rapide>

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

- Mettre plusieurs photos et des vidéos : les voyageurs sont plus impliqués avec + de 20 photos ; mettre aussi plusieurs vidéos avec des tags (6 mots clefs).

Choix de la photo

- La photo doit être au format **.gif** ou **.jpg**.
- Une photo orientée verticalement (hauteur supérieure à la largeur) donne un meilleur effet.
- Nous redimensionnons toutes les photos afin qu'elles ne dépassent pas 150 pixels de large et 200 pixels de haut.
- Nous vous demandons de ne pas nous envoyer de fichier dont la taille est supérieure à 100 Ko.
- Nous n'acceptons pas les logos, uniquement les photos d'établissement.

Cliquez sur le bouton **Parcourir** et recherchez sur votre ordinateur la photo que vous souhaitez utiliser. :

Photo :

Rédigez votre description

Entrez la description de votre établissement (en anglais uniquement; 75 mots maximum; ni code HTML, ni numéro de téléphone, ni adresse Internet, ni adresse e-mail; pas de texte écrit TOUT EN MAJUSCULES) ::

Nous vous informons que nous ne publions que des descriptions en anglais pour le moment.

Envoyer cette fiche

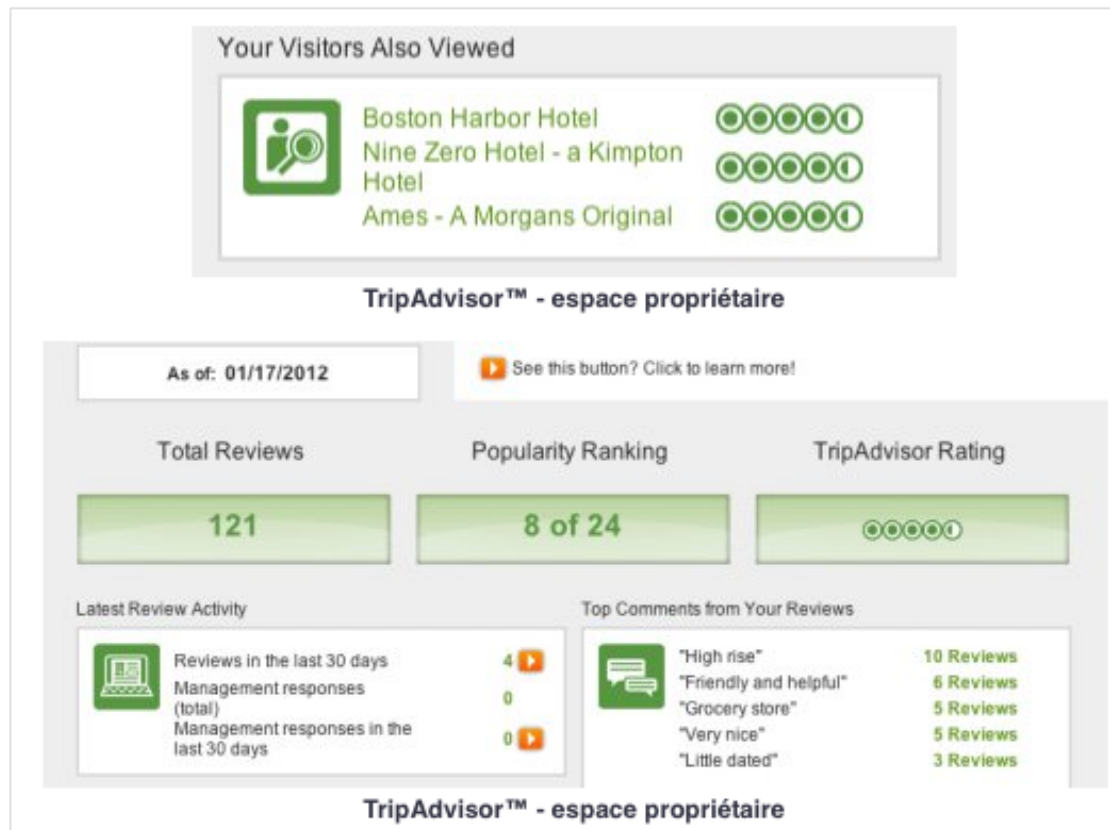
- ☐ * Cochez cette case pour certifier que vous êtes un représentant officiel de l'établissement pour lequel vous demandez la publication d'une fiche et que les renseignements fournis sont exacts. En envoyant une photo, vous affirmez également que vous jouissez des droits d'utilisation de cette photo sur Internet et vous vous engagez à tenir TripAdvisor à couvert contre tout problème lié aux droits d'auteur qui pourrait survenir suite à l'utilisation que vous avez faite de l'image.

Prenez le temps de relire le formulaire avant de l'envoyer et ne cliquez pas plus d'une fois sur le bouton Envoyer.

TripAdvisor se réserve le droit de modifier son règlement sans préavis et de refuser ou supprimer une demande de publication de fiche pour quelle que raison que ce soit.

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

- A partir de votre page « propriétaires » vous pouvez suivre les notations qui vous sont données : voir Rapports (Tableaux de bord)



- Certains indicateurs sont gratuits : nb avis, classement de popularité, note, résumé des opinions, nb de photos de voyageurs, concurrents les plus vus, localisation géographique des voyageurs

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

- D'autres indicateurs sont proposés : graphiques dynamiques, mesures performances comparées à celles d'autres établissements, top des offres spéciales par clics.

Deauville Tourisme
Hôtel Deauville
Hotel Du Golf Barriere
• Pour les propriétaires

Vol Deauville
Promo Deauville
Forum de voyage

Plus d'infos sur Deauville
Restaurants
Activités
Photos
Carte

Promos Deauville
Hôtels à prix réduits
Hôtel & Vol
Toutes les offres

Explorez le monde. Vous trouverez sur TripAdvisor des avis de voyageurs et des infos sur plus de 400 000 destinations, dont :

Destinations
hôtels à Mestre, Italie
hôtels à Colorado Springs, Colorado
Djerba
Bohème

Offres spéciales
offres à Miami, Floride
offres à Anchorage, Alaska
offres à Khao Lak, Thaïlande

Explorez d'autres ressources à Deauville
Restaurants Deauville
Activités Deauville
Cartes Deauville

e - Page Propriétaires
Mettez la puissance de la communauté TripAdvisor à votre service

Démarrer | Faites votre promotion | Suivez vos performances | Obtenez plus d'avis | Gérez votre fiche

MarketMetrix et TripAdvisor vous souhaitent la bienvenue sur votre page de statistiques. Ces données sur votre établissement qui sont mises à jour en permanence s'appuient sur les avis de voyageurs pour vous donner le degré de satisfaction de vos clients. Suivez ces chiffres régulièrement, décidez quels avis méritent une réponse et surveillez votre positionnement par rapport à la concurrence.

ReviewMetrix™
CSI: Customer Satisfaction Index (CSI) est un nouveau système de notation qui évalue chaque avis sur une échelle de 0 à 100, sur la base de 7 indices TripAdvisor. [plus...](#)

[Imprimer cette page](#)

Analyze: Comparaison du Score CSI à un Concurrent de votre Ville
Score <#> <#> <#> Compte des Avis

Voir les résultats par: Année

Montrer: CSI Différence	2007	2008	2009	2010	Moyenne
Hotel Du Golf Barriere	87.4 15	85.6 26	91.0 18	75.3 7	86.4 66
La Closerie	86.6 4	86.0 19	75.0 35	86.3 5	78.9 63
Tous les hôtels dans Deauville	85.9 91	84.2 107	81.2 253	80.4 35	82.9 508

Hotel Du Golf Barriere
La Closerie
Tous les hôtels dans Deauville

Comparez à de multiples hôtels

	Date de l'avis Affaires / Loisirs	Global	Valeur	Service	Propreté	Chambres	Endroit	CSI
Un très bon rapport quali...	18/03/2010	--						99
Tres bien	08/03/2010	--						100
Nice traditional golf res...	01/03/2010	--						92
Enorme déception	14/02/2010	--						31
hotel pas digne d'un 4 et...	14/02/2010	--						46
Fading good old tradition...	26/01/2010	--						86
Un bel hotel mais qui vit...	10/01/2010	--						74
Really wonderful	07/12/2009	--						100

[Comprenez et gérez vos avis](#)
[Répondre à un avis.](#)

Surveillance: Distribution des Scores CSI et Compte des Avis Récents
Score CSI <#> <#> <#> Compte des Avis Cliquez sur les scores pour voir les avis

Voir les résultats par: Année

2007	2008	2009	2010
99,3 5	99,1 12	99,4 8	97,0 3
87,4 7	89,3 8	87,7 8	86,2 1
78,4 2		82,8 1	
	69,4 1		74,1 1
	60,6 1		
	58,4 2	58,8 1	
46,9 1	47,2 1		45,6 1
	28,8 1		30,6 1

[Recommanderait](#) [Ne Recommanderait pas](#)

Capture d'écran le 5/03/2012 sur <http://www.tripadvisor.fr/> ,

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR



Capture d' écran le 5/03/2012 & 5/03/15 sur
<http://www.tripadvisor.fr/BusinessListings - dashboardPromo>

- **Hébergements** : Dans votre espace propriétaire vous pouvez **souscrire à l'espace contact payant** pour mettre votre site web, téléphone, et liens (pour tous les hébergements)
- Vous pouvez **être alertés automatiquement par mail de chaque nouvel avis** sur votre établissement : cliquez sur « soyez informé des nouveaux avis » pour vous inscrire
- Vous pouvez **faire une réponse de la Direction**.
- Vous pouvez **mettre une offre spéciale** sur votre fiche

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

- Booster ses ventes avec les offres spéciales de Tripadvisor

Filtrer par : €-€€€€ Prix ☆☆☆☆ Catégorie ♦ Style 🏠 Chaîne d'hôtel 📍 Quartiers 📺 Services

Offres spéciales - Maine et Loire [Afficher tout](#)

La Grande Maison d'Arthenay Les 2 chambres d'hôtes de Les Verchers-sur-Layon [Enregistrer](#)

Rue de la Cerisaie | Arthenay Saumur Vineyards, 49700 Les Verchers-sur-Layon, Doué-la-Fontaine, France
 ☎ 02 41 40 35 06 🌐 Site internet de l'hôtel ✉ Contactez l'hôtel ✓ Services
 🏷 Offres Spéciales et Annonces Petit-déjeuner offert avec votre séjour

[Vue d'ensemble](#) | [Avis \(83\)](#) | [Photos \(89\)](#) | [Position](#) | [Équipements](#) | [Questions et réponses \(1\)](#)

N° 1 sur 2 chambres d'hôtes à Les Verchers-sur-Layon
 ⬢⬢⬢⬢⬢ 83 Avis
 🏆 Certificat d'Excellence 2014

Impossible de trouver les photos de cet hébergement
 Nos partenaires en ligne ne donnent pas le hébergement, mais nous pouvons rechercher des possibilités à Les Verchers-sur-Layon

04/07/2015 11/07/2015 [Voir les prix](#)

[Photos de la direction](#)
 48 photos de voyageurs

Petit-déjeuner offert avec votre séjour

Delicious breakfasts included in your room rate at this beautiful vineyard B&B near Saumur in the Loire Valley France

Quand en profiter
 Validité : 19 janv. 2015 - 31 mars 2015
 Offre valable tous les jours de la semaine.


Comment en profiter
[Imprimer](#)

[Traduire](#) fourni par Google™

La Grande Maison d'Arthenay
 ⬢⬢⬢⬢⬢ 83 avis
 Rue de la Cerisaie, Les Verchers-sur-Layon,
 Doué-la-Fontaine, Maine et Loire , Pays de la Loire
 02 41 40 35 06 | Site internet de l'hôtel |
 Contactez l'hôtel

- Mettre également des offres promotionnelles : une occasion de spécifier que la promotion n'est valable qu'en réservant sur le site de l'établissement.

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR



tripadvisor® for business

FLASH INFO

RÉPONDRE A DES AVIS

C'est encore plus facile

Nous avons apporté quelques modifications à la section Gérez vos avis de l'Espace Propriétaire afin de faciliter le processus de réponse aux avis publiés à propos de votre établissement.

Vous trouverez également une liste mise à jour répertoriant **tous les avis TripAdvisor sur votre établissement**. Ils peuvent désormais être triés par date, titre, note et statut de réponse. Il est également possible de filtrer la liste par langue.

Vos réponses aux avis positifs et négatifs montrent à vos clients existants et à vos clients potentiels l'intérêt que vous portez à leurs remarques et la considération que vous accordez au service client.

Écrivez une Réponse de la direction

TripAdvisor propose aux responsables des hôtels, restaurants et autres de répondre aux avis concernant leurs réponses en fonction de la note de la réponse de la direction, elle sera publiée par TripAdvisor sous le titre "Réponse de la direction" et sera envoyée à l'auteur de l'avis.

Quelques conseils pour écrire votre réponse :

- Soyez professionnel et courtois
- Évitez d'apparaître des informations pouvant compromettre les voyageurs
- Répondez aux avis des clients potentiels vous le méritez
- Rédigez votre réponse dans la même langue que l'avis
- Ne donnez ni le nom de votre client ni aucune information permettant de l'identifier
- Répondez aux avis de la direction, le message est public
- Ne faites pas de publicité et n'incluez pas d'URL commerciales

Répondez votre avis ou consultez nos conseils au titre de la page pour savoir comment répondre.

Pour modifier ou supprimer les Réponses de la direction, cliquez ici.

Sélectionnez l'avis auquel vous souhaitez répondre ci-dessous

La liste actuelle des avis TripAdvisor sur votre établissement est disponible ci-dessous. Vous pouvez effectuer l'opération de tri en cliquant sur les boutons de tri situés à gauche de la liste. Utilisez le menu déroulant pour trier les avis par langue et cliquez sur un titre pour voir l'avis complet et les Réponses. Vous pouvez répondre à un seul avis à la fois.

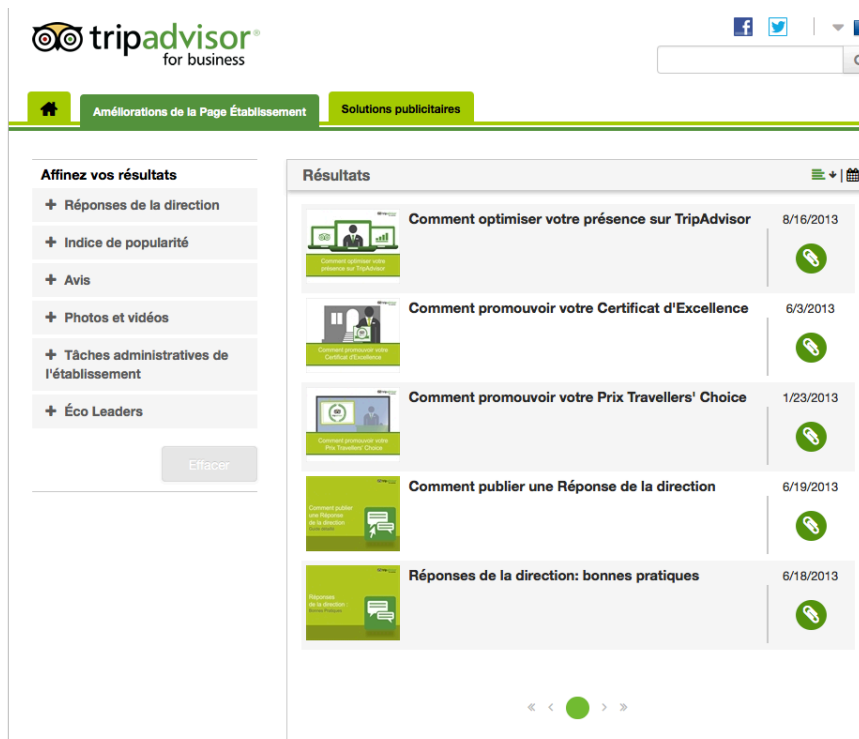
(Total affiché : 1)

Choisir	Date de publication	Titre de l'avis	Note
<input type="checkbox"/>	2 juil 2008	La meilleure adresse pour les...	5.0
<input type="checkbox"/>	9 juil 2008	La ferme Bedouine sans aucune "Toute..."	5.0
<input type="checkbox"/>	20 août 2012	Mieux que Bedouine	5.0
<input type="checkbox"/>	20 août 2012	Bedouine l'année dernière	5.0
<input type="checkbox"/>	20 août 2012	You can't BEAT Bedouine l'année...	5.0
<input type="checkbox"/>	20 août 2012	Il n'y a rien à comparer avec...	5.0
<input type="checkbox"/>	20 août 2012	Même place, même service, même...	5.0
<input type="checkbox"/>	21 août 2012	Best View 3D (uncommentaire!)	5.0
<input type="checkbox"/>	21 août 2012	A Day in the Life of Bedouine	5.0
<input type="checkbox"/>	20 juil 2012	Bedouine est une adresse absolument...	5.0
<input type="checkbox"/>	13 juil 2012	Excellent	5.0
<input type="checkbox"/>	9 juil 2012	Il n'y a rien à...	5.0

Remarque : la dernière Réponse sera mise à jour une fois que votre réponse sera publiée sur TripAdvisor.

En plus de conseils pratiques pour rédiger une Réponse de la direction efficace, vous pouvez désormais consulter des **fiches d'aide**, **des guides pratiques** et **des vidéos**.

- **Tripadvisor** enrichit en permanence les fonctionnalités proposées aux propriétaires d'établissement et apporte des conseils pour répondre aux avis (fiches pratiques et vidéos) : voir les nouveaux outils TripAdvisor for Business



tripadvisor® for business

Améliorations de la Page Établissement **Solutions publicitaires**

Affinez vos résultats

- + Réponses de la direction
- + Indice de popularité
- + Avis
- + Photos et vidéos
- + Tâches administratives de l'établissement
- + Éco Leaders

Résultats

Comment optimiser votre présence sur TripAdvisor 8/16/2013

Comment promouvoir votre Certificat d'Excellence 6/3/2013

Comment promouvoir votre Prix Travellers' Choice 1/23/2013

Comment publier une Réponse de la direction 6/19/2013

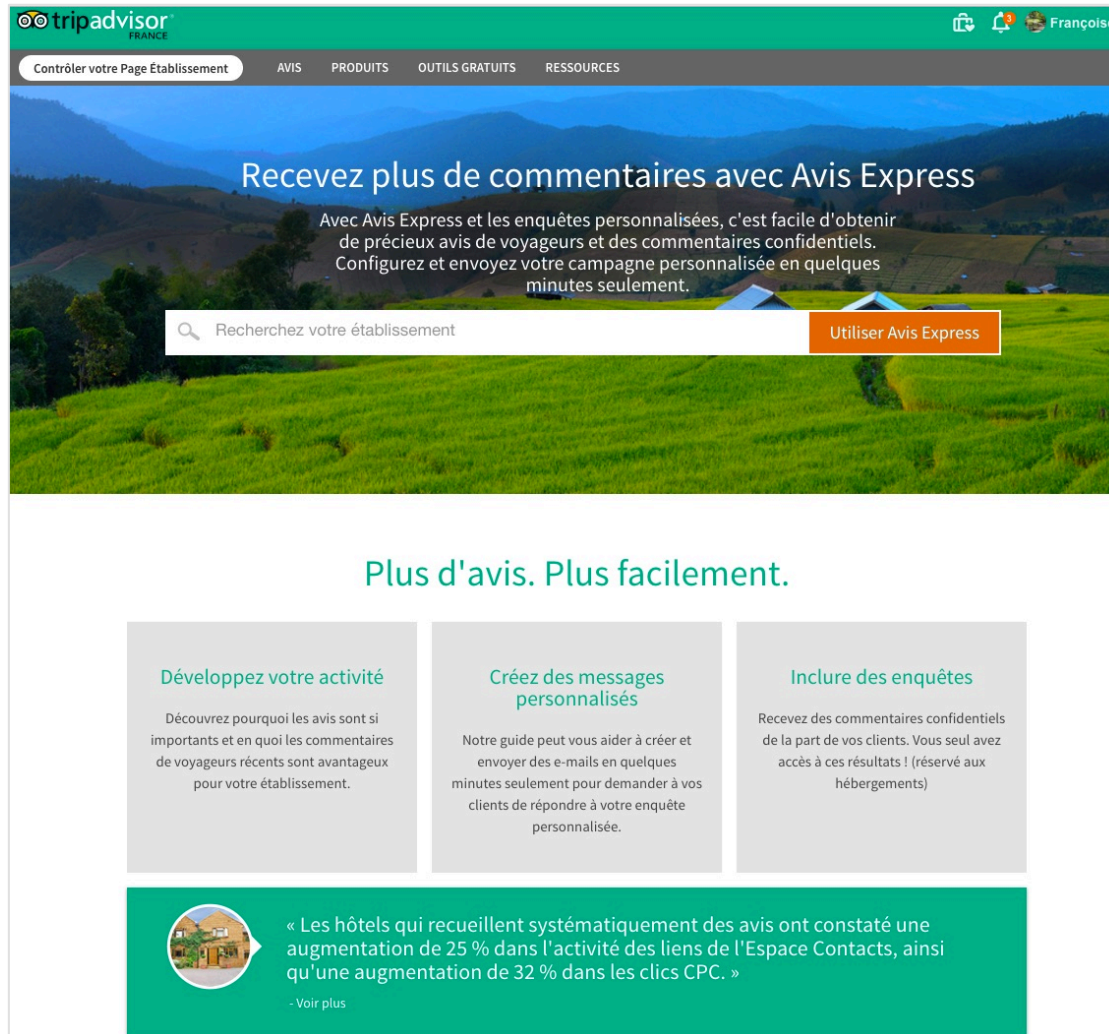
Réponses de la direction: bonnes pratiques 6/18/2013

Capture d'écran le 5/03/15 sur

<http://www.brainshark.com/public/tripadvisor/ppe.html?lang=fr>

Source : 12/09/12 e-mail tripadvisor présenté sur le blog <http://www.artisan-referenceur.fr>

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR



Recevez plus de commentaires avec Avis Express

Avec Avis Express et les enquêtes personnalisées, c'est facile d'obtenir de précieux avis de voyageurs et des commentaires confidentiels. Configurez et envoyez votre campagne personnalisée en quelques minutes seulement.

Recherchez votre établissement

Utiliser Avis Express

Plus d'avis. Plus facilement.

Développez votre activité

Découvrez pourquoi les avis sont si importants et en quoi les commentaires de voyageurs récents sont avantageux pour votre établissement.

Créez des messages personnalisés

Notre guide peut vous aider à créer et envoyer des e-mails en quelques minutes seulement pour demander à vos clients de répondre à votre enquête personnalisée.

Inclure des enquêtes

Recevez des commentaires confidentiels de la part de vos clients. Vous seul avez accès à ces résultats ! (réservé aux hébergements)

« Les hôtels qui recueillent systématiquement des avis ont constaté une augmentation de 25 % dans l'activité des liens de l'Espace Contacts, ainsi qu'une augmentation de 32 % dans les clics CPC. »

- Voir plus

- Booster la collecte de ses avis avec Avis Express
- Précaution à prendre : demander l'accord des clients



Avis Express

Accueil Tableau de bord Ecrire un e-mail Créer une enquête (BET) Envoyer l'e-mail Paramètres

Performances de campagne au 15 avril 2016

Nombre total de campagnes	Nombre total d'e-mails envoyés	Nombre total d'e-mails ouverts	Nombre total de clics
9719	2566	3692	372

Avis obtenus avec Avis Express	Total des réponses à l'enquête	Fournisseurs Avis Express automatiques activés	Inclure plus de clients à écrire un avis
13	7	6	Lancer nous

Campagnes e-mail récentes

Date	Identifiant de campagne (unique)	Enquête	Envoyés	Clics	Ouverts	Réponses	Succès
16/04/2016	3813408 (pt)	✓	—	—	—	—	—
16/04/2016	3813542 (en_US)	✓	—	—	—	—	—
16/04/2016	3812804 (en_US)	✓	—	—	—	—	—
16/04/2016	3812504 (en_US)	✓	—	—	—	—	—
15/04/2016	3813278 (en_US)	—	—	—	—	—	—
15/04/2016	3809772 (en_US)	—	3	0	9	0	1
15/04/2016	3808861 (en_US)	—	2	0	9	0	8
15/04/2016	3807623 (en_US)	—	—	—	—	—	—
15/04/2016	3806534 (pt)	✓	2	0	1	1	8
15/04/2016	3806312 (en_US)	✓	4	0	4	0	8

Les données relatives aux campagnes sont régulièrement mises à jour. Il peut s'écouler un délai de 7 jours avant que les données définitives ne s'affichent dans le Tableau de bord.

Commentaires de l'enquête de satisfaction des clients [Télécharger les résultats](#) [8 DE PROCHAINES AVIS](#)

Capture d'écran le 04/06/17

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

- Vous êtes un office de tourisme : Tripadvisor propose des outils
 - ✓ enrichir la page de sa destination avec des photos et des informations
 - ✓ intégrer les avis de Tripadvisor sur son site Internet
 - ✓ devenir expert et répondre aux questions sur le Forum



Capture d'écran le 01/10/11 sur

<http://leblogdetripadvisor.wordpress.com/2010/03/24/mode-d'emploi-tripadvisor-pour-ot/>

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

Office de Tourisme de Digne les Bains et du Pays Dignois

17 Avis N° 8 sur 17 choses à voir/à faire à Digne Offices de tourisme, Ressources touristiques
 Place du Tampinet, 04000 Digne, France +33 4 92 36 62 62 Site Web

♥ Enregistrer

Points forts des avis

"Immeuble bien situé, facile à trouver"

Personnel compétent répondant aimablement aux questions et n'hésitant pas à faire des suggestions... [lire la suite](#)



Avis écrit le 7 novembre 2016
 Edith M., Contrexeville, France

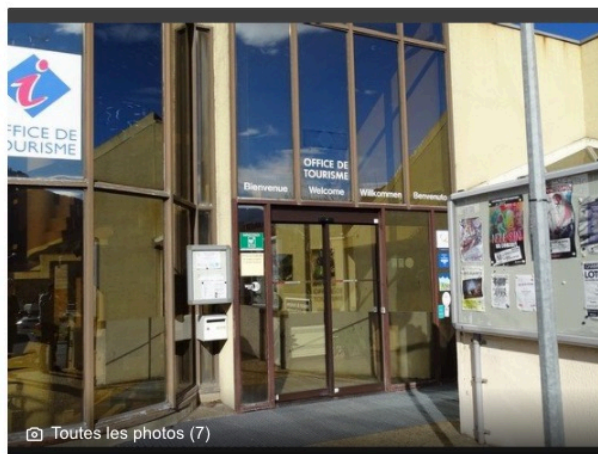
"Rando des 3 Vallées 2016"

Tout comme nous avions découvert la 12^{ème} édition en 2015, nous avons apprécié le programme et... [lire la suite](#)



Avis écrit le 11 octobre 2016
 Philippe M., Sisteron, France

[Lisez les 17 avis](#)



Toutes les photos (7)



[Vue d'ensemble](#) [Avis](#) [Emplacement](#) [Questions et réponses](#)

Accueil

4,5

17 avis

Excellent	<div></div>	41 %
Très bon	<div></div>	58 %
Moyen	<div></div>	0 %
Médiocre	<div></div>	0 %
Horrible	<div></div>	0 %



07 nov. 2016
 "Immeuble bien situé, facile à trouver"



11 oct. 2016
 "Rando des 3 Vallées 2016"

⌚ Durée conseillée : Moins d'une heure

LIEU

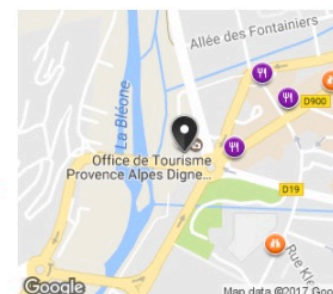
Place du Tampinet, 04000 Digne, France

COORDONNÉES

Site Web

+33 4 92 36 62 62

[Améliorer cette page](#)



ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR ZOOVER



- 1^{er} site indépendant en Europe (marié à Holiday Check), essentiel pour les campings et porteur à l'international (notamment pour les néerlandais qui représentent 60% des membres)
- Possibilité de s'inscrire gratuitement pour n'importe quel hébergement, point d'intérêt, site ou restaurant
- Compléter ou créer votre fiche : <http://tinyurl.com/mnrc93o>

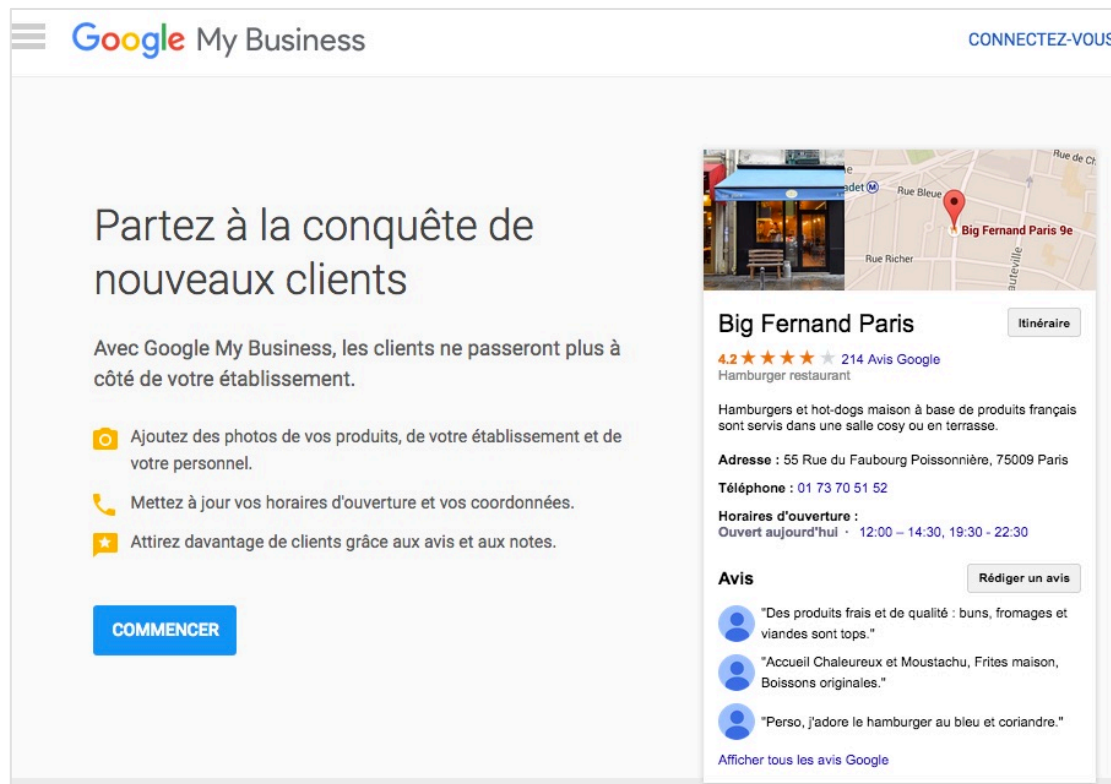
The screenshot shows the Zoover website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Accueil', 'Destinations', and 'Hébergements'. To the right, there's a search bar with 'Hébergement ou destination' and a 'Go !' button. Below the navigation bar, the main heading is 'Inscription au module hôtelier'. Underneath, there's a link 'Plus d'informations sur le "module hôtelier"' and a link 'Déjà inscrit ? Veuillez vous connecter ici'. The main text says 'Sélectionnez un hébergement, un point d'intérêt, un site touristique, un musée ou un restaurant ou ajoutez le s'il n'apparaît pas dans la liste.' Below this, there are three radio buttons: 'hébergement' (selected), 'Point d'intérêt', and 'Bateau de croisière'. At the bottom, there's a dropdown menu labeled 'Sélectionnez un continent'.

Capture d'écran le 04/03/2015 sur <http://www.zoover.fr/AccoOwner/Registration.aspx>

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR GOOGLE MY BUSINESS



- Un rappel – revendiquer ou créer sa fiche propriétaire Google Business : <https://www.google.fr/business>



- Bien remplir le questionnaire (voir le % en contrôle)
- Bien choisir les catégories : 2 catégories minimum
- Bien remplir les périodes, jours et heures d'ouverture
- Mettre des photos
- Valider la position géographique

Capture d'écran le 04/06/2017 sur <https://www.google.fr/business>

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR GOOGLE MY BUSINESS



- Importance des avis

The screenshot shows a Google search for "hotel marin laval". The search results on the left include links to Booking.com, TripAdvisor, and other websites. The right side of the image displays the Google My Business profile for "Hotel Marin Contact". The profile features a star rating of 4.2, 6 reviews, and a "Hôtel deux étoiles" classification. It includes a map, photos, and a list of amenities such as Wi-Fi, parking, and accessibility. The profile also shows the hotel's address, phone number, and a reservation link.

- Pour le référencement de la fiche Google My Business
- Pour l'accroche de l'internaute
- Pour l'information donnée sur Google Maps (visualisation systématique du dernier avis par survol sur la carte générale)

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR GOOGLE MY BUSINESS



- Importance des avis

Hotel Marin Contact Hotel

102 Avenue Robert Buron, Laval

4,2 ★★★★★ 6 avis

Trier par : Les plus utiles ▼

[Donner un avis](#)

maurice ouaknine
il y a 6 mois

★★★★★ J'avais un parti-pris contre les hôtels à proximité des gares, mais là j'ai été très agréablement surpris tout d'abord par la propreté des lieux, puis par de petites touches de raffinement comme la petite bibliothèque, la douche à ... [Plus](#)

Réponse du propriétaire il y a 6 mois
Cher Client, Nous sommes très heureux de découvrir votre commentaire. Vous avez été particulièrement attentif aux détails que nous avons choisi pour apporter chaleur et cocoon, et donner l'ambiance d'un presque comme chez soi. Nous transmettrons vos compliments à toute notre équipe, qui s'efforce de tout faire pour rendre le séjour de nos clients le plus agréable possible. Avec nos sincères remerciements Laurent - Manager

Florence Lieure
il y a un mois

★★★★★ Hôtel très bien situé près de la gare, très calme, très propre, chambre refaite à neuf, très bonne literie, accueil très sympathique, petit déjeuner copieux, Rien à reprocher, on ne peut que le conseiller

Xavier Simonnet
il y a 6 mois

★★★★★ Comme d'habitude très bon accueil, yc du personnel d'entretien.

Efforts de décoration - rénovation, très agréable. ... [Plus](#)

Alexandre Roussel
il y a 8 mois

★★★★★ Chambres refaites à neuf récemment, tout est propre et confortable. Si on est grand et costaud on se retrouve un peu à l'étroit dans l'espace salle de bains/douche. Sinon bonne situation à 1 min en face de la gare de Laval. Il y a une Poste ... [Plus](#)

Réponse du propriétaire il y a 8 mois
Cher Client, Merci d'avoir pris le temps de nous poster un petit message de satisfaction à propos de nos nouvelles chambres refaites à neuf. Nous avons différent type de chambres. Lors de votre prochain séjour, n'hésitez pas à nous demander nos plus grandes chambres pour plus d'espace et un meilleur confort. Laurent Manager


Vincent Riehl
il y a 8 mois

★★★★★

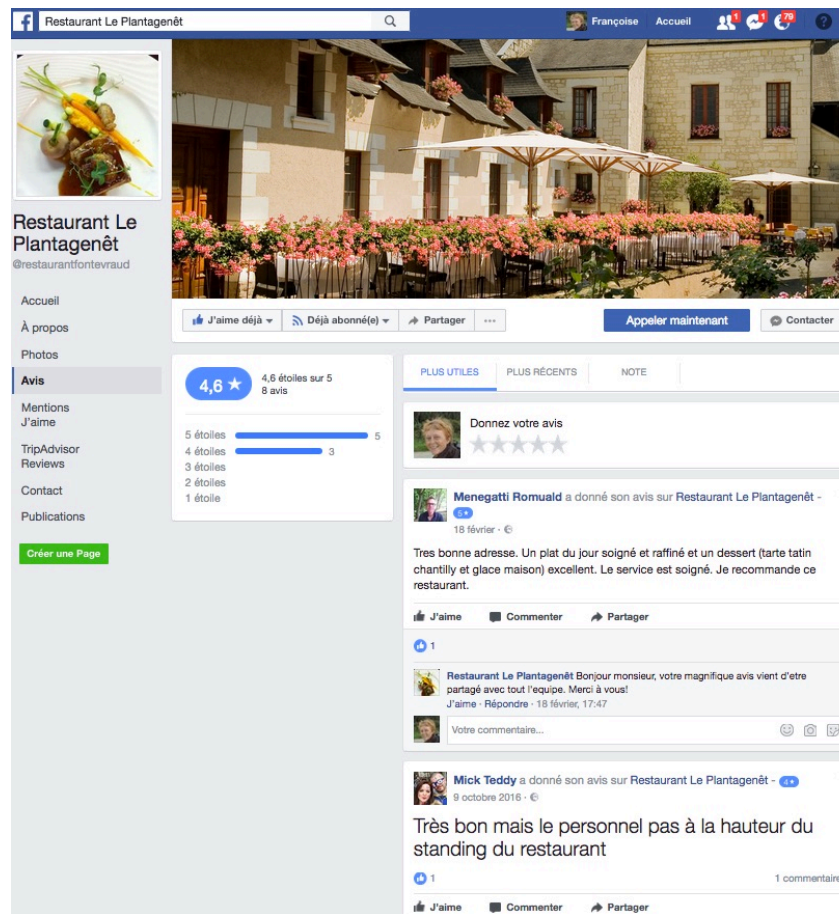
– Une belle visibilité pour le référencement sur Google

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR FACEBOOK

- Développer sa présence sur Facebook



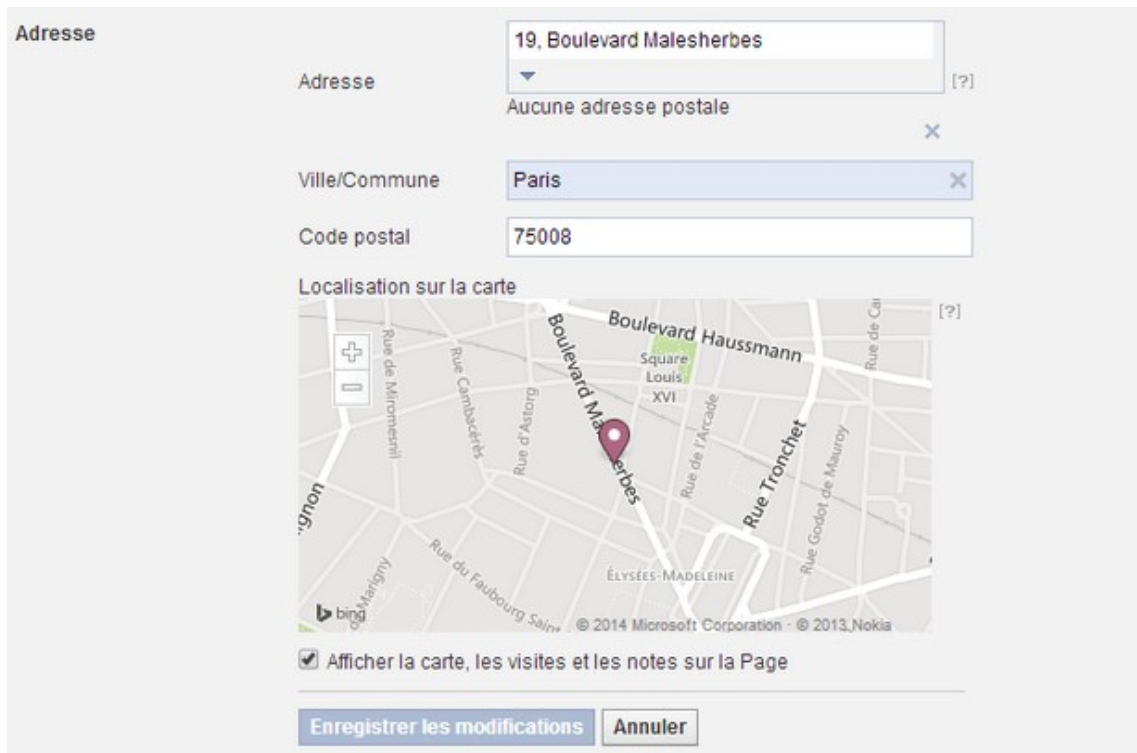
The image shows the Facebook page for 'Club de Voile de Marçon'. The cover photo is a scenic view of a lake with a small building and boats. The page has a navigation menu on the left with options like 'Accueil', 'À propos', 'Photos', 'Événements', 'Avis', 'Mentions', 'J'aime', 'Vidéos', and 'Publications'. The 'Avis' section shows a 4.8 star rating based on 21 reviews. A recent review by David Hervet from July 10, 2015, describes the club as professional and fun, mentioning a catamaran descent and a sandy beach. Another review by Caroline Lamoureux from October 28, 2015, mentions the staff, volunteers, and the landscape. The page also has a 'Nous contacter' button and a 'Créer une Page' button.



The image shows the Facebook page for 'Restaurant Le Plantagenêt'. The cover photo is a view of the restaurant's exterior with a large patio and umbrellas. The page has a navigation menu on the left with options like 'Accueil', 'À propos', 'Photos', 'Avis', 'Mentions', 'J'aime', 'TripAdvisor', 'Reviews', 'Contact', and 'Publications'. The 'Avis' section shows a 4.6 star rating based on 8 reviews. A recent review by Menegatti Romuald from February 18, 2016, describes the restaurant as having a good address, a well-prepared dish, and excellent service. Another review by Mick Teddy from October 9, 2016, mentions the staff and the restaurant's standing. The page also has a 'Appeler maintenant' button and a 'Créer une Page' button.

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE

- Activer ou désactiver les avis sur Facebook : un choix à faire car les avis ne sont pas vérifiés ni modérés par Facebook



The screenshot shows the Facebook address selection interface. It includes a text input for the address, a dropdown for postal code, and a map view. The address entered is '19, Boulevard Malesherbes' in Paris, 75008. The map shows the location on Boulevard Malesherbes. Below the map, there is a checkbox labeled 'Afficher la carte, les visites et les notes sur la Page' which is checked. At the bottom, there are two buttons: 'Enregistrer les modifications' and 'Annuler'.

- Ne peuvent être activés qu'avec certaines catégories de pages : entreprise, commerce local, etc., et en lien avec l'adresse

- Astuce pour activer ou désactiver les avis :
<https://www.facebook.com/help/548274415377576?helpref=related>

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE

- Choix différent fait par un hôtel restaurant : capitaliser sur ses avis Tripadvisor



ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR FACEBOOK

• Construire et alimenter le dialogue sur Facebook



Connaître l'opinion de vos clients et susciter leur engagement

- Ils donnent leur avis sur Facebook
- Ils commentent et vous font part de leur opinion
- Ils partagent avec leurs amis

Afin de repérer ceux qui sont vos ambassadeurs



ATELIER



Diagnostic Tripadvisor,
Google My Business,
Facebook & plan d'actions
des améliorations à mettre
en œuvre

COMMENT RÉPONDRE EFFICACEMENT À DES AVIS POSITIFS & NÉGATIFS

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS – POURQUOI ?

- Faut-il répondre : OUI, Ne pas répondre envoie un message négatif auprès du consommateur

US Social Media Users' Attitude Toward a Company with Unanswered Questions/Complaints on Their Social Media Page, Nov 2011

% of respondents



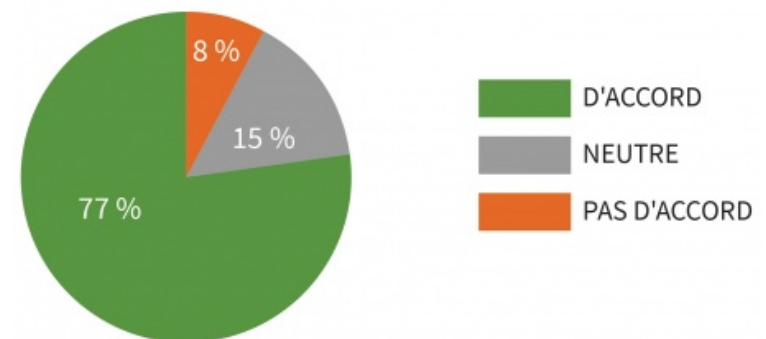
Source: Conversocial, "The Consequences of Ignoring Your Customers," Dec 29, 2011

135625

www.eMarketer.com

- OUI, car répondre c'est prouver qu'on s'intéresse à ces clients quel qu'ils soient

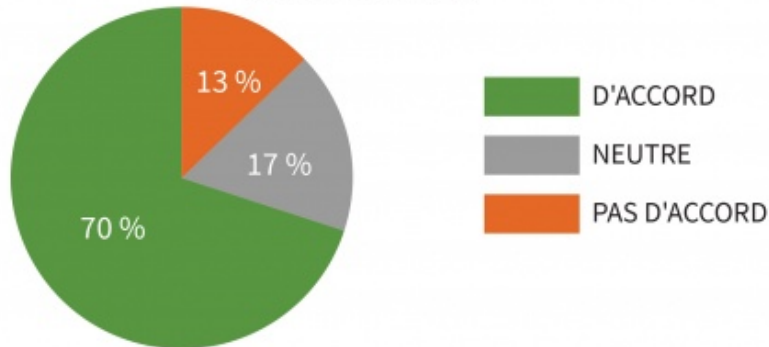
LIRE DES RÉPONSES DE LA DIRECTION ME DONNE L'IMPRESSION QUE L'HÔTEL S'INTÉRESSE VRAIMENT À SES CLIENTS.



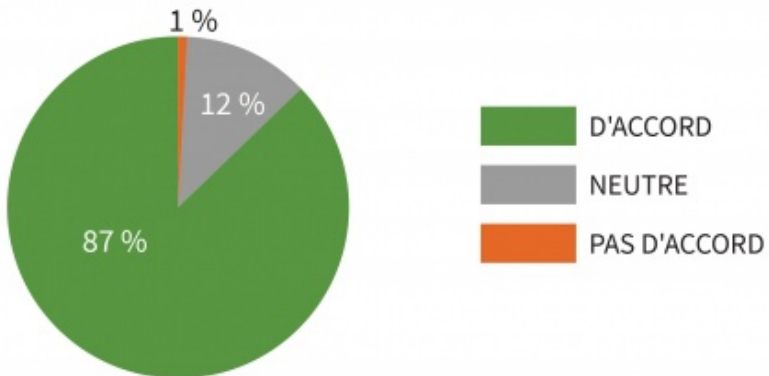
- OUI, mais pas obligatoirement systématiquement à tous les avis ; bien analyser la portée de l'avis émis avant d'y répondre.

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS – COMMENT ?

UNE RÉPONSE DE LA DIRECTION AGRESSIVE/DÉFENSIVE SUITE À UN AVIS NÉGATIF NE ME DONNE PAS ENVIE DE RÉSERVER DANS CET HÔTEL.



UNE RÉPONSE DE LA DIRECTION APPROPRIÉE À UN AVIS NÉGATIF ME DONNE MEILLEURE IMPRESSION DE L'HÔTEL.



- Et surtout prendre le temps de répondre en soignant le ton, car c'est un élément devenu décisif dans le choix du client



- Vous répondez en pensant aux clients potentiels qui vont lire votre réponse = écoute, empathie, professionnalisme (sans être mou & sans aspérité)

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

- **Objectifs** : rétablir la vérité en cas d'informations erronées et transformer une critique en élément positif

5 recommandations en cas d'avis négatif

1. Ne pas se précipiter, faire la part des choses & investiguer

- Ce n'est pas vous qui êtes visé, mais un produit, service ou mode de communication.
- Ne pas se laisser emporter par son affect.
- Ne pas répondre « à chaud » : prendre un petit peu de temps pour analyser la situation et ne pas se sentir sous pression ; tout en s'organisant pour répondre dans un délai raisonnable (dans les 48 h)
- Investiguer : est-ce que le client s'est plaint lors du séjour ? S'agit-il bien d'un véritable client ? (si l'avis est un faux avis, informer le site d'avis, prouver qu'il s'agit d'un faux avis pour qu'il soit ensuite retiré et que l'auteur soit fiché).

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

2. Réfléchir & mesurer l'audience de la critique

- Selon le support utilisé, analyser l'impact que peut avoir la critique.
- Penser à la meilleure stratégie à adopter.

3. Assumer & admettre éventuellement son erreur

- Ne pas poster des avis positifs pour contrer l'avis négatif sous couvert d'anonymat.
- Si les critiques sont justifiées, remercier le voyageur, reconnaître le dysfonctionnement et démontrer que vous l'avez pris au sérieux et que des corrections ont déjà été apportées : décrire les mesures qui ont été prises. Ainsi, les lecteurs seront rassurés et verront que le problème a été résolu.

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

4. Répondre de manière constructive & éviter toute polémique

- Rester toujours courtois et professionnel et démontrer un souci d'écoute, de transparence et de souci de la qualité et de la satisfaction des clients : tout commentaire positif ou négatif est important à vos yeux.
- Parallèlement, il est important de répondre point par point aux critiques, de manière très factuelle, de façon à relativiser la parole de celui qui a émis l'avis, en mettant en valeur des points forts de qualité, qui rassureront les lecteurs.
- Indiquer son nom dans la réponse et ne pas mettre une signature impersonnelle de type « La Direction ».

5. Respecter la charte de réponse prévu par le site d'avis

- Lire la charte de réponse à un avis prévu par le site, pour ne pas se faire refuser la publication de la réponse.

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

TripAdvisor permet aux dirigeants ou aux représentants d'établissements d'hébergement, de restaurants ou d'activités de répondre aux avis les concernant. Assurez-vous que la réponse est rédigée de la façon dont vous souhaitez la voir sur notre site. Afin que la Réponse de la direction soit publiée, elle doit être :

- **Tout public** - Pas de langage ou d'image répréhensible.
- **Unique et indépendante** - Nous autorisons une réponse par avis sur notre site. Veuillez confirmer auprès de la direction ou des propriétaires de votre établissement que vous êtes bien la personne désignée pour répondre à l'avis.
- **Authentique** - Pas de documents en provenance d'autres sources, y compris des communications d'un client ou d'un autre tiers.
- **Professionnelle** - Les Réponses de la direction sont publiées sous l'avis auquel vous répondez. Elles sont lues par tous les utilisateurs de TripAdvisor, et doivent être rédigées en conformité avec les règles du service clientèle de votre établissement.
- **Pertinente pour tous les utilisateurs de TripAdvisor** - Tout contenu non pertinent risque d'être supprimé. Les Réponses de la direction ne doivent pas menacer ni intimider un contributeur, ni tenter de supprimer des contributions sur notre site. Elles ne doivent contenir aucune accusation de fraude.
- **Respectueuse de la vie privée** - Vous ne devez pas tenter de deviner l'identité du contributeur ni inclure des informations susceptibles de l'identifier.
- **Non commerciale** - Pas de matériel promotionnel de quelque nature que ce soit. Nous nous réservons le droit de refuser une URL.

Si votre réponse respecte ces règles, nous la publions généralement dans les quelques jours ouvrés qui suivent, et vous en êtes averti. Pour plus d'informations sur les avantages et les règles de rédaction des Réponses de la direction, consultez notre [guide](#), ou bien accédez aux [FAQ correspondantes](#).

Exemple de la charte de réponse de Tripadvisor

Voir : <https://www.tripadvisor.com/hc/fr/articles/200614337-Critères-de-publication-des-Réponses-de-la-direction>

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

Faire de son détracteur un prescripteur !

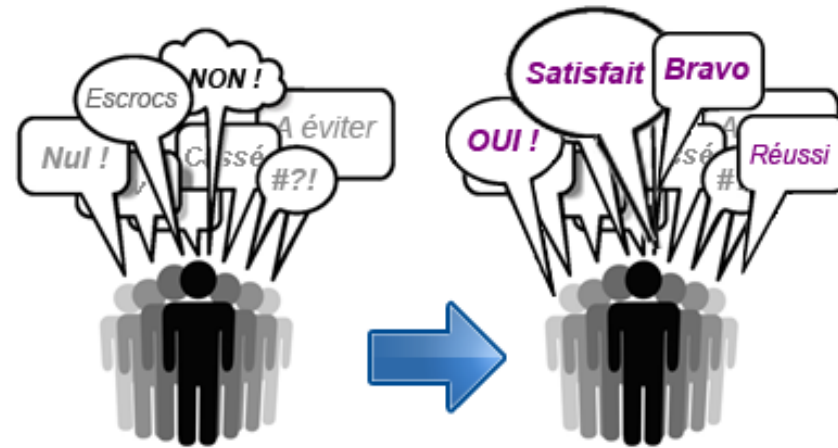


Illustration de gestion de réputation Web.

Au final, une réponse nuancée et compréhensive augmente la confiance dans votre structure :
Accepter le reproche de l'internaute et le contrebalancer par une idée qui va dans le sens de votre marque seraient donc la solution la plus efficace pour tirer parti de ces commentaires négatifs.

(source : étude menée par des universitaires américains en 2015)

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

- Négatif ou positif, le dialogue est essentiel



"Bucolique"

●●●●● Avis écrit le 29 juin 2009

3 personnes ont trouvé cet avis utile

Nous avons porté notre choix sur le Gîte de La Basse Cour, il faut l'avouer, un petit peu au hasard au départ, suite à différentes investigations sur le net... Nous étions à la recherche d'un hébergement pour le WE dans le cadre d'une activité particulière prévue le lendemain de notre arrivée à Ancinnes : un free jump au Viaduc de St-Georges-Le-Gaultier!

Bien que très bien fait et semblant attrayant, le site de Phil & Jude ne remplacera jamais les yeux des citadins (nous sommes de Nantes!) que nous sommes sur ce magnifique site que nous avons découvert : nature, verdure, beauté et entretien du jardin s'imposent à nous lorsque l'on pose ses valises. Bucolique, relaxant, apaisant, le gîte est un havre de paix. Il invite au repos et à la détente.

Seul bémol (mais les propriétaires n'y sont pour rien!), aucun distributeur de monnaie dans le coin entre 12:30 et 16:00... Planifiez vos sorties et repas en fonction des horaires d'ouverture de la petite supérette et du point relais Poste si vous souhaitez rester sur place (ou que vous y êtes contraints comme nous l'avons été...! Explications ci-dessous...) car il n'y a véritablement rien pour se restaurer mis à part le petit restaurant du bourg... Notamment le WE! Lorsque l'on est "coincés" comme nous l'avons été au moment du déjeuner par une sieste de notre bébé (7 mois) traînant en longueur entre midi et deux : pas de repas!

Phil and Jude, Phil, owner de La Basse Cour, a répondu à cet avis

30 juin 2009

Merci de votre avis - nous sommes très contents que vous avez passé un bon weekend, et nous vous avons posté le doudou d'Adrien que vous avez oublié en partant! C'est vrai qu'il n'y a pas de distributeur de billets dans le village - le plus proche se trouve sur la route à Alençon, à 8km d'ici. Amicalement, Phil & Jude.

[Signaler une réponse inappropriée](#)



"Circulez y a rien à voir"

●●●○○ Avis écrit le 21 juin 2009

Rien d'exceptionnel pour cet hotel. Le bruit du couloir résonne dans la chambre, la salle de bain est pas terrible mais équipée de produit bio (dommage le distributeur était vide....la tuile) les draps sont rêches; On est loin, très loin d'un confort douillet. Seul atout une TV lcd grand format et le wifi gratuit. En gros trop trop cher pour le service/qualité proposé. Circulez y a rien à voir!

Séjour du Mai 2009 - voyage d'affaires

●●○○○ Rapport qualité / prix
●●○○○ Emplacement

●○○○○ Chambres
●○○○○ Propreté
●○○○○ Service

Cet avis vous a-t-il été utile ?

[Reporter un problème](#)

[Posez une question à Amanextdoor à propos de Hotel La Perouse](#)

[J'aime](#)

Cet avis est l'opinion subjective d'un membre de TripAdvisor et non de TripAdvisor LLC.

Gilles64, Directeur de Hotel La Perouse, a répondu à cet avis

29 juin 2009

Merci de vos commentaires. Je serai preneur de suggestions pour l'évolution de la salle de bain car nous sommes sur le point d'engager une rénovation en profondeur de celles-ci. Bien reçu le message au sujet des distributeurs de savon. Les équipes ont été sensibilisées : chaque détail compte et le moindre oubli peut avoir des conséquences importantes. Une grande leçon d'humilité ! Mais c'est vrai que le savon bio est bien : il est fabriqué en plus à 96 km de Nantes, contient du propolis, du calendula, du miel et de l'angélique bios, il est fabriqué à partir d'eau de source.

Quelques précisions sur l'isolation : celle de l'intérieur est assurée par des portes isophoniques. Celle de l'extérieur par des doubles vitrages de 3 cm d'épaisseur.

[Signaler une réponse inappropriée](#)


Capture d'écran le 11/03/12 sur <http://www.tripadvisor.com>

Capture d'écran le 11/03/12 sur <http://www.tripadvisor.com>

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

- Négatif ou positif, le dialogue est essentiel

La Ferme ★★★★★ [lui garder](#)
Route du col des Aravis, 74220 La Clusaz, France
[Services](#)



Photos professionnelles

16 photos de voyageurs

Entrer les dates pour les meilleurs tarifs

Arrivée

Départ

Décembre 2013

Janvier 2014


L	Ma	Me	J	V	S	D	L	Ma	Me	J	V	S	D
						1		1	2	3	4	5	
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30	31		
30	31												

95 %

Classé n°3 sur 18 hôtels à La Clusaz

43 Avis

Un avis récent



"super séjour"

Avis écrit le 20 juillet 2013

Sandrina D Bruxelles, Belgique

43 avis de voyageurs TripAdvisor

Note attribuée

Excellent		26
Très bon		15
Moyen		2
Médiocre		0
Horrible		0

Type de voyage

En famille (11)
En amoureux (11)
Voyage solo (0)
Professionnel (1)
Avis d'amis (10)

[Écrire un avis](#)



Un voyageur de Venere.com

"Le tarif normal étant très..."

Avis écrit le 3 août 2013

Le tarif normal étant très excessif, celui obtenu en passant par venere et en réservant le jour même correspond mieux à la prestation offerte. Bon accueil avec personnel très sympa.

Rapport qualité / prix

Chambres

Propreté

Service

Cet avis vous a-t-il été utile ? [Oui](#)

Cet avis est l'opinion subjective d'un voyageur et non de TripAdvisor LLC ou de ses partenaires. Lire la suite [Cacher](#)

[Signaler un problème](#)

lesfermiers, Gérant de La Ferme, a répondu à cet avis

3 septembre 2013

Bonjour

Le tarif normal en été est de 69€/chambre, vous avez eu une promotion de quelques dizaines de cents assurée par Expedia. Le tarif auquel vous vous référez est le tarif maximal qui concerne la saison d'hiver, notre hôtel étant sur les pistes de ski, le tarif de 110€ est tout à fait correct.

Ne pas hésiter à réserver en ligne sur notre site, les tarifs sont les mêmes que sur les centrales de réservation (sauf promo exceptionnelle de Expedia).

Cordialement

La Ferme

[Signaler une réponse inappropriée](#)

Cette réponse est l'opinion du représentant de la direction et non celle de TripAdvisor LLC ou de l'un de ses partenaires.

Capture d'écran le 02/12/2013 sur

http://www.tripadvisor.fr/Hotel_Review-g196706-d1231017-Reviews-or10-La_Ferme-La_Clusaz_Haute_Savoie_Rhone_Alpes.html - REVIEWS

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

PETIT MÉMO DES RÈGLES DE RÉPONSE À UN AVIS NÉGATIF

1- Dire bonjour (Madame, Monsieur, Pseudo...)

2- Se présenter : c'est la personne qui incarne l'établissement qui répond

Je suis le propriétaire de la chambre d'hôte « les Charmières » dans lequel vous avez séjourné récemment.

3- Prouver l'écoute et la bonne volonté : nécessaire au début de la réponse

Et je tiens (au nom de toute l'équipe de l'hôtel, le camping...) à nous excuser pour les problèmes que vous avez pu rencontrer lors de votre Séjour.

A cette étape, il est important d'éviter tout jugement de valeur qui tendrait à minimiser le problème, car si la personne a pris le temps d'écrire, c'est que c'était important pour elle ; il vaut mieux éviter les termes comme « petit désagrément », « petit problème », « léger dysfonctionnement », etc.

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

PETIT MÉMO DES RÈGLES DE RÉPONSE À UN AVIS NÉGATIF

4- Exprimer sa position : la critique est-elle justifiée ou pas

1^{er} cas : si elle est justifiée, il est important de remercier la personne et d'indiquer très clairement les décisions et dispositions concrètes prises afin que le problème ne se reproduise plus :

Tout d'abord, je tiens à vous remercier pour vos commentaires qui nous ont permis d'identifier un problème qui n'avait jamais été porté à notre connaissance auparavant. Après avoir inspecté votre chambre, nous avons pu constater ...(rappel éventuels des critiques émises de manière objective).

Nous avons donc décidé de changer le routeur Wifi afin de garantir une qualité totale sur l'ensemble de l'établissement.

Ainsi, nous pouvons vous garantir toute satisfaction lors d'un prochain séjour.

Dans le cas où elle est justifiée mais en dehors de votre possibilité d'intervention : ex. bruit nocturne dans la rue, la transparence est de mise : «*La vie nocturne dans le quartier est effectivement très animée, particulièrement les fins de semaine. C'est d'ailleurs l'une des raisons pour lesquelles notre clientèle choisit notre établissement. Mais les chambres situées du côté sud de l'hôtel sont plus tranquilles. Nous ne manquerons pas de vous en assigner une lors de votre prochain séjour.*»

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

PETIT MÉMO DES RÈGLES DE RÉPONSE À UN AVIS NÉGATIF

2ème cas : si elle est clairement injustifiée, matérialisez clairement le fait que vous mettez en doute la parole de l'auteur et que vous souhaitez apporter quelques précisions :

Tout d'abord, je tiens à vous remercier pour vos commentaires qui nous permettent d'améliorer sans cesse notre qualité. Cependant, j'avoue avoir été surpris à la lecture de vos commentaires puisque, depuis votre venue, votre chambre a été occupée par 7 personnes différentes qui ne nous ont fait part d'aucune remarque. Après l'avoir visitée moi-même, je n'ai effectivement rien noté d'anormal au sujet de....

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

PETIT MÉMO DES RÈGLES DE RÉPONSE À UN AVIS NÉGATIF

5- En cas d'avis positif mais faisant apparaître un léger problème

Remercier d'abord pour les éléments de satisfaction, puis régler objectivement le point négatif (but : en faire un élément positif pour ceux qui liront l'avis et votre commentaire)

Ex. avis

"beaucoup de charme" : hôtel avec beaucoup de charme ; surement le meilleur du coin. Seul le petit déjeuner est onéreux.

Ex. réponse

Cher Membre Tripadvisor et client,

Merci pour le commentaire encourageant pour nous et notre équipe, qui ne ménageons pas notre peine pour satisfaire nos visiteurs afin qu'ils réussissent leurs vacances

Pour le petit-déjeuner, 13€ peut paraître cher mais tout est à volonté : boissons chaudes et froides, charcuterie corse, fromage corse, céréales Bio corses, oeufs Bio corses, yaourt Bio maison, cake maison, pains au levain et viennoiseries sélectionnées. C'est presque un brunch.

Cordialement, Le Directeur.

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

PETIT MÉMO DES RÈGLES DE RÉPONSE AUX AVIS POSITIFS

Les avis positifs sont de véritables outils promotionnels et leurs auteurs de formidables ambassadeurs ; il est donc essentiel de les remercier de façon **personnalisée** (de plus vous passerez dix fois moins de temps à répondre à un avis positif par rapport à un avis négatif).

1- Remercier directement la personne, soit en son nom, soit au nom de l'équipe : cela valorisera l'auteur de l'avis, les collaborateurs et reflètera votre proximité avec vos clients

Merci pour vos compliments. Et même si des choses agréables sont souvent dites, nous ne boudons pas notre plaisir à les entendre à nouveau. Nous espérons vous accueillir à nouveau, prochainement.

Vos compliments vont droit au coeur de toute notre équipe. Merci, en attendant le plaisir de vous accueillir à nouveau.

2- En profiter pour valoriser ce qui a été mis en place pour soigner l'accueil, la qualité, ou tout autre point fort signalé par le client

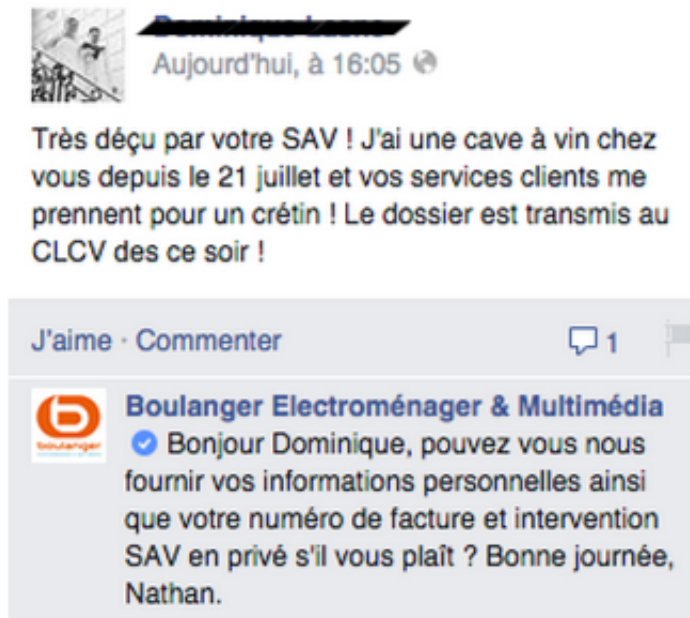
ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

PETIT MÉMO DES REPONSES SUR LES RESEAUX SOCIAUX

- Si vous avez à mentionner quelqu'un : utilisez le @
- Pensez toujours à votre communauté lorsque vous rédigez la réponse.
- Le dialogue est essentiel : s'il s'agit d'une remarque négative, assurez-vous d'abord que vous avez bien compris le contenu de la remarque.
- N'hésitez pas à poser une question pour vérifiez que la personne ne colporte pas l'opinion de quelqu'un d'autre, mais exprime bien son vécu personnel
- Acceptez les différences d'opinion et de points de vue, tant qu'elles ne tombent pas dans l'extrême : « on ne peut pas plaire à tout le monde ! »
- Humanisez la relation en mentionnant éventuellement le nom de la personne, ajoutez des émoticônes 😊 🙏
<https://fr.piliapp.com/facebook-symbols/>
- Privilégiez la transparence : nier ou supprimer un commentaire négatif peut dans certains cas aggraver la situation en engendrant un bad buzz

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

PETIT MÉMO DES REPONSES SUR LES RESEAUX SOCIAUX



- Pour des clients mécontents avec lesquels vous souhaitez approfondir la réponse et apporter une solution, proposez de poursuivre en message privé avec la garantie de prendre en charge le problème rencontré.
- Cela peut permettre aussi de coupez court si vous pensez que le message est frauduleux...

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

PETIT MÉMO DES REPONSES SUR LES RESEAUX SOCIAUX

- Sachez reconnaître les « trolls » : ceux qui sont là pour le plaisir de démolir et de créer des polémiques ; désarmez-les par de l'humour !
- Ne jamais dépassez les 3 rounds lors d'un commentaire afin de ne pas rentrer dans une polémique interminable : la personne émet son commentaire, vous répondez, elle répond... STOP

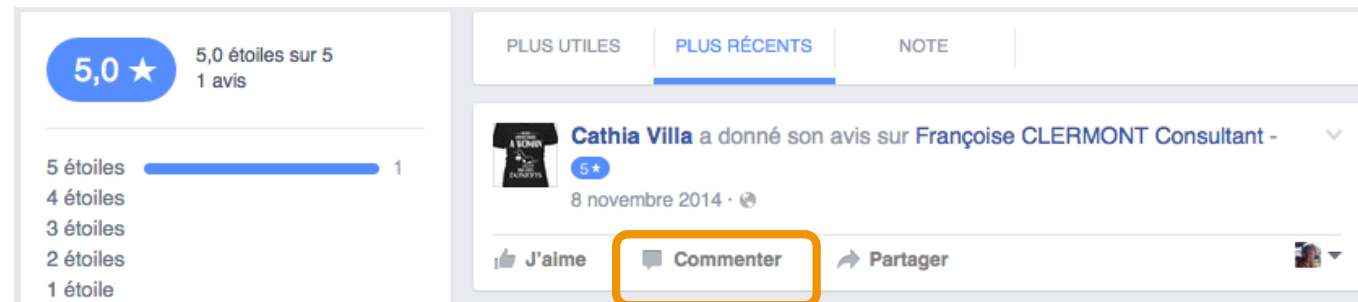


- Au mieux : laissez vos fans répondre - ils seront vos meilleurs ambassadeurs !
- Au pire & si la situation dégénère - en dernier recours : supprimez le commentaire, bloquer le gêneur et signalez les trolls

ETAPE 3 : RÉPONDRE AUX AVIS

PETIT MÉMO DES REPONSES SUR LES RESEAUX SOCIAUX

- Spécificités des avis sous forme d'étoiles sur Facebook : il est possible d'y répondre en allant sur l'avis et en cliquant sur « Commenter »



ATELIER



**Répondre à un avis
négatif :**

**Prenez une position :
d'accord / pas d'accord**

5 FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

1. **S'informer** : mettre en place une veille permanente (sur les avis, sur la concurrence et une veille professionnelle)
2. **Sélectionner** : faire des choix, identifier et tester les sites, contrôler et mesurer les résultats en fonction de votre stratégie et des objectifs que vous poursuivez
3. **S'organiser pour savoir et répondre** : organiser sa veille, ses réponses aux avis positifs et négatifs (se constituer des bibliothèques de réponses), organiser l'analyse de ses résultats (qui ? Quand ? Comment ?)
4. **Echanger** : se constituer un réseau d'acteurs professionnels ayant des problématiques semblables pour confronter des pratiques et expériences, échanger, mutualiser
5. **Se former** : profiter de toutes les possibilités pour développer de nouvelles compétences, revenir régulièrement sur les supports de formation

BILAN DE LA FORMATION

Et avec tout cela, on a tout pour réussir !



ANNEXE 1 - INFO PLUS : POUR S'INFORMER

■ Ressources

- **Définition : qu'est-ce que l'e-réputation**
<https://www.youtube.com/watch?v=rIXpERHW0X4>
- **Une nouvelle norme certifiée par l'Afnor**
<https://www.youtube.com/watch?v=kTb5Xo-VRvs>
- **Tutoriel Google My Business**
<https://www.youtube.com/watch?v=hYr-6hhfTNw>
- **Avis clients sur Facebook : danger ou opportunité pour les marques :**
<http://www.brand-advocacy.fr/avis-facebook-marques/>
- **Zoover : guide en .pdf à l'usage des professionnels de l'hébergement**
<http://weblog.zoover.fr/guide-hotelier-zoover-2013/>
- **Vinivi : guide en .pdf « la e-réputation des hôteliers » - Vinivi - FMC New Tech & Haas Avocats – 2015** <http://www.vinivi.com/guidepratique>
- **Customer Alliance : guide en .pdf « Bien gérer les avis clients » - Customer Alliance 2015** <http://www.customer-alliance.com/fr/whitepapers/review-management/>
- **Interview de la porte-parole de Tripadvisor (présentation) :**
<https://vimeo.com/18541718>
- **Conseils de Yelp pour répondre aux avis :**
https://biz.yelp.fr/support/responding_to_reviews

Exemples de réponses

Lire des réponses faites par des établissements qui ont pris l'habitude de répondre à des avis :

- **Hotel : voir**
 - Hôtel La Pagerie (Martinique)
 - Hôtel Continental à Evian (voir à partir de la page 3) : <http://bit.ly/1bR8WR1>
 - Château de Marçay à Chinon : <http://bit.ly/GWN6Or>
 - Hôtel La Perouse à Nantes : <http://bit.ly/1hQiiKa>
- **Chambres d'hôtes : voir**
 - **Pour les avis positifs :**
 - Chambre d'hôte Jolivet - Saône-et-Loire : <http://bit.ly/1645zn8>
- **Campings : voir**
 - Camping Californie Plage à Vias-Plage (à partir de la page 3 - 2013) : <http://bit.ly/15B0noj>
 - Le Chaponnet à Brem-sur-Mer : <http://bit.ly/1ekUe2e>
- **Attractions : voir**
 - Château des Ducs de Bretagne (quelques réponses au début + p. 6) : <http://tinyurl.com/nrcyryr>
- **Restaurant : voir**
 - Restaurant l'Epicerie : <http://tinyurl.com/pusqzcb>
- **Centre équestre : voir** (*quelques réponses*)
 - Centre équestre Les Arnelles : <http://tinyurl.com/ouvy94j>

ETAPE 2 – OPTIMISEZ VOTRE PRESENCE SUR TRIPADVISOR

- **Les raisons qui permettent de faire supprimer un avis sur Tripadvisor :**

- De l'initiative du rédacteur
- Diffamation
- Insulte
- Pas d'intérêt pour la communauté
- Promotion dans l'avis
- Placé au mauvais endroit
- Rénovations
- Changement de propriétaire
- Changement d'enseigne
- Mauvaise rédaction
- En cas de chantage
- Date de publication
- Pas écrit par un véritable voyageur
- Avis d'un concurrent

Source : <http://www.artisan-referenceur.fr/e-reputation-hotel-restaurant/supprimer-avis-tripadvisor.html>

Voir aussi : http://www.tripadvisor.fr/vpages/review_mod_fraud_detect.html

Merci de votre attention !

Support de formation réalisé par Françoise Clermont –
FRANCOISE CLERMONT CONSULTANT – fclermont.pro@gmail.com - 06 23 65 27 36

Reproduction et diffusion règlementées