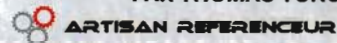


L'e-réputation est un sujet de plus en plus en vogue. Après de nombreux articles et dossiers sur la réputation personnelle d'un individu sur le net, c'est au tour de la réputation des entreprises d'être sous les feux des projecteurs. Ainsi, votre établissement fait peut-être déjà l'objet d'un certain nombre d'avis de consommateurs laissés sur la toile et dont vous n'avez pas encore connaissance.

PAR THOMAS YUNG



E-réputation : comment éviter les nuisances

L'e-réputation (ou réputation numérique), c'est l'image que les internautes se font d'une marque en fonction des avis consommateurs laissés sur le web.

L'e-réputation façonne l'identité de votre établissement. En effet, ces avis peuvent être favorables mais aussi, parfois, défavorables. En août 2011, Olimeo.com a compilé 6 études pour réaliser une infographie sur l'influence des avis consommateurs dans l'acte d'achat. Il en ressort que :

- 67 % des internautes donnent leur avis ;
- 90 % des internautes lisent les avis ;
- 86 % des internautes font confiance aux avis ;
- 91 % des internautes pensent que les avis sont le vecteur le plus important dans la décision d'achat ;
- 74 % des internautes lisent 2 à 7 avis pour juger un produit.

Le tourisme et l'hôtellerie sont particulièrement exposés aux avis des internautes, notamment parce qu'il s'agit d'un service et non d'un produit. L'internaute ne peut pas renvoyer la prestation en cas de mécontentement. Il va alors mûrir sa réflexion d'achat en consultant les expériences des autres internautes.

Les avis sont déposés sur de nombreuses plateformes, dépendantes ou non d'un circuit de distribution, ayant un plus ou moins grand capital de confiance. Un avis déposé sur Booking



L'e-réputation façonne l'identité de votre établissement.

ou Vinivi sera plus crédible (parce que certifié authentique) qu'un avis déposé sur Tripadvisor. Voici quelques sites récoltant des avis à propos de votre hôtel : Booking, Tripadvisor, Bookassist, Ciao, Expedia, Global Hotel Review, Trivago, Yahoo Travel, Google...

La multiplication de ces plateformes rend difficile le suivi et l'interprétation des avis. Certaines demandent une note sur 5,

d'autres sur 10, les critères évalués (propreté, chambres, restaurant, etc.) ne sont pas communs à tous ces sites, certains vous proposent un classement par ville, d'autres non et, enfin, ces avis sont disponibles dans une multitude de langues...

Vous aurez beau créer des alertes Google, vous abonner aux alertes de ces plateformes, vous serez vite submergé d'avis, divers et variés, dans toutes les langues, hors contexte et peu exploitables. Il vous faut pourtant veiller au grain car des avis négatifs laissés sur le Web peuvent vous faire perdre de la clientèle. Pour ce faire, des outils de gestion existent afin de rester maître de votre e-réputation. L'image de votre hôtel en dépend !

Blog des Experts 'Web marketing : maîtrise commerciale et développement des ventes' sur www.hotelierie-restauration.fr

L'ENTREPRISE

Vous êtes une référence dans votre métier,
choisissez le logiciel
qui VOUS ressemble.

- ✓ Une facture mensuelle minimum de : 0€. Vous ne payez que lorsque vous l'utilisez.
- ✓ Assistance, mises à jour et intégralité des modules inclus dans le prix : hôtel, restaurant, bar, cave, terminaux points de vente & back-office.

www.chroffice.com
Contactez-nous au 01 83 62 03 35



CONÇU PAR DES
HÔTELIERS-RESTAURATEURS
ET DES EXPERTS COMPTABLES

ChrOffice
Le logiciel sur mesure

Des outils de gestion peuvent prendre en charge votre e-réputation. C'est non seulement un moyen de vous différencier de vos concurrents, mais aussi d'identifier vos forces et faiblesses, d'établir un contact, un dialogue avec les internautes et, surtout, un formidable outil marketing.

PAR THOMAS YUNG



Des méthodes pour rester maître de sa e-réputation

Les outils de gestion de l'e-réputation se proposent d'aider l'hôtelier à interpréter les avis laissés par leurs clients sur les divers sites internet. Ces services sont des 'agrégateurs' qui récupèrent les avis déposés sur les plateformes, soit en temps réel, soit toutes les x heures. Ils organisent ensuite ces avis pour que l'hôtelier puisse les interpréter. Un tableau récapitulatif (dashboard) accueille l'utilisateur et lui permet, d'un coup d'œil, de juger la situation. Ces outils appliquent un traitement aux avis afin de les normaliser, ce qui permet de comparer des avis venant de plateformes différentes.

Ces sites créent donc un indice qui est plus clair : le TrustYou Score, le Global Review Index, le Social Media ScoreCard, etc. Cet indice va vous permettre de comparer les performances de votre établissement dans le temps et sur une zone géographique donnée. Bien souvent, ces plateformes proposent une comparaison avec des établissements de votre ville et selon la gamme à laquelle vous appartenez. Certains vous donnent même la possibilité de vous comparer avec tel ou tel concurrent. Cet indice est disponible en note globale ou pour chacun de vos critères : propreté, accueil, restauration, spa, décoration, etc. Des graphiques reprennent les grandes tendances : négatif, neutre, positif. De nombreux filtres sont disponibles : langues, notes, dates, photos, vidéos, etc. Vous pouvez attribuer des mots-clés (tags) aux avis que vous souhaitez conserver et les archiver afin de les exploiter ultérieurement. Sur certaines



Les agrégateurs permettent de visualiser d'un seul coup d'œil l'ensemble des avis.

plateformes, vous pouvez créer une tâche (action) à partir de l'avis, et celle-ci peut être envoyée par e-mail à un destinataire. Une solution très pratique pour demander au chef de réception de vérifier tel ou tel point suite à un avis négatif, par exemple. Certaines de ces plateformes exécutent même une analyse sémantique des avis, pour dégager les éléments importants. Automatiques ou manuelles, ces analyses permettent,

par exemple, d'isoler et de quantifier les avis de personnes se plaignant du 'bruit' de la 'rue'.

E-RÉPUTATION ET RÉSEAUX SOCIAUX

Quelques-unes de ces plateformes permettent aussi de suivre votre e-réputation sur les réseaux sociaux, notamment Twitter, Facebook et Foursquare. Les avis peuvent être traduits directement dans l'interface. L'indice récapitulatif de satisfaction est disponible sous forme de widget (un petit bouton qui permet d'obtenir des informations). Vous pourrez alors l'afficher sur le site internet de votre établissement. Certaines plateformes permettent même d'afficher l'avis (ou les avis sélectionnés) sur votre site. Des alertes par e-mail sont paramétrables et les données sont bien évidemment exportables au format tableur ou PDF.

Les principales plateformes sont :

- ReviewPro, basée à Barcelone, interface en français disponible ;
- TrustYou, basée à Munich, interface en français disponible ;
- Revinate, basée en Californie, interface en anglais ;
- GuestBack est une société française (Paris) qui lance son outil de suivi de e-réputation. Elle associe à sa plateforme des services afin d'aider les hôteliers à résoudre leurs éventuels problèmes d'e-réputation.

Sans oublier RTReview de Ratetiger, eBuzz Connect, Review Metrix, Olery, etc.

Il est très important de prendre en compte un avis mis en ligne, que ce dernier soit favorable ou défavorable... c'est même l'occasion inespérée de pouvoir dialoguer avec votre clientèle, fidéliser l'existante et vous en créer une nouvelle à laquelle les avis positifs n'auront pas échappé.

Blog des Experts 'Web marketing : maîtrise commerciale et développement des ventes' sur www.lhotellerie-restauration.fr



L'innovation made in France
★★★★★

**CYBERHOTEL équipe votre hôtel
en réseau wifi aux normes
et en téléphonie Voip haut de gamme,
en un seul produit.**

⚠️ TOUTEFOIS, RIEN N'EST PARFAIT ET CERTAINS TROUVERONS CYBERHOTEL PAS ASSEZ CHER À L'ACHAT ET TROP ÉCONOMIQUE À L'UTILISATION.

<http://hotel.comdif.com> contact@comdif.com
 +33 (0)469665501 +33 (0)689816533