LA GESTION DES AVIS EN LIGNE CONTRIBUE À FAÇONNER LA RÉPUTATION DE VOTRE ENTREPRISE.

L'impact des avis en ligne sur votre réputation.

PUBLITECH

2

LES CONSOMMATEURS CONSULTENT LES AVIS EN LIGNE AVANT D'ACHETER OU DE S'ENGAGER AVEC VOTRE MARQUE.

En gérant votre réputation en ligne vous découvrirez comment :

les consommateurs vous ont trouvés

ce qu'ils recherchaient

ce qu'ils pensent de leur expérience avec votre marque et vos produits.

Vous pourrez également suivre ce que vos anciens clients pensent de vous et gérer les attentes de clients potentiels.

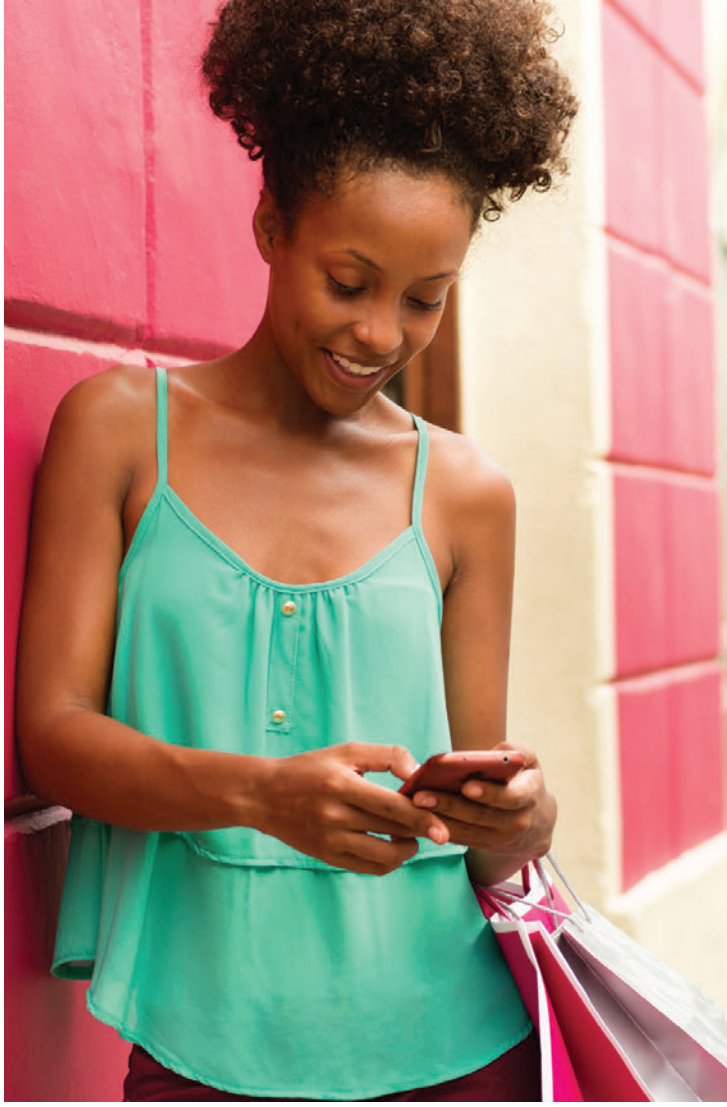
PUBLITECH

3

LES AVIS EN LIGNE FONT PARTIE DU PROCESSUS DÉCISIONNEL

Que ce soit pour choisir un nouveau restaurant, découvrir des endroits à visiter, ou encore pour trouver rapidement un plombier fiable, les avis en ligne permettent de vous démarquer.

Non seulement les usagers consulteront les avis en ligne, mais ils en écriront. Ils font partie intégrante du processus décisionnel des consommateurs.



63% des recherches locales sont effectuées par des personnes indécises cherchant un fournisseur ou un point de vente.

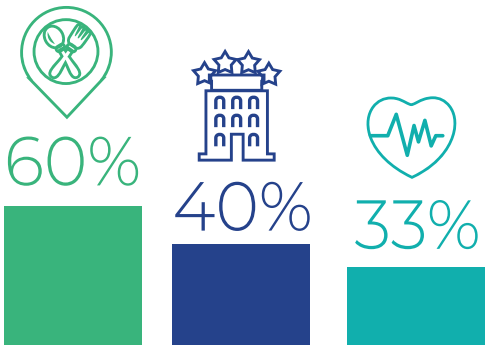
51% des acheteurs écrivent des avis en ligne.

88% des consommateurs font confiance aux avis en ligne avant d'acheter un produit.

4

QUELLES SONT LES ENTREPRISES LES PLUS CONSULTÉES POUR LEURS AVIS?

En Amérique du Nord, la consultation et/ou le dépôt d'avis en ligne a augmenté sur les pages liées aux **épiceries**, aux **centres sportifs** et aux **établissements pour personnes âgées**.



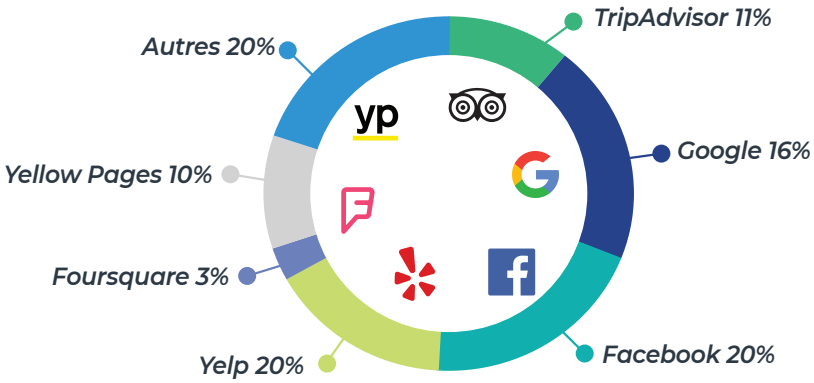
60% des personnes consultent des avis avant de choisir un restaurant, un bar ou un café. 40% d'entre elles le feront pour des hôtels et des auberges. Enfin, 33% des personnes consulteront les avis en ligne pour trouver un professionnel de la santé.

Il existe une corrélation entre la fréquence d'utilisation d'un produit et le nombre d'avis publiés. Plus un produit est utilisé, plus il y aura d'avis. La fréquence à laquelle nous devons trouver un bon restaurant, une épicerie ou un bar à proximité dépasse largement la fréquence à laquelle nous avons besoin de serruriers ou de comptables, par exemple.

Gérer sa réputation en ligne permettra aux entreprises de comprendre quel est le nombre, la fréquence et le contenu des avis qui inciteront le consommateur à faire confiance à sa marque.

Même si les consommateurs utilisent vos produits ou services sur une base peu fréquente, il est essentiel de leur procurer un environnement les encourageant à laisser un avis.

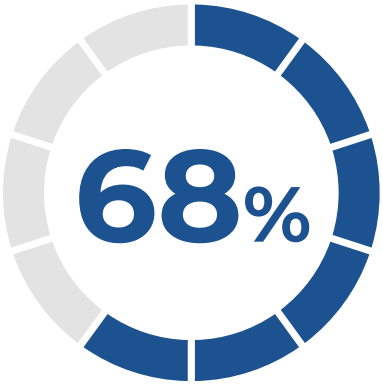
LES SITES D'AVIS EN LIGNE LES PLUS CONSULTÉS LORS DE RECHERCHES LOCALES



5 POURQUOI DOIT-ON GÉRER LES AVIS EN LIGNE ?

Les recommandations bouche-à-oreille transmises par un ami, un membre de la famille ou un voisin se situent dans le top des sources crédibles pour les consommateurs.

Une étude réalisée en 2015 par Nielsen a révélé que **83% des consommateurs considèrent le bouche-à-oreille comme la source la plus crédible**.



68% des consommateurs lisent **quatre avis ou plus** en ligne avant de décider de faire confiance à une entreprise

Lorsqu'une personne pense à faire un achat, elle demande conseil à une vraie personne.

Les avis en ligne sont l'équivalent des avis bouche-à-oreille des proches, mais sous forme digitale.

PUBLITECH

6 AMÉLIOREZ VOTRE CLASSEMENT SEO

Les moteurs de recherche récompensent les contenus mis à jour régulièrement. **Répondre aux avis aidera votre classement SEO**, ce qui, conséquemment, permettra aux acheteurs en ligne de vous trouver plus facilement.

Fait important, les consommateurs rechercheront le nom du produit avec le mot «commentaires» à côté.

Répondre aux avis aidera votre classement SEO.

PUBLITECH

7 COMMENT INCITER UN CONSOMMATEUR À LAISSER UN AVIS ?

FAITES SAVOIR À VOS CLIENTS QU'ILS COMPTENT POUR VOUS.

Solliciter les avis de vos clients démontre d'une part que vous avez confiance en vos produits. Ça permet également d'établir une relation avec vos clients. En demandant leur avis, vous montrez que vous vous souciez de ce qu'ils pensent et désirez qu'ils aient la meilleure expérience possible.

MÉFIEZ-VOUS DE LA NOTE PARFAITE

Une note parfaite de 5 étoiles n'est pas nécessairement souhaitable. Les consommateurs perçoivent souvent les évaluations de 5 comme étant trop belles pour être vraies.

8

LES AVIS NÉGATIFS INSPIRENT CONFIANCE

Les avis négatifs ont un impact positif quand ils permettent d'établir la confiance et l'authenticité de ces avis. Les consommateurs comprennent qu'un produit ne peut pas être parfait pour tous, et ils considèrent les critiques négatives comme un élément important dans leur processus de prise de décision.

Le nombre idéal d'avis

Combien faut-il d'avis pour que cela ait un impact sur un achat?

La réponse courte? Ça dépend. Le nombre idéal d'avis dépend de la longueur de ces derniers.

Lorsque les avis sont courts, il est plus important d'avoir plus de commentaires. À l'inverse, lorsqu'ils sont longs, le nombre d'avis importe moins.

9

GÉRER EFFICACEMENT LES AVIS

- L'authenticité et l'honnêteté du commentaire, s'il provient d'un client actuel, donnera confiance au consommateur.
- Les consommateurs lisent en moyenne 7 avis avant de faire confiance à une marque afin de s'assurer que les témoignages sont réels.
- L'équilibre entre la quantité et la qualité des avis est important. Trop de commentaires négatifs sur une petite quantité d'avis créeront une mauvaise impression.
- Avis négatifs. Tous les avis ne doivent pas être positifs. Les consommateurs sont plus enclins à acheter un produit affichant une note de 4,2 à 4,5 étoiles plutôt qu'une note de 5 étoiles. Les notes parfaites rendent les clients suspicieux. La majorité des consommateurs chercheront des avis négatifs afin de se faire une opinion sur l'authenticité des commentaires.
- Activez des campagnes d'échantillonnage de produits suite aux commentaires laissés par les consommateurs. Vous démontrerez que vous avez confiance en vos produits.
- Incitez les consommateurs à laisser leur opinion en ligne suite à leur achat. Rendez le processus aussi simple que possible pour générer le plus d'avis possible.
- Proscrivez toutes campagnes d'avis fictifs qui ruineraient votre marque pendant des années.
- Évitez de répondre aux commentaires à partir de réponses 'en canne'. Les consommateurs font confiance aux marques qui prennent le temps de répondre individuellement aux avis, avec empathie et respect.
- Analyse des avis. Suivez les avis reçus à travers des rapports détaillés.

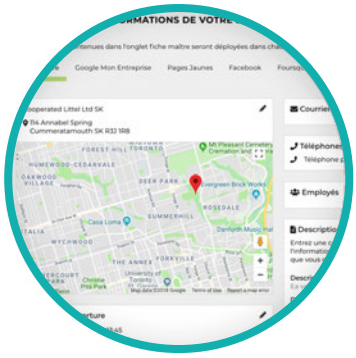
Sources :
http://spiegel.medill.northwestern.edu/
Think with Google
Search engine watch
Mailchimp

10

PUBLITECH EST CHEF DE FILE DANS LE DÉVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE DE PLATEFORMES RÉPONDANT AUX BESOINS MARKETING DE SES CLIENTS.

LOCALTRAC

La plateforme de marketing local LOCALTRAC permet de concentrer vos efforts sur les recherches locales en gérant vos inscriptions, doublons et commentaires.



Précision des données en ligne

Assurez-vous que votre fiche d'entreprise est conforme et uniforme dans l'ensemble de l'écosystème de recherche.

- Distribution automatique
- Mise en ligne immédiate sur les plateformes majeures
- Validation fréquente des fiches d'entreprise versus les valeurs de l'écosystème

Interagir avec les usagers

Gérez votre réputation en ligne sur les principales plateformes. Suivez et répondez rapidement aux commentaires de vos consommateurs sur les annuaires souscrits et ce, pour l'ensemble de vos succursales.

Mesurer le succès de la sensibilisation

Suivez la performance de vos succursales afin de savoir quand il est temps d'agir. Évaluez votre succès et partagez vos résultats via des rapports :

- Performances des succursales
- Rapport gestion de la réputation
- Rapport de position des mots clés locaux

PUBLITECH

Contactez-nous pour obtenir une DÉMO | publitech.com | 1.888.782.5472