



## Constat

73 % des voyageurs lisent en moyenne neuf avis par hébergement.

Part des clients consultant les avis en ligne en 2013 : 41%

Part des clients consultant les avis en ligne en 2020 : 76%

Part des clients consultant les avis en ligne en 2013 : 7%

Part des clients déposant un avis en ligne en 2020 : 47%

Si en moyenne, la note d'un hôtel baisse d'un point, son prix moyen baisse en moyenne de 11%

75% des clients pensent qu'il est important et rassurant que la direction d'un hôtel réponde aux commentaires des clients

22% des hôtels sur les 1900 de notre monitoring répondent peu ou pas aux avis des clients

## Objectifs pédagogiques

Donner des éléments concrets et pratiques pour :

- Aider les participants à prendre en compte **l'évolution de l'audience** des éditeurs d'avis en ligne et leur **influence croissante** dans le processus de réservation en ligne
- Situer la corrélation entre e-réputation, chiffre d'affaires et prix moyen
- Aider à conscientiser la **posture idéale du traitement de la satisfaction client**, dans la **mise en scène de soi** et dans la **rédaction des réponses aux avis**

## Plan de formation

1. Définition de la é-réputation et clarification du périmètre de la formation centrée sur la gestion à posteriori de la satisfaction client
2. Evolution des comportements des internautes
3. Description, particularités et position des leaders de la publication des avis en ligne
4. Principes comportementaux de traitement du mécontentement d'un client. Mise en pratique par des jeux de rôle
5. Réponse aux avis : Exercices pratiques et synthèse des bonnes pratiques
6. Faux avis et recours
7. Les principaux outils de gestion de la e-notoriété
8. People Management et construction de l'excellence

## Méthodes pédagogiques

- Recueil initial des attentes par questionnaire digital
- Equilibrer la présentation entre formulations didactiques, interrogatives ou participatives. Intégration de jeu de rôle et débriefing collectif
- Faire travailler les participants au niveau individuel sur la réaction de réponses aux avis à partir de cas concrets. Partage et échange critique sur les différentes réponses aux avis des participants
- Mesure de perception de la contribution de l'atelier à la pratique du métier. Mesure de satisfaction de la mise en œuvre pédagogique .

## Durée de formation

1 jours, soit 7 heures

## Intervenants



Didier Arnoult est fondateur de Coach Hôtels et expert en stratégie marketing, webmarketing et CRM.

Il a approfondi pendant 25 ans la distribution des produits de décoration pour les grands groupes de la distribution (Printemps, LVMH) avant de se spécialiser dans l'hôtellerie.

Comme opérationnel dans le secteur du Retail, il a géré de nombreuses situations d'insatisfaction client et a mis en place des 1995 des outils digitaux de mesure de la satisfaction.

Coach Hôtels propose à ses clients des modules de gestion de l'expérience client en partenariat avec un pure player de la e-réputation.

Contact : [d.arnoult@coach-hotels.com](mailto:d.arnoult@coach-hotels.com) tél. 01 42 08 65 79

