
Mémoire e-réputation

Ce mémoire est destiné aux participants à l'intervention de Thomas Yung lors des rendez-vous du tourisme numérique en Champagne, il ne fait sens que dans ce cadre.

1. **C'est la révolution numérique dehors, vous le savez**
2. Les clients parlent, partagent, ils produisent du contenu, c'est un nouveau marketing
3. Vous avez le droit de ne pas aimer, vous ne pouvez pas les ignorer
4. Ce marketing prend de l'importance dans le processus de sélection/réservation

5. **Il y a de nombreux enjeux et opportunités**
 - a. Accroître/améliorer la visibilité
 - b. Maîtriser l'information à propos de son établissement
 - c. Rétablir la vérité
 - d. Montrer que vous vous préoccupez du client, de son expérience
 - e. Faire du marketing
 - f. Se démarquer des concurrents, des OTAs
 - g. Déclencher des actes d'achats
 - h. Etc.

6. **Vous vous devez de gérer la e-réputation de votre établissement**
 - a. Réclamez et optimisez vos fiches
 - b. Surveillez (alertes) ce qui se dit sur vous
 - c. **Répondez aux avis, négatifs (tous) et positifs (certains)**
 - i. Analysez d'abord le profil du rédacteur
 - ii. Essayez de le contacter
 - iii. Reconnaissez le client
 - iv. Reprenez les éléments positifs
 - v. Décrivez la situation avec vos mots, de votre point de vu
 - vi. Montrez ce que vous avez fait pour résoudre le problème
 - vii. Montrez en quoi l'établissement s'améliore
 - viii. Ne vous excusez que s'il y a faute et utilisez alors le "je"
 - ix. N'hésitez pas à mettre les points sur les "i" (si nécessaire et élégamment)
 - x. Remerciez, invitez, ouvrez vers le futur, faites du "light" marketing
 - xi. Signez de votre nom, fonction, N° de téléphone
 - xii. Vous répondez pour l'audience plus que pour le rédacteur

 - d. Sollicitez, encouragez le partage (utilisez des outils, structurez-vous), collectez
 - e. N'envoyez pas uniquement vers une même plateforme tierce, diluez
 - f. Dénoncez les avis litigieux, faites-les supprimer