

Manuel de réponses aux avis clients



Introduction

Avant de prendre la décision d'acheter ou non.

61% des consommateurs français consultent les avis publiés avant d'effectuer un achat. Ils lisent en moyenne dix avis avant de prendre leur décision. Les Français privilégient les avis certifiés par un tiers de confiance sur le site de l'enseigne (87%). Suivent les avis collectés par un organisme indépendant et publiés sur une plateforme dédiée (77%), puis finalement les commentaires publiés sur les sites d'une enseigne sans tiers de confiance ni certification (61%). Il apparaît ainsi que les notions d'indépendance, d'authentification et de tiers de confiance sont fondamentales. Ces éléments ont un impact fort sur les réflexes des consommateurs qui pour 68 % s'assurent de l'authenticité des avis qu'ils lisent. Enfin, 83% des consommateurs sont prêts à s'investir en associant une preuve d'achat à la publication de leur avis.

Répondre aux avis clients

- Ne pas répondre à chaud « Flaming » se faire relire par quelqu'un avant de publier la réponse.
- Pas de réponse dans l'heure, mais dans la journée.

Si c'est 3 semaines plus tard ce n'est pas crédible.

- Préparer des réponses, attention aux fautes d'orthographe.
- Si vous récupérez le client cela devient souvent un très bon client

Pour les réponses négatives :

Bonjour MadameJe suis Lucile, Manager du Valentin dunkerque,

Tout d'abord je tiens à vous remercier pour votre visite dans notre salon et aussi pour les commentaires concernant notre travail, nous les prenons comme une critique constructive. Néanmoins :

- Je suis désolé de **l'attente**, je vous propose de vous appeler afin de vous présenter mes excuses et d'essayer de me faire pardonner en vous proposant
- Navré que cette **couleur** ne vous ai pas convenue, nous somme à votre disposition pour refaire un diagnostique et réaliser une nouvelle couleur gratuitement.
- C'est la première fois que vous venez dans notre salon, aussi La **couverture des cheveux blancs** n'était pas complète et nous en sommes désolé, je vous propose de venir dès demain afin de la refaire gratuitement
- Vous jugez le **balayage** trop ou pas assez clair ou jaune, Lucile a essayé de faire de son mieux, je comprends votre déception, pouvez-vous revenir vers nous au plus vite afin que nous puissions vous satisfaire gracieusement.
- Je suis navré que **la coupe** ne corresponde pas à vos attentes, ce que je peux comprendre, néanmoins j'aimerais pouvoir intervenir et reprendre gracieusement cette coupe et son coiffage dans les meilleurs délais
- Vous jugez **le tarif** trop élevé pour la prestation, je pense qu'effectivement il y a un malentendu sur le supplément cheveux longs, auriez vous la gentillesse de pouvoir passer afin que nous puissions régler ce désagrément...
- Toute l'équipe est ennuyée par ce désagrément, pouvez-vous nous amener le **chemisier taché** , un remboursement de celui-ci se fera dans les meilleurs délais
- Certaines **Allergies ou démangeaisons** peuvent intervenir, pouvez-vous revenir rapidement vers moi, je vous donne mon numéro de portable dans l'attente de votre appel....

En espérant sincèrement vous accueillir à nouveau et ainsi nous donner une chance de vous montrer notre savoir faire , Nous vous prions d'agréer madame, nos respectueuses salutations .

Pour les réponses positives :

- Chère Madame, toute l'équipe de [...] vous remercie pour ce très bon retour que vous avez pris soin de partager.
Nous sommes ravis de lire que vous avez tout particulièrement apprécié le professionnalisme et la gentillesse de nos équipes ainsi que la qualité de notre prestation.
- Je vous remercie pour ce retour. Je suis sincèrement heureuse d'apprendre que notre travail et nos efforts pour vous satisfaire ont été appréciés.
- Toute l'équipe de [Nom de votre salon] vous remercie pour votre message.
Nous nous réjouissons de savoir que vous avez apprécié nos [Nom de votre service].
Nous espérons vous revoir très bientôt dans notre salon.
- Merci pour votre avis très positif. Nous sommes ravis que nos services aient été à la hauteur de vos espérances ! N'hésitez pas à le faire savoir autour de vous.
- Merci pour votre avis et les compliments adressés à [Nom employé], la coiffeuse qui vous a accueilli hier.
Nous ne manquerons pas de lui transmettre. En espérant vous revoir prochainement dans notre salon.
- Nous ne pouvons pas vous remercier assez pour les aimables paroles sur nos services.
Votre avis est très important pour nous et nous fait savoir que nous sommes sur la bonne voie !
- Pour montrer notre appréciation, nous aimerions vous offrir une remise de 10% la prochaine fois que vous visiterez notre salon à [ville du client].
Nous avons vos coordonnées et vous recevrez votre coupon directement !
Au plaisir de vous revoir bientôt et merci encore !
- Nous avons été époustoufflés par vos mots positifs, nous apprécions vraiment le temps que vous avez pris pour écrire un avis aussi détaillé !
- Nous aimerions simplement vous remercier d'avoir pris le temps d'écrire cette critique. Chaque commentaire comme celui-ci fait beaucoup pour nous aider !
Merci pour vos aimables paroles sur [nom du membre du personnel], elle se souvient de votre visite et a hâte de vous revoir bientôt!

Un client mécontent a laissé un avis négatif sur votre établissement sur internet ?

Nous savons que c'est difficile à encaisser, surtout pour des professionnels qui, comme vous, ont à cœur de bien faire leur métier et de satisfaire leurs clients. Comme nous l'avons vu dans un précédent article sur la façon de réagir à un avis négatif, les avis négatifs ne signent pas l'arrêt de mort de votre commerce. Au contraire, ils peuvent paradoxalement devenir un atout pour votre établissement, à condition que vous sachiez comment les gérer.

Voici les 3 règles à respecter scrupuleusement pour transformer un avis négatif en opportunité de séduire de nouveaux clients.

1 - Ne laissez jamais un avis négatif sans réponse

Rien de pire que de ne pas répondre à un avis négatif. C'est le signe pour les internautes que vous êtes indifférent à la critique et que vous ne vous souciez pas de l'opinion de vos clients. Et n'oubliez pas que l'auteur de l'avis négatif a passé du temps à rédiger son commentaire et qu'il attend de vous que vous preniez en compte ses remarques. Il est donc indispensable de répondre à tous les avis négatifs. La plupart des sites d'avis comme Google, Pages Jaunes ou Yelp vous permettront de le faire gratuitement.

Répondez aux avis positif, cela montre votre engagement et votre professionnalisme.

2 - Répondez rapidement mais pas à chaud

Vos clients sont connectés, en particulier ceux qui vous laissent des avis sur internet. Ils peuvent donc savoir instantanément quand vous leur avez répondu. N'attendez pas plus de 48h pour répondre à un avis négatif. Si le commentaire a été laissé sur votre page Facebook ou sur votre fil Twitter, vous devez même répondre dans les heures qui suivent ! Pour autant, il est inutile de répondre « à chaud », sous le coup de l'émotion : vous risqueriez d'écrire des choses que vous regretterez par la suite et qui ne feront qu'envenimer la situation.

Son avis est une chance pour vous de savoir ce que peut-être d'autres clients ont pensé sans prendre la peine de le dire sur internet. Et n'oubliez jamais qu'en répondant à un avis, en réalité vous ne vous adressez pas à la personne qui l'a posté, mais à l'ensemble des internautes qui consultent le profil de votre établissement.

Les « Guides » sur Google

Google a lancé Local Guide. L'idée est d'attribuer un statut à chaque internaute ayant déposé au moins un avis ou une note ou une photo.

Pour les internautes avec un statut guide de niveau 4, on obtient le premier badge. Les badges permettent de rendre leurs publications plus visibles.

C'est pour cela qu'il faut faire d'autant plus attention à ces avis.

Si un de leurs avis est faux (vraiment), il est toujours possibles de le signaler à Google
-> Voir diapo 11.

3 - Restez professionnel en toutes circonstances

Être professionnel, c'est traiter tous les clients avec respect et prendre en compte toutes les remarques, sans jamais céder publiquement à la colère ou à l'agressivité. Soyez poli et courtois

Cela semble évident, et pourtant beaucoup de professionnels réagissent aux avis négatifs de manière agressive. Quoi qu'il arrive, il faut répondre avec calme et courtoisie. Si l'auteur de l'avis est de mauvaise foi, répondez poliment de manière factuelle mais sans jamais l'accuser de mentir ou le menacer.

Remerciez l'auteur de l'avis

Il vous a fait confiance en fréquentant votre commerce et a pris le temps de rédiger un commentaire. Vous devez le remercier pour cela et pour vous aider à améliorer la qualité de votre travail.

Présentez-lui vos excuses

Peu importe à qui est la faute : vous devez dire à votre client que vous êtes désolé de ne pas lui avoir apporté entière satisfaction. Reconnaissez qu'il y a eu un problème et ne cherchez pas à le diminuer. L'empathie est très importante, c'est un signe de professionnalisme pour les internautes qui consultent le profil de votre établissement.

Montrez que vous avez apporté une solution au problème exposé
Si vous avez dû prendre des mesures particulières pour traiter les dysfonctionnements rapportés, n'hésitez pas à les mentionner. Par exemple, si un client s'est plaint de la propreté de votre commerce, vous pouvez dire que vous êtes passé de 1 à 2 ménages quotidiens et que désormais votre établissement est propre à tout moment de la journée. Si vous n'avez pas encore eu le temps de remédier au problème, dites que vous êtes en train d'enquêter et que vous avez à cœur de trouver une solution au plus vite.

Dites que vous seriez heureux de le revoir dans votre établissement
Vous pouvez l'inviter à vous rendre visite à nouveau pour qu'il constate par lui-même les améliorations apportées. Vous montrez ainsi que vous n'êtes pas rancunier
Signez votre réponse

En tant que gérant ou manager du commerce, c'est à vous de répondre aux réclamations des clients. Indiquez vos prénom, nom et fonction à la fin de votre réponse, ainsi que votre adresse e-mail personnelle pour montrer que vous êtes ouverts à la discussion « offline ».

Soignez la syntaxe et l'orthographe !

Les fautes de grammaire ou d'orthographe sont rédhibitoires : faites relire votre réponse et corrigez les fautes éventuelles avant de la publier, autrement vous risquez de ruiner tous vos efforts pour mettre en avant votre professionnalisme.

Une réponse-type pourrait ainsi être structurée de la manière suivante :

« Bonjour Monsieur/Madame,

Je vous remercie d'avoir pris le temps de rédiger un avis sur notre établissement. Cela nous permet d'identifier les points sur lesquels nous devons progresser et d'améliorer ainsi notre qualité de service.

Je suis désolé que votre expérience dans notre établissement n'ait pas été à la hauteur de vos attentes. Sachez que la satisfaction de nos clients reste notre priorité absolue. Concernant le problème que vous avez rapporté, nous avons pris les mesures nécessaires pour qu'il ne se reproduise plus : [description des actions mises en place]. J'espère que cet incident n'aura pas entamé votre confiance envers notre établissement et que nous aurons le plaisir de vous accueillir à nouveau prochainement.

Cordialement,

[Prénom] [Nom] Gérant de [l'établissement X] [Adresse e-mail de contact] »

Entrez en contact directement avec l'auteur de l'avis mails ou telephone

Une fois que vous avez publié votre réponse, vous devez contacter l'auteur de l'avis afin de l'informer de vive voix des améliorations que vous avez mises en place et de vous assurer qu'il n'y a pas d'autres problèmes qu'il n'aurait pas rapporté dans son commentaire. Cet échange peut être très riche en enseignements pour votre commerce. C'est surtout le moyen de désamorcer un conflit public : en contactant directement ce client par e-mail ou par téléphone, vous rendez plus personnelle la gestion du problème et vous évitez un effet d'escalade sur les sites d'avis ou les réseaux sociaux. Répondre à un avis négatif est donc une nécessité pour préserver l'image de votre commerce, mais attention à bien le faire dans les règles de l'art !

Signaler un avis Google


Consignes

- Ne signalez que les avis qui ne respectent pas les règles de Google,
- et non ceux avec lesquels vous n'êtes pas d'accord ou que vous n'appréciez pas.
- Étant donné qu'il n'existe pas de méthode fiable pour définir qui a raison au sujet d'une expérience utilisateur spécifique, Google ne prend pas parti lorsqu'un établissement et un client sont en désaccord sur un fait.
- Soyez patient. L'examen d'un avis peut prendre plusieurs jours.

Etapas :

1. Sur votre ordinateur, connectez-vous à [Google My Business](#).
2. Sélectionnez l'avis que vous souhaitez signaler :

Ouvrez l'établissement que vous souhaitez gérer. Dans le menu de gauche, cliquez sur Avis.

1. Au niveau de l'avis que vous souhaitez signaler, cliquez sur Plus  > Signaler comme inapproprié.