

Gérer sa e-réputation

Formacode : 15079

Public concerné : Dirigeants, chefs de service, équipe commerciale, équipe de réception, revenue manager

Prérequis :

- ✓ Maîtrise de l'outil internet
- ✓ Avoir un accès à ses plateformes de e-réputation (TripAdvisor, Booking, Google, etc)

Objectifs pédagogiques :

- ✓ Utiliser les sites d'avis consommateurs comme vecteur de vente : TripAdvisor
- ✓ Mettre en œuvre une stratégie de marketing relationnel avec ses clients
- ✓ Gérer et surveiller l'e-réputation de son établissement : gestion des plaintes, réponses clients efficaces
- ✓ Faire de ses meilleurs clients des ambassadeurs.

Durée du stage : 2 jours / 14 heures

Effectif minimum et maximum : 5 à 8 personnes (inter) - 2 à 8 personnes (intra)

Méthodes pédagogiques : Une pédagogie pratique et participative axée sur des exemples concrets, mise en situation et exercices pratiques. Support sous forme de diaporama commenté. Après chaque exercice, débriefing et mise en lumière des points à améliorer, des points clés à connaître, à vérifier, à utiliser, à éviter...

Modalités d'évaluation :

- ✓ En début de formation : Test de niveau sous forme de QCM
- ✓ En cours de formation : Exercices en situation
- ✓ En fin de formation : Test d'évaluation sous forme de QCM

Formatrices : Carole TORLASCO ; Brenda ESPINOSA

Interlocuteur :

Mme KARNEEV Carine
Chef de projet Formation au : 01 44 84 44 07

Programme de formation :

Introduction :

- La révolution de la conversation, l'e-réputation active
- Définition de l'e-réputation
- Les lieux de l'e-réputation

Gérer la réputation de son établissement

- La nécessité de gérer
- Les bienfaits de la gestion
- L'influence sur les consommateurs
- Répondre à un avis négatif, à un avis positif
- Que faire des avis ?

Le cas TripAdvisor

- L'interface propriétaire de TripAdvisor
- Le cas TripAdvisor et son mode de fonctionnement
- Les cas de suppression d'un avis
- Avantages/inconvénients, bienfaits et limites

Mieux performer grâce aux avis clients

- Faire des ventes directes grâce à l'e-réputation
- Les opportunités marketing : injecter de l'humain, remettre le voyageur dans la relation, partager le territoire, faire rêver pour déclencher la réservation
- Incitez le partage : quel message, à quelle cible, quand ?
- Les outils de l'e-réputation

Ateliers pratiques

- Réclamer ses fiches TripAdvisor, Yelp, Trivago... et enrichir leur contenu
- Rédaction de réponses (de la simple réponse au lyrisme)
- Stratégie de collecte d'avis
- Procédures et outils à mettre en place

Modalités d'inscription :

Nombre de participants : 2 à 8
Durée du stage : 2 jours
Coût / jour : à partir de 1200€ HT
Typologie de formation : INTRA-ENTREPRISE

Nombre de participants : 5 à 8
Durée du stage : 2 jours
Coût / personne / jour : à partir de 350€ HT
Typologie de formation : INTER-ENTREPRISE