

GOURETTE EAUX-BONNES AUBISQUE

Accompagnement des
partenaires
« Spécial E-Tourisme »
Avril 2020





Bonjour à tous,

Conscients que la période que nous traversons actuellement est inédite et impacte fortement notre secteur d'activité et dans le but de vous accompagner au mieux, nous vous proposons ce guide spécial « E-Tourisme ».

Dans ce document, vous trouverez des conseils en matière de E-Tourisme que vous pourrez mettre en place dès maintenant afin d'améliorer votre présence sur internet. Vous trouverez également quelques bonnes pratiques à réaliser pendant et après la crise actuelle.

Portez-vous bien et à bientôt,

L'équipe de l'Office de Tourisme

AU SOMMAIRE



Les réseaux sociauxp.3



Gérer ses avis et sa e-réputation.....p.8



Améliorer sa présence sur internet.....p.11

LES RÉSEAUX SOCIAUX

■ INTRODUCTION

Pourquoi utiliser les réseaux sociaux ? Être présent sur les réseaux sociaux vous permettra différentes choses :

- Promouvoir votre marque ou votre établissement (marketing)
- Avoir une communauté et être en lien direct avec la clientèle
- Attirer la curiosité des personnes et accroître votre audience (et donc le nombre de clients possible ...)
- Démontrer votre expertise dans votre domaine

■ QUELQUES BONNES PRATIQUES

Quelques idées de publication pour Facebook

Vous pouvez commencer par poster 3 posts par semaine. Par exemple :

- Un post « marketing » : photo d'un plat, d'une activité, d'une chambre bien décorée ... L'idée est de donner envie à des clients potentiels de s'intéresser à vous avec du contenu de qualité. Vous pouvez aussi faire des posts pour annoncer des bons plans et réductions.



Un joli plat, quelques accessoires pour une belle composition et un éclairage bien maîtrisé nous donnent une photo alléchante et de bonne qualité

©<http://thehungrywarrior.de/>



- Un post « vie d'entreprise » : vous avez engagé une nouvelle personne dans votre entreprise ? C'est le moment de la mettre en valeur au travers d'une publication ! Ou vous pouvez tout simplement commencer par présenter vos employés actuels. Vous faites des travaux importants ou améliorer vos services ? Parlez-en également ! L'idée est d'humaniser votre entreprise pour que vos *followers* puissent s'identifier à vous.



Un post Facebook peut être un très bon moyen de recruter une nouvelle personne

- Un post « actualité » : vous pouvez aussi vous servir de ce compte pour promouvoir la vie locale et être de véritables ambassadeurs de la destination en relayant par exemple, des informations d'autres comptes.

Quelques idées de publication pour Instagram

Comme pour Facebook, vous pouvez publier 3 fois par semaine. Souvenez-vous que le plus important est la qualité et non pas la quantité. Bien sûr, il n'est pas non plus question de publier 1 seule fois par mois. A vous de trouver votre équilibre !





Instagram, comme vous le savez probablement déjà, est un réseau qui mise tout sur la photographie. Il va donc falloir travailler vos qualités de photographes !
Idéalement, les photos doivent être prises en format vertical, format adapté aux téléphones. Rappelons que désormais, la majorité des gens utilise les smartphones pour se connecter aux réseaux et non plus les ordinateurs.

Concernant le contenu, même si la qualité doit être au rendez-vous, essayez d'être sincère et authentique dans votre démarche. Les visiteurs le sentiront forcément !

Voici quelques exemples de comptes Instagram à suivre selon votre secteur d'activité. Bien sûr, l'idée n'est pas de copier sur eux mais de s'inspirer. D'ailleurs, si vous souhaitez créer un compte Instagram, pensez à vous abonner à d'autres comptes pour avoir un œil sur ce que fait la concurrence.

➤ **Restauration**

[@chezvincentetnicolas](#)



[@restaurantjulienruege](#)



[@pnyburger](#)

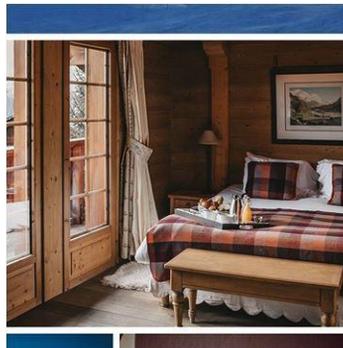


➤ **Hôtellerie**

[@hoteldes3vallees](#)



[@hehhotels](#)



[@uxua](#)





➤ Loisirs

[@allwatermimizan](#)



[@canipel](#)



[@akira.tanaka.canyoneer](#)



Une autre bonne pratique est de créer un # (Hashtag) au nom de votre entreprise. Vous pouvez le rajouter sur votre description de page. Cela permet aux personnes de poster des photos en vous identifiant plus facilement.

Vous pouvez également utiliser des # lorsque vous publiez une photo sur votre compte en prenant les mots clés les plus intéressants selon votre domaine d'activité afin de cibler les personnes que vous souhaitez attirer.

Des sites internet permettent de connaître les mots clés les plus adaptés et les plus à la mode :

- [Hashtagify](#)
- [Talkwalker Social Search](#)

Vous trouvez l'utilisation des réseaux sociaux trop chronophage ? Pas de panique, il y a toujours possibilité de s'organiser ! En effet, certains logiciels permettent d'organiser vos publications en avance et de créer de véritables calendriers. De cette manière, vous pouvez, par exemple, créer toutes vos publications de la semaine le lundi et être tranquille pour le reste de vos journées. Voici quelques logiciels qui peuvent vous aider dans votre organisation :

- [Facebook](#)
- [Hootsuite](#)
- [Buffer](#)





■ LES RÉSEAUX SOCIAUX PENDANT LA CRISE

Avec le confinement, de nombreuses personnes sont bloquées chez elles et passent donc plus de temps sur les réseaux sociaux. L'audience sera donc plus importante et il ne faudra pas rester inactif sur les réseaux.

Voici quelques conseils pour publier sur les réseaux pendant la crise :

- faites preuve d'empathie : c'est le moment de créer des relations avec les utilisateurs
- Sortez du « marketing » durant cette période
- Préférez des publications divertissantes, proposez des activités ou des jeux, montrez votre engagement pendant la crise etc

Notez que les utilisateurs seront certainement moins exigeants avec la qualité du contenu (on se doute qu'en période de confinement, vous ne pourrez pas sortir faire de belles photos ou vidéos).

Vous pouvez également profiter de cette période pour investir d'autres réseaux comme LinkedIn.

On effet, sur LinkedIn, vous pouvez créer une page entreprise depuis votre compte personnel, un bon moyen de suivre les actualités concernant votre domaine et de vous faire connaître.



GÉRER SES AVIS ET SA E-RÉPUTATION

■ POURQUOI RÉPONDRE AUX AVIS ?

Pourquoi est-il nécessaire de répondre aux avis clients ? Que ce soit sur TripAdvisor ou Google My Business, il est souvent contraignant de répondre aux avis. On pense, à tort, que cela ne sert à rien. Pourtant, répondre aux avis peut vous permettre de :

- Maîtriser l'information à propos de votre établissement et rétablir la vérité
- Remettre le client au centre de la relation
- Montrer son engagement et sa réactivité (= établissement digne de confiance)
- Profiter de cette audience qualifiée et attentive pour faire du marketing

■ RÉPONDRE AUX AVIS : QUELQUES CONSEILS

Répondre à un avis client, surtout lorsqu'il est négatif, requiert de suivre une procédure :

- Ne pas répondre sur le vif à un avis négatif, laissez passer quelques heures, le temps de « digérer » la mauvaise nouvelle qui fait forcément toujours un peu mal...
- Essayer de contacter le rédacteur en message privé pour obtenir plus d'informations : cela peut vous permettre soit de régler le problème et d'aboutir à un accord soit de voir que la personne ne répond pas et qu'elle est donc de mauvaise foi. Dans les deux cas, cela pourra être écrit dans votre réponse publique

ex « J'ai bien pris connaissance du problème rencontré lors de votre séjour dans notre établissement, j'ai d'ailleurs essayé de vous contacter à plusieurs reprises mais vous ne m'avez jamais répondu. »

Au travers de cette réponse, on voit que le gérant réussit à tirer la situation à son avantage en faisant passer le client pour une personne de mauvaise foi.

- Ne pas hésiter à regarder le profil de la personne pour avoir des informations sur elle. Ainsi, si la personne ne met que des avis négatifs et cherche constamment à nuire aux établissements, vous pouvez le signaler et l'indiquer dans votre réponse. Regardez également les gammes d'établissement dans lesquelles elle a l'habitude d'aller : si d'ordinaire, elle ne va que dans des 5 étoiles, il est normal qu'elle ne soit pas satisfaite dans votre 2 étoiles. Là également, rappelez le dans votre réponse.





Lorsque vous écrivez votre réponse :

- Utilisez le « nous » pour parler au nom de l'équipe. Lorsque vous vous excusez et si vous êtes le gérant de l'entreprise, préférez le « je ».
- Ne s'excuser que si on a fait une faute. Certes, il faut respecter le client mais il ne s'agit pas non plus de lui être soumis.
- Remercier le client en lui faisant se sentir « unique » et en employant une formule du type « Je me souviens très bien de vous ».
- Si le client critique différents éléments de votre établissement / entreprise, ne choisissez que 1 ou 2 éléments pour formuler votre réponse. Là encore, il s'agit de ne pas sembler devoir s'excuser de tout.
- N'hésitez pas à montrer comment vous avez résolu le problème et que l'établissement s'améliore.
- Évitez une réponse froide et restez sincère, authentique et chaleureux.

■ EXEMPLE DE RÉPONSES

Un réponse efficace qui répond parfaitement bien au commentaire négatif



Avis de Pierricolp
04 oct. 2017

Catastrophique



Ayant réservé une chambre à 140€ un mois auparavant, on me met dans une cage à poules mansardée avec une cabine de douche et le lavabo dans la chambre. Aucune autre possibilité de chambre dixit la réceptionniste. Une gouttière pdt la nuit pas loin de la tête de lit + le manque de réseau dans la salle petit déjeuner...

Bien sûr, aucun geste commercial lors de mon départ, je ne retournerai pas à cette adresse

Bonjour Pierricolp.

Nous vous remercions d'avoir partagé votre avis.

Vous avez choisi pour votre séjour une chambre "La Parisienne", thématisée sur le Paris des années 80's et qui mesure 11m², je regrette qu'elle ne vous ait pas convenu.

Nous aurions été ravis de vous en attribuer une autre, mais malheureusement nous affichions complet.

Notre politique est de vous satisfaire et de vous faire plaisir en toute circonstance.

Pour une chambre plus spacieuse, n'hésitez pas à demander nos chambre de type "Amélie-melo", qui mesurent 14m² et offrent une vue sur les toits parisiens depuis le 5e étage !

A bientôt à Paris,

La direction





Un réponse qui va encore plus loin

Cher Monsieur,

Je suis Cindy la directrice de l'hôtel, et je tiens tout d'abord à vous remercier d'avoir pris de votre temps pour partager cet avis. C'est avec regret que je lis que votre chambre vous semblait trop étroite. Nous avons bien évidemment réglé ces déconvenues de réseau insuffisant, et de gouttière bruyante après lecture de votre message.

Vous avez eu l'occasion de rencontrer en réception Stéphanie, véritable couteau suisse de l'hôtel et toujours bienveillante, elle est avec nous depuis maintenant 8 ans.

Vous avez bien fait de venir la voir, car notre objectif est que vous passiez un séjour serein et confortable, avec à votre service nos équipes. Elle était désolée de ne pas pouvoir vous faire visiter une autre chambre puisque nous étions complets.

Habituellement, la chambre "La Parisienne" plaît à nos amoureux en halte à Paris, et à nos chers voyageurs d'affaires en quête de bon rapport qualité-prix.

Je suis la première navrée de lire que vous ne souhaitez pas revenir chez nous, car je suis persuadée que nous avons la chambre idéale pour vous.

Notre chambre "~~Amélie-melo~~" a été décorée par mon mari et moi, très mignonne et typiquement ambiance "Montmartre", elle offre également plus de superficie avec 14m.

N'hésitez pas à me contacter directement si vous souhaitez en savoir plus, je reste à votre écoute !

Cindy

Directrice de l'Hôtel XXXX à Paris

01 00 00 00 00

Exemples fournis par Thomas Yung de
l'entreprise « [My Hotel Reputation](#) »

■ QUELQUES CONSEILS PENDANT LA CRISE

Durant cette période de crise et de confinement que nous sommes en train de traverser, de nombreux clients vont chercher à se faire rembourser et à annuler leurs réservations. D'autres vont également avoir du mal à organiser et à réserver leurs prochaines vacances, il va donc falloir les rassurer.

- Dans vos réponses, si des clients se plaignent, expliquez simplement et logiquement vos politiques d'annulation et de remboursement en vous appuyant sur un article de loi.

(Nous veillons à vous envoyer toute la documentation référente au COVID-19 dès que nous recevons des nouveautés, si jamais vous n'avez rien reçu, n'hésitez pas à nous contacter)

- En sortie de crise, ne pas hésiter à utiliser vos réponses pour rassurer votre clientèle et indiquer que votre établissement est ouvert.

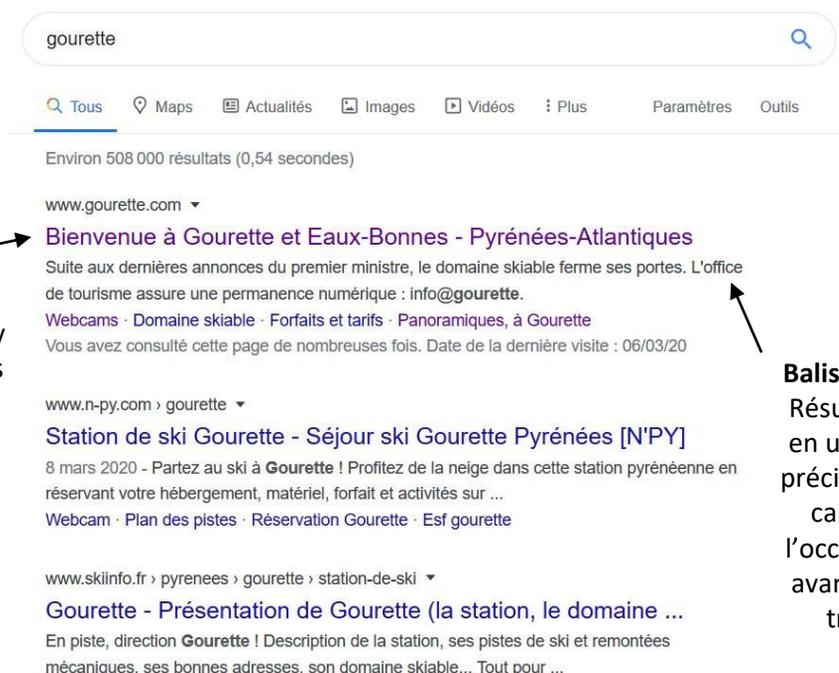


Améliorer sa présence sur internet

■ CONSEIL POUR AMÉLIORER SON RÉFÉRENCEMENT

Si vous avez la main sur votre site web, il vous est déjà possible d'améliorer votre référencement. Pour cela, il suffit juste de suivre quelques règles simples :

- Choisir des mots-clés sur lesquels vous souhaitez vous positionner et les utiliser régulièrement sur votre site.
- Créer un contenu de qualité (pour un site à vocation commercial, 250 mots minimum sont requis sur chaque page)
- Soignez vos titres de pages. Pensez à y intégrer un mot-clé et lorsque vous rédigez vos titres, faites attention aux balises « Hn » (celles qui vous permettent de régler la taille de vos titres). Le titre principal de la page doit toujours être du H1, le sous-titre en H2 puis H3 etc.
- N'hésitez pas à surligner les mots importants en gras
- Soignez la balise Title et Métadescription de vos pages (cf photo ci-dessous)



Balise Title
Faites en sorte d'y indiquer vos mots clés (nom d'entreprise, situation géographique)

Balise MétaDescription
Résumez votre activité en une phrase claire et précise en moins de 160 caractères (ici c'est l'occasion de mettre en avant une information très importante)





A noter qu'il existe deux types de référencement :

Le référencement naturel (appelé *SEO* pour *Search Engine Optimization*), il s'agit d'actions à mettre en place sur votre site web, comme montrées précédemment, pour optimiser la visibilité de vos pages web.

Le référencement payant (appelé *SEA*, pour *Search Engine Advertising*), il s'agit d'outils de promotion et de publicité comme par exemple Google Ads.

Si vous êtes intéressé par ce domaine, n'hésitez pas à suivre les cours en ligne sur la plateforme de [Google OpenClassrooms](#).

■ VOTRE SITE INTERNET PENDANT ET APRÈS LA CRISE

Pendant cette période de confinement, il est important de continuer à informer sa clientèle afin de la rassurer et de lui montrer que vous êtes toujours actif.

Sur la page d'accueil, vous pouvez par exemple, indiquer vos modalités de remboursement ou de report pour que le client trouve les informations sans problème.

Lorsque le confinement prendra fin, n'hésitez pas à informer sur votre site de la poursuite de votre activité ou de la réouverture de votre établissement grâce à un message positif et accueillant.

■ S'INSCRIRE SUR DES PLATEFORMES DE RÉSERVATION

Ces plateformes peuvent être un bon moyen de gagner en visibilité sur internet et d'attirer davantage de personnes. Par contre, cela concerne uniquement les activités de loisir. Voici quelques sites reconnus :

- [Airbnb Expérience](#)
- [Viator](#)
- [Get your Guide](#)

■ PENSEZ AUX ANNUAIRES EN LIGNE ET SITES SPÉCIALISÉS

Certains sites répertorient des activités selon leurs propres critères. Ainsi, si vous organisez des activités pour les EVJF (Enterrement de Vie de Jeune Fille), il peut être intéressant de faire en sorte d'apparaître sur leurs sites internet. Voici quelques exemples de site qui pourraient vous être utiles :

- Pour les randonnées : [OutdoorActive](#)
- Pour les activités de groupes (Par exemple les EVJF/EVJG) : [evjf.org](#)

Selon votre domaine, essayez de trouver les sites adéquats.





POUR CONCLURE

Afin de mieux comprendre vos besoins et pour savoir si ce petit guide vous a été utile, vous pouvez vous rendre sur le lien ci-dessous et répondre au questionnaire.

Cela ne vous prendra que quelques minutes !

[Je répons au questionnaire](#)

CONTACT

L'OFFICE DE TOURISME ASSURE UNE PERMANENCE
NUMÉRIQUE À CETTE ADRESSE :
INFO@GOURETTE.COM

