



**Thème :** *Comment gérer sa e-réputation?*

**Date :** le 28 novembre 2013

**Lieu :** SupAgro - Florac

**Durée :** 1 journée

**Intervenant :**

Vivian VIDAL- cabinet 4V

## **Contexte :**

Les adhérents de l'association Cévennes écotourisme sont des professionnels du tourisme engagés pour l'écotourisme. Leur engagement se traduit par des actions concrètes et propres à chacun d'entre eux, sur les plans environnementaux, sociaux et économiques.

La promotion de leur structure et de leurs actions pour l'écotourisme sont importantes, à la fois pour un développement économique, mais aussi pour sensibiliser le grand public à une autre forme de tourisme.

Pour ce, il semble indispensable d'avoir un site internet comme vitrine de leur prestation touristique, dans une époque où internet est un outil essentiel du quotidien de nombreux foyers.

Via internet, les médias sociaux et les sites d'avis représentent de nouveaux moyens de communication et de promotion, permettant de toucher un public large et diversifié, et pouvant être un bon instrument de veille. La liberté d'expression constitue la base de notre société.

Certains adhérents de Cévennes écotourisme aimeraient connaître d'avantage ces médias, afin de se positionner dans leur utilisation, pour en faire un usage efficace et non chronophage.

Cette formation est proposée pour répondre à ce souhait.

## **Objectifs :**

- Comprendre les enjeux du web 2.0: médias sociaux, forums, blogs, sites d'avis, etc..
- Acquérir une connaissance des différents médias sociaux et des sites d'avis et des utilisations possibles.
- Etre en veille, surveiller sa e-réputation.
- Savoir comment prendre la mail sur sa présence sur les sites d'avis.

## **Liste des participants :**

Martial Paulet, Hôtel des gorges du Tarn  
Séverine Kieffer, Gîte de Valès  
Julie Coulomb, OT de Florac- Ispagnac  
Eric Persegol, Gîte de la Lusette  
Stéphanie Schirmer, Le Mimentois  
Sandrine Bellaton, Village de gîtes de Blajoux  
Danielle Dumarcet, Gîte la Devèze  
Anne-Laure Saby, chargée de mission, Cévennes Ecotourisme

## Déroulement de la journée :

### 09h - 12h30 : Généralités sur la e-réputation

- les forums et blogs
- les réseaux sociaux
- le partage multimédia
- les avis clients

### 14h - 17h30 : Ateliers de mise en pratique

- Création de compte google:
- Création du profil google + avec la page google + local
- Création d'une déclaration Trip Advisor

## La journée de formation :

**Tour de table des présents. Chacun présente son usage et son niveau de connaissance actuel d'internet (site internet, site d'avis, réseaux sociaux...)**

## LES MEDIAS SOCIAUX

---

### Le Web 2.0, c'est quoi ?

C'est une évolution du web 1.0 (simple site internet).  
Le Web 2.0 est basé sur la notion d'interaction (blog, réseau social).  
Les valeurs centrales sont l'échange, le partage et la discussion.

### Quelques définitions :

**E-réputation:** C'est l'image que l'internaute se fait de vous, de votre structure à travers ce qu'il voit sur internet. Cela correspond aux images/ photos de votre structure + les avis des clients.

**Médias sociaux :** ensemble de services permettant de développer des conversations et des interactions sociales sur internet. Il faut travailler les médias sociaux autant que le site web qui ne suffit plus aujourd'hui.

**Forum:** média social avec des discussions générales (le routard, lonely planet, doctissimo)

**Blog:** média social avec thématique plus ciblée. Cela regroupe plutôt des passionnés.

**Le partage multimédia:** Partage de photos et de vidéos sur des sites tels que Flickr, Youtube.

### Des chiffres :

- 28 M de français utilisent Facebook
- 50% des séjours se vendent en ligne
- Dans 80% des cas, la femme prend la décision pour les vacances.

- 70% des personnes consultent les avis

## **Guide des bonnes pratiques des médias sociaux**

### **La veille**

Faire de la veille permet de se faire une e-reputation. Cela permet d'acquérir des éléments d'information pour sa stratégie marketing sur son établissements, ses concurrents, son environnement ...

#### **Outil de veille :**

Il savent à connaître où et quand on parle de vous.

[Google Alertes](#) : Outil pour savoir ce que l'on dit de vous sur internet. On choisit son/ses mots clefs ainsi que la fréquence voulue à laquelle on souhaite que google nous envoie des informations. Possibilité de créer plusieurs alertes. Il faut créer une google alert sur son nom commerciale à minima.

## **Facebook**

---

### **Profil Facebook**

- Pour une personne physique
- Limité à 5000 amis

### **Page Facebook**

- Destinée aux personnes morales
- Pas de limitation de fans (attention il vaut mieux ne pas avoir trop de fans mais que ceux-ci soient actifs)
- Espace de discussion différent du site web, possibilité d'utiliser un ton plus décalé
- Demande un suivi, il faut communiquer souvent

### **Quels intérêts à agir?**

- Se créer une communauté
- Disposer d'un canal de communication différent de son site web
- Fidéliser ses clients
- Toucher de nouvelles clientèles
- Avoir un panel de clients
- Avoir une base de sympathisants pour combattre un avis négatif

#### Règle de publication:

Dois-je publier ceci sur mon site web ou ma page Facebook?

Conserver la même ligne éditoriale (exemple: tous les mardi, je publie une recette)

Regarder le taux d'interaction sur sa page

Avoir du temps à y consacrer car média exigeant

### **Comment développer son nombre de fans?**

- par l'intermédiaire de son profil via la fonction "recommander à des amis"
- promouvoir l'adresse de la page sur tous les supports
- intégrer une fan box sur son propre site internet
- utiliser la publicité sur facebook (payant)

## Le partage multimédia

---

Le visuel a une réelle importance quand on choisit une prestation touristique. Les visuels aident à avoir une visibilité ailleurs.

Penser à partager les visuels mais ne pas les mettre uniquement sur le site web.

Mettre vos vidéos sur votre site web et sur Youtube (se créer un compte Youtube grâce à son compte Google).

## Les avis clients

---

### Règles à respecter:

- Prendre la main sur sa présence
- Etre en veille
- Répondre (le devoir professionnel)
- Pousser les clients à laisser des avis (envoyer un mail après leur venue)
- Intégrer des avis dans votre site web (essentiellement pour hébergement)

### Répondre à un avis

- Adopter la "zen attitude"
- Acter la réponse
- Raisonner en tant que client et non en tant que prestataire
- Penser que vous ne répondez pas à un seul internaute mais au millier d'internautes qui vont lire votre commentaire

Penser à aller consulter des didacticiels sur le blog: <http://www.iceranking.com>

## En annexe: présentation sur Trip Advisor et conseils

## Le compte Google

---

- Se créer un profil google + (réseau social)
- Remplir au maximum son profil (exemples: photos toujours avec des descriptifs)
- Créer une page google + local pour être localisé sur une carte

La déclaration google + local sert aux utilisateurs de smartphones.