



ENJEUX ET GESTION DES AVIS EN LIGNE PAGESJAUNES

LE 4 DECEMBRE 2015

Agenda

- **Présentation rapide du groupe**
- **Les enjeux de l'e-réputation**
- **La certification AFNOR : démarche et résultats**
- **Les bonnes pratiques pour gérer son e-réputation**



PRESENTATION RAPIDE DE SOLOCAL GROUP



Solocal Group en résumé



- **4 marques phare : PagesJaunes, Mappy, Ooreka, AVendreALouer**
- **N°1 européen de la communication locale digitale : ~1 milliard d'€ de CA en 2014**
- **Le digital est notre principal vecteur de revenus et de croissance :**
 - + de 77% du CA du Groupe
 - +4,8% de croissance en T2 2015
- **Partenaire privilégié en France de Google, Microsoft, Yahoo!, Facebook et Apple**
- **N°5 des audiences Internet en France**
- **Près de 800K avis sur plus de 2000 rubriques**

LES ENJEUX DE L'E-REPUTATION



Les avis, un contenu d'aide au choix indispensable pour les internautes

92%

- Des consommateurs lisent les avis en ligne avant tout achat ou réservation

96%

- Des internautes sont influencés par l'e-réputation de la marque lors d'un achat

88%

- Des consommateurs se font une opinion après avoir lu entre **1 et 10 avis** contre 84% en 2014.

Source enquête sur les avis des consos en ligne agence Bright local 25.08/15

Source : sondage IFOP "réputation VIP : l'influence de l'e-réputation sur l'acte d'achat", mars 2015

Les avis, un critère de search en croissance

De plus en plus d'internautes / mobinautes incluent le mot clé «Avis» comme critère de recherche dans les moteurs

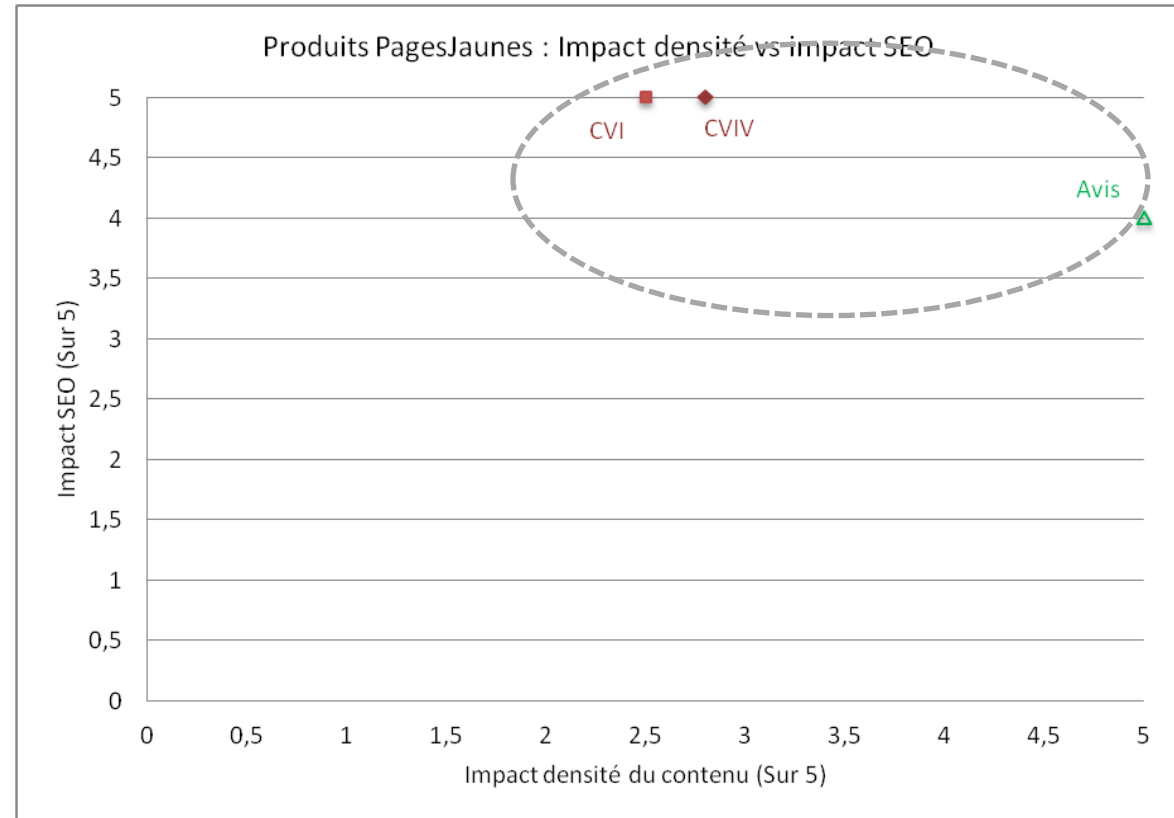
Exemple : requête « restaurant avis » *



Les avis, un levier pour accroître votre visibilité sur les moteurs

Pour optimiser son référencement naturel sur Google :

- Des contenus riches
- Des contenus dynamiques



○ Produits ayant le plus d'impacts SEO

→ Les avis et les réponses des professionnels (DDR) représentent un contenu clé pour apporter cette densité et qualité sémantique

Les avis, une opportunité d'optimiser sa relation client

ECOUTER



RASSURER



REMERCIER



FIDELISER





PagesJaunes obtient
la certification NF service
pour la gestion
des avis en ligne !

pour pagesjaunes.fr
et ses applications iPhone
et Android



Solocal
GROUP

LA CERTIFICATION AFNOR : DEMARCHE & RESULTATS

La certification : une opportunité pour le groupe ...

- Les avis : un actif clef au cœur de la stratégie d'enrichissement des contenus de PagesJaunes
- La certification répond à une attente forte des français sur la fiabilité des avis ; 84% favorables à la mise en place d'une norme**
- La certification permet d'accroître la confiance de nos clients, utilisateurs et professionnels et constitue la 1ère étape d'un plan très ambitieux sur l'engagement de nos clients



...une opportunité devenue un projet d'entreprise

Le projet de certification

- **1 an de travail conjoint** avec l'AFNOR : participation de juillet 2012 à juillet 2013 aux commissions AFNOR de rédaction de la norme et du référentiel
- **Plus de 10 directions impliquées** et une centaine de collaborateurs mobilisés
- **800 JH de développement** et accompagnement de 2 consultants AFNOR

PagesJaunes 1^{er} site d'avis spontanés et premières applications mobile certifiés



PagesJaunes a obtenu sa certification le 13 nov. 2014 avec les félicitations des auditeurs !

Certification renouvelée en Octobre dernier lors de l'audit annuel.

Les avis de pagejaunes.fr sont certifiés AFNOR



AVIS EN LIGNE
PROCESSUS DE COLLECTE,
MODÉRATION ET RESTITUTION DES AVIS

Cette marque prouve la conformité à la norme NF Z74-501 et aux règles de certification NF522 et garantit notamment que :

- Les règles de collecte, de modération et de publication des avis sont affichées.
- Il n'y a pas de sélection effectuée dans les consommateurs pouvant déposer un avis, ni dans les avis publiés.
- Les avis correspondent à des expériences de consommation et à des auteurs identifiés.
- Le consommateur est informé en cas de rejet de son avis.
- La société qui gère les avis ne peut pas les modifier.
- Le consommateur peut signaler un avis qui lui semble suspect.
- Les professionnels ont la possibilité de répondre aux avis.
- Les avis sont présentés par défaut du plus récent au plus ancien.

La certification : les résultats

- **Une plus grande transparence sur la gestion de nos avis en ligne**
- **Une meilleure détection des faux avis notamment grâce à la modération a posteriori**
 - Plus d'avis vérifiés
 - Une augmentation du taux de rejet
- **Une optimisation continue de nos process grâce la mise en place d'un système de Management de la Qualité, précurseur pour les activités digitales de PagesJaunes**
- **Un renforcement de la confiance de nos clients, internautes et mobinautes**
- **Une posture appréciée par nos clients annonceurs pour qui nous nous positionnons comme un acteur majeur de l'e-reputation**
- **Et toujours autant d'avis déposés !**
 - Grâce au maintien du taux de conversion du formulaire



LES BONNES PRATIQUES POUR GERER SON E-REPUTATION



Panorama et KPI's de nos contenus UGC et AGC sur les médias PagesJaunes



798 461 Avis publiés

Sur 2020 rubriques
Sur 20 171 localités

Sur 303 809 pros
9 349 réponses de pros



25 670 photos
UGC publiées

285 439 photos
AGC publiées

Les avis un véritable outil de monitoring de la satisfaction de vos clients

- **Lire et accueillir tous les avis**, négatifs comme positifs, pour évaluer la qualité de votre offre
- **Répondre à tous les avis**, négatifs et positifs, pour vous montrer à l'écoute des clients et les fidéliser
- **Conquérir de nouveaux clients** grâce à l'image professionnelle véhiculée par vos réponses
- **Exploiter les commentaires** et les suggestions de vos clients pour optimiser votre offre : accueil, prestations, service, tarifs etc.

Pourquoi répondre aux avis d'internautes sur votre entreprise ?

77%

- des internautes pensent qu'un établissement qui rédige des réponses aux avis laissés par leurs clients, donne l'impression de se préoccuper davantage d'eux*

60%

- indiquent qu'en général, lire ce type de réponses leur donne plus envie d'acheter.*

87%

- des internautes pensent qu'une réponse appropriée à un avis négatif leur laisse une meilleure impression

93%

- des clients sont prêts à revenir lorsqu'une critique négative est prise en considération

Comment répondre aux avis : les grands principes

1. **Identifiez** le message mis en avant par votre client.
2. **Remercier** votre client d'avoir pris le temps de partager son expérience qu'elle soit positive ou négative et dites que cela vous permet d'améliorer toujours plus vos offres/services et répondre au mieux aux attentes de vos clients.
3. Donnez-lui une réponse **concrète et factuelle**.
4. **Personnalisez** vos réponses. Evitez au maximum les réponses types. Un client à besoin de se sentir unique.
5. Essayez de **répondre rapidement** .
6. Répondez **sous votre vrai nom d'entreprise** et signez votre réponse avec votre prénom, nom et fonction (manager, responsable service client, etc.).
7. **Restez professionnel en toutes circonstances**, même si un avis vous déplaît fortement. De la même manière que vous le feriez lors d'une conversation en face à face avec un client.
8. Avant de publier votre réponse, prenez le temps de prendre du recul et de **vous relire**. Gardez à l'esprit que vos réponses seront lues par des millions d'internautes.