



E-Réputation

Formation en présentiel

« Mieux vendre grâce à la e-réputation ! »

Site internet : <http://www.red-academie.com/>

E-REPUTATION

Mieux vendre grâce à l'e-réputation

Public visé

Chefs d'entreprises, exploitants, directeurs d'hôtels, directeurs de restaurants, responsables, commerciaux, personnel ayant un contact avec la clientèle.

Objectifs

Gérer la révolution du marché en marché de la conversation, la révolution de l'e-réputation. Se sensibiliser à cette révolution, la comprendre, la gérer, la canaliser. Faire en sorte que l'e-réputation de son établissement soit toujours au top, savoir répondre, prendre la parole, transformer un avis négatif en positif !

Prérequis

Avoir une e-réputation, c'est-à-dire des fiches sur différentes plateformes (TripAdvisor, Google, yelp, etc.) sur lesquelles les clients déposent des avis.

Méthodologie pédagogique

Une pédagogie pratique et participative axée sur des exemples concrets, mise en situation et exercices pratiques

Déroulement du stage

Apports théoriques et méthodologiques Ateliers pratiques (sur les cas des participants) Supports visuels, supports pédagogiques pour chaque participant

Formateur : Thomas Yung

Thomas Yung est un ancien propriétaire-gérant d'un hôtel 2 étoiles. Il intervient sur des missions de conseil et de formation aux enjeux relatifs au web pour l'hôtellerie et le tourisme. Il est collaborateur au journal de l'Hôtellerie-Restaurant, il y a publié de nombreux articles ainsi que le sujet interactif. Il intervient aussi auprès des Masters en Tourisme de l'Université d'Angers. Il est co-auteur du livre "Les outils du web hôtelier" aux éditions BPI. Il est co-président du "Tourisme Innovation Lab", le laboratoire d'innovations touristiques des Pays de la Loire. Il est diplômé de l'Université de Bristol en développement touristique. Il a une expérience de 20 ans en tant que formateur aux métiers de l'hôtellerie et du numérique.

Modalités

Durée du stage : 2 jours (14 heures), Généralement de 9h30 à 17h30 avec une pause d'une heure pour le déjeuner.

Il est préférable que les stagiaires soient équipés d'un ordinateur portable

La salle doit posséder une connexion à internet wifi pour le formateur et les stagiaires ainsi que d'un vidéoprojecteur.

Les stagiaires devront venir avec leur code d'accès à leurs plateformes de e-réputations (TripAdvisor, Booking, Google, etc.)

Formation disponible en présentiel intra et inter entreprise.

La formation peut avoir lieu chez le client ou dans une salle louée pour l'occasion.



Suivi de l'exécution

Les stagiaires devront attester de leur présence en signant la feuille de présence qui sera remise à l'organisme de formation.

Appréciation des résultats

Un formulaire d'évaluation devra être rempli par le stagiaire en fin de formation. Ce document permet d'apprécier les compétences et savoir-faire transmis au stagiaire. Une attestation de fin de formation est également remise au stagiaire à l'issue de celle-ci.

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 vendre

- Faire des ventes directes grâce à l'e-réputation
- Les opportunités marketing
- Incitez le partage : quel message, à quelle cible, quand ?
- Les outils de l'e-réputation

Atelier pratique (4 heures)

- Réclamer ses fiches TripAdvisor, Yelp, Trivago
- Enrichir, optimiser ses fiches : visuels (mettre de l'humain dessus si possible, tagger les visuels avec un copyright, mettre en avant un avantage concurrentiel sur les visuels (ex: wifi gratuit), etc.), textes et descriptifs (suite au jour 1)
- Rédaction de réponses
- Procédures et outils à mettre en place (très pratique !)

Bilan. synthèse

L'objectif est que l'hôtel comprenne et sache utiliser les avis, la conversation, dans ses stratégies (qualité, commerciale, marketing, etc.). Les avis n'auront plus de secret, la rédaction de la réponse sera optimale, les raisons pour faire supprimer un avis seront connues et exploitées. Mettez enfin les avis clients de votre côté !