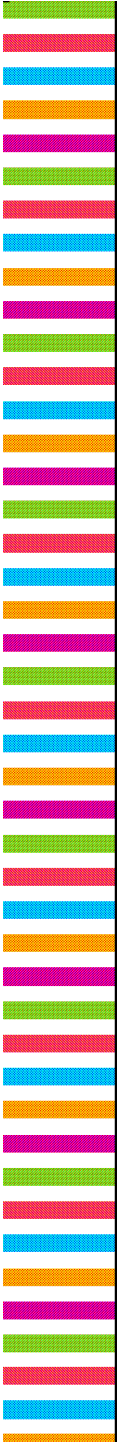


# Gestion des avis déposés sur le site internet de l'OT de Montpellier

Journée des Conseillers en séjour

Bédarieux – 29 septembre 2011



# Pourquoi gérer les avis internet ?

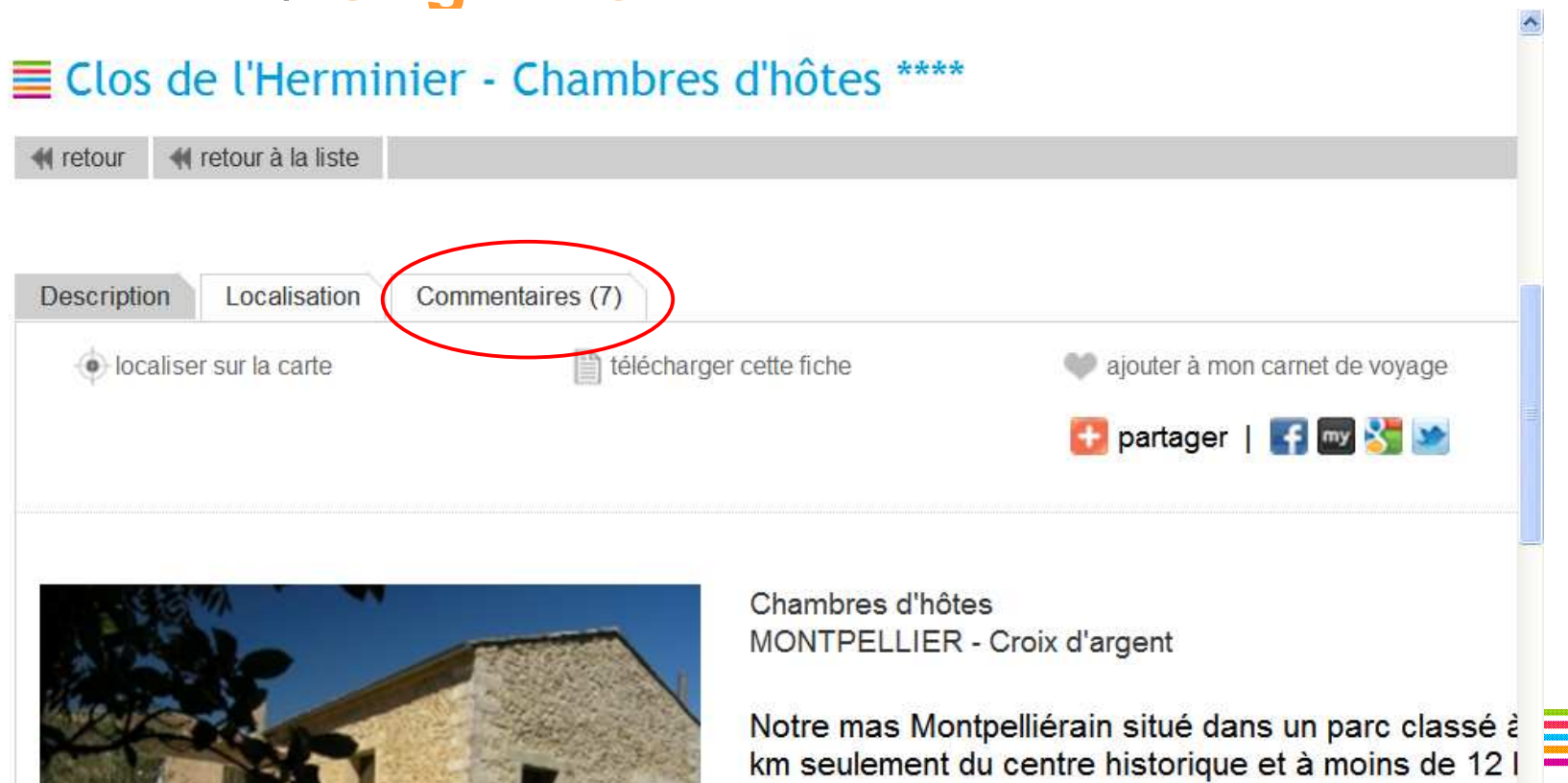
## La **qualité** au cœur de nos préoccupations

- **Respecter notre politique qualité** : suivi de la satisfaction client, évaluation des services et produits, amélioration continue
- **Avoir un regard constant** sur la qualité d'accueil et de service rendue dans la destination, et sur l'évolution des attentes
- **Sensibiliser nos adhérents** pour contribuer à l'amélioration de la qualité des services rendus sur notre territoire
- Pour nos adhérents (et l'OT) c'est **être à l'Ecoute des clients** en toute transparence
- Pour nos conseillers c'est aussi **affirmer son rôle d'Expert** de la destination

# Comment déposer un avis?

Site internet [www.ot-montpellier.fr](http://www.ot-montpellier.fr)

En naviguant sur les fiches  
'Activités' ou 'Actualités' du site  
/ **Onglet 'Commentaires'**



The screenshot shows a web page for 'Clos de l'Herminier - Chambres d'hôtes \*\*\*\*'. At the top, there are navigation links: 'retour' and 'retour à la liste'. Below this is a tabbed interface with three tabs: 'Description', 'Localisation', and 'Commentaires (7)'. The 'Commentaires (7)' tab is highlighted with a red circle. Underneath the tabs, there are three icons: a location pin for 'localiser sur la carte', a document icon for 'télécharger cette fiche', and a heart icon for 'ajouter à mon carnet de voyage'. Below these are social media sharing icons for '+ partager', Facebook, My, and Twitter. At the bottom, there is a photograph of a stone building and the text: 'Chambres d'hôtes MONTPELLIER - Croix d'argent' and 'Notre mas Montpelliérain situé dans un parc classé à km seulement du centre historique et à moins de 12 km'.

# Onglet 'Commentaires'

**Partagez votre avis en laissant un commentaire**  
Si vous souhaitez porter une réclamation, merci d'envoyer un mail à [qualite@ot-montpellier.fr](mailto:qualite@ot-montpellier.fr)


\* auteur

\* e-mail

Votre email ne sera pas diffusé et servira uniquement à communiquer avec vous.

\* votre commentaire

\* pour éviter le spam, merci de saisir l'image clé




\* champs obligatoires

**Rubriques associées**

► **Destination Famille**

**Coordonnées**  
2, rue Saint Benoît d'Aniane  
34150 SAINT-GUILHEM-LE-DESERT

Tél : 33 (0)4 67 55 75 75  
contacter par email  
consulter le site Internet



← retour ← retour à la liste

Composez

congrès footb  
fabre visit  
cinéma en  
fresques Zéni  
sports Jeune  
facebook Ka

Internet 125%



# Charte de bonne conduite internet

## Footer / Mentions légales

- Informer l'internaute sur les droits et devoirs de chacun
- Rester poli et respectueux des commentaires d'autrui
- Laisser des commentaires sans préjugés, sans insulter et en utilisant un langage correct
- Commentaires soumis à validation de l'OT en tant que **Modérateur** (avant d'être mis en ligne)
- Publication guidée par un souci de qualité et de transparence



# Principe de Modération

## Le rôle de l'OT

- **Surveiller et organiser** les discussions.
- Le rôle n'est pas de censurer mais de vérifier que les propos publiés sur le site restent courtois, respectueux et surtout conformes aux lois en vigueur.
- En outre, si un commentaire à caractère litigieux a été déposé sur une fiche adhérent, l'établissement concerné à la possibilité d'apporter un droit de réponse ou de demander à ce que l'avis soit retiré.

## Sanction

L'OTM se réserve le droit de ne pas publier tout commentaire qui ne respecterait pas les principes de la charte.





# Traitement des avis par l'OTM

## 1. **Veille permanente** des avis déposés :

Réception d'un accusé automatique sur les boîtes e-mail de la Direction, RQ et chargé des adhésions **dès le dépôt d'un avis**

- Diffusion des avis via la console du site internet par le RQ.

## **L'Avis ne respecte pas la charte de bonne conduite ?**

- Envoi d'un mail à l'internaute

- lui expliquant pourquoi l'avis ne peut être diffusé (propos diffamatoire, avis incompréhensible, contenu à caractère religieux, politique....)
- lui demandant de bien vouloir reformuler l'avis de façon plus modérée, s'il souhaite que son avis soit diffusé



# Traitement des avis par l'OTM

## 2. Transmission de l'avis au prestataire ou service concerné

### Le contenu de l'avis est négatif ?

- Inciter à aller apporter une réponse courtoise directement en ligne : action mise en place / envisagée, ou arguments si avis jugé non pertinent par l'adhérent
- Inciter l'adhérent à jouer le jeu de l'écoute client = transparence de l'OT dans la diffusion des avis.

L'élément de réponse va servir à **rassurer le client potentiel**

**Client rassuré ? = Client fidélisé**





# Traitement des avis par l'OTM

## Demande de retrait de l'avis par le partenaire ?

- Si avis non litigieux, demander la raison et questionner pour connaître les freins !

## Le partenaire ne veut pas jouer le jeu de la transparence ?

- L'OT n'a pas d'autre choix que de retirer l'avis diffusé

Réflexion éventuelle à avoir sur l'implication de l'adhérent dans les engagements qualité de l'OT (ré-adhésion?)

*Bon à savoir : une norme visant les avis des consommateurs pourrait voir le jour fin 2012. Le texte devrait concerner le problème d'anonymat des avis ainsi que le fait de supprimer des avis trop négatifs concernant un produit ou une marque*



# Des avis mais aussi ... des demandes d'information

## Evolution du métier vers :

✓ des conseillers Experts de la destination

✓ la pratique du Web rédactionnel :

Réponse courte et précise en ligne

Conseil et élargissement vers d'autres activités  
en lien avec la thématique

Celui qui répond en ligne se fait connaître :  
**Office de tourisme\_Prénom\_Fonction**

# Bilan après 2 ans d'utilisation

## Les freins rencontrés :

- ✓ Interprétation très large de l'onglet 'Commentaires' : mélange d'avis, de réclamations, de demandes d'information, le client croit s'adresser directement au prestataire...(qui répond? Quand? Comment...)
- ✓ Demandes systématiques de retrait des avis négatifs par certains adhérents

## Les solutions apportées :

- ✓ Distinction entre réclamations et avis.  
Rajout : 'si vous souhaitez faire une réclamation, merci d'envoyer un mail à [qualite@ot-montpellier.fr](mailto:qualite@ot-montpellier.fr)'
- ✓ Intégration du web-rédactionnel : rôle d'expert de la destination et 'animation' en ligne (tout les personnels, tous services sont invités à répondre selon leur domaine d'expertise)
- ✓ Engagements qualité et transparence intégrés dans les conditions d'adhésions pour encore plus impliquer les partenaires dans la démarche (en prévision)

# Quelques chiffres

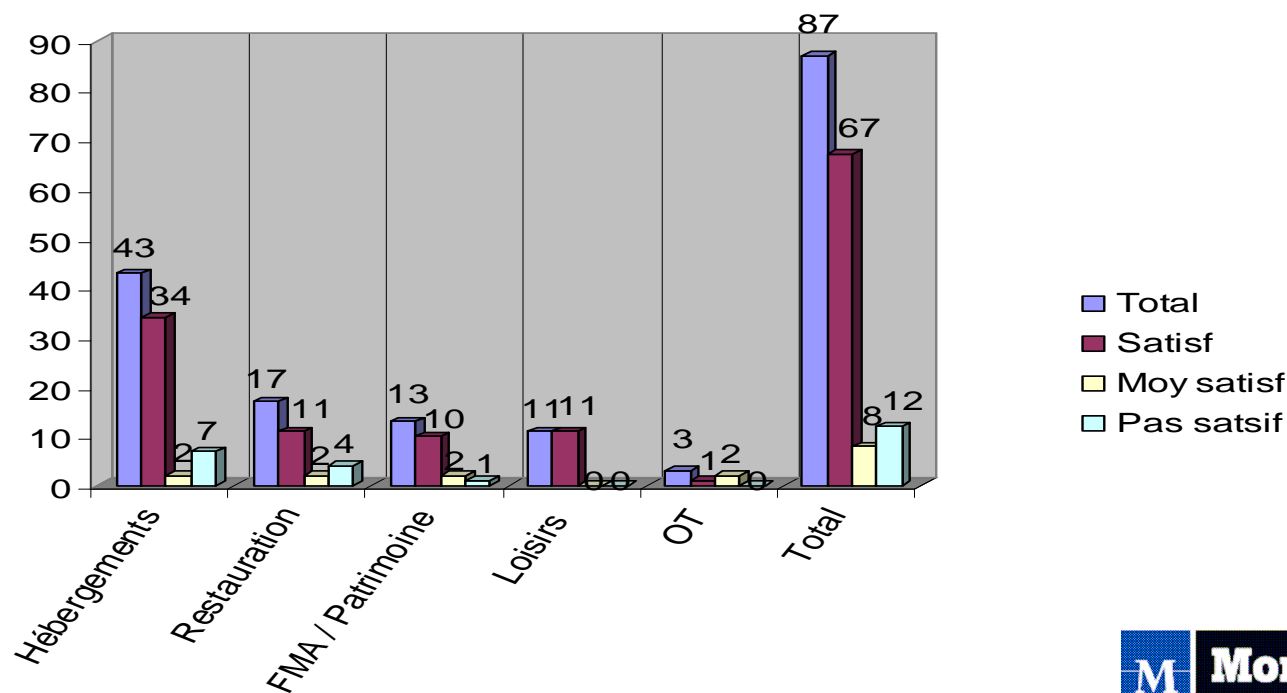
En 2010 :

**73 avis déposés (12 mois):**  
**57% d'avis satisfaits**  
 18% d'avis moyennement satisfaits  
 25% d'avis insatisfaits

Janvier à Août 2011 :

**87 avis déposés (8 mois):**  
**77% d'avis satisfaits**  
 9% d'avis moyennement satisfaits  
 14% d'avis insatisfaits

## Avis internet 2011





# Bon à savoir

## Selon une étude internet menée en 2010 :

Sources : [lemondeinformatique.fr](http://lemondeinformatique.fr) / [journaldunet.com](http://journaldunet.com) / [scribd.com](http://scribd.com) / [portail-des-pme.fr](http://portail-des-pme.fr) / [paperblog.fr](http://paperblog.fr) / [web-interactif.com](http://web-interactif.com) / [voluminium.fr](http://voluminium.fr) / [cdeniaud.canalblog.com](http://cdeniaud.canalblog.com)

**67%** des internautes donnent leur avis

**90%** des internautes lisent les avis

**93%** des internautes jugent les avis utiles

**86%** des internautes font confiance aux avis

**74%** des internautes lisent entre 2 et 7 avis pour avoir les éléments nécessaires leur permettant de juger un produit

**53%** utilisent les avis pour se décider entre 2 ou 3 produits

# Bon à savoir

**91%** des internautes pensent que les avis des consommateurs est **l'élément déclencheur n°1** dans leur acte d'achat

☹️ **Acheteur mécontent = 11**

1 acheteur insatisfait en parle à 11 personnes

😊 **Acheteur content = 3**

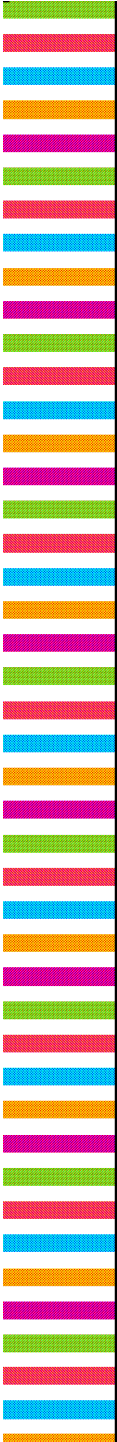
1 acheteur satisfait le dit à 3 personnes seulement

Sources : lemondeinformatique.fr / journaldunet.com / scribd.com / portail-des-pme.fr / paperblog.fr / web-interactif.com / voluminium.fr / cdeniaud.canalblog.com

**Pour aller plus loin / sensibiliser vos adhérents ou partenaires à la prise en compte des avis internet :**

[http://www.montpellier.cci.fr/pages/index.php?id\\_arbo=07881317](http://www.montpellier.cci.fr/pages/index.php?id_arbo=07881317)





Support réalisé par l'Office de  
tourisme de Montpellier

[www.ot-montpellier.fr](http://www.ot-montpellier.fr)

Tous droits réservés

Septembre 2011 / SC