

*Le guide pour
tout savoir sur les
avis Google*

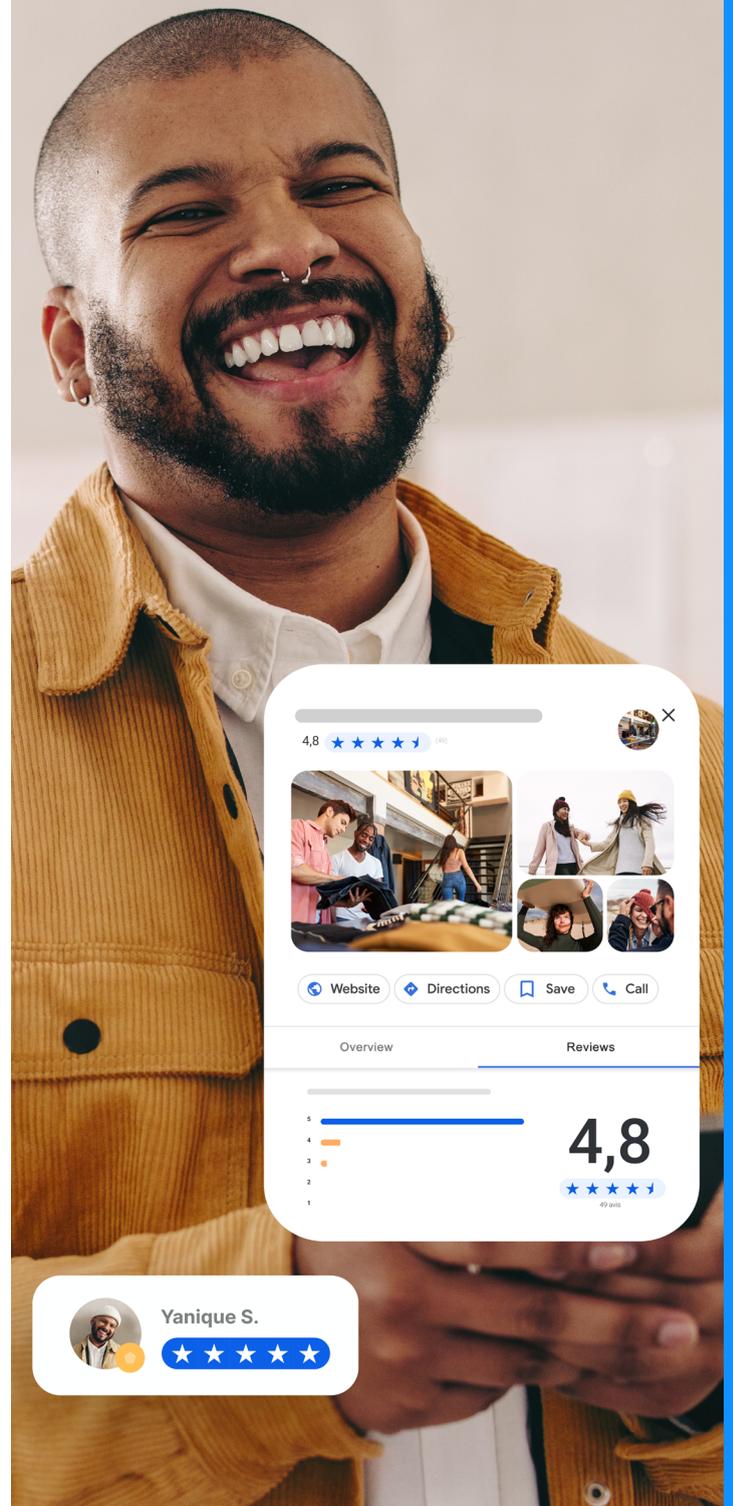
Les avis clients sont essentiels pour bâtir et gérer sa e-réputation

De nos jours, les avis clients font et défont les réputations des commerces, entreprises et marques. Vous aussi, n'avez-vous jamais consulté plusieurs avis Google avant de vous rendre dans un établissement ou d'acheter un produit en ligne ?

Par ailleurs, d'après l'une de nos études, **71% des consommateurs** publient des avis en ligne pour informer leurs pairs.

Les avis clients ne sont donc pas à négliger sur Google My Business, l'outil de création d'une fiche en ligne pour lister son entreprise et booster le référencement local sur Internet.

Pour vous renseigner, mais aussi pour vous rassurer



74 %

Des dirigeants d'entreprise considèrent les avis Google comme un levier de business incontournable

Source : OpinionWay

3e

La réponse d'une entreprise à un avis est le 3e facteur qui impacte le plus la perception des internautes

Source : BrightLocal

48 %

L'amélioration du trafic est en moyenne de 48 %, en collectant des avis clients

Source : Avis Vérifiés by Skeepers

16 %

C'est le pourcentage de l'influence des avis clients sur le classement Google d'un commerce ou d'une marque

Source : Whitespark





Comment collecter des avis clients positifs sur Google ?

À l'heure du digital où l'e-réputation impacte considérablement le business, obtenir des avis clients positifs s'avère être indispensable. Il s'agit donc d'un challenge considérable pour les commerçants !

Mais par quels moyens ?

Premièrement, pensez à compléter votre fiche Google et à la faire valider. Ensuite, sollicitez vos clients en point de vente, notamment grâce à une tablette ou un QR Code. Vous pouvez aussi envoyer des questionnaires par mail ou par SMS. Toutes les techniques sont bonnes pour viser les 5 étoiles !



Comment éviter les avis clients négatifs sur Google ?

Si vous ne pouvez pas empêcher un client mécontent de poster un avis post-achat sur Google, vous pouvez tout de même réduire les risques. Pour cela, il faudra opter pour une stratégie rodée avec pour seul objectif de viser les 5 étoiles !

Quant aux actions à mettre en place, il en existe 5 pour commencer :

- Privilégier la sollicitation d'avis clients,
- Développer la fidélité client,
- Échanger en privé avec les clients insatisfaits,
- Analyser les avis négatifs,
- Répondre aux avis négatifs Google.

En effet, 93 % des internautes lisent les réponses des marques aux avis négatifs et ils sont 45 % à le faire systématiquement avant de se rendre en magasin (source : Partoo).



Success Story

Comment Lapeyre optimise sa stratégie d'expérience client grâce à avis vérifiés ?

100 000, c'est le nombre total d'avis que notre client Lapeyre a collectés depuis la mise en place de la solution Avis Vérifiés en 2018.

Pour Lapeyre, les avis clients sont perçus comme un gage de réassurance grâce à leur transparence, mais aussi comme un moteur de conversion.

Depuis l'utilisation de la solution Avis Vérifiés, la hausse de la conversion enregistrée est également soutenue par une **amélioration du référencement Google**.

Il s'agit d'un cercle vertueux, puisque le référencement influence positivement la conversion. Les internautes passent plus facilement à l'action en présence de retours d'expérience (positifs ou négatifs) sur Google : c'est un constat vérifié pour Lapeyre !

Découvrez le témoignage de la marque ▶



LAPEYRE





Aidez vos clients à vous faire grandir

Rejoignez nos 6000+ clients et faites de vos avis clients un véritable levier business pour votre entreprise. à vous faire grandir

Demander une démo

