

Transformez vos avis clients en conversations

Sommaire

Une approche proactive de réponse aux avis	2
Pourquoi il est important de répondre aux avis	3
Répondre aux avis négatifs	5
Lire les avis positifs, et y répondre	8
Répondre à des questions spécifiques	10
Les bénéfices d'une plateforme de gestion exhaustive	11
Conclusion	12

Une approche proactive de réponse aux avis

Soyons réalistes : votre marque et vos produits, aussi exceptionnels soient-ils, feront occasionnellement l'objet d'avis négatifs. C'est un fait, surtout si vous œuvrez à collecter de plus gros volumes d'avis. Vous avez sûrement déjà entendu dire (peut-être même de notre part) que les avis négatifs peuvent parfois s'avérer être une opportunité. Croyez-le ou non, c'est vraiment le cas - si tant est que vous prêtiez attention à vos avis et y répondiez de manière proactive.

Selon une recherche sur l'expérience utilisateur¹ menée par le Baymard Institute, les avis négatifs ne sont pas nécessairement une mauvaise chose. Un avis négatif peut signaler aux consommateurs qu'un certain produit pourrait ne pas répondre à leurs besoins. L'étude a également observé que les consommateurs recherchent activement des avis négatifs ; et les sujets à qui n'ont été présentés que des avis positifs sur la première page d'avis d'un produit ont, pour beaucoup, pensé que ces avis étaient falsifiés.

Les avis négatifs offrent un contexte plus authentique à l'ensemble de vos avis.

Indépendamment de la nature des avis, une chose est certaine : les marques doivent s'efforcer de lire et de répondre aux nouveaux avis à mesure qu'elles en reçoivent. Jusqu'à 70% des consommateurs désenchantés sont prêts à refaire confiance à une marque si leur plainte est résolue. Et même avec des avis majoritairement positifs, tout le travail n'est pas fait - il vous faut engager le dialogue aussi bien avec vos consommateurs satisfaits qu'avec ceux qui ne le sont pas.

Pourquoi il est important de répondre aux avis

La volonté des consommateurs d'acheter un produit qui a reçu des avis négatifs double² lorsque ces avis ont fait l'objet d'une réponse de la marque. Répondre aux avis de manière proactive vous permet de régler les problèmes à mesure qu'ils se présentent, et de montrer à vos consommateurs que vous vous souciez vraiment de ce qu'ils pensent.

Lorsqu'elles répondent à un avis négatif, il est impératif pour les marques de prendre en compte leur audience au sens large, et de ne pas uniquement s'adresser à son auteur. En effet, 89% des consommateurs lisent les réponses apportées par une marque aux avis négatifs. Pensez-donc à vos consommateurs potentiels lorsque vous rédigez vos réponses. Et le travail ne s'arrête pas là.

Les moteurs de recherche ont intégré les avis à leurs algorithmes pour déterminer l'ordre dans lequel s'affichent les résultats. Selon une récente étude⁴ menée par Moz, les avis en ligne déterminent à hauteur de 10% l'ordre d'affichage des résultats Google (et des autres moteurs de recherche).



Q: *Ce parfum est-il adapté aux peaux sensibles ?*



A: *Bonjour Anne, Oui, ce parfum a été formulé sans irritants pour convenir aux peaux sensibles. J'espère vous avoir aidée !*



Par Mickaël, responsable service clients



Par ailleurs, il est essentiel que les marques prennent conscience de l'importance que les distributeurs accordent aux notes et avis, et qu'elles en tiennent compte lorsqu'elles répondent à ces contenus. Les notes par étoiles jouent un rôle très important dans la décision d'un distributeur d'inclure une marque à ses stocks en magasin et à ses catégories de produits en ligne. Comme nous l'avons déjà expliqué, la surface de rayonnage des distributeurs étant limitée, ils favorisent les marques qui prêtent attention aux consommateurs qui ont pris le temps de leur laisser un avis.

Les avis ne sont pas la seule manière qu'ont les consommateurs d'exprimer ce qu'ils pensent. La section Q&A des pages de produits connaît une importance grandissante, et garder un œil sur ce qui s'y passe peut avoir un impact de taille sur les bénéfices nets d'une marque. Un récent rapport Bazaarvoice Social Analytics a constaté une hausse moyenne de 98% du taux de conversion lorsque les consommateurs interagissent avec des questions qui ont fait l'objet de la réponse d'une marque sur les sites de grands distributeurs.

Pour ce qui est de la fidélisation du client, répondre aux avis est un moyen clé pour les marques d'établir une connexion plus personnalisée avec leurs consommateurs. Même une faible hausse du taux de fidélisation client peut engendrer une croissance importante des profits d'une entreprise, parce que les consommateurs sont plus enclins à revenir lorsqu'ils savent qu'il y a, derrière une marque, de vraies personnes qui se soucient vraiment de l'expérience client.

Répondre aux avis négatifs

Vous avez reçu un avis négatif. Que faire dans de telles circonstances ? Ce n'est pas la fin du monde. Vous en recevrez d'autres. Ce qui importe, c'est la manière dont vous y répondez.

Lorsque vous formulez une réponse à un avis négatif, réfléchissez à la manière dont vous pouvez stratégiquement transformer une mauvaise expérience en une expérience positive. C'est une tâche qui n'est pas toujours simple, mais il est essentiel pour les marques de prendre le temps de se mettre à la place de leurs consommateurs, et de considérer leur audience au sens large. Même si un avis négatif vous semble non mérité ou sans importance, il est toujours bon d'y répondre et d'y apporter une solution. Les réponses des marques doivent toujours être authentiques, correspondre au langage de la marque, et respecter ses politiques en matière de service client.



Qualité médiocre. J'ai acheté ces talons pour ma fille et la semelle est déjà usée.

Bonjour Jeanne. Nous sommes désolés d'apprendre que les chaussures que vous avez reçues sont déjà abîmées. Contactez-nous au 1-800-555-5555 pour obtenir un remplacement.



Par Angela, responsable service clients



Meilleures pratiques pour répondre aux avis négatifs :



COMPATISSEZ

Montrez aux consommateurs que vous comprenez leur frustration, et que leur opinion est fondée.



AIDEZ VOS FUTURS CONSOMMATEURS

Votre réponse peut avoir une influence majeure sur la décision d'achat de vos futurs consommateurs. Traitez-la comme une source d'information pour l'ensemble de votre audience.



SOYEZ PERSONNEL

Les consommateurs apprécient l'authenticité. Évitez les réponses trop générales et ne vous contentez pas de citer un extrait de vos termes et conditions.



RÉPONDEZ RAPIDEMENT

Assurez-vous de répondre à vos avis négatifs sous 24 à 48 heures, pour démontrer de l'urgence avec laquelle vous souhaitez remédier au problème.



COMMUNIQUEZ EN LIGNE ET HORS LIGNE

Prouvez aux consommateurs votre détermination à bien faire les choses en donnant suite à leurs plaintes hors ligne, et regagnez leur confiance pour en faire des consommateurs fidèles.

Voici quelques exemples de réponses qui ont aidé des marques à transformer des consommateurs mécontents en clients fidèles :

★★★★★ Dylan | Il y a 10 jours

LES TAILLES NE CORRESPONDENT PAS

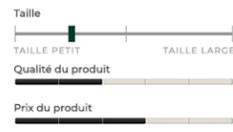
Je suis d'accord avec les autres avis pour ce qui est des nouvelles tailles. Ma taille habituelle pour ce pantalon (que j'achète depuis des années) est 36x34. D'abord, la longueur est désormais plus proche de 35" et j'ai dû le faire raccourcir. Ensuite, comme d'autres l'ont dit, la taille est maintenant moins haute, et le tour de taille assez étroit pour un 36". J'ai récemment acheté pas mal de jeans et de shorts d'autres marques. Les RL en taille 36" me tombent sur les chevilles, et les TB en taille 35" me vont comme un gant. Avec mon pantalon JAB en taille 36", je vais devoir éviter les gros repas. Mais pour le moment, il me va relativement bien.

Meilleurs usages - vêtements Tenue pour le bureau Tenue de soirée Tenue décontractée
Où je recommande ce produit.

Cet avis vous a-t-il aidé ? Oui - 0 Non - 0 Signaler cet avis

RÉPONSE DE JOS. DE BANK CLOTHIERS
 JAB vous écoute - Service clients | Il y a 8 heures

Nous sommes désolés d'apprendre que ce produit n'a pas répondu à vos attentes. Nous avons tenu compte de votre avis et avons relancé nos anciennes tailles, qui sont désormais disponibles en coupe droite ou à pinces. Voyez nos produits #36D et #37CA. Ces modèles se portent plus haut sur la taille, sont plus


★★★★★ DOOS

VILLE : SEATTLE, WA
 TYPE D'ATHLÈTE : GÉNÉRALISTE TRANSPIRANTE
 ÂGE : 25-34
 SILHOUETTE : RONDE

CE QUE VOUS AIMEZ
 Ne tombe pas, très confortable

CE QUE VOUS N'AIMEZ PAS
 Bouloche, ne reste pas neuf longtemps

4 DÉCEMBRE 2018

Fantastique, mais une vraie déception

Ce jean est fabuleux - du moins au début. Il tient bien à la taille, ne tombe pas, et vous donne l'impression de ne rien porter, mais je ne l'ai mis que 3 fois et l'intérieur des cuisses est déjà tout bouloché. On dirait que je le porte depuis 10 ans.

La qualité ne vaut pas le prix demandé.

RÉPONSE DE LULULEMON
 Kieran, Guest Education Centre (GEC)
 4 décembre 2018

Chère Doos,

Merci de nous avoir laissé votre avis. Nous nous portons garants de la qualité de nos produits, et voulons nous assurer de la satisfaction de nos clients. Je comprends votre déception, et aimerais parvenir à une solution avec vous. Gardez un œil sur votre boîte mail,

Robin Lynn
 24 août à 11h13 · 🌐

Après nos récents déboires avec la litière World's Best Zero Mess, qui a causé l'infection des pattes de deux de mes chats, j'ai rédigé un avis sur [chewy.com](https://www.chewy.com), sur lequel j'ai acheté le sac de litière. Aujourd'hui, j'ai reçu cette réponse de leur part :

👍 5 2 Commentaires 1 Réponse

Comme Commentaire Répartir

Le plus pertinent ▾

Écrire un commentaire...

Chewy.com Bonjour Robin, L'avis que vous avez laissé concernant la litière World's Best Advanced Cat Litter m'a poussé à prendre contact avec vous. Je suis désolée d'apprendre ce qui est arrivé à vos boules de poils après avoir fait confiance à la litière pour chats Zero Mess. Je compatis avec votre situation, et comprends parfaitement votre déception. J'espère que vos chats se sont remis, et suis heureuse d'apprendre que votre nouvelle litière vous convient. Sachez que j'ai déjà effectué un remboursement de la somme de 57,90 dollars sur la carte utilisée pour finaliser votre achat, une somme qui devrait apparaître sur votre compte sous 3 à 5 jours.

J'espère que Jasper, Kato, Meow-Meow, Skye et Timothy se portent bien. Je vous prie de leur gratter le menton pour nous. Nous espérons de tout cœur qu'ils se portent bien.

Si vous avez une question quelconque, ou s'il y a quoi que ce soit d'autre que nous puissions faire pour vous, n'hésitez pas à nos contacter, jour comme nuit. Nous sommes toujours là pour vous.

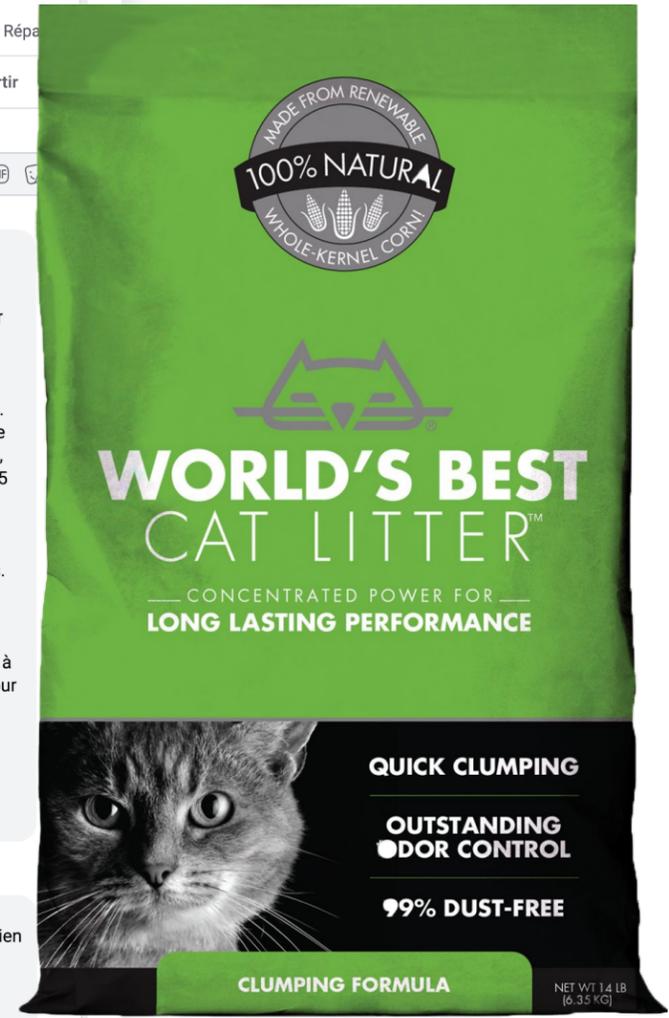
Nos amitiés,
 Jacquelyn S.
 Service clients
 Chewy

Comme · Réponse 2j

Auteur
Robin Lynn Ce qui est arrivé à mes chats n'était en rien la faute de Chewy, et ils m'ont quand même remboursée. Et cette litière est chère !

Depuis que PetSmart a racheté Chewy l'an dernier, je m'attendais à voir leur service clients régresser. Mais leur réponse prouve que ce n'est pas le cas. Tant qu'ils continueront de prêter une telle attention à leurs clients, je continuerai de leur acheter des articles animaliers (et j'en achète beaucoup).

Comme · Réponse 34m



Lire les avis positifs, et y répondre

Répondre aux avis positifs est tout aussi important que répondre aux avis négatifs, à condition que vous restiez authentique. Il peut être tentant de négliger les avis positifs et de ne leur offrir qu'un simple "Merci" en guise de réponse, mais cela pourrait causer plus de dommages que de ne rien dire du tout. Les avis sont le point initial d'une conversation entre deux humains, et il est important que les marques les perçoivent comme tels.



J'adore ! Il ne me fait pas mal aux oreilles, le cordon ne s'emmêle pas, et le son est incroyable !



Bonjour James, merci d'avoir partagé votre avis. Nous sommes heureux d'entendre que vous aimez votre casque audio !



Par Robin, responsable service clients



Meilleures pratiques pour répondre aux avis positifs:

NE RÉPONDEZ PAS À TOUS VOS AVIS À 5 ÉTOILES

Plutôt que de répondre "Merci, au plaisir de refaire affaires avec vous." à chaque avis accompagné de 5 étoiles, laissez-les tels qu'ils sont pour éviter d'encombrer votre fil d'avis. À moins qu'ils mentionnent un point spécifique sur lequel vous souhaitez revenir, vous pouvez laisser ces avis tels quels.

ÉVITEZ D'INCITER VOS CONSOMMATEURS SATISFAITS À L'ACHAT

La montée en gamme a certes sa place, mais celle-ci ne se trouve pas dans les réponses apportées aux avis. Ne présumez pas qu'un consommateur satisfait est impatient de vous acheter d'autres produits. Cette tactique peut parfois faire fuir.

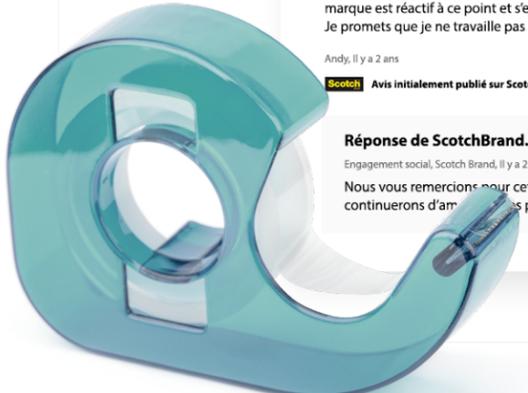
GARDEZ VOTRE AUDIENCE À L'ESPRIT

Vous répondez à un individu en particulier, mais votre réponse doit pouvoir informer les autres consommateurs qui lisent vos avis, ainsi que les distributeurs susceptibles de garder l'œil sur la manière dont vous engagez la conversation avec vos consommateurs.

RESTEZ À L'AFFÛT DES AVIS CONSTRUCTIFS

Les avis positifs sont susceptibles de contenir des informations précieuses. Assurez-vous de lire tous vos avis, positifs comme négatifs, et de rester à l'affût de ce genre d'information. Les consommateurs satisfaits de leur expérience et disposés à vous laisser des avis intéressants sont également d'excellents candidats pour votre prochaine **campagne d'échantillonnage**.

Voici quelques exemples de réponses efficaces à des avis positifs :



★★★★★ 3M /Scotch à la hauteur de sa réputation

Cet avis ne concerne pas ce rouleau de scotch en particulier, pour lequel j'ai déjà rédigé un avis en début de mois. Il concerne plutôt une compagnie américaine qui se soucie de ce que disent les gens. Ce scotch est défectueux, il doit être repensé, MAIS la marque semble vraiment vouloir régler le problème. Ce n'est peut-être pas le bon endroit pour un tel avis, mais quand le service client d'une marque est réactif à ce point et s'engage à rectifier ce qui ne va pas, il est important de le reconnaître. Je promets que je ne travaille pas pour 3M /Scotch !

Andy, il y a 2 ans

Scotch Avis initialement publié sur ScotchBrand.com

Réponse de ScotchBrand.com:

Engagement social, Scotch Brand, il y a 2 ans

Nous vous remercions pour cet avis positif. Nous apprécions de voir nos efforts reconnus, et continuerons d'améliorer nos produits et d'être à l'écoute de nos consommateurs.



LEGENDARY WHITETAILES

CHEMISE DE FLANNELLE WOODSMAN POUR HOMME

★★★★★ 4.5 (276)

L'air commence à se refroidir, vous vous munissez de votre nouvelle chemise à carreaux bien épaisse, aux détails en vraie peau de chamois. Sa doublure matelassée vous garantit confort et chaleur, et sa poche boutonnée et ses pochettes latérales bien chaudes allient le classique à l'agréable.

Tailles révisées à compter de l'automne 2016. La longueur correspond à la taille annoncée.
(Les avis que nous laissent les consommateurs Legendary comme vous-même rendent cela possible, merci de partager votre opinion avec nous.)

Q: Ce shampoing convient-il aux cheveux secs ?



A: Bonjour Lee. Oui, ce shampoing est hydratant. Il contient de l'huile d'argan anti-oxydante et des vitamines réparatrices pour nourrir le cheveu en profondeur.



Par Jorge, responsable service clients



Répondre à des questions spécifiques

Parce que les sections Q&A sur les pages de produits sont devenues la norme, les consommateurs ont désormais la capacité de poser des questions spécifiques avant de passer à l'achat. Plus de 47% des consommateurs⁵ lisent des questions et réponses pour se décider entre deux produits, c'est pourquoi il est nécessaire pour les marques d'y prêter attention (et de répondre aux nouvelles questions sous deux jours ouvrés). Les consommateurs potentiels qui posent des questions sont souvent arrivés à la fin de leur parcours d'achat, et ont parfois simplement besoin d'une dernière clarification.

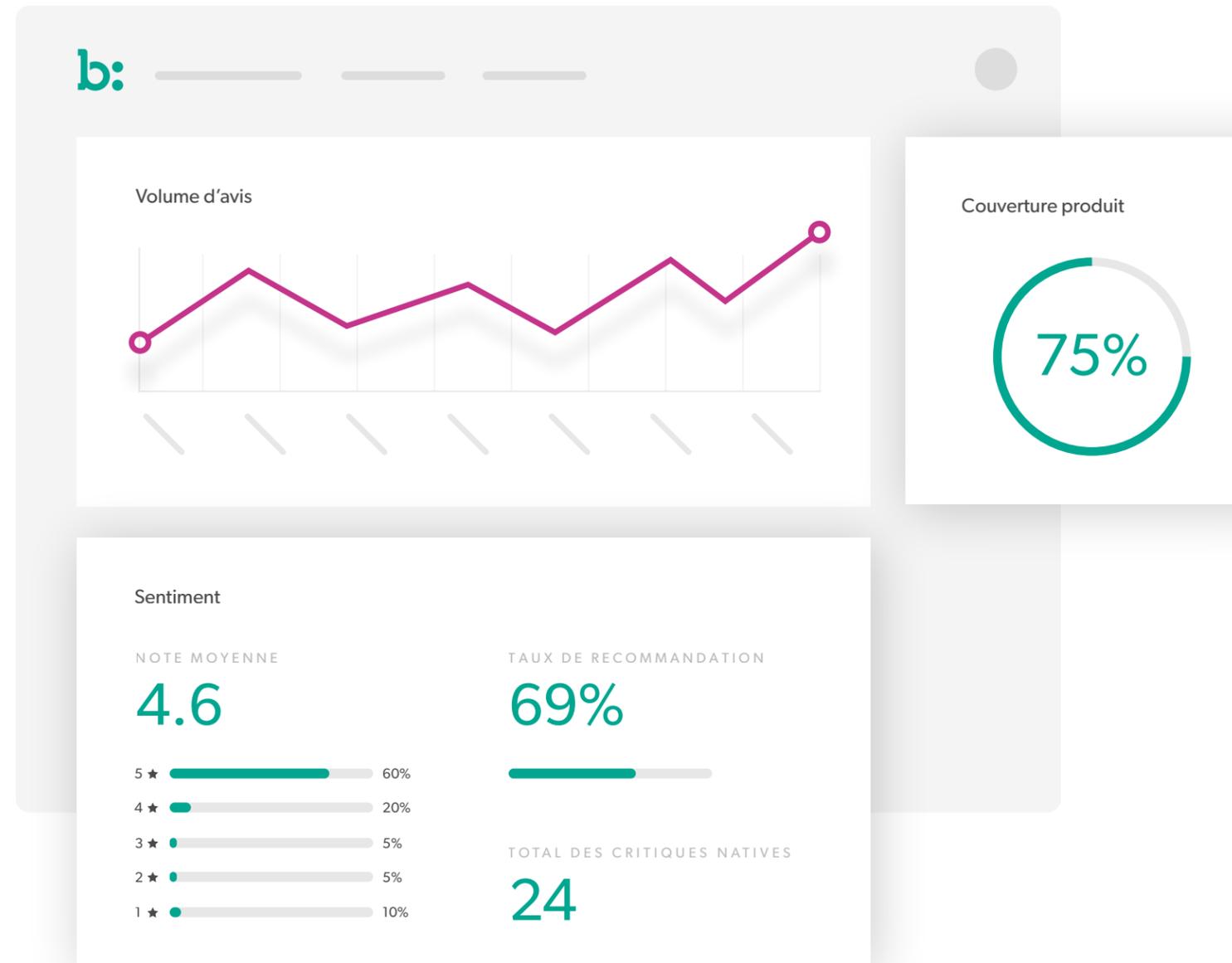
Répondre aux questions sur les forums de Q&A peut aussi améliorer l'efficacité de votre service clients. Parmi les produits qui ont fait l'objet d'au moins une réponse, **les marques enregistrent une baisse de 28%** des contacts clients relatifs à ces produits, et ce pourcentage augmente de manière exponentielle pour chaque réponse additionnelle.

Dans cette optique, il est important de rester attentif et de montrer aux consommateurs que vous consacrez temps et efforts à la rédaction de réponses satisfaisantes. Assurez-vous aussi d'éviter des liens externes, qui vous font courir le risque de détourner le consommateur de votre page produit.

Les bénéfices d'une plateforme de gestion exhaustive

Les consommateurs ont certes beaucoup d'options pour ce qui est de faire entendre leur opinion. Gérer efficacement les avis qui arrivent de sources diverses peut sembler être une lourde tâche. Nous recommandons l'allocation d'au moins un membre de votre équipe à la gestion des avis clients.

Il peut parfois s'avérer avantageux d'utiliser un portail centralisé pour gérer rapidement, et depuis un même endroit, tous vos avis clients. La solution **Bazaarvoice Connections**, par exemple, permet aux marques de nouer le dialogue avec les consommateurs sur les sites de leurs distributeurs.



Conclusion

Les avis que vous recueillez et dont vous tirez parti deviennent la voix de votre marque, et sont vus par bien plus que vos consommateurs potentiels (pensez aux distributeurs, ou même aux moteurs de recherche comme Google). Il est critique d'interagir avec les notes et avis, non seulement pour tisser des liens avec vos consommateurs existants qui ont pris le temps de vous faire part de leur opinion, mais aussi pour montrer à vos consommateurs potentiels que vous êtes à l'écoute et tenez compte de l'image de votre marque.

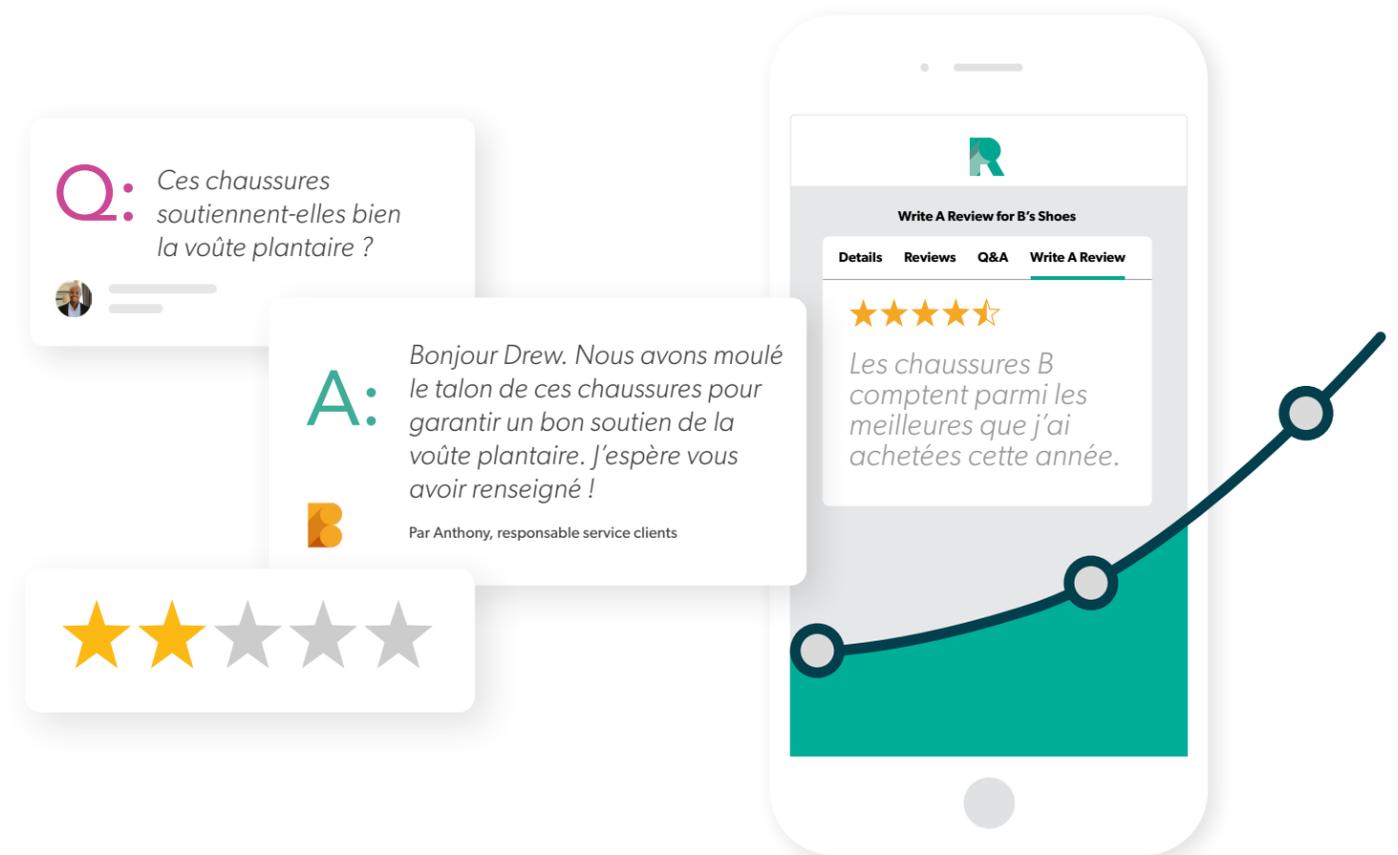
Des avis négatifs sont inévitables, c'est pourquoi il est essentiel de rester professionnel dans la manière dont vous y répondez, de vous mettre à la place de vos consommateurs, et de formuler des réponses qui apportent une solution satisfaisante aux problèmes soulevés.

Il est tout aussi important de répondre aux avis positifs, mais évitez de vous contenter d'un simple "Merci", ou de réponses trop commerciales.

Le meilleur moyen d'aborder les avis et les questions des consommateurs est de dédier des membres de votre équipe à cet aspect de vos activités. Il ne s'agit pas ici d'une activité d'arrière-plan. Considérez également l'utilisation d'une plateforme centralisée depuis laquelle gérer l'ensemble de vos avis clients.

En interagissant avec vos consommateurs de manière proactive, opportune et attentionnée, vous obtiendrez non seulement un meilleur taux de conversion, mais aussi plus de contrôle sur la manière dont votre marque est présentée sur le marché.

Les consommateurs parlent déjà de votre marque, à vous de prendre part à la conversation.



Vous souhaitez lancer votre propre programme de notes et avis? **Contactez-nous** – nous sommes là pour vous aider.

Références

- 1 Baymard, "UX research: 5 Requirements for the 'Ratings Distribution Summary' on the Product Page (65% Get it Wrong)." 8 août 2017.
<https://baymard.com/blog/user-ratings-distribution-summary>
- 2 Wakefield Research et Bazaarvoice, "US Consumer Survey." Février 2013.
<https://docplayer.net/37553165-Consumer-connections-how-responsive-brands-drive-sales-and-purchase-intent.html>
- 3 BrightLocal, "Local Consumer Review Survey." 2018.
<https://www.brightlocal.com/learn/local-consumer-review-survey>
- 4 Moz, "2018 Local Search Ranking Factors." 2018.
<https://moz.com/local-search-ranking-factors>
- 5 Bazaarvoice, "Shopper Experience Index: How the world's best brands and retailers connect with consumers to make shopping feel personal." 2018.
<https://www.bazaarvoice.com/shopper-experience-index>

A propos de Bazaarvoice

En offrant une expérience d'achat plus personnalisée, Bazaarvoice renforce les relations entre les consommateurs et les marques et distributeurs.

À chaque étape du parcours client - découverte, considération, achat et recommandation - les solutions de Bazaarvoice vous aident à atteindre vos clients potentiels, à personnaliser leur expérience, et à les conforter dans leur acte d'achat.

Chaque mois, sur les 5 700 sites de marques et de distributeurs constituant le réseau de Bazaarvoice, plus de 900 millions de consommateurs consultent et partagent des contenus authentiques, notamment des avis, des questions et réponses et des photos issues des réseaux sociaux. Au travers de ce réseau, Bazaarvoice collecte, en moyenne, 1,8 milliard de signaux émis chaque mois par les consommateurs. Ces données sont essentielles pour garantir l'efficacité et la pertinence de la personnalisation des campagnes de publicité digitales.

Bazaarvoice, dont le siège se situe à Austin, au Texas, a été créée en 2005. L'entreprise possède des bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Australie. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.bazaarvoice.com/fr.



bazaarvoice.com/fr