



L'impact de l'E-Réputation en hôtellerie

OBJECTIFS

Comprendre l'importance de l'e-réputation dans toutes les activités quotidiennes de l'hôtel et son impact sur la réputation, le chiffre d'affaires et la fidélisation.
 Identifier les tendances actuelles et les profils des clients qui laissent des avis spontanément, pour mieux anticiper et influencer leur perception.
 Faire du séjour client une expérience mémorable et engageante, favorisant des avis positifs et une fidélisation accrue.
 Transformer les clients satisfaits en véritables ambassadeurs de l'hôtel, en leur donnant envie de partager leur expérience et de revenir.
 Maîtriser la gestion et la réponse aux avis en ligne, en valorisant les retours positifs et en gérant stratégiquement les avis négatifs.

DUREE

2 jours

PUBLIC

Personnel d'un établissement hôtelier

Pré REQUIS

Aucun

PEDAGOGIE

Approche pédagogique participative grâce à des jeux de rôles, des exercices de groupe, des moments de construction et de pratique.
 Outils concrets : modèles de réponses, checklist des bonnes pratiques.
 Échange d'expériences : discussions et retours d'expérience.

EVALUATION

Auto-évaluation de positionnement par entretien ou questionnaire.
 Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions.

SITUATION DE HANDICAP

Prévenez-nous assez tôt de situation de handicap (cognitif, psychologique, moteur, sensoriel...) pour que nous puissions échanger avec le formateur sur vos besoins d'aménagement, de compensation, appuis, ressources, accessibilité...

SANCTION DE LA FORMATION

Une attestation de formation sera envoyée post formation.

INTERVENANTS

Selon le thème de la formation, CQFD sélectionne un pédagogue possédant une expérience significative, une maîtrise opérationnelle et un profil particulier : sophrologue, psychologue, neuropsychologue, ergonome, ergothérapeute, senior manager, chef de cuisine, gouvernante, journaliste, animateur, ex-policier, etc...

TARIFS

Inter-entreprises à Paris, Intra-muros en France entière : Les tarifs sont disponibles en bas de la page internet du dit programme www.cqfd-formation.fr



Vidéo de présentation



PROGRAMME

Jour 1 : Sensibilisation et Impact de l'E-Réputation (ouvert à tout le personnel hôtelier)

Comprendre l'E-Réputation et son Impact

L'e-réputation : omniprésente dans le quotidien hôtelier

Pourquoi l'e-réputation est un enjeu stratégique ?
 Comment chaque interaction influence-t-elle l'image en ligne de l'établissement ?
 Chiffres clés et tendances actuelles (ex. TripAdvisor, Google, Booking, réseaux sociaux)

Qui sont les clients qui laissent des avis ?

Typologie des clients : ceux qui laissent spontanément des avis, ceux qui réagissent à une sollicitation

Facteurs déclencheurs : expériences positives, négatives, engagement émotionnel
 Études de cas : comparaison d'hôtels ayant une stratégie proactive vs réactive

L'impact de l'e-réputation sur l'hôtel, le personnel et l'expérience client

Influence des avis sur le chiffre d'affaires et la fréquentation
 Motivation et implication du personnel : comment chaque collaborateur influence-t-il l'image en ligne ?
 Étude de cas : comment un petit geste du personnel peut générer un excellent avis ?

Le Rôle du Personnel dans l'Enchantement Client

Faire de chaque séjour une expérience engageante

Les moments de vérité dans le parcours client : de la réservation au départ
 Les émotions et leur impact sur la mémoire du séjour
 Exercice pratique : identifier les moments clés pour surprendre et marquer les clients

Transformer un client en ambassadeur de l'hôtel

Créer une connexion émotionnelle avec le client
 Comment encourager un client satisfait à laisser un avis sans paraître insistant ?
 Les techniques pour fidéliser grâce à l'e-réputation

Atelier interactif : Simulation d'interactions favorisant un avis positif

Mises en situation basées sur des scénarios réels
 Analyse des retours et amélioration des pratiques

Jour 2 : Gérer et Répondre aux Avis en Ligne (personnel de réception, direction, assistants...)

Stratégie et Meilleures Pratiques de Gestion des Avis

Comprendre la psychologie des avis clients

Pourquoi les clients laissent-ils des avis ?
 Différences entre avis positifs, neutres et négatifs
 Décryptage des plateformes d'avis et algorithmes de classement

Stratégies de réponse aux avis en ligne

Les 5 règles d'or pour une réponse efficace
 Structurer une réponse selon le type d'avis (positif, négatif, injuste, faux avis)
 Atelier : analyser des réponses existantes et proposer des améliorations

Mise en Pratique et Cas Concrets

Atelier : Rédaction de réponses personnalisées

Simulation de réponses aux avis sur différentes plateformes
 Exercices en binôme : rédaction et feedback collectif

Gérer les situations difficiles et les crises d'e-réputation

Comment répondre à un avis très négatif ou injustifié ?
 Gérer un bad buzz : plan d'action et communication de crise

