

Les avis client au chevet des artisans

Chronique de Sacha Goepp
Plus que Pro

19/06/15 15:09



Face à des consommateurs de plus en plus frileux, le climat des affaires dans l'artisanat n'est pas au beau fixe. Il existe pourtant des solutions efficaces qui s'appuient sur les commentaires et les avis de la clientèle qui sont aujourd'hui l'outil de vente le plus puissant !

Fin publicité dans 11 s



Communiquer sur son savoir-faire: un enjeu clé pour les artisans en contexte de crise

Un vent de tempête souffle sur l'artisanat. La conjoncture économique a bien sûr son influence néfaste : les consommateurs, en période de crise, sont de plus en plus sensibles au prix. Mais la crise n'est pas la seule en cause dans le blues de l'artisanat : le secteur est en pleine mutation économique car un artisan ne peut plus se contenter d'avoir un savoir-faire entre les mains, il doit également être un bon gestionnaire et un bon commercial. Savoir se vendre et savoir vendre ses produits est devenu incontournable. Or, les amoureux du travail bien fait ne sont souvent pas les plus actifs en matière de marketing et de relation client, notamment en ligne. Pourtant, communiquer sur son savoir-faire et sur sa démarche qualité est une des clés pour attirer et rassurer le consommateur en quête de garanties.

Miser sur leur bouche-à-oreille

Dans le discours marketing, l'avis des autres clients a un poids considérable. Quoi de mieux que le bouche-à-oreille ? C'est un apporteur de clientèle qui a toujours fonctionné : selon une [étude Nielsen](#) publiée en septembre 2012, en France, près de 9 consommateurs sur 10 interrogent actuellement leurs proches ou lisent les avis des autres clients avant d'acheter un produit ou un service. Le développement d'internet permet aujourd'hui d'utiliser le bouche-à-oreille à grande échelle ! Il suffirait d'initier la démarche en demandant un témoignage à vos clients. Il existe des outils simples à mettre en place : une enquête de satisfaction, une page Facebook, une page sur votre site internet. Cela demande d'y consacrer du temps, mais le retour sur investissement est certain. Le problème est qu'en France, culturellement, les clients ne déposent leur avis que lorsqu'ils sont mécontents...

Des outils pour systématiser et certifier les avis clients

Pour gagner du temps, il existe des outils plus sophistiqués comme des logiciels de génération d'avis clients, ou des applications qui permettent à une marque de récupérer des contenus (textes, photos, vidéos) générés par des utilisateurs sur les réseaux sociaux. Mais ces solutions restent onéreuses et s'adressent plutôt aux grandes entreprises du e-commerce. Il existe aussi des moyens permettant de systématiser les avis clients et de les certifier par un tiers indépendant. Car pour peser véritablement dans l'acte d'achat, les avis clients doivent être authentiques et nombreux. Si l'internaute suspecte de faux avis, ou si les avis sont peu nombreux et qu'il n'y a pas d'avis récent, l'effet sur les ventes sera inversé. Le consommateur fera une croix sur ses achats potentiels et rayera l'entreprise de ses contacts sérieux. Seule une certification par un tiers indépendant de type [Afnor](#) et [Iso](#) permet de garantir la transparence et la véracité des avis.

Tous les avis comptent

Tous les avis doivent être collectés et communiqués, qu'ils soient positifs ou négatifs. Les artisans ont tout à y gagner car cela permet de détecter d'éventuelles insatisfactions et de corriger le tir. Près de 70 % des insatisfactions naissantes sont des points de détails qui, détectés à temps, peuvent être réglés facilement et rapidement. La reconnaissance de certains dysfonctionnements démontre un professionnalisme et une volonté d'amélioration. Un client mécontent mais dont le problème a été résolu sera encore plus satisfait et n'hésitera pas à le faire savoir ; souvent il se transformera en ambassadeur de l'entreprise. Certaines solutions d'avis clients intègrent le traitement des insatisfactions et sont donc également un outil de management en interne pour le plus grand bénéfice de l'entreprise.



NEWSLETTERS

[Exemple de newsletter](#)

Vous aimez nos articles ?
Recevez-les en premier !

Entrez votre email

OK

CONTENUS SPONSORISÉS



Une ligne fluide, un habitacle fonctionnel et un coffre généreux. Découvrez-le !

Bifidus Bifidobacterium breve B-3 probiotique minceur, perte de poids significative

Des voyages selon vos envies. Les meilleures prestations, aux meilleurs prix.

Loi Pinel : Comment payer 0€ d'impôts pendant 12 ans

Avec un salaire de 3000€, ils effacent leurs impôts !

Profitez d'un essai du Crossover Hybride dans la concession Kia la plus proche !

Publicité

RELATION CLIENT

🔗 Les avis client au chevet des artisans

Avis d'imposition 2018 : les dates de réception

Tiers provisionnel 2018 : paiement par acompte

Le préavis de licenciement

OneNote vs Evernote : quel est le meilleur outil de prise de notes ?

ligatus avis

Voir aussi : [Relation client](#)

Annonces Google



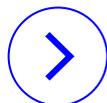
Restaurant d'Affaire Bio

Restaurant d'Affaire Bio

Restaurant d'Affaire Bio & Equilibré - Strasbourg (Schiltigheim)

Restaurant d'Affaire Bio & Equilibré - Strasbourg (Schiltigheim)

Le Confidentiel



Le Confidentiel



Annuaire et services

Agences média

Chiffres-clé de l'Internet

Dictionnaire économique

Dictionnaire webmastering

Idées de business

Indicateurs

Métiers du Web

Réseau professionnel

Salaires des patrons

Sociétés

Villes de France

Budget des villes

Dictionnaire comptable

Dictionnaire marketing

Formations

Impôts

Lettre de motivation

Prestataires

Salaires

SEO independants

Test ADSL

Voeux professionnels

Whogotfunded

Toutes les dernières levées de fonds

Kazoart	€ 600,000
Saagie	€ 5,000,000
Yousign	€ 3,000,000
Vroomly	€ 2,000,000
Alzprotect	€ 14,000,000
Ring Capital	€ 140,000,000
Ouihelp	€ 3,000,000
Ledger	\$ 75,000,000
Recast+ai	€ 2,000,000

Un service de [Digimind](#)

Formation

Digitaliser son plan de communication
e-Marketing



Construire une stratégie de marque forte
Marketing



Reporting et analyses : bien utiliser google
analytics
e-Marketing



Réseaux sociaux : comment bâtir et optimiser
son plan d'action ?
Réseaux sociaux



Culture digitale
Ergonomie, Sites Web



Implémenter le module e-commerce de
google analytics
e-Commerce



Intelligence collective
Efficacité Professionnelle / Management



Service design & innovation thinking
Efficacité Professionnelle / Management



Repères

Chômage

Classement PIB

Dettes publiques

PIB France

Salaire moyen

Assurance-vie

Impôt sur le revenu

LDD

LEP

Livret A

Plus-value immobilière

Prix immobilier

iPhone 8

Classement Forbes

Dates soldes

Homme le plus riche

Prix du cuivre

Prime d'activité

RSA

Smic

Heures supplémentaires

Taux de TVA

Réforme du travail

Retraite à points

