

A young woman with dark curly hair, wearing a red patterned headband, glasses, and a blue denim shirt, is smiling while looking at her smartphone. She is holding a pen in her left hand. The background is a blurred cafe or office setting with a chalkboard and a potted plant.

BookingSuite

Comment les commentaires négatifs peuvent jouer en votre faveur

Un guide en 6 étapes pour aider les établissements à tirer profit des commentaires négatifs.



Comment les commentaires négatifs peuvent jouer en votre faveur

À première vue, on pourrait penser que les commentaires négatifs sont néfastes pour votre établissement. Mais détrompez-vous, ils peuvent représenter une réelle opportunité pour votre activité en vous permettant d'améliorer votre réputation en ligne et ainsi attirer encore plus de voyageurs.

Votre hébergement semble en effet plus crédible aux yeux de clients potentiels s'il affiche à la fois des commentaires positifs et négatifs. Des études révèlent également que les utilisateurs qui recherchent à lire des avis négatifs affichent généralement un taux de conversion plus élevé que ceux qui ne le font pas. En quelques mots, les critiques négatives peuvent vous apporter plus de réservations.¹

La façon dont vous choisissez de répondre à ces commentaires peut avoir un impact considérable sur votre activité : vous pouvez amener le client à changer d'avis et même attirer l'attention de nouveaux voyageurs qui ont apprécié votre manière de réagir !

Ne vous inquiétez donc pas si vous recevez des avis négatifs. Il existe en effet des méthodes testées et approuvées pour transformer une critique négative en une expérience positive. Vous pouvez même commencer à mettre en pratique ces astuces dès maintenant en suivant les 6 étapes que nous vous dévoilons dans ce guide.

Source:

1. Reevoo

Suite.Booking.com

Les outils de commentaires clients sont simples à mettre en place pour les établissements de petite et moyenne tailles tels que le vôtre, et ils peuvent être très rentables.

[En savoir plus](#)

Étape 1 : Respirez.

C'est bien connu, personne n'aime recevoir de commentaire négatif. Nous vous conseillons cependant de garder votre calme et de ne pas répondre de manière hâtive. Si vous prenez un moment pour réfléchir à votre réponse, vous aurez en effet beaucoup plus de chances de rédiger un message qui pourrait faire basculer la situation à votre avantage.

Envisagez par exemple de vous promener quelques minutes, ou de demander à un ami ou à un collègue de vous relire afin de vous assurer que le ton employé est le plus diplomate possible.

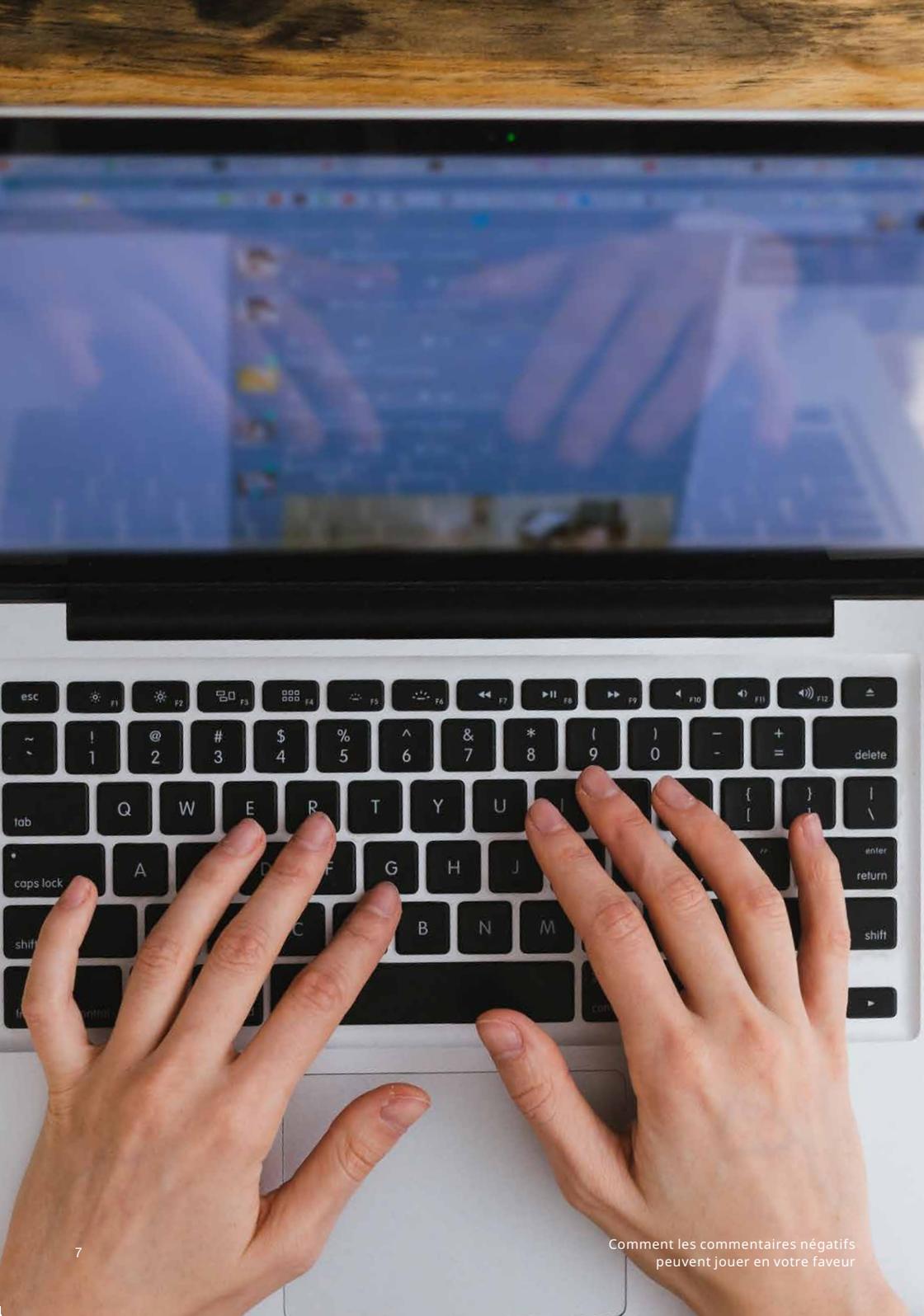
Les statistiques révèlent qu'en moyenne, un client satisfait racontera son expérience à 9 autres personnes.²

Pourquoi est-il particulièrement important aujourd'hui de réfléchir avant de commencer à écrire ? Tout simplement parce que les commentaires sont publics et qu'ils sont devenus une véritable source d'inspiration pour les voyageurs. Vous pensez peut-être vous adresser à une seule personne en répondant à un message, mais vous partagez en réalité votre réponse avec le monde entier. Rassurez-vous, cela est en fait une excellente opportunité pour impressionner et attirer de nouveaux clients !

Source:

2) American Express





Étape 2 : Informez les clients que vous avez bien reçu leur commentaire, et ce dans les plus brefs délais.

Accordez-vous un moment de réflexion et informez rapidement le client que vous avez lu son commentaire, et ce dès que vous le pouvez. En effet, selon le SuperOffice Customer Service Benchmark Report, 90 % des sociétés ne confirment pas à leurs clients qu'elles ont bien reçu leurs e-mails.³ Vous aurez donc un avantage considérable en répondant aux plaintes de vos clients : vous vous démarquerez des autres établissements.

Pour simplifier ce processus, envisagez de paramétrer des réponses automatiques en utilisant des outils de commentaires clients.

Dès que ces derniers auront rédigé leur avis, ils seront alors informés que vous l'avez reçu et que vous leur répondrez dans les plus brefs délais. C'est une façon de leur dire que votre établissement respecte leur opinion et que vous réfléchissez déjà à une

solution. Cela leur donnera également une image plus positive de votre structure avant même que vous n'ayez réellement répondu à leur plainte.

Il existe même des outils qui vous permettent de demander aux clients leur avis alors même qu'ils séjournent dans votre établissement. Vous pouvez ainsi savoir si un client n'est pas satisfait et essayer de trouver une solution avant son départ, et avant qu'un éventuel problème ne soit affiché aux yeux de tous sous forme d'un commentaire négatif.

Source:

3) SupperOffice

Découvrez comment configurer vos outils de commentaires clients en toute simplicité.

[En savoir plus](#)

Étape 3 : Rédigez une réponse personnalisée dès que possible.

Lorsqu'un client n'est pas satisfait, il faut agir vite. Évitez de remettre le problème à plus tard, cela ne fera qu'empirer la situation et le mécontentement du voyageur. Après avoir informé ce dernier que vous avez reçu son commentaire, assurez-vous de lui donner une réponse complète et personnalisée dès que vous le pouvez.

Il est parfois difficile de répondre à tous les commentaires, surtout s'ils ont été publiés sur plusieurs plateformes. C'est pourquoi un outil de gestion peut s'avérer très pratique : il vous permettra de consulter et de répondre facilement à tous ces commentaires à un seul et même endroit. En plus de gagner du temps, vous vous assurez ainsi de ne manquer aucun avis rédigé sur votre établissement.

Les études réalisées révèlent que 70 % des clients mécontents reviendront chez vous si vous êtes en mesure de résoudre rapidement leur problème.⁴

Plus vite vous répondez, plus avez de chances de faire basculer la situation à votre avantage.

Imaginez que vous avez commandé une veste mais que le colis est arrivé abîmé et que la veste était mouillée. Vous avez écrit un e-mail à la société pour l'informer de ce qu'il s'était passé, mais elle a mis plus de 2 semaines à vous répondre.

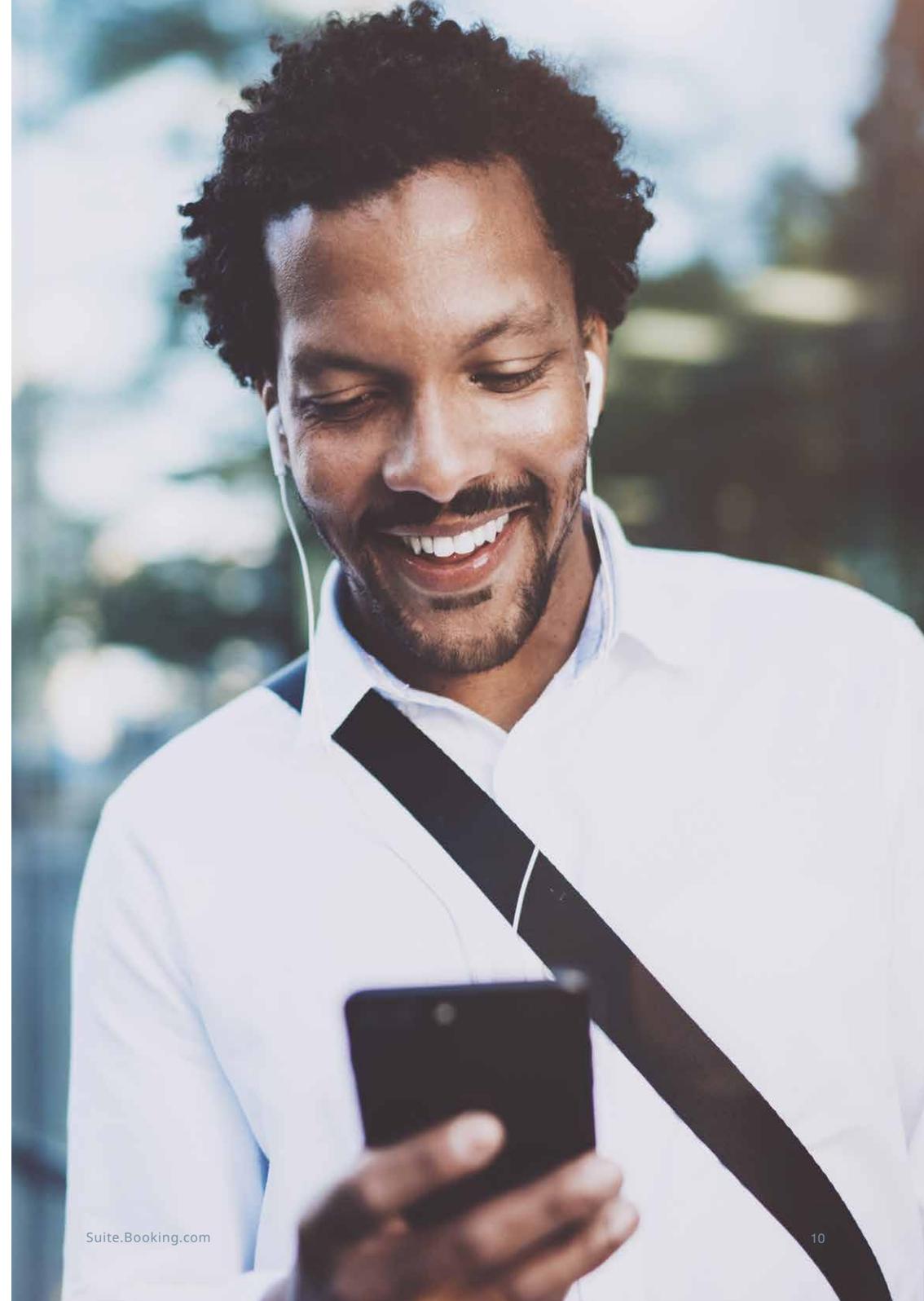
Imaginez maintenant le même scénario avec un dénouement différent : la société vous a répondu le lendemain. Vous seriez bien plus positif à l'égard de l'entreprise dans la seconde situation, et bien plus ouvert à écouter ce qu'elle a à vous dire. Il en va de même pour le client insatisfait qui a laissé un commentaire négatif. Vous l'avez donc compris, il est essentiel d'agir rapidement.

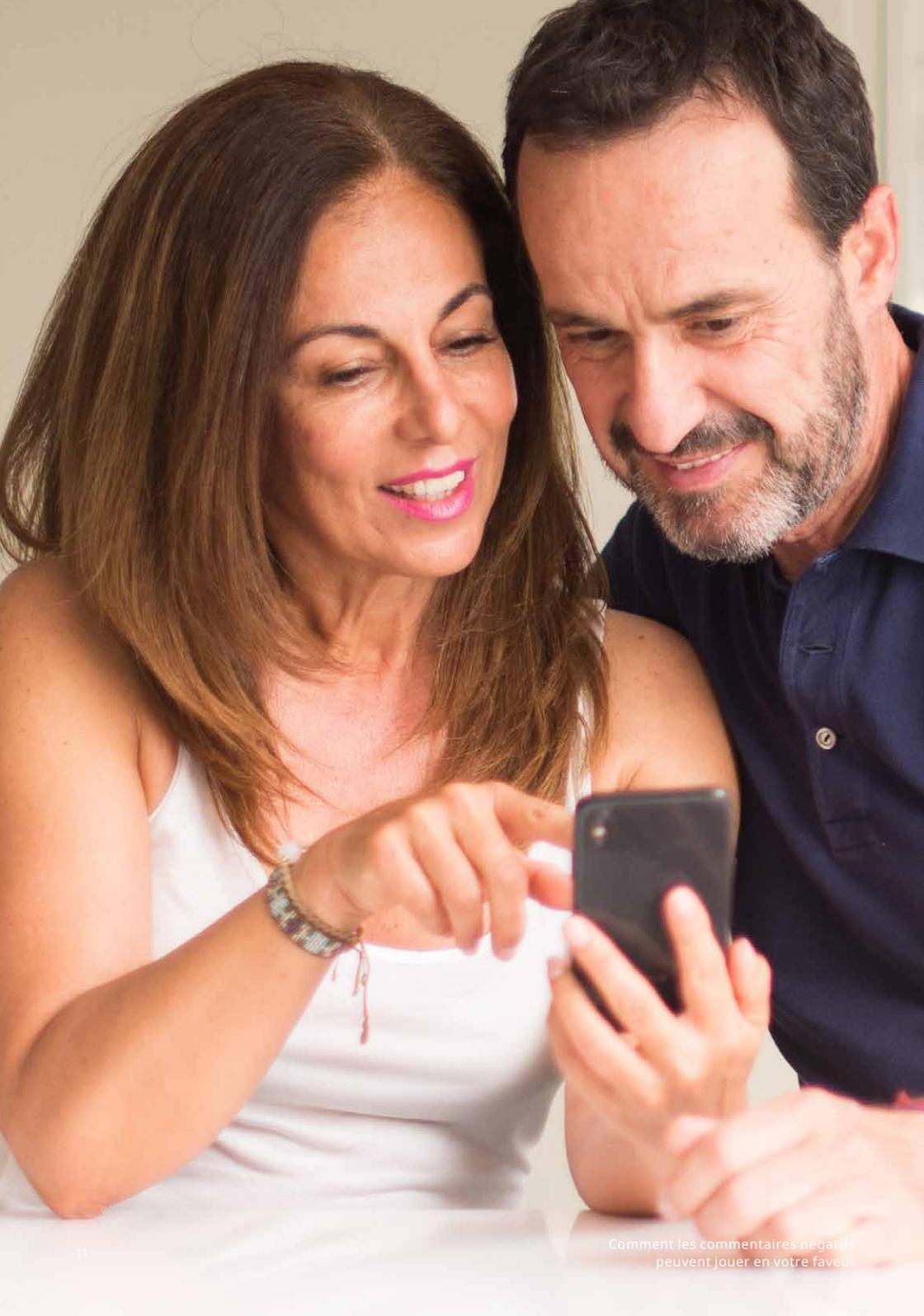
Les statistiques parlent d'elles-mêmes : de tous les clients qui reçoivent une réponse suite à leur commentaire négatif, 33 % ont ensuite changé d'avis et rédigé un avis positif. Plus incroyable encore : 34 % ont supprimé leur commentaire négatif initial et 18 % d'entre eux sont devenus des clients fidèles après cette expérience.⁵

Sources:

4) Lee Resources

5) MackCollier





Étape 4 : Faites preuve d'empathie et soyez humain.

Bien qu'une réponse rapide (et même automatique) soit très appréciée des clients, ces derniers souhaitent avant tout sentir que leur plainte a été comprise par un véritable être humain. Prenez donc le temps de lire le commentaire de votre client et de rédiger une réponse authentique et transparente.

Pour 40% des clients, le fait qu'une société propose un « service plus humain » dans ses interactions est l'aspect le plus important.⁶

Près de la moitié de vos clients apprécient une réponse authentique plus que toute autre chose. Écrivez avec votre cœur, faites entendre votre voix et exprimez votre point de vue, et vos clients comprendront à quel point vous vous souciez de leur satisfaction.

De simples excuses peuvent vous mener très loin. En effet, parfois, dire que vous êtes désolé(e) suffit à faire changer d'avis un client mécontent. Assurez-vous de personnaliser votre réponse en mentionnant son nom et en lui montrant que vous avez pris en compte sa plainte (par ex. un robinet qui fuit dans la salle de bains, un problème concernant l'heure d'enregistrement, etc.).

Source:

6) Genesys

Les outils de commentaires clients peuvent vous aider à fournir des réponses rapides et authentiques, qui montreront à vos clients que leur opinion compte pour vous.

[En savoir plus](#)

Comment les commentaires négatifs peuvent jouer en votre faveur

Suite.Booking.com



Étape 5 : Si possible, proposez une solution.

Les commentaires sont une excellente ressource pour développer votre activité. En analysant les avis laissés par vos clients, vous pouvez ainsi identifier les points à améliorer, que ce soit réparer un robinet qui fuit dans la chambre n° 9 ou vous assurer que les horaires d'enregistrement sont clairement indiqués sur le site Internet de votre établissement.

Prendre des mesures spécifiques suite à certains commentaires vous aidera à améliorer l'expérience de futurs voyageurs, ce qui entraînera des évaluations de plus en plus positives.

Si vous recherchez une méthode simple pour suivre les avis laissés sur votre établissement, nous vous conseillons d'utiliser un outil de gestion des commentaires : cette fonctionnalité vous permettra d'obtenir des informations clés et bénéficier d'un aperçu précis des points à améliorer pour booster la performance de votre établissement.

Si vous recevez des commentaires à propos d'un problème spécifique, assurez-vous de dire au client que vous ne l'avez pas seulement écouté, mais que vous faites également de votre mieux pour résoudre le problème. Vous lui montrez, ainsi qu'à tous les utilisateurs lisant votre réponse, que vous êtes assez humble pour reconnaître lorsque quelque chose ne va pas et que vous faites de votre mieux pour y remédier.

Une simple réponse ravira votre client qui comprendra que vous l'avez écouté. Vous pouvez par exemple dire : « Merci pour votre commentaire, Sandra. Nous sommes navrés d'apprendre que votre chambre n'était pas à la hauteur de vos attentes. Nous avons maintenant réparé le robinet et espérons vous accueillir à nouveau dans notre établissement. »

Étape 6 : Répondez toujours publiquement.

Les commentaires ne sont pas seulement un bon moyen de préparer votre établissement à l'arrivée de futurs clients, ils sont également un facteur essentiel pour la promotion de votre marque.

Avec 96 % des voyageurs accordant une grande importance aux avis pour réserver un hébergement, les commentaires forment la première impression des clients sur votre établissement.⁷

Il est donc primordial que vous partagiez votre réponse publiquement. Autrement, vous limitez votre audience à l'opinion de ce client mécontent, ce qui pourrait laisser les voyageurs penser que vous n'avez pas répondu à son commentaire et que vous ne vous souciez pas de la satisfaction de vos clients.

Une réponse personnalisée et particulièrement attentive peut également faire pencher la balance en votre faveur lorsqu'un client hésite entre votre établissement et un autre. Si vous semblez plus chaleureux et

accueillant, les voyageurs auront plus tendance à choisir votre hébergement pour leur prochaine réservation.

Si vous estimez qu'il est nécessaire de poursuivre la conversation hors ligne suite à votre réponse initiale, n'hésitez pas à le faire. Vous devez en effet parfois échanger plusieurs messages avec un client pour résoudre un problème et il n'est alors pas nécessaire de continuer votre conversation sur une plateforme publique. Dans ce cas, nous vous conseillons de demander au client de vous envoyer un message en privé ou de le contacter directement vous-même.

Source:

7) TrustYou



« La satisfaction des clients a toujours été notre objectif principal. Il est donc très important pour nous d'obtenir des commentaires honnêtes et directs. L'App Store de BookingSuite nous a aidé à améliorer notre relation avec les clients. »

Antonio Iannotta, propriétaire d'un hôtel

[Découvrir le témoignage](#)

Comment les commentaires négatifs peuvent jouer en votre faveur

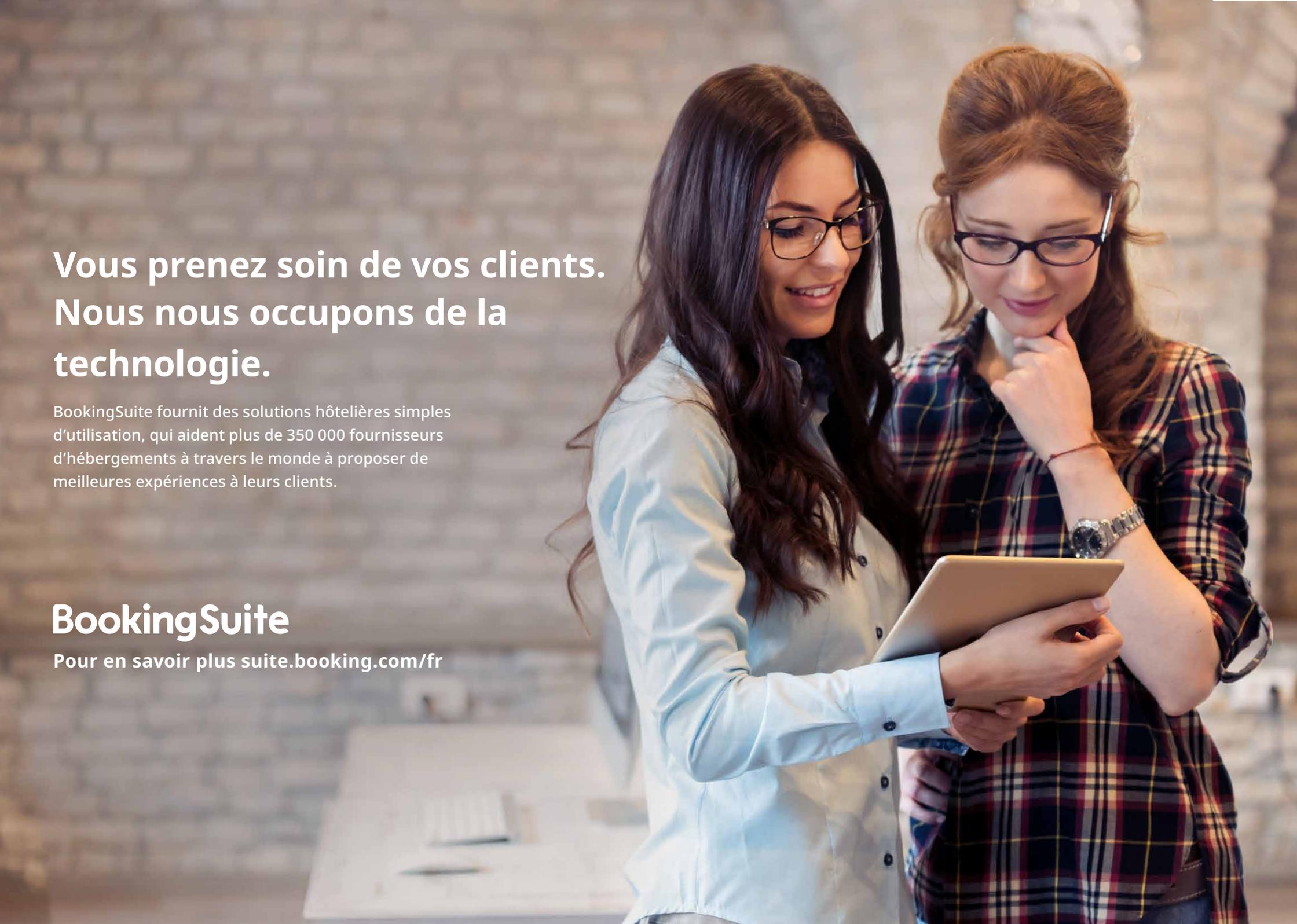


Aujourd'hui, il existe tellement de solutions hôtelières qu'il peut être difficile de savoir par où commencer.

L'App Store de BookingSuite est là pour simplifier ce processus en vous proposant une sélection d'outils de qualité, adaptés à votre activité.

Toutes les solutions proposées sont recommandées par des professionnels de l'industrie, et bénéficient d'une période d'essai gratuite. Vous pourrez ainsi les tester et voir par vous-même si elles vous conviennent.

[Découvrir l'App Store](#)

A photograph of two women in a modern office setting. The woman on the left has long dark hair and is wearing glasses and a light blue button-down shirt. She is holding a tablet. The woman on the right has reddish-brown hair tied back, is wearing glasses and a plaid shirt, and has her hand on her chin in a thoughtful pose. They are both looking at the tablet. The background is a blurred office environment with a desk and a keyboard visible.

Vous prenez soin de vos clients. Nous nous occupons de la technologie.

BookingSuite fournit des solutions hôtelières simples d'utilisation, qui aident plus de 350 000 fournisseurs d'hébergements à travers le monde à proposer de meilleures expériences à leurs clients.

BookingSuite

Pour en savoir plus suite.booking.com/fr