



# SAVOIR BIEN REpondre AUX COMMENTAIRES ET AVIS CLIENTS SUR INTERNET

Référence ECRFRA15

## Fiche de la formation

### BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les commentaires et avis des clients sur internet sont une source incomparable d'informations sur la perception des produits et services. Mais ils sont en même temps un levier à double tranchant sur la qualité de cette perception par le public. S'il est impossible de contrôler cette conversation internet, on peut cependant y participer pour faire entendre la voix de l'entreprise. Encore faut-il en connaître les codes rédactionnels spécifiques...

### APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation apporte les techniques de réponses aux commentaires et avis des clients internautes. Elle fournit les outils rédactionnels nécessaires à l'accompagnement de la conversation web et au renforcement de la relation client.

Elle apporte une méthode complète, simple à mettre en œuvre, pour rédiger des réponses efficaces aux commentaires et avis clients.

### CONTACT



#### Face-Client

PatrickJAY Communications  
15-17 rue Scribe  
F-75009 Paris  
+33 (0)6 07 19 18 42  
[patrickjay@face-client.com](mailto:patrickjay@face-client.com)  
[www.face-client.com](http://www.face-client.com)

### Prescriptions

#### Objectifs opérationnels

- Acquérir les repères, méthodes et techniques de rédaction de réponses aux avis clients sur internet ;
- Savoir expliquer et argumenter les choix de l'entreprise ;
- Savoir générer de l'empathie vers les clients internautes à l'écrit au profit de l'image de l'entreprise ;
- Protéger l'entreprise des crises médiatiques sur les réseaux sociaux.

#### Public concerné

- Tout collaborateur qui rédige pour le lectorat internet de l'entreprise ;
- Tout collaborateur qui promeut l'image de l'entreprise sur le web.

#### Prérequis

- Connaître les sites sur lesquels les clients de l'entreprise commentent. (Auto-déclaration préalable + test en entrée de formation).

#### Durée

- Deux jours (14h) consécutifs ou non.

#### Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

#### Méthodes pédagogiques

- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Nombreux exercices d'application.

#### Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : test de rédaction et quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests de rédaction intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

#### Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert ;
- Méthodologie unique en lien avec la création de contenus internet ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

#### Indicateur de résultats

Cette formation a un taux de satisfaction de 98,70% sur la performance et l'accomplissement de la prestation.

#### Aide-mémoire



Les participants reçoivent chacun un exemplaire de l'ouvrage de Patrick JAY « Boostez votre chiffre d'affaires en répondant efficacement aux réclamations clients ». PowerPoint utilisé pendant la formation.

### EXEMPLE D'APPLICATION 1

Claire est assistante marketing. Elle a la charge de répondre aux avis clients de la chaîne de magasins de franchisés. Elle a jusque-là répondu à l'intuition, du mieux possible. Mais les réponses aux avis ont pris un poids commercial et juridique tel qu'elle estime devoir professionnaliser ses réponses.

Elle a demandé à participer à une session en distanciel pour acquérir une méthode et travailler intensivement ses réponses aux avis clients.

### EXEMPLE D'APPLICATION 2

Catherine et Michel sont les deux managers d'une équipe de six collaborateurs dédiés à la veille client sur internet et aux réponses aux avis sur les forums. Ils ont pu jusqu'ici se satisfaire de techniques empiriques, mais ils sentent bien que leur équipe stresse car elle manque de repères précis. Ils réalisent que répondre aux avis et commentaires des clients de l'entreprise sur les forums internet nécessite des repères et une méthode.

Catherine et Michel décident de faire former leurs six collaborateurs en session intra pour professionnaliser leurs techniques en réponses aux avis internet.



A l'issue, les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.

## CONTACT



### Face-Client

PatrickJAYCommunications  
15-17 rue Scribe  
F-75009 Paris  
+33 (0)6 07 19 18 42

[patrickjay@face-client.com](mailto:patrickjay@face-client.com)  
[www.face-client.com](http://www.face-client.com)

## Le cadre juridique de l'expression : points de vigilances

### Mieux comprendre le cadre juridique : point sur les éléments de droit

- Avis et droit de réponse sur internet : deux articles et décret à connaître (ex. condamnation basée sur les avis clients).
- Habilitation à exercer le droit de réponse sur internet ;
- Exclusion du droit de réponse : nature du service interactif ;
- Limites générales à la liberté d'expression ;
- Critique et diffamation, diffamation et dénigrement, insultes et injures, diffamation et atteinte à la vie privée : bon à savoir ;
- Appel au boycott par les internautes : les limites ;
- Entreprise : le compromis entre juridique et communication.

## Le cadre d'influence numérique des forums et sites d'avis

### Prendre conscience de la réalité numérique

- Rôle des algorithmes ;
- Principes d'intelligence artificielle.

## Le cadre d'influence des échanges sur les forums et sites d'avis

### Comprendre et utiliser les codes de la conversation internet

- Réponses de l'entreprise aux commentaires et avis clients sur internet
  - o Une opportunité d'influence cruciale ;
  - o Un lieu de défense et promotion de l'image de l'entreprise.
- Influence des réseaux sociaux sur le dialogue avec les clients
  - o Un jeu à trois : client, communauté et entreprise.
- Codes en conversation internet : utiliser les lois de proximité pour se synchroniser avec l'internaute.

## Objectifs et méthode de réponses : la stratégie de réponse

### Quand l'internaute client donne son avis

- Objectifs implicites et explicites des critiques du client internaute ;
- Prise de pouvoir des internautes : influence / nuisance ;
- Lectorat internaute : portraits / avatars d'intervenants web.

### Ce que la communauté en tire comme conclusions

- Objectifs implicites et explicites de la communauté ;
- Intérêt, curiosité, voyeurisme ;
- Le lectorat du client internaute : portraits de lecteurs web ;
- Un lectorat en mode réactif constant ;
- Les préjugés contre le monde corporate.

### Point de vue de l'entreprise

- Objectifs implicites et explicites de l'entreprise ;
- Limites du pouvoir d'influence de l'entreprise ;
- Profiler le lectorat web de l'entreprise ;
- Portraits d'intervenants web ;
- Emotions vs raison : bien doser les ingrédients.

## MODALITES DES SESSIONS

### Intra-entreprises

Intra-entreprises à la demande, sur votre site ou en nos locaux.

### Nombre de participants

8 participants maximum par session pour un travail optimisé.

### Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à [contact@face-client.com](mailto:contact@face-client.com)

Confirmation sous 24 heures par retour.  
Sessions distancielles garanties à la 1ère inscription (Interface Zoom).

### Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handicapés. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

## CONTACT



### Face-Client

PatrickJAYCommunications  
15-17 rue Scribe  
F-75009 Paris  
+33 (0)6 07 19 18 42  
[patrickjay@face-client.com](mailto:patrickjay@face-client.com)  
[www.face-client.com](http://www.face-client.com)

## Techniques rédactionnelles : comment rédiger la réponse

### Prendre en compte les commentaires et avis du client

- Accepter la légitimité de l'expression de l'internaute ;
- Identifier les attentes sous-jacentes, implicites, du client ;
- Soigner la relation avec la communauté : montrer de l'empathie ;
- Valoriser et rassurer la communauté tout au long de l'écrit.

### Amplifier la satisfaction et les recommandations positives

- Partager la satisfaction et les ressentis positifs (empathie positive) ;
- Utiliser systématiquement les expressions positives et recommandations comme tremplin d'informations vers les tiers ;
- Profiter de l'ambiance positive pour confirmer les valeurs ;
- Elargir les propositions de services et produits de l'entreprise ;
- Annoncer des nouveautés et des projets.

### Traiter les effets de l'insatisfaction selon les principes de la CNV

- Reconnaître la « blessure », exprimer regrets, proposer une réparation, dire quels moyens on met en œuvre pour éviter une répétition ;
- Rassurer sur le futur et exprimer la volonté de poursuivre la relation.

### Présenter le point de vue de l'entreprise

- Confirmer, ajouter, clarifier, dissiper les ambiguïtés sans s'opposer ;
- Savoir désamorcer et éventuellement, présenter des excuses ;
- Exprimer son message par un texte simple, concret et concis ;
- Ne pas polluer le message : distinguer faits, opinions et sentiments ;
- Conclure sur le futur et ses opportunités pour la communauté.

### Formation complémentaire conseillée

[Savoir répondre aux emails et courriers de réclamations clients – réf. ECRFRA14](#)