

# Customer Advocacy : exploiter les avis client en ligne en atout marketing

Faire des avis en ligne un levier marketing majeur d'acquisition et de fidélisation

À l'issue de la formation, vous serez capable de définir votre e-réputation, de la mesurer et de la gérer.

## PROGRAMME

### Mesurer l'importance des avis client en ligne et les risques associés

- Appréhender le poids des avis client en ligne dans le processus d'achat.
- Avis négatif ou frauduleux : se prémunir face aux risques des avis en ligne.
- **Atelier** : cartographie d'avis client sur sa marque, détection des faux commentaires et stratégie adéquate pour y répondre.

### Adopter une gestion proactive des avis client en ligne pour augmenter a Customer Advocacy

- TripAdvisor, Booking... : gérer sa présence sur les sites d'avis en ligne.

- Faire du feedback une étape incontournable de son expérience client : call back, formulaire...
- **Atelier** : mettre en place une veille centralisée efficace pour monitorer la réputation de sa marque.

### Intégrer la Customer Advocacy dans sa stratégie marketing

- Valoriser les avis client sur son site pour augmenter son taux de conversion.
- Mettre en place des outils pour gérer automatiquement la priorisation des avis client.
- Améliorer son search marketing en affichant ses avis client.

### Répondre aux avis client : mettre en place une stratégie efficace

- Établir l'organisation adéquate pour répondre aux avis client.
- Structurer son message : remercier, écouter, argumenter, valoriser.
- Construire son identité de marque à travers ses réponses : tonalités, éléments de langage, engagements.

## MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation.

## PERFECTIONNEMENT

Code : EMAGE

🕒 1 jour - 7 heures

💰 Prix HT : 860 € (repas inclus)

## OBJECTIFS

- Comprendre l'impact de la Customer Advocacy sur sa stratégie marketing.
- Saisir les opportunités marketing des avis client en ligne.
- Valoriser et maîtriser les avis client en ligne sur sa marque.

## PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux des médias sociaux.

## PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs, responsables et chargés de communication et/ou marketing.

## PLANNING

Paris

27 - 28 février 2019

6 - 7 juin 2019

7 - 8 octobre 2019

5 - 6 décembre 2019

27 - 28 février 2020