

Les avis : l'outil marketing que vous ne pouvez vous permettre de négliger

Les avis en ligne jouent un rôle dans presque toutes les décisions d'achat, et plus ils sont positifs, plus les clients potentiels sont susceptibles de vous faire confiance. Affichez votre réputation cinq étoiles et renforcez votre visibilité en utilisant les demandes d'avis dans votre flux de travail après projet. Cette pratique deviendra peut-être l'un des meilleurs outils dont vous disposerez pour vous démarquer de la concurrence et décrocher de nouveaux contrats.



Automatisez la collecte d'avis

Optimisez la collecte d'avis en envoyant des demandes trimestrielles ou bimensuelles via l'outil « Collecter des avis » de votre profil Houzz. Il vous suffit d'entrer l'adresse e-mail du client, de modifier le message proposé et nous nous chargeons du reste. En même temps que votre message, votre client recevra des instructions pour rédiger son commentaire. Une fois approuvé, il s'affichera automatiquement sur votre profil, pour que tout le monde puisse le voir.

« J'ai un document Excel que j'utilise pour suivre les projets que je termine. Tous les deux mois, j'envoie une série de demandes d'avis. Si le client répond, je le coche dans mon document Excel. Sinon, je réessaie. »

Jennifer Howard, JWH Cabinetry



Personnalisez votre message

Augmentez vos chances d'obtenir un avis en personnalisant votre e-mail. Adressez-vous à votre client nommément, évoquez le projet et exprimez votre gratitude pour la confiance qu'il vous a témoignée. Ensuite, énoncez clairement votre demande pour un avis, en insistant sur la valeur de son retour d'information.

SUGGESTIONS D'E-MAILS

Demander aux clients de vous parler d'une pièce ou d'un élément du projet est un excellent moyen de personnaliser votre e-mail. Voici quelques idées :

- « Comment trouvez-vous votre nouveau bureau à la maison ? Je suppose que le fait d'avoir plus d'intimité change la donne ? »
- « Avez-vous déjà organisé un grand repas en famille dans votre nouvelle salle à manger ? »
- « Quel est votre avis sur cette terrasse extérieure facile à entretenir ? »

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

→ **98 %**
des gens lisent les avis en ligne des entreprises locales*

→ **93 %**
des consommateurs affirment que les avis en ligne influencent leurs décisions d'achat**

→ **84 %**
des consommateurs estiment que les avis sur les artisans et les entreprises de services sont « importants » ou « très importants »***

* D'après <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/>

** D'après <https://supplygem.com/publications/online-review-statistics/>

*** D'après <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/>



Répondez aux avis

Recevoir une critique n'est pas une fin en soi. Il est important de remercier le client pour ses commentaires et d'y répondre publiquement, car les consommateurs sont deux fois plus enclins à choisir une entreprise lorsque celle-ci répond ouvertement aux commentaires, qu'ils soient positifs ou négatifs.

Michaelson Homes, LLC a reçu un avis d'une étoile de la part d'un client affirmant que la qualité du travail et des matériaux n'était pas à la hauteur de ses attentes. Plutôt que de rester silencieux, l'entreprise a répondu à l'avis en présentant des excuses et des explications.

« Afin de réduire les coûts, le client a fait appel à un grand nombre de ses propres sous-traitants, ce qui a limité notre contrôle sur la qualité du travail », peut-on lire dans une partie de leur réponse. « Chez Michaelson Homes, nous aurions dû tenir compte des signaux d'alarme qui se sont manifestés très tôt et nous avons appris à ne plus nous impliquer dans ce type de projets à l'avenir. »

QUE FAIRE EN CAS D'AVIS NÉGATIF ?

- Répondez rapidement et acceptez les commentaires de vos clients, même si vous n'êtes pas d'accord avec leurs impressions.
- Partagez votre point de vue et précisez, le cas échéant, ce que vous faites pour éviter que des situations similaires ne se reproduisent.
- Restez toujours professionnel - c'est une opportunité de montrer à vos clients potentiels comment vous gérez les situations difficiles.



Obtenez le badge « Best of Houzz »

Les prix annuels Best of Houzz récompensent les professionnels dont la moyenne d'étoiles est élevée sur notre plateforme. Les gagnants se voient attribuer un badge « Best of Houzz » que les propriétaires peuvent voir lorsqu'ils recherchent un professionnel.



Exploitez votre réseau professionnel

Saviez-vous que vous pouvez demander à d'autres professionnels d'évaluer votre entreprise ? Ils peuvent remplir une évaluation dans l'option « Collègues » de votre profil Houzz. Ces commentaires de pairs ne sont pas seulement un moyen rapide d'augmenter votre chiffre d'affaires, ils offrent également un point de vue différent sur votre entreprise. Ils peuvent même attirer l'attention d'autres pros qui souhaitent vous faire participer à leur projet.

« J'essaie d'obtenir des avis de la part de nos prestataires et de nos sous-traitants, car cela contribue à renforcer la crédibilité de l'entreprise. Dès que le projet est terminé, nous leur disons que nous pouvons leur envoyer des photos pour qu'ils les utilisent sur leur profil, mais nous leur demandons d'abord de nous donner leur avis. Tout le monde y gagne. »

Sharon Flatley, Sharon Flatley Design