

## PROGRAMME DE FORMATION

### Optimiser votre réputation en ligne pour valoriser votre activité

#### Objectifs de la formation

- Identifier les leviers d'une e-réputation positive et cohérente
- Apprendre à gérer efficacement les avis clients (positifs et négatifs)
- Formuler des réponses pertinentes et professionnelles aux commentaires en ligne
- Mettre en œuvre des actions simples pour renforcer la confiance et la fidélisation

#### Programme

Dans le secteur touristique, l'expérience ne s'arrête pas aux portes de l'établissement : elle commence et se poursuit en ligne, à travers les avis, les commentaires et les recherches faites par les futurs visiteurs. La réputation numérique est devenue un facteur déterminant dans le choix d'un hébergement, d'une activité ou d'un service. Les professionnels doivent donc apprendre à transformer ce qui peut sembler contraignant – la gestion d'avis parfois négatifs ou d'interrogations répétitives – en véritable levier de confiance et de différenciation.

L'enjeu prioritaire est triple :

- Identifier les leviers clés qui permettent de construire et maintenir une réputation en ligne positive et alignée avec leur activité ;
- Acquérir des méthodes concrètes pour répondre avec professionnalisme et humanité aux retours des clients, positifs comme négatifs ;
- Développer une stratégie simple et actionnable afin de renforcer une image en ligne cohérente, rassurante et valorisante, adaptée au contexte spécifique du tourisme.

Cet événement thématique offrira aux participants des repères clairs, des exemples directement issus de leur secteur, et des outils pratiques immédiatement mobilisables dans leur quotidien professionnel.

#### Conférence interactive

- Mise en contexte : état des lieux de la e-réputation dans le secteur touristique (poids des avis clients, attentes des voyageurs, tendances actuelles)
- Apports théoriques : présentation des leviers clés pour construire et maintenir une réputation positive (gestion proactive des avis, cohérence des canaux en ligne, ton et posture professionnelle)
- Exemples issus du tourisme : cas réels d'hôtels, gîtes, restaurateurs ou prestataires d'activités ayant transformé un avis négatif en opportunité
- Échanges interactifs : questions-réponses avec les participants, réactions sur leurs propres expériences

#### Atelier participatif type World Café

Organisation en 3 tables thématiques avec une restitution collective finale.

- Thème 1 : Identifier ses leviers d'e-réputation : Quels canaux et points de contact influencent la perception en ligne de mon activité ?
- Thème 2 : Gérer et répondre aux avis clients : Comment transformer un avis (positif ou négatif) en opportunité de valorisation ?
- Thème 3 : Actions simples pour renforcer la confiance : Brainstorming pour générer une série d'actions opérationnelles (témoignages, storytelling, charte de réponse, FAQ...)



## Restitution collective

### Méthodes et supports

#### Méthodes d'animation :

- Conférence participative : pour poser un cadre clair, donner des repères et inspirer grâce à des exemples concrets du secteur. L'intention est de vulgariser les enjeux et de susciter l'intérêt dès le départ.
- World Café : pour favoriser le dialogue entre pairs, mettre en valeur l'expérience de chacun et stimuler l'intelligence collective. Chaque participant apporte sa vision et repart avec des idées enrichies par le collectif.
- Études de cas pratiques : pour mettre en application directement les notions vues, avec un ancrage dans la réalité touristique des participants.
- Restitution collective : pour consolider les apprentissages et identifier ensemble un socle commun de bonnes pratiques.

#### Supports et livrables :

- Support projeté PDF reprenant les notions clés et les exemples partagés.
- Fiche pratique « Répondre à un avis client » : étapes, erreurs à éviter, formulation type.
- Check-list "Entretenir sa réputation en ligne" : bonnes pratiques à mettre en place régulièrement (ex. : suivi mensuel des avis, veille sur les plateformes, mise à jour des informations en ligne).
- Liens ressources utiles : outils gratuits ou accessibles (ex. : alertes Google, plateformes de gestion des avis, modèles de réponses).

### Public

Acteurs du secteur touristique (hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires de sites, organisateurs d'activités de loisirs, offices de tourisme...) déjà présents en ligne (au minimum via un site, une fiche Google Business ou une plateforme d'avis).

### Prérequis

Pas de pré-requis.

### Informations complémentaires

Cet évènement thématique est animé par **Marie DUPRAZ**, formatrice experte dans le domaine de l'hébergement touristique, du développement commercial, de la stratégie marketing et de l'intelligence collective.

### Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

Non concerné

### Modalités d'évaluation (Post-Formation)

### Indicateurs de résultat (Post-Evaluation)

### Durée

0.50 jour(s)  
3:30 heures



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme



Auvergne Rhône-Alpes Tourisme\_Trajectoires Tourisme : 11 B, Quai Perrache, 69002, LYON  
/ Tél. : 04 81 13 28 32 / [contact@trajectoires-tourisme.com](mailto:contact@trajectoires-tourisme.com)  
Siret n° 824 433 866 000 46 - Code NAF 94.99Z – Activité enregistrée sous le n° 84 691 487  
469 auprès du préfet de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Cet enregistrement ne vaut pas  
agrément de l'Etat

