

Découvrez comment La Cabane d'Adrien a obtenu plus de 300 avis authentiques de ses clients en 4 mois 🚀



DoConnect.

X



La Cabane d'Adrien

Cas client - Décembre 2021

01

Contexte & besoins de la Cabane d'Adrien

02

Quelles actions & quels résultats ?

03

Conseils pour votre e-réputation

SOMMAIRE



Contexte & besoins de La Cabane d'Adrien

Contexte

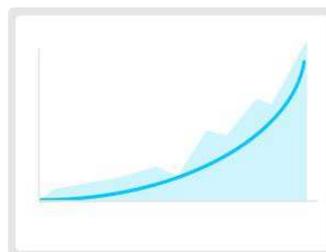
La Cabane d'Adrien est un bar à huîtres **français** spécialisé dans la vente d'huîtres, de coquillages et crustacés sur **l'île de Noirmoutier**. Fort d'une **grande expérience dans la pêche**, le père et le fils Adrien se sont spécialisés dans l'ostréiculture et ont ouvert, il y a 3 ans, leur restaurant familial.

Au même titre que les commerces de proximité, La Cabane d'Adrien fait **l'objet d'une notation « publique »** sur sa fiche Google. Ces avis leur permettent de se différencier de la forte concurrence qui règne sur l'île de Noirmoutier et de refléter **la qualité de leurs services et de leurs produits**.

Ainsi, La Cabane d'Adrien souhaitait **améliorer sa réputation en ligne afin de refléter la satisfaction des clients** et d'**affirmer sa position en tant que bar à huîtres haut de gamme**. Ils ont donc fait appel à la solution DoConnect pour renforcer leur e-réputation.

Besoins de La Cabane d'Adrien

- **Suivre en temps réel l'évolution du niveau de satisfaction** de leurs clients.
- **Identifier les principaux sujets de friction** dans leur parcours consommateur.
- **Rééquilibrer leur note Google**, non représentative de la perception des clients.
- **Améliorer leur référencement local** afin de se distinguer des concurrents.





Quelles actions pour quels résultats ?

Actions entreprises

Actions menées & fonctionnalités du compte DoConnect de La Cabane d'Adrien :

- Mise en place de **campagnes de sollicitation** des clients par SMS, contenant une invitation à **laisser un avis en ligne**.
- **Interfaçage avec Google My Business** pour suivre en temps réel les nouveaux avis.
- **Centralisation** de l'ensemble des **avis Google déposés sur la fiche GMB** rattachés à La Cabane d'Adrien.

Résultats (08/2021 > 11/2021)

+ 0,2

Augmentation de la note moyenne de La Cabane d'Adrien sur Google, passant de 4,5/5 à 4,7/5.

+ 290

Nombre de nouveaux avis Google obtenus sur les fiches de La Cabane d'Adrien, passant de 315 avis à 605 avis.

96%

Taux de satisfaction indiqué par les clients de La Cabane d'Adrien.



Actions menées et résultats

Avis récoltés & statistiques

D Ddf 2741
4 avis

★★★★★ il y a un jour

Fin de week-end, sur le chemin du retour une parenthèse enchantée sur des rythmes cubains avec chérie. Accueil excellent, carte simple, produits succulents, cadre top et soleil en Novembre 😊😊😊. 5 étoiles au guide good vibes. Je recommande, merci de votre accueil.

Visité en novembre

👍 J'aime

 **Valérie Marqueton**
4 avis · 4 photos

★★★★★ il y a un jour

Un lieu magique , un accueil exceptionnel , une adresse de privilégiée des plaisirs de la vie
Visité en novembre

👍 J'aime

 **Stéphanie Vignier**
Local Guide · 30 avis · 17 photos

★★★★★ il y a 2 jours

Tout est réuni pour passer un moment hors du temps.
Un cadre, des aliments frais (un conseil prenez les huîtres spéciales, saumon, bulots,...), ce fameux vin blanc de Pessac, le château Bacalan, 2019 et un personnel à l'écoute de sa clientèle.

Si vous allez sur l'île de Noirmoutier ne ratez pas votre resa à la cabane d'Adrien.

C'était parfait !
Visité en novembre

👍 J'aime



Monsieur Etienne ADRIEN
Gérant du bar à huîtres
La Cabane d'Adrien

“Ostréiculteurs sur l'île de Noirmoutier, nous avons ouvert un espace de dégustation en 2019. Nous avons commencé à avoir des avis Google, pour la plupart fort heureusement positifs, mais parfois certains totalement décalés avec une forte part de subjectivité. Nous nous sommes vite rendu compte de l'enjeu de maîtriser cette nouvelle forme de communication. L'idée étant de pouvoir faire parler la majorité des personnes satisfaites et "noyer" les quelques cas malveillants.

C'est ainsi que nous avons choisi la solution DOCONNECT, très efficace et facile d'utilisation. Elle nous permet de lancer tous les jours une campagne email ou sms auprès des clients afin qu'ils nous donnent leur avis. Très rapidement nous avons vu l'efficacité de la méthode, nous sommes à plus de 600 avis avec une note moyenne de 4.7/5...”





03

Conseils pour votre e-réputation

Soignez votre vitrine en ligne

Les **recherches locales** (du type : « *dentiste Toulouse* ») représentent aujourd'hui **près de 50% du total des recherches** sur Google. Celles-ci débouchent en général sur l'affichage d'une carte sur laquelle figurent les fiches Google My Business de 3 professionnels : c'est le **Local Pack**.

Votre fiche Google My Business est **de plus en plus exposée**, et constitue généralement **la première information** vous concernant visible par un internaute.

Il est ainsi primordial que cette fiche vous **représente fidèlement**, et qu'elle soit **optimisée pour apparaître en bonne position**.

Créez du contenu

Que ce soit par le biais de votre blog, de vos réseaux sociaux ou encore vos Google Posts, **il faut créer du contenu à destination de vos clients (dernières actualités de votre secteur, nouveautés de votre service etc.)**.

La qualité de vos publications sera appréciée par **vos clients**, mais également **par Google**. En étant actif et en produisant un contenu répondant aux attentes des internautes, vous envoyez un message positif aux moteurs de recherche, qui vous octroient une **meilleure visibilité**.





03

Conseils pour votre e-réputation

Sollicitez les avis de vos clients

A l'instar d'articles de blogs, les avis de vos clients sont du **contenu qui parle de votre activité**. Mieux, il s'agit de **recommandations authentiques** émises par celles & ceux qui vous font confiance.

Ces avis ont une influence grandissante sur les internautes, qui sont désormais près de 90 % à accorder autant de crédit aux avis qu'au bouche-à-oreille traditionnel.

En plus d'être utile pour les internautes, ils sont très importants pour Google, qui y voit la **validation de la qualité de vos services**.

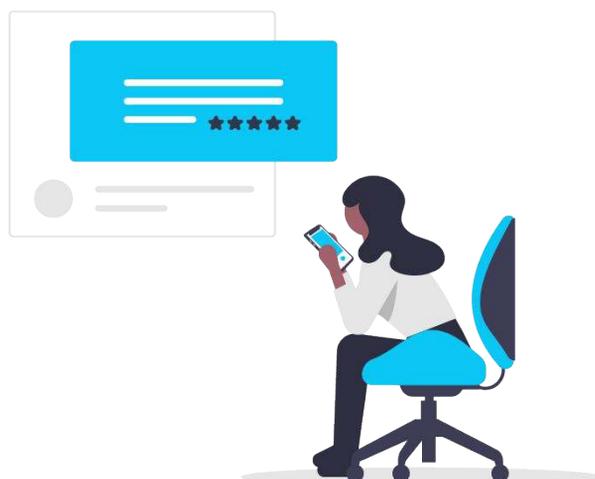
Conclusion : **récoltez-les tous !**

Répondez à vos avis

Mettre en place une stratégie pour obtenir régulièrement les avis de vos clients est une première bonne étape. Il faut ensuite y répondre.

En y répondant, vous montrez aux internautes **la manière dont vous traitez le mécontentement** et mettez en avant **l'importance que vous accordez à l'expérience client**.

En définitive, répondre à vos avis Google vous **différencie de vos concurrents et contribue à améliorer votre réputation en ligne**.





contact@doconnect.fr
0 1 87 20 50 20

Cas client - Décembre 2021