

Tripadvisor,

un outil de suivi de la qualité

ÉLISE MATHIEU

Ancien porte-parole de Tripadvisor en France

[communicationfrance@tripadvisor.com]

Les sites du Tripadvisor® Media Network regroupent la plus importante communauté de voyageurs au monde, avec plus de 32 millions de visiteurs uniques chaque mois, 10 millions de membres enregistrés et 23 millions de critiques et d'opinions. À travers les conseils proposés par leurs voyageurs, les sites de la marque Tripadvisor couvrent plus d'un million de destinations, d'hôtels, de restaurants et d'attractions (cf. encadré 1). La croissance des sites du groupe et leur taille révèlent le besoin d'informations non commerciales et le potentiel critique des voyageurs. Aujourd'hui, le réseau média Tripadvisor® emploie 450 personnes. En plus des sites participatifs présents dans le monde entier, Tripadvisor comprend d'autres activités spécifiques, toutes consacrées au tourisme (www.airfarewatchdog.com, www.bookingbuddy.com, www.cruise critic.com, www.holidaywatchdog.com, www.seatguru.com, etc.). En 2000, Steve Kaufer, PDG et cofondateur de Tripadvisor, aboutit à une impasse lorsqu'il cherche sur le web des conseils de voyage pour organiser son séjour au Mexique. Cette incident est le déclencheur de la création de Tripadvisor aux États-Unis. Cet entrepreneur décide de construire un

Encadré 1

TRIPADVISOR EN CHIFFRES

Tripadvisor, c'est plus de 23 millions de commentaires authentiques rédigés par ses membres voyageant dans le monde entier et couvrant :

- 61 000 villes ;
- 270 000 hôtels ;
- 78 000 attractions ;
- 469 000 restaurants.

Tripadvisor, c'est aussi :

- 1 380 000 photos prises par ses membres dans plus de 81 700 hôtels.

Encadré 2

LES FONCTIONNALITÉS DU WEB 2.0 AU SERVICE DES VOYAGEURS

• Un réseau de voyageurs

Un accès instantané à un réseau d'experts, en fonction de ses affinités, qui fournissent des conseils appropriés pour planifier ses vacances.

• Des guides instantanés

Des documents pour les voyageurs, téléchargeables et imprimables, qui répertorient les hôtels, restaurants et attractions les mieux évalués pour plus de 5 000 destinations les plus populaires au monde.

• Des vidéos de touristes

La possibilité de partager facilement ses vidéos de vacances et, pour les professionnels du tourisme, une opportunité de valoriser leurs produits gratuitement. La plate-forme accepte tous les principaux formats multimédias, qui peuvent durer jusqu'à 10 minutes.

• Des galeries de photos

L'envers du décor visible par les voyageurs en mettant en ligne leurs photos de voyage.

• Un outil avancé pour la sélection d'hôtels

La possibilité pour les voyageurs de consulter aisément les hôtels les plus appréciés d'une destination en fonction du prix, de la situation et du nombre d'étoiles. Des descriptifs orientent les voyageurs dans leur recherche, en leur apportant l'information la plus complète, élaborée à partir de descriptifs et d'opinions rédigés par les membres de la communauté.

• Un forum dynamique et réactif

Comprenant des avis et commentaires authentiques et récents rédigés par des voyageurs et couvrant plus de 28 000 destinations du globe. Si un voyageur ne trouve pas l'infor-

mation qu'il recherche, il lui suffit de laisser un message pour recevoir une réponse dans les minutes ou l'heure qui suit. Les deux tiers des messages postés sur les forums de Tripadvisor reçoivent une réponse dans les 24 heures.

• Un comparateur de tarifs

Comparaison en un seul clic du prix et de la disponibilité d'un hôtel sur une large sélection de sites de réservation.

• Un vaste choix de cartes

Les cartes de Tripadvisor regroupent toutes les informations nécessaires pour faire son choix : popularité, prix et disponibilité de chambres.

• Un grand guide participatif

Des millions de voyageurs peuvent contribuer à et éditer des guides de voyage pour plus de 33 000 destinations autour du monde, grâce à un dispositif de type wiki.

• Des listes de voyages

La possibilité pour les voyageurs de créer et de partager des "goLists" sur tout ce qui est en lien avec le voyage.

• Alertes personnalisées

Un service d'alertes e-mail personnalisées sur des hôtels, des attractions ou des lieux définis par l'utilisateur.

• Des idées week-end Get away

Chaque semaine, gratuitement, et directement dans sa boîte e-mail, une sélection d'idées week-end dans les environs de sa ville en fonction de son code postal.

• Une distribution de contenu / RSS

La possibilité pour les hôteliers et les professionnels du tourisme de diffuser en temps réel sur leur site internet les avis les concernant déposés sur Tripadvisor®.

Encadré 3

EXEMPLE DE COMMENTAIRE LAISSÉ PAR UN MEMBRE TRIPADVISOR À PROPOS D'UN HÔTEL

"Nous venons de passer un délicieux séjour à 5 (1 couple et 3 jeunes enfants) dans la suite Lavande. Quel bonheur ! Un emplacement idéal pour visiter les principaux musées et monuments de la Capitale. Nous avons vivement apprécié le cadre très calme, le design très réussi de cette suite (parfaitement propre) aux notes provençales, la disponibilité et le sourire permanent du personnel toujours prêt à vous satisfaire dans les plus brefs délais. Les petits déjeuners sont tout simplement excellents, servis dans une salle au charme indéniable. Une adresse incontournable... Nous y reviendrons."

Commentaire déposé le 29 avril 2009.

centre de ressources en ligne sur le voyage, qui filtre les contenus étrangers et permette aux voyageurs de cibler les meilleures informations, les plus pertinentes, celles dont ils ont besoin pour organiser leurs séjours. Tripadvisor se donne alors pour mission d'aider les voyageurs du monde entier à préparer leurs voyages et vivre des expériences uniques. Dans cette optique, une série d'applications permettent aux voyageurs de mettre en ligne, d'un côté, et d'avoir accès, de l'autre, à un maximum de contenus, tels que des critiques, des photos et des vidéos.

Les sites Tripadvisor sont présents dans quatorze pays et les informations sont disponibles dans dix langues différentes. En mai 2009, quatre nouvelles déclinaisons nationales du concept Tripadvisor ont été lancées : en chinois, en portugais, en suédois et en néerlandais.

TRIPADVISOR, LA PLUS IMPORTANTE COMMUNAUTÉ DE VOYAGEURS EN LIGNE

La croissance des sites participatifs de l'e-tourisme

La dimension sociale d'internet ne cesse de croître. Grâce aux services qui relient les internautes, tout le monde peut entrer en contact avec n'importe qui, que ce soit sur Facebook, Twitter, Viadeo, Hi5, etc. Qu'en est-il des réseaux sociaux dédiés au tourisme ? Selon une étude du cabinet Forrester Research⁽¹⁾, plus de la moitié des Européens utilisent internet pour préparer leurs vacances. L'e-tourisme aurait augmenté de 20 % en 2008 par rapport à l'année précédente⁽²⁾.

Or, plus que de simples recherches sur des sites publics de tourisme ou des sites d'agences de voyage, les internautes se tournent vers des sites participatifs (ou UGC – *users generated content*). Tripadvisor permet aux consommateurs passifs de devenir "consommacteurs" et fournisseurs actifs d'information.

Outre les conseils recherchés par l'internaute dans la préparation de ses vacances, une motivation qui pousse ce dernier à utiliser Tripadvisor est le désir de partager son expérience. De plus en plus de voyageurs témoignent grâce à des photos, des vidéos, des commentaires mis en ligne. Il s'agit alors de faire connaître les bons plans, voire de dénoncer les mauvaises pratiques.

Une crédibilité née de l'interaction croissante entre voyageurs

D'après une étude Tripadvisor, menée en février 2009, le bouche à oreille est le principal critère de décision dans le choix, par exemple, d'un restaurant : 48 % des Français s'y réfèrent pour choisir. Ce bouche à oreille, échange d'expériences entre voyageurs, prend une dimension internationale et instantanée avec Tripadvisor. Le but du site ne se résume pas à constituer une immense base de données sur le voyage, il s'agit bien d'échanges entre voyageurs, notamment à travers le forum.

À travers Tripadvisor, un commentaire sur une bonne expérience dans un restaurant pourra être lu par des millions d'internautes, de même qu'un Australien pourra se faire conseiller par un Français sur la meilleure route des vins à faire en France, et ce dans un délai très court. Pour la préparation de leurs vacances, les internautes ne s'arrêtent plus à l'utilisation des guides papier, limités dans la quantité d'informations et en fréquence de mise à jour, ils consultent les sites internet, actualisés en temps réel.

Le succès de Tripadvisor témoigne d'une évolution des attentes du consommateur. Ce der-

(1) Forrester Research, *The social Technographics of European Online Travelers*, mars 2008.

(2) Bilan 2008 du commerce électronique publié par la Fevad.

(3)
Source : Yankelovich.

nier ne se contente plus d'un simple nom d'hôtel ou du prix d'une chambre. Il croit aussi de moins en moins aux discours tenus par les professionnels. Une étude récente montre que 76 % des consommateurs ne croient pas les publicités commerciales⁽³⁾. Ils préfèrent les témoignages ou anecdotes de consommateurs ayant eux-mêmes testé le produit ou service. *“Un grand nombre de clients recherchent une chambre avec vue sur la mer, ou souhaitent être à proximité des plages. Or, beaucoup d'hôtels le proposent sans que la réalité ne corresponde aux attentes des clients, commente un directeur d'hôtel (le Pullman Marseille Palm Beach). Ces derniers deviennent donc de plus en plus sceptiques face à ce genre de description. Lorsque, sur Tripadvisor, des commentaires d'anciens clients viennent confirmer cette information, cela rassure les visiteurs potentiels et nous gagnons en notoriété.”*

(4)
Source : gartner.com.

On estime que, d'ici à 2011, 30 % des achats seront directement influencés par les opinions trouvées en ligne (9 % en 2009)⁽⁴⁾. Dans tous les secteurs, et particulièrement dans celui du tourisme, les avis et conseils d'autres voyageurs font désormais partie des critères d'achat.

DES AVANTAGES AU QUOTIDIEN POUR LES GÉRANTS D'ÉTABLISSEMENT

Tripadvisor a été pensé comme une passerelle entre un établissement touristique et ses (futurs) clients. Il permet d'instaurer un dialogue. Pour l'hôtelier, une présence sur Tripadvisor constitue un forme de “livre d'or” sur la toile, une médiatisation gratuite de ce fameux cahier de commentaires. La grande majorité des commentaires postés (70 %) sont positifs. Et leur authenticité est prouvée aux internautes par la présence des commentaires négatifs, renforçant leur crédibilité. Pour les hôteliers, positifs comme négatifs, ils constituent un outil de management de la qualité (cf. encadré 3).

Encadré 4

TÉMOIGNAGES D'HÔTELIERS UTILISANT TRIPADVISOR COMME OUTIL DE VEILLE (SUIVI QUALITÉ ET VEILLE CONCURRENTIELLE)

ÉRIC LELOUCH
directeur de l'hôtel
Pullman Marseille Palm Beach

“Le site nous permet d'effectuer une veille proactive concernant les produits et services proposés par notre établissement. Nous pouvons ainsi savoir ce qui plaît plus ou moins à nos clients. Et lorsqu'un commentaire se fait répétitif, nous menons une action concrète visant à améliorer ou ajuster notre offre.

Par ailleurs, nous profitons de cet outil pour faire de la veille concurrentielle. Nous surveillons les commentaires mis en ligne par les clients d'hôtels concurrents. Nous nous inspirons des services qui plaisent et notons les éléments qui déplaisent pour ne pas répéter les mêmes erreurs.”

FRÉDÉRIC SAVOURÉ
directeur du Radisson
Blu Le Dokhan's Hôtel (Paris)

“Je suis très attentif aux commentaires laissés sur le site et utilise ce service pour mes propres projets de voyage. Je consulte également les commentaires laissés par les clients des autres établissements haut de gamme qui y sont référencés pour la matière marketing inépuisable qu'ils recèlent. Internet est un réel outil de travail, et les commentaires de clients sont les bienvenus et tirent la profession vers le haut.”

Un accompagnement des propriétaires dans l'animation de leur communauté

Des outils gratuits, développés par Tripadvisor, aident les directions d'établissement à améliorer leur veille du marché, à interagir avec et à promouvoir leur activité auprès de la plus importante communauté de voyageurs au monde. Tripadvisor a lancé, en mars 2009, un nouveau centre de référencement pour les propriétaires [www.tripadvisor.fr/owners], conçu pour aider les directions d'hôtels, restaurants et attractions à gérer et optimiser leur présence sur Tripadvisor. Chaque exploitant de quelque million d'établissements enregistrés sur le nouveau centre de référencement a notamment à sa disposition :

- une page individuelle sur Tripadvisor, outil simple de gestion de la relation client et moyen rapide d'engager la conversation avec la communauté (liens vers des outils de gestion des réponses, instructions pour mettre à jour les listes de l'établissement, pour mettre en ligne des vidéos et photos) ;
- des alertes par *e-mail* l'informant des dernières critiques déposées sur son établissement ;
- des badges permettant aux professionnels du tourisme de publier sur leur propre site web les avis et notes de popularité des voyageurs de la communauté Tripadvisor.

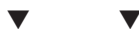
Un outil de veille et de promotion

La présence d'un établissement sur le site de Tripadvisor permet d'avoir des retours précis et authentiques sur l'expérience vécue par les clients et de les utiliser pour ajuster et améliorer l'offre, afin d'être le plus près possible des attentes des visiteurs. La médiation des critiques sur son établissement est, pour l'hôtelier qui sait les écouter, un garant de la qualité. Par ailleurs, pour certains hôteliers, le site Tripadvisor est un outil majeur de veille concurrentielle (*cf.* encadré 4).

Les dirigeants sont confrontés en permanence à la nécessité d'un renouveau en termes de communication et marketing pour se démarquer. Parmi les nouveaux moyens à leur disposition, les médias sociaux et sites participatifs sont à l'honneur. De fait, selon une récente étude américaine, les internautes interagissent de plus en plus avec les entreprises, particulièrement *via* des médias sociaux⁽⁵⁾.

“Les dirigeants innovants de l'industrie du tourisme recherchent de nouveaux moyens de gérer et faire connaître leur activité en ces temps de crise”, explique Nathan Clapton, responsable des partenariats chez Tripadvisor. *“Nous donnons aux propriétaires les outils pour gérer leur présence en ligne et correspondre avec une communauté qui recherche plus que jamais des informations pertinentes et le meilleur rapport qualité-prix.”*

Non seulement les outils proposés par le site Tripadvisor sont gratuits, mais ils permettent aussi de couvrir une grande étendue géographique. La présence sur le site permet du même coup de toucher une clientèle internationale. En outre, être présent sur Tripadvisor, c'est aussi améliorer son référencement naturel sur les moteurs de recherche, alors que la concurrence est très forte et les achats de liens peuvent s'avérer coûteux (*cf.* encadré 5).



L'intérêt du site Tripadvisor pour les dirigeants d'établissement se perçoit au niveau des résultats commerciaux. En 2007, sur 360 sociétés de e-commerce, les sites qui

(5) Étude 2008 menée par l'agence Cone sur la présence des entreprises dans les médias sociaux [www.coneinc.com/content/182].

publiaient des critiques utilisateurs notaient des résultats très positifs : 56 % enregistraient une augmentation de transformation, 77 % une augmentation de trafic et 42 % une augmentation du panier moyen d'achat. Conscient de ce comportement, Tripadvisor propose gratuitement aux hôteliers de mettre directement en ligne sur leur site les commentaires de la communauté.

En somme, les établissements ont besoin qu'un débat se crée autour de leur produit et/ou service pour maintenir ou améliorer leur notoriété. Afin de susciter la confiance, les professionnels du tourisme ont intérêt à communiquer sur les témoignages et l'expérience de leur offre autant que sur leur identité propre. Il faut donner corps au voyage pour attirer l'attention de l'internaute. En ce sens, Tripadvisor reste une ressource simple et efficace qui permet à tout établissement de développer son e-réputation.

Ainsi, le site participatif Tripadvisor doit être considéré comme un des nouveaux outils de relation publique au service des dirigeants d'établissements touristiques et de restauration. ○

Encadré 5

TÉMOIGNAGE DE NELLY ROLLAND, PROPRIÉTAIRE DE LA L'HÔTEL RÉSIDENCE FOCH À PARIS

La visibilité dont bénéficie l'hôtel Résidence Foch sur le site Tripadvisor lui a permis, selon sa propriétaire, Nelly Rolland, d'augmenter de 20 % la part occupée par la clientèle étrangère, soit 60 % des réservations. Les voyageurs ayant soumis un commentaire sur le site proviennent principalement des États-Unis, du Canada, de l'Australie et de la Grande-Bretagne.

Mieux encore, l'hôtel bénéficie de réservations prises bien en amont par des voyageurs qui préparent souvent six mois à un an en avance leur séjour parisien. *“Je consacrais un rack de rangement aux pré-réservations avant l'apparition du site, et je suis passé aujourd'hui à deux racks.”* La propriétaire explique que, dès janvier 2009, son taux d'occupation était déjà de 65 % pour les mois de mars et d'avril.

Pour susciter des commentaires élogieux sur

Tripadvisor, elle a un secret : *“Un management très proche de la clientèle et une attention constante aux détails. Ajoutez-y le petit plus qui consistera par exemple à conseiller le bon itinéraire touristique dans la capitale ou le bon restaurant pour profiter de la gastronomie française.”*

Le site lui a d'ailleurs permis d'améliorer encore ces petits détails qui font la différence. Par exemple, à la suite d'un commentaire indiquant la vétusté d'un cintre de penderie, Nelly Rolland en a commandé un nouveau stock de 250 pour les 25 chambres de l'hôtel. De même, des actions correctives ont été prises quand une cliente a regretté qu'il n'y ait pas de crème pour son café mis à disposition dans la chambre au même titre qu'une bouilloire et de quoi préparer son thé ou son café...