

# Étude de cas : Magasins de détail

Quel est le pouvoir d'une bonne gestion de votre réputation en ligne ?

En 2019 et au-delà, les consommateurs font presque autant confiance aux avis en ligne qu'aux recommandations personnelles. Les évaluations ont un impact direct sur le classement de votre marque dans les recherches sur les ordinateurs, les mobiles et les recherches vocales. En consacrant du temps et des efforts à cultiver une réputation positive en ligne, vous investissez dans votre résultat net.

## En 2017, un grand magasin du Fortune 500 a commencé à utiliser les produits de gestion de la réputation de DAC :

### 1 Demande de révision

Sollicitez des avis positifs et renforcez la réputation en ligne de votre marque sur les sites tiers qui comptent le plus, notamment Google, Yelp et Facebook

### 2 Analyse des sentiments

Ayez une compréhension plus approfondie du sentiment des consommateurs, afin de mieux cerner et saisir ce qui est important pour vos clients.

### 3 Analyse concurrentielle

Prenez une longueur d'avance sur la concurrence grâce à des informations précieuses sur vos concurrents dans leur ensemble et au niveau hyper-local, ainsi que sur les tendances des secteurs dans lesquels votre entreprise peut s'améliorer.

### 4 Répondre aux avis

Surveiller, gérer et analyser les avis sur tous les principaux sites d'avis en ligne, et y répondre immédiatement et efficacement. Nul besoin de visiter chaque site d'avis individuellement.



## Les résultats

En utilisant ces outils, le client a pu identifier rapidement les problèmes et prendre les mesures appropriées, ce qui a permis d'obtenir les résultats suivants :

**+32%**

D'augmentation des avis globaux, ou  
11 258 avis supplémentaires

**+3%**

D'augmentation de la note moyenne  
des étoiles, passant d'une note  
globale de 4,0 à 4,1 étoiles

**+16%**

D'augmentation du NPS (Net Promoter  
Score), pour un score actuel de 33%.