

Décisions

LE MENSUEL DES DECIDEURS DE L'HEBERGEMENT DE PLEIN AIR

DOSSIER

RISQUES NATURELS



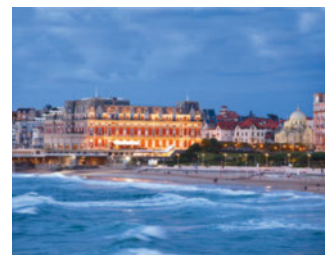
L'HPA, un modèle de résilience ?

Conjurer tourisme et hébergement dans des zones sensibles aux aléas naturels. C'est ce que réussissent à faire de nombreux campings, qui ont pris les devants en matière de prévention, mais aussi de résilience, notamment face aux inondations. Enquête sur le terrain sur la base d'une étude commandée par la FNHPA et le Comité des groupes et chaînes de campings.

ACTUALITÉS

G7 : BIENVENUE AU CAMPING !

L'imposant dispositif de sécurité lié au prochain G7 en août à Biarritz sera hébergé dans les campings.



ÉQUIPEMENT

LE MOBIL-HOME, C'EST CALÉ !

Essentiel à sa durée de vie, le bon calage du mobil-home est avant tout une affaire de professionnels.

BUSINESS

BIEN GÉRER LES AVIS EN LIGNE

Avec My Hotel Reputation, Thomas Yung gère l'afflux d'avis clients. Un outil lauréat d'un Sett d'Or à Montpellier.

EXPERTISE

ANALYSEZ VOTRE SYSTÈME D'INFOS

Nos experts vous proposent une grille d'évaluation pour analyser le traitement de masse de vos données.

Avec **Décisions** restez informés en permanence

LE MENSUEL DES DECIDEURS DE L'HEBERGEMENT DE PLEIN AIR

Votre magazine en version numérique enrichie consultable sur tablettes & smartphones

Connectez-vous dès à présent sur : www.decisions-hpa.com

Gestion des avis en ligne

MY HOTEL REPUTATION, LE FOURNISSEUR DE TRANQUILLITÉ



Lors du salon de Montpellier, en novembre 2018, My Hotel Reputation a décroché un Sett d'Or. La façon d'appréhender l'e-réputation mais surtout l'approche humaine de l'activité développée par Agnès et Thomas Yung ont séduit les professionnels constituant le jury.

Clarisse COMBES

Une barbe bien taillée, un œil pétillant et un player – ce chapeau à bords courts – vissé sur la tête... Ce portrait vous rappelle quelqu'un ? C'est normal ! Il vous suffit de revenir quelques pages en arrière (à la page 20 très exactement) pour retrouver la chronique de Thomas Yung, l'un des fondateurs de My Hotel Reputation. L'un des fondateurs, en effet, car derrière la start-up angevine se cachent Thomas et Agnès Yung, associés à la ville comme en affaires. « On tient beaucoup à cette dimension familiale, à cette bienveillance », insiste Thomas Yung. C'est notamment cette dimension humaine qui a séduit le jury des professionnels rassemblés au dernier Sett de Montpellier. My Hotel Reputation vend de la tranquillité, comme aiment à le rappeler ses fondateurs, aussi bien aux hôtels qu'aux campings. Le concept est simple : plutôt qu'un gérant qui, sous l'influence de son émotion, répond à tort et à travers à un avis défavorable, c'est l'équipe de la start-up qui se charge de la réponse, personnalisée, courtoise et positive.

En devenant manager de la réputation des hébergeurs touristiques, My Hotel Reputation, propose une véritable solution à un besoin grandis-



Appréhender l'e-réputation tout en respectant la dimension humaine, c'est ce qui a permis à My Hotel Reputation d'être récompensée au dernier Sett de Montpellier.

sant. « Les avis des clients font désormais partie intégrante du parcours du vacancier : le voyage ne se termine pas lorsque le client rentre chez lui, mais bien lorsqu'il valide son avis sur internet », martèle Thomas Yung. Ces avis, en effet, ont pris une valeur considérable. L'achat d'un voyage se décide sur trois grands critères : la destination, la catégorie d'hébergement et le prix. L'internaute butine sur la toile. En croisant ces critères, il obtient trois ou quatre résultats... et s'appuie ensuite sur les avis pour les départager.

Puisqu'il est impossible de contrôler les avis, c'est donc sur la réponse à ceux-ci qu'il faut se concentrer. Pour Thomas Yung, la meilleure réponse

pas répondre. My Hotel Reputation fournit donc une solution et beaucoup de tranquillité. La start-up se charge de la réponse à la place du gestionnaire, mais avec lui. « Un peu comme des avocats », précise Thomas Yung. D'autant qu'il arrive parfois que le visiteur abuse de l'avis négatif. Or il produit du marketing, il devient coproducteur du marketing d'un établissement. Mais il n'est pas pour autant qualifié pour le faire. Le gestionnaire doit donc se défendre et corriger le tir. C'est important pour les autres clients, mais ça l'est aussi pour le personnel qui se sent soutenu et qui trouve également matière pour répondre, à son tour, aux questions qu'un vacancier pourrait lui poser.

« La rencontre avec le monde du camping a été un choc positif pour moi »


est celle du gestionnaire. Mais celui-ci est souvent confronté à trois problématiques qui l'empêchent de répondre : il n'a pas le temps de le faire, il ne sait pas quoi dire, il n'aime

avis négatif est publié, il est « aspiré ». Tous les avis sont lus et analysés par l'un des collaborateurs. Si un avis négatif s'avère litigieux, la start-up tente de le faire supprimer. Les avis dont la note se situe en dessous de 7/10 sont considérés comme défavorables. À tous ceux-là, une réponse est apportée avec le gestionnaire (quand il est nécessaire de comprendre ce qui s'est passé et a entraîné l'avis négatif) ou sans lui (quand le client se plaint parce que 3 km pour aller à la plage, c'est trop loin...). My Hotel Reputation répond également aux avis favorables régulièrement pour toujours disposer d'une réponse, au moins, en page d'accueil. Cela implique une forte communication entre la start-up et ses clients. « On écoute beaucoup nos clients. On a besoin de savoir qui ils sont, quelle image ils souhaitent diffuser... », confirme Thomas Yung.

La gestion de la réputation digitale proposée par My Hotel Reputation peut également être prise en charge directement par le personnel. Agnès et Thomas Yung ont prévu pour cela des formations. C'est le cas, par exemple, de Yelloh! Village qui a souhaité faire monter en compétences ses équipes. Le service de formation

My Hotel Reputation, mode d'emploi

My Hotel Reputation surveille une vingtaine de plateformes. Dès qu'un



Forfait à la demande
Vous achetez un pack de crédits que vous consommez selon vos besoins.



Assurance sérénité
Véritable assurance e-réputation. Vous prenez un abonnement sur un an, nous gérons tout !



Nettoyage de saison
Nous organisons une action "grand nettoyage" à l'inter-saison pour booster vos réservations.



Hotline e-réputation
Ne soyez plus seuls face à vos avis. Accéder à un consultant e-réputation par téléphone/email.

Assurance, forfait, hot-line... sur le site internet de My Hotel Reputation, on retrouve les grands volets de leur offre.

est complété par un accompagnement concret, avec une hot-line.

Aujourd'hui, selon Agnès et Thomas Yung, en termes d'e-reputation on est au même niveau que lors de la création des sites internet au milieu des années 2000. Il n'y avait pas trente-six solutions : soit on bricolait soi-même un site (ou on le faisait bricoler par le neveu, un peu plus geek), soit on confiait sa conception à une agence Web. En créant leur start-up il y a deux ans, ils ont opté pour la seconde solution. My Hotel Reputation a été lancée en phase de test en 2017, auprès d'une trentaine d'établissements, et s'est professionnalisée en 2018 avec, notamment, le développement d'Hermès, une plateforme de gestion de réponse. La lecture, l'analyse et la réponse à un avis sont confiées à des collaborateurs spécialistes de marketing digital, mais ce qui peut être automatisé – la recherche, le téléchargement des messages, etc. – l'est par ce biais. Le résultat est payant : la clientèle se multiplie. « L'enjeu de cette année : lancer la machine de commercialisation. On en est à la dernière phase, celle où on allume la fusée », confie Thomas Yung.

Au commencement était l'hôtel

À l'entendre, on pourrait croire que Thomas Yung est tombé dans la marmite de l'hôtellerie de plein air quand il était petit, tant il est à l'aise avec le sujet, pourtant, c'est avec l'hôtellerie qu'il a débuté : d'abord l'école hôtelière puis diverses expériences, dont une collaboration chez un éditeur de logiciels PMS (pour Property Management System, ces outils informatiques de gestion globale : réservation, facturation, etc.). Surtout, en 2004, Agnès et Thomas Yung achètent un hôtel 2 étoiles de

25 chambres, à Amboise en Touraine. Leur objectif : faire tourner leur petit établissement, puis le vendre pour en acquérir un de 40 chambres pour passer ensuite à un hôtel de 60 chambres, etc. Manque de bol – ou coup de chance –, ils revendent l'hôtel d'Amboise en 2009 avant d'avoir trouvé autre chose et... la veille de la crise des subprimes ! À partir de cette date, et pendant quelques années, le secteur de l'hôtellerie va connaître une période critique. Il y a la conjoncture économique, bien sûr, mais aussi toute une série de normes nouvelles liées au classement, à la sécurité ou encore à l'accessibilité.

Bref, de Blois à Nantes, de La Rochelle à Quimper, Agnès et Thomas Yung cherchent à acquérir un nouvel hôtel. Sans succès. Ils se résignent donc à faire le point : ils doivent capitaliser sur leurs connais-

sances et leurs acquis. « Le couple à qui nous avons acheté l'hôtel partait à la retraite. Vous imaginez donc bien que l'établissement n'avait pas de site internet ! », se souvient Thomas Yung. Dans ce petit hôtel sans restauration – ce que l'on appelle un hôtel-bureau –, les clients ne sont là que pour passer la nuit. Le jeune propriétaire a donc eu du temps. Il a consacré ses journées à absorber tout ce qui touche au numérique. Résultat : « On devait être le premier hôtel d'Amboise à avoir un site internet ! », s'amuse Thomas Yung. Agnès et Thomas en déduisent qu'ils doivent se tourner vers les leviers d'internet : le référencement et la visibilité. « On a commencé en dilettante, on a testé le terrain et la mayonnaise a pris ! », explique Thomas Yung. La société Artiref (pour les artisans du référencement) est créée. Le jeune



En plus de décrocher un Sett d'Or, My Hotel Reputation a gagné une place aux prochaines Universités de la FNHPA qui se dérouleront en décembre, à l'île Maurice, pour le plus grand bonheur d'Agnès Yung!

entrepreneur s'y investit totalement. Il alimente un blog constitué d'articles particulièrement fouillés. Une véritable valeur ajoutée qui fait le buzz, avec un maître mot : si la création de contenu de qualité coûte – financièrement ou en temps –, elle constitue un réel investissement en termes d'image. Forts de ce constat, Agnès et Thomas Yung prennent leurs marques dans le digital : réponse avis client, conseil, audit, formation, conférence...

L'entrée dans le monde de l'hôtellerie de plein air se fait en 2014 par l'entremise de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA). L'hôtellerie était en avance dans la gestion des plateformes de réservations. La FNHPA s'intéressait à ce sujet et à tout ce qui l'entourait : aussi bien les succès que les échecs, l'idée étant de ne pas reproduire les mêmes erreurs. Les membres de la fédération font alors appel à Thomas Yung : « La rencontre avec le monde du camping a été un choc positif pour moi. À l'école hôtelière, on nous avait formés à l'hôtellerie sans jamais nous parler de l'hôtellerie de plein air. Je ne connaissais rien au secteur. Mais j'ai rapidement constaté qu'il est chaleureux et structuré. Les gestionnaires sont à l'écoute et ils appliquent les recommandations qu'on leur propose si elles ont du sens », affirme encore Thomas Yung.

Et le gagnant est...

« Recevoir un Sett d'Or, ça change la vie ! C'est une reconnaissance du secteur et c'est vraiment gratifiant », témoigne Thomas Yung, qui envisage d'exploiter le prix dans sa démarche de communication. Mais il va falloir trouver le temps ! Entre son rôle au sein de My Hotel Reputation, son poste de maître de conférences associé à l'UFR ESTHUA Tourisme et Culture d'Angers, une formation aux métiers du tourisme où il aborde le marketing digital (e-reputation, enjeux de la distribution, innovation...) propre à la filière ou encore ses chroniques dans *Décisions* – « Cette rubrique me fait plaisir. Elle montre que ce que je dis a de la valeur et de l'intérêt » –, Thomas Yung a du pain sur la planche ! Espérons qu'il trouve le moyen de souffler un peu à l'île Maurice, l'hiver prochain. En effet, My Hotel Reputation a gagné au tirage au sort, parmi les cinq lauréats des Sett d'Or, une place aux prochaines Universités de la FNHPA qui se dérouleront du 30 novembre au 7 décembre 2019. Agnès et Thomas Yung seront de la partie. ■

www.my-hotel-reputation.com