

91% des gens font confiance aux évaluations des consommateurs en ligne. C'est pourquoi les avis positifs sont des éléments non seulement de la stratégie d'une marque, mais aussi de la politique d'acquisition de clients.

Vous pouvez facilement trouver de nombreux outils et stratégies qui aident votre entreprise à passer à l'étape suivante de son développement et qui ont des influences sur le comportement des consommateurs. Ils promettent d'augmenter vos ventes et vos bénéfices, d'attirer de nouveaux clients, de gagner du temps et de l'argent. Toutefois, ces nouveaux outils nécessitent souvent beaucoup de temps et d'investissement. Mais laissons les grandes décisions de côté pour l'instant et passons au micro. Tout le monde sait ce qu'est un avis de client en ligne. Si quelqu'un vous le disait, il existe un moyen simple qui pourrait vous aider à:

- Transformer un acheteur passif en un acheteur à vie
- Vous permettre d'être plus efficace dans le monde des affaires d'aujourd'hui
- Construire la confiance dans une marque

Cela vous intéresserait-il ? Selon l'enquête BrightLocal, 86 % des clients lisent les avis en ligne avant de prendre une décision d'achat. Ce simple outil de marketing peut avoir un impact énorme sur le comportement des clients, qu'il soit positif ou négatif. Découvrez les avis en ligne et les meilleurs moyens de les recevoir de vos clients.

## **Les avis des consommateurs et leur influence sur le comportement d'achat**

Les évaluations de produits en ligne ont une grande influence sur le comportement d'achat. L'importance d'une évaluation et la fréquence à laquelle les clients s'y fient varient en fonction de ce que vous vendez. 31 % des clients sont intéressés par une critique de produit d'épicerie, 60 % sont susceptibles de lire une critique de restaurant et 70 % des consommateurs ont besoin de produits technologiques, de gadgets, etc.

Si vous recevez beaucoup de commentaires et que vous en perdez une partie, utilisez Yotpo. Il aide les organisations à générer beaucoup d'avis et à les gérer efficacement. Collectez les photos Instagram des clients, des personnes d'influence et de votre propre flux et utilisez ces avis pour générer un trafic qualifié, stimuler les ventes et la conversion.

Les propriétaires d'entreprises doivent accorder une grande attention aux commentaires et lire les avis pour comprendre les besoins des consommateurs. Par exemple, les gens expriment souvent leur sympathie en laissant des commentaires positifs ou en donnant un indice de ce qui les inciterait à acheter à nouveau. Voici plus de détails sur les trois principaux groupes de facteurs qui influencent la décision d'achat des consommateurs : les préférences personnelles, les facteurs psychologiques et sociaux.

### **Laissez vos clients tomber amoureux de votre entreprise**

Les préférences personnelles qui influent sur les décisions d'achat comprennent l'âge, le sexe, la race, le niveau d'implication, etc. Le niveau d'implication joue un grand rôle dans le processus de prise de décision d'achat. Les clients adoptent souvent une attitude émotionnelle vis-à-vis du produit et l'expriment dans les commentaires.

Le sentiment de "tomber amoureux" de certains produits n'est pas rare, même si le produit n'est pas pratique. Le manque d'avis de consommateurs en ligne révèle deux choses sur votre entreprise : soit vous ne vendez pas assez pour obtenir l'avis, soit vous n'êtes pas assez confiant pour permettre à vos clients de laisser des commentaires. Si l'investissement du client est sérieux, les avis en ligne sont plus importants. Le centre de recherche Spiegel a indiqué que l'affichage des avis sur les produits les plus chers peut augmenter les taux de conversion de 380%.

En ce qui concerne l'âge, une étude récente a montré que les jeunes adultes sont moins influencés par les avis négatifs que les consommateurs plus âgés. Les jeunes préfèrent les produits ayant de meilleurs attributs et des notes moyennes de consommation plus élevées, tandis que les plus âgés peuvent être influencés par un seul avis négatif riche en effets.

### **Parce que vous en valez la peine et que vous en avez besoin**

Le processus de décision d'achat comporte plusieurs étapes : reconnaissance du problème, recherche d'informations, évaluation des alternatives, achat, évaluation après achat. Chaque étape est étroitement liée à des facteurs psychologiques, car la plupart des activités de marketing visent à faire appel à l'état souhaité par le client. Par exemple, cette célèbre phrase de L'Oréal "Parce que vous en valez la peine". La phrase créée par Ilon Specht en 1973 portait sur ce que les femmes pensaient sous l'influence de la révolution sociale et d'une nouvelle vague de féminisme. L'aspiration à faire un achat mène à la motivation. La motivation en soi pousse les gens à agir. Et une bonne critique est un bon stimulant pour la motivation.

### **Les consommateurs croient les autres consommateurs**

Les influences sociales sur les décisions d'achat des consommateurs sont les plus susceptibles de contribuer au développement de votre entreprise. Chaque être humain est membre d'une certaine communauté. Nous avons tous beaucoup entendu parler des groupes de référence : primaire, secondaire, désiré, formel et autres. Les gens adorent lire les avis de leurs pairs, des personnes qui partagent des points de vue et des besoins communs. Par exemple, si vous vendez des voitures, vos clients potentiels seront très intéressés par l'opinion des autres conducteurs.

Une étude récente sur l'influence du groupe de référence social sur le comportement d'achat des femmes, réalisée par l'université Symbiosis International, a révélé que les femmes achetaient plus souvent des produits de luxe en étant influencées par des critiques positives. Ils ont observé le comportement d'achat des femmes au foyer et des femmes qui travaillent. Les femmes au foyer se fient à la fois à l'opinion du mari et à l'influence informationnelle, tandis que la femme active est principalement influencée par l'information. Comme vous pouvez le constater, les avis jouent un rôle important dans le modèle de prise de décision des consommateurs.

Utilisez donc les communautés d'évaluation comme Trustpilot pour établir la confiance et la transparence entre les clients et votre entreprise. Le service recueille les avis, donne aux clients les informations dont ils ont besoin, augmente les taux de conversion et aide votre site à se démarquer dans la recherche organique.

### **Les clients évaluent leurs alternatives**

Comment tout cela renforce-t-il l'importance des examens en ligne ? La réponse est simple. Les gens aiment lire l'opinion de quelqu'un d'autre et évaluer si l'achat a été un succès pour ces acheteurs ou non. Les clients croient autant aux avis qu'aux recommandations personnelles. 94 % ont déclaré qu'un avis en ligne les avait convaincus d'éviter l'achat. Très souvent, les gens comparent deux marques dans leurs avis, ce qui est également bénéfique ou néfaste pour les affaires.

Chaque client a évalué trois choses : le caractère équitable, la perfection et l'attente du produit. Cela signifie qu'ils veulent savoir à quoi ressembleront les produits et comment ils seront servis. C'est intéressant, mais c'est ce que les gens partagent généralement dans leurs commentaires. Ils font part de leurs attentes et de la façon dont un produit y répond. Par

conséquent, les effets du comportement après l'achat touchent ceux qui n'en sont qu'à la première étape du processus d'achat.

### La valeur des avis positifs et négatifs

Une réputation positive est l'un des atouts marketing les plus puissants dont dispose une entreprise pour attirer de nouveaux clients. C'est pourquoi les avis positifs en ligne influencent beaucoup le comportement d'achat. Les statistiques sur les évaluations en ligne indiquent que 68 % des Américains déclarent que les évaluations positives les incitent à faire appel à une entreprise. Pourtant, tous les commentaires ne sont pas bons.

Comment convertir une image négative en une réputation positive en ligne si vous recevez trop de mauvaises critiques ? Tout d'abord, assurez-vous que vos produits et services méritent un meilleur retour d'information. Le problème peut résider dans la qualité des deux. Deuxièmement, apprenez à répondre correctement aux commentaires des clients.

### Comment répondre à un avis positif ?

De nombreux responsables sont confus à ce stade. Oui, répondre à un commentaire positif en vaut vraiment la peine. En fait, 53 % des clients s'attendent à ce que vous répondiez à leurs commentaires en ligne dans un délai de sept jours. Les avis positifs sur les affaires en ligne ne sont pas nécessairement tous des avis cinq étoiles. En fait, les produits de la catégorie 4.2-4.7 sont plus susceptibles d'être achetés que ceux de la catégorie 4.7-5.0. Les notes plus élevées font souvent penser aux clients "trop beau pour être vrai".

En outre, c'est une excellente occasion d'aider votre référencement à s'épanouir et d'améliorer les taux de clics jusqu'à 20 %. Il suffit de placer un commentaire dans la méta-description de votre page pour attirer l'attention d'un client potentiel avant même qu'il n'arrive sur votre page.

Pas encore convaincu ? Voici trois exemples qui illustrent sur des expériences clients concrets, l'influence des avis positifs.

- Je recherchais à remplacer à un tuyau extensible qui venait de se troué par un autre tuyau extensible. Or, [100% des tuyaux extensibles vendus sur Amazon.fr ont une majorité d'avis négatifs](#) . J'achèterai donc, à l'avenir des tuyaux ordinaires

- Je m'intéresse beaucoup à l'automatisation et à l'intelligence artificielle, surtout dans leurs applications concrètes. C'est le cas de la comptabilité en ligne qui repose en partie sur des traitements automatisés par l'intelligence artificielle. C'est pourquoi des dizaines de services sont apparus au cours des dernières années pour vous convaincre les entreprises d'abandonner leur comptabilité classique pour une comptabilité en ligne. Petit problème: la plupart de ces services génèrent un taux d'insatisfaction élevé: c'est Google My Business qui le dit. Seuls une poignée de sites parmi lesquels, cet [expert-comptable en ligne basé à Paris](#), tire leur épingle du jeu avec 4,8 étoiles sur 5

- Alvexo fait partie des intermédiaires financiers douteux qui démarchent les investisseurs amateurs pour leur proposer des placements totalement fictifs et des méthodes miraculeuses en usant de pratiques plus que douteuses. A cause de la recherche d'avis qui est devenu un réflexe, plus besoin de tester le service pour savoir s'il est fiable ou non. Il suffit de taper avis Alvexo pour découvrir ce que pense vraiment les internautes: [certains ont même publié des témoignages sur Youtube dénonçant l'arnaque](#)