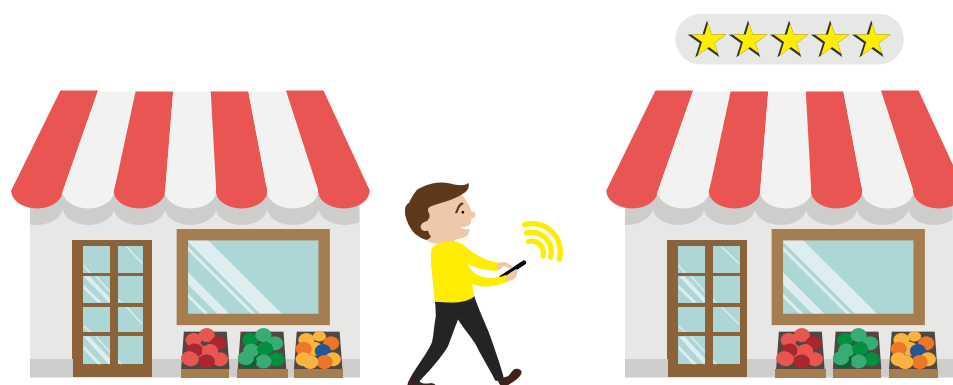




Baromètre des avis PagesJaunes

75% des consommateurs attirés en priorité par les entreprises disposant d'avis sur Internet



PagesJaunes, qui comptabilise près de 4 millions d'avis certifiés sur les pros*, dévoile la 1ère édition de son baromètre sur les avis en ligne. Réalisé avec OpinionWay auprès de 2 000 internautes et 1 000 TPE-PME représentatives des entreprises françaises de moins de 250 salariés, cette étude s'impose comme la première du genre en France. Sur un marché en pleine structuration, incité à la régulation et à la transparence par l'AFNOR, cette étude apporte un éclairage neuf sur les comportements des consommateurs et des professionnels, leurs attentes et leurs perceptions en matière d'avis en ligne.

Le boom des avis en ligne sur les professionnels

- Plus de 7 Français sur 10 (71%) consultent des avis sur les professionnels et 55% en déposent

Des consommateurs sensibles aux avis qu'ils peuvent lire sur Internet :

- **83%** des consommateurs déclarent que les avis permettent de les aider dans leurs choix
- Ils sont **75%** à prioriser les entreprises disposant déjà d'avis sur Internet
- Les avis Internet influencent **53%** des particuliers dans leur choix d'un professionnel

Des professionnels conscients de l'influence jouée par ces avis

- **68%** d'entre eux sont conscients de l'influence des avis dans les choix des consommateurs

Mais des solutions déployées insuffisantes aujourd'hui, et un vrai besoin d'accompagnement

- Ils sont seulement **55%** à être convaincus de l'importance du suivi des avis
- ...Et un quart seulement savent s'il y a des avis postés sur leur entreprise.

Des réponses aux avis qui renforcent le lien entre particuliers et entreprises

- Pour **88%** des répondants, un professionnel qui répond aux avis est soucieux de la relation avec ses clients

Les consommateurs, bien qu'influencés par les avis, restent sur leurs gardes

- Des avis qui doivent être pris avec précaution pour **93%** des personnes interrogées

La certification, un moyen de renforcer la confiance des consommateurs

- Pour **81%** des particuliers, une certification des avis laissés sur Internet est importante
- Et, ils seraient **86%** à faire davantage appel à un professionnel bénéficiant d'avis certifiés

Des professionnels sensibles à cette certification

- Près d'1 entreprise sur 2 voit dans la certification un levier de conquête
- Et ¼ seraient intéressées pour être présentes sur un site avec des avis certifiés



Le boom des avis en ligne

Les Français consultent et déposent des avis

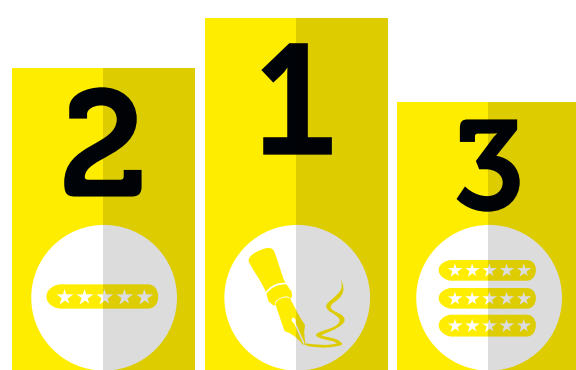
- **Plus de 7 Français sur 10 (78%) consultent des avis en général et 60% en déposent.** Les consommateurs sont donc plus que jamais sensibles aux avis qu'ils peuvent lire sur Internet. Quand il s'agit de s'informer sur des professionnels, ils sont 71% à consulter les avis et 55% à en déposer. La population la plus impliquée sur le sujet est celle des 25-34 ans puisqu'ils déclarent à 89% consulter les avis avant de choisir un produit, service ou professionnel, et 86% avant de choisir plus spécifiquement un professionnel.



Les avis déposés en ligne représentent un effet de levier majeur dans la préférence de choix. 75% des Français ont tendance à prioriser les entreprises, professionnels ou commerces disposant déjà d'avis sur internet. Et 62% des internautes pensent qu'un professionnel qui possède des avis positifs ET négatifs gagne en crédibilité par rapport à ceux qui ne possèdent que des contributions positives.

Les avis en ligne sont une aide à la décision

Parmi les éléments qui impactent le plus le choix des consommateurs, on retrouve :



1. le contenu des commentaires postés (78%)
2. la note globale (77%)
3. les notes détaillées (76%)
4. la récence des avis (74%)
5. le volume d'avis publiés (60%)
6. et enfin les photos postées (58%)

Des TPE-PME tout en contradictions et une stratégie digitale qui reste à développer

84% des professionnels interrogés déclarent vouloir être présents sur Internet pour conquérir de nouveaux clients. En revanche, alors que 38% seulement estiment qu'Internet est important pour la réussite de leur activité, la même proportion (33%) considère que la gestion de leur réputation en ligne demeure primordiale. Fort heureusement, 68% des TPE/PME interrogées se disent conscientes de l'influence des avis dans le choix des consommateurs.

Si plus d'une PME sur deux (55%) estime important d'effectuer un suivi des avis donnés par les internautes, elles sont à peine 23% à savoir ce qui se dit d'elles sur Internet. En revanche, parmi celles qui se sentent concernées, 63% disposent d'une personne (y compris le dirigeant !) pour consulter et répondre aux internautes et plus d'une sur deux répond systématiquement à chaque avis posté. A noter que cette stratégie peut s'avérer payante car 8 internautes sur 10 (81%) qui consultent les avis sur internet lisent également les réponses des entreprises concernées. Parallèlement, si les TPE/PME déclarent à 86% que répondre à des avis permet de nourrir la relation client, les internautes sont sur la même longueur d'onde puisque 88% d'entre eux indiquent qu'un professionnel qui répond aux avis est soucieux et respectueux de la relation qu'il entretient avec ses clients. Il apparaît donc clairement la nécessité pour un professionnel de consulter et de répondre aux avis qui lui sont laissés, quelle qu'en soit la tonalité.

Un manque de temps et de compétences

Cette gestion du contributif semble complexe aux yeux des entreprises et les solutions déployées insuffisantes :

- **62%** déclarent que ce poste nécessite de concentrer un temps conséquent à la gestion des avis
- **47%** indiquent en parallèle qu'il est parfois difficile de savoir comment y répondre
- **46%** pensent que cela requiert des compétences spécifiques
- **43%** soulignent que bénéficier des conseils d'un expert sur le sujet pourrait avoir un impact positif sur l'image de leur entreprise





FOCUS METIER : le BTP/dépannage, le médical et l'auto-moto



Les artisans du BTP/dépannage (46%), les professions médicales (44%) et le secteur auto-moto (40%) sont les trois typologies de professionnels pour lesquels les consommateurs souhaiteraient disposer de plus d'avis.



Parmi les secteurs également en pointe sur les avis consommateurs, on retrouve les restaurants, le tourisme et les loisirs.

L'authenticité des avis : une perception nuancée

Une confiance dans les avis en ligne très marquée

Bonne nouvelle, l'étude révèle par ailleurs que la notion qui prime concernant les avis en ligne est la confiance : **85%** des Français et **63%** des entreprises déclarent en effet être confiants, voire très confiants dans les avis qu'ils consultent.

mais des consommateurs qui restent vigilants...

4 Français sur 10 et 6 entreprises sur 10 déclarent toutefois que les avis déposés sur internet sont à prendre avec précaution : **34%** des internautes et **54%** des entreprises indiquent qu'il est difficile de distinguer un avis authentique d'un avis qui pourrait être rédigé par un faux client. **22%** des internautes et **26%** des entreprises pensent que certaines n'hésitent pas à publier de faux avis négatifs concernant leurs concurrents.



et des freins qui persistent...

Plusieurs raisons motivent les internautes qui ne consultent jamais les avis sur Internet :

- **56%** estiment que ceux-ci ne sont pas du tout fiables
- **42%** préfèrent se fier à leur propre opinion
- **34%** privilégient d'autres sources d'informations
- **18%** estiment que c'est une perte de temps

A noter que les internautes ont globalement plus confiance dans les avis des sites sur lesquels eux-mêmes consultent et déposent des avis.

La certification des avis en ligne, un gage de qualité et de confiance



8 Français sur 10 (81%) considèrent la certification des avis comme importante (voire indispensable pour 49% d'entre eux), et **88%** auraient davantage confiance dans les avis si une certification garantissait leur authenticité.

Ils seraient en outre **86%** à faire davantage appel à un professionnel bénéficiant d'avis certifiés.

« Les avis sont au cœur de la réputation des entreprises. Ils font et défont le trafic, le business ou encore l'image de ces dernières. Ils permettent d'améliorer la qualité des produits et services afin de répondre aux attentes des consommateurs. Ils constituent un levier de croissance et un outil d'aide à la décision d'achat. Il est donc primordial d'établir une « confiance numérique » car quelle que soit la plateforme où il est posté, l'avis jouit en effet d'une démultiplication de la visibilité auprès de milliers de consommateurs potentiels. Il est donc essentiel pour une entreprise, peu importe sa taille, de consulter les avis qui la concernent, et d'y répondre » déclare Guillaume Laporte, Directeur Marketing PagesJaunes Digital Media.

#AvisPagesJaunes #ereputation #avisclients #avis #avisconso #consommateurs

Méthodologie

Étude réalisée auprès d'un échantillon de 2009 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle du chef de famille, après stratification par région et catégorie d'agglomération.... Et d'un échantillon de 1001 TPE-PME représentatives des entreprises de moins de 250 salariés (ont été exclues de l'interrogation les entreprises du secteur Industrie). Terrain réalisé du 22 juillet au 2 août 2016.

Etude disponible sur demande.

A PROPOS DE PAGESJAUNES

Filiale à 100 % de Solocal Group (www.solocalgroup.com), PagesJaunes est le leader français de la publicité et de l'information locale sur Internet. C'est aussi le premier créateur de site Internet en France avec plus de 255 000 sites créés. En 2015, 1 Français sur 2 a utilisé un des supports PagesJaunes et près de 550 000 annonceurs internet lui fait confiance pour promouvoir leurs activités.

Contacts presse :

Edwige Druon / edruon@pagesjaunes.fr / 06 23 24 35 09
Caitline Grammont / cgrammont@hopscotch.fr / 01 41 34 22 86
Alix Vernotte / avernotte@hopscotch.fr / 01 41 34 21 87