



Retours d'expérience

« Le témoignage client devient un accélérateur sur un marché où on constate une moyenne de 7 ans entre la prise de conscience de la déficience auditive et la décision de porter une aide adaptée. »



Entre Isabelle Thomasset, responsable marketing et communication du spécialiste des aides auditives Widex et AJEM Consultants, c'est une longue histoire. Première personne à me faire confiance lorsque j'ai démarré mon activité (), elle a accepté d'être la première à témoigner sur notre blog. Avec elle, nous faisons le point sur la pertinence de l'utilisation des témoignages clients pour permettre de parler d'un sujet tabou : la déficience auditive.*

Stéphanie Michel Amato : pouvez-vous présenter Widex rapidement ?

Isabelle Thomasset : à la pointe de la technologie depuis 1956, Widex est une entreprise danoise qui fabrique et commercialise des aides auditives et distribue une gamme étoffée de matériel audiolinguistique. Elle se positionne comme un véritable pôle de compétences, interlocuteur privilégié des audioprothésistes. Nous misons sur l'innovation et la performance avec des produits qui répondent aux attentes des professionnels et aux besoins des malentendants sur un marché en pleine mutation et de plus en plus concurrentiel.

Stéphanie Michel Amato : pourquoi choisir le témoignage client pour porter l'image de vos produits ?

Isabelle Thomasset : au sein du service Marketing et Communication, notre rôle est de renforcer la notoriété de la marque auprès de nos clients directs, les audioprothésistes et de leur fournir des outils marketing adaptés. Avec le témoignage utilisateur, l'objectif est de pallier le manque de communication vers le client final en proposant aux audioprothésistes une approche gagnant/gagnant pour les aider à informer leurs clients, souvent réticents dans la démarche. Le sujet des aides auditives est encore tabou, même si les récentes campagnes de communication et l'arrivée sur le marché d'aides auditives plus compactes et plus esthétiques ont fait évoluer les mentalités. La déficience auditive ne doit plus être ressentie comme un handicap, entendre moins bien ne veut pas dire être sourd !

« Le but est de dédramatiser la déficience auditive et motiver les gens en leur racontant l'histoire de gens de tout, âge, tout horizon qui ont vécu la même histoire qu'eux »



Stéphanie Michel Amato : comment avez-vous mis en place les témoignages clients ?

Isabelle Thomasset : pour permettre une communication efficace, il fallait concevoir un rédactionnel qui ne soit pas une simple plaquette commerciale. Puis nous avons dû arbitrer entre produire en interne et externaliser. C'est ce dernier choix qui nous a conduits à AJEM Consultants : la rédaction est un métier à

part entière - très prenant de surcroît - et qui nécessite de l'écoute pour retranscrire en toute objectivité.

Stéphanie Michel Amato : comment se déroulent les missions de rédaction ?

Isabelle Thomasset : c'est avant tout une relation de confiance car nous nous en remettons à AJEM Consultants pour faire parler le client de notre client. Le fait que la déficience auditive soit encore un tabou justifie à mes yeux l'externalisation auprès d'un prestataire qui maîtrise les rouages de l'interview. Le process est le suivant : les commerciaux identifient les audioprothésistes susceptibles d'être intéressés par la démarche, en s'assurant qu'ils connaissent assez bien leurs clients pour nous garantir que ces derniers iront jusqu'au bout de la démarche. Une fois que l'utilisateur Widex a donné son accord, nous concrétisons par un contrat et nous passons le relais à AJEM Consultants qui peut l'interviewer.

La première fois, nous avons mené un brief très précis pour définir ensemble le style rédactionnel, le format, les différentes parties à mettre en avant pour que la ligne éditoriale réponde bien nos attentes.

Le plus dur reste de convaincre le client final de s'exposer publiquement : s'ils sont d'abord séduits par la démarche, ils ont tendance à abandonner le projet de peur de renvoyer une mauvaise image d'eux-mêmes. Alors que nous sommes toujours dans une logique de valorisation du retour d'expérience... L'interview puis la rédaction s'enchaînent rapidement, la retranscription et la rédaction correspondant toujours à nos attentes grâce au brief de départ. Le client donne ensuite son accord pour la publication.

« C'est toujours gratifiant de voir que ce support satisfait à la fois nos clients directs et les utilisateurs finaux. Notre client audioprothésiste se sent soutenu et revient vers vous avec des demandes complémentaires. »

devrait être remboursé par la sécurité sociale !!! Plus sérieusement, Widex apporte donc sa pierre à l'édifice en tant que fabricant en faisant témoigner ses clients.

Stéphanie Michel Amato : comment décririez-vous vos relations avec AJEM Consultants ?

Isabelle Thomasset : Harmonieuses et efficaces. J'avoue que j'interviens peu dans le processus, ce qui me permet d'optimiser mon temps sur d'autres actions. Je délègue et c'est appréciable !

Stéphanie Michel Amato : votre prochain objectif ?

Isabelle Thomasset : parvenir à générer plus de témoignages et plus souvent !

Pour en savoir plus sur Widex : www.widexpro.fr

Pour en savoir plus sur AJEM Consultants : www.ajemconsultants.com

(*) Isabelle Thomasset était alors responsable de la communication chez XRT et son bon de commande trône toujours au dessus de mon bureau !

