

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR COMMUNICATION

ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

Session 2022

Durée : 4 heures
Coefficient : 4

Cette étude est un cas réel simplifié et adapté pour les besoins de l'épreuve.

Certaines données ont pu être modifiées.

Le sujet comprend 3 dossiers.

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collège », est autorisé.

Tout autre document ou matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet se compose de 16 pages, numérotées de 1/16 à 16/16.

BTS COMMUNICATION		Session 2022
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : 22COE5COM	Page : 1/16



Créée en 2016 par Laurent Bel et Grégory Potdevin, AppCraft est une start-up qui a été hébergée par Station F, principal incubateur¹ de start-up à Paris et qui compte à présent une vingtaine de salariés. L'entreprise est spécialisée dans la création de solutions digitales dédiées à l'organisation et à la gestion d'événements professionnels.

Cette jeune entreprise innovante a bouleversé le marché de l'événementiel BtoB en proposant une solution digitale et éco-responsable au service d'événements professionnels (séminaire, formation, événement presse...) :

- en replay,
- en live (présentiel ou distanciel).

L'offre d'AppCraft est composée :

- d'une application à destination des participants aux événements grâce à laquelle ils peuvent suivre l'événement du début à la fin et échanger entre eux,
- d'une plateforme back-office², interface web conçue, quant à elle, pour que les organisateurs souvent non-informaticiens gèrent de manière autonome leurs événements.

AppCraft s'est lancée depuis plusieurs mois dans une politique de développement durable qui repose sur trois axes :

Axe n° 1 : Réduire l'impact environnemental

- maîtriser la consommation d'énergie liée au fonctionnement des applications reliant smartphones et serveurs
- héberger les serveurs en France pour réduire la consommation d'énergie liée au stockage des données

Axe n° 2 : Compenser lorsque la réduction est impossible

- planter des arbres
- parrainer des ruches
- verser une contribution financière pour la compensation carbone

Axe n° 3 : S'engager dans un processus de certification (ISO 20121) en maîtrisant les impacts sociaux, économiques et environnementaux des événements.

¹ Incubateur : structure d'accompagnement de projets de création d'entreprise

² Back office : système informatique de gestion et d'interface permettant de gérer le contenu d'un site

BTS COMMUNICATION		Session 2022
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : 22COE5COM	Page : 2/16

Laurent Bel et Grégory Potdevin souhaitent désormais :

- développer leur nouvelle offre phygitale¹ permettant une participation aux évènements en distanciel ou en présentiel,
- renforcer leur positionnement éco-responsable.

En tant que chef de projet junior, les deux dirigeants décident de vous confier les missions suivantes :

- Dossier 1 : Améliorer la visibilité de l'entreprise et de ses offres
- Dossier 2 : Concevoir des outils de développement commercial
- Dossier 3 : Mesurer l'efficacité de la participation au salon professionnel

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Présentation de l'entreprise AppCraft et de ses offres

Annexe 2 : La RSE intégrée dans les valeurs d'AppCraft

Annexe 3 : L'événementiel de demain : une nouvelle vision sur ce secteur

Annexe 4 : Quatre tendances événementielles pressenties

Annexe 5 : Présentation de salons professionnels dédiés à l'événementiel

Annexe 6 : Programme des conférences des salons professionnels

Annexe 7 : Portefeuille clients d'AppCraft

Annexe 8 : Témoignage client Décathlon

Annexe 9 : Les témoignages clients en BtoB

¹ Offre composée d'éléments physiques et digitaux

BTS COMMUNICATION		Session 2022
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : 22COE5COM	Page : 3/16

DOSSIER 1
Améliorer la visibilité de l'entreprise et de ses offres

Dans le cadre du lancement de la nouvelle offre phytigitale, les dirigeants vous demandent dans un premier temps de procéder à une analyse stratégique puis de réfléchir à une solution opérationnelle pour développer la visibilité de cette nouvelle offre.

Travail à faire

À partir de vos connaissances, des différentes annexes et plus particulièrement des annexes 1 à 6 :

- 1.1 Identifier les points forts de l'entreprise AppCraft et de ses offres.
- 1.2 Caractériser les cibles de communication de l'entreprise AppCraft.

Afin d'accompagner le développement de la nouvelle offre phytigitale d'AppCraft, vous vous interrogez sur la pertinence de participer à un salon professionnel.

- 1.3 Justifier l'intérêt pour Appcraft de participer à un salon professionnel.
- 1.4 Préconiser le salon professionnel le plus adapté en justifiant votre choix.
- 1.5 Proposer en les justifiant des moyens de communication pour annoncer la présence d'AppCraft au salon sélectionné.

BTS COMMUNICATION		Session 2022
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : 22COE5COM	Page : 4/16

DOSSIER 2 Concevoir des outils de développement commercial

Dans le cadre de la participation au salon professionnel, les dirigeants décident :

- de procéder à une analyse du portefeuille clients d'Appcraft,
- de valoriser le témoignage client Décathlon grâce à une vidéo illustrant l'intérêt et les fonctionnalités de l'application,
- de participer, en tant qu'intervenant, à une conférence lors du salon professionnel.

Travail à faire

À partir de vos connaissances, des différentes annexes et plus particulièrement des annexes 6 à 9 :

- 2.1** Proposer en les justifiant des axes de développement du portefeuille clients.
- 2.2** Justifier la pertinence du recours au témoignage client Décathlon.
- 2.3** Proposer des exploitations possibles de la vidéo du témoignage client Décathlon et pour, chacune d'elles, les adaptations nécessaires.
- 2.4** Identifier les points de droit à prendre en compte avant la réalisation et la diffusion de cette vidéo.
- 2.5** Sélectionner la conférence en adéquation avec les objectifs de l'entreprise.

DOSSIER 3 Mesurer l'efficacité de la participation au salon professionnel
--

A l'issue du salon, une réunion-bilan est prévue avec le responsable du service communication et celui du service commercial pour mesurer les retombées de la participation au salon.

Vous êtes en charge de la préparation de cette réunion.

Travail à faire

À partir de vos connaissances et des différentes annexes :

- 3.1** Proposer une méthodologie d'étude permettant d'évaluer l'efficacité de la communication d'Appcraft à l'occasion du salon.
- 3.2** Identifier les principaux thèmes de cette étude.
- 3.3** Rédiger deux questions de l'étude relatives à la politique de développement durable d'Appcraft.
- 3.4** Lister des indicateurs d'efficacité de la présence sur le salon.

Annexe 1 : Présentation de l'entreprise AppCraft et de ses offres

L'**offre digitale** développée par AppCraft est modulable, adaptable et personnalisable à chaque type d'événement et de client.

La **nouvelle offre phygitale** propose aux participants une expérience qui peut être à la fois commune et différenciée, qu'ils soient présents sur site ou connectés depuis chez eux. Elle repose sur une application web et une plateforme événementielle qui permettent de faire interagir les deux audiences.



Cette solution permet d'organiser des événements simultanément sur plusieurs sites et présente donc plusieurs avantages :

- réduire le nombre de participants par site,
- limiter les émissions carbone liées aux déplacements,
- réduire les frais d'hôtel, de vol et de train,
- créer des communautés territoriales et fédérer les équipes.

Annexe 1 (suite et fin) : Présentation de l'entreprise AppCraft et de ses offres



NOS MODULES ▾ TYPES D'ÉVÉNEMENTS ▾ QUI SOMMES-NOUS ? ▾ SOLUTIONS NOS CLIENTS ▾ BLOG CONTACT

Événement Phygital

COVID-19, bilan carbone: il devient nécessaire de limiter les déplacements

Présentation

Alliez un événement physique organisé en petits groupes et à plusieurs endroits (multiplex) à une **plateforme de diffusion live** personnalisée comprenant des modules de check-in à distance, d'interactivité, de partage de fichiers, de notifications push et bien plus encore 😊
Ce mix hybride est l'occasion de concevoir de nouvelles scénarisations événementielles entre **présentiel** et **distanciel**

Découvrir les cas clients



Les modules utilisés

- Gestion des invitations >
- Programme personnalisé >
- Annuaire des participants >
- Live broadcast >
- Feedback >
- Gamification >
- Infos pratiques >
- Notifications >
- Chat >

Source : site Internet Appcraft

Annexe 2 : La RSE intégrée dans les valeurs d'AppCraft

Appcraft une entreprise 100% « Made in France »

- Équipe d'experts et de développement en France,
- Données hébergées en France par OVH cloud, conforme au RGPD,
- Système informatique sécurisé, audité par un organisme français de cyberdéfense.

Une gouvernance RSE.

En interne, AppCraft prône et favorise des actions et des réflexions sur la RSE :

- La liberté du télétravail pour chaque salarié (déjà pré-covid),
- Des déplacements maison-travail en transports non polluants (commun, vélo...),
- Un système de rémunération égalitaire entre hommes et femmes,
- La favorisation des embauches en CDI pour assurer un revenu stable,
- L'encouragement des échanges et des initiatives entre les membres d'AppCraft,
- Des processus pour favoriser la montée en compétences de chacun des salariés,
- Un rapport annuel d'activité intégrant des objectifs RSE,
- Des activités de *teambuilding*¹ orientées RSE (engagement associatif, actions auprès des SDF, collecte de déchets ...).

Source interne

¹ *Teambuilding* : concept anglo-saxon destiné à améliorer la cohésion d'équipe avec des activités ludopédagogiques.

BTS COMMUNICATION		Session 2022
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : 22COE5COM	Page : 8/16

Annexe 3 : L'événementiel de demain : une nouvelle vision sur ce secteur

L'événementiel, un secteur qui se réinvente

Depuis ce mois de mars 2020, l'événementiel est l'un des secteurs les plus touchés par la crise sanitaire du covid-19. Les pertes sont estimées à 17 milliards d'euros, un chiffre exorbitant qui laisse imaginer les difficultés rencontrées par les multiples acteurs de ce domaine. Néanmoins, au pied du mur, la créativité s'intensifie et les idées renaissent !

Loin de baisser les bras, certaines agences proposent aujourd'hui des événements digitaux pour continuer de rassembler des centaines de personnes tout en respectant les règles de distanciation physique. À première vue, les événements digitaux sont loin de faire l'unanimité, le concept semble manquer de chaleur, de convivialité et de spontanéité. Pourtant, à l'opposé de ces idées reçues, des agences événementielles proposent aux invités de vivre des moments digitaux hors du temps, riches en émotions, en animations et en partage [...] avec notamment tous les incontournables d'un événement réussi : les prises de parole, les animations, le spectacle, le cocktail dinatoire et même les goodies. [...]

L'événement digital, un format d'avenir aux avantages considérables

D'abord, il est évident que le digital ne remplacera jamais le plaisir des retrouvailles physiques. Néanmoins, un événement digital bénéficie d'avantages capitaux [...] : les contraintes de lieu et d'espace n'existent plus ! Les invités peuvent être installés aux 4 coins du monde et leur nombre est indéfini. Cela a également l'avantage de proposer un temps d'organisation réduit. Deux à trois semaines suffisent aujourd'hui pour organiser un événement.

Qui dit « événement digital » dit également « réduction des déchets polluants » ! Moins de consommation d'emballage, moins de gaspillage alimentaire et surtout moins de pollution issue des transports. [...]. C'est l'événement qui vient aux invités et non plus les invités qui viennent à l'événement. Les participants peuvent profiter d'un moment unique depuis leur canapé ou leur poste de travail.

En fait, pendant cette crise, le digital s'est imposé au secteur événementiel mais cela se révèle être bénéfique. Pour bénéficier des avantages précédemment cités, les entreprises risquent de mettre en place des événements hybrides. Certes, [après la crise] les retrouvailles humaines seront nécessaires mais le digital trouvera toujours sa place pour rendre l'événement plus visible et plus accessible. Finalement, cette période si particulière aura permis aux agences [...] de développer des connaissances et des compétences dans des domaines profitant d'un avenir certain.

Source : Extrait de La Tribune, 7 janvier 2021

BTS COMMUNICATION		Session 2022
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : 22COE5COM	Page : 9/16

Annexe 4 : Quatre tendances événementielles pressenties

Tendance #1 : place aux micro-événements

Les événements en petits comités par groupes de 6 à 10 personnes seront à privilégier. Des micros *teambuilding*, des séminaires par petits groupes, des soirées clients privilégiés, tout sera à repenser. Les micro-événements ont commencé parce que les lieux étaient limités en nombre de personnes. Les sites devront réfléchir à accueillir des événements qui nécessitent des limites de capacité évolutives.

Tendance #2 : vers des événements éco-conçus et plus respectueux de la RSE

Eco-concevoir un événement, ce sera : penser en amont son projet par le prisme de la RSE pour trouver des solutions alternatives pour, par exemple, mieux gérer ses déchets : les limiter, les donner, les recycler... L'impulsion vient aussi souvent des prestataires et des solutions et alternatives qu'ils proposent. [...]. Par exemple, l'Association Phénix aide les entreprises lors de la conception et la réalisation des événements en gérant les surplus alimentaires, la récupération des déchets produits etc... [...]. Deux créateurs ont conçu des solutions d'aménagement d'espaces design, modulables et éco-responsables. En effet, avec des structures éphémères aucun élément des structures n'est jeté à la fin d'un événement, mais bien rénové et réutilisé pour un autre projet.

Tendance #3 : l'humain au cœur de l'évènement

L'évènement *live* est plus que jamais d'actualité car la rencontre « dans la vraie vie » reste un incontournable et un besoin naturel pour favoriser le dialogue, entre participants, entre collaborateurs mais aussi entre une marque et ses utilisateurs. La convivialité et la cohésion resteront une valeur forte des événements. [...]. Imaginez un campement éco-responsable en pleine nature. De véritables tipis que les collaborateurs ont montés avant d'y passer la nuit. Ce type de séminaire collaboratif permet de souder l'équipe, de tisser des liens forts tout en créant de véritables moments de convivialité uniques.

Tendance #4 : une expérience personnalisée pour chaque participant

Choisir ce que l'on va voir, ce que l'on va entendre, ce que l'on va faire, ce que l'on va emporter en fin de soirée... La personnalisation est désormais un levier incontournable pour impliquer, engager et créer de la valeur. La technologie permet de personnaliser l'expérience proposée. À commencer par la plateforme utilisée : personnaliser l'apparence, intégrer des modules de conversations, des sondages, des documents, des quiz et même les replays de l'évènement selon l'intérêt spécifique de l'invité. Enfin, les participants sont libres de vivre et de partager les activités qu'ils ont choisies et expérimentées.

Pour aller plus loin, segmenter l'évènement en *mini-workshops*¹ spécifiques à certains sous-thèmes, pour que les gens aillent dans les salles virtuelles qui les intéressent vraiment ou encore [...] choisir la piste son et donc les porte-paroles que l'on souhaite écouter quand plusieurs interventions ont lieu en simultanée... [...] Enfin, côté goodies, on s'éloigne également de plus en plus du cadeau offert par certaines d'exemplaires ! La tendance actuelle est de faire appel à des artistes présents lors de l'évènement pour customiser les produits et/ou cadeaux.

Source : Compilation de plusieurs articles L'Évènement et Comeeti décembre 2019

¹ *Mini-workshops* : mini sessions de travail

BTS COMMUNICATION		Session 2022
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : 22COE5COM	Page : 10/16

Annexe 5 : Présentation de salons professionnels dédiés à l'événementiel

	Heavent Paris 23, 24 & 25 novembre	Heavent Meetings Cannes 19, 20 & 21 avril	International Confex London 1 & 2 septembre
Positionnement	Le rendez-vous des professionnels de l'événementiel. Le salon présente un grand nombre d'innovations en avant-première et lance les tendances événementielles de demain.	Le rendez-vous du tourisme d'affaires et de l'événementiel. Le salon favorise le « face à face » direct entre exposants et décideurs par le biais de rendez-vous pré-organisés et qualifiés.	Le salon qui permet aux professionnels de venir s'inspirer, découvrir les dernières tendances et innovations et faire avancer la création d'événements.
Données chiffrées	450 exposants 18 838 visiteurs + 2.7 % visiteurs par rapport à l'année précédente	+ 350 exposants 1 850 visiteurs 9 600 rendez-vous d'affaires 500 top décideurs 860 déjeuners d'affaires	300 exposants 7 700 visiteurs 150 porte-paroles 1 000 opportunités de réseautage
Profils des exposants	Prestataires : son, lumière, vidéo, effets spéciaux, start-ups et nouvelles technologies, destinations événementielles, artistes, animations, décoration, agencements, matériel de réception, accueil.	Prestataires : décoration, agencement, audiovisuel, location/vente installation de structures, traiteurs... Offreurs de lieux et destination : hôtels, destinations, palais des congrès, parcs d'expositions, salles de spectacles... Agences événementielles	Organisateurs d'événements de grande taille, de séminaires, de conférences Lieux, destinations au Royaume-Uni et à l'étranger Fournisseurs et prestataires logistiques, produits et services Concours, récompenses et animations
Profil des visiteurs	Direction générale Responsable événementiel Chef de projet Direction communication Direction marketing Responsable de production Directeur commercial	Responsable événement Directeur communication & marketing Directeur des achats Directeur de production / logistique / technique Directeur de projet Organisateur de salons	Directeur conseil événementiel Organisateur d'événements Responsable d'événements Responsable commercial d'agences événementielles ou de relations publiques Agences de voyage d'affaires

Annexe 5 (suite et fin) : Présentation de salons professionnels dédiés à l'événementiel

	Heavent Paris 23, 24 & 25 novembre	Heavent Meetings Cannes 19, 20 & 21 avril	International Confex London 1 & 2 septembre
Programme	<ul style="list-style-type: none"> - Remise du prix « <i>Vénus de l'innovation</i> », qui récompense les plus belles innovations - Village de 50 start-up - Une zone « Digital & nouvelles technologies » - Village des designers d'espaces et de stands créatifs - 4^{ème} édition des <i>Grands Prix Heavent Paris</i> qui récompensent les plus belles performances des prestataires - Programme de conférences (2 salles) - 4^{ème} édition des « <i>États Généraux de l'événement</i> ». Présence d'élus locaux autour de débats et de tables rondes sur les enjeux de la filière événementielle. 	<ul style="list-style-type: none"> - Rendez-vous ou déjeuners d'affaires pré-organisés, ciblés et qualifiés entre top décideurs et exposants - 3 soirées networking entre exposants et top décideurs - Des conférences plénières de haut niveau qui traiteront de l'innovation et du digital dans l'ensemble du secteur événementiel. - « [A]LiVE », un événement en partenariat avec les associations professionnelles de la filière, dédié à la relance économique dans le secteur de l'événementiel. - Différents prix décernés dans plusieurs catégories : évènement BtoB, évènement sportif, culturel, divertissement, communication interne et externe, dispositif évènementiel intégré ou multicanal, expérience utilisateur 	<ul style="list-style-type: none"> - Des sessions de « speed networking¹ » de 1 heure - Des séries de séminaires et de débats sur les dernières évolutions et les meilleures pratiques professionnelles - Des sessions d'accompagnement en face à face avec des professionnels du secteur. - Des séances de développement personnel et de jeux de rôle sur les compétences clés. - « Femmes et événementiel » : un réseau international de professionnelles événementielles pour soutenir le développement constant des dirigeantes dans ce secteur (opportunités, réseau d'affaires...)

Source : international-confex.com et heavent-meetings.com

¹ *Speed Networking* : « réseautage rapide » ou rencontres lors d'entretiens individuels tournants.

Annexe 6 : Programme des conférences des salons professionnels

Les dirigeants d'Appcraft ont décidé de participer à une conférence lors du salon professionnel et d'inviter leurs prospects, les journalistes de la presse professionnelle et les organisations professionnelles.

Heavent Paris	Heavent Meetings Cannes	International Confex London
Éco-responsabilité dans le secteur événementiel	Quand l'événementiel ne peut plus ignorer les changements climatiques	L'industrie de l'évènementiel : reconstruire plus fort ou avancer différemment
La décoration à l'heure du digital	L'utilisation de l'art dans l'évènementiel	Faire de la diversité et de l'inclusion un pilier de la RSE
Concevoir un événement phygital responsable	Événement hybride : enjeux et avenir	Les communautés sont la seule voie à suivre pour l'industrie de l'évènementiel
E-commerce et marketing digital	L'événement et la RSE	Des animations et des shows pour dynamiser un événement digital
	Solutions événementielles et captation de données	

Source : international-confex.com et heavent-meetings.com

Annexe 7 : Portefeuille clients d'AppCraft

Les partenaires historiques d'AppCraft sont des annonceurs avec lesquels la start-up collabore depuis sa création. Au regard de leur dimension stratégique, ils sont sous l'entière responsabilité des dirigeants. Ils ne font donc l'objet ni de prospection ni de démarchage commercial.

	Nombre de clients	Chiffre d'affaires généré en euros	Marge brute en euros
Agences de communication	19	600 000	132 000
Annonceurs	9	400 000	112 000
Partenaires historiques	7	100 000	28 000
Total	35	1 100 000	272 000

Types d'entreprises	Répartition quantitative		Chiffre d'affaires en millions d'euros
Micro-entreprise ou TPE/TPI ¹ < 10 salariés	0	0%	≤ 2
PME/PMI ² < 250 salariés	14	50%	≤ 50
250 < ETI ³ < 5000 salariés	9	32,14 %	≤ 1 500
GE ⁴ > 5000 salariés	5	17,86%	> 1 500
Total	28	100%	

Source interne : Pour des raisons de confidentialité certaines données ont pu être modifiées.

¹ TPE/TPI : Très Petite Entreprise/Très Petite Industrie

² PME/PMI : Petite et Moyenne Entreprise /Petite et Moyenne Industrie

³ ETI : Entreprise de Taille Intermédiaire

⁴ GE : Grande Entreprise

Annexe 8 : Témoignage client Décathlon

Contexte :

Le groupe français Décathlon, acteur majeur de la distribution spécialisée dans les produits de sport et les loisirs procède régulièrement à des vagues de recrutement. En France, en Belgique, en Italie et en Tunisie, le groupe est confronté à une augmentation régulière de ses effectifs.

« Scénariser les parcours de formation et d'intégration avec des sessions à la carte tout en créant des interfaces personnalisables et réutilisables pour chaque magasin était l'enjeu principal. » Grégoire, responsable commercial d'AppCraft.

Demande :

Proposer un dispositif déclinable dans chaque pays pour accompagner les magasins Décathlon dans le cadre de l'intégration de leurs nouveaux salariés et de leur formation.

Réponse d'AppCraft :

Réunir pendant une journée dans chaque capitale les nouveaux collaborateurs et leur proposer une solution d'*onboarding*¹ intuitive, utile et innovante qui servira de support tout le long de la journée. L'après-midi, les salariés sont en formation dans un magasin des capitales et le soir, une soirée d'intégration avec l'ensemble de collaborateurs est organisée dans un lieu atypique et éco-responsable.



Concrètement : Chaque groupe parcourt un ensemble d'ateliers de mises en situation professionnelle (demande de client, produit défectueux, mise en rayons...). Avec son option multilingue, l'application leur permet, quel que soit le pays, d'avoir accès au programme des sessions de formation, à des informations pratiques sur leur prise de poste (contacts, locaux...) et à une présentation avant chaque mise en situation. Elle permet également la validation des acquis par des quiz sous forme de jeux interactifs. L'équipe des managers accède en direct aux résultats obtenus par chaque nouveau salarié. L'application permet aux participants de chatter entre eux, de partager des photos ou des fichiers.

Lors de la soirée d'intégration, l'application désormais accessible à tous les salariés les plonge dans un univers innovant et interactif avec une charte graphique personnalisée, des informations pratiques (plans, liste des participants), des programmes individuels, des ateliers ludiques, une intervention des porte-paroles suivie d'une session de Questions/Réponses

Grâce à cet outil, Décathlon intègre et forme ses nouvelles équipes plusieurs fois par an en suscitant un sentiment d'appartenance à l'occasion de moments alliant technologie, convivialité et interactivité entre participants et managers.

Source : AppCraft - Cas client adapté et modifié

¹ Solution d'*onboarding* : application qui contribue au parcours d'intégration d'un nouveau salarié, depuis son embauche jusqu'à la prise totale de son poste.

BTS COMMUNICATION		Session 2022
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : 22COE5COM	Page : 15/16

Annexe 9 : Les témoignages clients en BtoB

Les principaux rôles du témoignage client

Derrière les témoignages clients se cache un concept psychosociologique : la preuve sociale. Ce phénomène montre que dans l'incertitude on a tendance à faire confiance au groupe. Les témoignages répondent directement à ce besoin de preuve sociale. Ils lèvent les doutes quant à la qualité de votre travail et au sérieux de votre entreprise. [...]. Avec les témoignages, vos clients décrivent de façon objective, simple et concrète la valeur qu'ils tirent de votre service ou produit. Ce sont des arguments tangibles et crédibles. D'ailleurs, pour 97% des acheteurs BtoB les retours d'expérience sont le contenu le plus crédible. [...] Impliquer vos clients dans une démarche de témoignage va considérablement renforcer votre relation avec eux et développer un sentiment d'appartenance. En effet, vos clients se seront engagés publiquement envers votre entreprise devenant des ambassadeurs [...].

L'importance du témoignage client en BtoB en 6 chiffres clés :

- **89%** des décideurs considèrent la recommandation comme le vecteur d'information le plus crédible.
[Source : Cabinet Quatre Vents]
- **84%** des décideurs BtoB démarrent leur recherche de prestataires par la recommandation.
[Source : Harvard Business Review]
- La recommandation est **le facteur n°1** dans les décisions d'achat BtoB.
[Source : Cabinet Forrester]
- **66%** des décideurs se disent influencés par les témoignages clients dans leur processus d'achat BtoB.
[Source : emarketing]
- **41%** c'est l'augmentation constatée sur le taux de conversion d'un site grâce aux avis.
[Source : Les digitaux]
- **75%** des décideurs en entreprise adoptent de nouveaux usages et regardent une vidéo sur leur activité professionnelle au moins une fois par semaine.
[Source : Forbes]

Source : Synthèse d'articles issus de www.pme-eti.fr, www.trustfolio.co, www.emarketing.fr (2016-2020)

BTS COMMUNICATION		Session 2022
ACTIVITÉS DE COMMUNICATION	Code : 22COE5COM	Page : 16/16