

START-UPS (SCALE-UPS) COMMENT INTERVIEWER SES CLIENTS EN BTOB ?

UN WEBINAIRE ORGANISE PAR EVOLENA & VISIONARY MARKETING

02 avril 2020

AGENDA



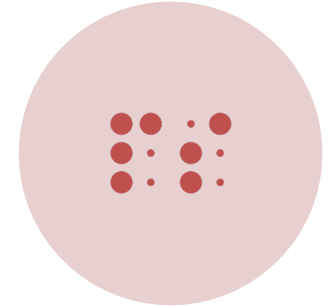
POURQUOI ET
QUI INTERVIEWER ?



GUIDE D'ENTRETIEN
(QUOI ?)



COURBE D'EXPERIENCE
(COMBIEN ?)



FAIRE SOI-MÊME ?
(AVEC QUI ?)

AVEC

Laurent Chiozzotto
Evolena
[Evolena.com](https://evolena.com)

Yann Gourvennec
Visionary Marketing
[Visionarymarketing.com](https://visionarymarketing.com)

1 INTERVIEWER SES CLIENTS ?

POUR QUOI FAIRE ?

- On n'y pense **jamais** !
- Pour savoir ce que pensent **réellement** les clients de ce qu'ils retirent d'une relation avec un fournisseur
- Pour créer un **lien** plus profond et plus constructif, donc plus durable dans le temps
- Pour **préparer l'avenir** en identifiant les points positifs à développer et les lacunes à combler
- Parce que, tout simplement, **les clients ont toujours raison...** puisqu'ils achètent !



1 INTERVIEWER SES CLIENTS ?

QUI INTERVIEWER ?

- Dans toute acquisition de solution en BtoB, il y a deux types de populations concernées ou impactées
 - Les "Décideurs"
 - Les "Utilisateurs"
- Les Décideurs vont donner un point de vue "stratégique" sur la relation
- Les Utilisateurs vont donner un point de vue "opérationnel" sur l'usage et l'intérêt de la solution
- Les deux visions sont complémentaires et indispensables pour avoir une compréhension fine de la situation chez un client



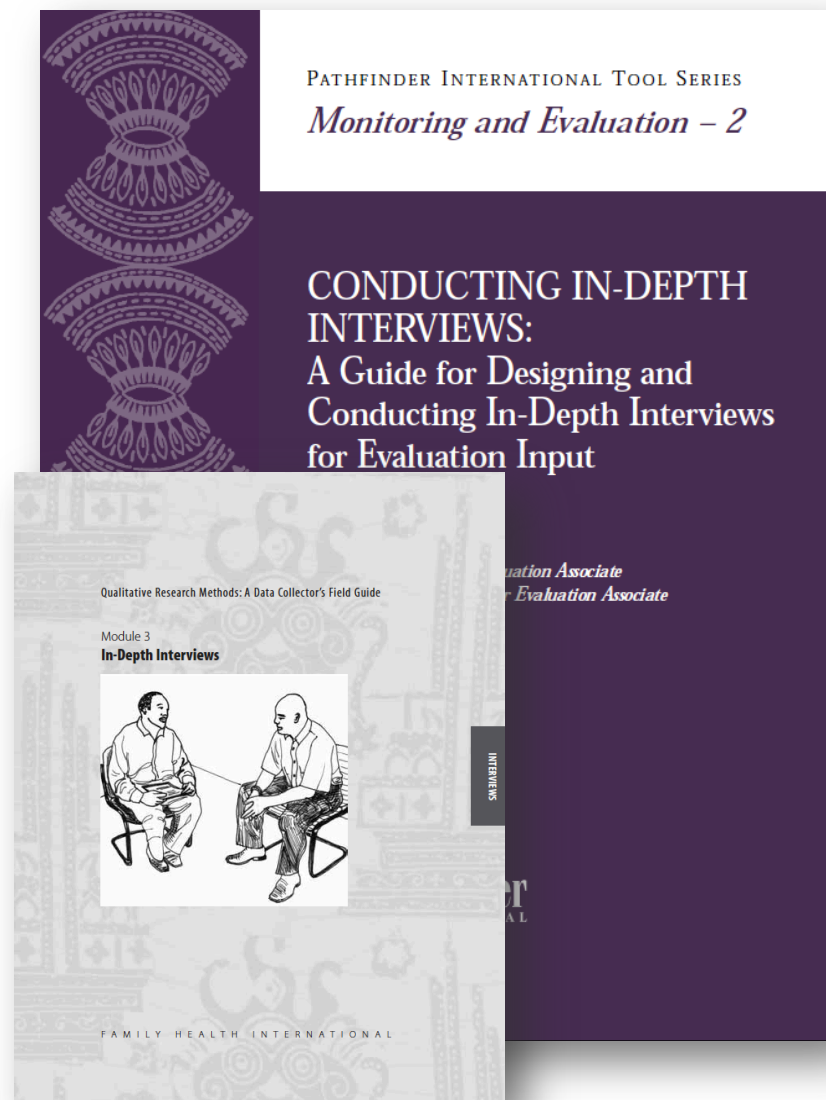
2 LE GUIDE D'ENTRETIEN

QU'EST-CE QU'UN GUIDE D'ENTRETIEN ET COMMENT L'ÉTABLIR ?

- Qu'est-ce qu'un guide d'entretien et une interview quali ?
- But d'une interview **quali**
- Quand une interview quali est-elle **appropriée** ?
- Nombre de questions (et **souplesse**)
- Avant ou **après** (le quanti) ?
- Avantages
 - **Profondeur** → vue plus globale
 - **Comprendre** les motivations profondes
 - **Insights** (→ hypothèses)
- Risques
 - **Biais** d'interprétation
 - Demande une **compétence** d'interviewer
 - **Temps**
 - Pas de valeur **statistique**



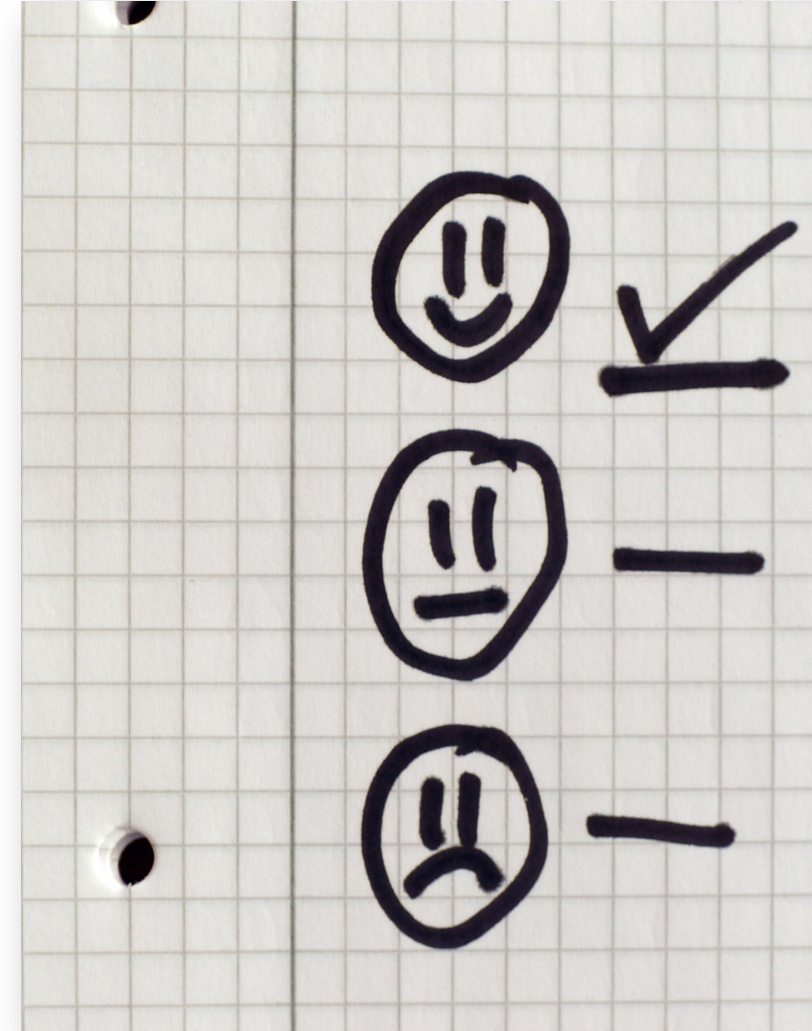
vismktg.info/courbe



2 LE GUIDE D'INTERVIEWS CLIENTS

QUE METTRE DEDANS ?

- Chaque cas est **particulier**
- Le guide doit faciliter une **conversation naturelle**
- Définir **objectif** et **l'usage** qui en sera fait
 - Qualité / adéquation des produits ou services acquis
 - Qualité de la relation
 - Compréhension des enjeux clients
 - Capacité à anticiper les évolutions des besoins / du marché
 - ...
- **Reformulation** pour **relancer** la discussion ou **clarifier** un point particulier, empathie et maïeutique
- Ne pas oublier de **remercier** à la fin !
- Quelques **conseils techniques**



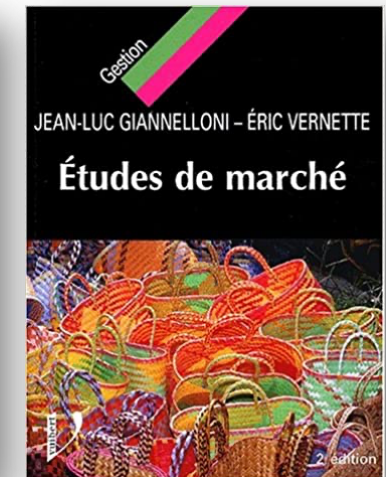
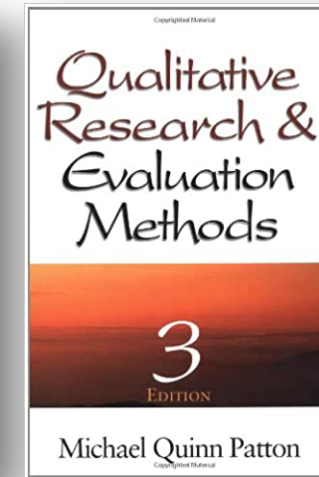
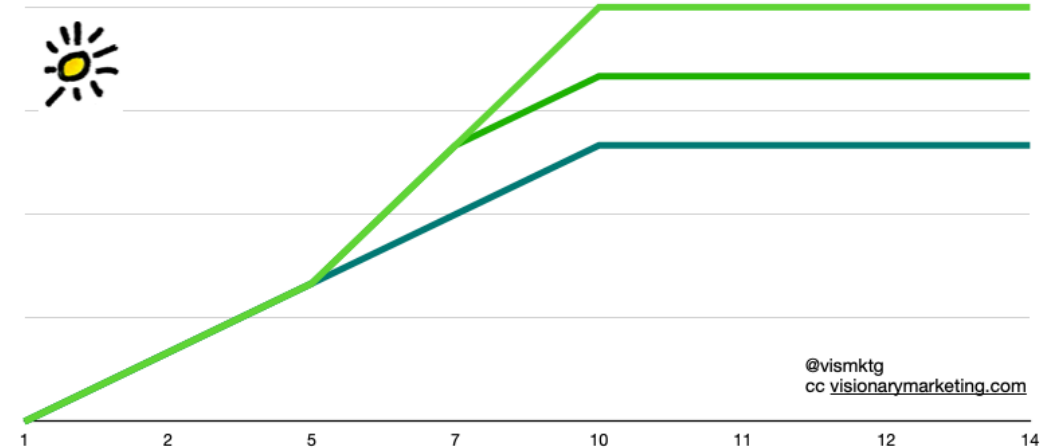
3 COURBE D'EXPERIENCE

COMBIEN ?

- Littérature un peu confuse.
 - échantillonnages similaires aux quanti ([Frisch, 1999](#))
 - « Ça dépend » ([Quinn Patton, 2002](#))
 - Évitement de la question ([Giannelloni et Vernet, 2017](#))

Il semble qu'il y ait ici un espace pour quelques instructions de **bon sens** pour les professionnels souhaitant **bien faire sans** pour autant céder à un **quelconque excès méthodologique**

COURBE D'EXPÉRIENCE EN ÉTUDE QUALITATIVE



4 FAIRE SOI-MÊME ? (AVEC QUI ?)

AVEC QUI LE FAIRE ?

- La question peut surprendre : pourquoi pas en interne ?
- Les interlocuteurs habituels des clients les connaissent bien et ont le contact facile
- OUI MAIS... Il faut sortir du cadre de la relation « business as usual »
- Un client ne dira jamais la même chose à son fournisseur et à un tiers neutre
- Il se confiera plus volontiers à un tiers si la confiance est là
- Donc il faut faire appel à des structures externes pour
 - Construire la démarche en évitant les pièges
 - Réaliser les interviews



A PROPOS D'EVOLENA

RÉUSSIR LE PASSAGE À L'ÉCHELLE

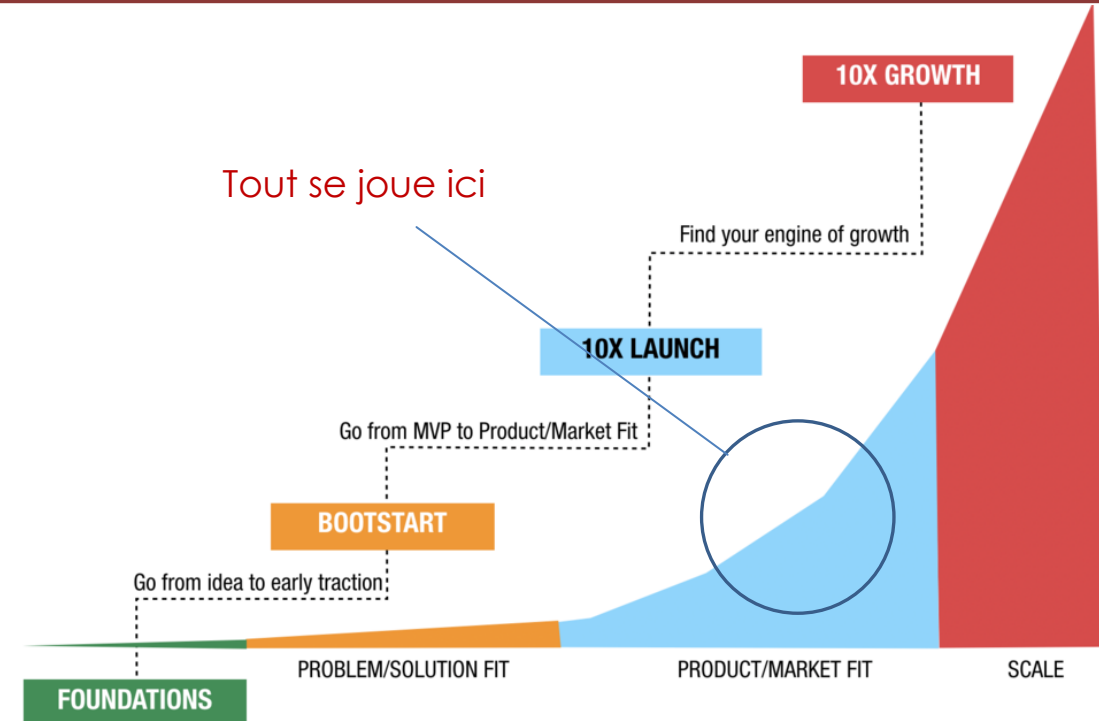
Selon Ash Maurya, toute entreprise innovante passe par les mêmes étapes

Pour passer de l'artisanat à l'industrie, il faut du temps, de la méthode et de la rigueur

Il faut viser la Scalabilité, véritable gage d'une croissance maîtrisée et durable

- La scalabilité se construit pas à pas
- La scalabilité est une ambition et un état d'esprit
- La scalabilité repose sur du rythme et de la qualité d'exécution avant tout

EVOLENA.COM



Evolena accompagne les entreprises innovantes qui veulent passer à l'échelle

VISIONARY MARKETING EN UN CLIN D'ŒIL

Voici quelques exemples de missions réalisées pour le compte de nos clients :

Audits digitaux et sessions de formation pour les banques, les entreprises de la santé, de la haute technologie et divers organismes de formation internationaux.

Accompagnement des clients en matière de gestion du changement dans le domaine du marketing digital. Expert en création de blogs et en marketing de contenu pour les entreprises des télécommunications, de l'informatique, de la banque privée, des services publics et de Big Data. Nous avons également travaillé pour des entreprises qui traitent avec les consommateurs, nous avons formé des cadres supérieurs, des experts en communication et divers employés dans toutes sortes d'entreprises. Nous avons animé des séminaires d'initiation, des cours accélérés, des sessions approfondies et des sessions stratégiques.

Nous avons également mené des campagnes de marketing de bouche à oreille et de médias sociaux, optimisé des sites web (SEO, SEM, optimisation de contenu), créé des livres blancs dédiés aux questions Web et développé des personnalités pour des entreprises principalement dans les domaines de l'informatique, du cloud computing et des télécommunications.

Visitez notre site d'infos Marketing & Innovation à l'adresse : <http://visionarymarketing.com>

