

HISTOIRE D'UN SUCCÈS

TTI



Des transformations axées sur le consommateur et appuyées par les avis

Dans un environnement très concurrentiel, les marques les plus performantes se différencient en axant leurs stratégies commerciales sur le consommateur.

TTI, qui fabrique des outils électriques, des équipements d'extérieur et des appareils d'entretien des sols, a récemment fait la transition, et ses efforts ont porté leurs fruits.

« L'industrie du bâtiment et de la rénovation se développe à pas de géant, et les entreprises savent qu'il y aura toujours une demande pour ce type de produits, » explique Pinky Bhatia, Responsable du Digital (Grand Public) chez TTI. « Mais c'est une industrie composée d'une poignée d'acteurs majeurs qui ont tendance à se concentrer sur les coûts plutôt que sur le développement de solutions qui répondent aux attentes des consommateurs. »

TTI et ses marques, notamment Ryobi, AEG Powertools et Vax, ont saisi l'opportunité de se démarquer en mettant l'expérience client au cœur de leurs décisions commerciales.

« Pour nous, le moment décisif a été de comprendre que nous ne vendons pas simplement des produits, mais un service qui couvre l'expérience client depuis l'achat jusqu'au post-achat. À partir de maintenant, toutes les décisions que nous prendrons seront axées sur le consommateur, » poursuit Bhatia.

EN BREF

Défi

Se démarquer de la concurrence dans un secteur en croissance.

Solution

Transformer l'entreprise avec une approche plus centrée sur le consommateur.

Avantage

Amélioration de l'expérience client et augmentation des ventes dans la grande distribution.

Les solutions Bazaarvoice



Ratings & Reviews




Questions & Answers

Trishy
Rossarden,
Tasmania,
Australia
Review 1
Votes 0

★★★★★ · 4 months ago
Great Power

I love the Vax, I have only ever had 2 stick vacuums and both have been vax, the 1st lasted about 8 years and is still going, given to a friend after I bought the pet pro..... fantastic machine ans so many accessories that all work brilliantly.. I have no problem with the overall work of this machine... how ever to make it better I feel the plug for the power cord could be in a better place I find it hard to plug in being under the machine and also the the power head brush I feel should be better accessible for cleaning as undoing 3 screws is a tad annoying...but apart from those 2 things I love this machine and use it every day.

 Originally posted on
vax.com.au

KimW
Sydney, Australia
Review 1
Votes 0
Pets? Yes
Allergies? No
Home Surface Types: Carpets

★★★★★ · 4 months ago
I love it!

We have had our Vax Blade Pet for about a month. It has changed the way I clean the floors. I'm finding I can do a couple of 5 min vacuums across the week and pack away so easily (perfect in a small apartment). No more cords or dragging the vacuums behind me. Its so simple for tiny jobs, a room each day or whenever convenient. Its also pretty kid friendly - easier for them to vacuum their own room.

☑ Yes, I recommend this product.

Value
Ease of Use
Reliability
Weight
Cleaning Result



STIMULER LES VENTES GRÂCE LA VOIX DU CONSOMMATEUR

Les opinions des consommateurs sont un élément essentiel à la création d'une expérience client positive. TTI a eu recours à la solution Bazaarvoice Ratings & Reviews pour donner aux consommateurs la confiance dont ils ont besoin pour acheter.

« Aussi élaborés qu'ils soient, les contenus d'une marque ne sont jamais aussi convaincants que les avis d'autres consommateurs. C'est pourquoi ces derniers font partie intégrante de notre stratégie de contenus générés par les consommateurs », explique Kon Romios, Responsable Marketing Consommateurs chez TTI.

Partout dans le monde, les consommateurs se tournent vers les Contenus Générés par les Consommateurs (CGC) pour prendre des décisions d'achat informées. Selon le Shopper Experience Index de Bazaarvoice, qui observe la manière dont les consommateurs interagissent avec plus de 5 700 sites de marques et de distributeurs sur le réseau de Bazaarvoice, plus de la moitié des consommateurs de la zone APAC consultent du CGC avant d'acheter.

« La plupart de nos achats s'en trouvent influencés, et lire des avis est désormais devenu une habitude. Vous pensez aller au restaurant ? Vous regardez d'abord sur Facebook ou Zomato. C'est pareil pour les livres sur Amazon, les films sur Netflix, les articles variés sur Ebay et les applications dans l'App Store, » explique Bhatia.



Dans le cadre de notre transformation numérique, les avis sont une solution naturelle pour donner aux consommateurs la confiance nécessaire pour choisir notre marque, et disposer de Bazaarvoice comme fournisseur de solutions légitime l'authenticité de ces avis.

Pinky Bhatia

Responsable du Digital (Grand Public) chez TTI

Pour TTI, il s'est avéré efficace de permettre aux consommateurs de trouver plus facilement les contenus authentiques qu'ils recherchent.

« Le besoin humain de vérifier auprès de ses amis et de ses pairs qu'un produit en vaut vraiment la peine joue un rôle important sur le taux de conversion, » explique Bhatia.

ATTEINDRE LES CONSOMMATEURS DANS LES MOMENTS QUI COMPTENT

En diffusant des avis sur les sites de ses principaux distributeurs, TTI met du CGC à la disposition des consommateurs là où ils en ont le plus besoin.

« En Australie, nous commercialisons Vax par le biais d'une douzaine de sites, et obtenons des résultats fantastiques en partageant des contenus sur ces sites. Cela nous permet d'atteindre des consommateurs intéressés par notre catégorie de produits, » poursuit Bhatia.

L'avantage des avis va au-delà de l'espace numérique. TTI perçoit également ces contenus comme un moyen de générer plus de ventes en magasin.

« L'impact des avis en ligne sur les ventes en magasin est évident. Les achats en ligne et en magasin sont interconnectés, et nous avons fait converger ces expériences. Beaucoup de gens lisent des avis avant d'acheter, même dans les rayons, » explique Romios.

INTERAGIR AVEC LES CONSOMMATEURS POUR RÉDUIRE LE BESOIN D'ASSISTANCE DIRECTE

L'entreprise a également adopté Bazaarvoice Questions & Answers pour adresser publiquement les demandes des consommateurs.

« Les questions et réponses sont devenues un canal

de service, c'est-à-dire qu'elles permettent aux consommateurs de bénéficier d'une assistance supérieure sans avoir à décrocher leur téléphone. Nous avons constaté une augmentation moyenne de 10 secondes de l'engagement client sur nos pages produits qui affichent des avis et des questions et réponses, » déclare Bhatia.

TIRER PARTI DES DONNÉES

Les informations tirées du CGC ont contribué aux efforts de l'entreprise de recourir aux données pour mieux comprendre les consommateurs et répondre à leurs besoins de manière personnalisée.

« Nous nous sommes penchés sur de nombreux fournisseurs d'avis, et avons choisi Bazaarvoice parce que nous ne voulions pas faire de compromis en matière de données. Nous avons investi dans Salesforce plutôt que de disperser nos données sur plusieurs plateformes, et le fait que Bazaarvoice s'intègre si bien avec Salesforce était très avantageux pour nous, explique Bhatia. Nous pouvons désormais synchroniser nos données clients et maintenir une vision client à 360 degrés. »

LE CGC COMME ÉLÉMENT CLÉ DU SUCCÈS

« Dans le cadre de notre transformation numérique, les avis sont une solution naturelle pour donner aux consommateurs la confiance nécessaire pour choisir notre marque, et disposer de Bazaarvoice comme fournisseur de solutions légitime l'authenticité de ces avis, » déclare Bhatia.



PROFIL DE L'ENTREPRISE

Produits d'équipement de la maison

CLIENT DEPUIS

2017

A PROPOS DE L'ENTREPRISE

Techtronic Industries Australia conçoit, fabrique et commercialise des outils électriques, des équipements d'extérieur et des appareils d'entretien des sols destinés aux consommateurs, aux professionnels et aux utilisateurs industriels des secteurs de la rénovation, de la maintenance et de la construction.

bazaarvoice®

Bazaarvoice France | 33 Avenue de Wagram, Paris, 75017

Tel: +33 (0)1 73 00 05 00 | info@bazaarvoice.com

www.bazaarvoice.com/fr | www.bazaarvoice.com/blog | [f](#) | [t](#)

© Bazaarvoice, 2018