



Bienvenue  
Frédéric Brillet

[Recevoir la newsletter](#)

[Se déconnecter](#) [Aide](#)

[Mon compte](#) [Mes articles](#) [Lire le dernier n°](#)

[TENDANCE](#) [ENTREPRISES](#) [AFFAIRES PUBLIQUES](#) [MÉDIAS](#) [INTERNATIONAL](#) [PERSPECTIVES](#) [ENQUÊTES](#) [DÉCIDEURS](#) [CAPITAL HUMAIN](#)

21/09/2015 / [Enquêtes](#)

## Des clients au service des marques

Par **Frédéric Brillet**

Qu'ils soient hôtes ou voyageurs, les clients d'Airbnb confrontés à un problème reçoivent souvent, quand ils posent une question en ligne, une réponse non pas de la plateforme, mais d'autres membres de la communauté d'utilisateurs. Même constat chez Amazon qui propose de poser en ligne des questions à la communauté des acheteurs du produit que l'on envisage d'acquérir ou dont on peine à comprendre le fonctionnement. Les marques antérieures à l'ère Internet s'y mettent aussi : sur darty.fr, les internautes, quand ils s'interrogent sur un article, découvrent une fenêtre signalée à côté de la photo. En un clic, ils basculent sur un espace qui leur propose de solliciter les utilisateurs du modèle concerné.

**Cette tendance qui dépasse désormais** le cadre des *pure players* de l'Internet marque une nouvelle étape dans le développement de l'économie collaborative. Les centres de relation client ne gèrent plus en exclusivité la relation commerciale : les entreprises confient une partie de cette tâche à des communautés d'entraide qu'elles intègrent à leur site car elles trouvent de nombreux avantages à ce système. D'abord, ces communautés contribuent à soulager les centres de relation client en traitant une partie des demandes. Et ce 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Avant l'achat, les utilisateurs du produit concerné conseillent les acheteurs potentiels comme le ferait un vendeur. Après l'achat, ils aident l'acquéreur à mieux s'en servir comme le ferait un technicien du SAV. « Auparavant ces échanges se passaient sur notre page Facebook mais la présentation manquait de clarté, sachant que nous proposons 40000 références et que les réponses ne venaient pas forcément d'utilisateurs du produit évoqué dans la question. En intégrant à notre site une communauté d'utilisateurs, chaque question est envoyée automatiquement par e-mail à tous les acheteurs concernés », explique Clémence Millard, responsable marketing de SonoVente qui vend sur Internet du matériel de sonorisation et d'éclairage.

**En répondant gratuitement, ces consommateurs contribuent** aussi à réduire les coûts de commercialisation et de SAV. Les conseils qu'ils prodiguent aux acheteurs potentiels sont jugés plus crédibles que ceux des vendeurs, parfois soupçonnés de ne pas dire toute la vérité pour « toucher leur commission ». Par ailleurs, les utilisateurs au quotidien d'un modèle particulier d'aspirateur ou de téléphone sont mieux placés pour en parler qu'un vendeur qui ne pourra jamais connaître en détail tous les avantages et les inconvénients, sauf à en être lui-même propriétaire. Après l'achat, le nouvel acquéreur confronté à un problème technique se tournera vers la communauté d'utilisateurs pour la même raison.

**Ces communautés prennent une importance considérable** dans la relation client. Ainsi BlaBlaHelp, qui rassemble les utilisateurs du site BlaBlaCar, complète le travail du service relation membres qui compte une cinquantaine de salariés. Mais contrairement à ce dernier, la communauté ne ferme jamais et dispose de moyens plus conséquents avec 500 « BlaBla Helpers ». Même si ces derniers répondent quand ils le souhaitent, leur nombre est tel que la réactivité du système est impressionnante : « 95 % des questions reçoivent une réponse en moins de dix secondes et nos *Helpers* traitent aujourd'hui plus de demandes que nos salariés », affirme Laure Wagner, porte-parole de BlaBlaCar qui récompense les *Helpers* par de petits cadeaux et des visites de l'entreprise. Le leader du covoiturage envoie des messages à ses utilisateurs les mieux notés pour leur proposer de devenir *Helpers*, cette sélection garantissant la qualité des réponses.

**Il existe des seuils pour que le système fonctionne.** « Nous constatons que dès qu'un produit a été vendu à 200 ou 300 exemplaires, les internautes obtiennent une réponse en un quart d'heure. Tous secteurs confondus, chaque question suscite en moyenne une dizaine de réponses », précise Jean-Christophe Hua, président de Wibilong qui travaille pour de grands comptes (L'Oréal...). Ces bons chiffres s'expliquent aussi par le fait que les communautés confèrent à leurs membres un rôle d'expert qui les incite à répondre et à faire preuve d'empathie. Ainsi « plus de 90 % des acheteurs acceptent de devenir membres de la communauté d'entraide et donc de recevoir par e-mail des questions d'autres consommateurs et 35 % ouvrent ces courriels », constate Olivier Godart, directeur e-commerce de Darty.

### LIENS

- [L'Oréal](#)
- [Centre](#)
- [us](#)
- [Amazon](#)
- [Ain](#)
- [tour](#)
- [UPA](#)
- [Pons](#)
- [Ppe](#)
- [Net](#)
- [Commerce](#)
- [Eure](#)

### RECHERCHE

Tapez votre recherche

### TENDANCE DE LA SEMAINE

14/09/2015

#### Un ton en dessous

L'a France est en train de connaître un syndrome de cote mal [...] > Lire la suite

[Tous les articles Tendance de la semaine](#)

### COULISSE DE LA SEMAINE

21/09/2015

#### PERNOD RICARD : COMMENT LE GROUPE S'ÉTEND EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE

L'Afrique subsaharienne est la nouvelle frontière de Pernod Ricard. [...] > Lire la suite

[Tous les articles Coulisse de la semaine](#)

### PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES

21/09/2015

#### HAUSSE DE TAUX AMÉRICAINS : UN TOURNANT POUR LES PAYS ÉMERGENTS ?

La Chine et la perspective d'une hausse des taux américains pour la [...] > Lire la suite

[Tous les articles Perspectives économiques](#)

### DÉCIDEURS

Philippe

Reiller Euro **Udi Ppe** Nouveau Sécurité Me

Valls Hollande Nicolas

Sarkozy **François Hollande**

[Tous les articles Décideurs](#)

### MANAGEMENT

17/11/2014

(25,00€)

#### Repenser la performance . 4/(4)

[...] > Lire la suite

[Tous les articles Management](#)