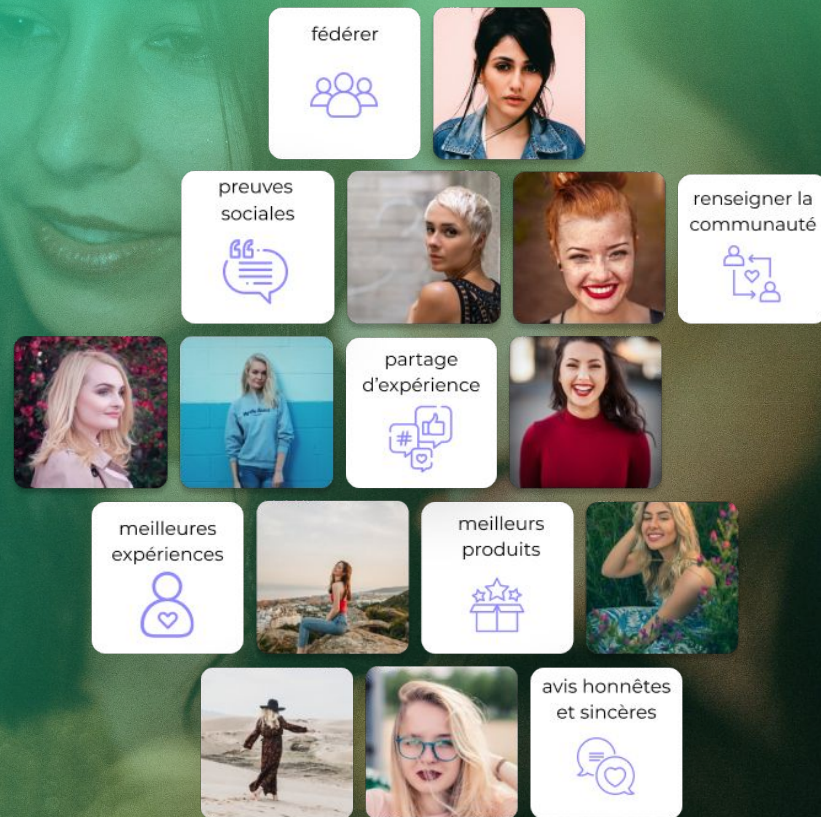
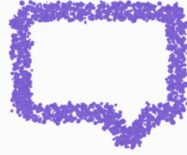


trustt.

Comment créer
un programme
ambassadeur
sur votre site
e-commerce ?





“La meilleure des publicités est un client satisfait”.

Bill Gates

À propos

Aujourd'hui, les consommateurs sont très avertis ! Selon les résultats du Trust Barometer International d'Elan Edelman publiés en fin d'année 2018, seul un Français sur deux déclare faire confiance aux discours marketing traditionnels des marques...

Grâce à Internet et au développement des réseaux sociaux, les consommateurs sont de mieux en mieux informés. Désormais, avant de réaliser un achat, ils et elles s'assurent de l'origine du produit, de sa qualité et consultent un maximum d'informations avant de se lancer.

En témoigne le succès grandissant de l'application mobile Yuka qui scanne les produits alimentaires et nous donne une information claire sur l'impact du produit vis-à-vis de notre santé. Ou encore, celui de la micro-influenceuse Céline, alias @iznowgood, spécialiste de l'éco-influence qui décrypte les discours des marques dans le domaine de la mode pour aider sa communauté à consommer de manière plus responsable.

La relation des marques avec leurs clients a changé. Les consommateurs sortent de l'ombre : ils et elles commentent, donnent leurs avis qu'ils soient bons ou mauvais et s'influencent les uns/unes les autres dans leurs décisions d'achat. Ils et elles passent du statut de simples consommateurs à celui de consommateurs !

Selon une récente étude RealTime réalisée par Yougov pour E-marketing : 93 % des français-es consultent les avis en ligne avant de réaliser un achat et particulièrement les millenials. De plus, 73 % d'entre eux/elles ont déjà laissé un avis client sur un site web. Les consommateurs font désormais davantage confiance aux avis de leurs pairs et au bouche-à-oreille qu'aux publicités invasives des marques.

Vous l'aurez compris, pour déjouer la méfiance générale et répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, il est plus que jamais nécessaire de faire preuve de sincérité et de transparence. Pour engager, vous devez impérativement placer vos clients au cœur de votre stratégie marketing. La clé pour développer, engager votre communauté et accroître votre notoriété : transformer vos clients en ambassadeurs de marque et créer un programme ambassadeurs adapté !



Nadia Gabriel
Co-Fondatrice & CEO



93%

des français consultent les avis en ligne avant de réaliser un achat et particulièrement les millenials.

Selon une récente étude RealTime réalisée par Yougov pour E-marketing :

Sommaire

Qu'est-ce qu'un ou une ambassadeur·rice de marque ?

Qu'est-ce qu'un programme ambassadeur ?



3 bonnes raisons pour vous lancer dans un programme ambassadeur

- A.** Développer votre notoriété et votre image de marque
- B.** Formuler des biens de consommation qui correspondent aux réelles attentes du marché...
- C.** Obtenir des avis qualifiés & UGC et augmenter le taux de conversion de votre e-shop



4 marques inspirantes qui ont créé un programme ambassadeurs sur leur site e-commerce

- A.** Lego
- B.** Absoluton
- C.** Philips
- D.** Marilou Bio



Les prérequis essentiels pour mettre en place un programme ambassadeur sur votre site e-commerce

- A.** Définir des objectifs précis
- B.** Bien connaître sa cible
- C.** Être dans une démarche constante de renouvellement de votre offre
- D.** Avoir un storytelling impactant
- E.** Intégrer le programme sur son site et proposer un parcours utilisateur·rice optimal



Les étapes clés pour faire vivre votre programme ambassadeur

- A.** Identifier et recruter des ambassadeur·rices pertinent·es
- B.** Définir le cadre du programme
- C.** Récompenser et valoriser vos ambassadeur·rices
- D.** Mesurer l'impact de votre programme ambassadeurs

En résumé

Qui sommes-nous ?

Qu'est-ce qu'un·e ambassadeur·rice de marque ?

Un·e ambassadeur·rice est une personne qui représente votre marque auprès de sa communauté. Il et elle est le porte parole de votre marque, va en parler de manière positive et promouvoir vos produits et services auprès de son audience. L'ambassadeur·rice vous représente, il et elle personifie vos valeurs, votre identité et a un rôle de fédérateur.

Il existe plusieurs catégories d'ambassadeur·rices :



L'ambassadeur·rice

naturel·le : c'est avant tout un/une client·e qui aime vos produits ou services de manière sincère et authentique. Cette personne adhère à vos valeurs, votre mission et à votre univers. Il et elle recommande spontanément vos produits ou services à ses amis et à sa famille lorsque l'opportunité se présente.



Le/la client·e ambassadeur·rice

officiel·le : C'est un/une client·e fidèle de votre marque. Il/elle utilise fréquemment vos produits et services et en est satisfait. De la même manière que le/la client·e ambassadeur·rice naturel·le, il/elle adhère à votre vision et à vos valeurs. La différence est que cet individu a été recruté dans le cadre d'un programme organisé par votre marque, pour devenir ambassadeur·rice et vous représenter officiellement auprès de son réseau et de sa communauté.



L'influenceur·euse : c'est un individu disposant d'une forte notoriété au sein de sa communauté. L'influenceur·euse est suivi·e par un grand nombre de personnes et est très actif·ve sur les médias sociaux. Il et elle peut également posséder un blog. C'est un ambassadeur·rice officiel·le, engagé·e pour promouvoir vos produits ou services auprès de son réseau grâce à sa crédibilité. Il est important de choisir des influenceur·euses ayant une audience en affinité avec l'une de vos cibles consommateur·rices. Ces individus sont très plébiscités par les marques et sont devenus ces dernières années l'un des piliers d'une stratégie digitale efficace.

Qu'est-ce qu'un ou une ambassadeur·rice de marque ?

C'est un dispositif que vous pouvez mettre en place dans le cadre du déploiement de votre stratégie marketing. Il vise à recruter des individus afin qu'ils participent au développement et à la **promotion de votre offre** de produits ou de services.

Ces ambassadeur·rices sont des prospects, des client·es satisfait·es ou des influenceur·euses soigneusement sélectionné·es qui vont faire part de leur expérience, donner leur avis, véhiculer les valeurs et la mission de votre marque auprès de leur communauté et ainsi **contribuer à votre représentation positive**.

Dans le cadre de ce programme, vous fournissez des outils et/ou supports de communication aux ambassadeur·rices et les récompensez (cadeaux, produits gratuits, réductions, ...) ensuite pour le travail réalisé.

C'est une **relation donnant-donnant** entre votre marque et vos ambassadeur·rices qui a pour but de se développer sur le long terme.

The screenshot displays the 'PROGRAMME AMBASSADEURS TONSOR & CIE' page. At the top, there is a navigation bar with links for 'TOUTES MARQUES', 'ÉVÉNEMENTS', 'OFFRES SPÉCIALES', 'TONSOR & CIE', 'LE C JOURNAL', and 'AMBASSADEURS'. The main heading is 'Testez nos soins essentiels pour hommes'. Below this, a circular image shows a man with a beard and tattoos using a product. The text explains the program's goal: to recruit individuals who can provide feedback and share their experiences with the brand's products. A section titled 'COMMENT ÇA FONCTIONNE ?' details the selection process, including a trial period and a final decision based on the candidate's feedback. A form is provided for users to enter their email to receive more information about the next product test.

PROGRAMME AMBASSADEURS TONSOR & CIE.

Comme vous, nous sommes convaincus que nos produits de soins pour hommes sont révolutionnaires et qu'il est de notre devoir de les partager avec les clients. Nous avons donc décidé de lancer un programme d'ambassadeurs pour hommes. Vous avez envie de tester nos produits et surtout de partager votre avis ? Alors nous sommes ravis de vous accueillir dans notre prochain programme ambassadeurs.

COMMENT ÇA FONCTIONNE ?

Candidature en ligne, nous sélectionnerons ensuite les ambassadeurs/ambasseuses les plus intéressés qui pourront découvrir et tester nos produits. Un séminaire de bienvenue sera organisé et toutes les questions seront traitées à l'avance. Vous recevrez nos produits et nous vous remercierons de votre participation. Vous recevrez aussi un kit de bienvenue avec nos produits et nous vous remercierons de votre participation. Vous recevrez aussi un kit de bienvenue avec nos produits et nous vous remercierons de votre participation.

Vous êtes intéressé ?

Entrez votre e-mail

30

Shampooing Stimulant Cheveux

Les inscriptions sont fermées depuis le 31/03/2021.

Vous pouvez aussi l'acquiescer de vos candidatures dans votre espace personnel.

60 Beard Shampoo

Les inscriptions sont fermées depuis le 31/03/2021.

Vous pouvez aussi l'acquiescer de vos candidatures dans votre espace personnel.

60

After-shave Citrus

3 bonnes raisons pour vous lancer dans un programme ambassadeur

I.

A. Développer votre notoriété et votre image de marque

Un programme ambassadeur vous permet de vous faire connaître grâce aux recommandations de ceux et celles qui expérimentent vos produits ou vos services. C'est ce qu'on appelle **l'advocacy marketing ou bouche-à-oreille** ! L'ambassadeur·rice devient le porte parole de votre marque et véhicule vos valeurs auprès de sa propre communauté. Le web et les médias sociaux ont un effet amplificateur et viral puissant qui permet à un commentaire ou une vidéo d'être potentiellement vu par des milliers de personnes très rapidement. Ces retours d'expérience sont perçus comme un gage de fiabilité auprès des internautes. Ils contribuent au développement de votre visibilité et de votre image de marque.

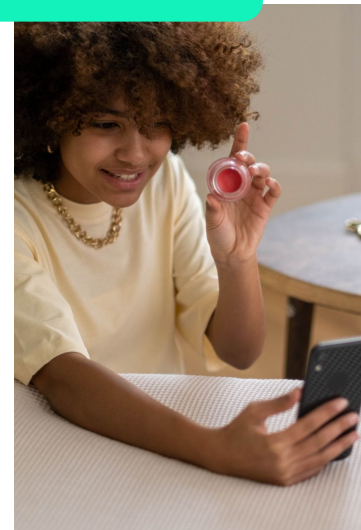
Seulement 14%

des individus se souviennent de la dernière fois qu'ils ont vu une publicité et identifient l'offre dont elle faisait la promotion. (Source : Infolinks)

+ 90%

des consommateur·rices font davantage confiance au bouche-à-oreille digital plutôt qu'à tout autre levier marketing. (Source : étude

Nielsen)



B. Formuler des biens de consommation qui correspondent aux réelles attentes du marché, réduire vos coûts et augmenter la satisfaction de vos client·es

Dans un programme ambassadeur, vous placez l'avis de vos testeur·euses au centre de votre stratégie. Les retours d'utilisateur·rices, les avis étoffés et tests d'usage que vous collectez dans le cadre de ce dispositif sont précieux. Ils vous permettent de voir vos produits ou vos services à travers les yeux de vos client·es. Ainsi, vous pouvez identifier les améliorations à apporter et vous concentrer sur ce qui est réellement important pour eux/elles. Vous êtes dans une **démarche de co-création** qui vous permet de :

- ✓ Développer des produits qui correspondent vraiment aux attentes de votre cible ;
- ✓ Augmenter la satisfaction et l'expérience de vos client·es ;
- ✓ Réduire vos coûts de recherche et développement ;
- ✓ Garder une longueur d'avance sur vos concurrents !

62%

des Français veulent aider leurs marques préférées à créer des produits ou des services.

(Source : baromètre Supper / Opinion Way)

1/3

des biens de consommation sont des échecs commerciaux.

C. Obtenir des avis qualifiés & UGC et augmenter le taux de conversion de votre e-shop

Sur le web, les consommateur·rices ont besoin d'être rassuré·es avant de passer à l'acte d'achat pour être certain·es de choisir le bon produit ou service. En effet, contrairement à une expérience d'achat vécue en magasin, ils/elles ne peuvent pas réellement se rendre compte de la qualité d'un produit. C'est pourquoi, les contenus générés par d'autres utilisateur·rices (UGC) - les retours d'expérience, les tests produits en vidéo, les articles de blog et les avis authentiques et étoffés présents sur les fiches produits - jouent un **rôle crucial dans leur décision d'achat**. La recommandation est un puissant levier d'acquisition qui peut vous aider à toucher de nouveaux·elles client·es et augmenter le taux de conversion de votre e-shop.



80%


des consommateur·rices ont déjà fait un achat suite à la recommandation d'un influenceur·euse.

(Source : Rakuten Marketing)

12%

de client·es ambassadeur·rices supplémentaires permettent de multiplier par 2 ses revenus. (Source

: Duel Tech)



4 marques inspirantes qui ont créé un programme ambassadeur sur leur site e-commerce

II.

Les programmes ambassadeurs peuvent prendre différentes formes.
En voici quelques exemples :

A. Lego place la co-création au c eur du processus

Lego renouvelle 60 % de son offre tous les ans ! C'est pourquoi, la marque sollicite régulièrement l'avis de sa communauté dans son processus d'innovation afin de concevoir des produits qui correspondent réellement aux besoins et attentes de ses client-es. Pour cela, Lego a mis en place « Lego Ideas », une plateforme qui permet aux fans de la marque de soumettre leurs créations. Si l'une d'elles obtient plus de 10 000 votes, elle est ensuite mise en vente.

Dans ce cas, précisément, les utilisateur-rices sont des ambassadeur-rices naturel-les de la marque : ce sont des client-es passionné-es par l'univers Lego, qui souhaitent participer et apporter leur pierre à l'édifice. Gr ce à la co-création, la marque :

- ✓ F d re sa communauté ;
- ✓ Développe des produits en accord avec les besoins de ses client-es ;
- ✓ Booste son image de marque.



"J'étais très heureux car je ne m'attendais pas vraiment à ce qu'il atteigne 10 000. C'était en fait parfois angoissant, dans le bon sens."

Leandro Tayag

"  9 996 supporters, je devais aller à une réunion, mais dans mon esprit, je criais Yabba Dabba Doo! J'étais ravi de constater en revenant à mon ordinateur que j'avais atteint l'objectif du 10 km."

Andrew Clark



LEGO IDEAS EXPLORE BLOG HOW IT WORKS Find ideas LOG IN

WINNIE THE POOH
By benlouisa

YOUR FRIENDLY NEIGHBORHOOD COMIC BOOK HERO!
ENTER VIEW DETAILS

MEDIEVAL BLACKSMITH
By Namirob

57 PRODUCT IDEAS QUALIFY FOR THE FIRST 2021 LEGO IDEAS REVIEW
READ BLOG POST

SUBMIT IDEA
Become a LEGO designer

CONTESTS
Win cool prizes

ACTIVITY
Share your creativity

IN THE SHOP
Ideas that made it



2. Tutankhamun by Swan Dutchman



6. Steampunk Airship by BrickHammer



B. Absolution affine son audience

La marque de cosmétiques naturels et certifiés bio Absolution a mis en place un programme ambassadeur directement sur son site web via un logiciel SaaS développé par Trustt.

Absolution utilise son programme ambassadeur pour répondre à deux objectifs :

- 1 Définir précisément sa cible en récoltant un maximum de données sur ses habitudes de consommation, ses attentes et ses besoins.
- 2 Développer sa notoriété sur le web, en récoltant des avis authentiques et étoffés qui contribuent à améliorer son image et à bâtir son e-réputation.

Ainsi, la marque lance régulièrement des tests de produits grâce à la solution Trustt. Très simplement, les prospects, clients-es ou influenceur-euses ayant un intérêt pour la cosmétique bio et naturelle candidatent sur le site de la marque. S'ils et elles sont sélectionné-es, les utilisateur-rices reçoivent le produit accompagné d'un mode d'emploi directement à leur domicile. Ensuite, ils/elles ont pour mission de tester le produit selon des critères très précis définis par la marque : sensorialité, design, texture, odeur, efficacité, etc.

Enfin, ils/elles sont invité-es à partager leurs avis sur le site web de la marque et sur les réseaux sociaux auprès de leur communauté. Grâce à la mise en place de ce programme ambassadeur sur son site e-commerce, Absolution:

- Améliore en continu son offre de produits ;
- A mis en place une stratégie de marketing d'influence auprès d'une audience qui correspond à sa cible ;
- A boosté sa visibilité et sa notoriété ;
- A augmenté le taux de conversion de son e-shop.

absolution

6 échantillons offerts + des cadeaux tout l'été

absolution


Nouveau Visage Maquillage Corps Notre Maison S'intéresser Ambassadeur Coaching Beauté

Accueil Programme Ambassadeurs

Devenez ambassadeur.rice Absolution

Testez le futur de la cosmétique BIO

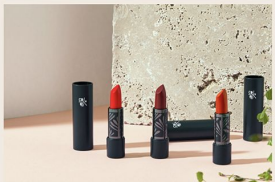
Participez à l'aventure



Quel est le principe ?

Nous construisons nos produits avec vous !
Candidatez à un test de produit et devenez ambassadeur.rice d'Absolution

En savoir +

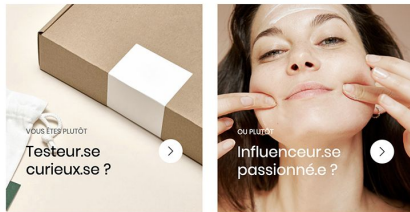


30 Sorbets Christophe Danchaud



30 Crèmes Douces Démaquillantes à tester

Pourquoi participer ?



Comment ça marche ?

-  #1 Candidatez facilement en ligne >
-  #2 Recevez le produit chez vous >
-  #3 Testez le produit en format glânéux >
-  #4 Partagez votre expérience >

Les résultats de nos ambassadeur.rices

Leurs témoignages, les tests d'efficacité, leurs publications sur Instagram, leurs revues détaillées... des idées pour des futurs produits innovants !

Le Satin Christophe Danchaud



91 % des testeuses déclarent que le Satin est agréable à porter



AbyAm2019

"Très agréable à porter et la couleur est très jolie. Tiens super bien pendant la journée et donne un joli look au maquillage"

@madamemonges



● ○ ○

Ils ont essayé et ils en parlent

trustt.
Avec une beauté et influence scandinave

MOYENNE DES NOTES : 4.4 / 5



Déposer un avis

Trier les avis

Melissa

entre 18 et 25 ans

Peau sèche Pigmentation de peau claire

Cheveux normaux Cheveux fins

Ajouté le 21/03/2021



Sensorialité

I really like the creamy consistency of this concealer - it's not too liquidy nor too thick. The tube is also very practical because you really get to use all of the product that is inside unlike with concealers that have applicators.

A qui je le recommande

People who have dry/normal skin who want a natural-looking, medium coverage concealer.

Efficacité

This is by far my favourite clean concealer because it's not drying and has a good amount of coverage (which isn't too easy to find). One huge minus is the shade range... as a typical white Scandinavian I can't find a shade that would suit me, 01 is way too light and 02 too dark and orange. I really hope Absolution could come up with more shades so I could purchase this concealer again.

Angelique

entre 36 et 45 ans

Peau sensible Pigmentation de peau claire

Ajouté le 24/01/2021



Sensorialité

La texture du produit est plutôt épaisse mais également relativement fluide. Il est très facile d'application. Le produit n'a pas d'odeur spécifique.

Efficacité

Ce produit est excellent pour neutraliser parfaitement toutes les imperfections: irrégularités, problèmes d'acné, petites cicatrices... C'est vraiment un très bon produit couvrant. Je le recommande vivement en fondation, avant d'appliquer un fond de teint ou une poudre de teint.

Cet avis vous a-t-il été utile ?

C. Philips, adopte une culture de tests produits

La marque d'électroménager Philips accorde une grande importance à l'opinion de ses client•es et souhaite développer des produits qui correspondent réellement à leurs attentes.

Ainsi, depuis de nombreuses années, Philips recrute des ambassadeur•rices qualifié•es pour leur faire tester ses nouveaux produits. La marque a d'ailleurs mis en place une plateforme spécifique de tests, sur laquelle des utilisateur•rices peuvent déposer leur candidature afin de devenir testeur•euse. Ces clients•es sont sélectionné•es pour leur profil et leur capacité d'influence auprès de leur communauté. Une fois inscrit et leur candidature validée, les ambassadeur•rices reçoivent le produit à domicile. En échange, ils/elles remplissent un questionnaire détaillé sur l'utilisation de ce produit : design, première prise en main, facilité d'utilisation, résultat obtenu, etc.

Enfin, chaque ambassadeur•rice a pour mission de publier des avis sur différents sites e-commerce, sur des sites ciblés tels qu'Amazon ou Cdiscount, et de partager son ressenti sur les réseaux sociaux via des photos ou des vidéos.



Purificateur d'air Philips Série 2000 3 en 1...

Qu'est-ce qu'un air pur et quel est son impact sur ma famille ?

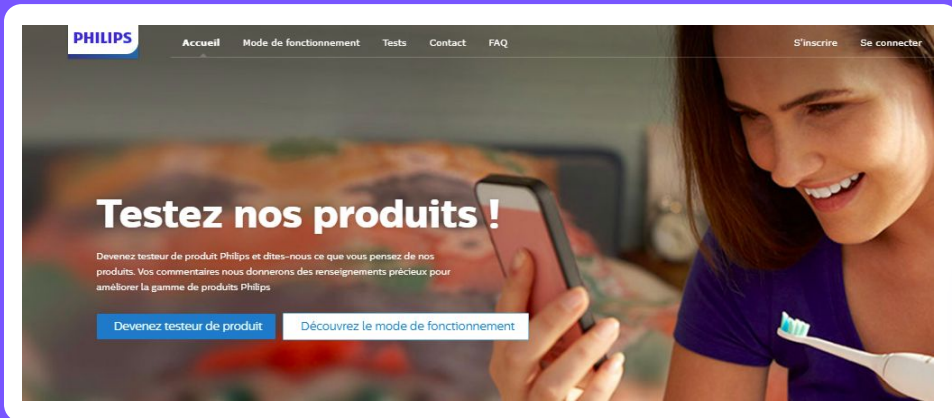
Notre domicile est l'endroit où nous nous sentons le plus en sécurité. Mais en réalité, l'air qui y circule est souvent 2 à 5 fois plus pollué qu'à l'extérieur. Les activités quotidiennes telles que la cuisine, le ménage...



NOUVEAU : Philips AVENT Tire-lait manuel

Laissez-vous accompagner par le nouveau tire-lait manuel Philips AVENT. Ce tire-lait est compact, léger et facile à glisser dans un sac. Idéal pour les mamans qui veulent exprimer leur lait facilement et confortablement, où que ce soit.

...



PHILIPS Accueil Mode de fonctionnement Tests Contact FAQ S'inscrire Se connecter

Testez nos produits !

Devenez testeur de produit Philips et dites-nous ce que vous pensez de nos produits. Vos commentaires nous donneront des renseignements précieux pour améliorer la gamme de produits Philips.

Devenez testeur de produit Découvrez le mode de fonctionnement

A propos de la plateforme de test produit Philips

Nous voulons en savoir plus sur ce que vous pensez de nos produits ! Être à la pointe de l'innovation signifie également avoir connaissance de l'opinion de nos consommateurs. La plateforme de test produit Philips va nous permettre de savoir ce que vous pensez de nos produits Philips. Par ce moyen, vous allez pouvoir partager votre avis sur nos produits et nous aider à les améliorer ! Vous souhaitez rejoindre la communauté Philips ? Créez-vous un profil et découvrez quels tests vous intéressent et inscrivez-vous !

Devenez testeur Philips !

Pour déposer votre candidature pour un test produit, merci de vous connecter avec votre compte MyPhilips. Si vous n'avez pas encore de compte, vous pouvez facilement en créer un.

[Se connecter ou s'inscrire](#)

Règles d'engagement

Participer à un test produit Philips est une expérience simple et amusante. Tous nos tests se déroulent dans un temps limité et suivent 3 étapes faciles.

[En savoir plus](#)



Tests en cours

Cette page répertorie tous les tests auxquels vous pouvez participer. Cliquez sur les tests ci-dessous si vous souhaitez en savoir plus ou si vous souhaitez déposer votre candidature.

Accueil > Tests

NOUVEAU : Philips AVENT Tire-lait manuel

Laissez-vous accompagner par le nouveau tire-lait manuel Philips AVENT. Ce tire-lait est compact, léger et facile à glisser dans un sac. Idéal pour les mamans qui veulent exprimer leur lait facilement et confortablement, où que ce soit.

Ce tire-lait est conçu avec un coussin en silicone souple à taille unique, qui s'adapte à quasiment toutes les tailles de mamelon. La technologie Natural Motion imite la manière dont bébé tète pour un débit de lait plus rapide. Réglez facilement le rythme de la stimulation et de l'expression pour convenir à vos préférences et à votre débit de lait.

Le design de ce tire-lait vous permet de tirer votre lait confortablement, sans vous pencher en avant. Grâce à son petit nombre de pièces, ce tire-lait est facile et rapide à démonter et à nettoyer après utilisation.

[En savoir plus](#) [Déposer sa candidature](#)

D. Marilou Bio, l'amélioration produit en continu

Marilou Bio est une marque de cosmétiques certifiés par Ecocert et labellisés Cosmebio. Sa mission au quotidien est de développer des produits qui correspondent pleinement aux attentes des consommateur·rices que ce soit en termes d'efficacité, de plaisir d'utilisation et de budget. Pour répondre à ses objectifs, la marque a intégré un programme ambassadeur à sa stratégie de marketing digital.

Régulièrement, Marilou Bio lance de nouvelles campagnes de test produit. Chaque utilisateur·rice peut s'inscrire directement sur le site web de la marque, via un module SaaS développé par Trustt.

L'utilisateur·rice remplit un formulaire, si son profil correspond et qu'il est sélectionné par la marque, il et elle reçoit le produit gratuitement à son domicile.

En échange, l'ambassadeur·rice s'engage à partager un avis détaillé sur le site de Marilou Bio selon plusieurs critères : sensorialité, efficacité, conseils d'utilisation, recommandation, etc. L'ambassadeur·rice partage également son expérience auprès de sa communauté via la publication de photo ou vidéo sur les réseaux sociaux. Marilou bio prend grand soin de toujours remercier sa communauté et de mettre en avant le contenu créé par ses ambassadeur·rices, que ce soit sur son site web ou sur ses réseaux sociaux.

Marilou
BIO


Visage Corps Hygiène Gammes Cadeaux & Kits **new** Devenir testeur Notre histoire Journal

Programme ambassadeur

DEVENEZ AMBASSADEUR DE LA MARQUE ET TESTEZ DES PRODUITS

Vous êtes nos meilleures ambassadrices : parce que votre avis compte plus que tout, il nous tient à cœur de vous faire participer à l'amélioration continue de Marilou Bio. C'est pour cela que nous avons créé le Programme Ambassadeur, un moyen d'échanger avec vous sur vos plaisirs, vos envies et vos besoins. En adhérant au Programme vous pouvez aussi devenir testeuses. Nouveaux produits en avant-première ou reviste de nos best-sellers, chaque avis compte ! Pour participer aux tests il vous suffit de vous inscrire et de remplir un formulaire. Nous vous indiquons pour chaque campagne le nombre de produits disponibles à tester. On a hâte que vous nous partagiez toutes vos impressions, inscrivez-vous vite !

A tester en ce moment :



Vos plus belles photos avec #mariloubio




Marilou
BIO

Visage Corps Hygiène Gammes Cadeaux & Kits **new** Devenir testeur Notre histoire Journal

30 LAITS DOUCEUR DÉMAQUILLANTS AU BEURRE DE KARITÉ BIO MARILOU BIO À TESTER



Bénéfices

Ce Lait Douceur Démaquillant a été spécialement conçu pour tous les types de peaux, pour faire de votre routine de démaquillage et de nettoyage un véritable moment de douceur et de plaisir. Beurre de Karité bio et Huile de Jojoba bio sont au rendez-vous pour vous procurer toute la douceur dont votre peau a besoin. Finis la corvée du démaquillage !

Actifs

- **Beurre de Karité Bio (Butyrospermum parkii shea butter)**: nourrit et aide la peau à se réparer.
- **Glycérine végétale (glycerin)**: hydrate et protège la peau des agressions extérieures. Préviend du dessèchement.
- **Huile de Jojoba Bio (Jojoba Seed Oil)**: nourrit et redonne de l'éclat.
- **Huile de Tournesol Bio (Sunflower Seed Oil)**: adoucit et nourrit la peau. Préviend du dessèchement.
- **Aloe Vera Bio (Aloe Barbadosensis)**: apaise et hydrate.

99% des ingrédients sont d'origine naturelle
10% du total des ingrédients sont issus de l'Agriculture Biologique

Cet avis vous a-t-il été utile ?



Mariadics

Expert.e beauté

Boulogne-Billancourt entre 18 et 25 ans

Peau sensible Pigmentation de peau claire

Cheveux normaux Cheveux ondulés



Ajouté le 01/10/2020



Sensorialité

Une texture douce et légère qui ne colle pas, une odeur simple au monoï qui n'entêtent pas du tout avec un packaging parfait pour l'été !

Mon conseil d'utilisation

Après la douche ☐

Efficacité

C'est une crème pour le corps simple mais très hydratante qui ne colle pas et qui hydrate très bien !

Autre aspect apprécié

Le fait que l'odeur ne soit pas entêtent et qu'elle ne colle pas

A qui je le recommande

Pour tous types de peau

Cet avis vous a-t-il été utile ?



doryane2

Ans

Peau mixte Pigmentation de peau foncée

Cheveux secs Cheveux bouclés

Ajouté le 02/10/2020



Sensorialité

Une texture entre de la crème et du beurre. Très doux sur la peau. Odeur fleuri assez agréable. Le packaging permet de ne gâcher aucun produit.

Mon conseil d'utilisation

S en servir en automne/hiver

A qui je le recommande

Personne ayant la peau sèche/très sèche

Efficacité

Côté nourrissant sans laisser de fini gras sur la peau. Ne se combine pas trop à une activité sportive.

Autre aspect apprécié

Odeur naturelle sans parfum. Packaging économique et sans gaspillage. Composition nickel.

Cet avis vous a-t-il été utile ?

Les prérequis essentiels pour mettre en place un programme ambassadeur sur votre site e-commerce

III.

Avant de vous lancer dans le vif du sujet et de créer votre premier programme ambassadeur·rices, il est important de poser les fondations.

A. Définir ses objectifs

Pour être certains d'avancer dans la bonne direction et de recruter les bon·nes ambassadeur·rices, prenez le temps de déterminer clairement vos objectifs. Que souhaitez-vous obtenir exactement avec la mise en place d'un programme ambassadeur ? Cette étape d'analyse ne doit pas être négligée car elle vous permet d'être cohérent·e tout au long du programme. Par exemple :

Renforcer la notoriété de votre marque

Obtenir des avis authentiques et étoffés sur votre site web

Créer du contenu sur les réseaux sociaux

Co-développer vos produits avec l'aide de vos client·es ambassadeur·rices

Élargir votre audience et recruter de nouveaux·elles client·es

Lancer un nouveau produit ou service

Augmenter le taux de conversion de votre e-shop



$$t_1 = \frac{\ln\left(\frac{\beta}{\alpha}\right)}{\beta - \alpha} (e^{-\alpha t_1} - e^{-\beta t_1}) = 2(e^{-\alpha t_2} - e^{-\beta t_2})$$



B. Bien connaître sa cible

Pour garantir le succès d'une stratégie marketing et donc de votre programme ambassadeur, **bien connaître sa cible** est une étape clé importante. C'est même la base ! Il ne s'agit pas de faire des suppositions, vous devez récolter un maximum de datas sur votre cible et ses habitudes de consommation pour la connaître sur le bout des doigts. Dans le cadre de votre programme, cela vous permettra de vous **adresser aux bonnes personnes**, d'adapter votre discours en fonction de votre cible et ainsi d'obtenir les résultats escomptés. Par ailleurs, les nombreuses données que vous récolterez tout au long du programme, vous permettront d'**affiner en permanence votre ciblage** et donc d'ajuster votre stratégie.

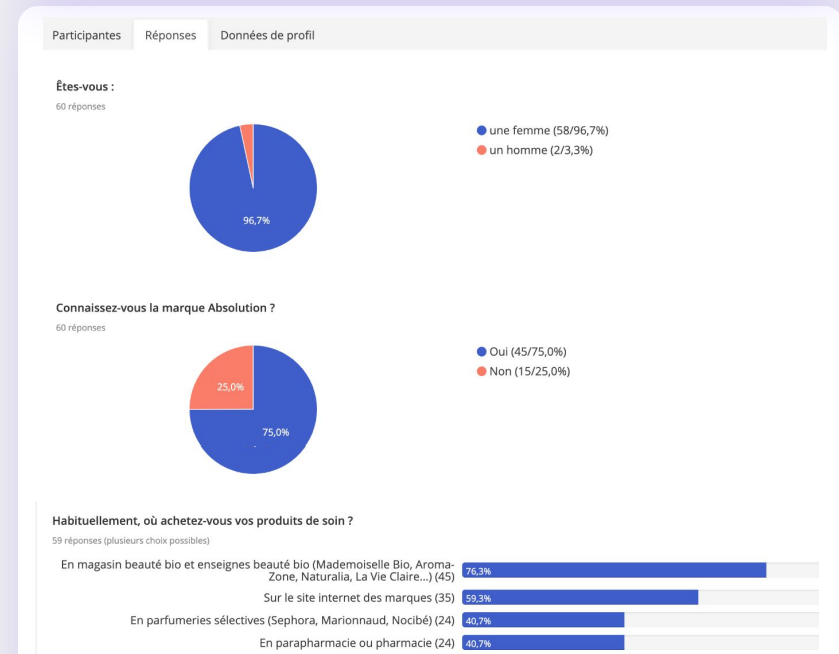
PANEL AVIS PRODUIT Masquer ^

60 60,0% d'influenceuses **55** 91,7% des avis attendus

Participant(e)s Réponses Données de profil


Rechercher

| Participant(e) | | | Période de test | | | Avis | | |
|----------------|---------|--------------|-----------------|--------------|---------------|-------------|------|---|
| Nom | Prénom | Influenceuse | ← | Début | Fin | Date | Note | 🔍 |
| Jouannet | Adèle | ✓ | 3 085 | 15 nov. 2019 | 31 janv. 2020 | 4 déc. 2019 | 5/5 | 🔍 |
| Laurent | Alyssia | ✓ | 21 566 | 17 nov. 2019 | 31 janv. 2020 | 4 déc. 2019 | 5/5 | 🔍 |
| HAGEGE | Cécile | ✓ | 9 547 | 4 déc. 2019 | 31 janv. 2020 | 4 déc. 2019 | 4/5 | 🔍 |
| Leon Monges | Heidi | ✓ | 15 884 | 17 nov. 2019 | 31 janv. 2020 | | | 🔍 |



C. Être dans une démarche constante de renouvellement de votre offre

Le succès de la mise en place d'un programme ambassadeur repose sur votre capacité à présenter une offre de produits et de services qui puisse être co-développée et/ou testée par vos consommateur•rices, et bien sûr qui soit pérenne dans le temps. Dans le contexte sociétal actuel, les consommateur•rices souhaitent faire entendre leur voix et sont prêt•es à participer dès qu'on leur en donne la possibilité. La **co-crédation de votre offre** avec vos client•es peut conduire à de grandes innovations, toutefois cela suppose que vous soyez en mesure de **réagir rapidement, capable de résoudre les problèmes et d'améliorer votre offre en permanence** en fonction des attentes et des besoins de vos consommateur•rices.

 **joconde_paris** Pourquoi co-créditer une marque de cosmétiques ?

👋 1/ En tant que fondatrice, j'ai déjà travaillé au sein de maisons de produits, j'ai adoré ce métier très conceptuel et de création et j'aimerais partager cette passion avec d'autres passionnés de beau et de beauté.

👉 2/ J'aimerais proposer un parfum qui réponde à nos attentes et à nos valeurs éco-responsables, avec un flacon rechargeable par exemple et j'aimerais avoir votre avis sur les formats, les choix de senteurs, etc.

👩 3/ J'aimais travailler en équipe et on se sent seule parfois en tant qu'entrepreneure.

👉 Plus que quelques jours prendre part à l'aventure Joconde, on a besoin de vous ! Le lien est dans la bio ;)

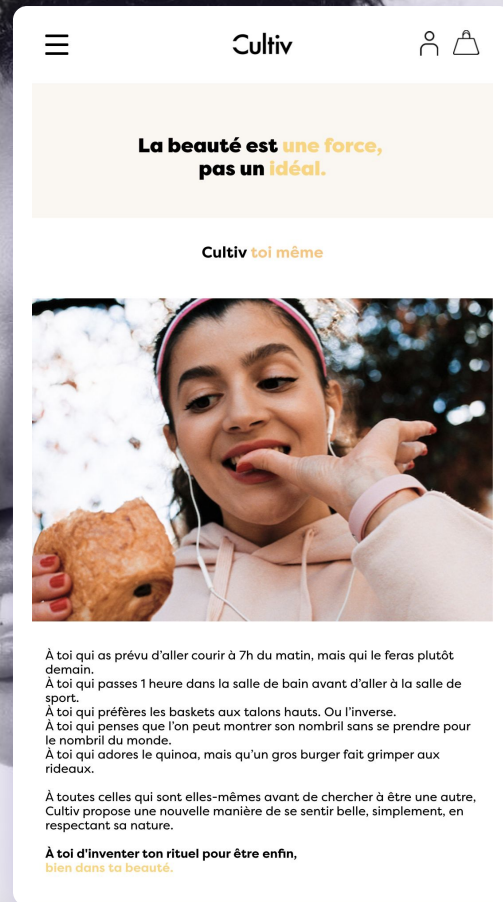
Et vous, que souhaitez vous apprendre sur la création d'un produit cosmétique ?



D. Avoir un storytelling important

Tout l'enjeu de la mise en place d'un tel dispositif est de réussir à suffisamment toucher vos audiences pour les embarquer avec vous dans l'aventure ! L'objectif est de construire une relation solide et sur le long terme. Aujourd'hui, il ne suffit plus seulement d'avoir un bon produit ou service. Les consommateurs sont en **quête d'authenticité, de sincérité et d'émotions**. Ils et elles veulent pouvoir s'identifier à la marque, se reconnaître dans ses valeurs et dans son univers.

C'est pourquoi, vous devez auparavant avoir construit une **identité de marque assez forte pour susciter un réel engouement**. Le storytelling consiste à mettre en avant la personnalité de votre marque, afin de donner tout son sens à vos actions. Racontez votre histoire de manière sincère et transparente sans en faire trop. Pour vos ambassadeur·rices, il sera alors plus facile de parler de votre marque et ainsi engager les membres de leurs communautés.



E. Intégrer le programme sur son site et proposer un parcours utilisateur·rice optimal

Il est maintenant temps de réfléchir concrètement à l'intégration de votre programme ambassadeur sur votre site e-commerce.

Pour garantir le succès de ce dispositif et faire adhérer un maximum de personnes, celui-ci doit être **facile d'accès et attractif**. Pour favoriser la navigation, il convient de limiter les distractions proposées en réduisant le nombre de choix possibles. Vous devez faciliter l'expérience de vos utilisateur·rices et créer un parcours fluide et optimal.

Comment ça marche ?



Je candidate facilement en ligne

Il n'y a pas de tirage au sort ! Nous sélectionnons les profils en fonction du produit. Nous étudions soigneusement chaque candidature afin que les tests se déroulent dans les meilleures conditions.



Je reçois le produit chez moi

Vous recevrez le produit chez vous ainsi que son mode d'emploi. Cela vous permettra d'avoir une expérience parfaite de votre produit pour en tirer le plus de bénéfices.



Je teste le produit

Sensorialité, design, texture, odeur, efficacité, bref notez chaque aspect de votre produit, de la découverte jusqu'aux résultats.



Je partage mon expérience

Vos avis authentiques vont participer à l'amélioration de nos soins mais aussi guider le choix des consommateurs en les aidant à trouver le soin capable de répondre aux exigences de leur peau.



root

- Dashboard
- Mes tests de produits
- Mon Vanity
- Ma Wishlist
- Mes récompenses 130 pts
- Mes infos personnelles

Ma candidature

Suivez l'avancement du test **60 Nettoyants Pureté d'Absolution**

✓ Phase de candidature

Du 05/03/2021 au 30/04/2021 minuit*

Votre candidature a été enregistrée le 19/04/2021 à 20:20.

Félicitations, vous faites partie du panel sélectionné !

✕ Test en cours

Du 20/04/2021 au 18/05/2021 minuit*

Les prochaines étapes :

- Testez le produit. Nous vous conseillons de lire [ce mode d'emploi](#) pour pouvoir évaluer au mieux le produit.

Voici nos bonnes pratiques :

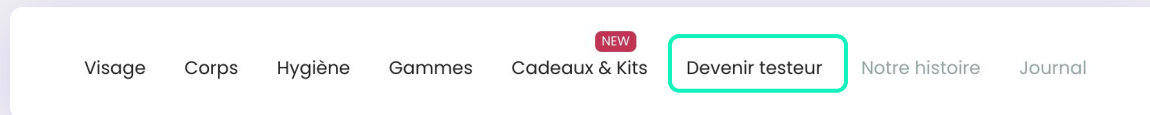
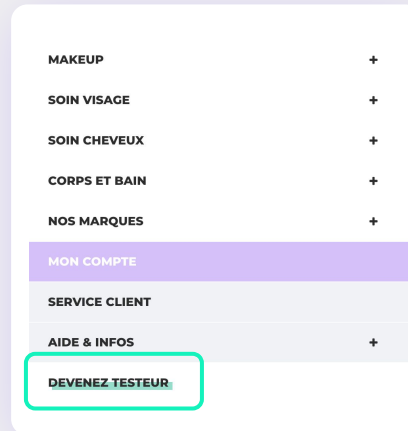
1

L'appellation

Comment allez-vous nommer votre programme ?

En arrivant sur votre site web, chaque internaute doit pouvoir comprendre très rapidement de quoi il s'agit. Trouvez-lui un nom simple, efficace et percutant.

Par exemples :

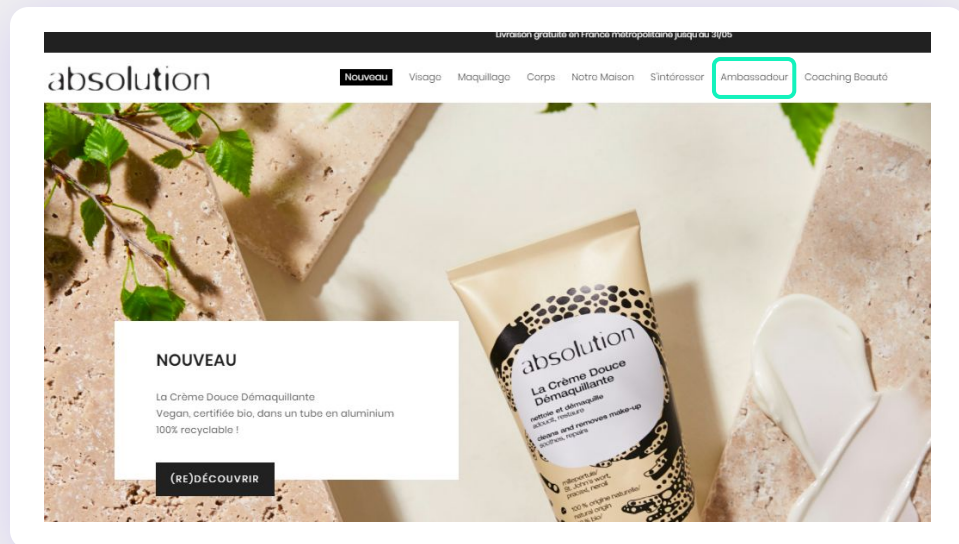


2

L'emplacement

Comment accéder à votre programme ? Celui-ci doit être mis en avant sur votre site. Vous devez faire en sorte que l'internaute n'ait pas à le chercher. La meilleure option est de l'intégrer directement dans le menu, pour que celui-ci soit visible immédiatement.

Par exemple :



3

La présentation des différentes étapes du programme

L'adhésion à votre dispositif doit se faire simplement et rapidement. Pour cela, présentez très clairement chaque étape du programme afin que l'internaute n'ait pas à se poser de question.

Par exemple :



4

La cohérence visuelle

L'intégration d'un programme ambassadeur sur votre site web doit reprendre les codes de votre univers graphique et s'harmoniser parfaitement avec l'ensemble de votre site e-commerce. Par ailleurs, celui-ci doit être attractif et refléter la personnalité de votre marque pour susciter l'intérêt.

The screenshot displays the website for TONSOR & CIE. The navigation bar at the top includes links for SOINS HOMME, VÊTEMENTS, OFFRES SPÉCIALES, TONSOR & CIE, T & C JOURNAL, and AMBASSADEURS. The main heading reads "Testez nos soins essentiels pour hommes". Below this is a circular image of a man with a beard and tattoos, looking at grooming products. To the right, the text describes the "PROGRAMME AMBASSADEURS TONSOR & CIE." and asks "COMMENT ÇA FONCTIONNE ?". At the bottom, there is a form to "Soyez informé de la sortie du prochain test produit avant les autres" with a "VALIDER" button.

SOINS HOMME · VÊTEMENTS · OFFRES SPÉCIALES · TONSOR & CIE · T & C JOURNAL · AMBASSADEURS

Testez nos soins essentiels pour hommes

PROGRAMME AMBASSADEURS TONSOR & CIE.

Comme vous : nous aimons ce qui est bien fait. Avec nos produits de soins pour hommes, nous souhaitons offrir ce qui se fait de mieux. Dès l'origine, lorsque nous élaborons un nouveau soin dans notre barber shop et les affinions avec nos fidèles clients. Vous avez envie de tester nos produits et surtout de partager votre avis? Alors nous sommes ravis de vous accueillir dans notre nouveau programme ambassadeurs.

COMMENT ÇA FONCTIONNE ?

Candidatez en ligne, nous sélectionnons ensuite les cheveux/barbes/moustaches les plus chanceux qui pourront découvrir et tester nos produits. En échange de vous aider vous sublimer et trouver votre style, vous nous aidez à améliorer nos soins en nous racontant votre expérience... et vous guidez aussi les futurs consommateurs en les aidant à trouver le soin capable de répondre à leur exigences !

Soyez informé de la sortie du prochain test produit avant les autres

Saisissez votre e-mail

VALIDER


5

Le choix des mots

Donnez envie à vos client•es de faire partie de votre programme !
Expliquez sincèrement votre démarche en quelques phrases.

Programme ambassadeur

Vous êtes nos meilleures ambassadrices : parce que votre avis compte plus que tout, il nous tient à coeur de vous faire participer à l'amélioration continue de Marilou Bio. C'est pour cela que nous avons créé le Programme Ambassadeur, un moyen d'échanger avec vous sur vos plaisirs, vos envies et vos besoins. En adhérant au Programme vous pouvez aussi devenir testeuses. Nouveaux produits en avant-première ou revisite de nos best-sellers, chaque avis compte ! Pour participer aux tests il vous suffit de vous inscrire et de remplir un formulaire. Nous vous indiquons pour chaque campagne le nombre de produits disponibles à tester. On a hâte que vous nous partagiez toutes vos impressions, inscrivez-vous vite !.



Les étapes clés pour faire
vivre votre programme
ambassadeur
sur votre site e-commerce

IV.

A. Identifier et recruter des ambassadeur·rices pertinentes



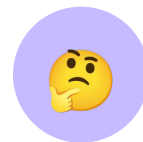
C'est avant tout un·e consommateur·rice qui achète vos produits ou services et qui en est satisfait·e.



C'est un individu qui manifeste un véritable intérêt pour votre marque, qui commente et partage votre contenu.



Il/elle a une bonne capacité d'influence. Qu'il s'agisse d'un·e influenceur·euse ou non, votre ambassadeur·rice doit être actif·ve sur les réseaux sociaux et/ou tenir un blog pour pouvoir partager son expérience avec le plus grand nombre.



Il/elle est attaché·e à votre marque et se sent investi·e d'une mission. Votre ambassadeur·rice ne doit pas faire cela uniquement pour recevoir des produits gratuits mais doit réellement se sentir concerné·e par votre démarche et avoir envie de participer à votre développement. C'est ainsi que vous récolterez des avis étoffés et authentiques.

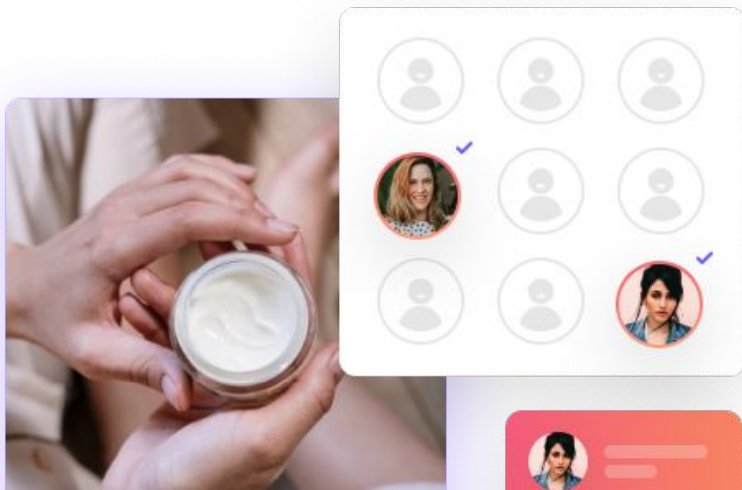


Enfin, votre ambassadeur·rice doit être représentatif·ve de votre clientèle acquise et visée.

La solution SaaS proposée par Trustt, vous facilite le travail en vous donnant accès à une communauté de membres sélectionnés selon des critères ultra-ciblés pour vous permettre de mener vos campagnes de tests auprès des personnes qui vont aimer vos produits.

B. Définir le cadre du programme

Maintenant que vous avez détecté les meilleur-es ambassadeur-rices pour votre marque, vous devez établir les règles du programme. Qu'attendez-vous précisément de chacun d'entre eux ? Quels sont les livrables obligatoires et ceux optionnels ? En quelle quantité et à quelle fréquence ?



Voici des exemples de livrables :

1

Tester vos produits selon des critères prédéfinis

2

Publier un avis étoffé sur votre site e-commerce, sur vos réseaux sociaux et/ou d'autres sites spécialisés ;

3

Publier des posts sur les réseaux sociaux

4

Rédiger des articles de blog

5

Laisser des commentaires sur vos articles ou posts sur les réseaux sociaux

6

Donner des idées d'améliorations produits

7

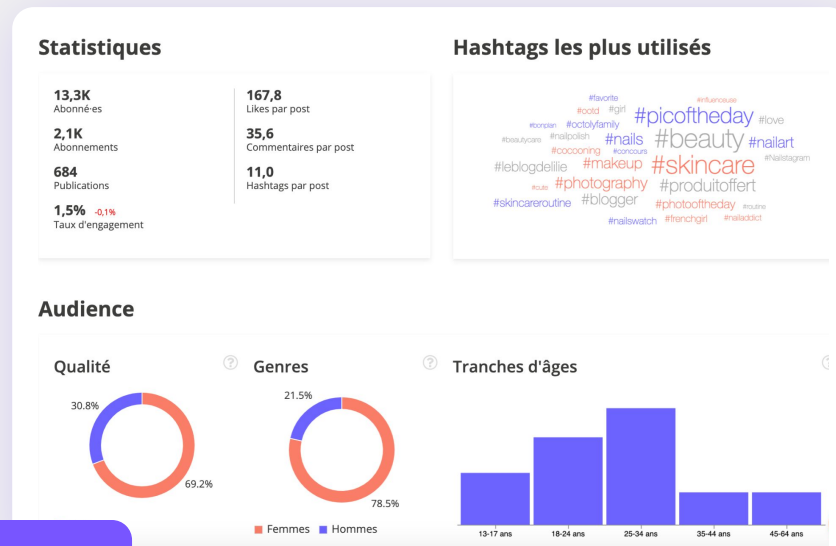
Participer à des événements, des ateliers, des tables rondes

Etc.

Y-a-t-il un vocabulaire ou un discours spécifique à adopter pour parler de votre marque ? Est-ce intéressant pour vous de créer un hashtag que vos ambassadeur·rices reprendront lors de toutes leurs publications sur les réseaux sociaux ? Tout doit être minutieusement défini et être très clair dès le départ pour chacun de vos ambassadeur·rices.

Enfin, vous devez piloter ce dispositif en contrôlant les actions de chacun et en les relançant si nécessaire.

Trustt est un outil de management qui facilite la gestion de vos campagnes de micro-influence. Vous accédez à une pré-sélection d'influenceur·euses qui vous correspondent, puis Trustt se charge du reste. Tous les mails et les relances sont automatisés. C'est un gain de temps précieux pour votre activité !



C. Récompenser et valoriser vos ambassadeur.rices

Pour que vos client-es parlent de vous, il faut qu'il y ait une contrepartie. C'est une relation donnant-donnant.

Par exemple, récompensez vos ambassadeur.rices par :

Des réductions exceptionnelles

Des produits exclusifs

Des cadeaux

Des invitations à des ateliers, des événements...

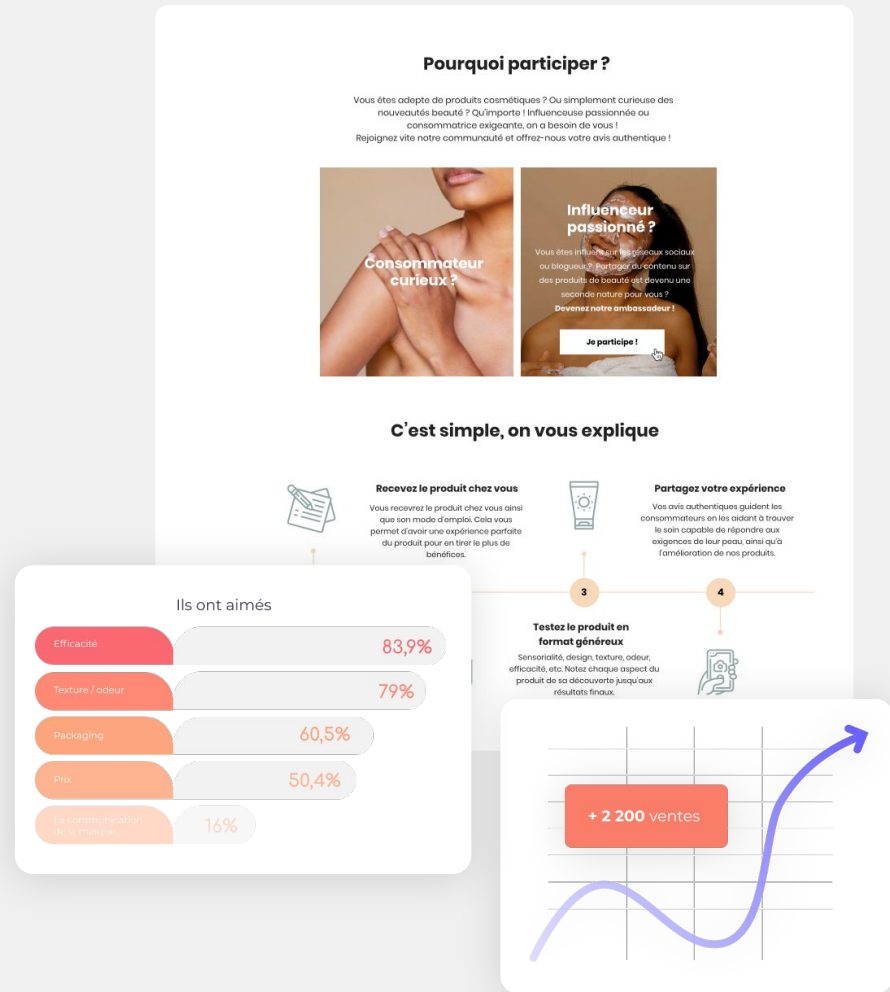
Pensez également à les remercier et à les valoriser, en répondant à leurs commentaires et en les mettant en avant sur tous vos supports de communication : votre site web, vos réseaux sociaux, vos publicités...

Montrez-leur que vous êtes pleinement à l'écoute de leurs avis et qu'ils jouent un vrai rôle dans le développement de votre marque. Vous devez les choyer, les faire se sentir spéciaux et privilégiés. Il est important de créer de véritables liens avec vos ambassadeur.rices pour qu'ils/elles vous accompagnent sur le long terme.

D. Mesurer l'impact de vos programmes ambassadeurs

Comme dans toute campagne marketing, il est important d'analyser les retombées. Vos objectifs ont-ils été atteints ? L'image de votre marque a-t-elle évolué ? Avez-vous développé votre audience ? Quels sont les effets sur les ventes de vos produits et services ? Les retours d'expériences de vos client·es vous permettent-ils de faire évoluer votre offre ?

Afin de maximiser les bénéfices de la mise en place de ce type de programme et d'exploiter pleinement le potentiel des ambassadeur·rices pour votre marque, **faites le point régulièrement sur vos résultats** et adaptez votre stratégie marketing si besoin.



En résumé

Vous êtes maintenant convaincu de l'importance d'un programme ambassadeur pour votre marque !

Il permet de :

- ✓ Rassurer sur la performance de vos produits et donner ainsi un gage de fiabilité auprès des internautes,
- ✓ Développer une communauté engagée afin d'accroître la e.reputation de votre marque,
- ✓ Créer un lien de confiance pour fidéliser votre clientèle sur le long terme,

- ✓ Collecter des avis qualifiés et UGC pour augmenter le taux de conversion sur votre e.shop,
- ✓ Améliorer votre offre en continu tout en développant votre démarche customer-centric,
- ✓ Co-construire un produit attendu sur le marché et qui augmente la satisfaction et l'expérience de vos client-es,
- ✓ Générer du trafic sur votre site e.commerce pour augmenter votre visibilité et convertir l'audience des influenceur-euses en opt-ins,

À vous de jouer !

Qui sommes-nous ?

Trustt est une solution SaaS (Software as a Service) qui combine data propriétaire, avis authentiques et enrichis (UGC) et influence affinitaire pour transformer les communautés de consommateur·rice et influenceur·euses en porte-voix authentique des bénéfiques et des valeurs d'une marque.

La solution fédère actuellement des centaines de clients avec plus de 100 000 de leurs ambassadeur·rices.

La mission de Trustt est :

- De développer des produits attendus par les consommateur·rices,
- D'industrialiser le bouche-à-oreille,
- D'asseoir la crédibilité de la marque,
- De doubler - et parfois tripler - les taux de conversion omnicanal,
- D'acquérir du trafic affinitaire,
- De bâtir une communauté propriétaire engagée,
- D'optimiser la synergie des équipes marketing et produits entre elles, avec leurs agences, les ambassadeur·rices, les influenceur·euses au service du/de la consommateur·rice,
- D'augmenter les ventes et la réussite commerciale des produits,

trustt.



Margaux MURAT

Consultante en e-business
et community marketing



Ophélie VENEAU

Consultante en e-business
et community marketing



[Prendre rendez-vous](#)

Appelez-nous
(+ 33) 184 806 400

Par email
contact@trustbeauty.io