

**COMMENT OBTENIR DES
TÉMOIGNAGES
SANS MENACER OU CASSER DES BRAS**



Préambule de l'auteur :

Je ne cautionne pas la violence.

La guerre, c'est mal.

La paix, c'est bien

Ça, c'est l'auteur en question.

Un type engagé et courageux.

(en toute objectivité)



Même un ermite ayant vécu 30 au fin fond du cerveau d'un candidat de télé réalité sait cela :

Les **témoignages clients** sont essentiels à votre marketing.

Ils vont générer de la confiance et favoriser le développement de votre chiffre d'affaires



Je vous présente aujourd'hui **4 techniques**
pour aller recueillir ces précieux
témoignages.



1

L'ENTRETIEN DE FIN DE PROJET

Le projet se termine.

C'est l'heure du grand débrief avec votre client.

(rassurez-moi : vous prévoyez toujours un échange final avec votre client ?)

Vous avez les questions habituelles :

Qu'est-ce qui a bien fonctionné ?

Qu'est-ce qui vous a surpris ?

Qu'est-ce que je pourrais améliorer ?



N'oubliez pas.

C'est LE moment pour solliciter un témoignage client auprès de votre prospect.

N'attendez pas.

la relation est chaude. Le client sera le plus enclin à vous répondre favorablement.



2

ENVOYER UN FORMULAIRE PAR E MAIL

Ces formulaires donnent la possibilité à vos clients d'être **plus transparents** que lors d'une interview en face à face.

Cela vous permet de bénéficier de témoignages clients **plus impactants et appropriés**.

Par exemple, en demandant à votre client de décrire sa situation **AVANT** de travailler avec vous (point trop souvent négligé).



Pour la mise en forme :



Des questionnaires **Google Forms** ou **Typeforms** suffisent amplement.

(même si j'ai une petite préférence pour le second, qui permet de plus jolies mise en forme)



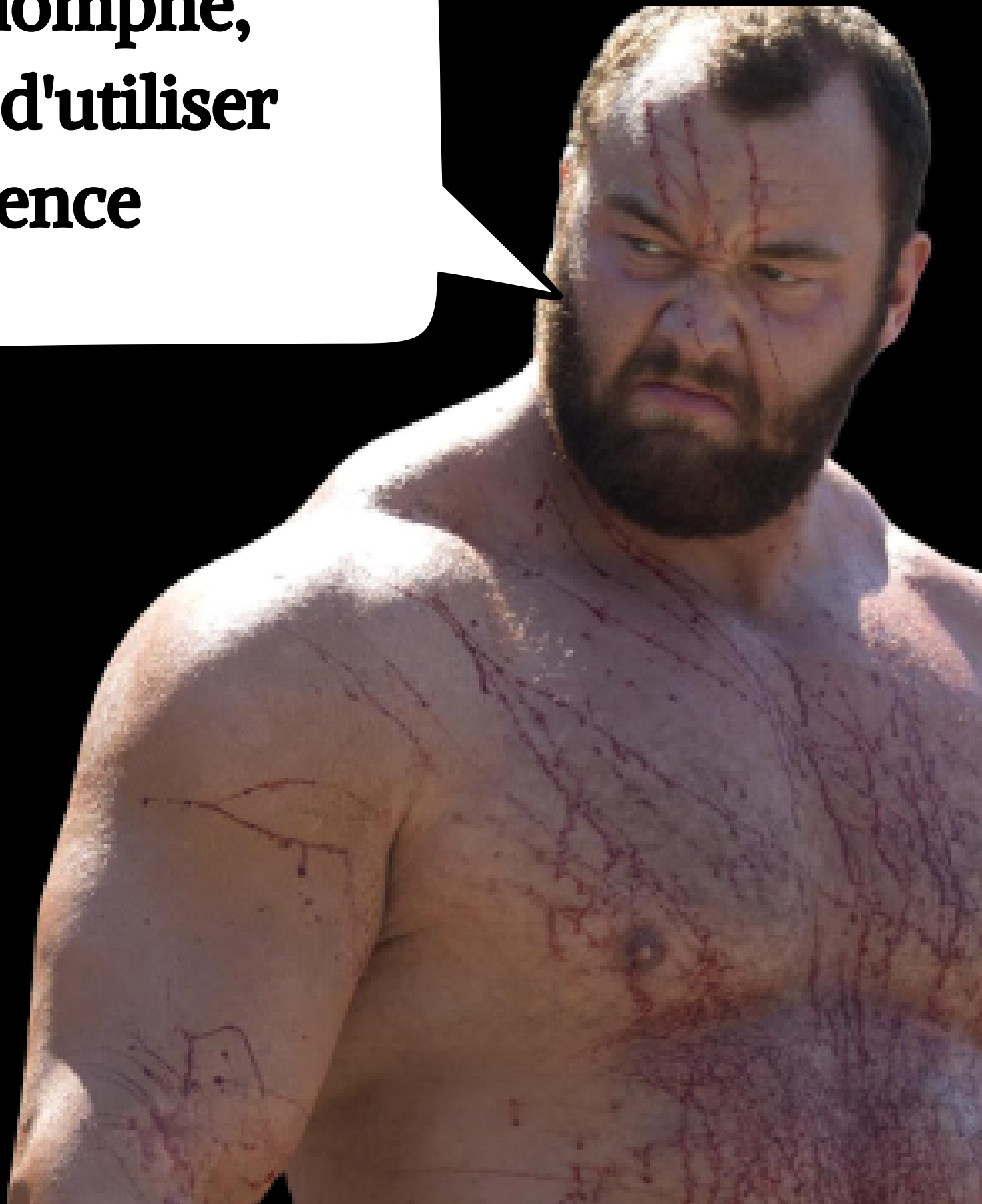
Privilégiez les **questions ouvertes**



Vous pouvez demander malgré tout à vos clients d'**évaluer** de 1 à 5 (ou à 10, peu importe) la qualité de vos services (et s'en servir dans votre communication).



**Vous voyez,
l'amour triomphe,
pas besoin d'utiliser
la violence**



3

UTILISEZ LES CITATIONS SPONTANÉES

Lors d'un échange de mails avec votre client, celui-ci peut tout à fait avoir écrit un **commentaire élogieux**.

Ce commentaire à la force de la **spontanéité** et de **l'émotion**.

Ne perdez pas ce moment **précieux**.



Évidemment, on n'oublie pas de demander à son client l'**accord** pour pouvoir utiliser ce contenu.

Cette méthode offre la possibilité d'augmenter considérablement le **nombre de témoignages** clients.

En effet, celui-ci n'a pas de **temps supplémentaire** à consacrer à vous délivrer un témoignage.





QUAND LES UTILISER ?

Partout, tout le temps.

Les témoignages sont comme les moments de partages et de rires avec vos amis :
il n'y en a jamais trop.

Profil LinkedIn, Site Internet, Emails, pages de vente, proposition commerciale .. :

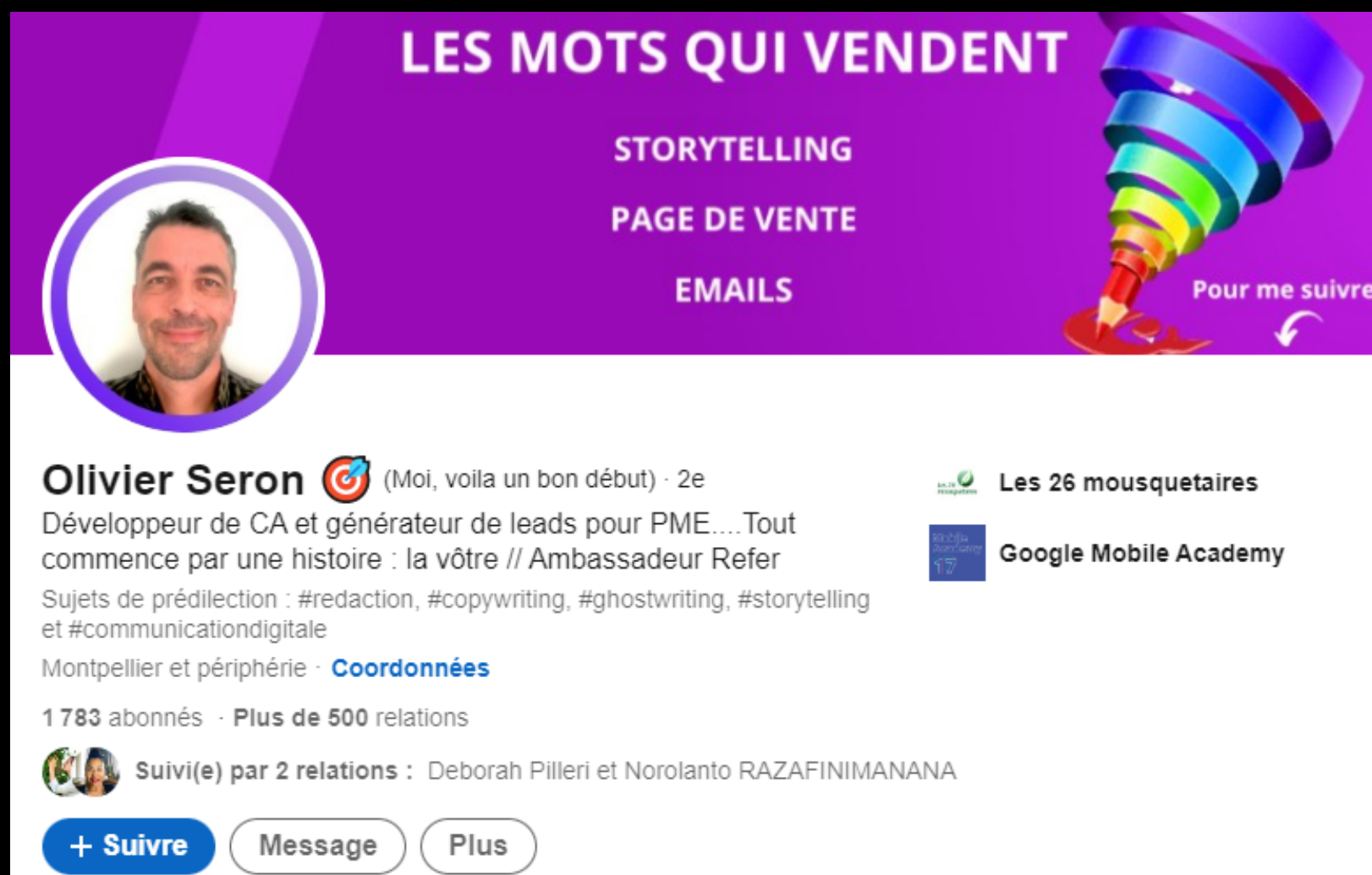
Tout est opportunité à diffuser vos témoignages.

Ils seront vos meilleurs commerciaux.



Si tu as aimé ce carrousel, tu peux me le dire
en ce post et en ➡ un commentaire.

Pour ne pas rater mes prochaines
publications :



ABONNE-TOI

Bon, je dois vous
laisser, toute cette
violence m'a épuisé.

C'est l'heure des : ➡

Terribles chats trop mignons !!!!!

