

# transat

PRESCRIPTEUR D'IDÉES RÉCOMPENSES POUR PROFESSIONNELS INSPIRÉS

PRINTEMPS-ÉTÉ

CARNET DE TENDANCES Esprit  
Gipsy / MARQUE DE FABRIQUE  
Toad : l'innovation outdoor / DOSSIER  
La voix n'a pas dit son dernier mot /  
ITINÉRAIRE BIS Romantisme  
et douceur de vivre à Chartres

08

P/E 2020



MUSE

# VENU™

ÉCLATANTE.  
POLYVALENTE.  
PRÉCISE.

# GARMIN®



Montre connectée multisports  
avec écran AMOLED



## ÉDITO

### Envie d'ailleurs

Quand on a commencé la rédaction de ce magazine, on était loin d'imaginer la situation que l'on aurait à vivre. À l'heure où je rédige ces lignes, on comptabilise déjà 1 semaine de confinement... et ce n'est là que le début d'une période qui s'annonce particulière pour tous !

Aussi, après plusieurs échanges (en visio) au sein de l'équipe de rédaction, nous avons décidé de maintenir la sortie de Transat, quitte à reporter sa diffusion. Car malgré le contexte, nous souhaitons faire preuve de résilience et continuer à vous proposer des contenus créatifs et inspirants.

Cette situation doit être l'occasion de réinventer notre rapport au temps, aux autres et à soi. Se (re)découvrir, prendre conscience des petits bonheurs qui nous entourent et s'évader sans pour autant avoir besoin de prendre le large.

C'est autour de cette philosophie que s'articule ce nouveau numéro. Esprit nomade, matériaux exotiques et naturels, meubles fait-main... Au fil des pages, vous découvrirez une sélection produits uniques, à l'esthétisme ethnique et singulier. Vous plongerez dans l'histoire de Toad, cette marque iconique qui conjugue technologie et nature.

Explorez ensuite les nouveaux codes de la communication vocale, sans oublier de réinventer ceux des challenges commerciaux.

Enfin, nous vous invitons à prendre le large pour un dépaysement total... mais surtout durable, à seulement quelques heures de chez vous.

Stay Positive,

*Stephanie Moyers*

Directrice de Muse

## transāt

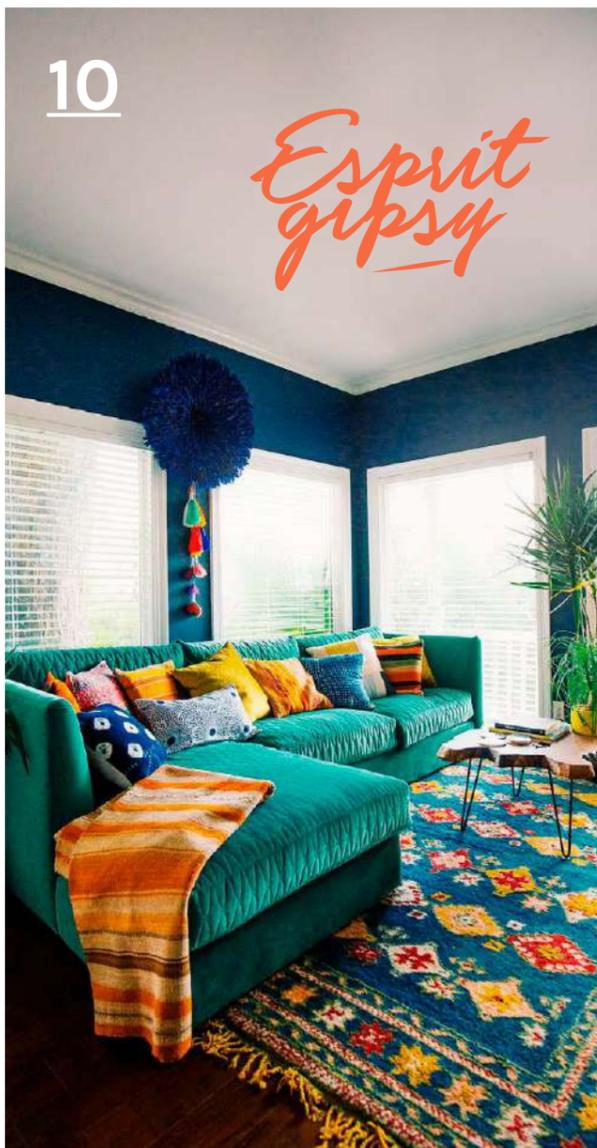
Direction de la publication Dounia Issaa  
Coordination & rédaction Dounia Issaa,  
Marion Pontille, Loïc Guérin-Labarthe,  
Lauriana Pothin, Ennio Pano  
Direction artistique et exécution  
Sandrine Saadi - [www.studiobasilic.com](http://www.studiobasilic.com)  
Photographies Elisa et Max Best Jobers, Adobe Stock  
Couverture : Tomas Nozina - Unsplash  
Impression : ICA imprimerie - Tirage : 2 000 ex.

- ISSN en cours -



10

Esprit gipsy



22



16



26



06 NEWS

10 CARNET DE TENDANCES

Esprit gipsy

16 WISHLIST

Summer mood

22 MARQUE DE FABRIQUE

Toad : l'innovation outdoor

Rencontre avec Denis Carron de la  
Carrière, Président Fondateur de Toad

26 DOSSIER

LA VOIX N'A PAS DIT  
SON DERNIER MOT

34 ITINÉRAIRE BIS

Romantisme et douceur de vivre à Chartres

Max et Elisa vous emmènent  
découvrir cette ville étonnante

40 EMBARQUEMENT IMMÉDIAT

Du côté de chez nous

40

Du côté de chez nous



Toutes les  
coulisses de l'agence  
à découvrir  
page 45

Comment créer une opération  
qui engage vos vendeurs  
sur la durée ?

46



44 ALLO LA TERRE

4 gestes à adopter pour un été plus green

45 Inside

Grand angle - Comment créer une opération  
qui engage vos vendeurs sur la durée ? p.46

Story - Mouhrad, challenger organisé p.50

Décryptage - Les récompenses pour embarquer  
votre force de vente p.51

transāt

SOMMAIRE | NUMÉRO 8



## La tendance nomade inspire la déco

En 2020, la déco prend le large et s'éprend de voyages et d'aventures. Le succès des styles nomades comme l'esprit californien, le boho folk, ou le bohème chic, qui surfent sur le sentiment de liberté et d'aventure qu'ils représentent, ne se dément pas. Le phénomène prend aujourd'hui tellement d'ampleur que l'idée d'aménager un van, un camion ou même un combi pour partir vivre "wild and free" nous effleurerait presque ! En attendant de sauter le pas, on vous invite à aller rêver devant les photos de Céline et Aurélien (@dognttravel sur Instagram) qui ont quitté leur vie, rythmée du fameux métro, boulot, dodo pour s'envoler à la découverte de l'Amérique du Sud avec le fourgon qu'ils ont eux-même aménagés.



# 90%

des décisions d'achats sont déclenchés par du contenu généré par des utilisateurs. L'UGC, arme ultime des marques ?

LE SAVIEZ-VOUS ?



## Zéro déchet !



Fondée à Bologne en Italie en 2013, la marque 24 Bottles s'est donnée pour mission de lutter contre l'usage des bouteilles en plastique qui polluent la planète. La marque propose une large gamme de gourdes éco-conçues, qui gardent vos boissons froides pendant 24 heures et chaudes pendant 12 heures. Cerise sur le gâteau, les bouteilles sont en acier inoxydable, garanties sans BPA, sans toxines, et sans phtalates.

> [www.24bottles.com](http://www.24bottles.com)

DU CÔTÉ DE CHEZ NOUS

## MAX lance les "Deals"

Nouveauté, Muse révolutionne les challenges commerciaux en proposant une nouvelle animation : « les Deals ». A présent, depuis la plateforme d'animation commerciale MAX, vous pouvez proposer à vos équipes de choisir leurs propres stimulations. C'est simple : chacun peut librement décider s'il souhaite s'engager ou non à relever tel ou tel défi ! La solution idéale pour motiver et engager vos forces de vente. Déjà plus de 10 clients conquis par cette solution.

> [Rendez-vous en page 46 pour en savoir plus](#)

## SEB s'associe à Muse

Bonne nouvelle ! Pour vous offrir des récompenses toujours plus inspirantes, Muse propose désormais un bon d'achat dématérialisé vous donnant accès à tous les produits de la marque SEB sur une boutique e-commerce dédiée. Un partenariat qui répond aux besoins de nombreux annonceurs tant côté BtoB que BtoC.



TESTÉ POUR VOUS

## Initiez-vous à l'art de la mixologie

Exit les mojitos trop sucrés et les gin tonic sans goût. C'est au cœur du marais, que Sébastien Gans, mixologue professionnel, vient de monter des ateliers pour dévoiler ses meilleurs astuces. Au programme, 3 heures de théorie et de pratique pour faire valser les bouteilles comme un pro et impressionner vos amis lors de vos prochaines soirées.

> Tous les samedis, dimanches et lundis  
La Mezcaleria 13 Boulevard du Temple,  
75003 Paris - 99€



INITIATIVE

## Le tourisme utile

Aussi appelé tourisme éthique, le tourisme responsable, qui s'oppose au tourisme de masse, est une façon de voyager qui respecte au mieux les enjeux de développement local, de protection de l'environnement et de rencontre avec les populations. Pas d'hôtel, ni de resort, ici vous vivez chez l'habitant ! Une démarche déconnectée de plus en plus plébiscitée.

LE SAVIEZ-VOUS ?

# 67%

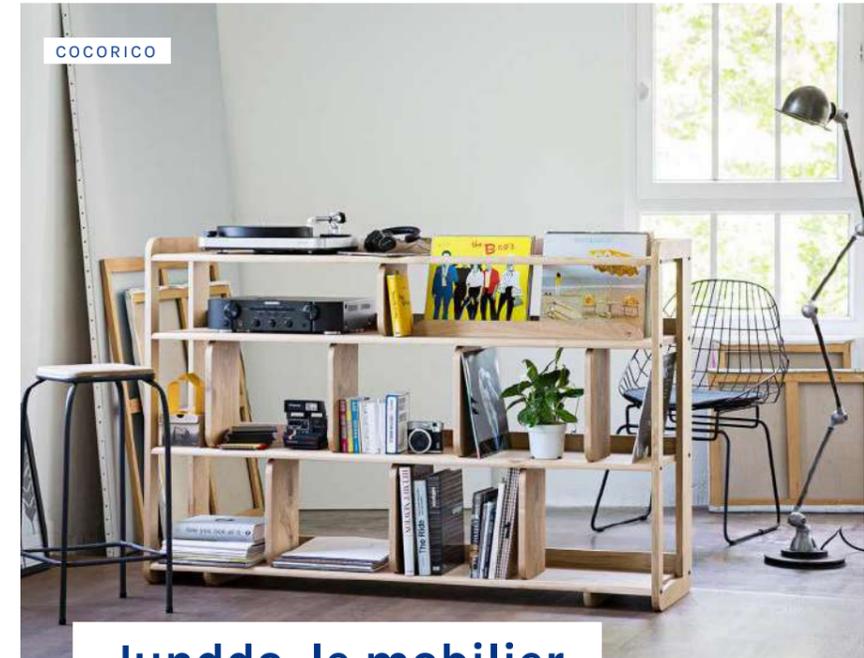
des interactions entre les marques et les consommateurs seront traitées par l'intelligence artificielle d'ici 2030.

*Les jus se mettent au vert !*

Avec une côte de popularité en hausse sur Pinterest, le jus de concombre semble rafler tous les suffrages. Une boisson healthy, que vous risquez de voir un peu partout cet été !



Un magazine signé Muse - [www.muse-motivation.fr](http://www.muse-motivation.fr)



COCORICO

## Junddo, le mobilier modulable made in France

Créée en 2016 par Xavier Aymé et Arthur Ho, deux jeunes ingénieurs amoureux de design, la marque Junddo incarne le design nouvelle génération. C'est lors du casse-tête chinois de l'aménagement de son appartement parisien de 30m<sup>2</sup> que Xavier a l'idée de Junddo. Le concept ? Une gamme de mobilier en bois sous forme de kit sur-mesure, modulable en fonction des particularités de chaque intérieur. Entièrement Made in France toutes les pièces sont fabriquées à la demande dans une menuiserie vosgienne avec différentes essences de bois, toutes issues de forêts françaises labellisées PEFC (programme de reconnaissance des certifications forestières). Le plus ? Grâce à son circuit court et sans intermédiaire, le prix reste accessible et ultra attractif.

> [www.junddo.com](http://www.junddo.com)



## Big Mamma débarque (enfin) à Lyon

Tout Lyonnais qui se respecte n'a pas pu passer à côté de l'info de ce début d'année : Big Mamma, la célèbre chaîne de restaurant italien, a enfin ouvert l'une de ses fameuses trattorias en plein cœur de la ville des Lumières. 800 m², 200 places assises, des chiffres qui donnent le tournis. Côté carte, Carmelo propose des plats gourmands, végétariens pour la plupart, élaborés à partir de produits dénichés auprès de petits producteurs italiens. À la carte, des pizzas à petits prix, des pâtes gourmandes ou encore des antipasti à partager.

> Carmelo, 7 rue Neuve, 69001 Lyon



TENDANCE

## De la couleur pour ma cuisine

La couleur n'est pas uniquement réservée aux murs ! Cette année, les cuisines se mettent au diapason de la couleur. Misez sur des couleurs plus douces, des verts ou des bleus, et privilégiez des accessoires aux teintes plus neutres pour un résultat équilibré et 100 % réussi !



# tendance bocaux

Le bocal en verre a le vent en poupe ! Un temps ringardisé, ce récipient hermétique est devenu une véritable vedette de nos cuisines et un bon moyen de dire adieu au plastique. Exit le tupperware, le bocal s'affiche désormais sur les étagères. À vous de jouer avec les formes et les couleurs pour créer le patchwork parfait !

C'EST DANS L'AIR

## Faire du neuf avec du vieux !



Rien ne se perd, tout se transforme ? Affirmatif. « L'upcycling », qui consiste à donner une vie nouvelle à des objets ou des matériaux destinés à être jetés, gagne du terrain dans une industrie de la mode, proche du burn out. Les vêtements de seconde main s'arrachent, en témoigne le nombre de marques innovantes qui se lancent sur ce créneau. La marque Corail par exemple propose des baskets tissées à partir de bouteilles plastiques repêchées dans l'océan. Une alternative au gaspillage qui séduit de plus en plus, doublé d'un moyen efficace de participer à son niveau, à la réduction de l'empreinte carbone de l'industrie textile qui s'envole !



Transat vous ouvre ses pages

Des actualités, des idées de sujets ou des découvertes à partager ?  
Écrivez-nous à [contact@muse-motivation.fr](mailto:contact@muse-motivation.fr)

# À VOS AGENDAS

En raison de la pandémie du Covid-19, la totalité des événements prévus pour la période printemps/été 2020 est annulée. Mais pas de quoi bouleverser les agendas de notre équipe de rédaction. À l'heure où le confinement est de mise on vous propose quelques bons plans « séries » à visionner depuis votre canapé !

Mars 2020 - sur Hulu

### Little Fires Everywhere

Après le succès de « Big Little Lies » Reese Witherspoon revient avec Little Fires Everywhere, adaptée du best-seller de Céleste Ng. L'actrice incarne le rôle de Mme Richardson, à la tête d'une grande famille aisée, qui va voir sa vie bouleversée par l'arrivée d'une nouvelle voisine, mère célibataire et sexy (Kerry Washington de Scandal) qui va chambouler leur quotidien...

Printemps 2020 - sur Netflix

### The Eddy

Damien Chazelle, le réalisateur de « La La Land » et de « Whiplash » nous offre une fiction dramatique musicale dans un Paris contemporain et multiculturel, où se croisent de grands noms comme André Holland, Tahar Rahim et Leila Bekhti.

Mai 2020 - sur Netflix

### Hollywood

Netflix a payé cher pour s'offrir les services de Ryan Murphy. Après « The Politician » en 2019, le scénariste revient cette année avec plusieurs nouvelles séries dont cette "lettre d'amour à l'âge d'or de Tinseltown", qui explore le Hollywood des années 1940. On retrouve devant sa caméra quelques visages habituels, de Darren Criss à Jim Parsons en passant par Dylan McDermott et Patti LuPone.

L'OBJET DU DÉSIR

Un son qui se diffuse à 360° d'une qualité impressionnante, la dernière enceinte nomade multifonction de Kreafunk a tout pour vous séduire ! On aime son design raffiné avec sa grille rose dorée et son élégante dragonne en cuir naturel.

Kreafunk 119,95€



## Tous dehors !

Une terrasse, un balcon, un bout de jardin, toutes les excuses sont bonnes pour prendre l'air ! Un fauteuil coloré (Fauteuil Croisette Fermob - 315€), un coussin imprimé au look résolument tropical (Coussins Perico Maisons du Monde - 17,99€) et une lanterne nomade à prix doux (Clover Lantern Lexon - 29€), voici la recette pour faire de vos extérieurs de vrais lieux de vie !

Cet été, ambiance roulotte et jazz manouche ! À grand renfort de tapis kilim, de coussins imprimés, de couleurs chaleureuses et de matières naturelles, l'esprit gipsy s'empare de nos intérieurs et nous invite à un voyage haut en couleurs !



# Esprit gipsy

**1 / Suspendu**  
Fauteuil suspendu en rotin naturel (coussin inclus) - Padang  
Rendez-vous déco.com - 499€

**2 / Coloré**  
Vase métal, Anaïa  
La Redoute Intérieurs - 16,99€

**3 / Exotique**  
Petit sujet en bambou oiseau bleu  
Petit Pan - 19€

**4 / Estival**  
Chapeau de paille enfant  
Tape à l'Oeil - 9,99€

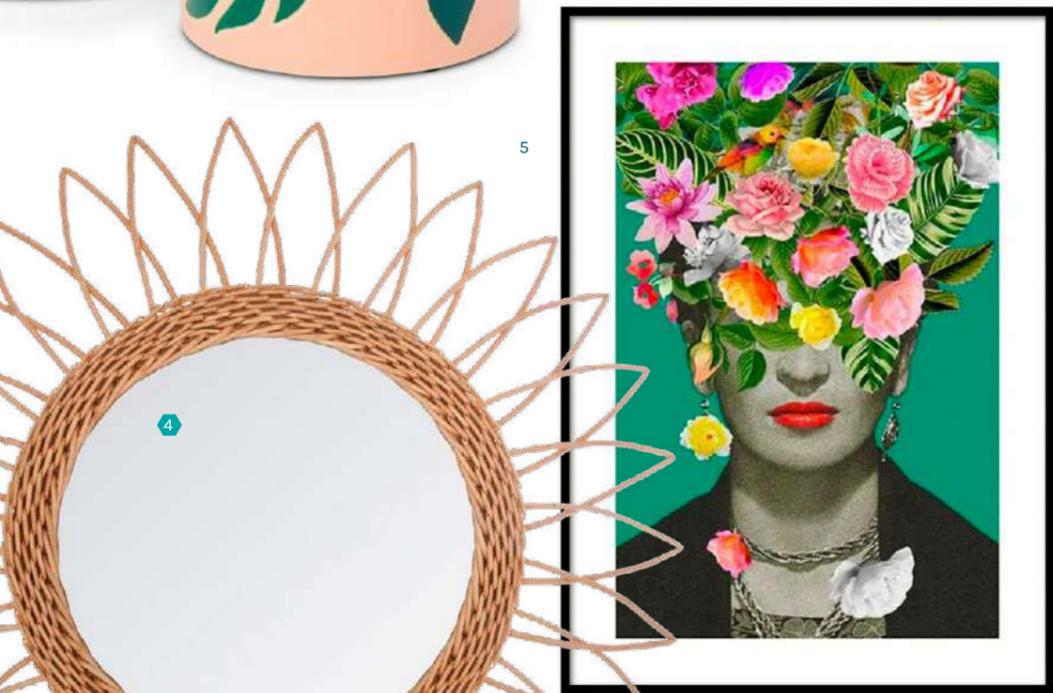
**5 / Tropical**  
Housse de coussin en velours  
Birdy - 45 x 45 cm ou 40 x 60 cm  
Home Beddings & Curtains  
À partir de 16,90€

**6 / Floral**  
Fauteuil de jardin tressé et coussin écru  
Maisons du Monde - 199€

On aime...

Le bandeau tricolore aux couleurs estivales qui surligne le côté gipsy chic de ce chapeau de paille !





**1 / Imprimé**  
Lot de 2 cache-pots imprimés Poséidon  
Made - 49€

**2 / Pratique**  
Panier jaune  
La Redoute Collection - 39,99€

**3 / Incontournable**  
Tapis rond en jute D150 cm  
Maisons du Monde - 59,99€

**4 / Tressé**  
Miroir en rotin Soleil D50 cm  
Atmosphera - 19,99€

**5 / Iconique**  
Affiche Frida Kahlo 30 x 40 cm  
Desenio - 13,95€

**6 / Bohème**  
Pochette brodée avec pompon  
multicolores Birmal  
Wild - 69€



*On aime...*

la décaler avec une tenue chic ou la porter en mode plus fashion sur une silhouette plus casual. L'accessoire hippie de cet été !



**7 / Doux**  
Coussin Velours Rouille - 70 x 50 cm  
Rue de la déco - 34,90€

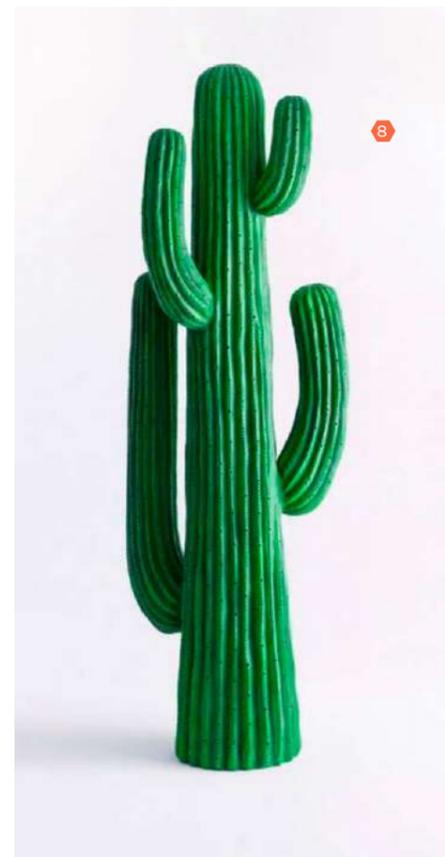
**8 / Piquant**  
Cactus résine grande taille H124 cm  
AM.PM - 299€

**9 / Ethnique**  
Tapis Berbère 120 x 170 cm  
Un amour de tapis - 99,99€

**10 / Pratique**  
Panier petit modèle H28 cm  
AM.PM - 29€

**11 / Lumineux**  
Lampe de table LED Moon!  
Fermob - 125€

**12 / Naturel**  
Lanterne en rotin D37 x H35  
Atmosphera - 34,99€



8



9



10

*La bonne idée...*

Cette lampe sur batterie LED se recharge facilement au moyen d'un câble USB fourni et offre ensuite jusqu'à 10 heures d'utilisation !



11



12



7

À l'intérieur :

# L'OFFRE RÉCOMPENSE PENSÉE POUR VOUS !

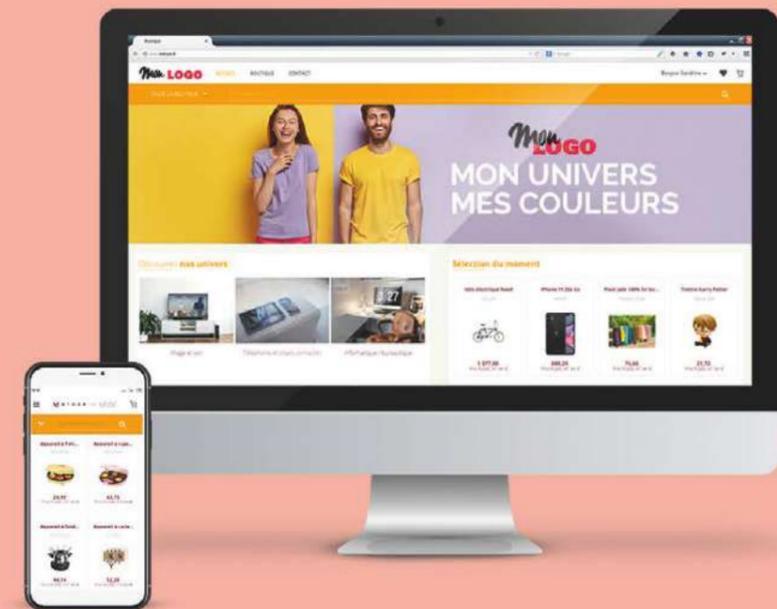


# M STORE

LA BOUTIQUE CADEAUX CLÉ EN MAIN

Conseil | Sourcing | Logistique

Une offre récompenses, expériences et avantages originale pour valoriser et développer la performance de vos opérations :  
**Challenges & Animation de réseaux | Fidélisation Clients  
Animation & Promotion des ventes**



**DEMANDEZ UN DEVIS**

| 04 26 23 06 65

| [contact@muse-motivation.fr](mailto:contact@muse-motivation.fr)

WISHLIST

# Summer MOOD

En été, vous êtes plutôt farniente au bord de la piscine, explorateur à toute heure, roi du roadtrip ou les trois à la fois ? Plus besoin de choisir votre camp ! La rédaction de Transat met tout le monde d'accord avec cette sélection haute en couleurs qui s'adapte à toutes vos envies d'été !



↳  
**Coffret de thé bio**  
**36 sachets - 19,90€**

Une bulle de bien-être aux 6 parfums. Voici la promesse de ce coffret de thés blancs et d'infusions bios. De quoi faire plaisir à un proche ou vous faire plaisir, en vous évadant un moment.

[English Tea Shop](#)

SHOPPING | WISHLIST



↳  
**Fauteuil à bascule**  
**Thana - 69€**

Le fauteuil à bascule Thana est conçu pour vous accompagner pendant de nombreuses années. Son design à l'esprit vintage un brin modernisé nous rappelle les vieilles chaises à bascule fabriquées à partir de fibres naturelles, alors en vogue. Une pièce unique !

[Kave Home](#)

## Se ressourcer



↳  
**Box méditation et sophrologie**  
**Morphée - 79,95€**

En manque de sommeil ? Morphée est l'innovation déconnectée qui va vous aider à retrouver le sommeil et à mieux dormir. Elle prodigue au choix, à travers 210 combinaisons possibles, des séances orales de méditation, de sophrologie, d'inspiration et d'expiration ou des séances de siestes.

[Nature & Découvertes](#)



↳  
**Eau Ressourçante**  
**100 ml - 51€**

Un univers de relaxation, de bien-être et de détente grâce au parfum et à l'action des plantes. Cette eau de soin rafraîchit, délassé, repose le corps et l'esprit et laisse la peau délicatement parfumée, douce et hydratée.

[Clarins](#)



**Bougie Menthe**  
**Poivrée - 35€**

Cocktail rafraîchissant, la bougie Menthe Poivrée évoque un soir d'été à déguster un mojito à l'ombre d'un palmier. Cette senteur présente une note de tête verte et camphrée, un cœur en assemblage de plusieurs variétés de menthe et un fond de sauge.

[Kerzon](#)



**Coffret Création n°53 - Rituels de bien-être - 49,99€**

En profitant de ce rituel bien-être exceptionnel, vous accéderez à un vrai moment de sérénité et de quiétude. Lâchez prise, cet instant est le vôtre ! Un soin de 50 minutes minimum et parfois un accès à l'espace bien-être.

[Relais & Châteaux](#)



**City Guide Lyon - 15€**

(Re)découvrez cette ville cinématographique, mystique, gastronomique, plurielle. Une sélection de 91 adresses indépendantes, retenues pour leur humanité, et leur originalité !

[Julie Flamingo](#)

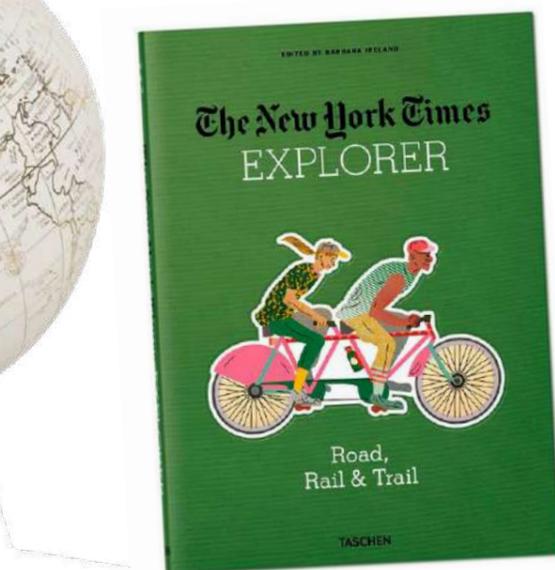
# Explorer



**Globe terrestre - 21,99€**

En plus de vous aider à choisir votre prochaine destination, ce globe terrestre doré ajoutera une touche élégante à votre intérieur

[Maisons du Monde](#)



**Guide New York Times :  
Route, rail, piste - 30€**

Randonnée dans les montagnes enneigées de Jizera, en Bohême, ou croisière dans les Grands Lacs sur un cargo, le voyage devient une destination en soi. Des récits et photos dignes de cartes postales qui vous transporteront dans des lieux lointains ou familiers et vous guideront par des informations pratiques, essentielles en cours de route.

[New York Times pour Taschen](#)



**Jumelles en bois - 53€**

Le nouveau Magellan est juste devant vous. Il suffit de lui offrir cette belle paire de jumelles et de le laisser explorer les environs afin de découvrir de nouveaux territoires. Un jeu en bois qui développera la créativité et l'imaginaire des plus jeunes !

[Fanny et Alexander](#)



**Protège passeport  
Seattle - 22€**

Imaginé et réalisé à la main, en édition limitée, cet étui permet de protéger votre passeport sans contraindre le passage à la douane. Pratique, il se glisse et se retire très facilement de son étui.

[WorldElse store](#)



**Fuji X-T3 +  
XF 18-55 mm - 1 649€**

Le nouveau X-T3 de Fujifilm intègre un capteur APS-C rétro-éclairé de 26 Mégapixels et offre une résolution d'image exceptionnelle avec beaucoup plus de précision et une fidèle reproduction des couleurs.

[Fujifilm](#)



**Enceinte Bluetooth  
Beoplay A1 - 249€**

Signée de la designer Cecilie Manz pour Bang & Olufsen, cette enceinte portable ronde surprend par son design original et séduit par sa qualité audio et son excellente autonomie. Dotée d'une élégante poignée de transport en cuir, elle résiste à la poussière et aux éclaboussures.

[Bang & Olufsen](#)



*Compacte et très légère,  
cette enceinte sans fil  
vous accompagne où  
que vous alliez !*



➤ **Sac à dos jaune Stig - 149,90€**

Simple et pratique, le sac à dos Stig est l'un des best-sellers de la marque suédoise. Les détails en cuir viennent apporter une touche d'élégance à ce sac polyvalent que l'on emporte partout avec nous.

[Sandqvis](#)



➤ **Scooter Piaggio Elettrica - 6 390€**

Le Piaggio Elettrica incarne la renaissance électrique de la mythique Vespa. En pratique, la Vespa Elettrica propose deux modes de conduite - Eco et Power - et une vitesse de pointe de 45 km/h.

[Vespa](#)



↙ **Brume de parfum Le soleil 100 ml - 34€**

Enveloppez-vous d'une brume de parfum aux accords chaleureux de coco et de frangipanier. Suave et intensément généreux, son parfum régale la peau d'un ambre solaire huilé.

[Kerzon](#)



↘ **Barbecue à charbon Smokey Joe Premium 37 cm - 89,99€**

Astucieux, ce couvercle aux formes arrondies sera un allié idéal pour cuisiner en air ! Son look ultra compact vous permet de l'utiliser en extérieur comme à la plage, au bord du lac, au camping...

[Weber](#)



↙ **Rosé Prestige sans alcool Bio - 9,99€**

Le pari fou du Petit Bérét : ouvrir les vignobles à tous les consommateurs à travers une boisson 100% naturelle, sans alcool 0.0% et issue de l'Agriculture Biologique. 5 années de recherches et de développement ont été nécessaires pour révéler le meilleur du raisin et du vignoble.

[Le Petit Bérét](#)

# S'évader



➤ **Panneau mural flèche en métal bleu 50 x 80 cm - 19,95€**

Direction la plage ! Ce panneau en forme de flèche vous invite à partir en vacances. Le détail déco : l'inscription sur le panneau séduira les fans de glisse.

[Maisons du Monde](#)

# Partager



↘ **Moules à glace esquimaux empilables 17,99€**

Préparez facilement de délicieux esquimaux maison sains et naturels avec ces moules à glace. Laissez aller alors votre imagination et confectionnez glaces au yaourt, sorbets simples ou multi-fruit pour régaler famille et amis.

[Lekue](#)



➤ **Eaux et infusions détox - 15,90€**

Les infusions et eaux détox s'invitent à table ! Avec leurs bienfaits, elles sont idéales pour changer de l'eau, mais aussi pour troquer ses boissons industrielles et autres sodas pour des versions plus saines. Des recettes simples, gourmandes et nombreuses pour varier les plaisirs tout l'été !

[Marabout](#)



➤ **Skateboard Blazer XL - 159,95€**

Ce skateboard est un cruiser old school au look coloré pour beaucoup de plaisir dans les rues ! Le plateau est fait de huit couches de bois d'érable ce qui offre un ride très confortable.

[Globe](#)



➤ **Sac de voyage Cabine - 365€**

La nouvelle signature chic et outdoor de la gamme Bleu de Chauffe. Fabriqué dans une toile coton d'exception, ce sac cabine offre une totale résistance aux intempéries et protégera tout votre nécessaire de voyage.

[Bleu de chauffe](#)



➤ **Kit de Survie Grasse Mat' - 7,50€**

Vous ne vous souvenez plus de votre dernière grasse matinée ? C'est normal... vous êtes parent ! Mais pas de panique, nous allons tout faire pour que vous puissiez au moins gagner quelques minutes de sommeil le week-end. Voici 54 défis que votre enfant devra relever pendant que vous dormez !

[Parent épuisé](#)



➤ **Bouée gonflable donuts - 25,95€**

Cet accessoire sympa pour la plage et la piscine est un super cadeau pour les fans de design insolite qui n'en peuvent plus d'attendre les chaudes journées d'été !

[Idéecadeau.fr](#)

Retrouvez dès à présent tous les produits de cette sélection dans notre boutique de récompenses dédiée aux professionnels : le Mstore [mstore.muse-motivation.fr](http://mstore.muse-motivation.fr)

# Toad l'innovation outdoor

Depuis 2012, l'entreprise Toad déniche et commercialise des produits innovants, destinés aux marchés de l'aventure, du sport et des loisirs extérieurs. En conjuguant technologie et nature, Toad ambitionne de faire entrer le sportif dans un futur connecté et durable. Rencontre avec Denis Carron de la Carrière, Président Fondateur de Toad.

.....

#### Racontez-nous l'histoire de Toad

**Denis Carron de la Carrière** L'histoire débute en 2009, au sein de l'entreprise Navicom, dans laquelle j'ai été recruté pour transformer et commercialiser des GPS marins en GPS sport... J'ai très vite vu le potentiel du développement de ces produits technologiques dans ce nouvel univers. En 2012, je décide alors de racheter la branche de Navicom outdoor pour créer ma propre société, Toad, spécialisée dans la distribution de produits innovants pour les loisirs. **Kayak modulable, casque airbag, gants chauffants...** en 8 ans, la société est devenue la référence de l'innovation Outdoor. Et aujourd'hui, nous sommes fiers de pouvoir collaborer avec des partenaires grands comptes comme Decathlon, Fnac Darty ou Au Vieux Campeur.

#### De quelle façon définiriez-vous le style Toad ?

**D.C.C** Chez Toad, nous avons un leitmotiv fort, « Think out the box », qui nous pousse chaque jour à imaginer de nouveaux produits pour faire entrer le sportif dans le 21<sup>ème</sup> siècle. **Nous cherchons constamment à faire preuve de créativité et d'ouverture d'esprit pour lancer des produits « créateurs de marchés », c'est-à-dire décalés, à contre-courant mais qui ont une vraie utilité !** Notre devise, Dare, Drop & Work, illustre cette mentalité qui guide notre façon de travailler : oser prendre des risques, oser y croire et oser se lancer pour continuer à révolutionner le marché de l'Outdoor et surprendre nos utilisateurs.





# Toad c'est aussi...

" NOUS ASSISTONS À UNE NOUVELLE GÉNÉRATION DE CONSOMMATEURS PLUS OUVERTS À LA TECHNOLOGIE, À L'INNOVATION ET AUX MODES DE CONSOMMATION DURABLE. "

#### Pourquoi un tel nom ?

[Ndlr : Toad signifie crapaud en anglais]

**D.C.C** En toute transparence, je souhaitais un nom fort et qui marque ! C'est donc en réfléchissant à un animal décalé et peu sympathique comme emblème que j'ai pensé au crapaud. C'est un animal qui me plaît car il est clivant, y compris dans son histoire : certaines cultures l'affectionnent en tant que porte-bonheur et d'autres le détestent, mais dans tous les cas, il ne laisse jamais indifférent... comme nos produits.

#### Justement, l'innovation est au cœur de votre stratégie. Comment faites-vous pour l'insuffler au quotidien dans vos produits et dans votre culture interne ?

**D.C.C** Nous n'avons pas de recette magique mais nous faisons en sorte de systématiquement remettre en cause nos produits. Un passage obligé puisque chaque innovation fait oublier la précédente. Nous sommes donc en mouvement perpétuel et cette façon de travailler alimente notre passion et crée une véritable émulation au sein des équipes !

#### Depuis votre création, l'entreprise Toad enregistre une belle croissance. Comment expliquez-vous ce succès ?

**D.C.C** En premier lieu, nous devons notre succès à nos produits : ils sont à la fois innovants, utiles et sexy. Ils suscitent un véritable capital sympathie et un sentiment d'exclusivité auprès de notre communauté ! Ensuite, nous assistons à une nouvelle génération de consommateurs plus ouverts à la technologie, à l'innovation et aux modes de consommation durable : « on veut prendre du plaisir, tout en préservant la planète ». Nos industriels et fabricants affichent également cette sensibilité et cherchent à véhiculer leurs valeurs et leurs engagements à travers leurs créations. Chez Toad, nous envisageons tous nos produits dans une démarche éthique et responsable, avec des produits locaux, des circuits courts, et une empreinte carbone la plus limitée possible. Et ce n'est pas une simple volonté commerciale mais bien un engagement sincère et inhérent à notre ADN.

#### Quelles sont vos sources d'inspiration ?

**D.C.C** Tout d'abord, j'essaie d'adopter une culture anglo-saxonne qui me donne le courage de rebondir après l'échec et de sans cesse chercher à me réinventer. Mes sources d'inspiration vont de Thomas More à Churchill, en passant par Saint Thomas d'Aquin ou Mathieu Bellamy. Je pense que ma principale inspiration vient de mon ouverture aux autres. C'est une vraie richesse au sein de l'entreprise d'avoir des gens non seulement passionnés mais surtout avec des cultures, des philosophies et des visions différentes.



#### De quelle façon vos clients perçoivent-ils la marque ?

**D.C.C** Je pense que nos clients nous perçoivent comme une marque sérieuse mais qui sait ne pas se prendre au sérieux ! Nos produits et notre positionnement sont décalés, mais nous tenons toujours nos engagements en termes de qualité, de livraison etc. En somme, on ne laisse jamais indifférent... comme le crapaud !

#### Quelle est la partie qui vous émerveille le plus dans votre travail ?

**D.C.C** Honnêtement, ce qui me rend le plus fier c'est d'avoir des collaborateurs fidèles, qui viennent travailler chez Toad avec le sourire et dans la bienveillance réciproque.

#### Comment voyez-vous Toad dans 5 ans ? Et quels sont vos futurs projets ?

**D.C.C** Aujourd'hui, c'est compliqué de se projeter mais à l'avenir j'aimerais bénéficier de financements supplémentaires pour continuer à monter en puissance, créer des emplois et faire grandir les équipes. Le potentiel est juste colossal...

#### Avant de nous quitter, dites-nous quel est votre produit Toad préféré ? Et celui que vous conseilleriez à nos lecteurs ?

**D.C.C** Difficile de n'en choisir qu'un ! Spontanément, je citerai la couverture qui transforme le plaid en véritable cape à tout faire de super héros ; ou encore le casque airbag pour vélo qui révolutionne la sécurité



1 Autrefois réservés à des professionnels sportifs, aventuriers avertis et initiés, les produits Toad sont désormais accessibles à tous, tant en termes de prix que de simplicité d'utilisation.

2 Chez Toad, les équipes, administratifs, techniciens et commerciaux, sont avant tout des passionnés ambitieux de sports.

de beaucoup de personnes. En effet, ce dernier ne se porte pas sur la tête mais sur l'épaule... et protège 8 fois mieux qu'un casque classique. Autre objet innovant : les couverts « durables » qui tiennent dans une boîte d'allumette et sont démontables à l'infini. Je pourrais en citer d'autres mais vous risquez de tout nous acheter [rires].



Après plusieurs expériences en tant que Directeur des ventes et Directeur Commercial au sein de grands groupes, Denis Carron de la Carrière est embauché en 2009 par l'entreprise Navicom pour transformer et commercialiser des GPS marins. Trois ans plus tard, il rachète la branche créée et fonde Toad. Sa vocation ? Lancer des produits hyper-innovants destinés aux marchés des loisirs extérieurs et de l'aventure.

1 Véritable révolution, le casque airbag pour vélo urbain conjugue technicité et sécurité pour un monde à vélo plus sûr, plus connecté et plus libre.



1,8 M€  
de chiffre d'affaires  
en 2019



Près de 950  
références



Des produits  
distribués dans plus  
de 3 000 magasins  
revendeurs

Des produits  
innovants pour  
l'Outdoor, la moto,  
le nautisme et la  
Mobilité



DOSSIER

# LA VOIX N'A PAS DIT SON DERNIER MOT

Ils s'appellent Alexa, Google ou Siri et envahissent progressivement notre quotidien, que ce soit via notre smartphone ou à travers notre enceinte connectée. Assistant personnel pour certains, objet de défiance pour d'autres, ce qui est sûr, c'est qu'ils bouleversent les codes de la communication traditionnelle. Lumière sur cette évolution technologique qui n'a pas fini de faire parler d'elle.

**a** Après le clavier, la souris et le tactile, la voix serait-elle notre nouveau porte-parole ? Dans une société où le visuel règne, la question a de quoi faire sourire... et pourtant, il semblerait que ce canal historique de communication attire un succès grandissant, porté entre autres par l'utilisation des smartphones (Siri d'Apple et Google Assistant sont installés sur plus de 800 mille terminaux) et des nouvelles technologies telles que les enceintes

Amazon Echo (animée par l'assistant Alexa) ou Google Home. De récentes études prévoient même qu'en 2020, 75 millions d'américains utiliseront une enceinte connectée !

« Parler, c'est naturel et les technologies nous permettent maintenant de proposer des formats conversationnels et vocaux capables d'initier une discussion très facilement », explique Frédéric Herbin, directeur commercial chez ADN.Ai.

Aux côtés des réseaux sociaux, chatbots et plateformes de messagerie instantanée, le vocal devient donc une nouvelle façon d'interagir, et ce quel que soit le device ou l'objet connecté utilisé. **Dopé aux algorithmes et à l'intelligence artificielle, il offre une interface homme-machine, permettant d'interagir et de converser avec chaque utilisateur.**

Mais en réalité, ces canaux de communication ne sont pas nouveaux : le premier assistant vocal, Audrey, existait déjà en 1952 et les premiers systèmes de reconnaissance vocale sont nés dans les années 80.

La croissance de ces plateformes réside avant tout dans les progrès technologiques et la capacité de ces outils à s'interfacer avec nos téléphones d'abord, puis les enceintes connectées et demain avec tous types d'appareils (montre, casque, électroménager...) pour le plus grand bonheur des consommateurs.

#### L'ESSAYER, C'EST L'ADOPTER : QUAND LES UTILISATEURS DONNENT LE "LA"

Consulter la météo, apprendre une langue étrangère, lancer un programme, préparer ses courses, écouter un podcast en élaborant une recette de cuisine... voici quelques-unes des fonctionnalités utilisées chaque jour via les plateformes audios et vocales.

D'après l'étude Shopper Observer, **57% des Français pensent que les assistants vocaux leur simplifient la vie et l'accès aux informations.** Accessible à tous, la voix permet en effet de faciliter le quotidien, et notamment de réaliser plusieurs tâches en simultané, et ce quel que soit l'âge ! Là où les autres canaux avaient souvent tendance à exclure une partie de la population, les assistants vocaux présentent l'avantage de toucher toutes les générations. Des enfants, aux populations plus éloignées du numérique comme les Seniors, en passant

par les digital natives, **l'outil séduit par sa facilité d'usage : aucune compétence n'est nécessaire, l'utilisation est intuitive et libère nos mains !**

La voix est aussi un allié de taille pour accompagner l'utilisateur dans son quotidien, en s'adaptant à son environnement (maison, salle de sport, transports...), ses affinités et changements d'humeur, et sa localisation géographique.

En mai dernier, le CSA et Hadopi annonçaient que plus d'un Français sur deux avait déjà utilisé un assistant vocal depuis un smartphone, une voiture ou une enceinte connectée. Et ce n'est que le début puisque ce phénomène va rapidement prendre de l'ampleur avec le développement des objets connectés. C'est par exemple le cas de la montre Fitbit Versa Delta qui a intégré Amazon Alexa ou des technologies domotiques qui permettent à l'utilisateur de contrôler sa maison (chauffage, volets, télévision, lumières...) par la voix.

À l'heure où nous sommes assaillis d'images et où notre temps d'attention se réduit considérablement, le vocal constitue une opportunité pour les marques de maintenir l'intérêt et

" À L'HEURE OÙ NOUS SOMMES ASSAILLIS D'IMAGES, LE VOCAL CONSTITUE UNE OPPORTUNITÉ POUR LES MARQUES DE MAINTENIR L'INTÉRÊT ."



de susciter l'engagement, en s'immisçant dans l'intimité de leurs publics.

#### DE L'AUDIO BRANDING AU BUSINESS CONVERSATIONNEL

En investissant dans ces plateformes vocales, les marques peuvent donc espérer engager une plus large audience et développer leur business. **C'est un nouveau moyen de toucher le consommateur là où il se trouve et quand il le souhaite !** « Les marques ont tout intérêt à investir ce nouveau canal qui devrait représenter 30 % de la navigation web d'ici 2020 et 50 % des recherches Google » affirme Geoffrey Boulakia, DG adjoint EMEA de l'agence CX digitale, TSC.

Les marques l'ont bien compris et de nombreuses initiatives vocales se développent, que ce soit dans une approche servicielle comme Darty qui a dématérialisé son bouton d'assistance sur Google Home pour faciliter la mise en relation du client avec le service après-vente ; ou une approche plus expérientielle comme Guerlain qui a testé un questionnaire vocal pour adapter le parfum à chaque consommatrice.

Côté commerce, le vocal annonce déjà une révolution en termes d'expérience client et se positionne comme le 4<sup>ème</sup> canal de vente, derrière le e et le m-commerce. Certaines grandes enseignes l'ont d'ailleurs testé comme La Fnac, Carrefour ou Monoprix qui ont développé une application, pluggée à l'enceinte Google Home, permettant de commander des produits et de préparer sa liste de courses intelligente... par la voix. Chez Monoprix, l'expérience va encore plus loin puisqu'elle est totalement personnalisée grâce à la récupération des données CRM et permet de proposer à chaque consommateur des produits adaptés à ses préférences d'achat.

Le vocal offre donc aux marques l'opportunité de toucher et d'engager leurs audiences dans un contexte propice à leur écoute... à condition de bien prendre



# 63%

En notoriété assistée, l'enceinte connectée Google Home devance toutes ses concurrentes : 63% de Français la connaissent contre 41% pour Amazon Echo et 7% pour le HomePod.

Mediametric

1 Siri, l'interface vocale de l'iPhone, tout comme Alexa, Cortana ou Google Assistant, sont encore loin d'arriver à la cheville de Samantha, l'OS personnelle à laquelle s'attache Joaquin Phoenix dans le film Her, mais ils nous rapprochent du moment où nous pourrions converser avec eux, comme avec de véritables êtres humains.

2 "Dis Siri, allume la lumière", "Ok Google, monte le chauffage", "Alexa, ferme les volets"... Avec l'arrivée des assistants vocaux, le rêve de la maison intelligente et contrôlable par la voix est en passe de devenir réalité.

en compte ses spécificités et de l'inscrire dans une expérience globale pour ne pas tomber dans l'écueil d'une technologie gadget.

#### COMMENT LES MARQUES PEUVENT TROUVER LEURS "VOIX" ?

Si les promesses du vocal sont séduisantes, les marques connaîtront le succès seulement et seulement si elles adoptent une nouvelle approche, en cherchant à apporter une réelle valeur ajoutée par rapport aux autres canaux existants. « En effet, il est important de ne pas faire de son app vocale un gadget qui viendrait finalement polluer l'expérience du client, comme beaucoup trop de chatbots l'ont été. Pour faire du vocal, l'enjeu véritable est alors d'identifier des [...]



Dans un quotidien à flux tendu, le podcast s'impose face aux articles écrits. Facile à démarrer et simple à écouter, il devient un média incontournable, ce qu'on bien compris E-bay, Microsoft, Slack, General Electric qui ont déjà adopté ce format pour des émissions destinées à leurs cibles.



[...] problématiques qui n'ont jamais été résolues avec les canaux existants. Si on peut les résoudre efficacement par le vocal, alors la marque peut se lancer ! » précise Geoffrey Boulakia.

En complément, les marques doivent inscrire ce canal au cœur de leur stratégie de communication, autrement dit elles doivent commencer par avoir une véritable identité de marque pour assurer une cohérence entre les canaux et éviter la rupture dans l'expérience. Quelle tonalité ? Quelle ligne éditoriale ? Quels sujets ? Quelle voix et quelle intonation ? Quel registre sémantique ? etc. sont autant de questions à soulever pour réussir sa présence de marque sans visuel.

« Au quotidien, l'usage sera sûrement de commander la commodité et non la marque : "Ok Google, j'aimerais acheter des piles" et non "des piles de marque X". Les marques seront donc obligées de soigner leur identité verbale et orale : le choix des mots et la façon de les prononcer. Le pari sera gagné si on attribue avec autant de facilité la voix d'une marque que son logo, sa signature, ses produits iconiques. » souligne Tanguy Riou, directeur du planning stratégique de Lonsdale.

Une réflexion vertueuse que Monoprix a appliqué : son assistant vocal utilise en effet le même langage que l'enseigne, réputée pour ses célèbres jeux de mots. Parmi les exemples les plus célèbres, lorsque l'on demande à l'assistant Monoprix d'ajouter des sardines dans la liste de course, il ne peut s'empêcher de répondre "c'est dans la boîte !" Même chose chez Auchan qui a préempté un domaine et un champ sémantique

précis (le vin), en développant un conseiller vocal pour accompagner le meilleur accord mets et vins.

En complément, les marques doivent avoir une approche multimodale qui intègre le vocal comme une étape du parcours client, avec une véritable complémentarité entre on et offline et un contenu engageant, décorrélé de l'aspect transactionnel pur. La voix impose en effet un nouveau rapport aux marques, plus humain et plus authentique. General Electric l'a bien compris : son podcast The Message, rassemble plus d'un million d'auditeurs, autour d'une série de 8 épisodes qui parlent de technologie sans chercher à vendre l'entreprise. Quant aux assistants vocaux, ils doivent, dans le secteur du Retail, être un complément au site e-commerce et à la boutique physique, afin de générer du trafic et des ventes additionnelles.

Mais dans tous les cas, que l'on investisse ou non dans une interface vocale, il faut repenser l'ergonomie et le SEO des sites afin de trouver le meilleur équilibre entre le clavier, le tactile et la voix. Au même titre qu'il a fallu s'adapter au mobile (et à son écran vertical et son scroll infini), il faudra aussi s'adapter à la voix car de nombreuses personnes utiliseront ce canal pour exprimer leurs requêtes.

Franck Negro, Directeur Europe du Sud de Yext explique : « Le développement de l'usage de la voix a pour conséquence un rallongement des requêtes effectuées sur les moteurs de recherche, celles-ci ressemblent alors de plus en plus à des phrases du quotidien plutôt qu'à une suite de mots-clés. Articles de blog, FAQ... L'ensemble des éléments rédactionnels des sites web doivent donc être repensés de façon à répondre à des questions plutôt qu'à chercher à faire coïncider plusieurs mots-clés ».

Enfin, les marques devront plus que jamais maîtriser la collecte et l'analyse de la data et de l'IA (Intelligence Artificielle). Car pour être réellement pertinente, la voix devra être en mesure de converser avec chaque utilisateur, de façon précise, personnalisée et en temps réel. La connaissance clients et donc la capacité de la marque à alimenter un dialogue à la fois distinctif et proche feront toute la différence sur la durée... sous réserve que la vie privée des utilisateurs soit respectée.

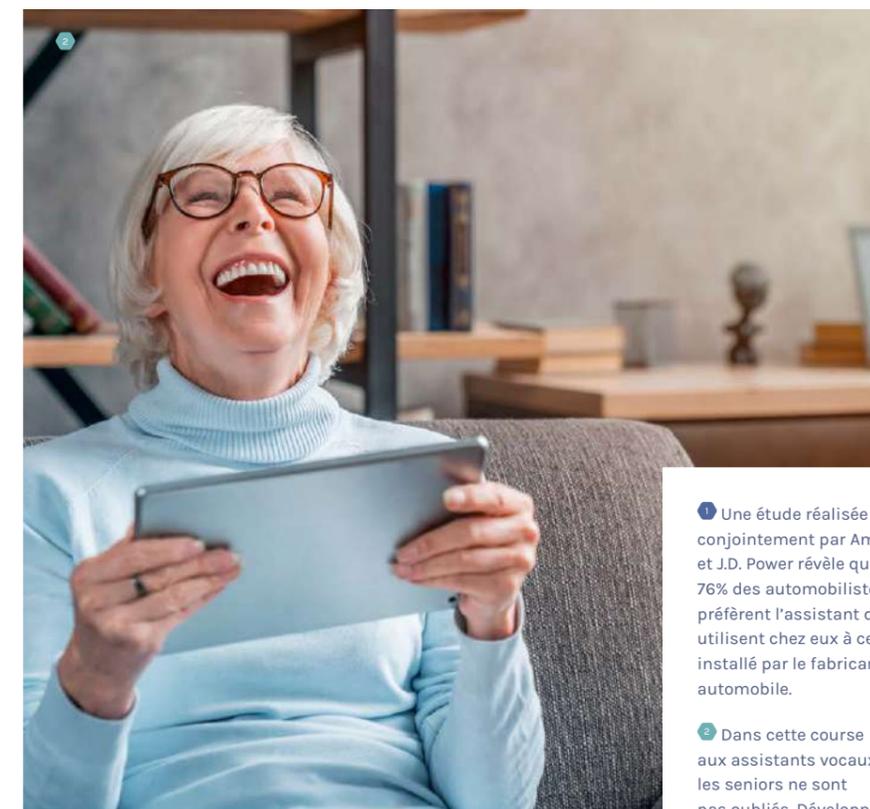
#### LES LIMITES DU VOCAL : QUAND LA PAROLE S'ENVOLE

En se retrouvant au cœur du foyer, les assistants vocaux se connectent à notre vie privée. En veille permanente, l'enceinte connectée peut en



effet s'activer et enregistrer inopinément une conversation dès lors qu'elle croit entendre le mot clé de l'activation ("Ok Google"). Cela a fait l'objet de récents scandales envers les trois leaders du marché (Apple, Amazon, Google) qui ont reçu des condamnations pour avoir écouté et enregistré des conversations privées. Les trois GAFA s'en défendent en assurant que ces écoutes sont minimales (1% des interactions) et qu'elles leur permettent d'aider leur AI à mieux comprendre les requêtes, avant d'être effacées. Il n'empêche qu'avec Internet, les utilisateurs ne sont plus dupes et les marques devront redoubler d'efforts pour regagner leur confiance et faire preuve de transparence dans la gestion des données.

Une autre limite des assistants vocaux réside dans l'exactitude des informations et réponses données. D'après l'étude de la société Yext sur la voix, moins d'1/3 des Français font confiance à la recherche vocale pour prendre une décision et 21% d'entre eux estiment devoir revérifier l'information en ligne. Il reste encore quelques freins que la tech-



nologie doit résoudre comme les accents, les requêtes inédites, les expressions, le contexte... Tous ces éléments devront être pris en compte et analysés afin de donner à la voix toute sa pertinence. « Nous avons observé plus de 5 000 variations pour la simple demande de mettre une alarme », observe Loïc de Saint Andrieu, Mobile Evangelist chez Google France.

« L'acte d'achat par la voix a encore du chemin à parcourir avant de devenir une habitude. Il est vital pour les marques et les entreprises d'être au fait des nouvelles habitudes des consommateurs et notamment de veiller à la véracité des informations disponibles. Aujourd'hui, c'est un facteur capital pour gagner la confiance du consommateur afin de transformer une recherche en acte d'achat » ajoute Franck Negro, Directeur Général, Europe du Sud de Yext.

Enfin, l'offre de service devra elle aussi évoluer pour proposer à l'utilisateur une expérience

réellement immersive et sans couture... jusqu'au point de créer une véritable conversation sur la durée.

#### VERS UNE ROBOTISATION DES RELATIONS HUMAINES ?

Malgré l'engouement autour de ces assistants vocaux, de nombreux spécialistes nous alertent sur les risques d'une robotisation des relations humaines. Nous avons tous en tête le père de famille qui, dans une tribune, exprimait son inquiétude envers sa fille qui oubliait totalement les codes des relations sociales, en échangeant avec ces plateformes. Disponible 7 jours sur 7, Siri, Google ou Alexa ne se plaignent jamais et répondent toujours sans attendre de « s'il te plaît » ou « merci ».

Certains auteurs et spécialistes en neurosciences cognitives vont même jusqu'à alerter sur les risques de ce « multitasking »

1 Une étude réalisée conjointement par Amazon et J.D. Power révèle que 76% des automobilistes préfèrent l'assistant qu'ils utilisent chez eux à celui installé par le fabricant automobile.

2 Dans cette course aux assistants vocaux, les seniors ne sont pas oubliés. Développé par Dynseo, Fanny accompagne les utilisateurs quotidiennement, afin de leur permettre de conserver un lien social. L'assistant permet une stimulation grâce à divers services, comme des jeux ludiques ou culturels, et sert également d'aide mémoire.





Perfectionner la reconnaissance vocale et la gestion du dialogue tout en minimisant l'effort d'adaptation de l'utilisateur, autant d'enjeux cruciaux d'amélioration que devront fournir les assistants vocaux s'ils veulent continuer à séduire.

### 3 questions à Franck Negro

**Chez Xext, éditeur de plateforme de Search Experience, le vocal ou plutôt le conversationnel est une véritable tendance de fond et un levier stratégique pour engager ses publics. Rencontre avec Franck Negro, Directeur Général Europe du Sud.**

#### Quelle est votre vision sur le vocal ?

**Franck Negro** Tout d'abord, précisons que le vocal n'est autre qu'une nouvelle interface homme-machine poussant au conversationnel, autrement dit à parler en langage naturel pour obtenir des réponses directes. Nous réapprenons à poser des questions en langage naturel. L'exemple le plus flagrant est celui de l'usage d'un moteur de recherche comme Google : là où auparavant, on tapait des mots clés, nos recherches prennent la forme d'une série de questions de plus en plus précises dites de « Long Tail ». Pour une marque, ce type de requêtes convertit 2,5X fois plus que des requêtes génériques.

#### Mais comment le vocal peut s'intégrer aux autres canaux ?

**F.N.** Le vocal ne remplace pas les autres canaux mais vient enrichir le parcours client. Par exemple, je peux débiter par une requête vocale, puis être redirigé sur un blog avant d'être renvoyé vers le site de l'entreprise... Les marques doivent donc non seulement être présentes sur tous les points de contact digitaux, mais aussi être capables de répondre à toutes les questions susceptibles d'être posées, et ce quelle que soit leur complexité.

#### Quelles limites percevez-vous dans son utilisation ?

**F.N.** Des limites d'ordre technologiques liées à la compréhension de l'intention d'une requête donnée. Nous sommes aux prémices d'un marketing post-RGPD où la personnalisation n'émanera plus de la collecte de données à l'insu des consommateurs mais de la compréhension des questions posées grâce à une analyse fine des requêtes. Des limites d'usages aussi, où l'expérience visuelle ou tactile primera sur celle de la voix.

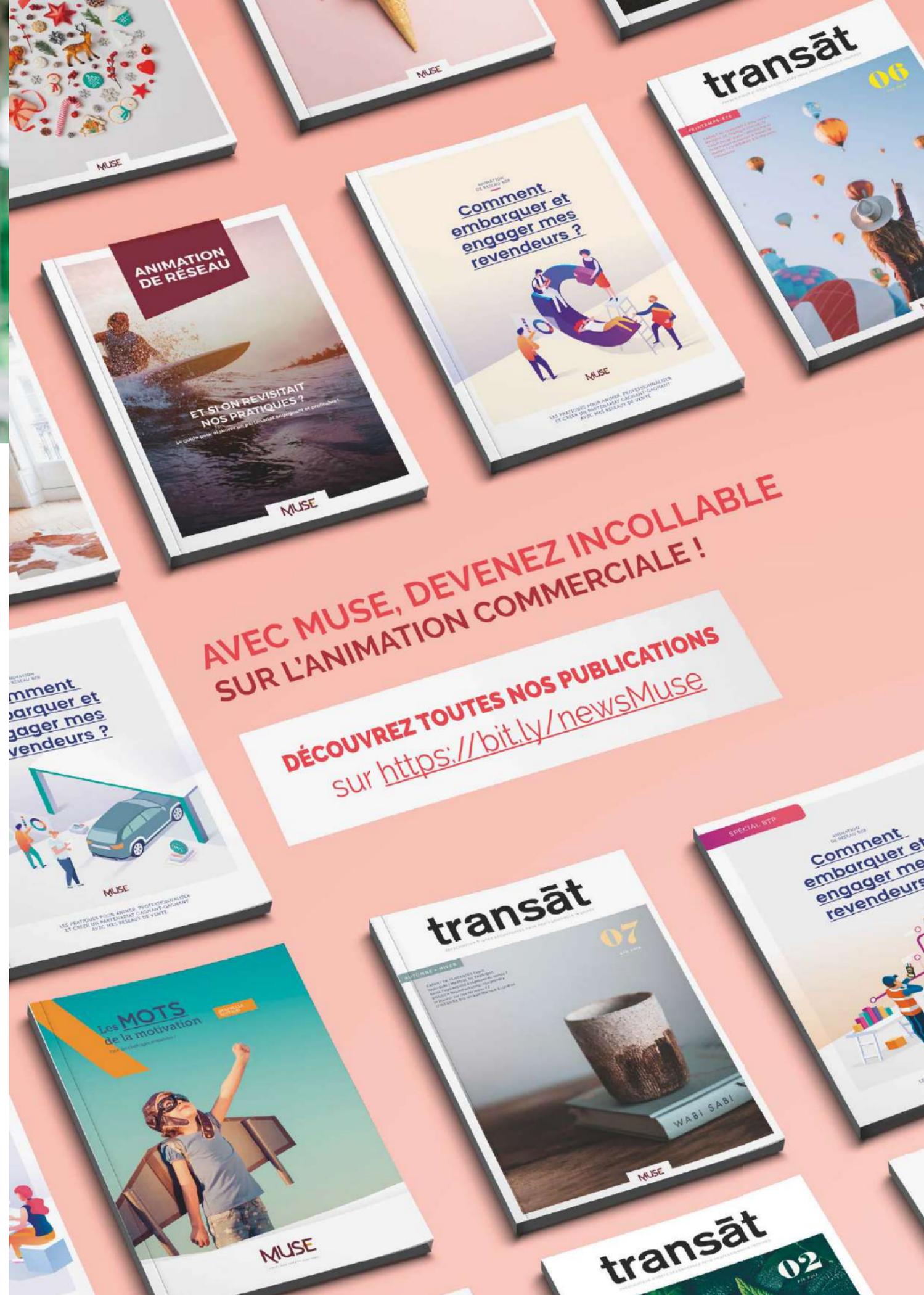
> Retrouvez tous nos contenus sur [www.muse-motivation.fr](http://www.muse-motivation.fr) Rubrique Blog

et de cette « hyperconnexion » qui nous rendent moins attentifs aux autres et donc moins ouverts aux échanges réels.

Par ailleurs, la conversation semble aujourd'hui encore trop limitée et souvent à sens unique. On est bien loin du film « HER » de Spike Jonze, mais fort heureusement la technologie s'adapte, apprend et s'améliore, grâce à l'Homme. Car le succès du vocal réside justement dans cette complémentarité Homme-Machine, seule condition pour enrichir l'expérience et créer une conversation réellement humaine. Boursorama est un bon exemple : pour adapter son assistant vocal au monde de la banque, l'entreprise n'a pas hésité à entraîner ses algorithmes pour progresser dans cette compréhension nuancée des différentes demandes. De son côté, Amazon a décidé de mettre à contribution ses équipes et ses utilisateurs afin de les aider à faire progresser son assistant vocal, Alexa. La société a développé une plateforme collaborative, Alexa Answers, pour permettre aux utilisateurs de soumettre leurs propres réponses aux requêtes des internautes.

En résumé, le vocal constitue un levier stratégique dans la relation client-marque, générant plus d'impact, de mémorisation, d'engagement et donc de business.

Un levier qui impose toutefois de repenser le rôle des entreprises dans une approche plus servicielle, en faisant converger tous les canaux pour optimiser les parcours et les expériences. L'avenir appartiendra donc aux marques qui se doteront d'une voix. Une voix unique, mémorable et authentique... qui mérite d'être écoutée ! 🗣️





Après avoir gagné en 2013 le "Best Job in The World" en Australie et forts de cette expérience incroyable, Elisa et Max partagent désormais leur vision du monde sur leur blog pour inspirer leurs lecteurs à voyager mieux et en conscience.

[www.bestjobsblog.com](http://www.bestjobsblog.com)



*Romantisme et douceur de vivre à*

# Chartres

Pas besoin de partir à l'autre bout du monde pour voyager ! À une heure seulement de la capitale, ruelles pavées, maisons à colombages et street art étonnant vous accueillent dans cette charmante petite ville d'Eure-et-Loir. Prêt pour une escapade romantique sous le soleil de Chartres ? Alors suivez le guide !

## Chartres, pourquoi avoir choisi cette destination ?

**E. & M.** On cherchait une destination proche de Paris pour une escapade improvisée le temps d'un week-end. À seulement une heure de Paris, Chartres remplissait tous les critères !

## Parlez-nous des habitants...

**E. & M.** C'est une petite ville très prisée des jeunes familles, qui échappent ici à l'agitation de la vie parisienne.

## Un mot pour définir cette ville ?

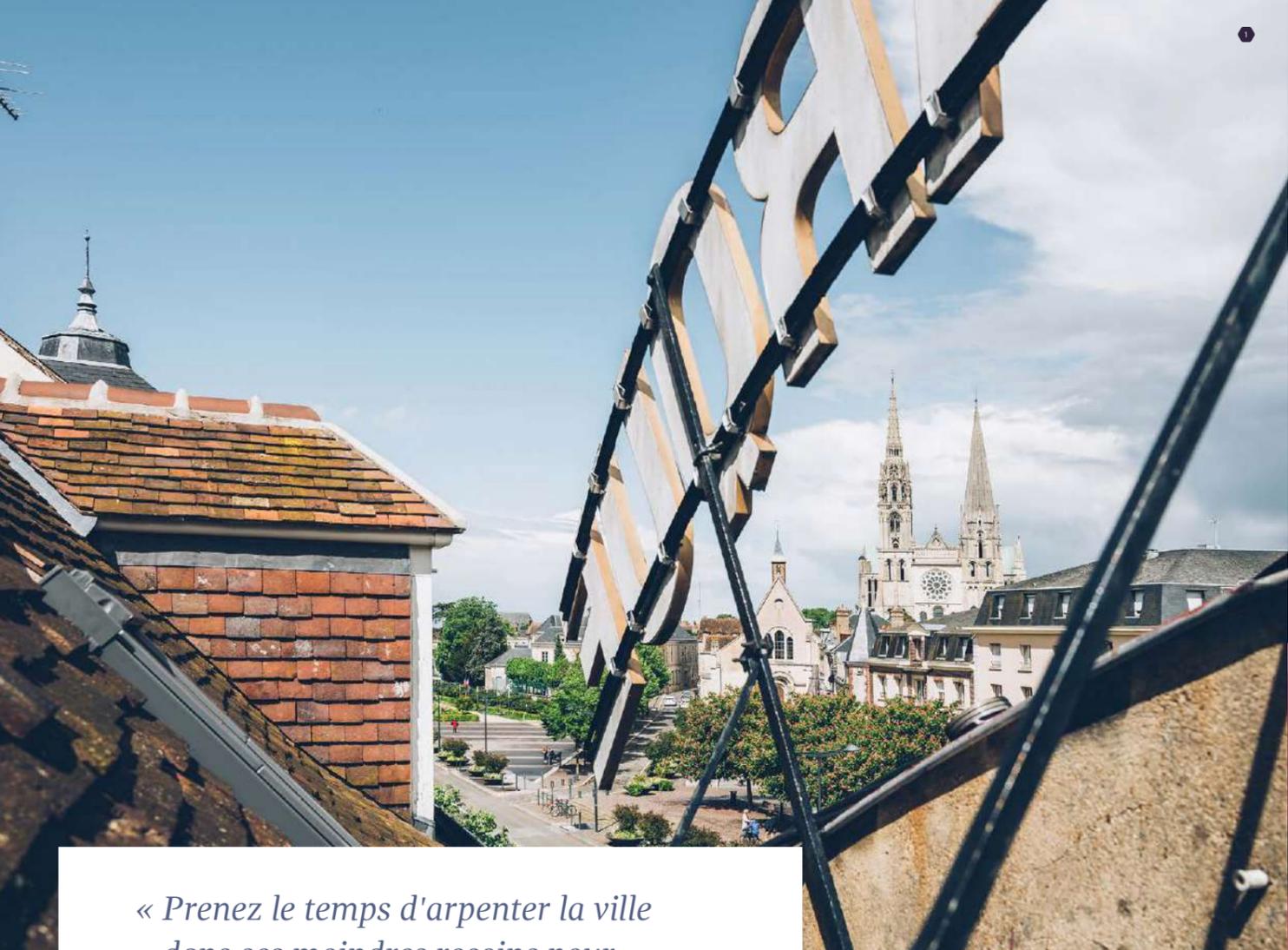
**E. & M.** *Lumières*. De la fin avril à la mi-octobre, dès la tombée de la nuit, la ville prend des airs féériques grâce au merveilleux spectacle "Chartres en lumières" qui invite les visiteurs à découvrir d'une manière atypique les sites incontournables du cœur de la ville.

## Quel est le secret le mieux gardé de Chartres ?

**E. & M.** Le labyrinthe et la crypte qui se trouvent dans la cathédrale, ainsi que la vue magistrale dont on bénéficie depuis les tours.



Crédits photo : Elisa et Max - [www.bestjobsblog.com](http://www.bestjobsblog.com)



« Prenez le temps d'arpenter la ville dans ses moindres recoins pour découvrir ses trésors de street art »

**Dans sa valise pour Chartres, qu'est-ce que l'on emporte ? Et qu'est-ce que l'on ramène ?**

**E. & M.** On ne part pas sans une bonne paire de baskets pour arpenter la ville et les ruelles du centre historique. Les choses que l'on ramène ? On remplit ses valises de mentchikoffs, une douce meringue enveloppée de chocolat. On ne fait pas non plus l'impasse sur l'incontournable macaron. Chartres est définitivement une ville qui plaira aux gourmands !

**Qu'est ce qui surprendrait quelqu'un qui visite la ville pour la première fois ?**

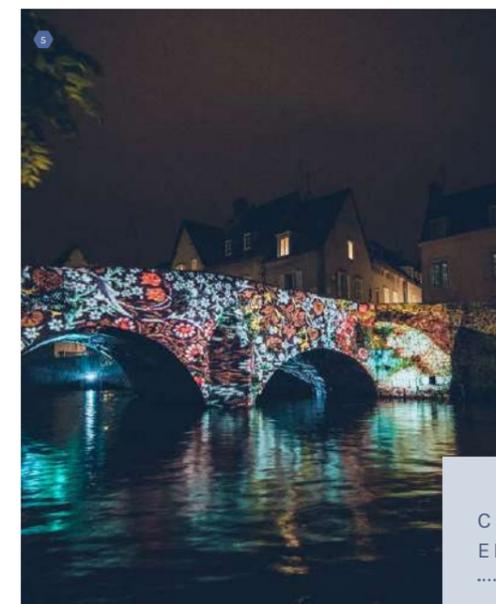
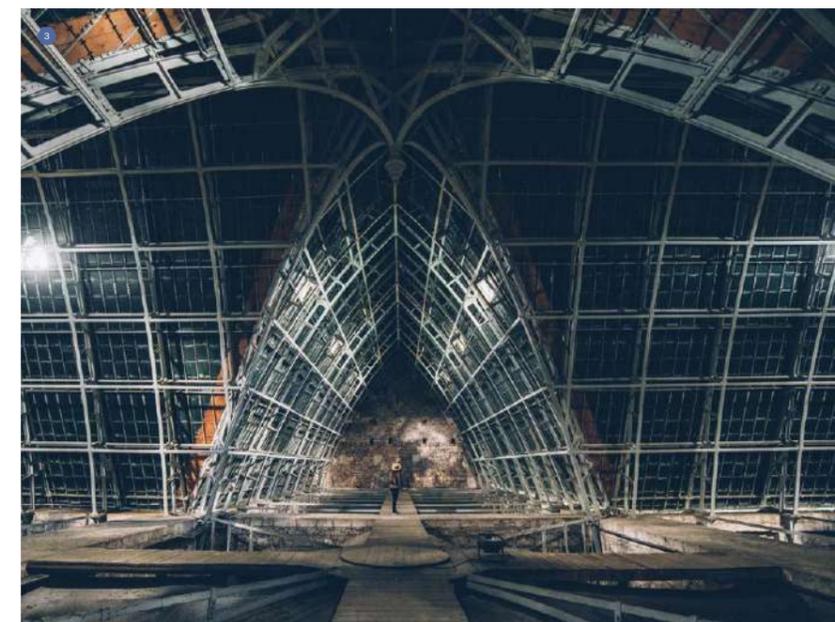
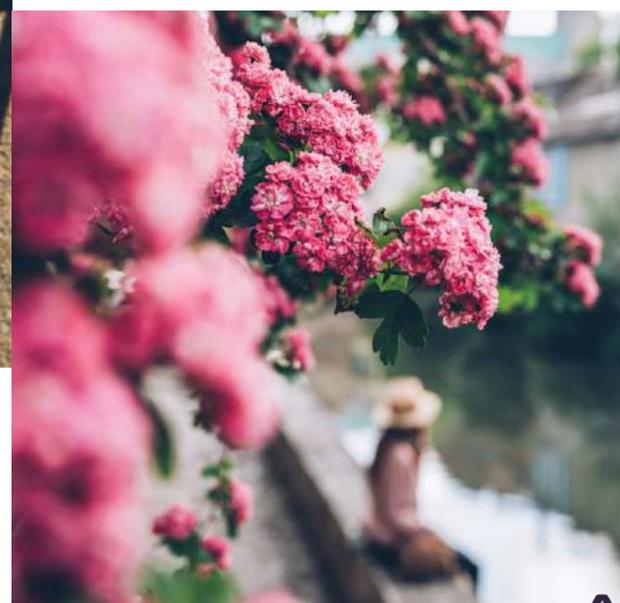
**E. & M.** Les œuvres de street art que nous avons découvertes au fil de nos pérégrinations chartraines. On ne s'y attendait pas du tout et c'était un régal. Depuis plusieurs années, Chartres se crée une réputation dans le milieu des graffeurs et du street art. La grande fresque dédiée à Jean Moulin, réalisée en mars dernier par l'artiste australien Jimmy C, rend un très bel hommage à celui qui a été préfet de la ville pendant la guerre.

**Quelles sont vos plus belles découvertes à Chartres ?**

**E. & M.** Pour profiter pleinement des illuminations de la ville, nous avons eu la chance d'adopter un point de vue plutôt particulier, puisque c'est en kayak, lors d'une sortie nocturne que nous avons sillonné l'Eure pour un point de vue imprenable sur les ponts et lavoirs illuminés de la basse-ville. Il faut savoir que la plupart des touristes s'arrêtent seulement au parvis de la cathédrale pour profiter de ce spectacle sons et lumières, oubliant de descendre dans la basse-ville, pourtant magnifique !

Nous avons ensuite assisté à une visite insolite du joyau de la ville : la cathédrale Notre-Dame de Chartres. C'est à la lueur de la bougie, que nous avons découvert sa crypte romane plongeant ainsi dans une histoire de plusieurs siècles contée par notre guide passionné.

Dernier coup de cœur : la Maison Picassiette, un site surprenant classé au patrimoine historique. Il s'agit d'une maison totalement insolite construite de toute pièce à partir de morceaux de faïence et de verre collectés pendant plus de 20 ans et assemblés par son propriétaire. À ne pas manquer !



- 1 Partout ici le regard se porte sur la cathédrale, merveille d'architecture construite au début du XIII<sup>e</sup> siècle.
- 2 L'une des nombreuses œuvres de street art qui ornent la ville.
- 3 Une façon insolite de découvrir la Cathédrale de Chartres : la visite des grands comblés à près de 35 mètres de hauteur.

**CHARTRES EN LUMIÈRES**

Depuis 2004, d'avril à octobre, dès la nuit tombée, Chartres s'illumine pour le bonheur des plus petits comme des plus grands.

Les spectateurs sont invités à plonger dans un univers féérique haut en couleurs, l'occasion de découvrir ou redécouvrir autrement les trois portails de la cathédrale, le musée des Beaux-Arts, les ponts et lavoirs des bords de l'Eure, l'église et la rue Saint-Pierre, le théâtre, la médiathèque...

Avec ses 24 sites illuminés, 7 jours sur 7, Chartres en lumières est la plus grande opération de mise en lumière du patrimoine au monde.

**Comment passer pour un Chartrain ?**

**E. & M.** 3 choses suffisent ! Arpentez le marché aux légumes place Billard le samedi matin pour rencontrer les producteurs locaux et boire un café en terrasse. Commandez une Eurélienne (la bière brassée en Eure-et-Loir). Et enfin, passez vos soirées estivales à la Petite Venise, une charmante guinguette sur les bords de l'Eure ouverte de mai à septembre. Vous pourrez y boire un verre au bord de l'eau entre amis (et avec quelques canards) tout en profitant de concerts à ciel ouvert.

**Auriez-vous un dernier conseil pour les voyageurs qui se rendront à Chartres cet été ?**

**E. & M.** Prenez le temps d'arpenter la ville dans ses moindres recoins pour en profiter pleinement et découvrir ses trésors de

- 4 Les bords de l'Eure, fleuris au printemps, donnent une tonalité romantique à la ville.
- 5 Fleurs en pleine éclosion, feuilles d'automne ou nuit d'été avec ses lucioles virevoltantes, les saisons se succèdent sur le pont Saint-Hilaire à l'occasion de Chartres en Lumières.

street art. Avant de partir, pensez à bien réserver l'excursion en kayak pour Chartres en Lumières.

**Un prochain voyage de prévu ?**

**E. & M.** Un tour de Corse en van !





- 1 La cathédrale Notre Dame domine la ville et la plaine de la Beauce, se dévoilant au regard à plus de dix kilomètres de distance.
- 2 Balade digestive du côté de l'Eure.
- 3 Pour le dîner, nous
- 4 n'avons qu'à descendre le grand escalier pour accéder au Georges, le restaurant gastronomique du Grand Monarque. Le chef Thomas Parnaud, une étoile au Michelin, s'adapte à nos envies pour s'assurer que nous passerons un délicieux moment à sa table.



LES ADRESSES  
D'ÉLISA ET MAX  
POUR...

MANGER

**La table de Julie**

7-11 Rue Saint-Michel

Un déjeuner bistrannique sans fausse note, de la déco à l'assiette ! Mention spéciale pour l'accueil.

> [www.latabledejulie.fr](http://www.latabledejulie.fr)

**Le Pichet3**

10 bis rue de l'étroit degré

L'adresse incontournable pour déguster la spécialité traditionnelle de la ville : la poule au pot. Une carte simple mais gourmande qui fait de ce restaurant de famille une très belle adresse.

> [www.lepichet3.fr](http://www.lepichet3.fr)

DORMIR

**Ma Petite Jungle**

21/23 rue des changes

En plein centre historique, Ma Petite Jungle offre une parenthèse zen et végétale. Cerises sur le gâteau ? Un sauna et un accueil irréprochable.

**Le Grand Monarque**

22 Place des Épars

La bâtisse ancienne et la décoration très travaillée plongent directement les visiteurs au début des années 1700. Une véritable institution à Chartres.

> [www.bw-grand-monarque.com](http://www.bw-grand-monarque.com)

PRENDRE UN CAFÉ

**Café Serpente**

2 Cloître Notre Dame

Pour grignoter ou boire un verre, le tout au pied de la cathédrale.

[www.leserpente.fr](http://www.leserpente.fr)

FAIRE UNE PAUSE GOURMANDE

**Maison Monarque**

38 Rue Caisserie

En plein centre-ville, au pied de la cathédrale, la Maison Monarque, vous accueille pour une pause gourmande. Ne manquez pas l'incontournable Pèlerin, biscuit moelleux à base de blé de Beauce fourré d'amande et de pâte de fruits et dont le dessus est orné d'un décor en sucre rappelant le labyrinthe de la cathédrale.

> [www.bw-grand-monarque.com](http://www.bw-grand-monarque.com)



DOLCE & GABBANA  
*Sicily is my Love*



## L'alliance de l'esthétisme et de la technologie de pointe

Joignant leurs forces créatives dans un authentique « Made in Italy », découvrez Sicily is my Love : une collection unique d'appareils ménagers créés par Smeg avec des motifs décoratifs Dolce & Gabbana au style distinctif.

Découvrez la gamme complète sur [www.smeg.com](http://www.smeg.com)



# DU CÔTÉ DE CHEZ NOUS !

.....

Et si la vraie tendance des vacances ce n'était plus de partir loin ? Cet été on fait le pari de trouver du dépaysement à deux pas de chez nous. Cap sur 5 destinations à découvrir en voiture, en van ou à moto !



DOLCE VITA  
EN ITALIE



UNE PARENTHÈSE  
LOIN DU MONDE

## LES POUILLES

44° 8' Nord, 9° 39' Est

Buongiorno e benvenuto in la Puglia, en français « Les Pouilles » ! Lieu mythique de l'Italie, cette région peu fréquentée révèle des paysages époustouflants entre mer azur et oliviers. Au gré de ses paysages magnifiques, la Puglia sème ses villages blanchis à la chaux ou taillés dans le tuf comme ceux d'Alberobello et de Martina Franca avec ses vignes et ses arbres fruitiers. Tout près de la vallée d'Itria, ne passez pas à côté Polignano a Mare l'une des plus jolie ville des Pouilles : baignades dans les calanques de galets, balades dans les ruelles du centre historique pour admirer la piazza V, visite du palais d'Emmanuel II et son église du 13<sup>ème</sup> siècle... vous en prendrez plein la vue !

### Un conseil

Dégustez des tarallis, ces biscuits salés en forme d'anneaux à l'huile d'olive et le plus souvent aromatisés au vin blanc et au fenouil.

## VALAIS

46° 12' Nord 6° 8' Est

Riche de ses nombreuses influences (allemande, italienne et française), la Suisse témoigne d'une culture nationale étendue et sa petite taille vous permet d'en faire le tour en seulement quelques jours. Parmi les plus beaux paysages suisses, le canton du Valais est immanquable, avec son mont Cervin, l'un de plus beau sommet d'Europe. Autre merveille du Valais, le lac souterrain de St Léonard, qui est le plus grand d'Europe. Vous pouvez le visiter à bord d'une barque et vivre une expérience inoubliable au cœur de ses grottes où vous pourrez assister à des concerts de musique classique. Pour finir sur un paysage saisissant, grimpez au glacier d'Aletsch, le plus long glacier d'Europe qui offre un spectacle incroyable, été comme hiver !

### L'activité à ne pas manquer !

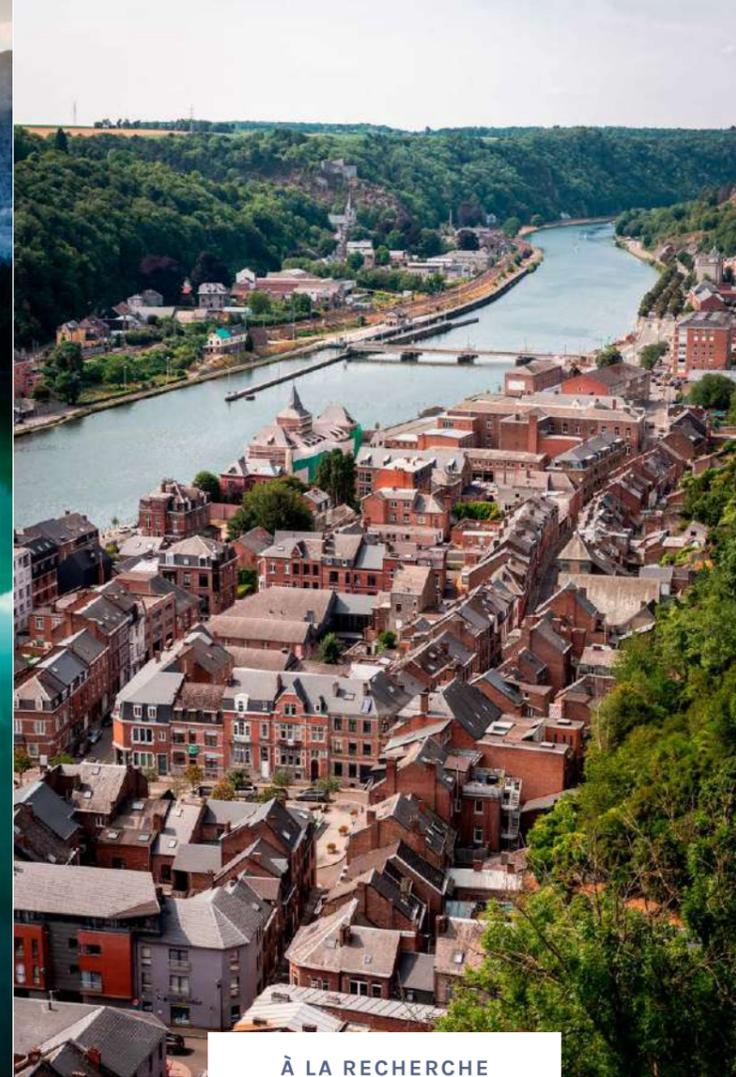
Pour les plus courageux, ne passez pas à côté du Gelmerbahn, le funiculaire le plus vertigineux de Suisse, avec ses 106% de pente !



SOUS LE SOLEIL  
D'ESPAGNE



MYSTÉRIEUSE  
ALLEMAGNE



À LA RECHERCHE  
DE L'HARMONIE

## BARCELONA

41° 23' Nord, 2° 10' Est

Culture, architecture colorée et vie nocturne animée... Vous devinez ? On vous emmène à Barcelone ! Classée au patrimoine mondial de l'UNESCO, cette ville regorge de pépites architecturales et d'expériences inédites à réaliser. Après un passage obligé par « La Ramblas », l'avenue piétonne la plus connue de Barcelone, faites une halte au marché de la Boqueria pour grignoter les meilleures tapas de la ville. Ensuite direction les plus beaux chefs-d'œuvres d'Antoni Gaudí, l'architecte emblématique de Barcelone, avec la Casa Batlló et la Casa Milà. Autre lieu à ne pas manquer : le parc Güel ! Finissez votre séjour en prenant le téléphérique en direction du Parc Montjuïc pour découvrir un des plus beaux points de vue de la ville.

### ➤ Avant de partir...

Achetez en ligne un Barcelona City Pass pour éviter toutes les files d'attente.



Un passeport ou une carte nationale d'identité en cours de validité

### ➤ Un conseil

Prévoyez des habits pour la pluie pour rester au sec lors de vos visites de cascades.



Ici, bonjour se dit "Guten Tag" et merci "danke" !

### ➤ Dans l'assiette

Ici la mitraillette ne désigne pas une arme mais un sandwich composé de saucisse, de frites et de sauce. Léger !



Ralliez Bruxelles depuis Paris en seulement 1h30 avec le TGV

## FORET-NOIRE

47° 52' Nord, 8° 00' Est

Parc naturel national associé aux légendaires comtes des frères Grimm, la majestueuse Forêt-Noire est une véritable ode à la nature. Enfilez vos baskets et parcourez les sentiers à la découverte de la faune et la flore de cette région. Côté randonnée, vous avez l'embaras du choix ! Le « grand canyon » traverse les gorges sauvages et vous emmène à travers des chemins sculptés à même la pierre jusqu'à des cascades tumultueuses. Le « sentier des cimes » quant à lui vous promet une expérience spectaculaire en vous offrant la possibilité de vous hisser jusqu'aux cimes des arbres à travers un escalier en colimaçon. De nombreux lacs et villages sont également à découvrir en ces lieux saisissants.

## WALLONIE

46° 12' Nord 6° 8' Est

Patrie reconnue de la bande dessinée, de la bière et du chocolat, la Belgique offre également une architecture typique flamande et des villes dynamiques et branchées. Outre les villes incontournables comme Bruxelles, Anvers, Bruges ou Gand, on vous conseille aussi de vous rendre à Dinant. Cette ville francophone située dans la région Wallonne, offre de magnifiques couleurs et de nombreuses activités. Vous pouvez visiter la citadelle, profiter d'une croisière le long de la Meuse et déguster une bonne bière. Ne manquez pas également Namur, la capitale de la Wallonie et l'une des forteresses les plus grande d'Europe.

Zoom sur

## 5 PODCASTS À ÉCOUTER SUR LA ROUTE DE VOS VACANCES !

### Je t'emmène en voyage

Alex Vizéo nous conte les récits d'aventures de baroudeurs du monde entier. On vous laisse découvrir l'aventure de Julien qui a parcouru 4 400 km à pied du Mexique au Canada ou Rossanna qui voyage depuis 1 an en stop... Et qui sait ? Vous serez peut-être le ou la prochain(e) !

### 2 heures de perdues

Dès le générique, on adore ! Ce podcast humoristique est dédié au cinéma. Le concept : 2 heures de discussions avec des passionnés du 7<sup>ème</sup> art. Des blockbusters aux navets, tout y passe et les critiques fusent. Rires et mauvaise foi sont au rendez-vous, le mix parfait pour se divertir sur les longues routes de vacances !

### Bon entendeur mixtape

Impossible de trouver le titre de cette musique que vous avez sur le bout de la langue ! Ces mixtapes aux accents disco, funk et hip-hop se distinguent par l'intégration d'extraits vocaux d'une personnalité française. Parfait en toute circonstance !

### Dans ma bagnole

« Dans ma bagnole » remet à l'honneur les chansons que vous écoutiez enfant sur la route des vacances... une bonne idée pour faire revivre les souvenirs de voyages !

### Les baladeurs

En quête de frissons, d'expériences extraordinaires, mystérieuses voir dangereuses ? Ce podcast vous emmène aux quatre coins du monde avec des récits immersifs qui donnent envie d'ailleurs.



*Vous souhaitez en savoir plus  
ou échanger sur vos projets  
de séminaires ?*

Contactez  
le service conciergerie  
04 26 23 06 54

contact@muse-motivation.fr

# 4 conseils pour un été éco-responsable

Préserver la planète, vous êtes pour. Mais au quotidien, vous ne savez pas trop comment vous y prendre. La rédaction de Transat vous a concocté une liste de 4 gestes simples à adopter pour un été plus green !



## Conseil n°1

### Partez... du côté de chez vous !

Terminé les déplacements aériens et les bilans carbone catastrophiques ! Aujourd'hui, le tourisme local est en plein développement. On vous invite donc à partir à la (re)découverte de votre région pour vous ouvrir à ses richesses et changer votre regard sur cette terre si familière. À vous de dénicher des expériences inédites que vous pourrez ensuite partager fièrement avec votre entourage. Dernier avantage et non des moindres, en limitant vos déplacements, vous limitez vos dépenses tout en œuvrant pour l'environnement.

## Conseil n°2

### Mangez frais et de saison !

Parlons de votre assiette maintenant ! Dans une démarche de préservation de la planète, le premier geste simple à adopter est de manger frais et de saison. En été c'est facile, les fruits et légumes foisonnent et permettent de se préparer facilement salades, apéro et pique-niques délicieux et sains. On évite ainsi les plats préparés ou les fast-foods et on agit sur sa santé tout en se faisant plaisir. Pour aller encore plus loin, choisissez des produits bio et locaux, plus respectueux de l'environnement !

## Conseil n°3

### Déconnectez

Dépensez votre énergie, plutôt que celle de la planète ! Quand on peut sortir au soleil, se promener, visiter, faire du sport, aller à la plage ou dans la nature... pourquoi rester devant une télévision ou un ordinateur qui consomme beaucoup d'énergie ? Pensez aussi à débrancher tous vos équipements lorsque vous partez en vacances et surtout à faire le tri dans vos e-mails ! En bref, cet été ressourcez-vous et déconnectez ! Ce sera bénéfique pour vous et pour la planète.

## Conseil n°4

### Misez sur le télétravail

L'été, ce n'est pas uniquement les vacances au soleil... Et quand il faut travailler, autant le faire de façon écolo. Vos collègues seront sûrement partis en vacances, le bureau sera à moitié vide... Alors à quoi bon faire le déplacement jusqu'au bureau ? Si votre travail vous le permet, travaillez depuis chez vous ou privilégiez des modes de transports doux comme le vélo ! Vous éviterez des pollutions inutiles et améliorerez votre santé, en faisant du sport ! Qui dit mieux ?



Plus de la moitié des émissions de CO2 des français est due à l'usage des transports, de quoi faire réfléchir !



# Inside

Pour ce 8<sup>ème</sup> numéro, nous vous livrons toutes nos idées et nos conseils pour réinventer vos challenges commerciaux et en faire de véritables succès. A vos notes, prêt, animez !





## Comment créer une opération qui engage vos vendeurs sur la durée ?

Challenger vos vendeurs est un puissant levier pour les mobiliser autour d'un objectif commun de développement des ventes. Si 81 % des directeurs commerciaux constatent une augmentation du CA en période de challenge, il existe d'autres avantages immatériels comme la cohésion d'équipe, la fidélisation de vos forces de vente, leur montée en compétence etc. Mais pour en tirer tous les bienfaits, il vous faut engager tout le monde et sur la durée ! C'est là que nous intervenons pour vous aider...

### Personnalisez vos objectifs

Impossible de motiver dans le temps sans objectifs adaptés. Pour cela, il est indispensable de connaître votre réseau. **A la manière de votre relation avec vos clients, vous devez vous rapprocher de vos vendeurs pour comprendre leurs attentes et leurs problématiques.** Vous pourrez ainsi créer des objectifs personnalisés par vendeur. 63 % des commerciaux sont en effet sensibles aux objectifs individuels, alors prenez en compte la disparité de chacun de vos vendeurs afin de réussir à les embarquer réellement ! **A vous de fixer des objectifs en fonction de leur réalité terrain, de leur portefeuille clients, leur zone géographique etc.** Au delà, vos objectifs doivent répondre aux besoins de vos vendeurs de se dépasser, de casser

la routine, d'être valorisés... En bref, comprendre ce qui motive réellement vos vendeurs vous assurera leur engagement sur la durée.

### Faites évoluer votre modèle

Les objectifs économiques ne sont pas l'apanage des challenges commerciaux, **pensez également à mettre en place des objectifs jugeant de la qualité de la relation entre vos clients et vos vendeurs !** Il peut s'agir du nombre d'avis clients déposés, du nombre de clients ayant prescrits votre marque etc. Le statut de commercial a changé et la relation client s'est complexifiée. **Il n'est donc plus envisageable aujourd'hui d'assurer un pilotage « au résultat » uniquement.** En parallèle, un management bienveillant et consistant à les accompagner sur la durée, en leur expliquant





Quelques chiffres

81%

des directeurs commerciaux constatent une augmentation du CA en période de challenge

63%

des commerciaux sont sensibles aux objectifs individuels

75%

des bénéficiaires préfèrent recevoir une dotation expérientielle que matérielle

le « pourquoi » et en leur donnant du sens permet de développer la motivation et d'encourager l'émulation collective.

Fédérez autour de votre challenge

La motivation passe également par votre capacité à créer un sentiment d'appartenance à votre marque. Créer un véritable concept créatif autour de votre challenge vous aidera à être reconnaissable de tous et d'impliquer vos équipes. Vous devez sortir vos vendeurs de leur quotidien pour les stimuler : misez sur vos valeurs, votre culture d'entreprise, créer un véritable storytelling... tous ces éléments aideront à captiver et engager vos collaborateurs.

A vous d'imaginer un univers créatif avec un environnement graphique dédié qui sort de l'ordinaire de

vos vendeurs, tout en respectant votre ADN. Votre concept créatif doit être étonnant et déployable sur différents supports (vidéos, goodies, plaquettes, site web, application...) pour vous permettre d'accentuer l'esprit d'équipe et de cohésion.

" Toute la difficulté consiste donc à trouver le bon rythme de rendez-vous et les bons stimuli. "

Événementialisez votre opération

Créer l'événement autour de votre challenge vous aidera également à motiver vos forces de vente dans le temps. Que ce soit au lancement, à chaque objectif atteint ou à la clôture de votre challenge : COMMUNIQUER. Tous les moyens sont bons pour rythmer et dynamiser votre opération. Au lancement, un séminaire renforcera ce sentiment d'émulation commun que vous recherchez. Et avant cela, jouez la carte du teaser et entretenez le mystère. Pendant votre challenge, la mise en avant de la réussite d'objectifs, de défis relevés ou autres, boosteront la motivation et l'engagement de vos forces de vente. Ces encouragements réguliers par e-mail, SMS, notifications ou via les réseaux sociaux alimenteront vos objectifs et

favoriseront le collaboratif. C'est cet esprit de communauté qui infusera petit à petit et motivera l'ensemble de vos vendeurs dans le temps.

Mixez les animations

Diversifier les dispositifs d'animation tout au long de votre challenge donnera du rythme à votre opération. En plus de votre objectif fil rouge, mettez en place des boosters à moyen terme avec des objectifs beaucoup plus précis. Ou encore des objectifs « flash » sur une semaine ou un mois. Aujourd'hui, pour embarquer vos forces de ventes, vous devez proposer des objectifs plus ludiques, plus émotionnels. Misez sur des quizz, des jeux concours, des Deals (objectifs sous forme de défis), des badges valorisant l'atteinte d'objectifs sur lesquels on s'engage de participer ou non... Facilement déployables, ces différentes animations valoriseront tous vos participants et pas seulement les grands champions. Pour cela, les plateformes digitales comme MAX seront les bienvenues. Le digital ouvre en effet plus de possibilités pour puiser dans les nouveaux leviers de motivation, former vos équipes et les accompagner en temps réel.

Récompensez pour engager

Enfin, engager vos vendeurs se traduira par la note la plus belle du challenge : la récompense. Exit les dotations standards, trop vues et sans aucune surprise. Restez dans le ton : l'étonnement et la personnalisation ! Pour cela, proposez des expériences plutôt que des primes ou des chèques cadeaux. Vous voulez réellement motiver ? Pensez à la trace que laisse un bon d'achat par rapport à un week-end insolite ! L'émotion suscitée lors de la récompense sera le point d'orgue de votre challenge alors prouvez à vos vendeurs qu'ils comptent pour vous et que vous cherchez à les valoriser. 75 % des bénéficiaires préfèrent recevoir une dotation expérientielle que matérielle. Pensez-y ! C'est ce qui fera la différence entre une motivation passagère et un réel engagement

Et si vous donniez le pouvoir à vos forces de vente ?

Grâce à nos 15 ans d'expérience en matière d'animation de réseaux de vente, nous constatons ces dernières années de plus en plus de difficultés pour engager les forces de vente. Après une étude approfondie auprès de commerciaux terrain, nous avons identifié de nouveaux leviers de motivation, plus qualitatifs, plus personnalisés et plus agiles.

C'est pourquoi Muse a créé les "Deals" : un système innovant pour engager autrement vos acteurs de la vente. Avec les Deals, c'est le commercial qui choisit et s'engage sur l'objectif le plus adapté à ses capacités, ses envies et sa motivation. Plus en accord avec les nouvelles attentes des commerciaux qui dépassent le spectre des opérations traditionnelles, les Deals redonnent une nouvelle vision du challenge.

Grâce aux Deals, vos challenges deviennent :

Plus surprenants

Chaque jour, semaine ou mois de nouveaux challenges sont proposés au commercial qui a le choix de s'engager sur celui qui lui semble le plus atteignable. On est loin de la routine d'un seul objectif annuel !

Plus engageants

C'est le vendeur qui choisit et s'engage sur son propre objectif. Libre à lui d'accepter ou non, il a tout à gagner et rien à perdre.

Plus motivants

De courte période et se basant sur les principes du gaming, les Deals permettent de jouer sur l'humour et la surprise.

Plus valorisants

Ce système de Deals permet de répondre aux nouvelles attentes managériales des commerciaux : plus d'autonomie, de responsabilisation et de considération. De plus, c'est un excellent moyen pour le manager de valoriser ses vendeurs et d'identifier de nouveaux leviers de motivation.

Plus agiles

Rapides à mettre en place et entièrement digitalisés, les Deals s'ajustent à votre réalité commerciale et à l'évolution des résultats. Si par exemple, il manque peu de choses pour atteindre les objectifs business de l'année, les Deals peuvent facilement être déployés pour rebooster les commerciaux et les inciter en temps réel !

Il en parle

" Chaque lundi on attend avec impatience les nouveaux "Deals" qui arrivent sur le site de l'opération. C'est complètement différent des challenges habituels, car on sait en temps réel qui a pris quel "deal" ; on a la main pour choisir son propre "deal " et donc se dépasser sur cet objectif ! De plus, tout est facile d'accès et fluide au niveau de l'expérience car on passe par une plateforme digitale d'animation" Florian, commercial chez un distributeur de produits et équipements bureautiques pour les PME.

Muse vous accompagne dans la conception, l'animation et la digitalisation de vos challenges commerciaux.

Muse  
Paris - Lyon  
04 26 23 06 65  
contact@muse-motivation.fr



A chaque numéro, un collaborateur de Muse se prête au jeu de l'interview et se dévoile dans nos colonnes.

# Mouhrad

*challenges organisé*



**Leader technique [ndlr : comprenez "réfèrent sur des projets web"]**

**Raconte-nous ton histoire avec Muse**

**Mouhrad Ben Djillali** J'ai découvert l'agence Muse en 2018, à travers le projet Max, notre plateforme digitale d'animation commerciale. Je recherchais à l'époque plus d'émulation et de challenges au niveau technique.

**Si tu devais expliquer tes missions, que dirais-tu ?**

**M. B.** Je suis le garant technique du projet Max. Concrètement, mon rôle est de faire le pont entre les demandes fonctionnelles des chefs de projet et le service technique. Je prends part aux développements et à la définition des versions futures du produit. J'ai aussi pour rôle de soutenir l'équipe au niveau technique et de valider certaines évolutions. L'objectif final étant de mener le projet vers la qualité et l'excellence.

**Qu'est ce qui te plaît le plus dans ton métier ?**

**M. B.** Ce métier me plaît énormément car je ne m'ennuie jamais. J'aime être actif au quotidien et je suis curieux d'apprendre de nouvelles choses. Au même titre que les métiers artistiques, nous créons des œuvres nouvelles tous les jours et cherchons constamment à nous réinventer pour faire preuve de créativité et d'efficacité.

**Quelle est ta vision du marché des plateformes digitales d'animation commerciale ?**

**M. B.** C'est un marché extrêmement concurrentiel.

Je travaille donc au quotidien pour créer des fonctionnalités différenciantes et adaptées aux nouveaux besoins clients. Dernière évolution en cours : "les Deals". Il s'agit d'une nouvelle manière d'envisager le challenge et d'engager les forces de vente, en les rendant acteurs de l'opération.

**Quels sont tes prochains challenges ?**

**M. B.** Il y a toujours de nouveaux défis à relever dans le projet Max car on est en perpétuelle évolution et on doit systématiquement conjuguer innovation et excellence opérationnelle ! Personnellement, j'aimerais acquérir plus de leadership pour embarquer tout le monde dans l'atteinte de nos objectifs.

**Au quotidien, tu es plutôt ?**

**M. B.** J'essaye d'être très organisé et minutieux car on a de nombreuses missions à gérer simultanément. Mais je cherche avant tout à avoir la vision la plus globale possible pour anticiper les contraintes, réfléchir différemment et trouver des solutions en équipe ! On peut toujours compter sur mon positivisme et ma bonne humeur.

**Une vie ailleurs, ça donnerait quoi ?**

**M. B.** Toujours dans l'informatique, mais plus proche de la médecine et dans les pays scandinaves car leur philosophie de vie m'attire ! 🇸🇪



**53%**

des entreprises ont recours à des cadeaux pour stimuler et motiver leurs collaborateurs



**61%**

des entreprises ont un budget récompense en hausse par rapport à l'an dernier



**35%**

des entreprises plébiscitent la dimension éco-responsable des récompenses

## LES RÉCOMPENSES POUR EMBARQUER VOTRE FORCE DE VENTE

**3**

objectifs clés

**1**

Stimuler et motiver

**2**

Fidéliser

**3**

Remercier

Pour plus...

DE COHÉSION

DE MOTIVATION

D'ENGAGEMENT



Nombre d'opérations récompense par an

*A quelles occasions ?*

- NOËL
- VACANCES
- CHALLENGE

Quelles types de récompenses ?



**ET VOUS ?**

**Vous avez un projet reward à nous confier ? Contactez-nous !**

**Muse**

Paris - Lyon  
04 26 23 06 65

[contact@muse-motivation.fr](mailto:contact@muse-motivation.fr)

\*Sources : ActionCO, Omyagué, enquête CSA REsearch, 2FPCO.

**PARTAGER  
S'AMUSER  
SE RETROUVER**



### **LE BARBECUE EASYGRILL BURGER**

**L'équilibre parfait entre puissance, simplicité et convivialité !**

Utilisez-le en tant que barbecue pour déguster de savoureuses grillades ou servez-vous de l'accessoire dédié pour préparer facilement des hamburgers pour vos amis.

### **BEERTENDER®**

**Dégustez chez vous la bière pression par excellence**

Le système BeerTender® refroidit les fûts à la température idéale tout en préservant la qualité de la bière pendant 30 jours après la mise en service du fût.

**Tefal®**

**SEB®**