

# E comme ... Evangélistes

---

Les Evangélistes sont des clients particuliers de l'entreprise. Ils ont en effet une caractéristique très importante qui est qu'ils vont porter la bonne parole gratuitement tellement ils sont convaincus de la haute qualité de vos services ou de vos produits.

Ce sont des commerciaux qu'il n'est pas nécessaire de motiver et qui vont tout faire pour convaincre leur entourage de devenir vos prochains clients. Ce sont donc des personnes à choyer particulièrement et à encourager dans leur démarche ...

## Les Evangélistes de l'entreprise qui est ce ?

Pour une entreprise il existe deux sortes d'Evangélistes.

Tout d'abord il y a les clients satisfaits des services ou des produits de l'entreprise au point qu'ils sont fiers d'en parler à leur proche. Ils sont en plus fiers d'avoir « découvert » ces produits ou services avant les autres, ce qui leur confère une position de supériorité.

Ensuite il y a ceux qui, sans avoir essayé l'offre proposée par l'entreprise, sont convaincus de son bien-fondé et de sa pertinence. Là aussi, ils en parlent à leur entourage en ayant le sentiment d'être le premier à savoir, ce qui est très valorisant !

## Cas pratique

Avant toute chose, il faut avoir un produit ou un service sur lequel vous voudrez communiquer de manière spéciale. Autrement dit, si vous avez une dizaine de produits, choisissez-en un et mettez-le en avant. A chaque produit, son groupe d'Evangélistes !

Ensuite, vous devez mesurer très précisément les différents retours que vous avez sur ce produit ou ce service. Ce n'est en effet qu'en analysant finement les commentaires faits sur les réseaux sociaux ou les blogs par exemple que vous pourrez voir ce qui plaît ou ce qui ne plaît pas.

## ABECEDAIRE PRATIQUE DE L'ENTREPRENEUR

Améliorez ensuite ce qui ne va pas et faites-le savoir. En effet, un utilisateur peut faire une remarque négative car telle fonctionnalité lui déplaît, mais si vous corrigez le défaut en lui indiquant que son avis vous a permis de progresser, vous le faites participer indirectement au développement et cela va le valoriser.

En parallèle, vous devez identifier les influenceurs et faire en sorte qu'ils soient satisfaits de votre offre. Les influenceurs étant ceux dont l'avis compte et qui sont en général très courtisés par les marques.

Toutefois, ne vous focalisez pas que sur les influenceurs car, à l'instar des critiques de cinéma, ils ne font pas tout et vous pouvez avoir un véritable succès sans avoir de louanges de la part des influenceurs officiels ...

Ensuite, une fois que vous avez identifiés ceux qui feraient d'excellents Evangélistes (parce qu'ils ont une communauté importante autour d'eux, parce qu'ils parlent bien, etc.), n'hésitez pas à les chouchouter en leur donnant des informations de première main. Le fait qu'ils sachent avant tout le monde ce qui va se passer les renforce dans cette position de supériorité !

### **Alors, comment gérer ses Evangélistes ?**

Pour bien gérer ses Evangélistes, il faut commencer par les identifier et par s'assurer qu'ils ont autour d'eux une communauté qui correspond à vos segments de clientèle.

Ensuite, vous devez leur fournir des informations avant tout le monde pour qu'ils puissent maintenir leur position. En plus, les autres sachant cela, ils iront les voir pour obtenir des informations inédites sur votre produit ou votre service, ce qui va contribuer à les maintenir au-dessus de la mêlée.

Enfin, n'oubliez jamais qu'un Evangéliste est exigeant ! Si vous le décevez trop en vous disant qu'il vous aime tellement qu'il restera quoi qu'il advienne, vous faites erreur ! En plus, un Evangéliste déçu mettra tout en œuvre pour rejeter la faute sur vous, tout simplement pour ne pas perdre la face ... Alors méfiance !