

Grâce à Ekoo, on ne lit plus les avis en ligne, on les écoute

Que l'on veuille chercher un livre, regarder un film ou acheter un moule à gâteau, un réflexe reste systématique : lire les avis disponibles sur internet. Pourtant, à l'heure où les réseaux sociaux surfent sur les vidéos ou audios (Tiktok, ...), les avis restent écrits. Afin de révolutionner l'expérience client, la startup lilloise Ekoo permet aux collaborateurs d'une entreprise de faire entendre leur voix, au sens propre du terme.

Temps de lecture : minute

10 novembre 2022

Aujourd'hui, les consommateurs consomment de moins en moins de contenus rédigés, et l'écriture se raréfie. La multiplication des messages vocaux envoyés par messagerie démontre le succès des conversations asynchrones. C'est en remarquant ce phénomène et en notant l'explosion des podcasts qu'Emilie Brossier Bruneau et Johann Desjardins ont eu l'idée de lancer l'aventure Ekoo : " *C'est en voyant les jeunes écouter des messages vocaux sur leurs portables, tenus à l'horizontal que l'idée nous est venue* ", se rappelle Emilie Brossier Bruneau, cofondatrice d'[Ekoo](#). " *J'écoutais à l'époque un podcast, dans lequel un sommelier racontait avec engouement comment il dénichait le petit vigneron indépendant qui conviendrait parfaitement à ses clients. Je vais donc sur leur site internet, mais je ne trouve cependant pas de témoignage du sommelier sur la page produit. J'ai trouvé dommage de ne pas donner la parole à cet homme, passionné et passionnant, directement sur le site internet* ".

Une solution pour "murmurer" des conseils à l'oreille des consommateurs

Ainsi, Ekoo permet d'enregistrer facilement et spontanément l'avis d'un collaborateur ou d'un expert de la marque, et de le rendre disponible sur le site internet de la marque. Cet enregistrement pourra être écouté à volonté par les futurs acheteurs. Les clients pourront cliquer sur l'enregistrement ou flasher un QR code afin de l'écouter. Ekoo peut même les inciter à laisser un avis audio.

La startup, qui existe depuis 6 mois, a déjà signé des partenariats avec des entreprises importantes. Si elle a commencé avec le secteur du livre par une phase de test en collaborant avec le Furet du Nord et Decitre, elle se développe désormais sur d'autres secteurs. La marque Bledina, par exemple, utilise sa solution pour faire parler ses nutritionnistes.

Une première collaboration fructueuse avec des poids lourds du secteur

" Ekoo a été co-construit avec les magasins : nos clients ont fait évoluer la solution, et cela nous a permis d'être plus juste et plus rapide, tout en créant des liens avec nos partenaires ! ", précise Emilie Brossier Bruneau, cofondatrice d'Ekoo. " Nous travaillons avec trois magasins tests du Furet du Nord, où les collaborateurs du magasin peuvent exprimer leurs avis sur les lectures. Ces avis seront écoutables sur les QR codes présents sur les marque-pages. Les avis des conseillers et libraires seront également disponibles sur les catalogues de Noël, et ce sont les équipes des magasins qui en ont eu l'idée ! ".

Ekoo souhaite désormais étoffer son équipe, composée actuellement de 6 personnes, s'ouvrir à de nouveaux marchés et se développer à l'international.

L'objectif de la startup restera, cependant, toujours le même : rapprocher les marques de leurs consommateurs en les aiguillant mieux dans leur choix, comme le rappelle Emilie Brossier Bruneau. *" Dans une librairie, quand le libraire n'est pas disponible pour nous aider à choisir, c'est frustrant : on se retrouve seul face à la quatrième de couverture. Ekoo est un outil qui permet de générer de l'inspiration pour les passionnés de lecture. Même si le libraire n'est pas là, il peut continuer de murmurer à l'oreille de sa clientèle "*.

Article écrit par Guillaume Cossu