



Avec [TesterTout.com](http://www.TesterTout.com), découvrez vos envies

Lancement de **TesterTout.com** Agence Marketing
Editrice du 1^{er} programme gratuit d'envoi de cadeaux pour tous

Contact

Aurélien Deschodt

Associé, fondateur

+336.19.56.12.68

adeschodt@testertout.com

TesterTout.com

<http://www.TesterTout.com>

53, rue du président Wilson

92300, Levallois-Perret

SOMMAIRE

TesterTout.com : un programme gratuit d'envoi de cadeaux pour tous

3

Une approche marketing ciblée, efficace et mesurable via le test de l'offre

4

TesterTout.com bien + qu'un échantillonnage

5

Une entreprise née de la crise

6

TesterTout.com : un programme gratuit d'envoi de cadeaux pour tous

TesterTout.com, **nouveau site internet** récemment lancé, offre la possibilité de recevoir et de tester gratuitement des produits, des services, des échantillons et des offres adaptés à son profil.

TesterTout.com offre un envoi personnalisé et adapté au profil de chaque membre.

Cette adéquation entre les cadeaux distribués et les adhérents ciblés est possible grâce au questionnaire d'inscription permettant de cibler les centres d'intérêts de tous nos membres.

Le principe est simple :

Une inscription rapide

Lors de sa première visite sur le site www.TesterTout.com, l'internaute remplit un questionnaire unique et gratuit selon ses centres d'intérêts et devient membre adhérent.

Pour une offre personnalisée

Régulièrement, chaque membre reçoit gratuitement à son domicile ou sur son adresse email, des produits, services ou offres à tester : alimentaire, culturel, 'bio', cosmétique, à partager, à déguster, à lire, à télécharger, à regarder... toute la gamme de produits et services qui leur ressemble et aussi diverse que nous pouvons offrir.

A partager avec sa communauté

Pour chaque test, les membres sont invités à s'exprimer librement pour donner leur avis - quel qu'il soit - et le partager avec leurs communautés (via facebook, twitter...). Ils peuvent aussi inviter leurs proches à s'inscrire sur TesterTout.com en devenant leur parrain.



Avec TesterTout.com
découvrez vos envies !

- 1 Inscrivez-vous sur Tester Tout**
Intégrez gratuitement le programme Tester Tout
- 2 Recevez des cadeaux qui vous ressemblent !**
Toute l'année et selon votre profil découvrez en exclusivité des échantillons gratuits envoyés directement chez vous
- 3 Testez-les et donnez votre avis**
Après avoir testé les échantillons gratuits, exprimez-vous librement et mettez à jour votre profil
- 4 Recevez de nouveaux cadeaux gratuits !**
Découvrez vos envies en recevant de nouveaux produits cosmétiques, culturels, alimentaires... et bien plus encore

[En savoir plus](#)

Nouveau sur TesterTout.com ?

Inscription gratuite et ouverte à tous

[S'inscrire](#)

Déjà inscrit sur TesterTout.com ?

E-mail

Mot de passe

[Accès perdu ?](#) [Se connecter](#)

Une approche marketing ciblée, efficace et mesurable via le test de l'offre

Un bon produit est le meilleur atout d'une marque

TesterTout.com place l'offre au cœur de la relation avec le consommateur pour créer une approche gagnant-gagnant entre la marque et ce dernier.

Les milliers d'adhérents TesterTout.com : une base ciblée, qualifiée et impliquée

Nos adhérents sont des consommateurs ciblés et qualifiés selon le principe d'adéquation entre profil et offre. Ils veulent découvrir et tester différents produits et services (physiques ou dématérialisés) qui leur ressemblent et sont réceptifs et impliqués dans le test du produit ou du service proposé en découverte.

Le marketing via l'essai : une méthode rentable pour les annonceurs et les agences

Grâce à notre méthode d'échantillonnage sur une base déjà sensibilisée, les annonceurs peuvent développer une communication efficace pour **recruter, promouvoir, fidéliser ou réaliser des études**. La modélisation de nos opérations offre également **des coûts maîtrisés** et un positionnement compétitif sur le marché. Le retour consommateur systématisé sur chaque opération permet de **mesurer le retour sur investissement des actions TesterTout.com**.

Les 5 points clés de l'offre TesterTout.com :

Modélisation

Assurer une grande facilité de mise en action et des coûts optimisés.

Personnalisation

Mettre à disposition plusieurs outils de communication modulables selon les besoins de chaque client (habillage questionnaire, ajout d'un leaflet dans le colis, présentation de la dernière copie télé, intégration de bon de réduction en plus de l'échantillon...).

Efficacité

Offrir l'efficacité dans toutes nos opérations. TesterTout.com est l'intermédiaire privilégié entre la marque et nos consommateurs inscrits volontairement et en direct sur notre site - et non via des bases de données partenaires.

Mesure

Obtenir un bilan détaillé par consommateur et par opération grâce au retour questionnaire de chaque membre, sur chacune des offres testées, pour en dégager les grandes tendances.

Dialogue optimisé

Identifier les prospects les plus réceptifs. Chaque opération TesterTout.com permet de 'tamiser' la cible, d'identifier les consommateurs potentiels, et de réaliser ainsi des actions marketing adaptées et modulables en fonction des retours : l'action ne sera pas la même sur un prospect intéressé, peu intéressé ou très intéressé par l'offre testée.

Partenaire et prestataire

TesterTout.com travaille en direct avec les **marques ...**

... Et en collaboration avec les **agences de communication** n'ayant pas le temps ou les compétences disponibles pour proposer un service complet à forte valeur ajoutée à leur annonceur, en intégrant leurs réalisations graphiques (bannière, vidéo, rédaction de page de présentation, MMS...) nécessaires au programme TesterTout.com



TesterTout.com bien + qu'un échantillonnage

L'échantillonnage classique consiste à diffuser un produit auprès de consommateurs plus ou moins bien ciblés, une simple rue passante faisant d'ailleurs parfois office de ciblage. Cette méthode ne permet donc pas de connaître précisément l'avis des consommateurs sur le produit qu'ils viennent de découvrir, et encore moins de le mesurer.

L'approche originale de TesterTout.com permet de communiquer via l'essai mais surtout de:

- 1° Cibler des prospects qualifiés, réceptifs et intéressés par les produits ou services testés
- 2° Valoriser les produits via une distribution qualitative et exclusive
- 3° Connaître les avis des consommateurs qu'ils partageront ensuite à leurs communautés
- 4° Mesurer les actions pour en valider leur efficacité
- 5° Cibler la communication et moduler les offres dédiées selon l'intérêt des prospects

Pour répondre aux problématiques actuelles des annonceurs, ou à leurs agences partenaires, toutes nos opérations sont :

Multicanales via les canaux print, web et mobile utilisés

Modélisées donc simples à mettre en place, tout en garantissant des coûts maîtrisés

Personnalisables pour un impact optimum selon les besoins de chaque annonceur

Valorisantes auprès du consommateur, et ce à toutes les étapes de l'opération, de l'email annonçant le colis au questionnaire de satisfaction aux couleurs de la marque

Un exemple



Une entreprise née de la crise

Un positionnement adapté à la situation actuelle

Confiance

En période d'incertitude économique, le consommateur est amené à peser chacun de ses choix. Avoir la possibilité de tester une offre et de découvrir les avis d'autres consommateurs donne confiance et favorise le changement dans les comportements d'achat en toute sérénité.

- TesterTout.com aide les consommateurs dans la découverte de leurs nouvelles attentes et envies.

Innovation

De la difficulté naît l'innovation et donc la nouveauté. C'est une des forces principales des marques pour valoriser leurs offres et garantir un bénéfice aux consommateurs par rapport à la concurrence.

- TesterTout.com assure la diffusion de ces nouveautés y compris sur des niches.

Mesure

La réduction des coûts et la mesure de chaque action entreprise sont essentielles pour garantir la rentabilité de chaque investissement et, ainsi, affiner et optimiser sa communication.

- Mesurabilité et efficacité sont 2 des principes fondateurs de TesterTout.com.

L'opinion Clients prend une part de plus en plus importante dans l'acte d'achat.

D'ici 2011, 1/3 des achats réalisés, pour un consommateur donné, seront directement influencés par les opinions dont il aura eu connaissance en ligne, contre 9 % en 2008 (sources : Analyste Gartner mars 2009).

Cette tendance est encore plus avérée pour les e-acheteurs. 57% d'entre eux recherchent l'avis de pairs avant l'acte d'achat (source Credoc mai 2009).

Tester l'offre
+ Diffuser l'avis
= TesterTout.com

En savoir plus sur TesterTout.com

2009 a été consacrée à la réflexion & à la concrétisation du projet

2010 est l'année de l'action avec le lancement de l'Agence Marketing TesterTout.com

Créée pour construire une relation gagnante entre la marque et le consommateur

Tester Tout S.A.R.L



Pour plus d'informations

Site officiel : www.TesterTout.com

Twitter : www.twitter.com/TesterTout

Facebook : <http://facebook.com/TesterToutcom>