

# STRATÉGIE DE RELANCE ASTHEYA REVISITE SA MARQUE EMPLOYEUR



**Témoignage**  
MONIQUE DUCHENE,  
DIRIGEANTE D'ASTHEYA

**ASTHEYA**  
ENTREPRISE SPÉCIALISÉE DANS LA VENTE DE THÉS À DOMICILE  
ET EN LIGNE

**Pour recruter plus facilement ses vendeurs à domicile, ASTHEYA a bénéficié du diagnostic-accompagnement RH Innov'PME proposé par l'Opcommerce. L'occasion pour cette petite entreprise de 5 salariés, installée en Pays de la Loire, de retravailler sa marque employeur, de dynamiser ses relations clients et de revisiter sa communication digitale. Témoignage.**

Un voyage olfactif, gustatif, culturel sur la route des thés... sans bouger de son salon ! C'est la promesse d'ASTHEYA, spécialiste de la vente de thés de qualité à domicile. La TPE, fondée par Monique DUCHENE, Emmanuelle BIANNIC, Isabelle GUINARD et Pierre-Yves BOUGEANT, anime une équipe de 220 vendeurs indépendants.

Ces conseillers « globe-trotteurs », comme Monique DUCHENE les appelle, proposent aux clients qui les accueillent chez eux des « escales » thématiques autour de thés venus de Chine, du Maroc, d'Inde ou encore du Japon.

« C'est non seulement l'occasion de faire découvrir des thés d'exception, mais aussi de proposer un moment de bien-être et une bulle de culture générale pour partager tous l'univers et les bienfaits de cette boisson », explique la cheffe d'entreprise.

## Prise de recul

Mais après 9 ans d'existence, les associés avaient besoin de prendre un peu de recul. D'autant que la crise de la Covid était passée par là. « Certains conseillers avec lesquels nous travaillions ne voulaient plus sortir de chez eux. Nous en avons perdu près de 20%. Depuis nous avons beaucoup de mal à recruter de nouveaux vendeurs », poursuit Monique DUCHENE.

Pas de quoi déstabiliser pour autant cette entrepreneuse aux mille vies profession-

nelles, adhérente active de la Fédération de la vente à domicile. Elle en parle à Philippe Kerdreux, Conseiller emploi-formation à la délégation Pays de la Loire de l'Opcommerce.

Pour redonner de l'élan à ASTHEYA, il lui propose de suivre le diagnostic-accompagnement RH Innov'PME et la met en contact avec David Le Souder du cabinet READY4DIGITAL.

## Vision à 360°

Le consultant lui propose de tout remettre à plat pour structurer un discours cohérent sur l'entreprise, revaloriser sa marque employeur et mieux tirer parti de sa communication sur les réseaux sociaux.

## ASTHEYA EN BREF

- 2014 : création de l'entreprise par Monique DUCHENE et ses associés, Emmanuelle BIANNIC, Isabelle GUINARD et Pierre-Yves BOUGEANT.
- ASTHEYA emploie 5 salariés et anime une force de vente de 220 conseillers indépendants.
- L'entreprise est présente dans 67 départements en France.



# STRATÉGIE DE RELANCE ASTHEYA REVISITE SA MARQUE EMPLOYEUR

« L'accompagnement en lui-même dure cinq journées. A chaque fois, les rendez-vous de travail étaient très denses avec aussi du travail personnel à réaliser. Mais ça vaut le coup ! », se félicite Monique DUCHENE.

Cette vision à 360 ° de l'activité de l'entreprise a permis aux co-fondateurs de « ressortir les tripes de la création, raconte, amusée, la cheffe d'entreprise. Au bout de 10 ans, nous avons un discours un peu mécanique sur l'entreprise qui a des valeurs fortes, profondes, militantes. Mais nous ne savions plus vraiment le dire et l'affirmer. Rien de tel qu'un regard extérieur pour faire cet exercice. »

## Actions concrètes

ASTHEYA est donc passée à la moulinette par David LE SOUDER : histoire, vision, segments de clientèle, canaux de distribution... La cheffe d'entreprise replonge aussi dans la base de données des clients de l'entreprise et son outil CRM.

« Je ne m'autorisais pas à utiliser ces informations car je considérais que la relation client était du ressort de nos indépendants », explique-t-elle. Un diagnostic du site internet est aussi réalisé. Et des actions très concrètes sont mises en œuvre comme un blog pour mettre en avant les bénéfices de la vente à domicile, véritable complément de revenu, la création et le lancement de nouveaux thés et infusions par ASTHEYA.

## Webinaire métier

« Nous avons également beaucoup travaillé sur la marque employeur pour relancer le recrutement des conseillers. Une fois par mois, nous organisons un webinaire sur le métier de vendeur à domicile. J'ai revu la présentation que je faisais de l'entreprise, de nos formations et j'ai appris à mieux valoriser nos thés et leur histoire », énumère Monique DUCHENE.

De cet accompagnement, ASTHEYA est sortie renforcée avec une feuille de route et un plan de communication précis. « Nos conseillers sont aussi ravis que nous utilisons la base de données de notre CRM. En relançant les clients à leur place, ceux-ci prennent le temps de rappeler nos conseillers pour organiser des dégustations ou directement passer commande », se réjouit la cheffe d'entreprise.



Emmanuelle Biannic, Monique Duchêne et Pierre-Yves Bougeant, les trois fondateurs d'ASTHEYA.

“ L'accompagnement en lui-même dure cinq journées. A chaque fois, les rendez-vous de travail étaient très denses avec aussi du travail personnel à réaliser. Mais ça vaut le coup !

Monique DUCHENE

”