

/ Phone Design élargit ses gammes

L'agence troyenne de communication sonore fondée en 2003, spécialisée au départ dans les messages et musiques d'attente téléphonique, se fait un nom en proposant des services complémentaires : identité sonore, voix off et même cloud recording...

En 13 ans d'existence, Phone Design a avancé sans faire de bruit, mais la société a bien grandi. Installée rue Claude-Jobert à Troyes, elle est passée d'une personne, son fondateur Eric Delahaye, à dix-huit, toutes occupées à réaliser ce qu'on appelle dans le métier du « pré-décroché ». C'est-à-dire à remplir le plus utilement



possible le temps d'attente téléphonique quand on cherche à joindre une entreprise, une administration, une collectivité... Il peut s'agir juste d'une musique sympa qui détend l'atmosphère l'espace de quelques instants, mais aussi, et ce de plus en plus fréquemment, de messages enregistrés. Au-delà du fait de faire patienter le temps d'obtenir un interlocuteur, ces messages apportent de l'information. Le savoir-faire acquis dans ce domaine est important. « Notre entreprise a surtout fonctionné comme une "marque blanche" via un vaste réseau de distributeurs-installateurs de téléphonie couvrant toute la France », expose Gilles Dubreuil, directeur commercial, qui s'est associé à Eric Delahaye en 2004. Pour le duo de dirigeants, cette stratégie a été gagnante. Elle a permis de développer l'affaire pas à pas. Depuis deux ans, en s'appuyant sur un site Internet efficace (www.phone-design.com), ils ont commencé à séduire et à capter une clientèle nouvelle, en direct. En innovant et en disposant d'outils qui lui permet d'être plus compétitive, Phone

Design a connu une progression de l'ordre de 12 – 13 % sur les 9 derniers mois. Le chiffre d'affaires annuel s'établit autour de 1,1 M€. « Nous envisageons d'autres recrutements si cela continue comme ça », indique Eric Delahaye confiant dans l'avenir car « des marchés s'ouvrent ».

Démocratiser l'identité sonore

Ce n'est pas le fait du hasard. Phone Design, qui a changé de logo il y a peu et qui se définit désormais comme une agence de com' sonore, a diversifié son offre. « Nous créons des jingles musicaux dédiés aux entreprises qui veulent disposer d'une identité sonore en plus d'une identité visuelle. Tout le monde connaît les trois notes qui démarquent la SNCF, c'est le principe. Cette virgule musicale peut être déclinée sur tous supports », annonce Gilles Dubreuil en précisant que Phone Design fait appel à des compositeurs. « Nous développons en parallèle une activité de voix off, qui permet de mettre des commentaires sur les vidéos, toujours plus nombreuses, qu'il s'agisse de présentation corporate ou de spot publicitaire. L'enregistrement doit être hyper pro et, dans ce domaine, nous savons faire puisque nous faisons appel régulièrement à une quarantaine de comédiens et comédiennes pour interpréter les textes, que ce soit en anglais,

en russe ou en mandarin... La maison pratique une dizaine de langues ».

En outre, en matière de R&D, la société troyenne fait breveter une technologie « mix & play » assez bluffante. « Elle permet au client, à partir d'un large panel de musiques existantes et de textes déjà écrits, de remixer le message automatiquement en ligne. Un vrai mixage, pas une simple fusion, la priorité devant rester au message. L'intérêt de la formule du "cloud recording", c'est de pouvoir changer souvent et étonner l'auditeur en rebondissant par exemple sur l'actualité musicale du moment, le retour de tel ou tel groupe, la disparition d'un chanteur. Nous sommes dans l'interaction. Phone Design est toujours là pour apporter le conseil nécessaire. Car le service client est et doit rester notre force », assure Eric Delahaye. À la fois directeur d'exploitation et designer sonore, il gère la question des droits et taxes liés à ces activités. « Pour le client, c'est transparent », déclare-t-il. Pratiquant des formules de packs ou forfaits, Phone Design a souhaité s'inscrire dans une logique de prestations à coûts accessibles pour les PME, sa cible prioritaire. « Nous voulons démocratiser la communication sonore », certifient les deux dirigeants, persuadés d'être ainsi sur la bonne... voix ! ■

Philippe Schilde

