DOSSIER DE PRESSE
2019

ats studios
Créateur de sons

SOMMAIRE

ats studios
Créateur de sons

ATS STUDIOS, ARTISAN DU SON & PRODUCTEUR INDUSTRIEL, UN POSITIONNEMENT INÉDIT EN FRANCE P.4

ATS Studios, un acteur historique et emblématique des phases vocales téléphoniques

La promesse ATS Studios : une offre unique
grâce à un accompagnement ultra-personnalisé

ATS STUDIOS, UNE ENTREPRISE DYNAMIQUE QUI POURSUIT SON EXPANSION P.8

Un début d'année 2019 prometteur

Les défis de demain :
renforcement de l'offre et développement de places de marché

LA COMMUNICATION SONORE : UNE STRATÉGIE DURABLE DE DIFFÉRENCIATION ET DE RECONNAISSANCE POUR LES ENTREPRISES P.10

Le son, un puissant vecteur de communication...

...au service de toutes les entreprises !

De l'histoire de marque à l'identité sonore, un accompagnement sur-mesure

L'accueil téléphonique, un véritable média à mettre à profit

La création sonore, pour sublimer sa communication de marque

INNOVATION & EXPÉRIMENTATION : LA R&D AU CŒUR DE LA CULTURE D'ENTREPRISE P.15

Une recherche constante d'innovation pour être à la pointe du service client : la R&D

Cultiver le sens créatif des collaborateurs, un relais de la R&D

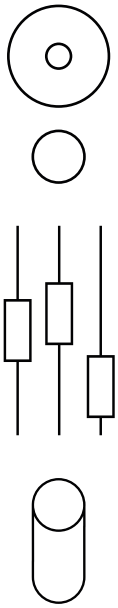
UN ACTEUR IMPLIQUÉ DANS LE PARTAGE DE SA PASSION P.18

ATS Studios, partenaire de l'art sous toutes ses formes...

...et employeur attentif à ses publics internes

ats studios
Créateur de sons

ATS STUDIOS, ARTISAN DU SON & PRODUCTEUR INDUSTRIEL, UN POSITIONNEMENT INÉDIT EN FRANCE



ATS Studios est une agence de communication sonore leader dans l'accueil téléphonique. Elle est implantée à Lyon et se divise en deux services : les studios, quai Jaÿr (Lyon 9) et le service client, rue Gorge de Loup (Lyon 9). L'entreprise est née en 1985 à l'initiative d'Alain Coulas, Président actuel.

Née et inspirée par un constat fort : le son est émotion, la musique est empathique et l'alliance des mots, voix et musiques constituent un média en soi, ATS Studios a développé une offre unique autour de l'identité téléphonique sonore puisque le téléphone, en dépit de l'avènement du web, représente depuis toujours un premier point de contact essentiel entre l'entreprise et le prospect.

L'objectif d'ATS Studios est de mettre sa passion et sa créativité au service de ses clients ; une mission depuis plus de 30 ans qui l'a amenée à devenir numéro 1 sur le marché de l'identité téléphonique sonore en France et la première à avoir développé un réseau de partenaires sur l'hexagone et des commerciaux situés à Paris, Nantes, Marseille, Bordeaux, Strasbourg, Lille, Dijon. L'entreprise possède, par ailleurs, une filiale en Suisse.

ATS Studios c'est :

250 clients nouveaux / jour

+1 000 enregistrements / jour

10 studios numériques

90 salariés

400 000 clients

L'ambition d'ATS Studios est de porter à un niveau d'excellence distinctif l'entreprise, d'appréhender sa singularité (chaque marque est unique) pour lui proposer une identité sonore sur-mesure.

UN PEU D'HISTOIRE...

Depuis toujours, la musique est au centre de la vie d'Alain Coulas. Compositeur, chanteur, guitariste pendant 10 ans, cet artiste mélomane crée son entreprise après avoir entendu l'attente musicale téléphonique de la FNAC : les Quatre saisons de Vivaldi.
Alain Coulas a 30 ans quand il fonde ATS Studios, « start-up avant l'heure ! ». L'ambition d'ATS est alors de faire du téléphone, ce média trop souvent négligé, un véritable vecteur de communication. « Les Quatre saisons de Vivaldi étant la norme à cette époque, nous sommes arrivés avec une offre différenciante et innovante. À nous de conseiller chaque client dans l'écriture des textes, le choix de la voix et de la musique qui incarneront son entreprise ».

ATS Studios, un acteur historique et emblématique des phases vocales téléphoniques

Le métier premier d'ATS Studios a trait à l'accueil téléphonique mais l'entreprise au fil des années a su se diversifier. Elle a surtout réussi à capitaliser sur sa posture experte de « créateur de sons » pour élargir son offre, sans pour autant perdre son ADN, la convivialité et la dimension humaine qui la caractérisent.

Aujourd'hui, ATS Studios opère dans deux sphères distinctes : l'accueil téléphonique (pré-décrochés, attentes musicales, répondeurs...) et la communication sonore (sonorisation des points de vente, signature musicale, spot radio, playlist, podcast...). L'entreprise est, à ce jour, la seule en France à avoir ce double positionnement et à pouvoir assurer, de fait, la volumétrie confiée par les installateurs ou opérateurs en téléphonie.

Sa taille, plus de 90 collaborateurs, loin de constituer un frein à son agilité participe à renforcer son expertise et sa productivité. ATS Studios grâce à la pluralité de ses métiers est aujourd'hui en mesure de répondre à des problématiques business aussi différentes que pointues et surtout de couvrir une stratégie sonore d'entreprise de A à Z.

- **ATS Studios a su élever la qualité de son service à de l'industrie mais avec la noblesse d'un savoir-faire artisanal.**

UN ACTEUR AU POSITIONNEMENT EXCLUSIF SUR LE MARCHÉ

« Aujourd'hui ATS Studios, c'est une taille d'entreprise importante, plus importante que nos concurrents. Nous disposons de beaucoup d'experts dans tous les corps de métiers qu'ils soient techniques ou créatifs (rédaction, mixage, composition, comédiens, conseils etc.). L'entreprise est donc très souple dans ce qu'elle peut proposer au client car nous sommes à la fois des experts et des créatifs et cette posture nous confère un réel avantage concurrentiel. Pour autant on ne se disperse pas, l'entreprise reste concentrée sur ce qu'elle sait faire : la communication sonore. Nous sommes en capacité d'absorber une grande volumétrie de commandes mais dans le respect d'une charte qualité et d'un savoir-faire qui demeure artisanal. ATS Studios aujourd'hui c'est de l'industrie 'artisanale' ou un artisan 'industriel'. »

Alain COULAS, Président

ATS Studios c'est :

Des **millions** de titres disponibles

1 200 titres libres de droits

120 voix off

48 langues étrangères

La promesse ATS Studios : une offre unique grâce à un accompagnement ultra-personnalisé

Conseil, expertise, accompagnement... 3 mots qui définissent avec justesse la promesse d'ATS Studios : proposer un suivi qualifié, une prise en charge de proximité à ses clients et un produit finalisé unique et singulier.

Pour ce faire, l'entreprise dispose d'une équipe dédiée de 40 médiaplanneurs spécialistes capables de garantir des prises en charge rapides et d'accompagner les clients de A à Z dans leurs démarches.

L'entreprise travaille de façon personnalisée et adaptée selon le brief qui lui est confié. Toutes les voix mobilisées sont des voix humaines et non synthétiques et lorsqu'elles sont étrangères, les comédien(ne)s sont natifs du pays concerné. Un des atouts indiscutables de l'entreprise réside aussi dans la largesse de son catalogue de voix et de musiques proposées.

Pour finir, ATS Studios se nourrit, depuis sa création, de 3 valeurs clés qu'elle a érigées comme des maîtres-mots qui transparaissent à la fois dans son savoir-être et son savoir-faire : **PASSION** ; **PERFORMANCE** et **HUMAIN**.

POUR DÉCOUVRIR ATS STUDIOS EN IMAGE

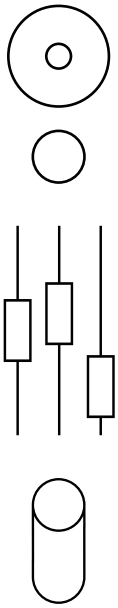
http://bit.ly/ats-studios-video-corporate

SUR LE FILM CORPORATE D'ATS STUDIOS

« Au travers de la musique, l'enjeu était de représenter toute une variété car ATS est très riche tant au niveau humain que technologique. C'était emblématique et en même temps très beau de faire cette plongée dans l'univers ATS, j'ai dû arpenter les studios pour rencontrer des gens que je ne connaissais pas, pour synthétiser l'élément humain. Dans cette musique, il y a quelque chose d'épique, effectivement c'est une histoire de 30 ans, et il y a une évolution du style. Au début, ce sont des instruments plus acoustiques qui deviennent un peu plus électriques, électroniques vers la montée finale qui est très rythmée, qui est une projection vers le futur. Je me suis vraiment amusé à travailler sur ce morceau que j'aime beaucoup, parce qu'à mon avis il représente bien l'esprit d'ATS Studios. »

Marco BUSETTA, Compositeur

ATS STUDIOS, UNE ENTREPRISE DYNAMIQUE QUI POURSUIT SON EXPANSION



Un début d'année 2019 prometteur

Après 6 années qui ont vu l'activité bondir de 50 %, ATS Studios a réalisé un chiffre d'affaires en 2018 de 7,3 millions d'euros, en baisse de 3 % par rapport à 2017 ; en cause une fin d'année, habituellement stratégique, impactée par les différents mouvements sociaux en France. Par ailleurs, les entreprises des secteurs de la logistique et du commerce ont, par exemple, décalé leurs investissements en cours.

Toutefois, l'année 2019 se présente comme plutôt encourageante avec une reprise de l'activité notamment grâce au secteur du commerce qui rattrape son retard (+ 8 % au 31 mars 2019). L'entreprise projette une croissance de 10 à 12 % (d'ici le 31 décembre 2019).

Concernant les investissements, ils avaient été importants en 2017, à hauteur de 250 k€, avec le déménagement des services ATS Studios sur un plateau de 1 250 m² à Gorge de Loup (Lyon). En 2018, le pôle de création numérique a représenté un investissement de 50 000 €.

En 2018, l'entreprise a embauché une dizaine de collaborateurs (commerciaux terrain et vente en ligne). Une ligne de conduite maintenue pour 2019 avec des recrutements prévus en comptabilité, commerce terrain, communication et conseil clients.

Les défis de demain : renforcement de l'offre et développement de places de marché

Aujourd'hui, si ATS Studios reste toujours majoritairement sollicité pour son expertise sur l'attente téléphonique (cela représente 92,2 % de son chiffre d'affaires contre 7,8 % pour les créations sonores), le segment dédié à la communication sonore augmente.

Les clients qui sollicitent ATS Studios pour une attente téléphonique ont déjà une intuition, celle qu'il ne faut pas négliger sa messagerie téléphonique ; pour l'agence de communication sonore l'enjeu est ensuite d'accompagner les entreprises dans l'intégralité de leur stratégie sonore. C'est une sensibilisation qui s'opère sur le long terme mais qui représente pour ATS Studios une vraie opportunité de développement du chiffre d'affaires. Pour Alain Coulas : « Si on transforme dans les ETI et PME ne serait-ce que 10 % de nos clients à la communication globale sonore, on peut espérer 40 % de CA en plus ».

Une volumétrie de commandes plus importante à laquelle l'entreprise est en mesure de faire face, « aujourd'hui nous sommes organisés pour accepter le double de commandes. L'entreprise est suffisamment structurée pour absorber mais c'est aussi pour cela que nous sommes en train de mettre en place 3 nouveaux studios de production numérique ainsi qu'un un centre de création numérique qui devrait être finalisé en juin ». Destiné à accueillir des compositeurs en résidence du monde entier, ce centre de création numérique sera un moyen de réunir des cultures très différentes et d'être sur des axes de création.

2019 c'est aussi un fort développement qui se poursuit à l'international avec la Suisse et de belles signatures qui devraient se concrétiser dans l'année. ATS Studios réalise l'identité sonore de la CCI France Suisse pour son 125ème anniversaire, des relations sont par ailleurs initiées avec des universités, des agences de communication, des constructeurs automobiles, etc. En outre, une ouverture est prévue en Belgique (d'ici la fin du premier semestre 2019), et ce afin d'avoir un maillage plus fin sur les territoires francophones. ATS Studios Spain devrait également voir le jour d'ici la fin d'année.

EN BREF

Répartition du CA : **7,3** M€

92,2 % de messages téléphoniques

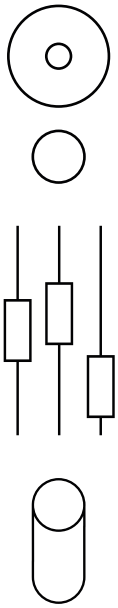
7,8 % de créations sonores

EN 2019, ATS STUDIOS POURSUIT L'ÉDUCATION AU SON DES ENTREPRISES

« 2018 a été une année de développement qui a conforté la diversification adoptée en 2016 avec le parti-pris de s'orienter vers la communication sonore. En développant ce segment, nous avons pu nous positionner sur ce marché de façon durable et pérenne et également redonner de la vitalité aux offres proposées à une partie de notre clientèle comme nos partenaires.
Pour 2019, l'enjeu est de poursuivre « l'éducation » au son pour les entreprises. Parmi elles seule une faible part utilise l'attente téléphonique comme un vecteur de communication, comme un outil d'accueil, de convivialité ou d'information. L'idée pour ATS Studios aujourd'hui c'est de participer de façon définitive à l'acculturation de la place du son dans les stratégies d'entreprise. Pour ce faire, nous envisageons notamment de doubler les ressources commerciales actuelles afin de proposer un maillage territorial plus fin. »

Patrick VELOZZO, Directeur Commercial

LA COMMUNICATION SONORE : UNE STRATÉGIE DURABLE DE DIFFÉRENCIATION ET DE RECONNAISSANCE POUR LES ENTREPRISES



Le son, un puissant vecteur de communication...

Aujourd'hui, le monde est essentiellement visuel, toutes les entreprises ont une identité qu'elles traduisent par une charte graphique, un logo, mais très peu d'entre elles donnent une tonalité musicale à leur marque en créant leur identité sonore. Le son est subi. Pourtant, chaque entreprise a dans son ADN une véritable identité sonore, qui peut par ailleurs être très complémentaire des éléments visuels qu'elles valorisent.

Même si les mentalités évoluent, c'est une prise de conscience lente qui s'opère sur le rôle et la plus-value du son dans une stratégie d'entreprise. Comment l'expliquer ? Deux raisons : la première, l'entreprise est un émetteur et non un destinataire... qui ne se téléphone pas à lui-même ! Cela peut expliquer les négligences. La seconde concerne plutôt un préjugé : tout ce qui a trait au téléphone est perçu comme complexe, technique et... onéreux.

Pourtant, les bénéfices d'une stratégie sonore sont réels et multiples. Derrière quelques notes, c'est une marque qui s'exprime, qui se rend rapidement et efficacement identifiable. Avoir une approche sonore c'est donc opter à la fois pour une stratégie durable de différenciation et surtout de reconnaissance, peu importe la taille de son entreprise ; pourvu qu'il y ait un message à délivrer et des émotions à transmettre : un cas de figure qui concerne sans exception toutes les entreprises.

Le son a un impact cognitif et physiologique.

LE SON, ENTRE ÉMOTION ET IMPACT

« Travailler sur l'identité musicale des entreprises implique un travail cognitif, presque psychologique et infiniment personnalisé car on va analyser l'histoire, le profil, l'identité de l'entreprise pour traduire en donnée musicale qui elle est. Il y a de nombreuses choses qui sont cachées, elles sont dans l'inconscient j'oserais dire. À mon sens, c'est la partie la plus intéressante du métier : aller chercher les parties invisibles des hommes, des entreprises et les développer pour les faire ressortir par la musique. À savoir que la musique agit justement sur des choses qui sont inconscientes souvent, qui font partie de l'intelligence collective. Pour moi, la musique possède deux qualités : l'humain d'une part et la géométrie, très scientifique d'autre part. »

Marco BUSETTA, compositeur

...au service de toutes les entreprises !

Les entreprises qui font appel à ATS Studios sont variées. Les PME (36,3 %) et TPE (44,7 %) représentent 81 % des clients. Par ailleurs, toutes les typologies sont concernées : secteur public (6,4 %), ETI (5,5 %), associations (3 %), professions libérales (2,9 %), grandes entreprises (0,9 %) et artisans (0,3 %).

ATS Studios s'adresse majoritairement à 3 typologies de clients :
- Les professionnels de la téléphonie : revendeurs, intégrateurs, opérateurs... ;
- Les clients multi-sites ;
- Les PME.

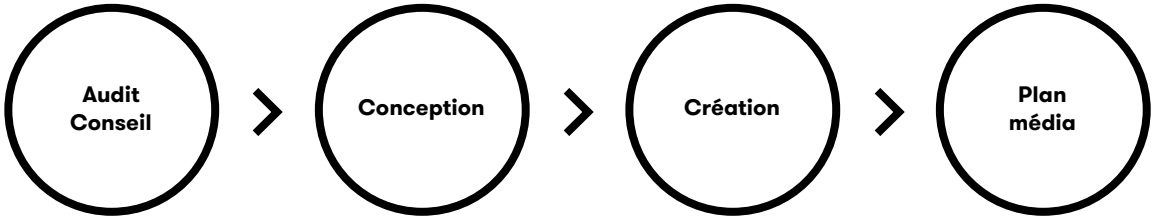
Parmi eux, les secteurs d'activité se répartissent comme suit en termes de chiffre d'affaires : services (64,4 %) ; industrie (15,2 %) ; commerce (13,7 %) ; BTP (5,8 %) ; énergie et eau (0,6 %) ; agriculture (0,2 %).

Les régions les plus dynamiques sont la région Île-de-France (la force de frappe commerciale est particulièrement développée) et la région Auvergne-Rhône-Alpes (implantation du siège) qui à elles deux représentent 58,5 % du chiffre d'affaires. Les autres régions représentant 5 % et moins.

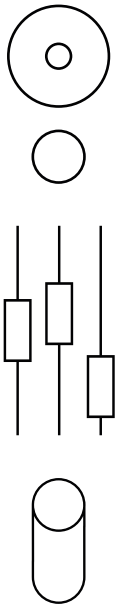
À noter, il peut y avoir des grands écarts assez insolites parmi la clientèle. « *Il est par exemple tout à fait envisageable de mixer le même jour pour un cabinet ministériel et un centre pénitencier. L'entreprise a par ailleurs comme client un couvent ou encore un club libertin ! Cela prouve bien que pour autant qu'il y ait un outil télécom dans l'entreprise, il y a une opportunité de communiquer qui est la même pour tous, peu importe la typologie de la société. Il s'agit de 3 messages : pré-décroché, attente, répondeur* » explique Patrick Velozzo.

De l'histoire de marque à l'identité sonore, un accompagnement sur-mesure

ATS Studios propose un accompagnement complet dans la création de l'identité sonore afin que celle-ci soit unifiée et cohérente sur tous les points de contact. Sa démarche s'articule autour de 4 grands volets que sont l'audit et le conseil, la conception, la création et le plan média.



Tout commence avec l'audit des dispositifs sonores mis en place actuellement, s'en suit alors la phase de conseils sur l'approche la plus cohérente pour construire et faire grandir le patrimoine sonore de la marque.



Une fois le besoin identifié, c'est la phase de conception qui intervient. ATS Studios propose une gamme de services variés pour adresser tous les points de contacts, qu'il s'agisse d'accueil téléphonique ou de communication sonore. Dans le cas des messages téléphoniques, tous les éléments sur lesquels le client souhaite communiquer (métier, valeurs, produits, promotions, site web, événement, etc.) sont pris en compte par ATS Studios afin que la rédaction du message soit la plus efficiente et percutante possible.

Dans l'optique d'une création d'identité sonore, c'est à cette étape qu'un homme de l'art effectue par exemple une analyse de l'histoire de l'entreprise ainsi que de son univers graphique pour aider à cerner l'ADN de l'entreprise. Le graphisme est une aide précieuse puisque l'entreprise a, de fait, déjà engagé un processus de création et de recherche qui atteste ce qu'elle est.

Vient ensuite l'étape de création : le choix de la musique, des mots et des expressions est incontournable pour transformer une communication sonore en véritable vecteur d'information et d'émotion. Ingénieurs du son, directeurs artistiques, compositeurs de musique, concepteurs rédacteurs orchestrent la communication sonore et dynamisent l'image de marque. Les créations musicales sont enregistrées avec des comédien(ne)s dans les studios d'enregistrement numériques d'ATS Studios.

La communication sonore vibre au rythme de l'actualité de la marque. Les conseillers de clientèle, chefs de publicité et directeurs artistiques aident à la conception d'un plan média annuel selon les besoins identifiés.

L'enjeu ? Tirer profit de mécaniques événementielles, s'inscrire dans un plan marketing-communication, renouveler l'intérêt sans cesse des clients afin de faire de la communication sonore un levier actif de performance.

LES PRODUITS ATS STUDIOS

Accueil et attente téléphonique | **R**épondeur fixe et mobile
Voice mailing | **I**dentité sonore de marque et logo sonore
Podcasts | **S**pots radios | **P**ost synchronisation | **P**laylists
Manifestations événementielles | **H**abillage sonore
(audio guides, e-learning, applis mobiles, objets connectés)

L'accueil téléphonique, un véritable média à mettre à profit

L'attente téléphonique représente le métier historique d'ATS Studios. De façon très logique, c'est ce segment qui est encore aujourd'hui le plus porteur pour l'entreprise puisqu'il représente 92 % de son chiffre d'affaires. En 1985, il s'agissait d'une niche qui s'est peu à peu transformée en un micro-marché ; pour autant la société a su conserver les faveurs de ce marché sur lequel elle a été l'une des premières à s'implanter.

Pourquoi personnaliser son dispositif d'accueil téléphonique ?

Simplement car il s'agit d'un espace d'expression idéal pour communiquer à destination de ses cibles. Bien souvent l'attente est synonyme de frustration et de perte de temps. Grâce à la personnalisation de cet espace, non seulement la marque contrôle son message mais elle rend en plus captif son interlocuteur en lui délivrant une information à haute valeur ajoutée. L'accueil téléphonique agit comme un média de choix pour la marque.

Chez ATS Studios, les phrases d'attente types sont bannies à l'instar de « *Merci de patienter...* ». Au contraire, l'entreprise préconise de capitaliser sur le temps imparti pour se raconter : métiers de l'entreprise, lancement de produit, sortie de catalogue, mises à jour des heures d'ouverture, prochaines fermetures à l'occasion de congés, participation à des événements... tous les prétextes sont bons pour faire de cet espace un endroit convivial et informatif. L'attente téléphonique permet une communication institutionnelle, événementielle, instructive et chaleureuse.

ACCUEILLIR L'INTERLOCUTEUR, UN SIGNE DE BIENVEILLANCE ET DE RESPECT QUI COMPTE

« Pour les entreprises qui reçoivent de nombreux appels, c'est essentiel de ne pas les perdre et de les transformer, donc par conséquent de faire de l'attente téléphonique un espace dynamique. Certaines marques pensent que les clients les connaissent déjà suffisamment et qu'il est inutile de répéter qui ils sont... si ! En réalité, c'est prendre soin de la personne qui appelle, car même si vous connaissez déjà l'entreprise, avoir une musique et une voix humaine qui vous parle, cela revient à bien accueillir l'appelant. »

Anne-Sophie RUGLIANO, directrice commerciale adjointe

La création sonore, pour sublimer sa communication de marque

En 2016, ATS Studios décide de compléter son expertise historique et d'apporter de la valeur ajoutée à son cœur de métier en proposant d'autres produits en communication et création sonore. Cela représente 7,8 % de son chiffre d'affaires.

Audit des valeurs de l'entreprise, stratégie de communication sonore, création de plans médias... ATS Studios devient une agence de communication sonore à part entière qui propose de multiples opportunités de donner vie en musique à son patrimoine de marque. Persuadée que l'identification et la mémorisation de la marque passent par des outils sonores, ATS Studios offre à l'entreprise des dispositifs variés pour se différencier et se faire remarquer.

Jingle sonore : la virgule sonore est un petit symbole court permettant d'identifier rapidement la marque, venant soutenir et compléter la communication graphique. Elle est synonyme d'une véritable signature sonore.

Animation de contenus de marque et d'informations produits : enregistrement de spots radio et TV, réalisation d'habillages vidéo, sonorisation de présentations institutionnelles et commerciales.

Playlist : Sélection de titres musicaux selon les objectifs de communication, la playlist permet notamment de sonoriser des points de vente et d'animer ses prises de parole. Il est désormais reconnu que la musique peut influencer le temps de présence et les ventes. Elle fait l'objet d'actualisations périodiques pour rester toujours pertinente pour les auditeurs.

Site web parlant : Donner corps à ses messages institutionnels en diffusant des interviews de ses dirigeants et experts, créer une ambiance sonore attractive, surprendre ses internautes avec une touche personnelle. Les applications tactiles prennent également une nouvelle dimension avec le design sonore des interactions qui permet un usage encore plus intuitif.

DÉCOUVRIR

écoutez l'identité sonore

starterre.fr
CENTRE AUTOMOBILE MULTIMARQUE

écoutez le podcast

théâtre croix-rousse

écoutez l'attente

HÔTEL BRISTOL GENÈVE

LE SON, UN TERRAIN DE JEU ILLIMITÉ POUR CRÉER ET INNOVER

« Les enjeux de demain pour ATS Studios sont de rester leader sur son marché évidemment mais de continuer à s'ouvrir aux nouvelles formes de communication type podcasts, motion design ou encore post-production. On souhaite également conforter notre place d'acteur majeur dans la création musicale et la communication sonore dédiée aux entreprises. La musique a envahi tous les espaces, vous rentrez dans une boutique ou dans un centre commercial, il y a de la musique, des playlists. Aujourd'hui nous sommes en capacité de créer ces playlists, de préconiser les outils pour diffuser et d'en mesurer l'impact. Le son est partout, ce qui laisse un périmètre d'action infini à notre métier. »

Patrick GRAVIER, directeur de production

INNOVATION & EXPÉRIMENTATION : LA R&D AU CŒUR DE LA CULTURE D'ENTREPRISE

Une recherche constante d'innovation pour être à la pointe du service client : la R&D

ATS Studios fonctionne comme un laboratoire dont le sujet d'étude est le son. « *Des centaines de produits n'existent pas encore, c'est à nous de les imaginer en étant à l'écoute des besoins des clients* » explique Mathias Michel, directeur opérationnel et R&D.

Sur la base de ce constat, l'entreprise s'appuie sur des valeurs telles que : remise en question, amélioration des process, recueil de bonnes pratiques, écoute du marché, attentes des clients... La progression de la satisfaction client et la volonté constante d'innover motivent la recherche et le développement autant de nouveaux produits que de services. Le point commun : l'optimisation de la qualité.

En 2018, ATS Studios a mis en place un nouveau processus qui concerne la gestion et la prise en charge des clients grâce à une plateforme Service Relation Client améliorant la productivité et la qualité des échanges dans un système d'information centralisé. L'objectif est également de faciliter la compréhension du métier d'ATS et son assimilation pour le client, qui peut souvent être perçu comme technique et complexe.

CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT EN PERMANENCE… MÊME À DISTANCE !

« Il y a toujours une phase d'éveil au cours de laquelle le client sera seul face à son écran pour prendre des décisions sur sa communication. L'idée c'est qu'il puisse se souvenir de nos différents produits, de leurs spécificités ou des bonnes pratiques concernant l'installation. À nous de fournir une aide qui soit intuitive et disponible en permanence. Certaines personnes aiment travailler le soir à un moment où l'entreprise n'est pas nécessairement joignable, il faut donc que l'info soit toujours accessible, pertinente et qu'elle fasse écho au discours du conseiller, avec lequel il a échangé. »

Mathias MICHEL, directeur opérationnel R&D

Un des grands projets de 2019 ? La mobilité.
Les opérateurs, quels qu'ils soient, souhaitent désormais que la phase de répondeur d'un téléphone mobile soit occupé par un message de communication. Cela représente un défi car dans la sphère professionnelle, le nombre de lignes GSM est colossal. Certains, qu'il s'agisse d'opérateurs traditionnels ou alternatifs, s'interrogent même déjà sur la question appliquée au grand public, preuve s'il en est du potentiel de ce marché.

Pour ATS Studios, l'enjeu est d'être en capacité de proposer à tous les clients disposant d'une flotte conséquente de mobiles, une gestion intuitive et simple des phases vocales qui, par essence, est jugée contraignante matériellement et techniquement. Harmoniser tous les messages, peu importe leur teneur, représente un vrai travail. Pour l'entreprise, tout l'intérêt sera de se voir proposer par l'agence de communication sonore une prise en main optimale avec co-gestion ou gestion unique.

Par ailleurs, **la convergence fixe/mobile** (qui consiste à associer son fixe et son mobile) est également un chantier constant qui vise à améliorer la téléphonie professionnelle. Cela a des avantages évidents tels que la simplicité (deux numéros mais une seule messagerie vocale) ; l'adaptabilité (une disponibilité professionnelle permanente peu importe le terminal) et bien sûr l'image (un espace de communication personnalisé, continuel et harmonisé).

Cultiver le sens créatif des collaborateurs, un relais de la R&D

ATS Studios souhaite capitaliser sur le potentiel et les compétences de ses salariés. Parmi les techniciens et ingénieurs du son se nichent de vrais créateurs qui ont mixé pour de très grandes marques ou artistes internationaux ; une vraie chance pour l'entreprise qui compte bien exploiter les talents dont elle dispose en interne. Exploiter au sens noble du terme, comprendre cultiver mais pas corrompre ni rendre sourd. Au contraire, ATS Studios a bien conscience du talent qui se cache dans ses rangs c'est pour cela qu'elle souhaite que 20 % du temps des salariés du studio, une quinzaine sont concernés, soit consacré à de la recherche et de la création et non pas uniquement à leurs missions quotidiennes et formelles.

Dans cette logique, en 2018, ATS Studios a investi dans un pôle numérique. Chaque semaine, les collaborateurs ont ainsi une demi-journée à laquelle dédier du temps pour avancer sur leurs projets personnels. Si cette mise en œuvre est relativement récente, la grande majorité des collaborateurs se prêtent hebdomadairement à l'exercice qui n'est aucunement contraint. Liberté et expérimentation sont les 2 maîtres-mots de ce dispositif. Les projets seront dévoilés en interne d'ici la rentrée 2019.

UNE PASSION DE LA MUSIQUE À CULTIVER

« Parmi les collaborateurs du studio il y a quelque chose qui les anime tous, c'est la musique. Sur le pôle numérique, nous faisons des enregistrements industriels, nous sortons entre 1 000 et 3 000 messages par jour. Ce sont des automatismes, et donc pour éviter qu'ils perdent cette passion qu'est la musique et l'amour du son, on leur offre la possibilité d'avancer sur des projets personnels. Cela leur permet de continuer de faire travailler leur sens créatif, leurs oreilles ; on ne veut pas qu'ils deviennent des machines à mixer des attentes musicales. »

Patrick GRAVIER, directeur de production

UN ACTEUR IMPLIQUÉ DANS LE PARTAGE DE SA PASSION

ATS Studios, partenaire de l'art sous toutes ses formes...

Pour ATS Studios s'engager auprès de l'écosystème culturel et musical fait partie de l'aventure entrepreneuriale. Comment parler d'ATS Studios sans parler de passion pour les arts ? Peu importe la forme qu'elles revêtent, toutes les expériences artistiques intéressent l'entreprise.

Parmi ses engagements notables, l'entreprise est mécène du Théâtre de la Croix-Rousse, depuis 2013, avec qui elle trouve un intérêt commun puisque mise en scène rime aussi avec musique.

Autre engagement, le Rugby Music Live – NRJ Music Tour, duquel ATS Studios est partenaire depuis plus de 5 ans. Cet événement est organisé chaque année et rassemble plus de 9 500 personnes autour de 6 h de shows (concerts, rugby, animations...) au profit de MBM (Manifestations de Bienfaisance pour enfants malades). Au-delà de sa volonté d'être investi dans les événements musicaux, qui ont par ailleurs du sens, ATS Studios est composé de collaborateurs très jeunes ; une raison supplémentaire pour l'entreprise de s'approprier toutes les tendances musicales.

Pour Alain Coulas, « *toutes les formes artistiques sont des moyens de communication, de partage... de vie. Chez ATS Studios, on pétrit de la culture, on pétrit de la création artistique à longueur de journée.* » Conformément à cette conviction, l'entreprise s'engage dans le secteur dans lequel elle évolue et fait résonner cette posture aussi bien auprès de ses collaborateurs que de ses partenaires et clients.

L'HARMONIE, UN DÉNOMINATEUR COMMUN À L'HUMAIN ET LA PERFORMANCE

« Je crois qu'ATS dans son histoire, dans sa vie d'aujourd'hui essaye de vivre et d'être en harmonie. Cette valeur est très importante : l'harmonie. C'est bien la musique, la création mais s'il n'y a pas d'harmonie, il n'y a pas de musique ; comprendre l'équilibre entre l'humain et la performance et/ou la productivité. Bien sûr, nous devons tous être dans la performance mais l'objectif en entreprise c'est aussi le développement personnel. Alors certes il faut composer avec les contraintes d'un métier mais c'est aussi là qu'on peut s'amuser humainement avec le métier global d'ATS. Une des choses qui peut générer l'harmonie, c'est la relation qu'il y a avec et entre les collaborateurs. »

Alain COULAS, Président

...et employeur attentif à ses publics internes

Chaque 3ème mercredi du mois, ATS organise des afterworks dans lesquels sont réunis des collaborateurs et des partenaires et clients. L'objectif est de mettre la découverte musicale au centre d'une soirée où il fait bon se retrouver et échanger dans un contexte informel mais festif, « une mise en bouche musicale » pour découvrir 2-3 titres de deux artistes de passage. L'occasion de partager ensemble autour d'un programme convivial.

Placer l'humain au cœur de l'entreprise c'est aussi proposer une salle de sieste, des cours de piano hebdomadaires avec un professeur du Conservatoire de Lyon pour ceux qui le désirent, des tournois de babyfoot, des sorties de théâtre, des déjeuners thématiques... autant d'engagements dont le facteur commun est l'humain.

Ces valeurs de convivialité et de bien-être sont des critères qui importent dans le recrutement du futur collaborateur.

LES QUALITÉS HUMAINES AUSSI IMPORTANTES QUE LES QUALIFICATIONS POUR BIEN VIVRE DANS L'ENTREPRISE

« Chaque chef de service vérifie la qualité 'technique' du candidat, je ne regarde pas la qualité humaine, j'en serais bien incapable, mais je m'entretiens avec la personne pour essayer d'imaginer si elle va s'épanouir dans l'entreprise, comment ce mariage va se dérouler. On va vivre ensemble un certain nombre d'heures, on va partager beaucoup, mon idée c'est d'essayer de dire attention vous rentrez dans une entreprise où l'on va vous demander de 'vivre' et pas seulement de mettre en application le diplôme que vous avez car pour moi peu importent les diplômes, c'est l'humain qui prime. »

Alain COULAS, Président

CONTACT DE PRESSE

Plus2Sens
Mylène Gachon - mylene@plus2sens.com
04 37 24 02 58 - www.plus2sens.com

ats studios
Créateur de sons