



Qui peut témoigner sur une marque mieux  
que ses propres clients ?  
**inwi donne libre-parole  
à ses clients**

En quoi **inwi** a-t-il changé vos rapports aux télécoms ? C'est la question à laquelle a récemment répondu une vingtaine de clients de l'opérateur, interrogés par Rachid El Ouali, ambassadeur de la marque, qui est venu à leur rencontre à travers tout le Royaume. Cela donne une campagne de communication innovante, qui démarre le 26 août 2010, dévoilant des moments de vérité recueillis auprès de vrais clients de **inwi**.

Casablanca, le 26 août 2010 – Une prise de parole authentique et audacieuse pour raconter l'expérience client **inwi**. C'est la nouvelle campagne de communication de l'opérateur, qui démarre à compter du 26 août 2010 et qui met en scène de vrais clients de la marque. Une vingtaine d'entre eux a en effet accepté de se confier à Rachid El Ouali, ambassadeur de la marque, lors d'une récente tournée à travers sept villes du Royaume : Casablanca, Marrakech, Agadir, Rabat, Fès, Oujda et Tanger.

Fidèle aux valeurs fondatrices de sa vision des télécommunications au Maroc, **inwi** a fait le choix original d'aller à la rencontre d'utilisateurs réels de la marque et de leur donner libre-parole pour apporter leur témoignage et partager leur expérience.

En répondant à la question : « en quoi **inwi** a-t-il changé vos rapports aux télécoms ? », ces 22 clients – à l'image de plus d'un million d'utilisateurs de la marque – confortent l'opérateur dans ses choix stratégiques de départ et confirment la vocation résolument innovante de **inwi**, seul opérateur à offrir des avantages uniques sur le marché comme en témoignent les interviewés : « avec **inwi**, je ne paie pas ce que je n'ai pas consommé », « la consultation du solde m'est offerte gratuitement », « j'ai accès à Internet et au BlackBerry sans avoir à m'abonner », « avec 5 Dhs, je peux t'chater sur MSN à partir de n'importe quel téléphone ». Ceci sans oublier « une couverture réseau très satisfaisante ».

Cette démarche de communication, résolument novatrice et audacieuse de **inwi**, vient plébisciter les orientations majeures de l'opérateur, plus que jamais attaché à la vision qui a procédé à la naissance de la marque : développer les usages et démocratiser l'accès aux services de télécommunications au Maroc.

Cette campagne testimoniale d'envergure est déclinée à travers un dispositif complet regroupant une vingtaine de spots télévisés et d'affiches urbaines ainsi qu'un site Internet en forme de carnet de voyage, spécialement dédié à ce périple. Les points de vente de **inwi** ne sont pas en reste, puisqu'ils arborent un habillage spécialement conçu à cette occasion.

Mais **inwi** ne s'arrête pas là et continue à écouter ses clients grâce à des « Boîtes à suggestions » mises à leur disposition dans les points de ventes afin de formuler leurs propositions et apporter eux aussi leur témoignage quant au changement de leurs rapports aux télécoms grâce à **inwi**.

Relation-presse : Aïssam KHRIBECH

Mobile : 06 00 00 19 47

Aissam.khribech@inwi.ma

www.inwi.ma