



VALTECH DAYS

17 MARS 2011 - PARIS

Du multicanal au cross-canal

Vers une expérience de marque valorisée?

Noëilly GRONDIN DEVOUCHE

Ergonome senior
Valtech

Aurélie HORNOY

Digital Performance Lead
Valtech



Sommaire

- 1. Les usages et utilisateurs d'aujourd'hui**
- 2. La stratégie du carré magique**
- 3. Etude de cas**
- 4. Les enjeux de demain**
- 5. Notre solution pour franchir le cap du cross-canal**

Comprendre le passage du multicanal au cross-canal

MULTICANAL

- ✓ Ouverture de chaque levier
- ✓ Data disséminées en silos
- ✓ Expérience de marque fragmentée par canal
- ✓ Au bon endroit, au bon moment
- ✓ Valeur centrée sur le produit par type de canal
- ✓ Marketing de puissance reposant sur le volume de VU
- ✓ Organisation fonctionnelle

CROSS-CANAL

- ✓ Intégration de tous les leviers
- ✓ Data consolidées sur Plateforme
- ✓ Expérience de marque unifiée et homogène
- ✓ Ubiquitaire, en temps réel
- ✓ Valeur centrée sur le client quelque soit le canal
- ✓ Marketing de différenciation reposant sur la personnalisation
- ✓ Organisation matricielle

Usages et internautes d'aujourd'hui

ON et OFF plus que jamais complémentaires

85%

**des internautes français
ont consulté Internet avant
de faire leur achat
(on ou off line)**

*Source Baromètre Fevad
Médiamétrie//NetRatings, fév 2011,
photo Nicolas Gut*



Usages et internautes d'aujourd'hui

Le client ubiquitaire

61%

Des internautes américains interrogés voudraient pouvoir passer une commande via n'importe quel canal (+55% par rapport à 2007)

Source étude multicanal sterling commerce de déc 2010, photo jotabe



Usages et internautes d'aujourd'hui

M-commerce, géolocalisation, réalité augmentée : bouger, acheter!

60%

Des mobiles vendus en France sont connectés à Internet

Posture de l'hyper connecté

Source Gfk, fév 2011



Usages et internautes d'aujourd'hui

Social shopping : petits achats entre amis

91%



des consommateurs
déclarent que l'avis
d'autres consommateurs
est le **vecteur n°1** dans
leur prise de décision
d'achat en ligne



Source *JC Williams Group, janv 2011*

Usages et internautes d'aujourd'hui

La propagation d'un bruit positif ou négatif sur les différents canaux

45%

des français déclarent faire confiance aux avis et commentaires consommateurs en ligne plus qu'à tout autre média

Source Forester



Sommaire

1. Les usages et utilisateurs d'aujourd'hui
2. La stratégie du carré magique
3. Etude de cas
4. Les enjeux de demain
5. Notre solution pour franchir le cap du cross-canal

La stratégie du Carré Magique : clé de voûte d'une marque cross-canal

- Quelle stratégie en fonction du « canal » ?
Site internet, smartphone, tablette tactile.
- Quels besoins en fonction du canal ?
Devant son ordinateur ou dans la rue, avec des amis...
- Comment traiter la question des réseaux sociaux en fonction du canal ?
- Quels impacts pour la marque ?
- Comment passer du multicanal au cross-canal ?

La stratégie du Carré Magique

Origine et explication ⁽¹⁾

- Le sudoku (prononcé /sudoku/ en français, /sɯ̃ doku/écouter en japonais), est un jeu en forme de grille défini en 1979 par l'Américain Howard Garns, mais inspiré du carré latin, ainsi que du problème des 36 officiers ⁽²⁾ du mathématicien suisse Leonhard Euler.
- Le but du jeu est de remplir la grille avec une série de chiffres (de 1 à 9) qui ne se trouvent jamais plus d'une fois sur une même ligne, dans une même colonne ou dans une même sous-grille. Quelques chiffres sont déjà disposés dans la grille, ce qui autorise une résolution progressive du problème complet.

1- <http://fr.wikipedia.org/wiki/Sudoku>

2- http://fr.wikipedia.org/wiki/Carré_gréco-latin#Le_prob.C3.A8me_des_officiers

La stratégie du Carré Magique

Stratégie

1 Marketing

Positionnement

Cibles

2 Analytics

ROI

Indicateurs de performance

3 Ergonomie

Usages

Stratégies de navigation

1	8	4	7	3	6	5	9	2
2	6	3	5	1	9	8	4	7
	7	5	4	2		3	6	1
	5	2	1	6	4	9	7	3
7	3		2	8	5	4	1	6
6	4	1	3		7	2	5	
3		7	6	5	2	1	8	4
5	1	6		4	3	7	2	9
4	2	8		7	1	6	3	5

Spécifications

4 Equipe Métier

Domaine

Produit(s)

Expertise

5 Actualisation

Veille chiffrée

Stratégie actualisée

6 Besoin

Fonctionnalités

Offre de service

7

8

9

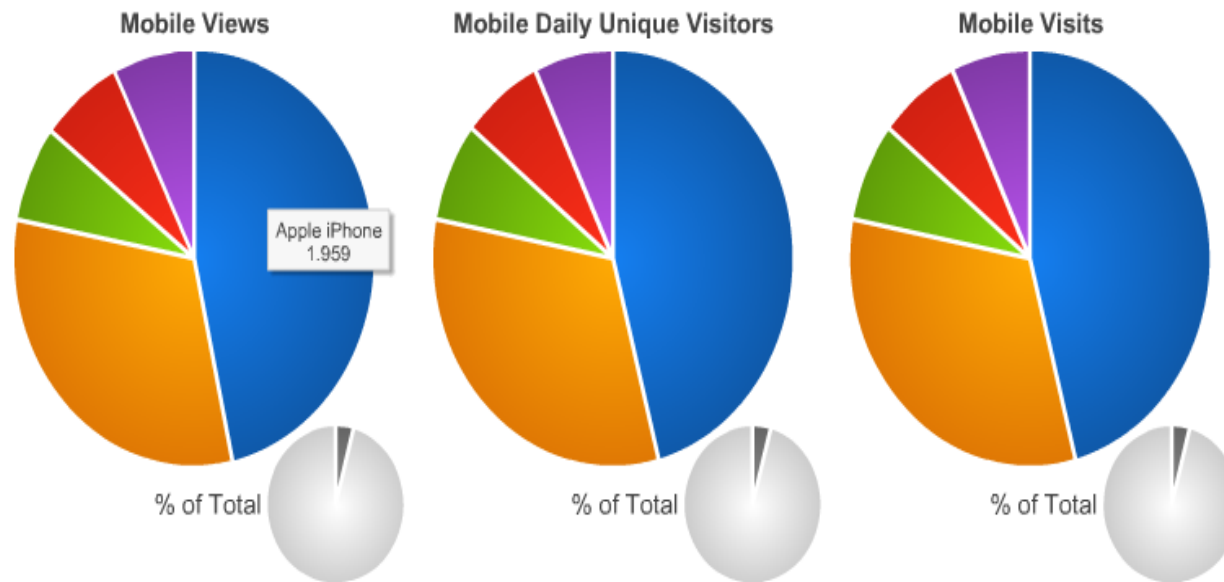
Optimisation

Devices Report

Mon. 1 Mar. 2010 - Thu. 31 Mar. 2011

Legend

- Apple iPhone
- Toshiba WS026T
- Nokia 6120 classic
- RIM BlackBerry 8330
- RIM BlackBerry 8830
- Showing
- Remaining



Graph Generated by SiteCatalyst using Report Accelerator at 8:23 AM MST, 11 Mar 2011

Device	Mobile Views	Mobile Daily Unique Visitors	Mobile Visits	Mobile App Install	Mobile App Launch	Video Starts
1. Apple iPhone	14,167 2.0%	1,151 2.0%	1,151 2.0%	221 0.7%	409 0.7%	138 0.8%
2. Toshiba WS026T	9,560 1.3%	805 1.4%	805 1.4%	151 0.5%	274 0.5%	79 0.4%
3. Nokia 6120 classic	2,277 0.3%	193 0.3%	193 0.3%	32 0.1%	70 0.1%	18 0.1%
4. RIM BlackBerry 8330	2,215 0.3%	181 0.3%	181 0.3%	27 0.1%	47 0.1%	27 0.1%
5. RIM BlackBerry 8830	2,213 0.3%	177 0.3%	177 0.3%	41 0.1%	66 0.1%	23 0.1%
6. Nokia F51	2,100 0.3%	158 0.3%	158 0.3%	34 0.1%	52 0.1%	21 0.1%
7. RIM BlackBerry 9530/Storm	1,892 0.3%	154 0.3%	154 0.3%	19 0.1%	31 0.1%	13 0.1%
8. Apple iPad	1,607 0.2%	113 0.2%	113 0.2%	20 0.1%	41 0.1%	4 0.0%
9. RIM BlackBerry 9000	1,586 0.2%	120 0.2%	120 0.2%	26 0.1%	55 0.1%	11 0.1%
10. Nokia N95-3 NAM	1,370 0.2%	97 0.2%	97 0.2%	13 0.0%	23 0.0%	14 0.1%
11. HTC HD2 T8585	1,367 0.2%	106 0.2%	106 0.2%	18 0.1%	41 0.1%	8 0.0%
12. Panasonic Mobile Communications P905i	1,258 0.2%	102 0.2%	102 0.2%	21 0.1%	27 0.0%	8 0.0%
13. Fujitsu F905i	1,192 0.2%	98 0.2%	98 0.2%	24 0.1%	48 0.1%	8 0.0%
14. Panasonic Mobile Communications P906i	1,178 0.2%	91 0.2%	91 0.2%	21 0.1%	47 0.1%	17 0.1%
15. Samsung GT-C5220	1,177 0.2%	104 0.2%	104 0.2%	15 0.0%	32 0.1%	7 0.0%

Sommaire

1. Les usages et utilisateurs d'aujourd'hui
2. La stratégie du carré magique
3. Etude de cas
4. Les enjeux de demain
5. Notre solution pour franchir le cap du cross-canal

Allociné : Page d'accueil 1/2

The screenshot shows the AlloCiné website interface. At the top, there is a navigation bar with the user name 'noelly1', the site name 'Mon AlloCiné', and links for 'Mes films', 'Mes cinémas', 'Mes séries TV', and 'Messagerie (0)'. A 'Se déconnecter' link is on the right. The main banner features the movie 'LÉGITIME DÉFENSE' with a large image of Jean-Paul Rouve. Text on the banner includes 'JEAN-PAUL ROUVE', 'UN FILM DE PIERRE LACAN', and '16 MARS'. A red button says 'Voir la bande-annonce !'. Below the banner is a yellow search bar with the AlloCiné logo and the tagline 'Ne restez pas simple spectateur.' A search box contains the text 'Ex : How I met your mother, Pathé, Gaumont, 69001, Marseille...' and a 'Rechercher' button. A navigation menu includes 'Accueil', 'Cinéma', 'Séries TV', 'Vidéos', 'Communauté', 'News', 'Dossiers', 'DVD', 'VOD', 'Stars', 'Jeux vidéo', 'Concours', and 'Plus'. A news snippet reads: '15 mars 2011 : Bienvenue sur AlloCiné, le site référence du cinéma et des séries TV ! Découvrez notre recherche d'horaires de films, les news et dossiers cinéma et séries TV, les émissions AlloCiné, les dernières bandes-annonces et plus encore...'. Below this is a section 'A ne pas manquer' with a pagination control (1-7, 5 is selected). It features three items: a portrait of Cyril Descours, a 'Zoom sur...' section for 'Cyril Descours' with a description of his role in 'La Ligne droite', and a movie poster for 'THE SILENT HOUSE' with the tagline 'LA PEUR EN TEMPS RÉEL'.




AlloCiné

Page d'accueil 2/2

La communauté AlloCiné

3 raisons de rejoindre AlloCiné


Rejoindre la plus grande communauté Ciné de France

-  **Partagez** vos avis sur les films et les séries!
-  **Organisez** Vos sorties cinés en un clin d'œil avec vos cinémas enregistrés
-  **Personnalisez** votre contenu dans votre espace Mon AlloCiné

JE M'INSCRIS !
Je me connecte

Notes et critiques

Découvrez la critique du moment.

 **marsjajan** (Club 300 AlloCiné)
[Ajouter à mes amis](#) | [Discuter](#)
Aucun point
Membre depuis 1 430 jours | 674 critiques postées

Sa note : ★★★★★ (5)
A propos de : Paul

Sa critique : film génial !! De l'humour du début a la fin !! Un film déjà culte ! Encore une fois le duo Simon Pegg et Nick Frost fait un tabac et devient une référence dans le ge... [Lire la suite](#)

Ecrit le 13 mars à 13h44 - [Signaler un abus](#)

[Toutes les critiques de ce film](#)


Contributions (wiki)

Vous pouvez participer au contenu d'AlloCiné.
[Comment ?](#)

- Chasseur de têtes**
Film () - 17 contributions
- Skin**
Film (1986) - 10 contributions
- Week End**
Film (2008) - 2 contributions
- VR.5**
Série TV (1995) - 22 contributions
- Bagdad Cafe**
Série TV (1990) - 44 contributions
- Dirty Dancing**
Série TV (1988) - 26 contributions


AlloCiné... Partout !

Par email



- AlloCiné Actus**
Tous les mercredis
- AlloCiné Séances**
Tous les mercredis
- AlloCiné Alertes**
Une fois par jour maximum


Sur votre mobile



AlloCiné est présent sur la majorité des smartphones de dernière génération. Retrouvez-nous sur votre mobile !


[Les applications AlloCiné](#)

Sur les réseaux



Facebook, Twitter, Youtube, Dailymotion ou Bebo : rejoignez la communauté AlloCiné sur les réseaux sociaux !


En Podcast



Les émissions AlloCiné et les bandes-annonces des films à venir sont disponibles gratuitement en podcast sur iTunes, Archos et Creative !

[Accédez aux Podcasts](#)

Via nos flux RSS



AlloCiné vous propose toutes sortes de flux RSS vous permettant de vous tenir au courant instantanément de toute l'actualité !

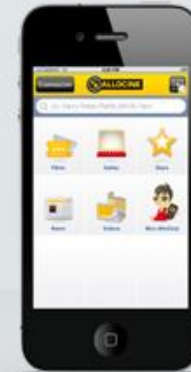
[Choisir mes RSS](#)

Applications mobiles AlloCiné

GRATUIT



AlloCiné pour iPad

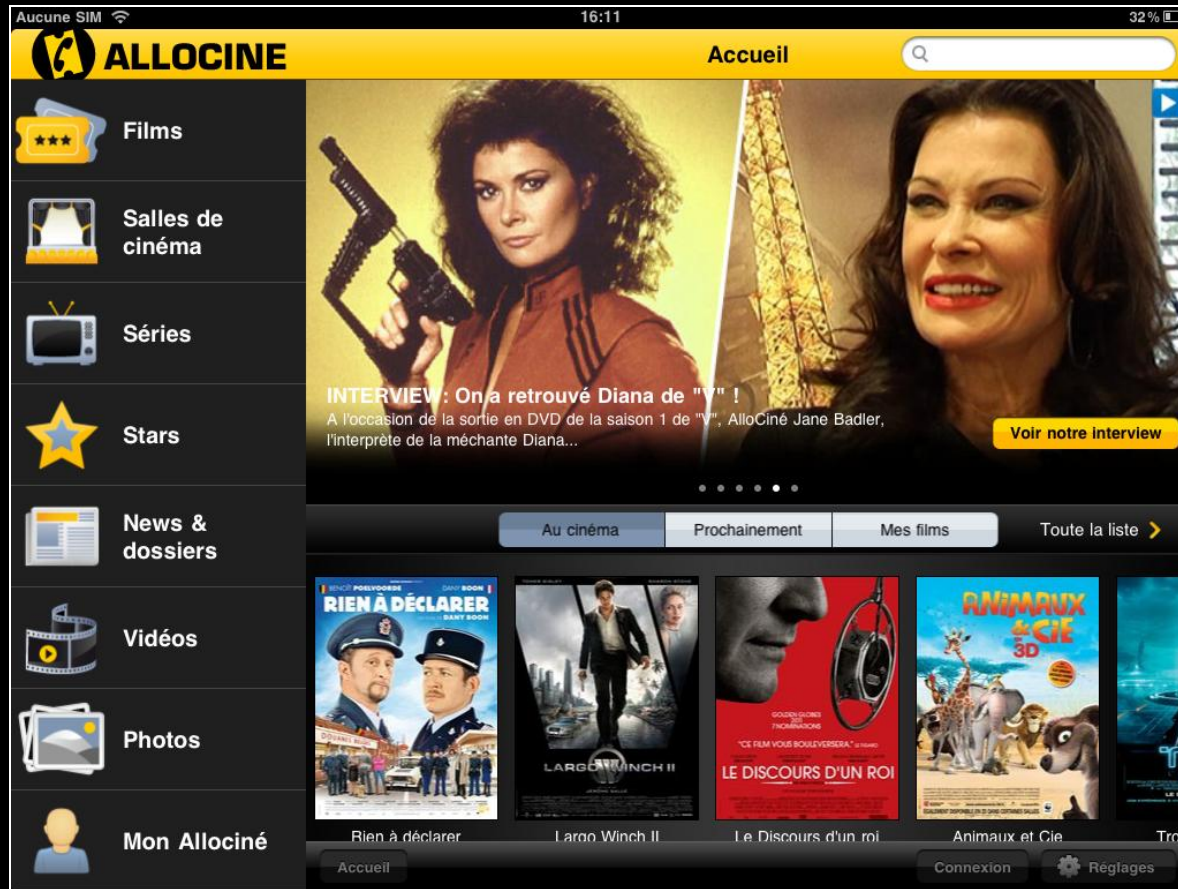


Toutes nos applications mobiles : [Samsung Bada](#) | [Android](#) | [iPad \(Nouveau\)](#) | [BlackBerry \(Nouveau\)](#) | [iPhone](#) | [Windows Phone 7](#)

Vous ne trouvez pas votre mobile ? Essayez le [site mobile AlloCiné](#)

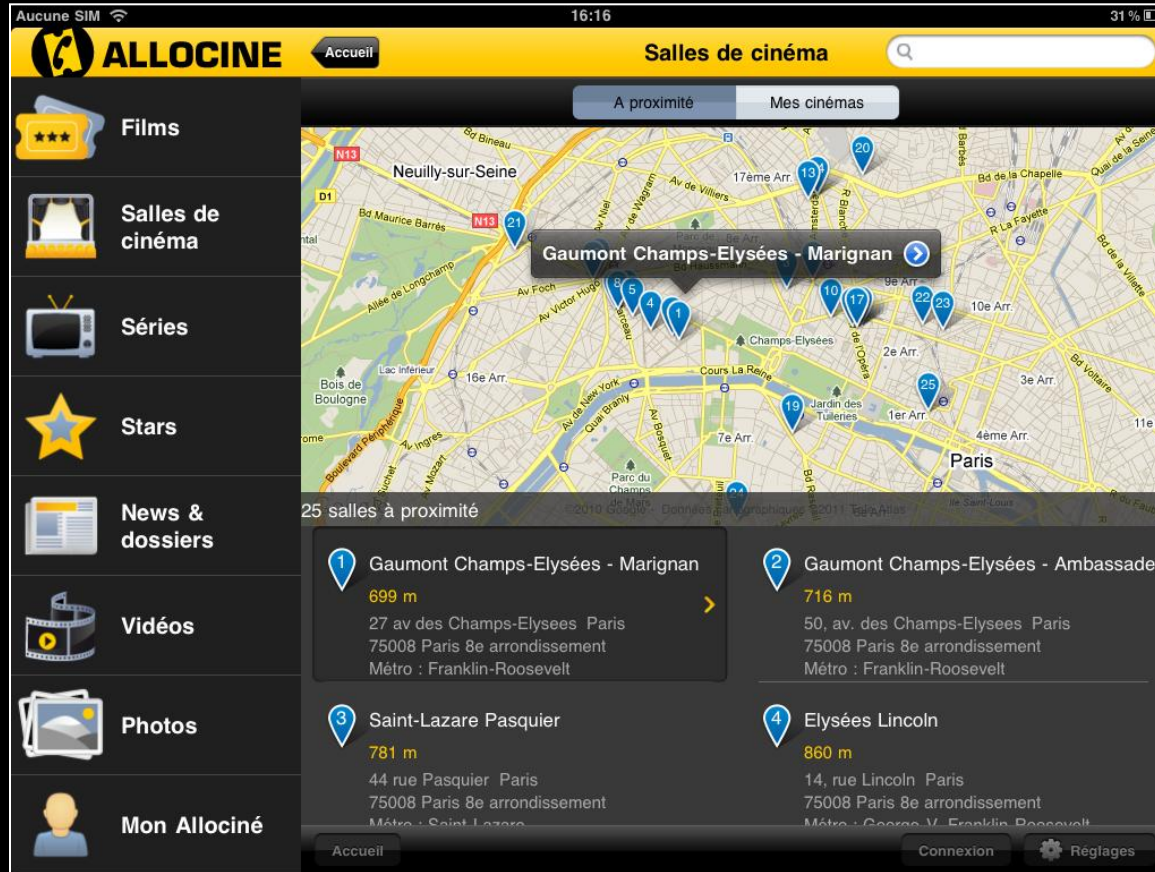
AlloCiné

Application iPad



AlloCiné

Application iPad



AlloCiné

Démonstration par l'image de l'application iPhone



Découvrez l'application AlloCiné pour iPhone

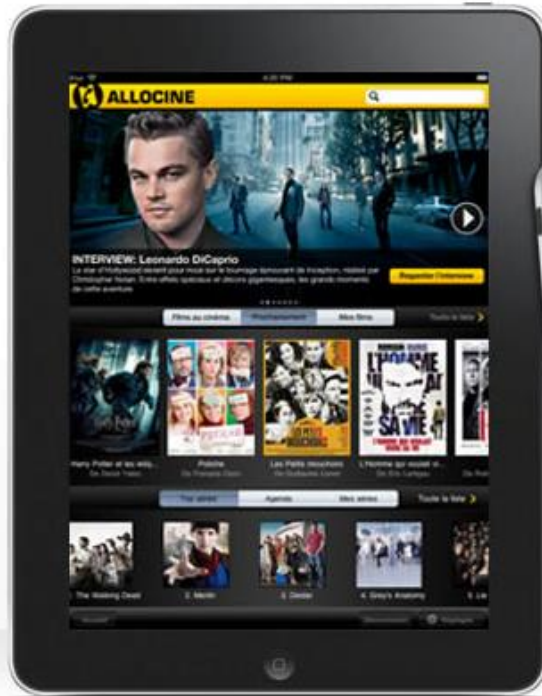
Films, Bandes-annonces, Cinémas, Séances, Stars et News : tout AlloCiné disponible sur iPhone et gratuitement !

Découvrez l'application :

 Lancer la vidéo de démo

GRATUIT

Même contenu pour tous les supports



Découvrez l'application AlloCiné pour iPad

GRATUIT



Films, Séries, Bandes-annonces,
Cinémas, Séances, Agenda des
séries, Stars et News:
Tout AlloCiné disponible sur votre
tablette iPad et gratuitement!

Fonctionnalités proposées => Identiques pour tous les supports

Fonctionnalités principales :

- Base de données de 80 000 films, 1 900 cinémas sur toute la France et 350 000 personnalités avec leur filmo détaillée.
- Moteur de recherche optimisé.
- Pour chaque film, les critiques de la presse et les critiques spectateurs.
- Les films et les cinémas à proximité grâce au GPS. Localisation sur le plan de la ville.
- Les bandes-annonces en Haute Qualité, avec des exclusivités AlloCiné.
- Les émissions cultes d'AlloCiné : La Minute, Tueurs en séries, Direct 2 DVD, Faux Raccord...
- Toutes les news Cinéma et Stars en temps réel.
- Notez les films et écrivez vos critiques dès la sortie de la salle ! Conservez vos favoris.
- Partagez : envoyez un film ou la programmation d'un cinéma à vos amis par email, Facebook ou Twitter.

Bientôt disponible :

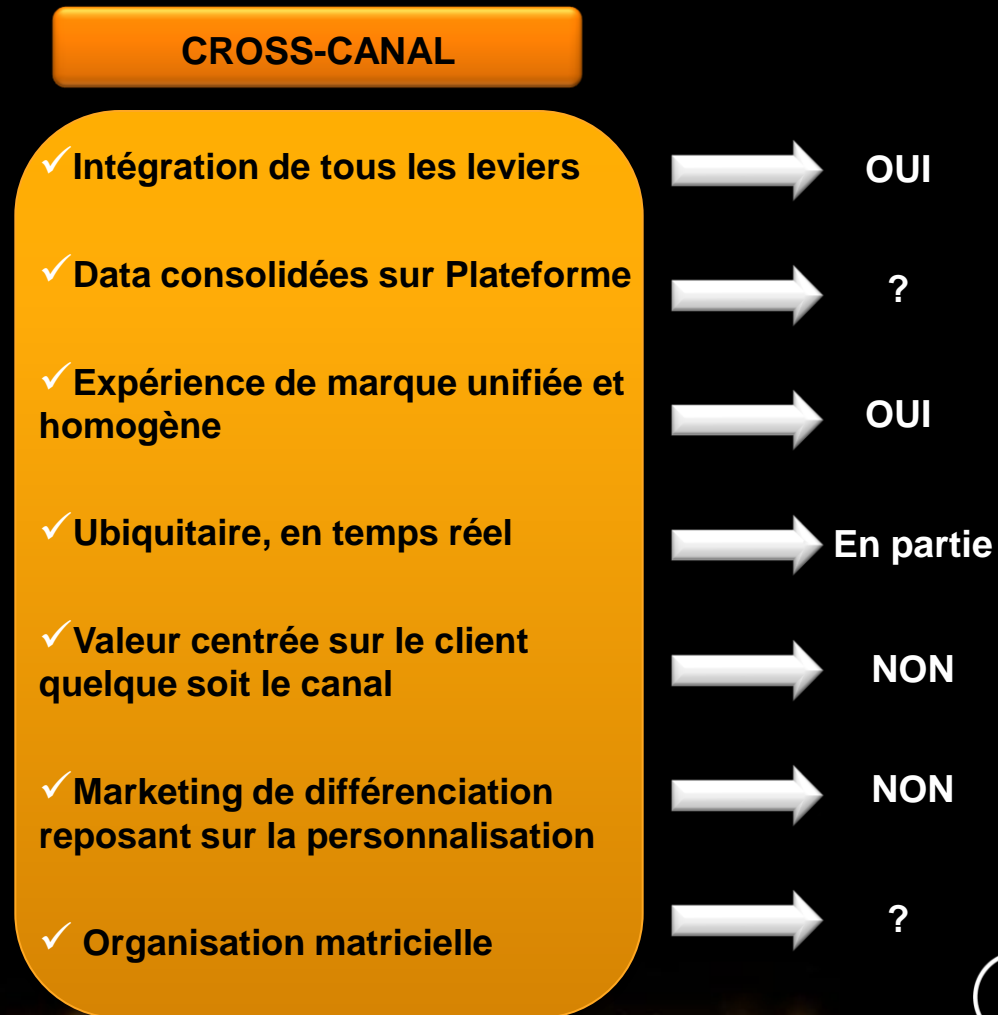
- Base de données de 7.000 Séries TV.
- Réservation de votre place de cinéma dans la plupart des cinémas de France.

AlloCiné

Achat d'une place (film)

The screenshot shows the AlloCiné website interface. At the top, there's a navigation bar with links for 'Devenir membre', 'Se connecter', and 'Connect with Facebook'. Below this is a large banner for the movie 'PURE AFFAIRE' by François Damians and Pascale Arbillot, with the tagline 'ÇA SENT LES EMMERDES A PLEIN NEZ'. A yellow button says 'AUJOURD'HUI AU CINÉMA' and another says 'VOIR LES SÉANCES'. The main navigation bar includes 'Accueil', 'Cinéma', 'Séries TV', 'Vidéos', 'Communauté', 'News', 'Dossiers', 'DVD', 'VOD', 'Stars', 'Jeux vidéo', 'Concours', and 'Plus'. Below the navigation, there are several promotional banners: 'Origami style' by Orange, 'bingo Live' by FDJ, and 'On fait une PARTIE? JOUER EN LIGNE'. The main content area shows the search results for 'Chez Gino > Séances à Paris 7e arrondissement', with a search bar and a 'Rechercher' button. The page also features a sidebar with 'LAURENT LAFITTE' and 'UN FILM DE LEXANDRE COFFRE'.

Comprendre le passage du multicanal au cross-canal



Vidéo Adidas

Expérience cross-canal



Sommaire

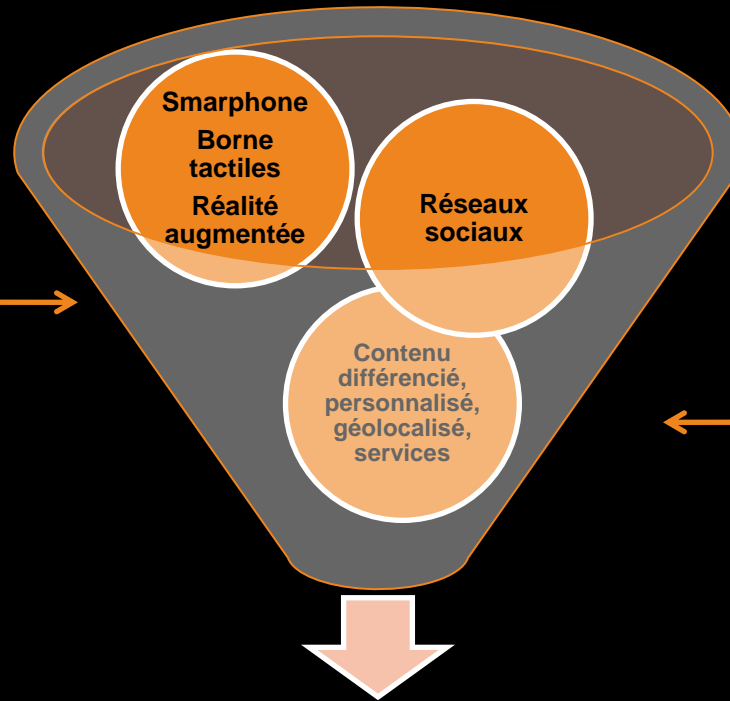
1. Les usages et utilisateurs d'aujourd'hui
2. La stratégie du carré magique
3. Etude de cas
4. Les enjeux de demain
5. Notre solution pour franchir le cap du cross-canal

Les enjeux de demain

PLATEFORME CROSS-CANAL ON & OFF LINE PARTOUT EN TEMPS REEL

Usages ET ergonomie

Interactivité
Lien au support



Sociabilité
Lien avec les autres

Expérience/affect
Lien avec la marque

Web Analytics

EXPERIENCE HOMOGENE A TOUS LES POINTS DE CONTACT GRACE A L'INTEGRATION DES USAGES PAR CANAL ET A LA CONNAISSANCE POINTUE DU CLIENT

Sommaire

1. Les usages et utilisateurs d'aujourd'hui
2. La stratégie du carré magique
3. Etude de cas
4. Les enjeux de demain
5. Notre solution pour franchir le cap du cross-canal

Notre offre pour une conception et optimisation de votre marque cross-canal

ERGONOMIE

WEB ANALYTICS

STRATEGIE

TECHNOLOGIE

USER

→ Comprendre, concevoir



- Benchmark et analyse concurrentielle
- Audit ergonomique et de web analytique
- Scénarisation et story-boarding
- Cahier de conception / charte de navigation

→ Evaluer, optimiser



- Test A/B ou test multivariés
- Eye-tracking
- Optimisation parcours client (SEO+WA inclus)

→ Observer, tester



- Focus Groups – Etudes quanti/quali
- Questionnaire en ligne
- Test utilisateur

MERCI DE VOTRE ATTENTION

Des questions ?

Noëly GRONDIN DEVOUCHE

Consultant Solutions Senior

+33 (0) 6 32 00 31 63

+33 (0) 1 76 21 15 55

Noelly.grondin@valtech-agency.fr

Aurélie HORNOY

Digital Performance Lead

+33 (0) 6 62 44 85 55

+33 (0) 1 76 21 16 29

Aurelie.hornoy@valtech.fr

Droits de reproduction

- Vous êtes libres de :

- Partager : reproduire, distribuer et communiquer cette présentation
- Remixer : modifier cette présentation

- Selon la condition de « Paternité » :

Vous devez impérativement citer le(s) auteur(s) ou le(s) titulaire(s) des droits (mais pas d'une manière qui suggérerait qu'ils vous soutiennent ou approuvent votre utilisation du contenu).

- Plus d'informations : <http://fr.creativecommons.org>

