



BleuRoy.com



Agence de communication interactive



L'Intelligence Compétitive 2.0 pour le pilotage des projets e-Marketing

Soutenance de Thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication

Sébastien Bruyère – 18 octobre 2010



Contexte général

HighCo

BleuRoy.com

Agence de communication interactive

Agence interactive née en 2000



Clientèle constituée d'entreprises & d'institutions

Pôles d'expertises

- Solutions Internet
- Solutions e-Marketing
- Solutions d'hébergement

ADWORDS
QUALIFIED
INDIVIDUAL
Google

AccessiWeb

Organisation

Le poste de Chef de Projets R&D

La démarche Recherche adoptée



UNIVERSITÉ du SUD
Toulon-Var



BleuRoy.com

Problématiques initiales

HighCo

Agence de communication interactive

- Nombreux outils de reporting à consulter
- Manque de valorisation des actions réalisées
- Peu de partage et de capitalisation des Bonnes Pratiques
- Manque de réactivité face aux anomalies
- Perte de temps pour la mise en forme



Développer un dispositif capable d'agréger les indicateurs représentatifs de toutes les activités Internet qu'un client peut réaliser grâce à BleuRoy.com.



L'e-Marketing

HighCo

BleuRoy.com

Agence de communication interactive

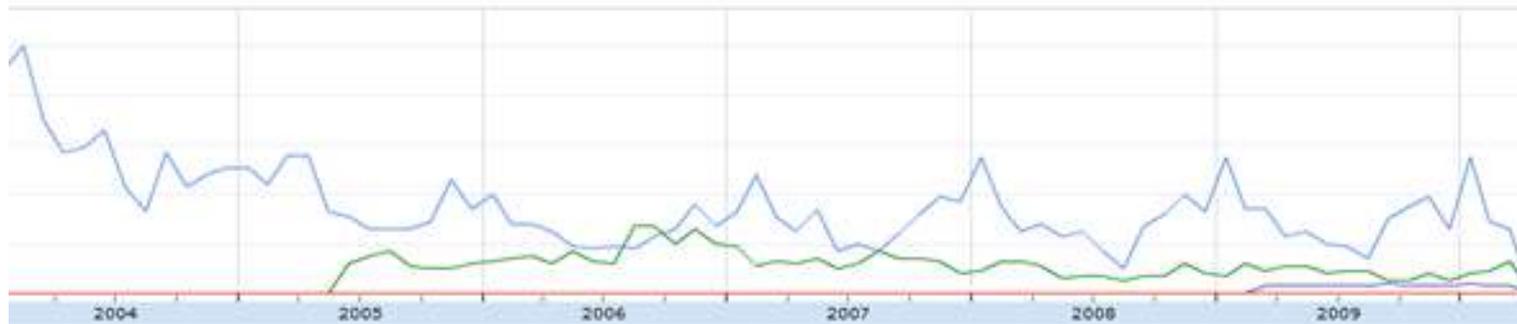
- Domaine du Marketing
- Nourrit par Internet (/!\ ≠ Web)
- A développé des spécificités
 - Révolutions connectiques
 - Evolution permanente
 - Méthodes empiriques



E-Marketing

Internet
Marketing

Web Marketing





La constellation e-Marketing



BleuRoy.com

Agence de communication interactive

Consom'acteur service Client vie Privée
 Prix Distribution Participation
 Dialogue Promotion Sécurité
 Culture Produit Curiosité
 Créativité Données Site Web
 Personnalisation Communication
 Communauté Changement

$$4P + 2D + (2P+2C+2S) + 6C + 1P = e\text{-Marketing}$$

1997 2001 2005 2006 2008
 Web 2.0





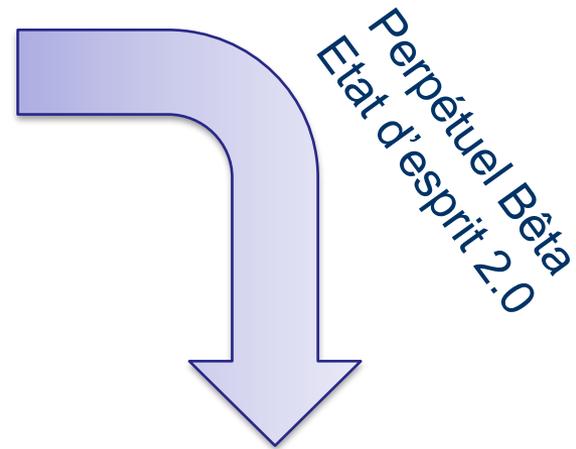
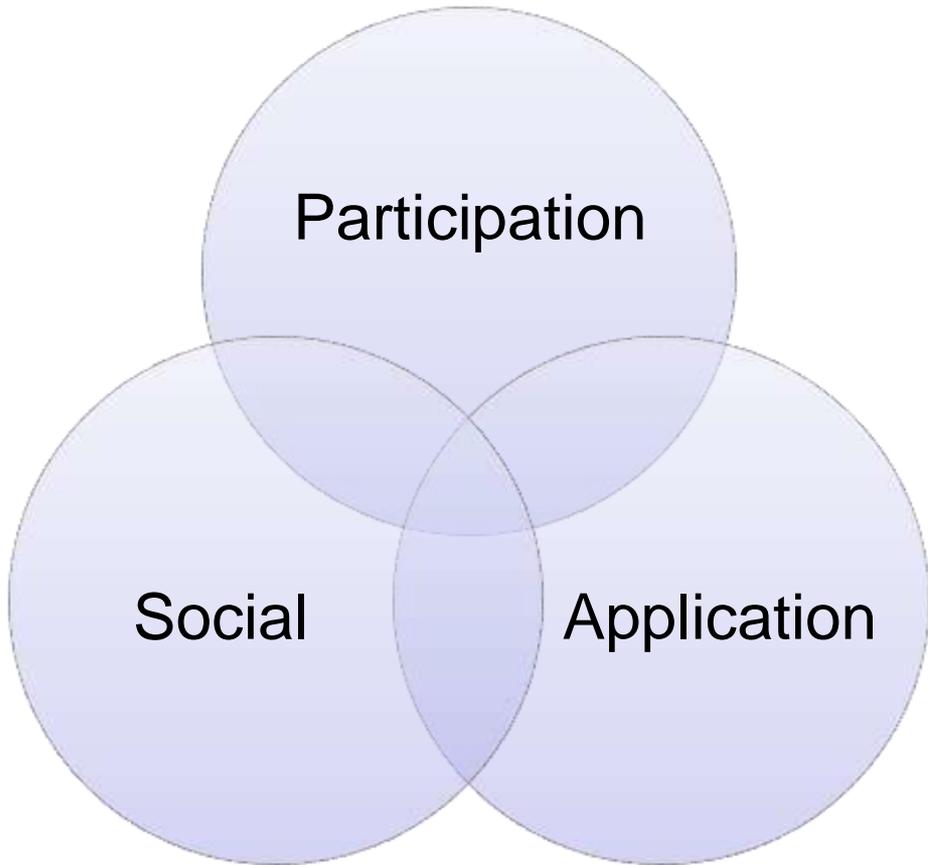
BleuRoy.com

Du Web 2.0 au 2.0

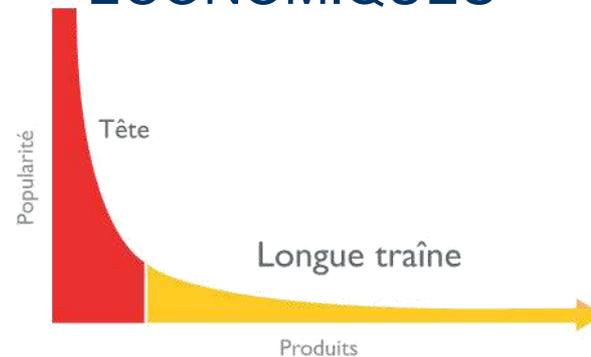


Agence de communication interactive

ARCHITECTURE



NOUVEAUX MODELES ECONOMIQUES



COMMUNICATION N'À N
INTELLIGENCE COLLECTIVE
« Pensez global agir local »



BleuRoy.com

Les vecteurs de communication

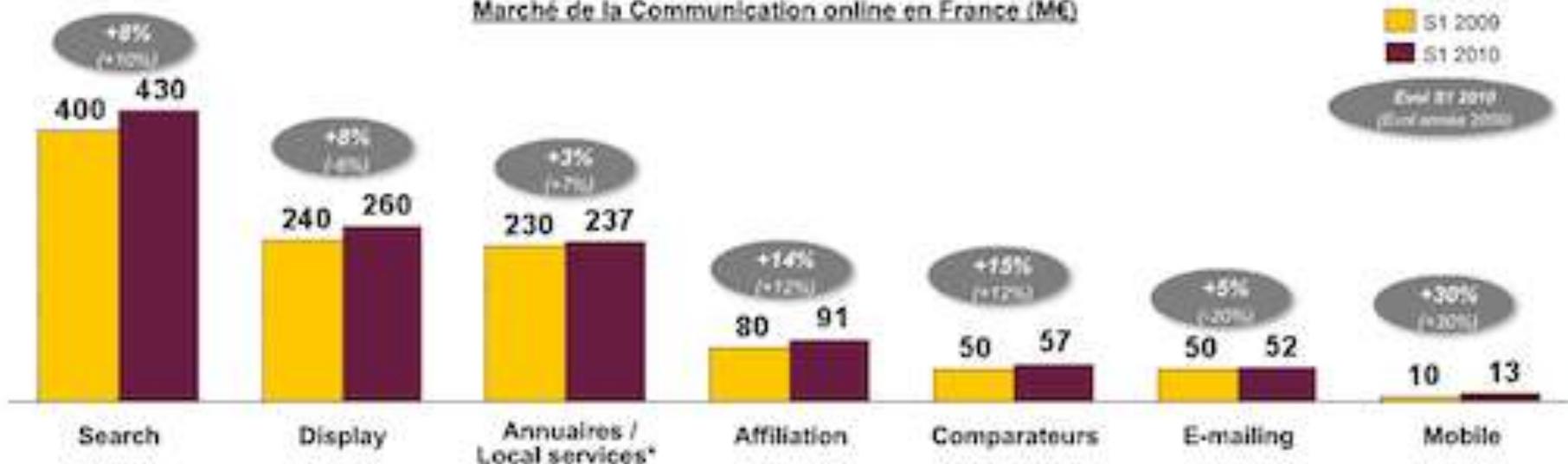


Agence de communication interactive



La communication online en France :
un marché de 1,14 milliard d'euros nets au S1 2010, en hausse de 8%

Marché de la Communication online en France (M€)





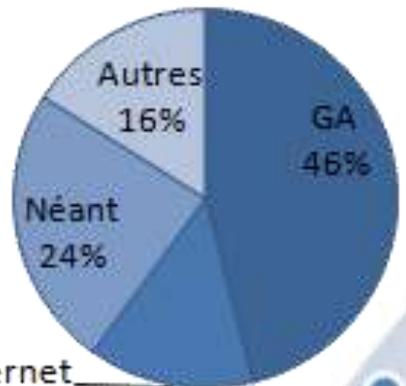
Les Web Analytics

HighCo

BleuRoy.com

Agence de communication interactive

entreprise
 comportement
 site
 utilisation
Analytics
 comprendre Internet marketing
 données
 Web
 quantitatives



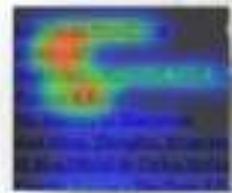
AT Internet
14%

Performance
liée au site
Web

Notion de
retour sur
Investissement

Pilotage par
objectifs

BI
Intelligence
Compétitive
KM





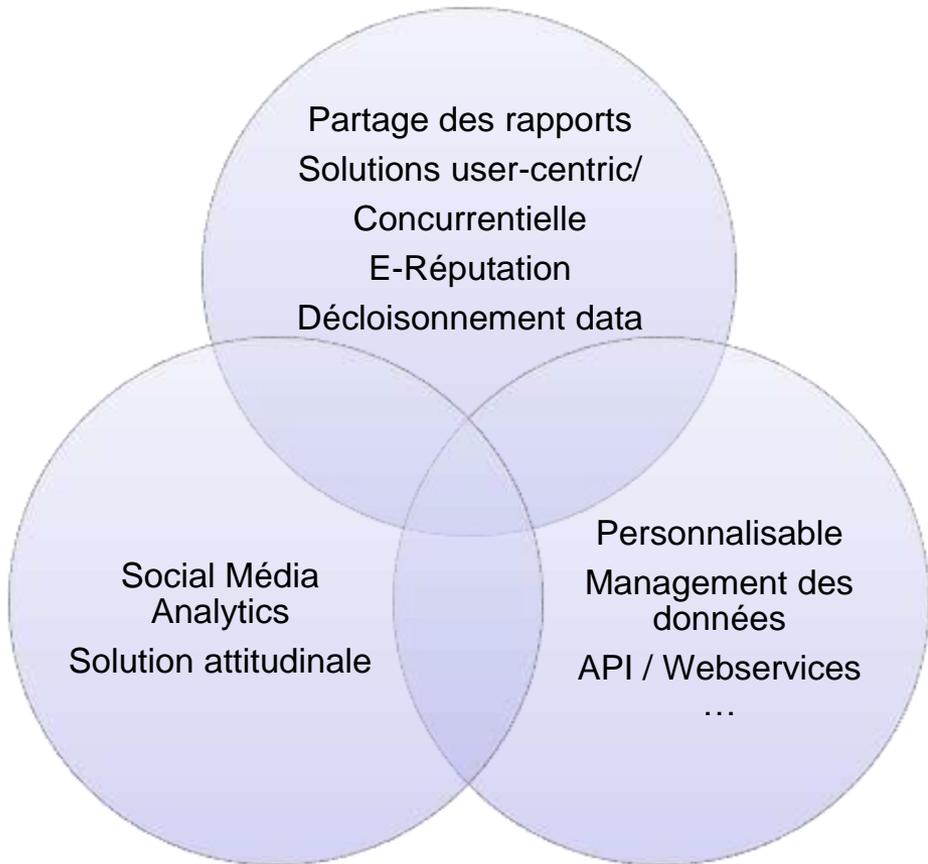
BleuRoy.com

Les Web Analytics 2.0

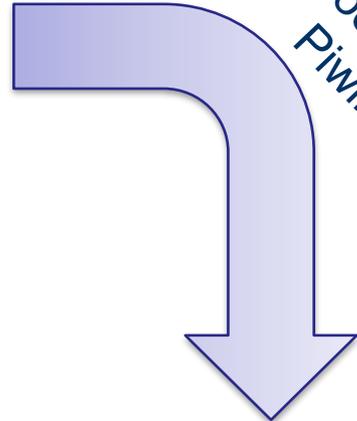
HighCo

Agence de communication interactive

ARCHITECTURE



Google Analytics
Woopra, 4Q!
Piwik ...



Pilotage des Modèles Economiques 2.0

- Maitrise des résultats
- Pilotage de la performance Web
- (Re)Marketing & Testing
- Ciblage comportemental ...

COMMUNICATION N'À N
INTELLIGENCE COLLECTIVE
« Pensez global agir local »



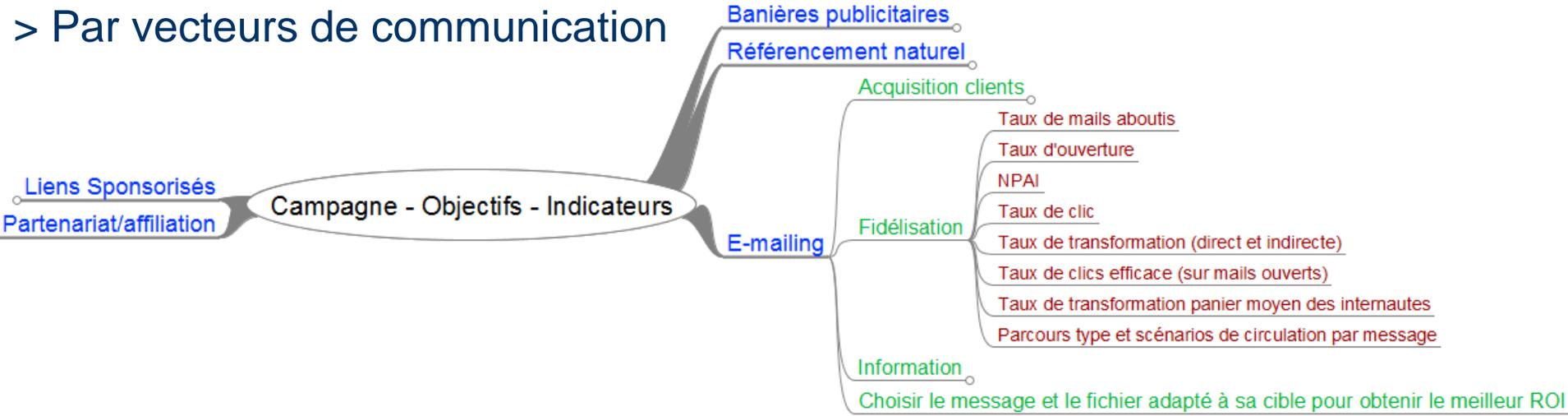
Le pilotage par les WA



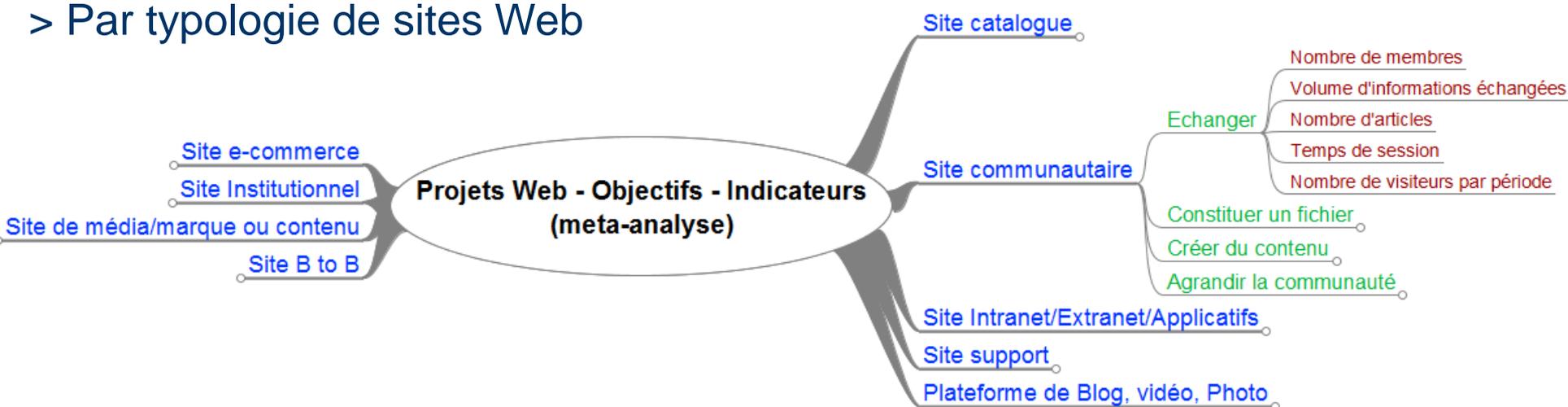
BleuRoy.com

Agence de communication interactive

> Par vecteurs de communication



> Par typologie de sites Web





BleuRoy.com

L'Intelligence Compétitive

HighCo

Agence de communication interactive

- Système opérationnel
- Regroupe recueil, traitement et acheminement de l'information tacite et explicite
- Sous une présentation correcte
- Vers le responsable stratégique appropriés
- Pour prendre la « bonne » décision.





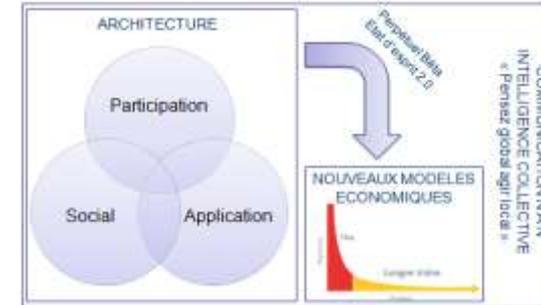
BleuRoy.com

L'Intelligence Compétitive 2.0



Agence de communication interactive

- Enrichissement temporel
- Enrichissement du Web 2.0
- Métamorphose



- Collaboration d'acteurs à compétences différentes
- Gestion des problèmes dans l'urgence
- Finalité basée sur la confrontation décideur-veilleur

IC 2.0 = (4A) (VS+Lb+P.Info)



Toulon-Var



BleuRoy.com

Le processus d'IC 2.0



Agence de communication interactive

- Méta-analyse quantitative
- Processus complémenté
- Intègre l'IC 2.0
- Les acteurs
- L'écosystème
- Déclinable pour l'élaboration de SI

- 1) Définition du problème
- 2) Transformation en problème de recherche
- 3) Ident. sources Pertinentes
- 4) Rech. infos pertinentes
- 5) Traitement et analyse des infos
- 6) Def. Hypothèses plausibles
- 7) Décision
- 8) Protection
- 9) Valorisation



L'articulation des notions



BleuRoy.com

Agence de communication interactive

<p>L'Intelligence Compétitive pour le pilotage</p>	<p>e-Marketing au moyen de la</p>	<p>Notion de Web Analytics</p>
<p>Agir lobbying Analyser-l'information Anticiper-les-événements protection-de-l'information Accumuler-l'information veille-stratégique</p>	<p>Produit Données Site Vie-privée Dialogue Communication Culture Changement Communauté Service-à-la-clientèle Créativité Comsom'acteur Consistance Distribution Participation Promotion Personnel Prix Sécurité</p>	<p>Parcours-visiteur Expérimentation-et-testing Personnalisation-des-analyses veille-concurrentielle Interactivité-entre-personnes Écoute-client Analyse-des-résultats-multiples Décloisonnement-des-donnée Partage-de-l'information Reporting maîtrise-des-résultats souplesse-des-supports</p>
<p>IC2.0 = (4A) (VS+Lb+P.Info)</p>	<p>e-Mtg = 7P + 3D + 3S + 7C</p>	<p>WA2.0 = 3P + M + 2E + VC</p>

- 👑 Limites et apports des notions (indépendantes)
- 👑 Les Web Analytics = Veille technologique ?
- 👑 Veille technologique & Bonnes Pratiques
- 👑 Veille concurrentielle & Objectifs accessibles
- 👑 Le processus d'IC 2.0 pour articuler





BleuRoy.com

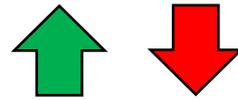
Le modèle KIM

HighCo

Agence de communication interactive

Type de site	Objectifs	Indicateurs clés de performance
Site e-Commerce	ROI	Panier moyen
		Tx de transformation internaute - client
		Nombre d'achat par visiteur

Facteurs d'IC Online



Configurateur de projet

Qualification d'une BP

Bonnes pratiques à appliquer

Rapport pré-commenté



Knowledge
Internet
Marketing



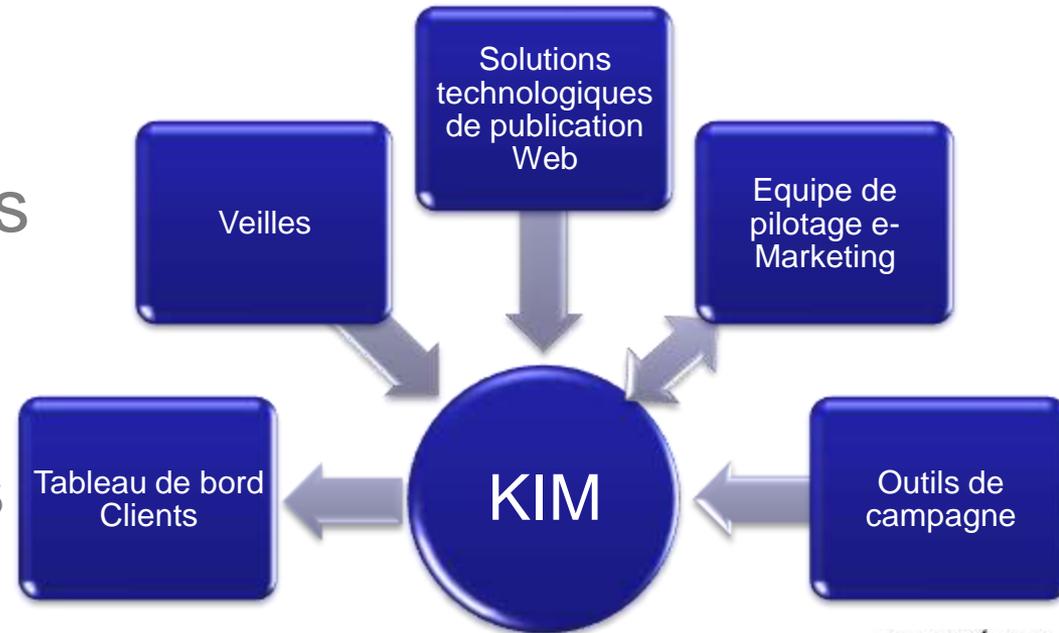
Les réponses de KIM

HighCo

BleuRoy.com

Agence de communication interactive

- Centralisation des statistiques
- Report automatique des actions réalisées
- Centré sur les Bonnes Pratiques
- Syndication des variations avec pistes
- Génération auto de rapports pré-commenté





BleuRoy.com

Organisation des développements



Agence de communication interactive

- Le processus d'Intelligence Compétitive comme Cas d'Utilisation Stratégique
- MCU & Description technico-fonctionnelle
- Une solution comportementale open source comme socle
- L'Open Source Maturity Model
- L'approche CITIE pour sélectionner un logiciel de suivi de positionnement



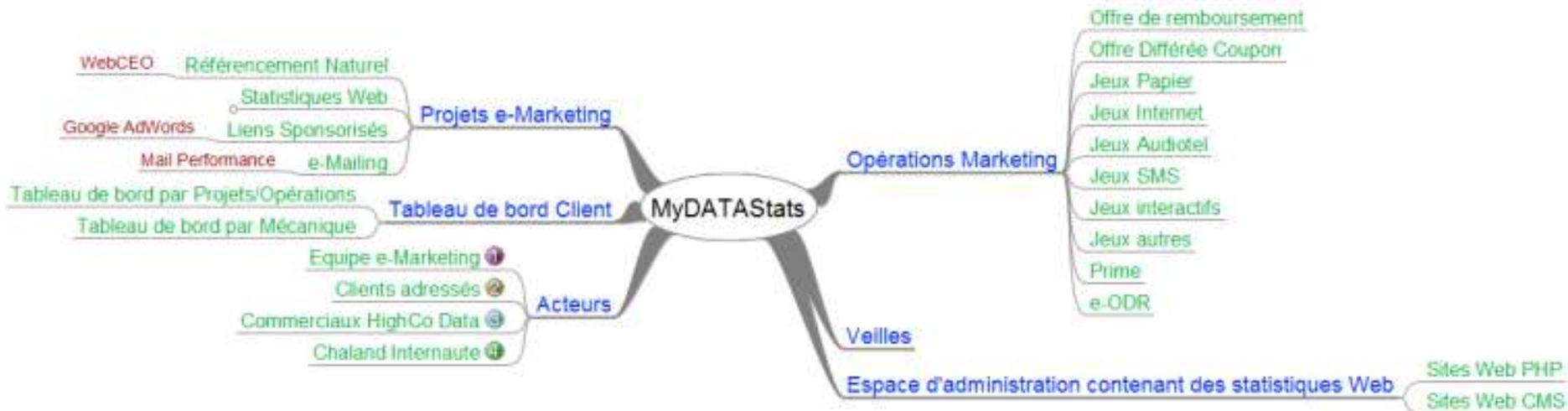
Toulon-Var



- Rapprochement puis fusion
 - Constituer une offre à 360° pour répondre aux besoins des marques et des consommateurs
- Dédiée aux solutions globales en marketing opérationnel
- Leader du traitement de coupon de réduction (185 millions de coupons par an)
 - Coupon, ODR, ODC, Jeux, SMS, logistique ...
 - Apport de BleuRoy.com & d'High Connexion
 - e-ODR, e-ODC, Jeux Web, SMS, pack trafic...



- 👑 KIM devient MyDataStats
- 👑 Apport de la MCU et de l'IC
- 👑 Priorité à l'agrégation des statistiques des opérations d'HighCo Data





- Développer l'intelligence de KIM
- Elargir l'intelligence de KIM à MyDataStats
- Dépasser le reporting pour aller vers un SIM
- MyDataStats comme service Web 2.0
- Croisement de données & Datamining
- ...





BleuRoy.com

Conclusion & REX

HighCo

Agence de communication interactive

Les apports de L'Intelligence Compétitive

- ▀ Modélisation de système
- ▀ Assistance à l'expression des besoins
- ▀ Envisager les changements

Retours d'expérience

- ▀ Le projet
- ▀ La posture de chercheur dans une agence interactive

UNIVERSITÉ du SUD



Toulon-Var



BleuRoy.com



Agence de communication interactive

HighCo

Merci de votre attention

~

Questions / Réponses



Contact

Sébastien Bruyère

Chef de projet R&D BleuRoy.com

Doctorant SIC

s.bruyere@bleuroy.com

UNIVERSITÉ du SUD



Toulon-Var