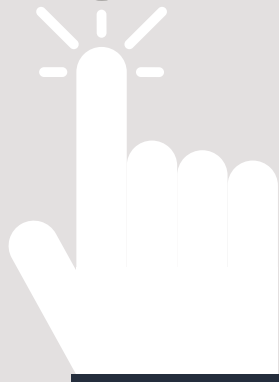
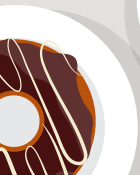


NetBooster

TENDANCES DIGITALES 2015



Nous avons isolé 8 tendances qui influenceront probablement la relation du consommateur avec les marques en 2015. Certaines sont émergentes, d'autres, déjà détectées, confirment leur présence et semblent s'inscrire durablement dans le paysage.

Nous avons voulu ce document à la fois prospectif et pragmatique, présentant des expérimentations en cours et des pratiques naissantes d'une façon simple et descriptive.

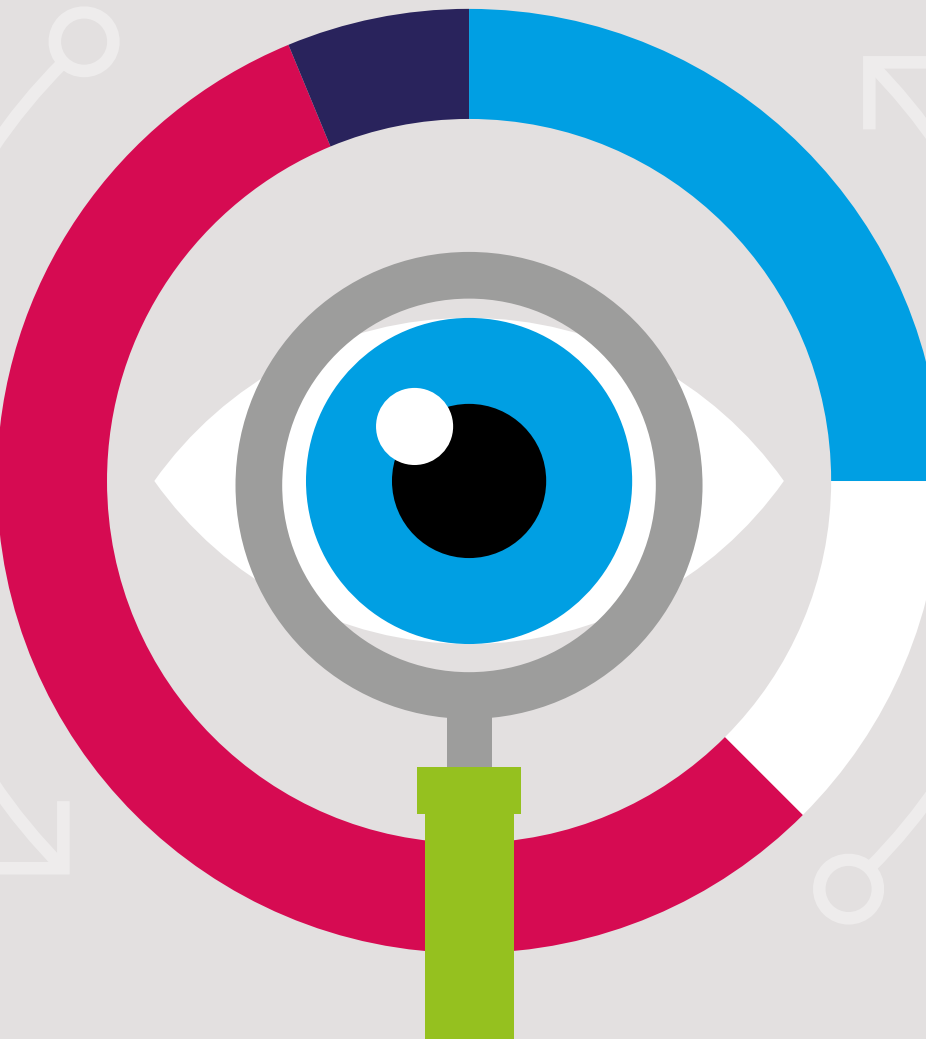
Nous souhaitons que ces tendances suscitent réflexions et débats et offrent de nouveaux éclairages qui permettent aux marques de se projeter vers demain.



TENDANCES DIGITALES 2015



L'analyse prédictive	p.07
La réalité augmentée	p.13
Le phygital commerce	p.19
Le service au service du service	p.25
Le business peer-to-peer	p.31
L'humanisation des marques	p.37
Le matching	p.43
Objets connectés, homme augmenté ? ...	p.49



L'analyse prédictive

Modélisation statistique schématisant des comportements utilisateur.

Mise au service des marques, elle permet d'anticiper les besoins, de devancer les envies et même de deviner les intentions d'achat de chaque individu.

Sommes-nous tous si prévisibles et donc réellement modélisables ?



Depuis août 2014, Foursquare s'est transformé en guide de sorties et de recommandations et permet dorénavant de cibler les bars, restaurants, commerces et autres points d'intérêt.

Le moteur de recherche, intelligent, pondère les résultats en fonction des goûts et préférences de l'utilisateur apprises au fur et à mesure par l'application et de sa localisation.

Alors, qui de Foursquare, Yelp ou Google Places gagnera la course à la recommandation de proximité ?



Se basant sur sa connaissance de l'internaute pour lui faire des recommandations en fonction de ses goûts, ses habitudes et sa géolocalisation, Google Now devance l'utilisateur en lui proposant des informations avant qu'il ne les demande.

Bien que pratique, la présence de ce nouveau compagnon alimente le débat autour du respect de la vie privée.

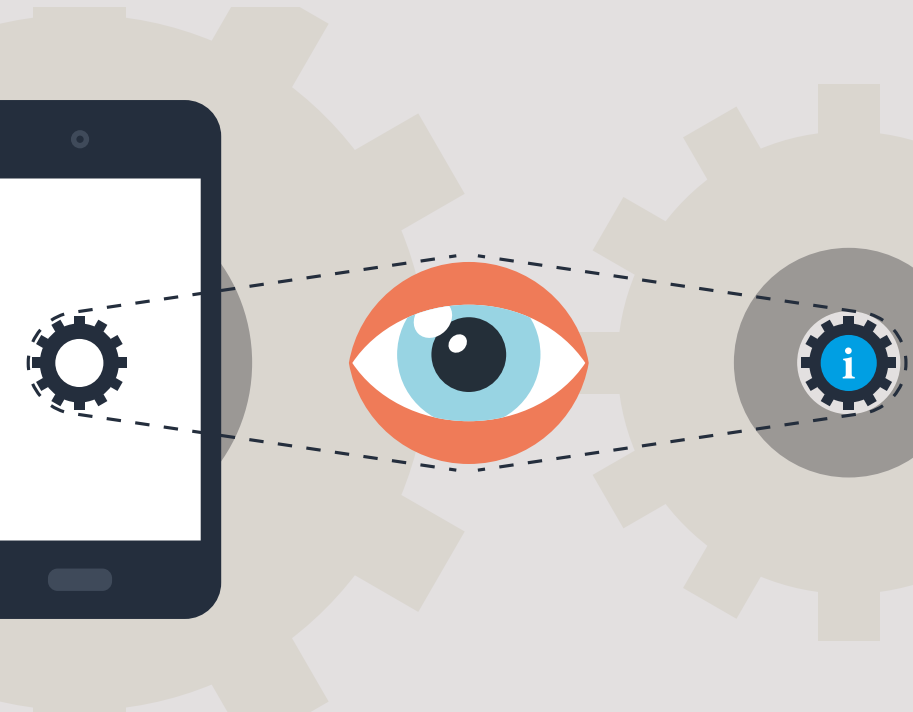
La grande question est : que fera Google de toutes ces données ?



Amazon a déposé en décembre 2013 le brevet du procédé qui lui permettrait de deviner les désirs d'achat des utilisateurs de son site et de leur envoyer par anticipation des produits non encore commandés.

Pour ce faire Amazon étudie les habitudes des acheteurs en fonction de leurs achats précédents, de leurs recherches, de leur panier et du temps passé sur la page d'un produit.

A toujours vouloir combler les souhaits de ses clients, Amazon n'en ferait-il pas trop cette fois-ci ?



La réalité augmentée

Superposition de plusieurs univers pour recréer un environnement enrichi au sein duquel l'utilisateur peut interagir avec des données.

Née dans les années 60, cette technologie trouve aujourd'hui de nombreuses applications, notamment dans le retail, l'industrie et la santé.

Le simulateur de maquillage / Makeup Genius



Mesdames, vous avez toujours rêvé de pouvoir essayer du maquillage avant de l'acheter ? Votre vœu est enfin exaucé grâce à cette application qui vous permet d'essayer virtuellement les produits L'Oréal. Comment ça marche ?

Postez-vous devant votre iPhone, calibrez votre visage et choisissez les produits à tester : blush, rouge à lèvres, ombre à paupières, etc.

Instantanément, vous verrez les résultats couleurs et matières sans être figée, alors souriez !

Tout laisse à penser que cette innovation vous permettra enfin d'acheter un produit sans regret et qu'elle sera un booster de ventes pour L'Oréal !

Le casque ultra-connecté / Skully AR-1



Ce casque du futur permet, grâce à une caméra arrière, de voir la route dans son dos grâce à un écran 'tête haute', placé au niveau de l'œil droit.

Skully AR-1 permet également de profiter du guidage GPS (image et son), d'écouter de la musique et de recevoir des appels grâce à la connexion Bluetooth avec un smartphone.

Le casque sera commercialisé en mai 2015 pour un montant avoisinant les 1 200 €.

La réalité augmentée c'est aussi pour les motards ! Reste à savoir s'il s'agit d'une réelle révolution au service de la sécurité ou d'un nouveau gadget qui peut s'avérer dangereux !



La promesse de ce casque est de concilier technologie de pointe et environnement professionnel pour les ouvriers en bâtiment, ingénieurs de terrain, etc.

Equipé de capteurs, d'un appareil photo et de caméras 360°, il fournit sur un écran virtuel tous les éléments d'appréciation et de compréhension de l'espace de travail. Par exemple, percevoir une surchauffe sur un circuit, lire une jauge ou un cadran à plusieurs dizaines de mètres, modéliser une carte interactive des lieux environnants ou simuler le remplacement d'une pièce, ... tout en laissant l'opérateur libre de ses mains.

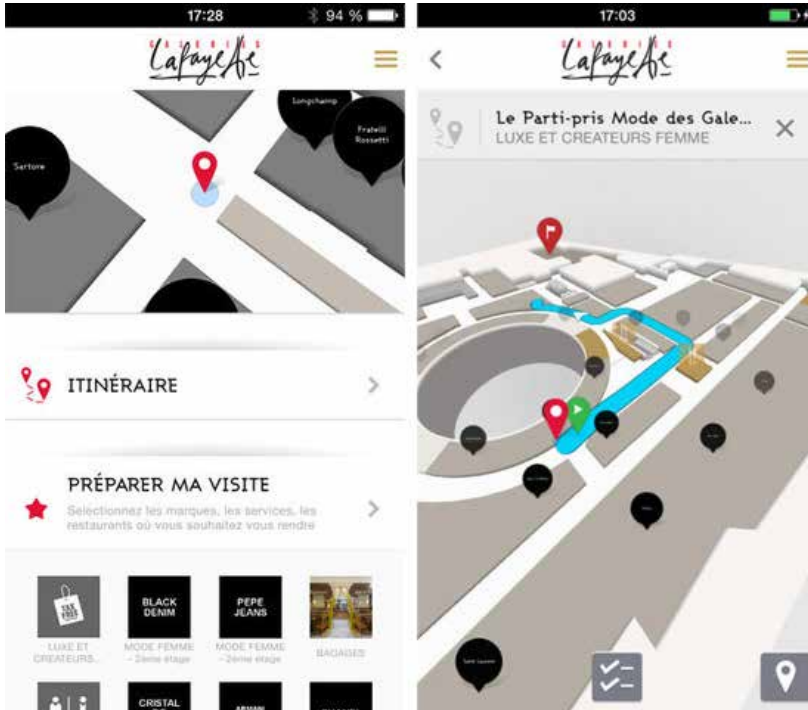
Une fois ces nouveaux usages adoptés, tout porte à croire que cette innovation rimera avec sécurité et productivité dans l'industrie !



Le phygital commerce

Hybridation réel / virtuel, il rassemble les initiatives prises par les marques pour intégrer le digital dans le monde physique, ouvrant ainsi la voie à de nouveaux modes de distribution.

Plus proche, plus intuitif, plus contextuel, il peut se décliner partout.



Qui ne s'est jamais perdu dans les dédales labyrinthiques d'un grand magasin ?

Pour aider les consommateurs à préparer leur virée shopping et les guider, Galeries Lafayette a mis en place une application pour orienter sa clientèle à travers les 5 niveaux du magasin, avec une précision de 3 à 4 mètres.

Il est même possible de choisir en amont les marques que l'on veut visiter et l'application fournit l'itinéraire le plus optimisé.

Disponible en 14 langues sur Android et iPhone, cette application saura sûrement séduire un grand nombre de touristes et Parisiens pressés !



Vous passez devant une vitrine présentant ce petit top et cette jupe qui vous iraient à ravir mais vous n'avez pas le temps de vous arrêter ou le magasin est fermé. Pas de panique !

Si les mannequins sont équipés de la technologie VMBeacon et que vous avez installé l'application Iconeme sur votre smartphone, vous pourrez au choix : sauvegarder le look pour plus tard, l'envoyer à vos amis, acheter l'ensemble en ligne ou bien savoir dans quel rayon du magasin se situent ces produits.

Avec cette innovation, la boutique physique devient un portail de vente interactif !

« Ceci est une boutique » / Fast Shopping



Du 28 mai au 17 juin 2014, Comptoir des Cotonniers a transformé la rue en magasin créant ainsi une nouvelle expérience shopping !

De multiples supports-abribus, mur, table de café, voiture Uber- ont été investis pour devenir des points de vente (10 000 en tout !) et permettaient l'achat d'une trentaine de produits de la marque.

Pour ce faire, il suffisait d'installer l'application Powatag, de flasher le QR code présent sur les affiches et en un clic de payer sa commande.

Avec cette innovation, l'achat d'impulsion devient un jeu d'enfant !



Pour toucher facilement plus de consommateurs dans le monde réel, Nespresso a installé au BHV Marais une boutique autonome sous la forme d'un cube de 9m³ alliant élégance et innovation.

Les clients font leur achat sur une tablette intégrée et un bras robotisé prépare la commande en allant chercher les boîtes de capsules.

Le service Nespresso est quant à lui assuré par un conseiller dégagé de ses fonctions traditionnelles de vente.

Nespresso nous offre ici une vitrine de ce qui se fait de mieux en matière d'expérience omnicanal !



Le service au service du service

Pour conquérir et fidéliser de nouveaux clients, les marques se doivent de vendre plus que des produits.

Elles sont dans l'obligation de créer de la valeur sur un mix 'produit + service', c'est-à-dire de délivrer des solutions.



Le service au service du service

Le bouton connecté / Bouton Darty



Darty s'invite dans les foyers et surfe sur la vague des objets connectés en créant un bouton magnétique connecté au centre d'appel de la marque.

Connecté au WiFi de l'habitation, il suffit à l'utilisateur d'appuyer sur le bouton pour qu'un conseiller le rappelle aussitôt, pour le dépanner à distance ou répondre à ses questions, qu'elles concernent un produit acheté chez Darty ou ailleurs, sous garantie ou non.

Il est fort à parier que l'objectif de demain est de faire 'communiquer' le bouton avec tous les objets connectés du foyer pour connaître l'état de l'appareil, etc.

Pratique ou inquiétant ?



Le service au service du service

La livraison dans le coffre / Volvo



La voiture, deuxième domicile ? Volvo y croit et fait le pari de transformer le véhicule en lieu de dépôt des commandes en ligne afin de faire gagner du temps au consommateur.

Une fois l'heure de livraison définie, Volvo génère une clef virtuelle, active uniquement pendant le créneau de livraison et qui se détruit une fois la livraison effectuée et le coffre refermé.

86 % des testeurs ayant été séduits, on peut penser que de nombreuses applications pourraient voir le jour sur la base de ce concept (récupérer du linge à emmener au pressing, un colis, etc.)

L'essayage à la livraison / EasyFit & Return



La société néerlandaise propose à ses clients un service, où lors de la livraison, le livreur attend 15 minutes afin que le client puisse procéder à un essai des vêtements et éventuellement lui redonner ceux qui ne vont pas.

En plus d'être pratique pour les consommateurs, ce service permet en plus à la marque d'économiser du temps et de l'argent sur les retours gratuits.



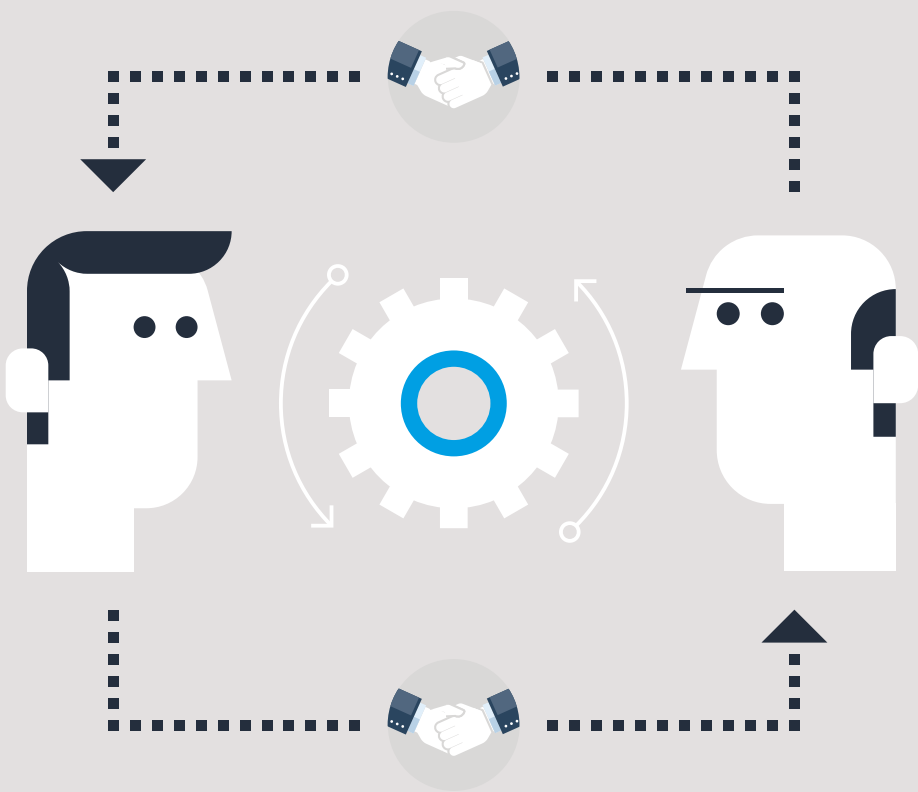
Le service au service du service

Prêt de voiture Add-on / Mobility



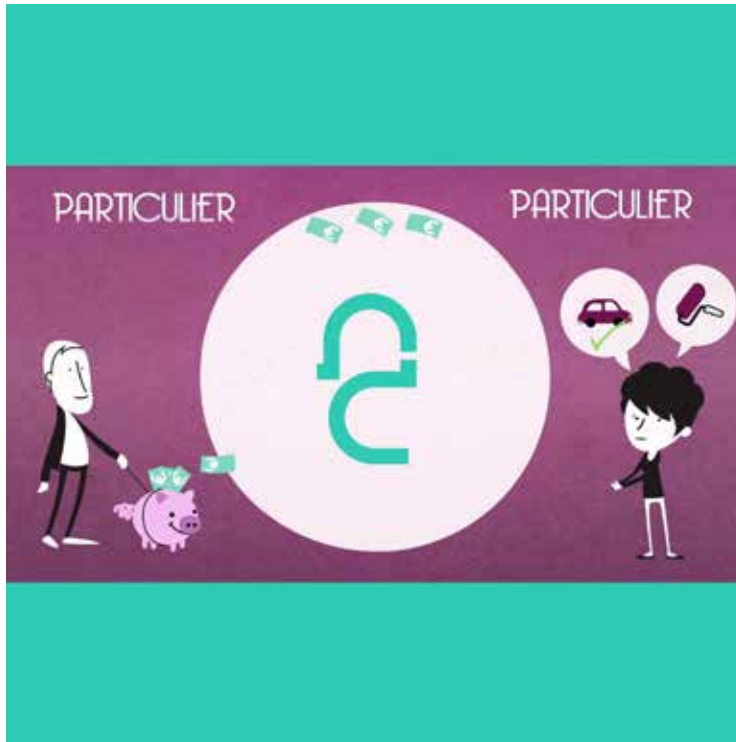
Pour les détenteurs de la voiture électrique BMW I3, BMW propose un service de mise à disposition de voiture à essence pour les longs trajets, supprimant ainsi l'angoisse de tomber en panne d'électricité sur la route des vacances !

L'offre Add-on Mobility est soumise à des conditions de préavis de réservation de la voiture et à des conditions de disponibilité chez le partenaire loueur courte durée. En cas d'indisponibilité, une voiture d'une autre marque de la même catégorie est mise à la disposition du client.



Le business peer-to-peer

Consistant en la mise à disposition d'un bien, d'un service ou d'une expérience par un particulier au profit de l'un de ses pairs, cette économie, se situant entre l'avant-garde des consommateurs et le marché de masse, sera-t-elle l'économie de demain ?



A l'image de Lending Club aux Etats-Unis, Prêt d'Union permet à des investisseurs-prêteurs de financer directement les crédits à la consommation des ménages français.


Par rapport au modèle bancaire classique, il semble que le taux de crédit et le taux de rendement soient plus attractifs car il n'y a pas d'intermédiaire et peu de coûts de structure.

Pour garantir le sérieux des investisseurs, Prêt d'Union oblige les prêteurs à remplir les critères suivants : ils doivent posséder 500 000 € de patrimoine et avoir 1 an d'ancienneté dans un métier de la finance.




Le business peer-to-peer

Guide touristique particulier / Vayable



TAKE YOUR DREAM VACATION
2 REVIEWS VIDEO VERIFIED
★★★★★
with Jamie W.
Ever wondered what it would be like to ride a camel in the Sahara with a local nomad tribe? Or to explore the pagodas of a small Cantonese village protected by UNESCO with a local family that has lived there for multiple generations? Wha...



BIKE THE NEW HIPSTER HAVEN
3 REVIEWS ★★★★★
with Annie
Forget the Mission, the real hipsters, artists, and true leftists have moved on to the next cool place - Oakland. Hop on your fixie (or rent a bike - we won't tell) and explore one of the most exciting new urban developments in the Bay A...

Vayable est un site américain mettant en relation des particuliers (les guides) qui ont envie de faire découvrir leur ville à des voyageurs sous une forme atypique.

En effet, de plus en plus de voyageurs sont à la recherche d'un rapport humain dans l'expérience touristique et veulent découvrir, d'une part des endroits dont on ne parle pas dans le Lonely Planet et d'autre part, être au plus près du mode de vie d'un insider.

Les guides, quant à eux, sont rigoureusement sélectionnés par Vayable après plusieurs entretiens.



Plus de services pour les clients

Location de biens & services / IlokYou

Location, achat, vente et services entre particuliers

Profil

Un système d'annonces inversées pour les particuliers.
Besoin d'un objet ou d'un service ? Postez votre recherche. Vous serez contacté par leurs propriétaires.
Vous voulez proposer un objet ou un service ? Postez votre annonce. Vous serez contacté par les personnes intéressées.



Géolocalisé

Ne passez plus d'après-midi à chercher des annonces.

Avec IlokYou, vous trouvez rapidement ce que vous cherchez tout près de chez vous. Ce sont vos recherches qui nous permettent de vous proposer des annonces pertinentes.



En toute confiance

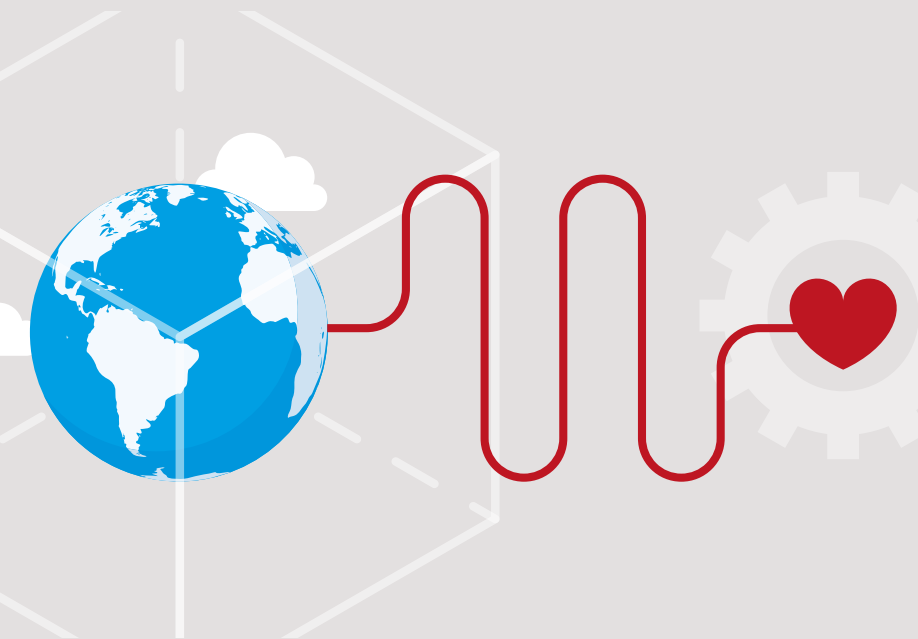
Utilisez IlokYou en toute confiance.

Vos informations personnelles ne sont jamais divulguées à des tiers. Tous les utilisateurs sont évalués pour un meilleur service. Les transactions sont sécurisées et les paiements sont garantis.

IlokYou est une plateforme de location entre particuliers basée sur la demande géolocalisée.

Pour se différencier, elle se positionne en effet sur la location 'inversée', c'est-à-dire que ce sont les futurs locataires qui déposent leurs annonces pour solliciter un bien ou un service auprès d'un autre individu situé dans une zone géographique déterminée.

Une fois la requête enregistrée, une alerte est envoyée aux inscrits susceptibles de détenir l'objet convoité et qui pourront ainsi prendre contact avec le locataire.



L'humanisation des marques

A l'heure où les crises déstabilisent les individus et où le digital bouscule les réputations, les marques doivent être porteuses de sens et offrir une vision positive du monde.

Les initiatives qu'elles prennent leur permettent de développer les valeurs de leur marque et, surtout, de s'humaniser.



Vous vous laissez souvent tenter par les petites sucreries disponibles à la caisse des supermarchés ?

Pour les clients de Tesco en Grande-Bretagne, c'en est fini ! En effet, l'enseigne supprime les bonbons et chocolats de ses caisses.

Cela s'inscrit dans la lignée des autres initiatives prises par la marque pour aider les gens à avoir des vies plus saines telles que : réduction des calories dans la constitution des sandwichs & boissons, mise en place de visites de fermes avec les enfants, partenariat avec Charity UK, etc.

Ces nouveautés sont bien accueillies puisque 65 % des clients anglais disent que cela les aide à faire de meilleurs choix pour leur santé et celle de leurs enfants.



H&M supprime de ses rayons tous les produits faits en angora du fait des sévices infligés aux lapins en Chine, pays produisant 90 % des fourrures en angora.

De nombreuses marques de retail ont pris la même décision comme Gap, Calvin Klein, Marks & Spencer, Primark ou encore Tommy Hilfiger.



Pour ne plus 'fermer les yeux' sur l'origine de certains métaux et minéraux issus de zones où leur exploitation sert à financer des groupes armés ou criminels, responsables de violations des droits de l'homme, notamment en Afrique, Intel supprime tous les minéraux dits 'conflictuels' (or, étain, tungstène, tantale) venant de ces filières d'approvisionnement.

Cette initiative est portée par le 'Conflict-free Smelter Program' qui regroupe les sociétés utilisatrices engagées dans cette démarche, telles que Apple, General Electric, Microsoft, Orange ou Hewlett-Packard.



Le matching

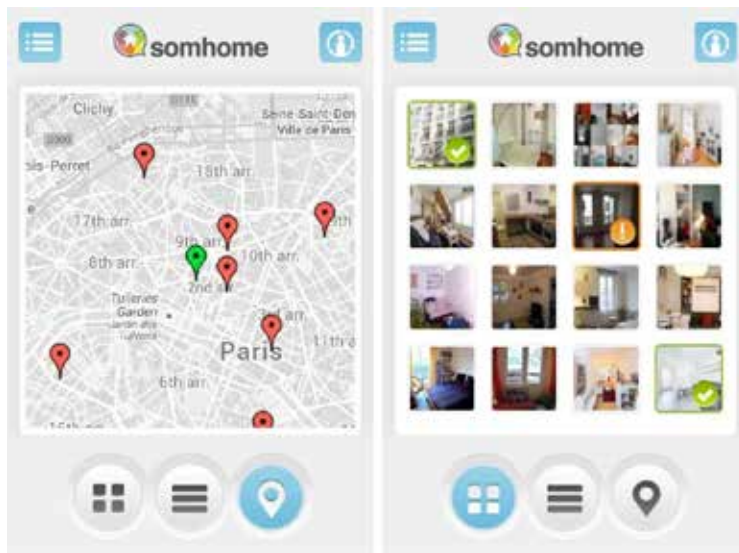
Différences et similarités, complémentarités et affinités ... les applications qui dissèquent, évaluent et comparent nos besoins et envies pour les rapprocher de ceux des autres internautes, se multiplient. Le but, proposer à chacun une offre personnalisée !

L'individu est-il soluble dans la communauté ?



Le matching

Site de rencontres immobilières / Somhome



Qui a un jour cherché à louer un appartement dans une grande ville s'est retrouvé à faire le parcours du combattant.

Pour faciliter les recherches, Somhome a mis en place une plateforme gratuite de mise en relation de loueurs et locataires sur la base de critères affinitaires objectifs et légaux.

Les recherches de sous-locations et de colocations sont également proposées.

Une offre premium permet enfin aux loueurs de voir leur annonce remonter en tête de liste.

The advertisement features a green background. In the top left, the 'Monkey tie' logo is displayed in white text on a yellow rectangular background. Below the logo, a blue cylindrical pen holder with a yellow smiley face sticker is filled with various writing instruments: a fountain pen, a yellow highlighter, a paintbrush, and several pencils. To the right of the pen holder, the text 'Contactez les entreprises qui vous correspondent' is written in a bold, dark font. Below this, two lines of smaller text provide details about the service: 'Grace a Monkey-tie, vos valeurs, vos attentes et vos besoins sont pris en compte par les entreprises' and 'En 10 minutes, montrez aux recruteurs ce qui vous différencie réellement des autres candidats !'.

Monkey tie

Contactez les entreprises qui vous correspondent

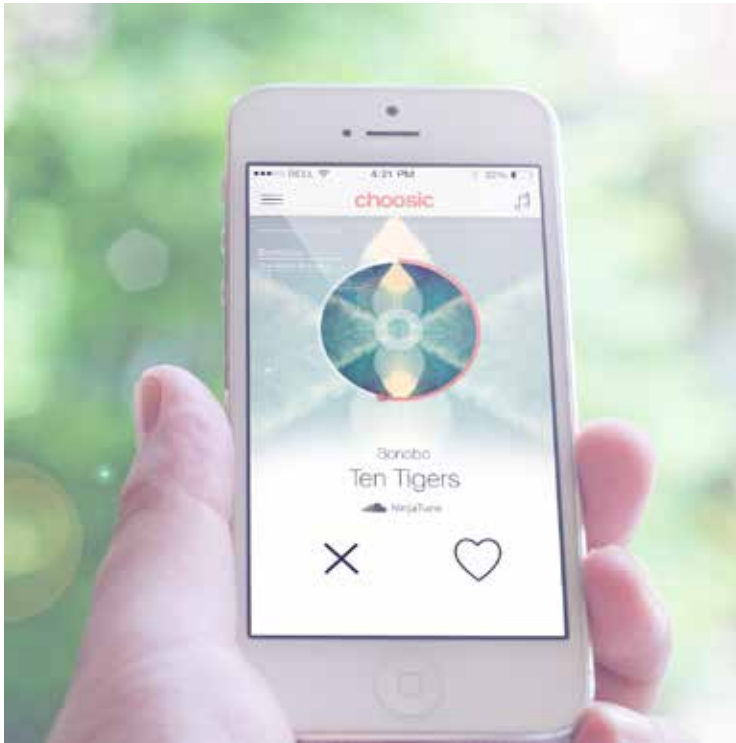
Grace a Monkey-tie, vos valeurs, vos attentes et vos besoins sont pris en compte par les entreprises

En 10 minutes, montrez aux recruteurs ce qui vous différencie réellement des autres candidats !

Monkey Tie a mis en place un nouveau mode de recrutement qui s'intéresse autant aux affinités entre les entreprises et les candidats (culture d'entreprise & personnalité) qu'aux compétences.

Les candidats sont invités à remplir un questionnaire dit 'BigFive' qui s'appuie sur 5 traits de personnalité : l'agréabilité, la conscience professionnelle, la stabilité émotionnelle, l'extraversion et l'ouverture d'esprit.

Gratuit pour les candidats, les entreprises ne paient que pour voir les coordonnées d'un candidat.

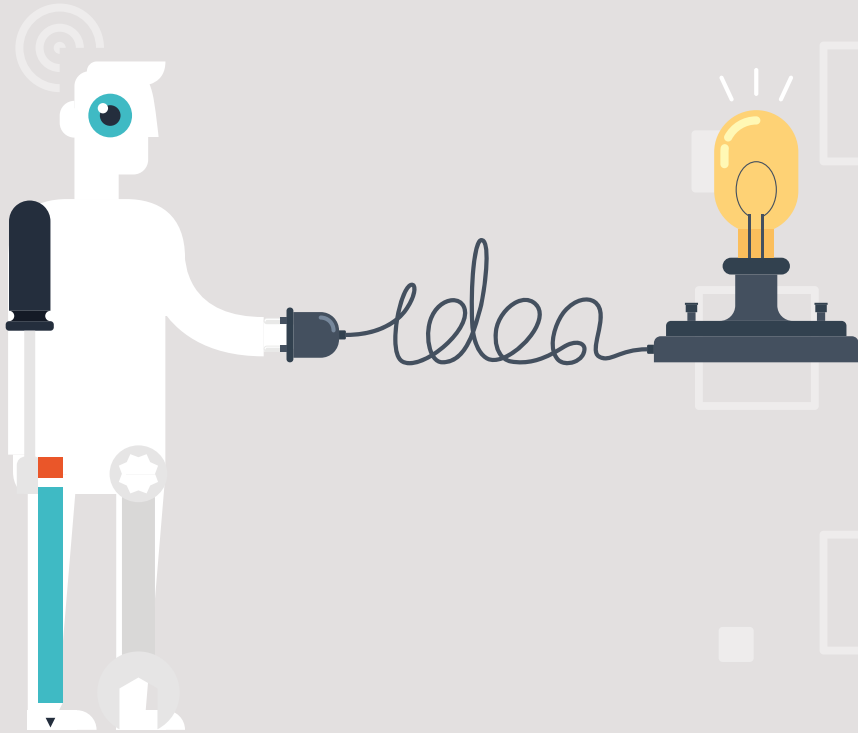


Nouvel entrant sur le secteur des apps musicales, Choosic fait figure de moteur de recommandation.

L'application propose des titres à écouter et au fur à mesure, affine les goûts de l'auditeur suivant qu'il 'like' ou non les chansons qui lui sont proposées indéfiniment.

Choosic , via son algorithme de recommandation, devient de plus en plus pertinent, pour ne plus proposer que les styles musicaux qui feront l'unanimité !

A tester !



Objets connectés, homme augmenté ?

Du plus futile au plus fondamental toutes sortes d'objets connectés ont vu le jour ces dernières années.

Néanmoins, on observe que les consommateurs sont attirés par ceux qui servent leurs besoins fondamentaux : santé, bien-être, sécurité, connexion avec leurs proches.

Le messenger de vos enfants / Toymail



La mission que s'est donnée Toymail est de créer de la technologie pour les enfants sans les mettre devant un nouvel écran.

Les petits jouets en forme d'animaux, appelés des Mailman, permettent aux enfants d'enregistrer un message qui sera ensuite retranscrit et envoyé aux parents dans l'application Toymail.

Les parents, quant à eux, envoient les messages depuis l'application Toymail de leur smartphone, le Mailman de l'enfant les restituant en version vocale.

Mother est à la tête d'une famille de petits capteurs connectés (les Motion Cookies) qui se fondent dans la vie quotidienne pour la rendre plus sereine, plus saine, plus agréable !

Il suffit alors de fixer un Motion Cookie sur n'importe quel objet pour que ce dernier communique avec la Mother et vous transmette une multitude d'informations.

Par exemple, un Motion Cookie installé dans le sac d'un enfant pourra envoyer automatiquement un email dès que ce dernier rentre à la maison, avertissant ainsi ses parents. De même, un Motion Cookie installé sur une boîte de médicaments pourra permettre à la Mother de prévenir que l'utilisateur a oublié de suivre son traitement !

Mesure de l'activité physique, analyse de la qualité du sommeil, suivi de la température d'une pièce, surveillance d'objets précieux, mesure du brossage de dents des enfants, Votre imagination est la seule limite !



La montre connectée pour diabétiques / Sugar



Sugar est une montre connectée permettant aux diabétiques de suivre leur niveau de sucre en temps réel, celui-ci étant détecté par un capteur assez discret posé sur le ventre.

Si la glycémie devient trop importante, la montre se met alors à vibrer pour alerter du besoin d'une injection d'insuline. La montre se connecte en Bluetooth au smartphone de l'utilisateur afin de lui offrir, grâce à une application dédiée, des statistiques d'évolution de son niveau de sucre bien plus détaillées.

Sugar fonctionne également avec les lentilles connectées de Google qui mesurent le niveau de glucose dans le liquide lacrymal.

Une application essentielle pour les diabétiques qui préfigure les « personal dashboard » e-santé qui vont ausculter toujours plus nos fonctions vitales !

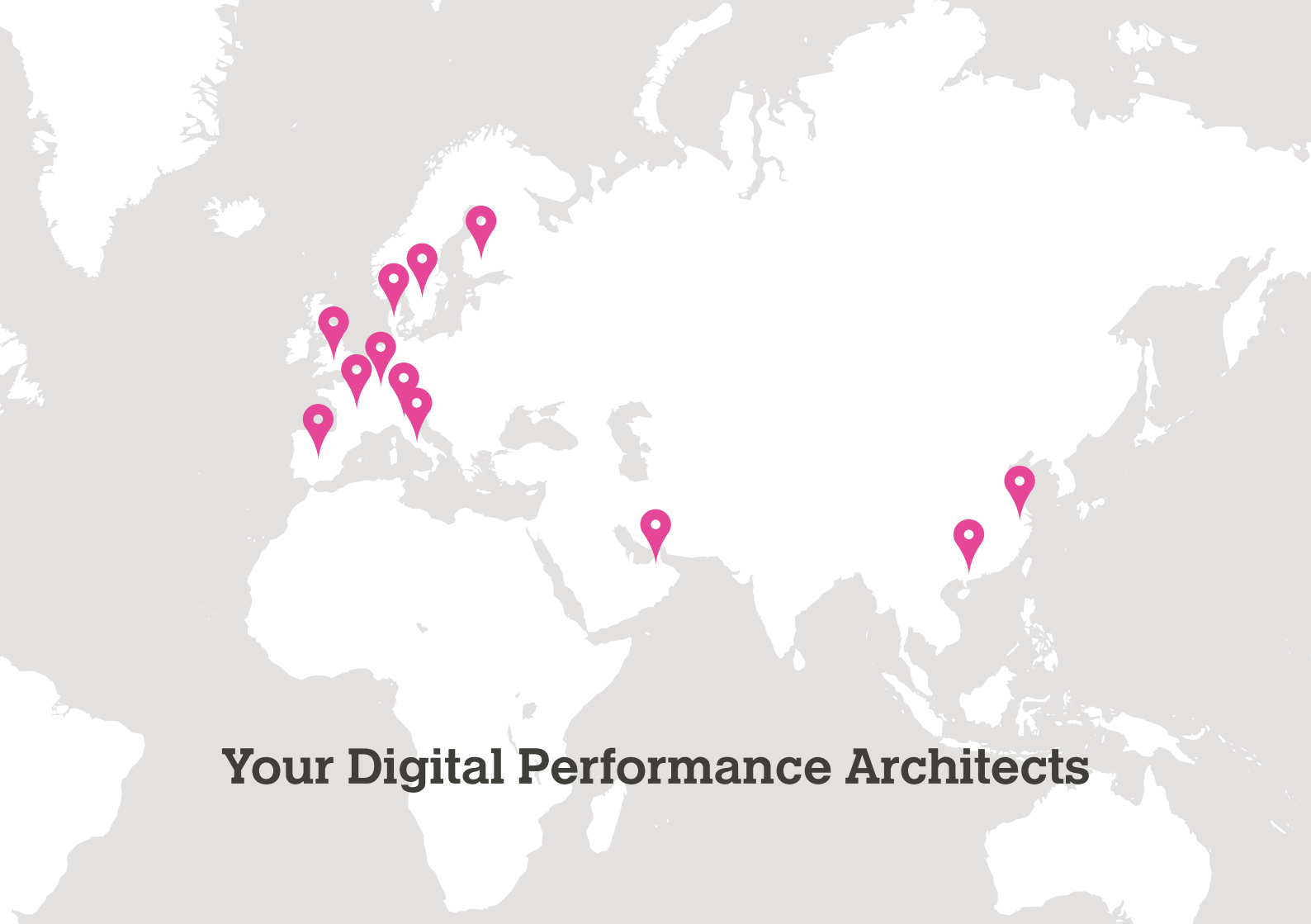


Chaussons de ballet connectés, ils transforment les pas des danseuses en œuvres d'art, et permettent d'interpréter les chorégraphies et de les corriger.

Des capteurs installés sur le chausson enregistrent la pression du pied au sol et transmettent l'information sur le téléphone via une application.

Grâce à la technologie Lilypad Arduino, chaque mouvement de la chorégraphie est transformé sur le smartphone en coup de pinceau à l'écran.

Avec cette innovation, les sportifs de haut niveau pourraient bien enfin atteindre la perfection recherchée de tout temps !



Your Digital Performance Architects

Qui est NetBooster ?

Créée en 1998, NetBooster est une agence indépendante, spécialisée dans le marketing digital, qui couvre plus de 12 pays avec près de 500 employés en Europe, en Chine et aux Emirats Arabes Unis.

L'offre de NetBooster s'appuie sur une connaissance précise et temps réel des attentes de chaque consommateur online. Notre département DnA, spécialisé dans l'exploitation de la data, est placé au coeur de nos activités et travaille en synergie avec notre studio de création pour délivrer des communications personnalisées en fonction des attentes de chacun.

Cette approche, appelée Responsive Marketing, nous permet d'offrir une expérience client cohérente à l'ensemble des cibles de nos annonceurs, sur tous les canaux que nous opérons : SEA, RTB, Display traditionnel, Affiliation, Social Media, eCRM, SEO... et quel que soit le device utilisé (Desktop, Tablette, Mobile).

Véritable architecte de la performance digitale, NetBooster accompagne également ses clients dans la transformation qu'ils doivent opérer au sein de leurs organisations afin de briser les silos et barrières existants pour mieux relever les défis de demain.

NetBooster

Ont collaboré à ce livret :

Isabelle Lemasson

Responsable Etudes et UX - NetBooster France

Christophe Morvant

Directeur Général Adjoint - NetBooster France

Yann Gabay

Directeur Général Europe du Sud - NetBooster

Quentin Demaret

Directeur Artistique - NetBooster France

NetBooster France

4-6, passage Louis Philippe

75011 Paris

Téléphone : +33 1 40 40 27 00

www.netbooster.fr

contact : info-france@netbooster.com

