

Intelligence Collective

Ecouter plutôt qu'interroger

CE BLOG ...

Ce blog est dédié à l'écoute de l'**intelligence**

collective sur le Net.

Pour en savoir plus, cliquez [ici](#).

Nous contacter

redaction@intelligencecollective.com

Catégories

3 Questions

Actualités

AMI Software

Communication

Consommation

Culture

Distribution

Exotisme

High Tech

Intelligence Collective

Interview

Marketing

Société

Un peu de bon sens

Une campagne par semaine

23.12.2008

Bricolage et décoration : ça converse sur Internet !



Une conférence organisée par LesYeuxduNet et AMIsoftware, avec l'efficace participation de François Laurent, directeur de ConsumerInsight et co-président de l'Adetem - le 18 11 2008 au WaterBar de la Boutique Colette

Dernier épisode (pour le premier, c'est [ici](#)) de l'étude qui met en valeur ce qu'Internet peut apprendre aux marketers du monde du Bricolage et de la Décoration.

Dernière thématique choisie : Je veux des luminaires.

Tout d'abord, Internet révèle la richesse de l'offre : du vintage à la récup en passant par les créateurs et les enseignes grand public. Les contenus des échanges et informations sont extrêmement variés :

- Des Avis consommateurs : *« J'ai acheté un lustre chez Keria il y a seulement 1.5 an. J'ai cassé une des 5 verreries et Keria me dit qu'ils n'ont pas de pièce de rechange en stock »*
- Des questions et des conseils : *« Besoin de conseils pour être sûr de choisir un luminaire approprié »*
- Des optimisations et des économies : *« Fabriquer un petit luminaire à moindre frais, pas de problèmes ! Il vous faudra une guirlande lumineuse, une branche ramassée au grès de vos balades, un petit peu de peinture et pourquoi pas une petite lanterne chinée pour 2 francs 6 sous ... »*
- Des créations et des innovations : *« Le designer japonais Kyouei a créé la lampe Balloon : une diode lumineuse (led), une pipette de gonflage, et vous pouvez transformer n'importe quel ballon de baudruche en un luminaire unique, léger et mobile, bénéficiant, de plus, d'une longue autonomie »*
- ... et des push Produits / Marques : *« Ilightyou.com est le premier site internet Français de vente de luminaires design sur internet et je commande régulièrement chez eux »*

Newsletter

email

M'inscrire

Se désinscrire

PARTENAIRES

ami 
Logiciels pour l'intelligence d'entreprise

 **repères**
passion for research

LH2 

csa 

Le collectif

Alain Beauvieux
Emmanuel Fraysse
François Laurent
Henri Kaufman
Khlauda Mollard
Pierre Philippe Cormeraie
Pinault Philippe
Yann Gourvennec
Yves Duron

Rédacteurs associés

Anne Quénelle
Caroline Faillet
Elisabeth Exertier
François Abiven
Isabelle Bouttier
Jean-François Levionnois
Judith Perker
Philippe Albert

Blogs à consulter

Et si l'on parlait marketing
Indiscipline Intellectuelle
Jean Pierre Ayer
La Vita Bella
Marketing is dead
Marketingrama
Nano Marketing
Nouvelle Place

On peut voir aussi certains contenus comme un véritable cahier de tendance de l'offre lumineuses : matières, formes, usage... Les idées sont là ! Il reste à les suivre régulièrement et de manière automatisée afin de pouvoir exploiter ce gisement de pistes créatives !

La sémantique globalement est orientée plaisir :

- Objet touche personnelle dans un décor pré-installé
- Objet qui se choisit en dernier lieu
- Objet dans lequel on trouve un choix rassurant en termes de forme/matières/prix
- Objet qu'on dit qu'on peut changer régulièrement
- Objet synonyme de recherche de bien-être

A retenir au niveau marketing : les luminaires apparaissent comme :

- Un achat coup de cœur qui n'empêche pas la recherche de l'objet juste ni du bon plan financier
- Un univers dans lequel on montre ses choix, ses goûts
- Des espaces où les internautes ont envie de conseiller, de montrer leurs coups de cœur
- Une forme d'éditorialisation du blogueur

Aussi, les blogs peuvent jouer un rôle important, au niveau des supports de presse traditionnelle : les marques doivent y être. Ils jouent leur rôle de détecteur de tendance au même titre que dans le luxe ou du high-tech.

[Contactez-nous](#) pour en savoir plus sur cette étude gratuite.

07:03 Écrit par Elisabeth Exertier dans [Consommation](#) | [Lien permanent](#) | [Commentaires \(0\)](#) | [Envoyer cette note](#) | Tags : [ami opinion tracker](#)

22.12.2008

Buzz de la semaine : Blackberry Storm

Le *Blackberry Storm*, une petite tempête sur la toile ? Au delà du jeu de mots plutôt facile, le dernier modèle de *RIM* suscite un buzz permanent sur la toile, avec quelques temps forts : le 8 Octobre, avec l'annonce de son arrivée sur le marché français ; puis un mois plus tard avec sa mise effective sur le marché.

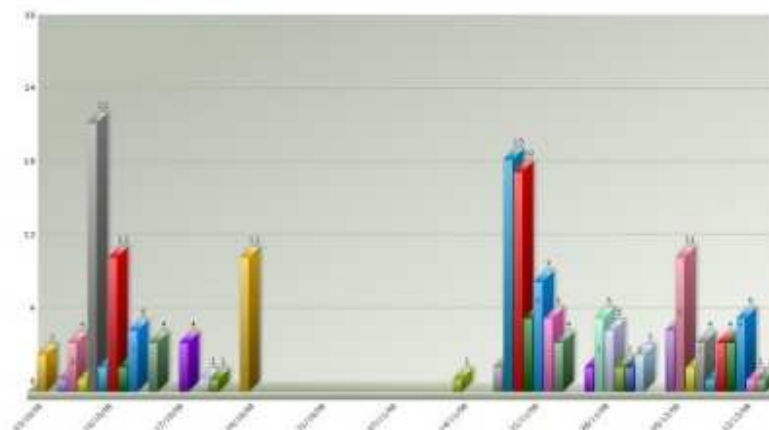


Décembre 2008

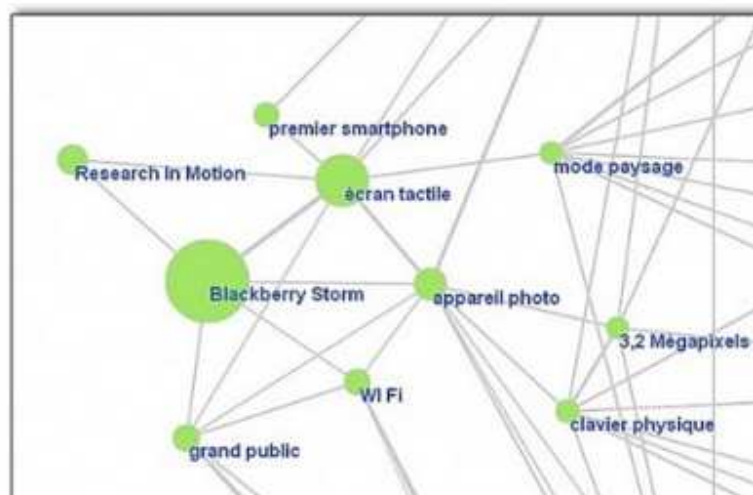
D	L	M	M	J	V	S
	1	2	3	4	5	6

Buzz de la semaine : Blackberry Storm

Le *Blackberry Storm*, une petite tempête sur la toile ? Au delà du jeu de mots plutôt facile, le dernier modèle de *RIM* suscite un buzz permanent sur la toile, avec quelques temps forts : le 8 Octobre, avec l'annonce de son arrivée sur le marché français ; puis un mois plus tard avec sa mise effective sur le marché.



Qu'est-ce que le nouveau *Blackberry Storm* a de mieux que les précédents modèles pour faire ainsi couler l'encre électronique ? Un rapide coup d'œil au graphique ci-dessous des concepts associés au produit, me livre l'explication : c'est le premier smartphone de la marque à écran tactile, qui peut s'utiliser en mode paysage ... et clairement destiné à une cible plus large que les précédents : *RIM* vise le grand public.



Petite précision concernant cet arbre sémantique : je n'ai prédéfini aucun concepts, ni mots clefs, c'est le logiciel AMI OT qui se charge de tout, et j'avoue que cette nouvelle visualisation est assez bluffante ! Blackberry Storm s'inscrit automatiquement au

Décembre 2008

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Archives

- [2008-12](#)
- [2008-11](#)
- [2008-10](#)
- [2008-09](#)
- [2008-08](#)
- [2008-07](#)
- [2008-06](#)
- [2008-05](#)
- [2008-04](#)
- [2008-03](#)

[Toutes les archives](#)



Tags populaires

Communication web
 2009
 lesyeuxdunet
 veille internet
 tracking
 blog
 buzz
 les yeux du net
 rumeur
 analyse du Web 2.0
 humour



Petite précision concernant cet arbre sémantique : je n'ai prédéfini aucun concepts, ni mots clefs, c'est le logiciel [AMI OT](#) qui se charge de tout, et j'avoue que cette nouvelle visualisation est assez bluffante ! Blackberry Storm s'inscrit automatiquement au centre du réseau, et les expressions les plus pertinentes s'y associent selon la force du lien les unissant.

Si l'on affine l'analyse et l'on s'intéresse à la centralité des concepts (un concept central est un concept autour duquel s'organise de nombreux papiers de blogueurs ; à ne pas confondre avec la fréquence : un concept peut apparaître très souvent, mais de manière toujours marginale).

Si l'on s'intéresse donc à la centralité des concepts, de nombreux documents se focalisent sur l'écran tactile du *Blackberry Storm* ; autre élément important, assez loin derrière cependant : l'ouverture au grand public.

Un écran tactile, pour le grand public, avec du WiFi par ailleurs : on se rapproche fortement de l'iPhone ... iPhone cité dans plus d'un document sur deux.

Et si l'on descend un peu plus loin dans l'analyse, un terme s'associe 1 fois sur 10 à iPhone : "killer". Le *Blackberry Storm*, nouvel iPhone killer ? Assez évidemment, à en lire la blogosphère.

07:23 Ecrit par François Laurent dans [Une campagne par semaine](#)
| [Lien permanent](#) | [Commentaires \(0\)](#) | [Envoyer cette note](#)

Tags populaires

Communication web
2009
lesyeuxdunet
veille internet
tracking
blog
buzz
les yeux du net
rumeur
analyse du Web 2.0
humour