



## Bienvenue dans ce troisième numéro de Novartis News!

Pour ce nouveau numéro, nous vous proposons de partager notre expérience sur deux outils d'études particulièrement intéressants:

- [Le configurateur](#): Il n'existe pas de produit idéal, mais uniquement des produits optimaux, à la condition qu'ils soient à même de satisfaire aux arbitrages réalisés par les consommateurs dans chaque acte d'achat. Les nouvelles techniques d'enquêtes interactives permettent de simuler en profondeur ces arbitrages et compromis et vous aident à proposer les meilleures offres sur votre marché.
- [ScaNet semiotique](#): Votre site Internet, quelle que soit sa nature et sa vocation, est un vecteur d'image de votre marque. Il émet un ensemble de signes visuels (formes, couleurs, typographie, agencement des éléments graphiques...) et verbaux (mots, phrases...) qui, associés, contribuent à façonner une image dans l'esprit de vos visiteurs. L'approche sémiotique permet de vérifier que l'image véhiculée est conforme à l'image souhaitée, et de proposer des recommandations opérationnelles.

Ces deux approches méthodologiques concernent des registres totalement différents, mais ont en commun d'être passionnantes, utiles et très opérationnelles.

Bonne lecture à tous ! Et n'hésitez à revenir vers nous pour tous commentaires ou suggestions sur cette newsletter.



**Nathalie Perrio-Combeaux & Patrick Van Bloeme,**  
*Directeurs Associés*



### POUR NOUS CONTACTER

**Novartis**

5 - 7 rue du Sahel, 75012 Paris - France  
Téléphone +33 (0) 1 44 87 60 30

[info@novartis.fr](mailto:info@novartis.fr)  
[www.novartis.com](http://www.novartis.com)

## Sommaire

### Le Configurateur

Cet outil vous permet de comprendre comment vos produits seraient idéalement configurés par les consommateurs.

De nombreux marchés sont en **évolution permanente et rapide**, et se caractérisent par des **offres complexes** que les consommateurs doivent étudier et analyser avant de faire leurs choix.

Les offreurs se trouvent confrontés à une politique produit difficile à établir, et il devient très complexe de comprendre les attentes des consommateurs.

C'est dans ce cadre que Novatris propose Le Configurateur, méthode originale et unique, s'appuyant sur l'ergonomie du recueil online, pour...

... **mettre le consommateur en situation concrète de sélection et d'achat**

.... et surtout **décomposer ses choix** par **caractéristiques et options** associées au produit étudié.

### ScaNet sémiotique

Maîtriser votre image, les valeurs que vous communiquez à vos clients ainsi que la relation qui vous lie à eux via votre site Internet est indispensable.

ScaNet Sémiotique est une méthodologie qui répond à cet impératif.

Votre **site Internet**, quelque soit sa nature, sa vocation, et quel que soit votre secteur d'activité, est un **vecteur d'image de votre marque**.

Il émet un **ensemble de signes** visuels (formes, couleurs, typographie, agencement des éléments graphiques...) et verbaux (mots, phrases...) qui, **associés**, contribuent à façonner une **image de votre entreprise, de votre marque, de vos produits et services dans l'esprit de vos visiteurs**.

En effet, par l'utilisation que vous faites des couleurs, des formes, de leur disposition, du choix du type d'icônes, c'est l'image de votre marque qui est en jeu ainsi que celle de l'utilisateur qui construit une « image de soi » au cours du parcours interactif que vous lui permettrez de réaliser et de l'interprétation qu'il fera des formes, des couleurs qu'il rencontrera sur votre site.

**Mal maîtrisés** en phase de conception, **traités superficiellement** ou **évalués artificiellement** par le biais de **méthodologies non adaptées**, votre site peut laisser filtrer à votre insu des **éléments d'image non conformes à votre volonté** et **s'inscrire durablement dans l'esprit de vos visiteurs**.

**Ce risque milite en faveur d'un contrôle rigoureux des signes émis** par votre site et de leurs impacts sur votre image.

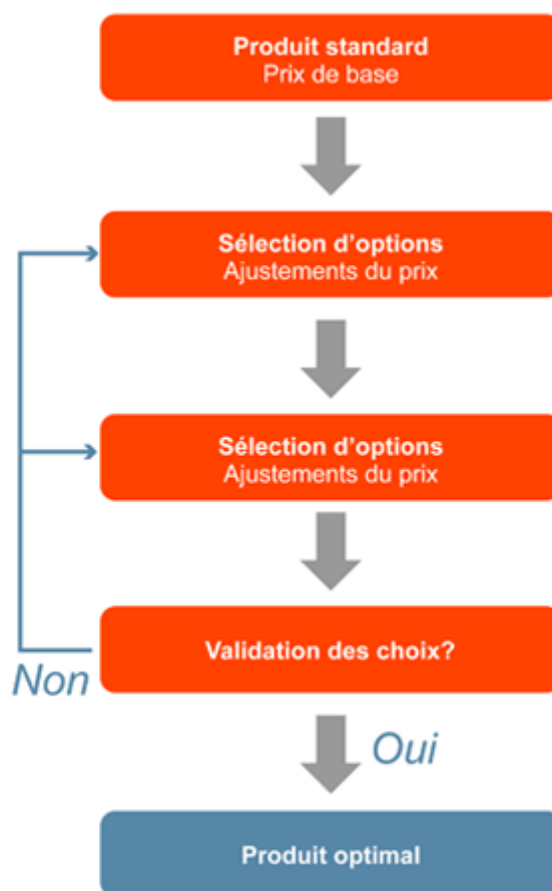


### Le postulat : L'acte d'achat est le résultat d'arbitrages

Le Configurateur Novatris part du postulat qu'il **n'existe pas de produit idéal, mais uniquement des produits optimaux**, à la condition qu'ils soient à même de satisfaire aux arbitrages réalisés par les consommateurs dans chaque acte d'achat.

Partant de ce principe, le Configurateur remet chaque consommateur, chaque personne interrogée, en situation d'achat ou de choix aussi réaliste que possible et lui permet de réaliser les arbitrages de son choix afin de définir le produit ou service répondant de façon optimale à ses attentes.

Typiquement, chaque consommateur est mis dans des **conditions de tests reproduisant le réel** et effectue, via le Configurateur, un **processus d'optimisation**:



De la sorte, **les arbitrages sont analysés de façon complète** et, si nécessaire, **au niveau individuel**:

- quelles sont les valeurs perçues des différentes options ?
- comment s'établissent les préférences entre les différentes options?
- certaines options ou caractéristiques sont-elles finalement choisies au détriment d'autres propositions?
- certaines options sont-elles choisies simultanément, ce qui justifierait la commercialisation de ces options sous forme de pack?

## 2. Un outil stratégique indispensable

### Le Configurateur Novatris:

La réponse à vos **interrogations tactiques** en matière de politique produit ...

- Quelles sont les **importances réelles des différentes caractéristiques** produit?
- Quelles sont les **caractéristiques produit les plus attendues** sur chacun de vos segments de marché?
- Quels sont les **arbitrages** réalisés par les consommateurs lors de leurs actes d'achat?
- Les **valeurs perçues** des caractéristiques de votre produit constituent-elles des avantages concurrentiels?
- Quelles **gammes** de produits ou services proposer à vos cibles?

Au-delà de ces analyses, nous proposons différents modules, permettant une **analyse stratégique** ...

#### 1 - de votre marché:

- quelles sont les attentes de vos marchés?
- comment se structure la demande autour des différentes catégories de produits existantes ou attendues?

#### 2 - de votre politique de communication:

- quels sont les profils des cibles les plus réceptives?
- quels supports et quels medias privilégier pour des campagnes efficaces et comment adresser ces cibles les plus réceptives?

---

## 3. Configurateur ou trade-off?

**Le trade-off est un outil de simulation statistique** qui permet, par un questionnement simplifié, de déterminer les combinaisons optimales d'attributs d'un produit, par confrontations successives d'alternatives prédéfinies. Les réalisations online du trade-off par Novatris feront l'objet d'une prochaine newsletter.

**Le Configurateur est une méthodologie d'étude** propre à Novatris s'appuyant sur un outil de recueil original qui permet de placer le consommateur en situation de choix multiples, situation extrêmement proche des conditions du réel. Il permet d'identifier les caractéristiques produit les plus performantes tout en aboutissant à de véritables analyses stratégiques et recommandations opérationnelles.

---

#### 4. Les enseignements du configurateur

**Le volet d'analyse tactique** du Configurateur Novatris vous apporte des réponses immédiatement opérationnelles, relatives ...

.... à **la valeur perçue de chacune des caractéristiques produits** ou des options envisageables sur votre marché.

.... à **l'attractivité de chacune des caractéristiques** possibles.

.... aux **combinaisons de caractéristiques les plus porteuses**.

Il est ainsi possible de faire un rapprochement immédiat entre les valeurs perçues des différentes caractéristiques et les coûts de leur déploiement. Ces comparaisons sont riches d'enseignement pour **l'établissement de vos politiques produit**: la valeur perçue d'une caractéristique compense-t-elle le coût de son déploiement? Des caractéristiques de substitution ont-elles un meilleur rendement en termes d'attractivité?

**Le volet d'analyse stratégique** du Configurateur va plus en profondeur dans la compréhension de votre marché. Cette **analyse exploratoire** apporte, elle aussi, des informations opérationnelles, relatives ...

.... à **l'envergure de votre marché**, au global, tout en établissant le **profil de la population concernée**.

.... à **l'envergure des différents segments** et niches existants au sein de ce marché, en fonction des types de produits susceptibles de répondre aux diverses catégories de demandes, ainsi que les **profils des consommateurs** à l'origine de ces segments et niches.

.... aux **axes de communication** à privilégier et aux **niveaux de prix** à viser pour atteindre les différents profils de consommateurs concernés

Ce volet est donc une véritable analyse marketing stratégique visant à la fois à faire un **point sur l'état de la demande** au sein de votre marché et sur les **modes d'actions à privilégier** (politique produit, positionnements prix et axes de communication) afin d'accroître vos avantages concurrentiels.



Consciente

- de la nécessité pour ses clients d'exercer un contrôle rigoureux des signes émis par leurs sites Internet afin de mieux maîtriser l'image émise,
- et des limites des méthodologies d'audit de site habituelles,

Novatris a créé **ScaNet sémiotique** pour apporter à ses clients des préconisations très concrètes d'optimisation (en termes de visuels, de mise en page, de formulations...), afin que l'image véhiculée soit conforme à l'image souhaitée.

**ScaNet sémiotique** est une analyse sémiotique permettant de mettre à jour tous les ressorts fondamentaux qui sous-tendent le discours visuel /verbal d'un site Internet et qui sont à l'origine des effets de sens, de signification, de sensations et de réactions émotives possibles.

**ScaNet sémiotique** est une analyse experte, réalisée par un sémioticien et s'appuyant sur une grille d'analyse cadrée.

Cette grille d'analyse sémiotique a été développée de manière à quadriller l'ensemble des questions relatives au langage visuel et sonore de votre interface.

Elle représente une base d'analyse pour l'expert qui adapte ensuite son approche aux exigences de votre marché et aux spécificités de votre environnement concurrentiel.

.....

**La méthodologie d'analyse sémiotique utilisée est la suivante:**

**Analyse des signes suivants:**

- **Contenu:** territoire thématique, produits présentés, services proposés, approche géographique...
- **Signature officielle:** la marque, le logo et son emplacement, la baseline...
- **Signes formels:** les formes, les couleurs, la typographie...
- **Signes iconiques:** les icônes et symboles, les visuels, graphismes et illustrations, les animations...
- **Signes linguistiques:** le lexique, la syntaxe ...
- **Forme textuelle:** les figures rhétoriques, l'argumentation, la structure du récit, l'angle d'accroche...
- **Modes de traitement:** la mise en page, valorisation de certaines rubriques et minoration d'autres, les liens hypertexte, la circulation du regard, le sens du parcours hypertextuel, l'utilisation des potentialités techniques d'animations de l'interface...
- **Fonctionnalités spécifiques:** interaction de la publicité avec le contenu et le graphisme, approche relationnelle et mode de contact

**Analyse de l'image qui se dégage de ces signes:**

- **Votre marque:** son image, son positionnement, sa fonction, ses valeurs...
- **Votre (vos) produit:** son image, sa nature, son positionnement, sa fonction, ses valeurs...
- **Votre utilisateur:** son image, son profil, ses valeurs...
- **La relation crée par le site entre votre marque et votre utilisateur:** quel lien existe ? comment existe-t-il ? Comment l'accentuer ?

**> analyse du schéma de communication.**



## Recommandations

A partir d'une analyse précise qui porte sur des points concrets du graphisme de votre site ainsi que de leurs conséquences sur le positionnement construit, nous vous recommanderons d'opter pour tel ou tel choix de couleur, de forme ou d'agencement, etc. afin que les valeurs que vous souhaitez « faire passer » soient effectivement transmises et reçues de manière efficace.

---

### Une approche ScaNet sémiotique peut être mise en place:

- Lors du maquettage et du prototypage
- Lors de la pré-production
- Lors ou après la mise en ligne

***Une approche ScaNet sémiotique peut être utilisée de façon isolée ou en complément de tests utilisateurs ou focus groups.***



### POUR NOUS CONTACTER

**Novatris**

5 - 7 rue du Sahel, 75012 Paris - France  
Téléphone +33 (0) 1 44 87 60 30

[info@novatris.fr](mailto:info@novatris.fr)  
[www.novatris.com](http://www.novatris.com)

Novatris is a subsidiary of Harris Interactive

