

CONTENT

MARQUES, COMMENT PRODUIRE DES CONTENUS À FORTE VALEUR D'USAGE ?

Daniel Bô



SOMMAIRE

- 1** **CONTENUS DE MARQUE : COMMENT GARANTIR LEUR PERTINENCE ?**
- 2** **LES RETOURS D'EXPÉRIENCES : AVIS ET TÉMOIGNAGES À GRANDE ÉCHELLE**
- 3** **LES ASTUCIERS : CONTENUS MALINS, TRUCS & ASTUCES, TIPS**
- 4** **OBSERVATOIRES INTERNATIONAUX & RECUEIL DE BONNES PRATIQUES**

1.

**CONTENUS DE
MARQUE :**

**Comment garantir
leur pertinence ?**

LE TRIPLE CHALLENGE DES CONTENUS DE MARQUE

ÉMERGER

**Être vues dans un océan
de contenus disponibles**

INTÉRESSER

**Trouver des sujets qui
répondent à des besoins**

INSPIRER

**Fournir des services,
et des conseils, être utile**

QU'EST-CE QU'UN BON CONTENU DE MARQUE ?

DO's



DON'Ts

Les consommateurs attendent des marques des contenus :

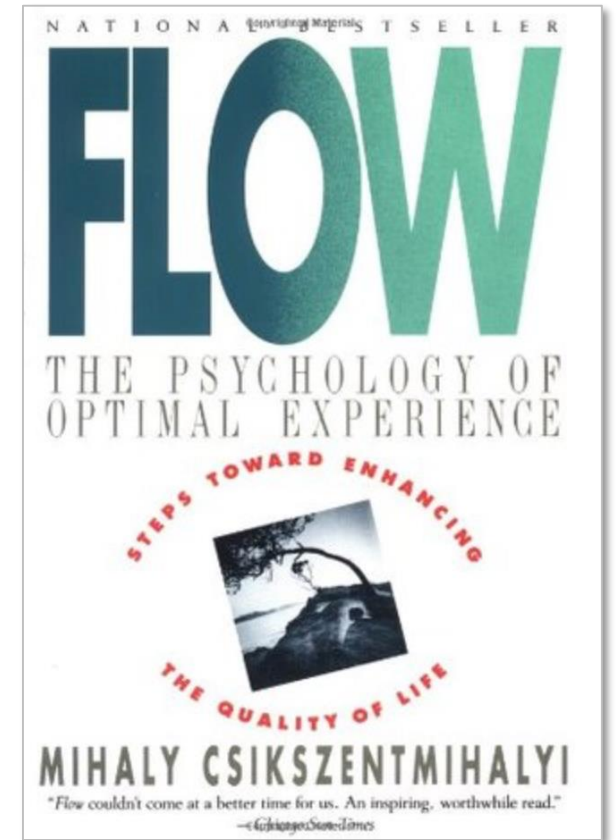
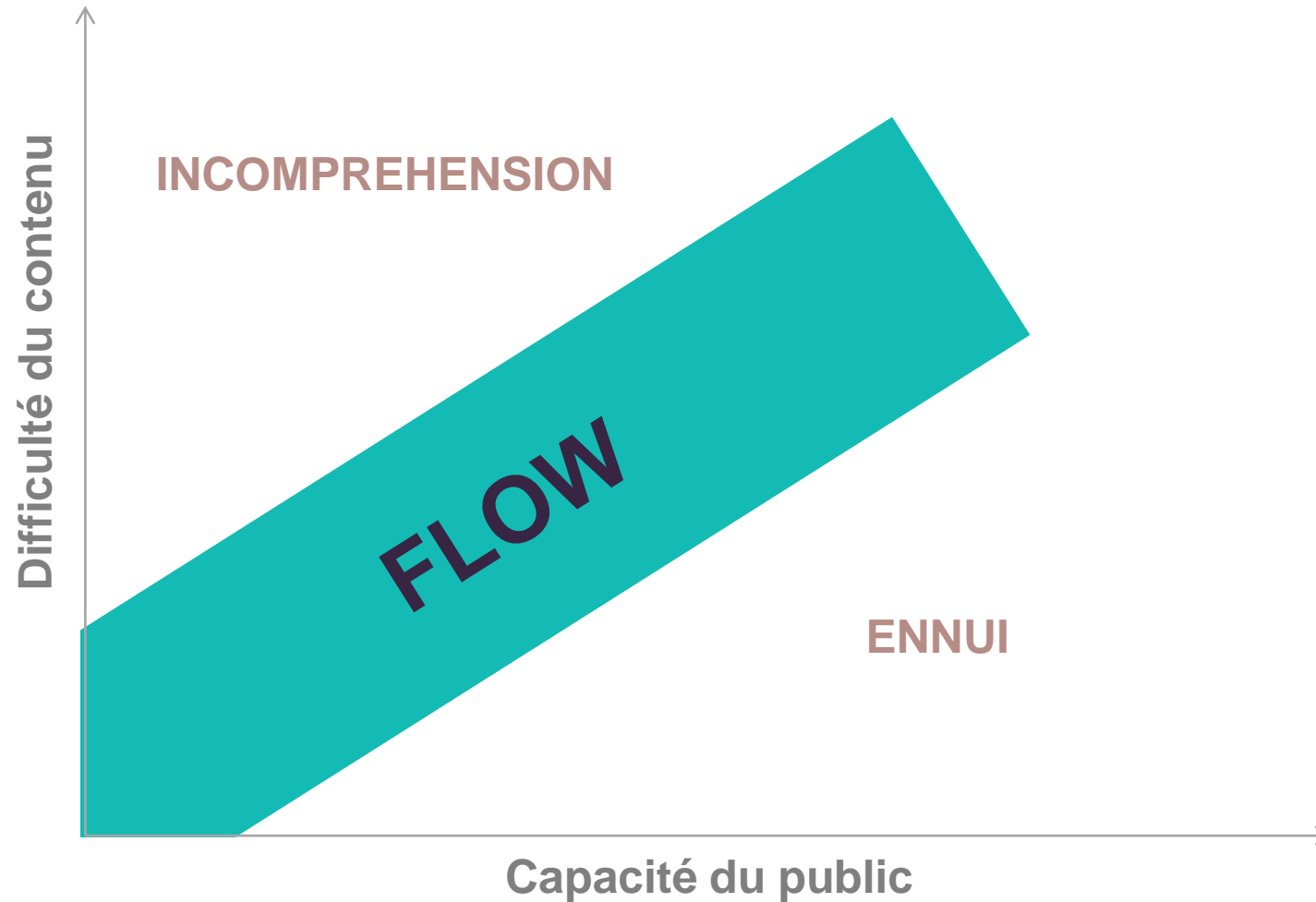
- Enthousiasmants, passionnés
- Sincères, fiables
- Faciles d'accès, orientés utilisateurs
- Innovants, fruits d'une expertise
- Qui facilitent la vie
- Diffusés au bon moment

Les consommateurs fustigent les contenus qui sont :

- Superficiels, pauvres
- Du remplissage, un prétexte
- Qui font perdre du temps
- Génériques, banals
- Inutiles
- Intrusifs

UN CONTENU CAPTIVANT : LA THÉORIE DU FLOW

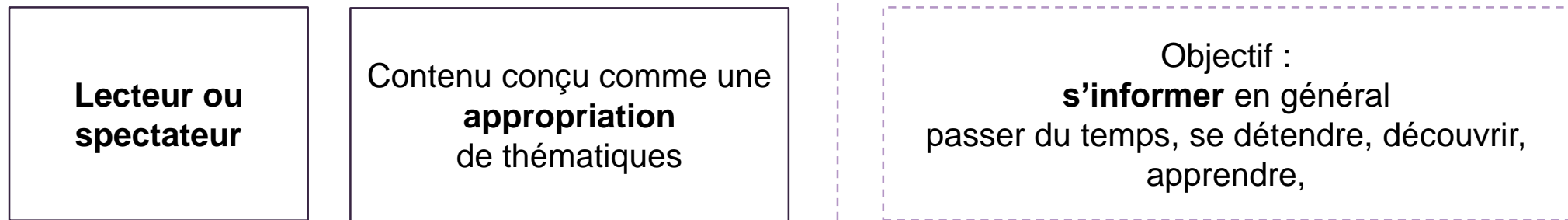
Proposer des contenus ni trop simples, ni trop complexes, en fonction des capacités du public



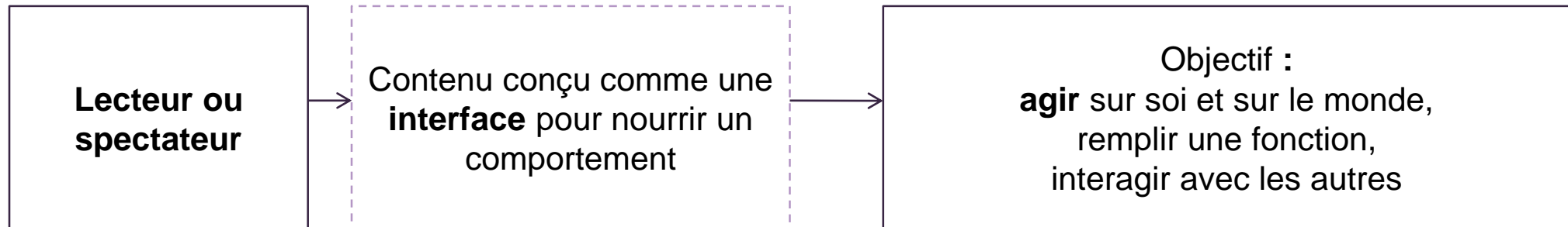
UN CONTENU AU SERVICE D'UNE STRATÉGIE DE VIE

Le contenu doit être « activateur de comportement », faire agir

Vision classique du contenu (autosuffisant)



Vision du contenu comme activateur de comportement (fonction perlocutoire)

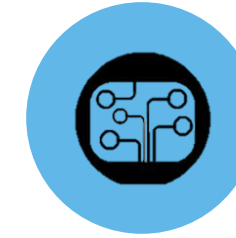


EN RÉPONSE À UN BESOIN D'APPROPRIATION DES PRODUITS / SERVICES



Le e-commerce requiert plus de contenus explicatifs : acheter en ligne nécessite de faire son choix sur base de l'information transmise, sans prise en main.

The screenshot shows the Amazon.fr product page for the Sony MDR-1AB Casque Hi-Res Audio - Noir. The page includes the Amazon logo, navigation menu, search bar, and product details. The product is priced at EUR 119,99 (prime) and EUR 100,01 (45% off). It features a 312 client reviews and 81 questions answered. The page also displays a 'prime now' badge and a 'Livraison en 2h le 24 décembre' badge. The product description highlights features like 'Compatible audio haute résolution', 'Diaphragme en film polymère à cristaux liquides réactif pour plus de clarté', and 'La technologie Beat Response Control réduit la distorsion des basses dynamiques'.

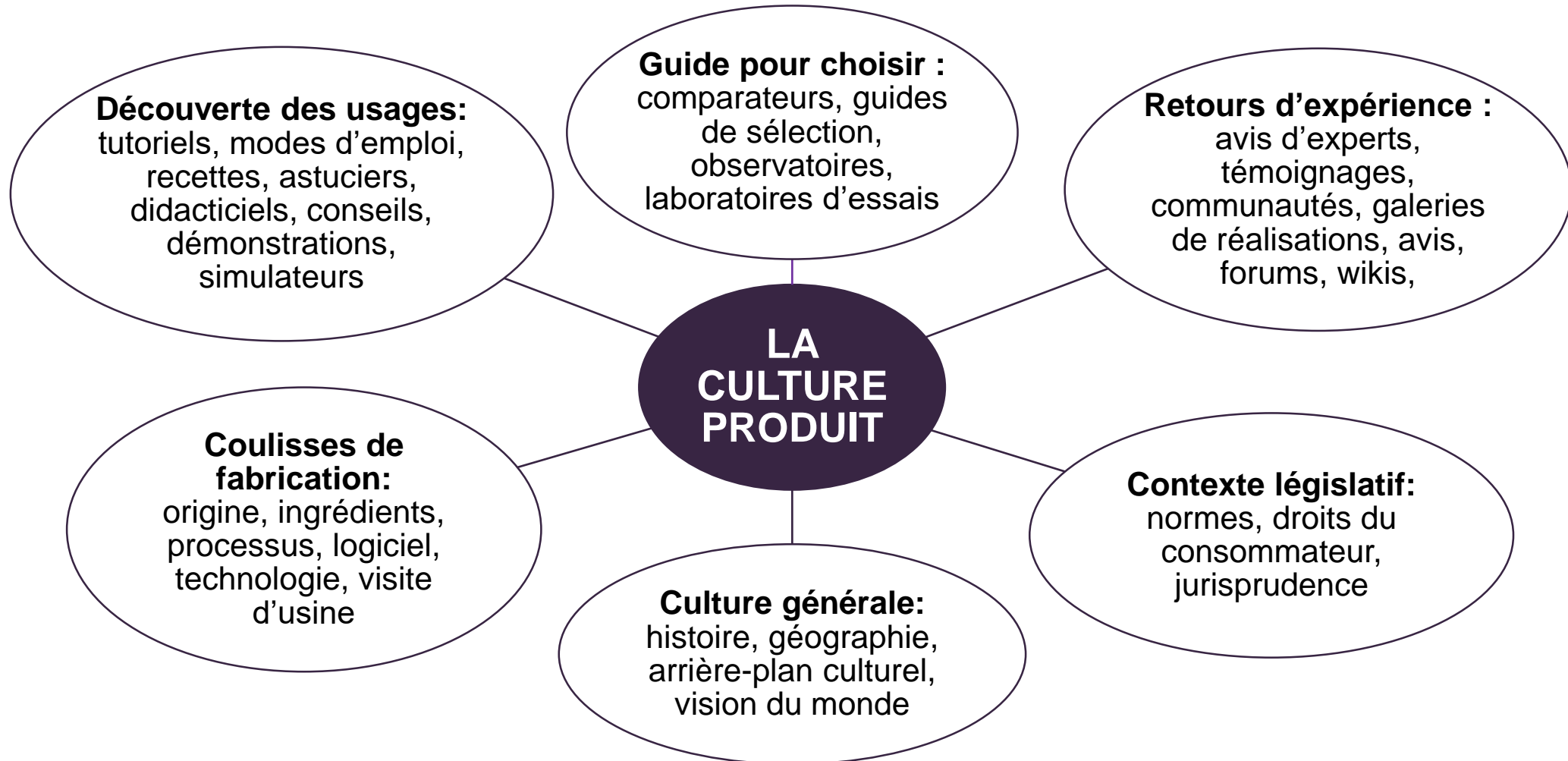


La complexité technologique nécessite d'explicitier la **boîte noire**, l'invisible. Beaucoup de produits ont des mécanismes cachés (réactions chimiques, logiciels ou produits électroniques) qu'il faut savoir expliciter.

The screenshot shows the Bose QC35 II product page. The title is 'Test Labo du Bose QC35 II : une écoute presque sans faille'. The test was published on 21 février 2018. The product is priced at EUR 119,99. The technical test section includes a radar chart comparing the product across five categories: Réponse en fréquence, Perturbation, Distorsion, Sensibilité, and Isolation. The product scores 5 stars in all categories. The test text describes the product as a high-end model with active noise reduction, suitable for silent environments. The technical test section also includes a list of features: 'Réduction du bruit au top', 'Sobre et élégant', 'Perturbation acoustique au top', 'Excellent score de distorsion', and 'Pourrait bénéficier d'une meilleure qualité audio pour être (presque) parfait'.

UN CONTENU QUI ACCOMPAGNE ET STIMULE LES USAGES

Pour s'approprier des produits et services de plus en plus complexes



LES ÉTUDES, UNE AIDE STRATÉGIQUE POUR CRÉER DU CONTENU

Les études et la recherche permettent d'obtenir des contenus :

**RICHES
& ABONDANTS**

Pour bénéficier d'une masse de contenu original, de résultats, témoignages, bonnes pratiques afin d'occuper le terrain

EN PROFONDEUR

Qui donne de la hauteur de vue, permet de faire autorité dans la durée, confère de la légitimité à la marque

PERTINENTS

Des contenus issus de l'observation, de l'interrogation d'experts, de remontée de vécu à grande échelle

COMMENT GÉNÉRER DES CONTENUS PERTINENTS PAR LES ÉTUDES ?



EXPLORER LES USAGES

- **Le retour d'expériences des consommateurs et experts synthétisé**
- **Une remontée de trucs & astuces d'utilisateurs pour donner des idées et des modes d'emploi**



CRÉER DES OBSERVATOIRES

Les observatoires internationaux pour :

- **identifier les pratiques originales et inspirantes**
- **analyser les tendances**

NOS ATOUTS POUR ACCOMPAGNER LES MARQUES

- **30 ans d'études au service des médias et des marques:** usages et attitudes, besoins des consommateurs, attentes, crowdsourcing, interviews d'experts, veille, analyse sémiologique, écoute sociale...

- **Des panels pour susciter des remontées d'expériences :**



- **Un réseau de partenaires :**

- **Journalistes** afin de rédiger les articles, livres blancs, fiches produits,... Le tout pensé pour l'utilisateur, visuel et incitatif, avec un souci de concision, une capacité à capter l'attention.
- **Directions artistiques et agences** pour assurer la mise en forme des résultats : infographies, magazines, vidéos, guides. Une mise en forme attrayante en lien avec la charte de la marque afin de sublimer le contenu et de valoriser l'émetteur.

2.

LES RETOURS D'EXPÉRIENCES :

Avis et témoignages
à grande échelle

LES AVIS CLIENTS SONT PARTOUT...

DARTY Livraison gratuite Garantie 2 ans Retrait 1 h en magasin Service après-vente

Darty Pro Déstockage Communauté SAV Travaux photos Avantages fidélité Darty

Rechercher

BONS PLANS LAVAGE : JUSQU'À 30% DE REMISE

SE CONNECTER MES LISTES PANIER

DESCRIPTION CARACTÉRISTIQUES **AVIS CLIENTS** CONSEILS ET SERVICES

Charte de rédaction et de modération

NOTE MOYENNE Rapport qualité / prix (4,5/5) Qualité de réception (4,6/5) Qualité d'écoute (4,6/5) Facilité d'utilisation (4,6/5) Autonomie (4,5/5)

4,7/5 ★★★★★

121 au total

118 internautes sur 121 (98 %) recommanderaient ce produit à un ami

BON PRODUIT 5/5 Bon appareil photo. Rapide Bonne autonomie Charge rapide

TÉLÉPHONE RAPPORT QUALITE/ PRIX... 5/5 rien à redire sur ce modèle a voir à l'usage

amazon.fr Toutes nos catégories alexa

Paris 75016

SOLDES Jusqu'à -70% &

Parcourir les catégories

Chez vous Soldes & Ventes Flash

Bonjour, Identifiez-vous

Votre compte

Testez Prime

Vos Listes

2 327 commentaires client

★★★★☆ 4,1 sur 5 étoiles

5 étoiles 52%
4 étoiles 23%
3 étoiles 10%
2 étoiles 6%
1 étoile 9%

Images des clients

Voir toutes les images des clients

Par groupes de clients et intérêts

TV et divertissement ★★★★★ 4.3
Appareils Amazon ★★★★★ 4.2
High-Tech ★★★★★ 4.2

▼ Afficher plus

Lire des commentaires qui mentionnent

google home très bien écouter de la musique très bon

reconnaissance vocale bonne qualité qualité sonore philips hue

aujourd'hui tous les jours echo dot bonne enceinte grand chose

ALLOCINE

Rechercher un film, une série, une star...

CINÉMA SÉRIES ÉMISSIONS NEWS TRAILERS

LA MULE

Meilleurs films Films à l'affiche Prochainement Séances Box Office Films pour enfants Courts-métrages Festi

Accueil Cinéma Tous les films Films Drame La Mule Asie sur La Mule

Séances Bandes-annonces Casting Critiques spectateurs Critiques press

NOTE MOYENNE 4,0

3727 notes dont 425 critiques

★★★★★ 13% (66 critiques)
★★★★☆ 39% (194 critiques)
★★★★☆ 24% (124 critiques)
★★★★☆ 16% (83 critiques)
★★★★☆ 6% (31 critiques)
★★★★☆ 2% (10 critiques)

Votre avis sur La Mule ? RÉDIGER MA CRITIQUE

425 CRITIQUES SPECTATEURS

Trier par Critiques les plus utiles

tripadvisor FRANCE

Whitsunday Island

Panier Voyages Messages Profil S'inscrire Rechercher

Travel feed : Whitsunday Island Hôtels Activités Restaurants Vols Locations vacances Forfaits touristiques Voitures de location

Pacifique sud > Australie > Queensland > Îles Whitsunday > Whitsunday Island > Whitsunday Island : toutes les activités > Whitehaven Beach

Whitehaven Beach

1 771 avis N° 2 sur 5 choses à voir à faire à Whitsunday Island Activités de plein air, Nature et parcs, Plages

4802, Australie

Enregistrer Partager

Réserver à l'avance

Les circuits de Whitehaven Beach ont tendance à se vendre très vite et les voyageurs conseillent de réserver en avance !

Croisières d'une demi-journée à Whitehaven Beach À partir de 69,28 €

Croisière à Whitehaven Beach et Hamilton Island À partir de 117,59 €

FEMME HOMME ENFANT

zalando

Se connecter Mes préférés Mon panier

Rechercher

Nouveautés Vêtements Chaussures Accessoires Sneakers Lingerie Luxe Sport Marques Promos

DESCRIPTION TAILLE & COUPE LIVRAISON **AVIS (61)**

4.2 ★★★★★

61 Total

JE DONNE MON AVIS

★★★★★ taille bien, joli chemisier

★★★★★ Classé et stylé comme j'aime. En revanche, la taille est un peu petit et la couleur pas facile à porter.

★★★★★ Chemisier très agréable et pas trop transparent. Taille correctement.

★★★★★ Légèrement transparente et cintrée, belle matière agréable. Couleur plutôt moutarde que jaune.

★★★★★ beau chemisier, belle couleur, ne pas hésiter à prendre une taille au dessus.

....SE DÉVELOPPENT AU FORMAT VIDÉO

YouTube Rechercheur



10:01 / 13:27

MA VÉRITÉ SUR LE COOKÉO: EST-IL INDISPENSABLE? LEQUEL CHOISIR?

335 433 vues 2,5 K 278 PARTAGER ENREGISTRER ...

YouTube Rechercheur




2:54 / 5:14

Multicuseur Cookeo USB et Connect de Moulinex - Prise en main

500 342 vues 560 117 PARTAGER ENREGISTRER ...

YouTube avis thermomix



0:32 / 16:19

#Thermomix #TMS #MonsieurCuisineConnect
COMPARAISON MONSIEUR CUISINE CONNECT ET THERMOMIX TM5 (Vorwerk et Silvercrest Lidl Sand Cook&Look)

66 787 vues JAIME JE N'AIME PAS PARTAGER ENREGISTRER ...

YouTube Rechercheur



11:16 / 17:31

THERMOMIX TM5 | Expérience & Avis.

14 583 vues 416 16 PARTAGER ENREGISTRER ...

POUR LES CONSOMMATEURS, LES AVIS CLIENTS, C'EST CRUCIAL



Le consommateur consulte des avis pour :

Préparer ses achats

« Cela m'évite de faire un saut dans l'inconnu, d'y aller à l'aveugle »

Confronter différentes sources

« Croiser des avis permet de se faire une idée des aspects négatifs et positifs d'un commerce »

Gagner du temps

« Les avis m'aident parfois à me décider plus rapidement »

Comparer les offres en termes de qualité et de prix

« Consulter des avis me fait réaliser des économies substantielles »
« Pour savoir si le prix affiché vaut la qualité vantée. Ça met au jour les vices cachés et permet d'évaluer si les performances d'un matériel sont à la hauteur du marketing »

Se décider

« L'expérience des autres m'aide à prendre une décision »
« Cela me permet de choisir la meilleure option »

Se rassurer

« Consulter des avis permet d'acheter avec plus de tranquillité d'esprit »

Découvrir des bons plans

« Je découvre des coups de cœur et des adresses originales selon le quartier ou la région »

BON À SAVOIR

LES AVIS, UN AVANTAGE CONCURRENTIEL

Le client accorde de l'importance aux avis en ligne dans le processus d'achat. Un professionnel qui possède plusieurs avis sera davantage consulté. Ce dernier doit donc être au fait de ce qui se dit sur son entreprise et parvenir à gérer les avis.

« Une aide à la **décision** »

« Pour se faire une **idée** »

« **Différents points de vue** de différents individus »

« Un **ressenti** »

« Valider son **sentiment**, comparer »

« Eviter les **arnaques** »

« Dépasser les **arguments pub** »

« Jauger le rapport **qualité/prix** »

« Découvrir des **bons plans** et des conseils »

« Comprendre les **usages** »

À COMPLÉTER PAR LES AVIS D'EXPERTS

	Type d'avis	Les plus	Suggestions
L'avis du consommateur	<ul style="list-style-type: none">• Jugement subjectif• Domaine du ressenti• Sensibilité du consommateur	<ul style="list-style-type: none">• Proche des préoccupations concrètes• Richesse des points de vue• Confiance• Peu coûteux	<ul style="list-style-type: none">• Jouer sur la quantité et sélectionner• Favoriser la professionnalisation• Miser sur les images
L'avis de l'expert	<ul style="list-style-type: none">• Jugement objectif• Domaine de l'expertise• Critères normatifs de la valeur du bien ou du service	<ul style="list-style-type: none">• Pointu• Argumenté• Nuancé• Utile pour les achats techniques	<ul style="list-style-type: none">• Présenter sous forme de solutions et de coaching• Confronter les recommandations

FACE À CETTE MULTITUDE DE RETOURS, UN BESOIN DE SYNTHÈSE

Les marques doivent aider les consommateurs à s'appropriier les avis :



**CLASSER
LES AVIS**

Être capable de trier par pertinence, par thématique, par profil d'avis
Promouvoir les témoignages les plus instructifs




SYNTHÉTISER

Tirer les leçons de cette masse d'expériences

L'EXEMPLE DU GUIDE ZAGAT : RÉSUMÉ ET NOTES MOYENNES


La synthèse fonctionne comme un portrait-reflet du public



SUSHI OTA

Choice sushi in an unassuming setting


[Japanese](#) · [Pacific Beach](#) · \$\$



THE ZAGAT REVIEW

4.6	3.5	4.0
FOOD	DECOR	SERVICE


Hands down the best in San Diego“ **say the many fans of this Pacific Beach Japanese spotlighting chef-owner Yukito Ota’s** ”outstanding“, ”inventive“ **sushi, sashimi, rolls and other** ”special delights“ **like fried oysters and soft-shell crab; prices are** ”a bit high“ **and the dining room is** ”plain“, ”noisy“ **and** ”crowded“, **but it’s** ”worth the wait to get a table.



EIFFEL TOWER RESTAURANT

Upscale French kitchen with views

[French](#) · [The Strip](#) · \$\$\$\$



THE ZAGAT REVIEW

4.4	4.6	4.5
FOOD	DECOR	SERVICE

“**If you're going to propose, do it**” at this “**special**” aerie on the 11th floor of the Paris Las Vegas' Eiffel Tower replica, where “**magnificent**” views of the Strip and Bellagio fountains complement “**delightful**” French fare and “**fantastic**” service; true, you might have to “**take out a second mortgage**” to pay the check, but it's sure to be a “**memorable**” experience.

2.

LES RETOURS D'EXPÉRIENCES :

Avis et témoignages
à grande échelle

Exemples de remontées de
témoignages gérées en
partenariat avec QualiQuanti

UNE OPÉRATION DE REMONTÉES DE TÉMOIGNAGES SUR ESSENSIS

200 consommatrices sélectionnées pour faire une cure de 6 semaines et partager leur avis

PARTICIPEZ À L'OPÉRATION MARIE CLAIRE/ESSENSIS

Votre expérience et votre avis nous intéressent. Testez gratuitement 500 cures Essensis de Danone, le yaourt qui nourrit la peau de l'intérieur, avec une association de bourrache, de thé vert et de vitamine E. Dégustez Essensis pendant six semaines à raison de 2 yaourts par jour. Six semaines : le temps que votre peau se renouvelle en profondeur. Essensis vous promet une peau plus saine, plus confortable, plus hydratée et plus résistante.

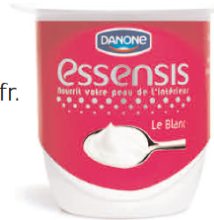
A vous de juger et de témoigner.

Pour faire partie de notre groupe « test », inscrivez-vous au plus vite – avant

le 10 novembre – sur le site www.marieclaire.fr.

Vous recevrez des bons d'achats

pour six semaines de cure et pourrez choisir vos parfums préférés.



80%
**des lectrices
de Marie Claire**
qui l'ont testé
ont approuvé
ce nouveau geste
pour la peau.

TESTE PAR NOS LECTRICES

200 lectrices de 25 à 60 ans, déclarant avoir la peau sèche ou sensible, ont testé Essensis tous les jours pendant 6 semaines. Leurs réponses ont été soigneusement analysées. Au début du test, le plaisir de déguster un bon produit laitier a primé, mais après 6 semaines d'utilisation, ce sont les effets sur la peau qui ont été appréciés :

- 92%** d'entre elles ont été satisfaites par Essensis et par son goût
- 84%** ont remarqué des changements sur leur peau
- 78%** trouvent que leur peau est plus souple
- 81%** trouvent que leur peau est plus agréable au toucher, moins sèche et plus confortable

DONNANT LIEU À LA PUBLICATION D'ARTICLES

Publication d'un sondage mais aussi avec casting de témoignages

PUBLI-REPORTAGE

J'AI TESTÉ, J'AI AIMÉ **MA PEAU AUSSI...**

200 lectrices ont fait l'expérience : prendre Essensis de Danone tous les jours pendant 6 semaines*. Elles sont 80% à approuver ce nouveau geste pour la peau. Trois d'entre elles témoignent...

FLORENCE, 37 ANS, PEAU REACTIVE

« Toujours à l'affût des nouveautés beauté, j'ai d'abord été séduite par l'idée de prendre soin de ma peau grâce à l'alimentation. J'avais pourtant une appréhension, je pensais qu'un produit "enrichi" avait nécessairement un arrière-goût un peu désagréable. Mais non. J'ai tout de suite aimé l'onctuosité et la fraîcheur d'Essensis. Après avoir goûté le blanc, je suis devenue accro au pêche-abricot. La vraie découverte, ce sont les résultats sur ma peau. Souvent en déplacement pour mon travail, à passer sans cesse du froid au chaud, mon visage rougit et tiraille, surtout au réveil. Alors, j'ai l'habitude d'appliquer trois

« J'ai tout de suite aimé le goût, mais la vraie découverte, ce sont les résultats sur ma peau. »

fois par jour de la crème hydratante. Depuis que je mange Essensis, je trouve ma peau moins sensible, plus confortable et plus souple. Même mes jambes sont devenues plus douces au toucher. J'ai adopté Essensis au quotidien. Un pot au petit-déjeuner et l'autre au goûter. J'en garde en permanence dans le mini-frigo du bureau et mes collègues, même masculins, s'y sont mis. Ils ont craqué pour Essensis eux aussi ! »



LES CONSEILS « JOLIE PEAU » DE MARIE CLAIRE

RÉFLEXES VITAUX

Boire 1,5 l d'eau par jour. Dormir idéalement 8 heures par jour. Protéger sa peau du soleil.

LES CLÉS DE LA SOUPLASSE ET DE L'ÉCLAT

Au quotidien, une nourriture variée et équilibrée pour que la peau puisse puiser les nutriments spécifiques dont elle a besoin.

CÔTÉ COSMÉTO

Une bonne crème de jour choisie dans une texture adaptée à son type de peau et un masque hebdomadaire pour nourrir plus intensément.

ASTRID, 33 ANS, PEAU SENSIBLE

« J'aime bien les produits laitiers en général et particulièrement celui-là parce qu'en plus d'être très bon, il a fait du bien à ma peau. Ce qui me plaît ? D'abord sa texture fraîche, onctueuse et veloutée, et ses variétés aux fruits. J'aime l'idée des deux fruits associés, l'un familier et l'autre plus exotique et insolite, pour obtenir un goût unique. Mon préféré est le litchi-raisin blanc. C'est sympa de se faire du bien avec des saveurs recherchées ! Mais la vraie bonne surprise de ce test, c'est qu'il m'a donné un bon coup de pouce pour me sentir plus belle après mon deuxième enfant. Après la grossesse, la peau subit des nuits courtes et agitées, et cela se voit surtout au réveil : ma peau était plus fragile, j'avais les traits tirés. La mienne, déjà sensible de nature, s'irrite et rougit

« Mon préféré est le litchi-raisin blanc. C'est sympa de se faire du bien avec des saveurs recherchées. »

facilement mais là, devant le miroir, elle paraissait vraiment fatiguée le matin. Au fur et à mesure du test, je l'ai sentie plus fraîche et moins fatiguée. Je l'ai trouvée de meilleure qualité, plus belle. Ces résultats ont été vraiment visibles au bout d'un mois. Et ils se confirment dans la durée ! »

ON Y PREND GOÛT

Conçu spécifiquement pour la peau, Essensis procure aussi les bienfaits d'un produit laitier. Il est faible en matières grasses (2%), source de protéines et de calcium. Sa texture onctueuse et légère se décline en quatre parfums : blanc sans sucres ajoutés, litchi-raisin blanc, framboise-grenade et pêche-abricot.



(*) Étude réalisée par QualiQuant pour Marie Claire 2007 auprès de 200 lectrices déclarant avoir la peau sèche et/ou sensible. Consommation moyenne : 2 pots par jour pendant 6 semaines.

UNE APPROCHE VIDÉOS IN SITU POUR EXPLORER LA DIMENSION EXPÉRIENTIELLE DE L'ÉVÉNEMENT PARIS GAMES WEEK



**Recrutement
online de volontaires**



**Tournage vidéos
en mode crowdsourcing**



**Analyse et montage
6 modules vidéos de 5 mn chacun**



Devenez Reporter pour la Paris Games Week 2017 ! Filmez votre expérience !
Et gagnez votre e-billet pour l'édition 2018...

Votre mission sera au cours d'une journée à la Paris Games Week 2017, de réaliser une série de vidéos courtes pour raconter votre expérience du salon, montrer ce que vous avez préféré, ce qui vous a déçu... l'ambiance, les stands, les animations, la qualité de l'accueil, de la restauration... avec tous vos commentaires pour améliorer la nouvelle édition 2018... vos idées, vos suggestions...

Chaque participant sélectionné recevra le détail de sa mission par mail une fois sélectionné : points à checker, pavillon à visiter, stand / animation à évaluer...

Vos photos, vos vidéos, votre reportage seront à envoyer sur une adresse email avant le 6 novembre minuit que nous vous communiquerons si vous êtes sélectionné.

Un e-billet pour une entrée à la Paris Games Week 2018 d'une valeur minimum de 15€ sera offert à tous les participants sélectionnés qui auront bien renvoyé leur reportage dans les délais.



UN CONTENU PORTÉ PAR L'ENTHOUSIASME DES REPORTERS

46 contributeurs utiles

220 vidéos exploitables

70 vidéos retenues pour le livrable

30 min. d'analyse et d'images inspirantes



3.

**LES ASTUCIERS :
contenus malins,
trucs & astuces, tips**

LES SITES DE TRUCS & ASTUCES PROSPÈRENT

Des conseils pratiques originaux, créatifs et stimulants



Systeme D



10-TRUCS.COM

CAROLIN PRODIGUE DES CONSEILS DE NETTOYAGE

Carolin

Respecte la maison, pas la saleté.



La marque Carolin | Nos produits | Nos astuces



Votre bon de
RÉDUCTION



Découvrez toutes les astuces Carolin

Sélectionnez vos astuces :

Nettoyer

Entretenir

Laver

Dégraissier

Désinfecter

Détartre



CIF RECUEILLE ET PARTAGE LES TUYAUX DE LA MÉNAGÈRE

Cif à la recherche des bons tuyaux de la ménagère !

Soutenez une bonne cause en envoyant à Cif votre "meilleur bon tuyau de la ménagère". Les meilleurs trucs et astuces figureront dans un nouveau site Internet sponsorisé par Cif qui répertorie les bons tuyaux de la ménagère.



Cif donnera 1€ à la Croix Rouge (projet eau propre) pour toute astuce envoyée*.

1) Veuillez tout d'abord sélectionner la région dans laquelle vous habitez en cliquant sur la carte.



2) Décrivez l'astuce que vous souhaitez faire figurer dans le guide (en 200 mots maximum).
(Cliquez [ici](#) pour visualiser les astuces envoyées récemment).

Veuillez confirmer que vous nous autorisez à utiliser votre astuce dans le guide et que vous acceptez [les termes et conditions de participation](#).

3) Dans quelle rubrique du guide votre astuce doit-elle être répertoriée?

- Gagner du temps
- Nettoyer (sans abîmer)
- Ranger
- Rendre le ménage plus agréable (plus fun !)
- S'organiser
- Laver
- Faire les courses
- Détacher
- Autre (veuillez préciser)

Des conseils récents des autres contributeurs

Empêcher la buée sur les vitres

Pour qu'il n'y ait plus de buée sur les vitres ou le miroir de la salle de bains par exemple. Frottez les avec un morceau de savon, puis avec un chiffon sec pour enlever l'excédent.

Nettoyage Argenterie

Pour nettoyer l'argenterie, un conseil facile: mettre une feuille de papier d'aluminium au fond de votre évier, poser les couverts ou autres dessus et répartir du sel de cuisine dessus. Recouvrir d'eau tiède et laisser agir 1 demi heure. Ensuite mettre le tout au lave vaisselle.

Nettoyer le cendrier de voiture

Pour aider à éliminer les odeurs de cendres et de cigarettes éteintes, placez du bicarbonate de soda dans le cendrier cela aura pour effet de désodoriser votre voiture de toute odeur de cigarette.

Comment nettoyer un vase ?

Les dépôts et résidus verts au fond des vases, cela en est même parfois désespérant ! Un truc tout bête consiste à remplir votre vase d'eau et d'y ajouter de la lessive (en poudre ou liquide). Vous laissez reposer pendant une heure et rincez avec une goutte d'ammoniaque.

MAGGI PARTAGE SES ASTUCES CULINAIRES



SUIVEZ-NOUS SUR

Programme de fidélité
MAGGI® & MOI



CONNEXION



INSCRIPTION

RECETTES

VIDÉOS

CUISINER FACILE

ASTUCES

PRODUITS

PROMOS

NOS ENGAGEMENTS

Accueil > Recettes et astuces cuisine > Toutes les astuces de Sabine



PAR ICI LES IDÉES DE GÉNIE !

ASTUCES



Retrouvez toutes les astuces qui vous correspondent

PAR PRODUIT

Aucun

PAR TYPE DE CUISINE

Aucun

OU



> RECHERCHER



Comment faire manger des légumes aux enfants ?



Comment alléger vos plats à base de sauce à la crème ?



Comment obtenir une sauce onctueuse sans ajouter ni beurre ni crème ?



WHISKAS INVITE À CRÉER DES MEUBLES D'ÉVEIL POUR CHATS : PERCHOIR, GRIFFOIR, HAMAC...



THE HAMMOCK



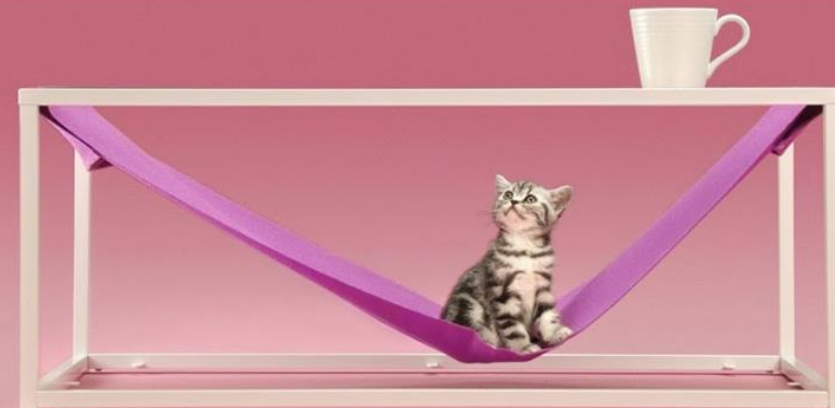
Coffee table

+



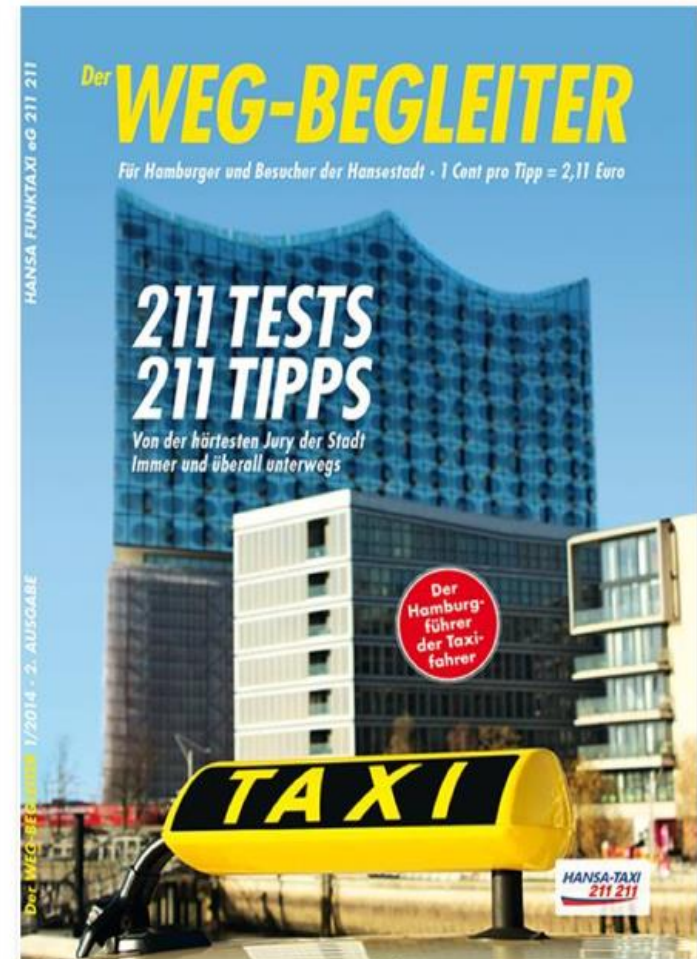
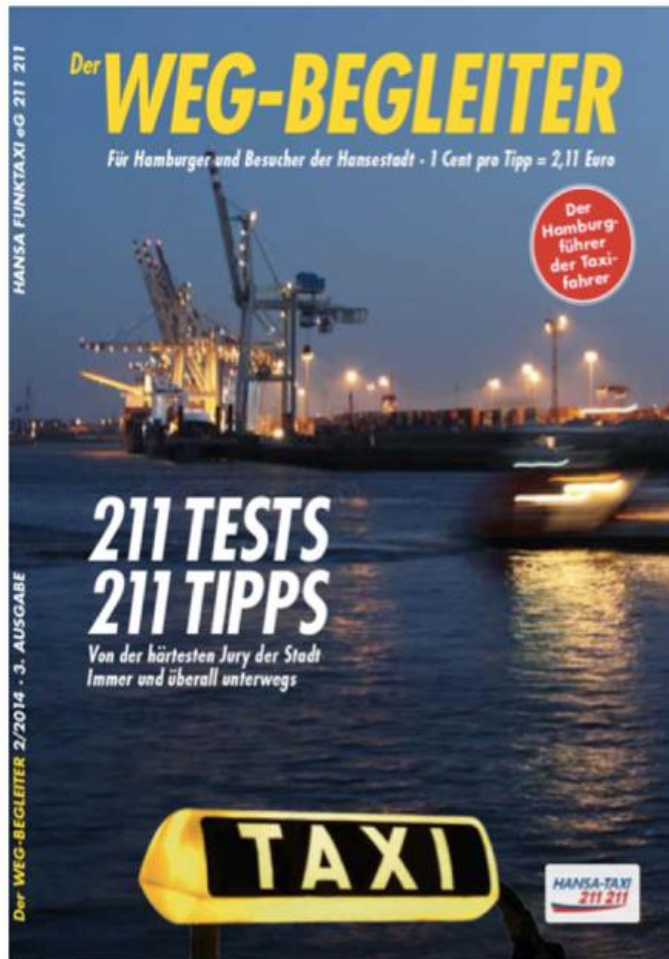
Table runner

=



whiskas
Cat Hacks

A HAMBOURG, DES CHAUFFEURS DE TAXI PARTAGENT LEURS CONSEILS DANS UN GUIDE TOURISTIQUE



3.

**LES ASTUCIERS :
contenus malins,
trucs & astuces, tips**

**Le projet d'astucier Post-it
créé par QualiQuanti
avec l'agence Entrecom**

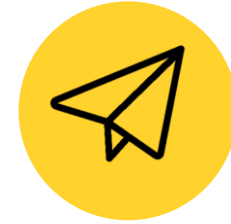
L'ASTUCIER POST-IT : UN PROCESSUS EN 3 ÉTAPES



Remontée d'astuces auprès des utilisateurs Post-it



Illustration des astuces (photos légendées)



Diffusion des astuces



1. SOLLICITER LE PUBLIC POUR GÉNÉRER DES ASTUCES



The screenshot shows the Post-it website's contest page. At the top, there's a navigation bar with the Post-it logo and links for 'Nos produits', 'Innovations', 'Environnement', 'Actualité', 'La marque Post-it®', and 'Où acheter'. Below this, a breadcrumb trail reads 'France > Produits et services > Espace Bureau > Post-it'. The main heading is 'LIVREZ-NOUS VOS UTILISATIONS ASTUCIEUSES DU POST-IT'. A sub-heading asks 'Vous utilisez la gamme des produits Post-it et ceux-ci font partie de votre quotidien? Faites-nous partager vos manières originales et astucieuses d'utilisation de la gamme Post-it et gagnez peut-être des échantillons Post-it®...'. A yellow circular badge on the right says 'L'astucier Post-it Des idées pour votre quotidien'. Below the main text are three category buttons: 'Au Bureau', 'A la Fac/A l'école', and 'A la Maison', each with a 'Produits' button. A search bar and a blue sticky note with the text 'Envoyez une note Post-it® à vos amis J'y vais! >' are also visible. At the bottom, there's a newsletter sign-up form with fields for 'Prénom', 'Nom', 'Email', and 'Profession', along with checkboxes for newsletter and club subscriptions. A small text at the bottom of the form states: 'Conformément à la Loi informatique et liberté, ce site a fait l'objet d'une déclaration auprès de la CNIL. Numéro de déclaration : 1275348'.

VOS ASTUCES ONT DU GENIE!

Vous utilisez la gamme des produits Post-it et ceux-ci font partie de votre quotidien. Faites-nous partager vos manières originales et astucieuses d'utilisation de la gamme Post-it...



« Je repère mes recettes: en rose les dessert, en bleu les poissons »

Si aliquam nem remod etiam dolor porestion prenbis isquati quidat sumquibus sed velenmus utaquae simillicra et delendavetam. Si aliquam remod etiam que porestion prenbis sed quidat sumquibus veleni utaquae simillicra delendavet am. Si aliquam nem remod etiam que porestion.



[lire la suite >](#)



« Je sais quand ma bouteille de lait a été ouverte »

Si aliquam nem remod etiam dolor porestion prenbis isquati quidat sumquibus sed velenmus utaquae simillicra et delendavetam. Si aliquam remod etiam que porestion prenbis sed quidat sumquibus veleni utaquae simillicra delendavet am. Si aliquam nem remod etiam que porestion.



[lire la suite >](#)



Solutions 3M pour l'ergonomie | Produits Post-it® promotionnels | Produits Scotch® | Systèmes de projection | Loisirs Créatifs



www.3m.com/fr | [Contactez 3M](#) | [Informations légales](#) | [Informatique et liberté](#)



2. ILLUSTRER PAR DES PHOTOS EN SITUATION

Avec comme contrainte le format carré des Post-it



3. DIFFUSER LE CONTENU

Des mosaïques d'astuces



* Retrouvez d'autres astuces sur www.post-it.



Retrouvez d'autres astuces sur www.post-it.fr

Keep **Life** Simple

Keep **Life** Simple



4.

OBSERVATOIRES INTERNATIONAUX & RECUEIL DE BONNES PRATIQUES

DE NOMBREUSES MARQUES CRÉENT LEUR OBSERVATOIRE

L'Observatoire
Cetelem

DEHOORS
Le blog des tendances et évolutions urbaines

LE COMPTOIR **mm**
de la nouvelle entreprise

Expat Explorer
HSBC 

l'œil
les nouveaux faits
de consommation
à la loupe
de L'Observatoire Cetelem

urbanistik par JCDecaux


L'Observatoire E.Leclerc
DES NOUVELLES CONSOMMATIONS

L'LAB
bpifrance

INSTITUTE FOR
QUALITY OF LIFE
sodexo


l'observatoire
MAVIE
MAAF

OBSERVATOIRE DES
LOISIRS

OBSERVATOIRE **NIVEA**
FAIRE AVANCER LA RECHERCHE
SUR LE CORPS ET LE PARAÎTRE
COMME ENJEUX DE SOCIÉTÉ

PMU


L'Observatoire
actineo
de la qualité de vie au bureau

Observatoire
du Bonheur

Coca-Cola

L'Observatoire
du
GOÛT
Éveille ton appétit
elior 

edf Entreprises

L'Observatoire
ENERGIES D'ENTREPRISES


VISION IMPACT
INSTITUTE™

Sofinscope
Le baromètre de la conso et du quotidien
Par SOFINCO

The Inside Scoop,
partagé par


eliorgroup


OBSERVATOIRE
DES CUISINES
POPULAIRES
avec le soutien de **LESIEUR**

L'Observatoire de Santé Withings

**THE
INSIDE
SCOOP**
Food services facts & data

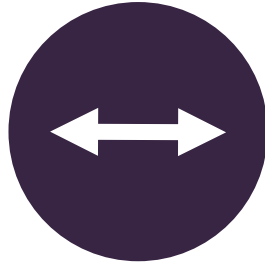
L'Observatoire  **Terrafemina**
Filieres - Retraites

**BRAND
CONTENT
INSTITUTE**

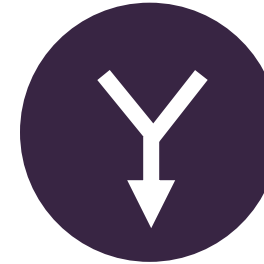
QUALIQUANTI

NOTRE VISION D'UN OBSERVATOIRE : L'APPROCHE HYPERWATCH

L'objectif d'un observatoire est **d'accumuler de nombreux cas afin d'acquérir une connaissance parfaite et complète de l'objet**, et d'en déduire des règles. Pour cela, nous constituons des observatoires :



Dans la largeur
constitution d'un corpus pour faire
le tour d'un sujet



En profondeur
considération de toutes les
facettes d'un objet

La méthode inductive, c'est l'analyse d'un phénomène par l'observation d'un nuage de manifestations proches. Par la multiplication des objets d'étude, elle permet d'avoir une « vue d'avion » sur un sujet.

4.

OBSERVATOIRES INTERNATIONAUX & RECUEIL DE BONNES PRATIQUES

Exemples d'observatoires créés
par QualiQuanti

OBSERVATOIRE WWW.IDEESLOCALES.FR POUR SOLOCAL

Identification de lieux innovants, rédaction et publication de 120 articles par an depuis 2012

Le réservoir d'idées et de créativité pour accompagner les entreprises

IDÉES LOCALES / IDÉES D'AILLEURS / TENDANCES / LIEUX DE MARQUES / TOUS NUMÉRIQUES

Déposez Votre Idée Locale

S'inscrire à la newsletter

C'est tout simple :
● Prenez un petit pot
● Servez-vous en glaces et garnitures
● Venez régler en caisse
● Bonne dégustation !

1 parfum = 1 cuillère

ego parfums végétaux
SORBETS GLACES

COMMERCE DE BOUCHE

A Marseille, un glacier vend des glaces en libre-service facturées au poids

solocal Idées Locales, source d'in...

LIEUX DE MARQUE

Rechercher... **Rechercher**

- AGRICULTURE
- ARTS CRÉATIFS
- ARTS DE LA TABLE
- ASSOCIATION CARITATIVE
- AUTOMOBILE
- BANQUE ET ASSURANCE
- BAR ET RESTAURANT**

[Afficher plus](#)

PUBLICATION D'UN LIVRE BLANC SUR LES LIEUX DE MARQUE

Sur la base de la visite et de l'analyse de plus de 100 lieux de marque

imaginé par pages_jeunes

IDEES LOCALES

Source d'inspiration des entreprises

LIEUX DE MARQUE

RÉINVENTEZ L'EXPÉRIENCE

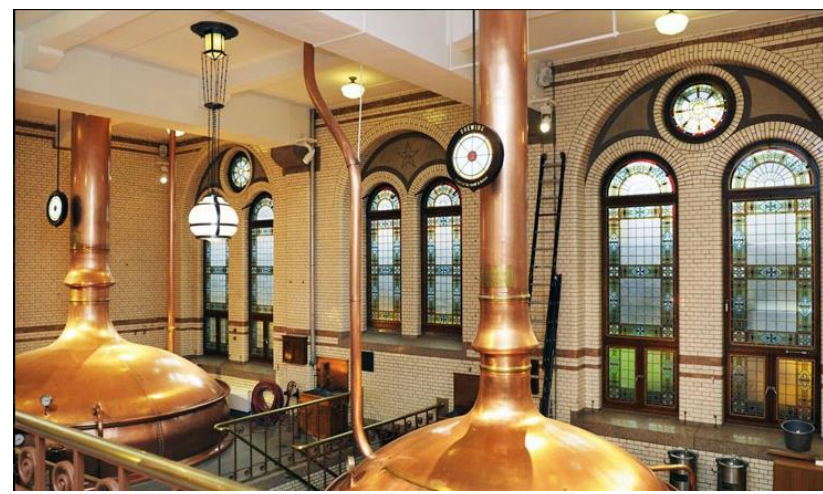
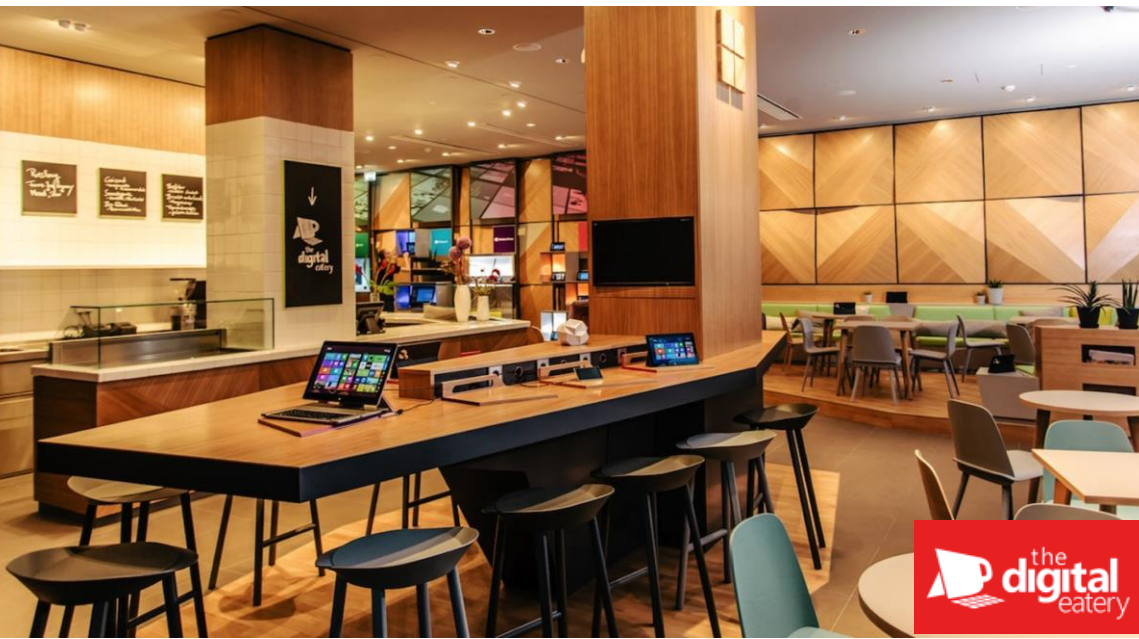
/ 60 lieux exceptionnels décryptés /
Hôtels, restaurants, musées, appartements, théâtre, laboratoire...

ideeslocales.fr

Solocal GROUP

En collaboration avec QUALIQUANTI
CREATIVE INTELLIGENCE





OBSERVATOIRE SUR LES POP-UP STORES POUR KLÉPIERRE



PUBLICATION D'UN LIVRE BLANC

Sur la base d'un décryptage sémiologique de l'observatoire (500 cas) et d'une étude qualitative



Pop up
news #7
2019

KLÉPIERRE BRAND VENTURES,
L'EXPERT DU RETAIL ÉPHÉMÈRE
vous présente son actualité !



Pop up
news #7
2019

KLÉPIERRE BRAND VENTURES,
L'EXPERT DU RETAIL ÉPHÉMÈRE
vous présente son actualité !



POP-UP STORE KLEPIERRE BRAND VENTURES



L'expérience devient-elle la nouvelle arme de survie des marques ?

Le jeudi 24 janvier, Le Club des Annonceurs a organisé en partenariat avec Klépierre Brand Ventures, son premier événement de l'année 2019 sur le thème de l'expérience de marque.

[La vidéo Brand Boost à voir sur YouTube](#)

L'ACTU CHEZ KLEPIERRE



Dans les centres commerciaux de demain, "les magasins devront se réinventer"

europe1 | 15.02.19

Invité d'Europe 1, Jean-Marc Jestin, le patron de Klépierre, entreprise qui gère des dizaines de centres commerciaux, dessine les évolutions à venir de ces lieux de vie à part.

RÉDACTION D'UN CAHIER DE TENDANCES INTERNE POUR IBIS STYLES

Cahier trimestriel sur le design et les expériences innovantes : Le Mag' LifeStyles



LE MAG' LIFE : UNE CRÉATION EN 3 ÉTAPES



Observation & décryptage les innovations




Rédaction par des journalistes et mise en images



Direction artistique aux couleurs d'ibis Styles

ibis Styles Tendence
Enjoliver ses escaliers

★ Les escaliers : un lieu de passage souvent négligé, mais qui peut amener une touche de couleur et d'humour dans vos hôtels, grâce à des aménagements très simples !



Un blogpost en brouillon dans l'escalier du magasin LOUENREY, à Munich.

Les escaliers : un lieu de passage à revisiter via des aménagements très simples !

Enjoliver ses escaliers

Pour les lines d'enfants, quoi de mieux que les escaliers coulés d'un robotique en bois tiré pour descendre d'un étage à l'autre, comme dans le grand magasin de vêtements Kaufhof à Munich, ou dans l'espace de réception chez Angle, à Paris ?

— au CHIC ANGE, à Paris.



Usage Féérique de la

LUMIERE

Dans L'HÔTEL ORIGINAL À PARIS, imaginé par la créatrice Stella Cadente, la lumière est utilisée sous des formes variées et originales pour créer des atmosphères hors du temps.



L'utilisation créative de la lumière permet de rendre ce lieu à la fois extravagant et élégant, à l'image des créations de Stella Cadente.

1. Des luminaires en fibres de verre à LED descendent du plafond et changent de couleurs.
2. Les lampes "Medusa", qui sont également disponibles à la vente.
3. Dans la salle à manger, plusieurs vitrines à l'apparence de fenêtres simulent la lumière d'un lever de soleil.
4. La lumière découpée dans de la tôle noire évoque de la végétation.
5. Des appliques en forme de têtes d'animaux, comme des ombres chinoises.
6. Un dessin de femme apparaît dans la chambre "Joker" grâce au néon de lumière noire.





Des installations florales sur-mesure pour chaque événement.

DÉCOUVREZ LE DESIGN FLORAL

UNE DISCIPLINE EN PLEIN ESSOR, DONT RONI FLEURS S'EST FAIT LE MAÎTRE !

RONI FLEURS, fleuriste familial depuis 1887, a installé sa boutique au sein du palace l'Apogée, à Courchevel. Aussi bien fleuriste que sculpteur, l'artisan n'hésite pas à jouer avec les matières, les volumes, les couleurs et les formes pour élaborer des installations impressionnantes. Il utilise par exemple des branches, voire des troncs, des accessoires de décoration et autres figurines pour transfigurer ses bouquets.

Admirez plutôt...

Roni Fleurs propose aussi ses services de "floral designer" pour les événements privés de ses clients, comme les réceptions, les mariages, ou encore des événements professionnels.

PLUS QUE DES BOUQUETS, SES CRÉATIONS SONT DE VÉRITABLES PIÈCES D'ARCHITECTURE. UN DÉCOR ORIGINAL ET FLEURI QUI NE MANQUERA PAS D'APPORTER UNE TOUCHE TRÈS PERSONNELLE À VOTRE HÔTEL.

Des créations impressionnantes dans les boutiques Roni Fleurs.



LE STREET ART POUR COLORER VOS ESPACES EXTÉRIEURS

Faire d'un espace trivial une œuvre d'art parlante, c'est le pari des street artistes, qui – parfois en collaboration avec les marques – redécorent des lieux du quotidien.



L'artiste français "Cyklop" customise les poteaux dans les rues de Paris



Plus que de simples décorations murales, ces installations sont une manière d'imprégner l'espace en toute subtilité !

Une fresque à Barcelone, par l'illustrateur londonien Neil Stevens



Un terrain de basket redynamisé par Nike en collaboration avec des street artists



Le street-artist français OakOak, intègre des personnages de la "pop culture" au mobilier urbain



Le black Supermarket, à Paris : un supermarché transformé en squat arty et éphémère par Carte Noir



Osez MÉTAMORPHOSER vos aliments !



Toutes les idées sont bonnes pour déguiser les fruits et légumes et les rendre attrayants pour les enfants.

Certaines cantines aux États-Unis transfigurent les fruits et légumes en les décorant, ou en les détournant dans des mises en scène amusantes :



L'ananas n'a jamais paru aussi dangereux...



Une dose sportive de vitamine C



La pizza fruitière



Des fruits qui disent "Mangez-moi" !



Des tortues à croquer !

Jouer sur la forme des aliments pour les rendre plus enviables ? Une idée qui ravira sûrement les enfants autant que leurs parents.

ACCUEIL ENTHOUSIASTE DES COLLABORATEURS IBIS STYLES



L'accueil a été excellent. Les équipes ont beaucoup apprécié les sujets abordés qui leur permettent de **sortir la tête du guidon et de nourrir leur créativité.**

Les nombreuses images permettent une lecture **agréable** et **ludique** à l'image des thèmes abordés.

Enfin, le format très travaillé donne envie et fait de ce Mag' un outil que l'on lit mais également que l'on **admire.**

La culture de l'innovation ne naît pas d'elle-même, il est un important de la nourrir par ce genre de productions qui permettent à la marque ibis Styles de conserver son coup d'avance ».



Laure DUBERGA

*Responsable produit et
offres de services ibis
Styles France*

NOTRE OFFRE

De la production de
contenus
à l'accompagnement
éditorial

QUELLES SOLUTIONS POUR PRODUIRE DES CONTENUS DE MARQUE ?

Identifier des sujets à fort potentiel

Identification de thématiques, étude d'attentes éditoriales, définition des axes éditoriaux

Produire des articles à valeur ajoutée

Rédaction d'articles mixant savoir-faire étude et journalisme, sous forme d'abonnements

Créer des observatoires

Gestion d'observatoires, avec publication de rapports de tendances

Rédiger des livres blancs

Rédaction de livres blancs, qui font référence grâce au travail de recherche

Créer des communautés et UGC

Création et animation de communautés pour produire contenus et testimoniaux

Rédiger des fiches produit

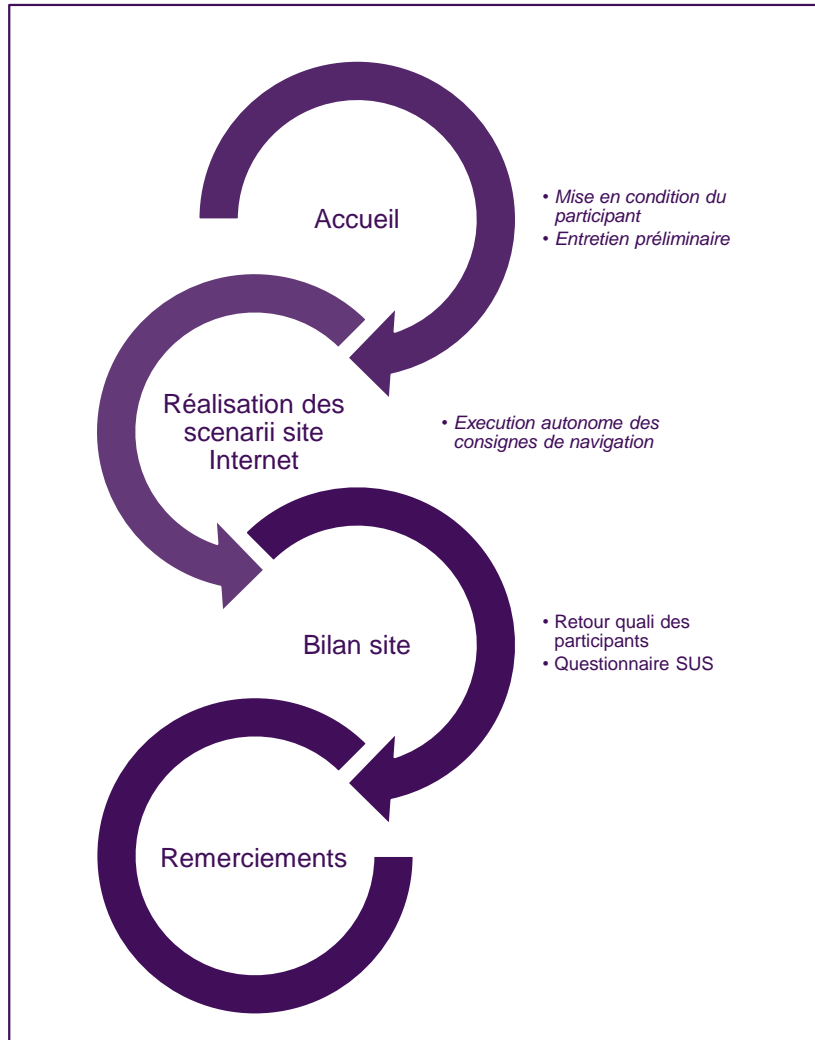
Production de fiches produit utiles aux lecteurs et en lien avec la charte de marque

Créer des tutoriels et astuces

Mise au point de modes d'emploi et de tutoriels à partir des remontées utilisateurs

DES TESTS UX POUR OPTIMISER LES PARCOURS ÉDITORIAUX

Audits d'experts et tests utilisateurs



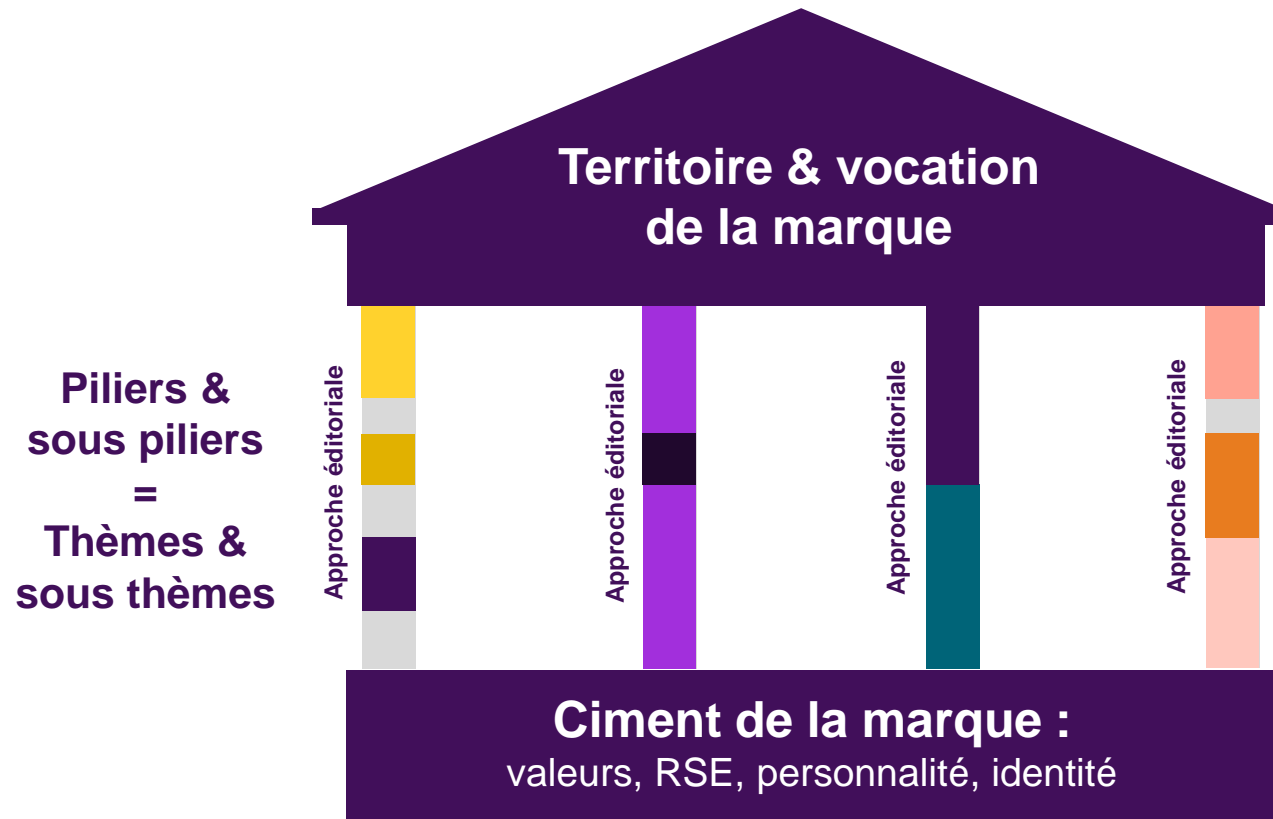
ORDRE D'INJECTION

Nous avons injecté les scénarii dans un ordre aléatoire pour chaque test afin de récolter des données plus objectives et éviter le phénomène d'apprentissage.

Participant N°1	1	2	3	4	5	6	7
Participant N°2	10	9	8	7	6	5	4
Participant N°3	4	6	1	2	8	9	10
Participant N°4	3	5	7	10	4	1	2
Participant N°5	2	4	9	5	10	3	8
Participant N°6	5	1	10	3	9	2	6
Participant N°7	6	7	2	1	3	8	9
Participant N°8	7	8	6	9	1	4	3
Participant N°9	8	10	2	6	7	5	1
Participant N°10	9	3	5	8	10	7	4

DÉFINITION DE LA STRATÉGIE ÉDITORIALE ET DES PILIERS DE CONTENU

Mission éditoriale, positionnement éditorial, piliers et sous piliers, formats, ciment



Sélection des piliers en fonction de 5 critères :

- **Pertinence**
- **Originalité**
- **Attractivité**
- **Utilité**
- **Générativité** (territoire fertile)

CONTACTS

DANIEL BÔ

dbo@brandcontent.institute
dbo@qualiquanti.com

12 bis rue Desaix 75015 Paris

01.45.67.62.06

