

## La télévision de l'avenir sera sociale

**InSites Consulting applique la 'co-création' aux études de marché et plonge le consommateur dans un environnement web 2.0 pour discuter de nouvelles idées de produits et d'applications. Une première grande enquête a eu lieu sur le thème de la télévision du futur. Parmi les principales conclusions du brainstorming en ligne organisé autour de cette question, on retrouve l'intégration plutôt limitée entre la télévision et l'ordinateur, le concept de TV 'à la carte' et la TV comme moyen de communication interactif. Les idées générées ont été testées pendant 6 semaines au sein d'une communauté en ligne. Cette dernière ainsi que le brainstorming en ligne font partie d'une série de techniques d'enquête innovantes lancées récemment par InSites Consulting sous le nom de Connected Research.**

### **La télévision du futur: ordinateur à la carte et moyen de communication**

Plusieurs tendances se dégagent des informations recueillies à propos de la télévision du futur. La première témoigne de la demande plutôt faible en faveur de l'**intégration entre la télévision et l'ordinateur**. A cet égard, les membres de la communauté en ligne semblent très effrayés à l'idée de voir apparaître des problèmes techniques et des virus dans leur téléviseur. En outre, l'utilisation du PC est plutôt considérée comme une activité individuelle tandis que, pour la plupart des gens, regarder la télévision reste une activité sociale.

La deuxième tendance rejoint ce dernier point. Il s'agit de la **TV comme moyen de communication**. Concrètement, cette expression désigne, entre autres, la communication entre les téléspectateurs au sujet d'un programme et l'interaction au cours de jeux télévisés.

La dernière tendance concerne la popularité de la '**TV à la carte**'. Le contenu généré par l'utilisateur va encore plus loin. Cette fonction permet aux gens de diffuser leurs propres vidéos et programmes. Elle n'attire qu'un public select. La communauté craint surtout l'apparition de contenu non souhaité à la télévision, ce qui pourrait mener à une diminution du contrôle parental.

**Parmi d'autres idées** soutenues par un groupe restreint de personnes figurent la possibilité de suivre des formations interactives via la tv, d'assister à des concerts live, d'utiliser un écran tactile, de lire des magazines et des journaux, de stocker des numéros d'urgence qui pourraient contacter les services d'urgence immédiatement en cas de problèmes, ...

Ces idées découlent de deux projets d'enquête réalisés par InSites Consulting. Le **brainstorming en ligne** a réuni 121 Flamands. Il leur fut tout d'abord demandé de réfléchir à la télévision du futur. Les participants pouvaient aborder des nouvelles fonctions et un nouveau contenu, sans tenir compte des possibilités techniques.

Ensuite, leurs idées ont été testées au sein de la **communauté en ligne**. Pendant 6 semaines, 100 Flamands ont discuté de la télévision du futur. A titre d'inspiration, la parole fut de temps en temps donnée à des orateurs du secteur. Un modérateur dirigeait les débats.

Ces deux outils font partie d'une série de techniques d'enquête innovantes lancées récemment par InSites Consulting sous le nom de **Connected Research**.

### **Le répondant devient participant**

Les consommateurs utilisent de plus en plus les technologies comme les blogs, les chatrooms, les communautés et les bulletin boards (messengeries) pour exprimer leurs idées. Ils créent des conversations en ligne avec d'autres personnes pour discuter sans tabou de produits ou de services. De cette manière, le consommateur a plus de possibilités d'explorer le marché et plus de pouvoir pour 'faire percer' ou pour 'casser' une société ou un produit.

Les bureaux d'études de marché se doivent d'adapter leurs méthodes à ces nouveaux développements et d'interagir plus avec le consommateur. **Connected research** implique qu'InSites introduise les techniques du web 2.0 dans ses enquêtes. Alors qu'auparavant, la communication entre l'enquêteur et le répondant était à sens unique, les techniques du web 2.0 permettent une plus grande interaction ainsi que le développement d'une relation d'égal à égal entre l'enquêteur et le participant.

### **InSites Consulting est le premier à appliquer le web 2.0 à ses enquêtes**

InSites Consulting est le premier à appliquer la tendance du web 2.0 à ses enquêtes et lance **Connected Research** avec un objectif clair: améliorer les études de marché en vue de fournir de meilleures informations aux spécialistes du marketing. Ces techniques ne remplacent pas les méthodes traditionnelles, mais permettent de capter ou de déceler des idées supplémentaires dans le cadre d'interactions sociales et de conversations.

L'équipe R&D d'InSites Consulting a développé ces instruments d'enquête grâce à son expertise et à ses connaissances méthodologiques. Ces outils répondent aux besoins spécifiques des études de marché.



Contact  
**Tom De Ruyck, R&D Consultant**  
+32 9 269 14 07  
tom.deruyck@insites.eu  
www.insites.eu

Le département R&D est responsable du développement de méthodes d'enquête innovantes répondant aux besoins des clients et aux défis auxquels font face les études de marché. L'équipe R&D publie régulièrement des articles scientifiques dans le monde professionnel et académique et prend souvent la parole au cours d'ateliers et de congrès internationaux. Plus d'informations sur le département R&D d'InSites Consulting sur [www.insites.eu](http://www.insites.eu).

InSites Consulting fait autorité dans le domaine des études de marché en ligne et occupe une position prépondérante au niveau international. Elle a été fondée en tant que spin-off de la Vlerick Leuven Gent Management School. Grâce à un panel en ligne de plus de 2.000.000 de membres répartis dans 25 pays européens, l'agence organise des études de marché en ligne, aussi bien quantitatives que qualitatives. Le siège central de Gand compte 70 collaborateurs hautement qualifiés et expérimentés. InSites Consulting est synonyme d'expertise et de consultance et est axée sur l'innovation. Elle est dotée d'un excellent service clientèle et accorde une grande importance à la qualité. Plus d'informations sur [www.insites.eu](http://www.insites.eu).