

Le mobile franchit un pas de plus

MOBILE MARKETING ► Le Japon donne le ton. Le Valais suit grâce à Cnoté qui étend encore le champ d'action du téléphone portable.



Vous ne savez pas tout ce que votre portable peut faire pour vous. BITTEL

PIERRE MAYORAZ

Vous ne pouvez pas vivre sans votre téléphone portable, ce qui va suivre vous concerne. L'omniprésence du mobile vous agace ou vous fait peur, passez votre chemin. Mais, dans un pays où 85% des gens possèdent un portable, tout ce qui touche à ce moyen de communication en constante évolution suscite un intérêt marqué. Si l'on en croit les blogs spécialisés, la tendance a de beaux jours devant elle. Et Cnoté – prononcez cénaté – pourrait bien y jouer un rôle de premier plan. A l'image des précurseurs asiatiques, japonais en particulier, cette nouvelle société valaisanne se veut à la pointe sur le plan du mobile marketing, comprenez publicité et annonces d'événements par téléphone portable. Christian Desclouds, jeune diplômé en économie d'entreprise de la HES-SO Valais, cofondateur et directeur de Cnoté, explique quelques-unes des nouvelles possibilités que peut offrir le téléphone portable.

Monsieur Desclouds, que propose Cnoté?

Nous offrons à nos clients un support et développement marketing personnalisés à travers les dernières techniques en matière d'information et de communication. Avec l'aide de la société Webside Associates S.A. à Martigny, nous avons créé notre propre plate-forme qui nous permet de proposer un grand nombre de services au moyen de SMS. Informations, concours, newsletter, publicité font partie du catalogue. Mais aussi le mCommerce qui permet de commander et de payer par SMS ainsi que différentes applications de codes-barres 2D.

A qui s'adressent ces services?

Nous sommes le seul prestataire en Valais et l'un des rares en Suisse romande dans cette catégorie de services. Nous travaillons principalement dans notre canton et sur l'arc lémanique avec quelques clients ailleurs en Romandie. Font appel à nous des entreprises, notamment des PME, des agences de communication et des professionnels du marketing. S'intéressent à nos prestations des clubs sportifs, des associations culturelles ou locales. Les acteurs touristiques, les communes, les politiciens, les établissements publics, tous les domaines de l'économie et de la culture trouvent



«Le mobile marketing facilite les achats impulsifs»

CHRISTIAN DESCLOUDS

DIRECTEUR DE CNOTÉ

chez nous le relais qui leur permet de toucher précisément leur public cible.

Comment cela marche-t-il?

Prenons l'exemple d'un dentiste qui nous mandate pour rappeler à ses clients la date du contrôle annuel ou bisannuel. Une brève rencontre suffit à mettre la stratégie au point et à signer le contrat. Nous programmons notre plate-forme technologique en fonction de la demande. Le SMS rappel de rendez-vous se met alors immédiatement en service. Cette prestation concerne aussi les garagistes, les salons de coiffure, les libraires, etc. En plus de cette possibilité, nous proposons aussi l'envoi de mailings SMS d'un maximum de 160 caractères qui permettent d'annoncer des changements d'horaire à des membres d'un club de sport ou d'une troupe de théâtre. On peut aussi avertir ses clients de promotions commerciales ou de manifestations. Nous organisons des SMS concours ou vote. Grâce à un numéro court, surtaxé ou non, on envoie un SMS en y insérant un code. On peut ainsi participer au vote ou au tirage au sort du concours. SMS sondage donne la possibilité de mener des enquêtes de satisfaction, des sondages qui donnent sur le champ l'avis des clients sur les dernières tendances.

Et la SMS newsletter?

Ce produit permet de diffuser des informations à des abonnés. On envoie un SMS à l'ensemble d'une base de données via l'internet ou le téléphone portable. Météo, état des pistes, résultats sportifs, heures d'ouverture, tous ces renseignements parviennent très rapidement à leurs destinataires. On peut par exemple s'abonner pour un week-end ou même quelques heures afin de connaître en temps réel tous les paramètres du domaine skiable des Portes du Soleil que nous desservons. SMS booking permet d'enregistrer des réservations de la manière la plus simple et la moins onéreuse.

Combien cela coûte-t-il?

Le SMS coûte de 20 centimes à 1 franc. Le client choisit la surtaxe. Il faut savoir que l'opérateur en garde près de la moitié. Un concours SMS pour une entreprise coûte par exemple entre 500 et 600 francs. Les associations à but non lucratif bénéficient d'un tarif propre. Nous travaillons aussi dans le domaine du mCommerce. Le client commande un article par SMS et le paiement s'effectue immédiatement de la même manière par un débit chez PostFinance ou sous facture. L'acheteur recevra ensuite sa commande à son adresse. Plus de souci de non-paiement ou de délai d'encaissement. Le commerce en ligne et l'internet bénéficient au mieux de ce mode de faire qui constitue une excellente solution de recharge à la carte de crédit. Et cela facilite les achats impulsifs puisque la simple vue d'une affiche suffit à communiquer le mot clef approprié pour initier le processus d'achat.

Et l'avenir?

Le SMS existe depuis de nombreuses années mais son utilisation commerciale vient de commencer. Elle a encore de belles années devant elle. Mais les nouvelles tendances jaillissent tous azimuts principalement en Asie. Le Japon, précurseur en la matière, vit désormais au rythme du QR-Code. Il s'agit d'un code-barres à deux dimensions qui permet d'accéder à un contenu numérique sur son mobile simplement en scannant le code. Au préalable, l'utilisateur doit installer une petite application dans son téléphone. Par exemple, on pourrait imaginer que la bouteille d'excellent pinot noir que l'on boit au restaurant soit munie du code. Un petit clic plus tard, nous voici au courant des stocks restants en cave, du prix et autres renseignements utiles. Reste plus qu'à commander un carton et à le payer par mCommerce et le voilà bientôt à la maison.

En toute légalité

Cnoté ne joue pas le jeu dangereux et éternel du spamming, autrement dit l'envoi abusif de messages publicitaires non sollicités. L'Union européenne interdit cette pratique et la loi suisse, longtemps dans le flou à ce sujet, a tendance à nettement se durcir ces derniers temps.

Cnoté veille à ce que ses clients s'assurent que les personnes qui reçoivent les SMS ont demandé à les recevoir. La base de données ne doit comporter que des noms de titulaires de mobiles qui ont donné leur accord à la réception de SMS qui correspondent à leur profil ou leurs centres d'intérêts. Donc pas de vente ni d'achat de listes de numéros. En revanche, en inscrivant un numéro de téléphone sur un formulaire de concours ou une demande de renseignements sur un produit ou un service, on accepte implicitement la réception de messages en rapport avec ces objets. Il reste heureusement la possibilité de dire stop en tout temps, par un simple SMS, bien entendu, ou tout autre moyen de communication. Selon Christian Desclouds, toute publicité importune est contre-productive. L'annonceur qui y a recours perd sa crédibilité. En plus de l'éthique et de la loi, le jugement du marché dissuade rapidement la pratique de cet usage envahissant. PM

EN BREF

OMC
Propositions jugées inacceptables

L'Inde et plusieurs pays en développement comme l'Indonésie et la Chine ont rejeté cette semaine à l'OMC des propositions sur les exemptions pour les produits spéciaux. Sur les produits sensibles, aucun compromis ne se dessine. Le président du groupe de travail sur l'agriculture, l'ambassadeur Crawford Falconer, a transmis le 4 janvier aux 151 délégations de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) plusieurs textes dans le but de faire avancer les négociations. Il doit présenter fin janvier ou début février un projet d'accord sur l'ensemble du dossier agricole. Le précédent date du mois de juillet. ATS

LIBÉRALISATION DES TÉLÉCOMS
Le président de la ComCom satisfait

Le président de la ComCom Marc Furrer tire un bilan positif de la libéralisation du marché des télécommunications en Suisse après dix ans. Les objectifs soit une bonne qualité des services, des prix plus bas et la garantie d'un service universel sont atteints. «Nous pouvons aujourd'hui constater que les prix ont en moyenne baissé de 50%. Et la Suisse possède des infrastructures de télécommunication des plus modernes», expliquait le président de la Commission fédérale de la communication (ComCom) dans une interview publiée hier dans la «Neue Zürcher Zeitung». ATS

HOTELPLAN
Bénéfice plus que doublé

Hotelplan a fortement amélioré sa performance sur l'exercice 2006/2007. Le voyageur de Migros a plus que doublé son bénéfice net à 68,2 millions de francs en l'espace d'un an. Toutefois, les affaires suisses, en mal de croissance, seront regroupées. Les bons résultats dégagés sur l'exercice sous revue, clos fin octobre, reflètent la mise en œuvre de la stratégie redéfinie en 2005, a relevé hier à Glattbrugg, Christof Zuber, le patron du groupe Hotelplan. ATS

SWISS RE
L'action progresse

L'action de Swiss Re a poursuivi hier le mouvement à la hausse commencé la veille. Le patron du numéro un mondial de la réassurance, Jacques Aigrain, a dit à la banque américaine Morgan Stanley que l'exposition aux subprime n'était pas supérieure à celle indiquée le 11 décembre dernier. Vers 10 h 30, l'action Swiss Re prenait 2,6% à 79,65. M. Aigrain a assuré qu'après l'annonce du 19 novembre 2007 d'amortissements à hauteur de 1,2 milliard, aucune autre surprise négative n'était attendue. ATS

NESTLÉ
Forte baisse à la Bourse suisse

L'action Nestlé a affiché le plus fort recul du SMI hier. Des observateurs attribuent le mouvement à la rétrogradation de deux concurrents européens du groupe vaudois, Unilever et Danone. Morgan Stanley a rétrogradé Unilever, ABN Amro faisant de même pour Danone. A 11 h 15, Nestlé abandonnait 4,6% à 490,25 francs, le SMI reculant de 0,51% à 8247 points. A noter que l'action Nestlé a affiché l'an dernier l'une des meilleures performances de l'indice des blue chips helvétiques et a encore monté depuis le début de l'année, à contre-courant du marché, ce qui lui donne un certain potentiel de baisse. ATS

VISANA
Bénéfice de 39,9 millions de francs

L'assureur maladie Visana a bouclé l'exercice 2007 sur un bénéfice de groupe de 39,9 millions de francs. Il s'inscrit en hausse de 1,8% sur celui de l'année précédente. L'assurance de base a enregistré 20 000 nouveaux clients, portant l'effectif à 466 000 assurés. ATS