

# 6//

Trimestriel | Septembre 2009

# SqliMag

LE FIL D'INFORMATIONS 100% CLIENTS

## SPÉCIAL AGENCY

Success Stories // 09

4 typologies de projets digitaux  
vus à la loupe

Stratégie // 11

De la communication interactive  
à l'ubimédia

Zoom // 18

Ce qu'il faut savoir  
sur l'Internet Mobile

Technologies // 22

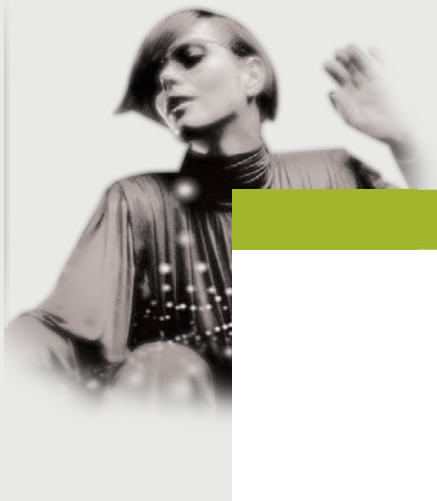
Quand créativité, technologies  
et agilité vous font voyager  
dans le temps

“Le monde devient **ubimedia**,  
il faut vous y préparer !”



FOURNISSEUR D'INNOVATION

sqli  
GROUP



## UN NUMÉRO SPÉCIAL AGENCY



# ISABELLE GAUTHIER  
DIRECTRICE DE  
SQLI AGENCY PARIS

Bonjour à tous,

Ce numéro spécial "Sqli agency" met en lumière l'actualité, les projets et les ambitions de l'agence de conseil, conception et création web du Groupe SQLI.

Avec 10 ans d'expérience, l'agence est aujourd'hui une entité de 200 consultants, créatifs, experts et développeurs web, rassemblés autour de projets "e-Communication, e-Commerce, Entreprise 2.0 et Mobilité".

Notre forte progression en 2009 à vos côtés est le fruit des efforts respectifs, visant à créer un cadre de collaboration exclusif, de proximité, ciblant qualité et réactivité.

Notre volonté est de développer des entités dédiées à vos projets, permettant de capitaliser sur la connaissance des équipes, et faisant dialoguer une vision stratégique des enjeux, une approche liée à la créativité et à l'innovation et enfin un système de production irréprochable des projets.

Cette proximité prend corps au sein de "webfactory", de formules de "webmanagement" et concrétise notre fidélité réciproque, pour le meilleur... et surtout pour le meilleur !

Bonne lecture !



### Quoi de neuf sur le Web ?

4 cas concrets pour illustrer notre approche

## SUCCESS STORIES// 04

### "Concevoir des sites web ne suffit plus, il faut prolonger l'expérience digitale de la marque"

Etes-vous prêt à passer de la communication interactive à l'ubimédia ?

## STRATÉGIE// 09



## Retour vers le futur :

Quand agilité, technologie et créativité  
deviennent des atouts



WEFACTORY///10

Comment aujourd'hui parler d'**Internet**  
sans parler de **Mobilité** ?

MOBILITÉ///12



SQLMag /// LE FIL D'INFORMATION 100% CLIENTS | N°6 - Trimestriel - Septembre 2009  
Direction de la Communication - Immeuble Le Pressensé - 268, avenue du Président Wilson  
93 210 La Plaine Saint-Denis - Tél. : +33 (0)1 55 93 26 00

Directrice de la publication : Christine Julien  
Rédaction : Gaël Muller, Guillaume Gartioux  
Maquette : Céline Porcher - Frédéric Segarra - sql agency Lyon  
Contactez-nous : communication@sql.com

Luxe, campagnes  
de communication  
internationales...

QUOI DE NEUF ?/// 05

L'Intranet est mort,  
vive l'Entreprise 2.0 !  
Un Extranet BtoB dernière génération

ENTREPRISE 2.0/// 06

Les nouveaux  
enjeux créatifs

AVIS D'EXPERTS/// 06

Mathieu Collet  
et Ronan Le Quéré  
vous expliquent comment réussir  
un bon projet "mobile"

INTERVIEW/// 14

Toute l'actu  
événementielle  
de l'agence

Séminaires, conférences,  
petits-déjeuners, salons...

AGENDA/// 16

# SUCCESS STORIES

## 4 expertises, 4 exemples concrets

Malgré un début d'année difficile, nos clients et nos agences ont su tirer profit de leurs liens : une approche très pragmatique de la communication digitale, placée sous l'angle de la performance, a permis d'améliorer des dispositifs de communication existants, et d'explorer de nouvelles approches avec un impact positif direct sur l'image de marque ou les ventes de nos annonceurs. Petit tour d'horizon de nos savoir faire à travers 4 projets menés ensemble...

### E-COMMUNICATION

#### Renault améliore le taux de satisfaction des utilisateurs de son site corporate avec SQLI

Nous avons eu le plaisir de concevoir et réaliser le nouveau portail corporate du Groupe Renault, avec l'ambition d'en faire l'un des meilleurs sites corporate français, en qualité, en fréquentation et en notoriété.

La nouvelle version du site a été lancée en début d'année 2009... Notre agence a orienté la marque sur une question claire et simple :

"Que recherchent les internautes, au juste ?"

Cette ligne directrice trouve un écho dans le design, l'ergonomie et l'ensemble du parcours utilisateurs. Les internautes sont déjà conquis et ont manifesté leur satisfaction lors d'une récente enquête (source : [www.renault.com](http://www.renault.com)).



[www.renault.com](http://www.renault.com)

#### Webmanagement des sites de l'URCAM

L'Union Régionale des Caisses d'Assurance Maladie nous a confié la conception et le webmanagement de ses sites Internet pour 2 ans.

Sur ce type de projet ambitieux, le succès repose sur deux fondamentaux :

D'une part la capacité à concevoir un modèle générique de portail permettant à la fois d'asseoir une identité commune forte tout en répondant aux attentes régionales

spécifiques ; d'autre part, en phase de webmanagement, la mise en place d'une équipe dédiée qui intervient au quotidien aux côtés des communicants de l'URCAM tant sur le conseil éditorial que sur le cadrage général des évolutions.



[www.urcam.fr](http://www.urcam.fr)

### MOBILITÉ

#### Pages Jaunes mise sur la mobilité

Après une coopération réussie avec la refonte du premier site français "pagesjaunes.fr", notre agence a créé la galaxie mobile des sites et applications du célèbre annuaire en ligne : un site web mobile, une application iPhone™, des sites full web et une application Windows Mobile, viennent compléter le dispositif.

"Avec un total de 500 000 téléchargements d'applications iPhone, Pages Jaunes est le 4ème site mobile français avec plus de 14 millions de visites depuis sa mise en ligne." (source : Mobile Actus 2009)



Téléchargez l'application réalisée par Sqli agency pour Pages Jaunes sur l'iTunes Store

## E-COMMERCE

### Buzz et web communautaire pour mieux vendre : Le cas de Corsica Ferries

#### Un site web suffit-il pour vendre ? Non !

Notre équipe dédiée aux projets de Corsica Ferries était convaincue sur ce point depuis le début de cette collaboration et s'est efforcée d'enrichir l'écosystème numérique de l'annonceur.

Après avoir refondu son site e-commerce il y a un an, et avoir créé le premier site communautaire autour de la destination Corse pour soutenir ses ventes, notre team a consolidé le dispositif de communication de ce client historique en orchestrant et en pilotant la première opération de Relations Publiques 2.0 de la marque, au début de l'été.

L'objectif était simple : **augmenter la notoriété et soutenir ses ventes estivales malgré la crise.**

Notre community manager a convaincu un groupe de leaders d'opinion de la blogosphère de tester une destination escapade proposée par l'annonceur.

#### Quelques résultats en bref :

- + 9 blogueurs influenceurs ont testé la marque sur son territoire pendant 3 jours
- + Une vingtaine de billets blogs publiés par les "testeurs" et plus de 250 commentaires associés
- + Mise en ligne par les blogueurs d'une bibliothèque d'images Flickr de près de 700 photos, taggées "Corsica Ferries", et la création d'un groupe de fans sur la plate-forme communautaire
- + Plus de 180 tweets (messages partagés sur la plate-forme communautaire Twitter)
- + De nombreuses vidéos à caractère informatif et publicitaire relayées sur les blogs des participants
- + Une hausse significative de la fréquentation du site, suite à l'opération



[www.corsica-ferries.fr](http://www.corsica-ferries.fr)

## ET SUR D'AUTRES MARCHÉS

#### + Luxe, e-Commerce et RichMédia...

Sqli agency a été choisi par l'un des leaders mondiaux du luxe (horlogerie, joaillerie...) pour travailler sur des projets RichMédia internationaux !

RDV sur Internet en novembre pour en savoir plus.

#### + Communication pharmaceutique : gérer plus de 30 campagnes Web en simultané, c'est possible !

Nous venons de monter notre 3ème centre de service "Communication Web Internationale" pour le compte d'un grand laboratoire pharmaceutique.

Objectif : créer une "Webfactory" capable de gérer tout le programme d'information sur une trentaine de pays : e-marketing, création, réalisation technique...

#### + Comment passer du Web 1.0 à l'e-Commerce social ?

C'est un sujet sur lequel l'agence travaille avec l'enseigne Phox, n°1 de la photo / vidéo en France.

Nos derniers retours d'expérience en e-commerce et notre parfaite maîtrise de l'outil Open source Magento, nous permettront de faire naître le nouveau site de la marque avant la fin de l'année.

#### + Le design au service de l'univers de marque :

Faire saisir tout l'univers d'une marque en arrivant sur sa home page est un challenge en soi.

Le nouveau site corporate de la société Ricard réussit particulièrement bien cet exercice en offrant une véritable expérience immersive au cœur des valeurs de l'enseigne.

Une création soignée, un motion design tout en douceur et un backoffice de compétition...

## ENTREPRISE 2.0

*Un Extranet BtoB dernière génération pour le 3ème éditeur mondial de logiciels de gestion.*

Peut-on améliorer la fidélisation grâce à un Extranet ? Oui ! Il faut avant tout renforcer la relation entre la marque et ses clients, via de nouveaux services en ligne, des contenus personnalisés à forte valeur ajoutée et des outils ergonomiques et innovants : gestion du profil, FAQ collaborative, optimisation participative, etc... C'est sur ce modèle que notre agence a conçu cette année le nouvel Extranet client d'un des leaders mondiaux du logiciel de gestion.

L'intervention de Sqli agency s'est basée sur l'identification de "persona", sur une étude de tendances et une capitalisation sur les bonnes pratiques fonctionnelles issues du Web 2.0.

L'ergonomie et le design, l'accompagnement au changement, les webanalytics... Tout est fait pour favoriser l'amélioration constante de l'application (réalisée sous Microsoft MOSS).

<b>Pierre, 39 ans - FLEURISTE</b>	
	<i>« Devise / Phrase clé en lien avec le service »</i>
Pierre est fleuriste. Un métier qu'elle exerce depuis 17 ans. Il est marié et père d'un garçon de 16 ans (futur apprenti). Il travaille avec sa femme. Sa boutique est située dans le 11 <sup>ème</sup> arrondissement de Paris, et fait partie d'un réseau de franchisés. Pierre s'investit beaucoup dans la vie de son arrondissement, il a très vite rejoint l'association des commerçants de son quartier. C'est d'ailleurs grâce à certains membres de l'association qu'il a entendu parler du nouveau service xyz. Pierre utilise peu Internet hormis pour accéder à l'intranet de l'enseigne (dont il paie l'abonnement) et suivre ses commandes. Vouloir en savoir plus sur le service xyz, il a tapé « xyz » sur Google, le moteur de recherche dont son fils lui a parlé.	
<b>Son BUT</b>	
• Lorem ipsum	
<b>Son utilisation du service xyz</b>	
• Lorem ipsum • Lorem ipsum	
<b>Ce qui peut l'influencer</b>	
• Lorem ipsum	
<b>Des freins, frustrations potentielles</b>	
• Lorem ipsum	

Exemple type de fiche persona

## QUELQUES EXEMPLES DE RÉALISATIONS "ENTREPRISE 2.0"

### + BNP Paribas mise sur le réseau social d'entreprise...

Après avoir accompagné la banque avec succès sur sa première expérience de blogging, l'agence a élaboré avec le service Communication de la Banque de détail France, une plate-forme de réseau social d'entreprise, intégrant des services de proximité (petites annonces, co-voiturage...). La plate-forme est en bêta-test sur le site parisien.



### + Icade se lance dans l'intranet collaboratif

Sqli agency vient de mettre en ligne l'intranet collaboratif de cet acteur majeur de l'immobilier, en misant sur la plupart des bonnes pratiques Web 2.0 : gestion documentaire, e-rooms pour suivre les projets de près, annuaires d'entreprise, flux RSS, agendas... Un projet de pointe, mêlant dispositif de communication, architecture de l'information et expertise technique (Sharepoint), livré en temps et en heure.



### + Un widget pour piloter l'efficacité commerciale ?

C'est ce que l'agence a proposé cet été à une filiale de la Société Générale. Les challenges commerciaux sont fréquents dans les entreprises et quoi de mieux qu'un tableau de bord partagé et disponible 24h sur 24 pour maintenir les forces de vente en alerte ! Un bon concept, une belle dotation et une application de suivi dont des atouts très utiles pour dynamiser l'activité... Pensez-y !



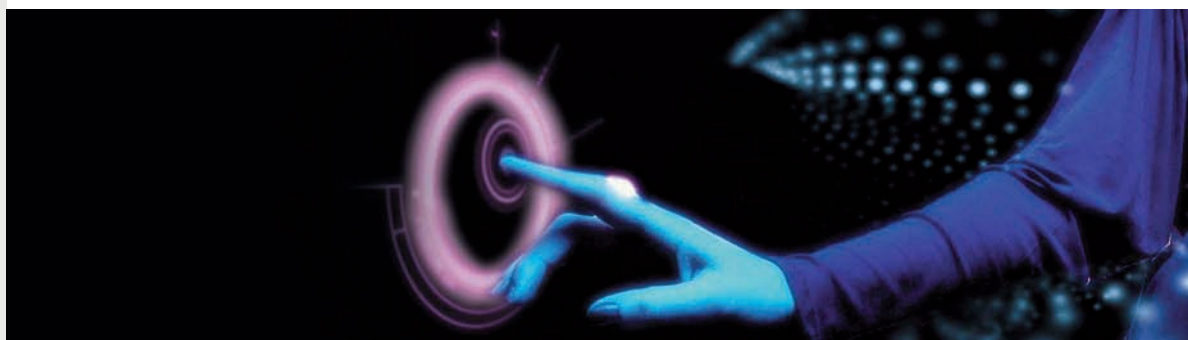
### + Une plate-forme de feedback "2.0" pour favoriser l'innovation

L'agence l'avait déjà mise en place pour Orange Labs en 2007, dans le cadre de la promotion de l'innovation, l'industrie la sollicite de plus en plus ! La démarche de co-création en mode "feedback" garde de beaux jours devant elle.

Besoin d'une démo ? Appelez-nous.



# ET SI VOUS VOUS PREPARIEZ A LA COMMUNICATION UBIMEDIA ?



## DU MULTIMÉDIA À L'UBIMÉDIA

Comme en témoignent de nombreux articles, événements, initiatives... tant à destination des spécialistes que du grand public, la révolution ubimédia est en marche.

Le multimédia s'affirme de plus en plus omniprésent, multiforme, mobile. La communication interactive adopte de multiples visages : après avoir investi le RichMédia et les réseaux sociaux, la marque multiplie ses points de contacts via les terminaux mobiles, s'immisce dans les jeux vidéos ou univers virtuels, s'intègre dans les objets communicants du quotidien et la ville numérique...

Créer un site web ne suffit plus, il faut augmenter l'expérience digitale.

## L'ORIGINE DU CONCEPT UBIMÉDIA

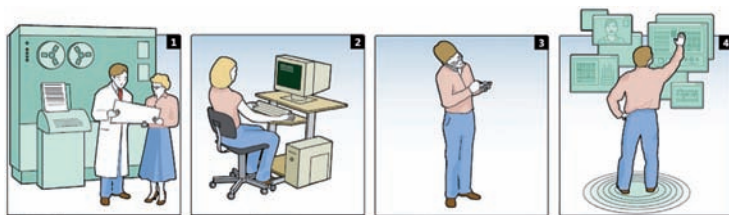
Le concept de "l'informatique ubiquitaire" est né il y a 20 ans, avec les travaux de Mark Weiser, Technologue en chef du Centre de Recherches de Xerox Palo Alto.

Selon lui, l'interaction Homme-Machine connaîtrait une nouvelle perspective, dans laquelle le traitement de l'information serait complètement intégré aux objets et lieux du quotidien. De simple rêverie à l'époque, le concept a trouvé un écho palpable en 2007 : le terme "ubimédia" apparaît, dans la traduction française du livre d'Adam Greenfield, EveryWare, qui démontre que le concept prend aujourd'hui tout son sens grâce aux nouvelles technologies émergentes (RFID, Wifi...) et aux comportements associés.



# FRANÇOIS VERRON  
PLANNEUR  
STRATÉGIQUE UBIMÉDIA

"L'Internet de proximité et ses services ubimédia vont redynamiser l'approche multicanale en augmentant la présence de marque par plus de pertinence, d'empathie, d'engagement : au bon moment, au bon endroit, tirant profit du "permission marketing" situationnel et de la facilité d'usage des nouvelles interfaces."



Crédit : Nick Duffield

**UN CONSTAT UNANIME :**  
**LE MEILLEUR DE L'INTERNET EST**  
**À VENIR !**

Les consommateurs et usagers sont de plus en plus mobiles et omni-connectés.

Les marques doivent étudier et comprendre ces situations de mobilité

et ces usages de proximité, pour imaginer et orchestrer les points de contact de demain. Chez soi, dans la rue, dans les transports, l'ubimédia offre aux marques de nouvelles opportunités relationnelles avec leurs publics, et réciproquement, pour fournir des services innovants au moment et à l'endroit les plus proches du besoin. Les lieux de vie et

de travail deviennent des hyperlieux. La révolution ubimédia, c'est l'Internet qui investit le réel, le proche, l'immédiat... c'est l'humain et la marque qui interagissent de manière finement contextualisée. Les 10 prochaines années verront une plus grande révolution dans les usages que les 10 années précédentes.



**# STEPHANE THOREL**  
DIRECTEUR  
DE CLIENTÈLE,  
SPÉCIALISTE DE  
L'INNOVATION WEB

“L'enjeu de l'ubimédia sera de répondre de manière toujours plus fine aux besoins fondamentaux des utilisateurs. L'ADN des marques devra intégrer les dimensions relationnelles, transactionnelles et émotionnelles dans une démarche human centric cohérente et permanente.”

**CONCRÈTEMENT,**  
**QUE FAIT-ON AUJOURD'HUI ?**

La route sera longue avant le 100% ubimédia, mais nous sommes fermement décidés à accompagner nos clients sur cette voie.

Cette volonté s'est déjà concrétisée dans les dernières recommandations stratégiques de l'agence auprès de ses clients historiques (Pages Jaunes, Orange, La Banque Populaire, La Poste, SNCF, Citroën...), intégrant une vision prospective et des scénarii ubimédia :

- + Planning stratégique
- + Etudes prospectives (ex : point de vente du futur)
- + Scénarii d'info-mobilité & dispositifs sociaux hyper-connectés
- + Projets mobiles iPhone & Android
- + Réalité augmentée
- + Accompagnement à l'innovation



## DE NOUVEAUX ENJEUX CRÉATIFS :

La création numérique à l'ère de l'ubimédia est confrontée à 4 grands enjeux :

- + Enrichir la narration des marques par l'intégration de nouvelles interactions : services géolocalisés, vitrines interactives, la réalité augmentée...
- + Développer les approches sensorielles des interfaces, notamment tactiles pour la manipulation, et sonores pour l'information et l'émotion
- + Structurer la communication des marques par une charte numérique adaptée à un environnement digital multiforme et fragmenté
- + Maîtriser les appareils et objets communicants, pour faciliter l'intégration des interfaces dans divers lieux et milieux, de la domotique à l'espace public en passant par l'entreprise...

## L'UBIMÉDIA SE DESSINE

### AUJOURD'HUI AVEC Sqli AGENCY

Par son positionnement "usages et technologies ubimédia", l'agence affirme plus que jamais son approche "utilisateur", un utilisateur qui selon les contextes est un consommateur, une cible, une audience, un collaborateur... dans des enjeux e-communication, e-commerce, et entreprise 2.0.

Notre démarche est globale :

1. Anticiper, étudier, comprendre les attentes de vos cibles
2. Concevoir, réaliser, expérimenter les nouveaux outils
3. Favoriser, susciter, démocratiser les usages performants de l'ubimédia, associés aux marques les plus en pointe !



# **FRÉDÉRIC GUÉHO**  
MANAGER Sqli LYON

"La création numérique intègre aujourd'hui une nouvelle dimension : interaction design, sound design et discours de marque peuvent être contextualisés à un instant de consommation de l'information, géolocalisés, datés, couplés à d'autres dispositifs tels que les codes 2D."



# **STÉPHANE DONIC**  
DIRECTEUR  
DU CONSEIL  
ET DE LA STRATÉGIE

"Pour Sqli agency, prendre le virage ubimédia maintenant, prendre position et prendre parole, c'est être acteur du futur et pas juste observateur. Cette prise de position imposera de créer de nouveaux métiers (device manager, expert u-commerce, juriste ubimédia...), et d'envisager de nouveaux partenariats..."

## La Roadmap de l'agence



## RETOUR VERS LE FUTUR :

### Quand technologie, créativité et agilité deviennent des atouts différenciateurs...

N'avez-vous jamais souhaité ralentir le temps ?

"Dans 1 mois, la fusion de nos deux entreprises sera annoncée. Le site du nouveau groupe doit être réalisé d'ici là. Vous avez carte blanche, mais un jour de retard serait impensable."

C'est parfois en des termes proches que les projets nous sont confiés : délais incompressibles, enjeux stratégiques, environnements techniques variés, fortes attentes des décideurs, identité en construction, campagnes plurimédias en préparation...

Dans de pareilles conditions, l'approche d'agence interactive classique trouve souvent ses limites. Notre expérience nous a amenés à privilégier un certain nombre de solutions organisationnelles, créatives et techniques pour répondre au mieux à ces exigences.

L'un de nos départements s'est d'ailleurs fait une spécialité des projets dont les enjeux dépassent totalement le cadre du webdesign ou de la simple technicité.

#### EXPLOITER AU MIEUX LA TECHNIQUE

Chaque problème a sa solution, chaque problématique web à sa palette d'outils. Les outils Open Source tout d'abord, sont privilégiés pour les solutions de gestion de contenu (Typo3, eZPublish) et de l'e-commerce (Magento). Rapides à déployer, stables, évolutives, ces technologies nous laissent toute liberté d'intégrer les spécificités différenciantes de nos projets. De plus, ces solutions ont atteint une maturité comparable à celle de progiciels beaucoup plus onéreux et elles disposent d'un back-office à la fois simple d'utilisation et complet.



Les interfaces riches, elles aussi, présentent un apport indéniable dans l'agrément d'utilisation et la simplification des parcours utilisateurs.

Nous nous sommes engagés dans les technologies Flash et Ajax dès 2005, à la fois pour ces questions "d'interaction design" et leur apport graphique au service de la marque (le fameux "effet whaou").

Aujourd'hui, la technologie Flex permet de développer des applications métiers web aussi perfectionnées et agréables que les applications windows classiques : cliquer-glisser, plier-déplier, simulateurs et autres pricers viennent agrémenter l'intuitivité et l'adhésion...

Enfin, nous investissons sur des passerelles technologiques avec des environnements mobiles. Que ce soit en version embarquée sur iPhone, Windows Mobile et Android ou en version web pour les 7 navigateurs mobiles, nous apprécions les challenges et prenons en charge les projets de nos clients les plus avant-gardistes.



# JEAN-MARC  
LÉGLISE  
DIRECTEUR  
TECHNIQUE

"Les enjeux stratégiques des projets web exigent de plus en plus souvent une méthodologie éprouvée, couplée à de réelles capacités en terme d'agilité. Organiser, agir, réagir, prioriser... un Chef de Projet ne peut plus se référer uniquement à la méthode idéale, il doit être formé à prendre les bonnes décisions rapidement, et sans compromettre le résultat.

Une bonne organisation peut éviter qu'un projet piloté par les délais ne devienne une usine à gaz..."

## ASSOCIER LA CRÉATION AUX CONTRAINTES TECHNIQUES

Si l'approche purement tayloriste du projet web s'applique difficilement aux projets à fortes contraintes technologiques, cet exercice devient encore plus périlleux sur des projets pilotés par les délais.

"Créer un concept et en élaborer le design d'un côté, faire des développements techniques d'un autre, assembler le tout au final", devient prétexte à de multiples allers-retours, problème de faisabilité, intégration HTML délicate et manque de compatibilité...

Si le concept reste l'apanage quasi-exclusif du créatif, sa mise en forme doit impliquer le Créatif, l'Ergonome et le Développeur. Ils doivent travailler de concert dès l'élaboration des premiers écrans. Le Designer doit anticiper les problèmes de faisabilité et les points qui risquent de ralentir le projet.

Chaque heure compte quand les plannings sont tendus. La simple modification de quelques pictogrammes peut parfois éviter une journée de développement "sur-mesure". Le projet est mieux appréhendé par tous, les mauvaises surprises sont limitées, sans pour autant brider la création à l'extrême.



# JIMMY PINA  
DIRECTEUR DE  
CRÉATION

"Dans l'urgence plus que jamais, un bon design d'interface est insufflé par une stratégie et un concept créatif fort qui jouera le rôle de fil rouge sur la durée du projet.

Une approche tayloriste de la création mettrait en péril le projet : le créatif doit connaître les enjeux, le positionnement du client et en même temps se faire oublier pour que le design devienne naturel et intuitif auprès des utilisateurs.

Et si le bon design était celui qui nous fait cliquer au bon endroit ?"



# VINCENT  
ZIMMER  
CHEF DE PROJET  
TECHNIQUE

"En cas d'objectif extrême, nous conseillons une organisation resserrée et de réunir au sein d'une "War Room" l'ensemble des intervenants du projet. Une place est également prévue pour le client qui, le cas échéant, peut arbitrer des choix et faire des validations immédiates."

## RÉADAPTER L'ORGANISATION TOUT AU LONG DU PROJET

C'est un fait, la plupart des projets "urgents" évoluent en cours de réalisation : nouveaux besoins, fonctionnalités et priorités chamboulées, etc.

Le temps passe, les projets mûrissent, mais les délais restent les mêmes !

Pour prendre en compte des nouveautés au cours du projet, ou absorber d'éventuels retards de l'annonceur (ex. : fournitures des sources éditoriales, iconographiques...), notre équipe jongle entre méthodologies traditionnelles, méthodologies agiles et interventions "coup de poing". Cette efficacité n'est possible que grâce à la proximité des Experts Techniques et des Concepteurs au sein d'une même pièce aménagée pour l'occasion : la "War Room".

Ainsi, la faisabilité des recommandations est étudiée et les compromis sont trouvés au fil de l'eau pour garantir les objectifs stratégiques.

Nos ingénieurs eux-aussi ont développé leur esprit créatif et mettent un point d'honneur à proposer en permanence les meilleures solutions.

## LA WEBFACTORY : SE PRÉPARER POUR ÊTRE PLUS SEREIN

Si nos équipes savent réagir sur des challenges urgents, nous accompagnons la plupart du temps nos clients dans une approche plus sereine du "WebManagement". La "Webfactory" mise sur l'anticipation et la collaboration planifiée, pour limiter les projets de dernière minute et gagner en efficacité :

- + Identification préalable de la galaxie web
  - + Roadmap des campagnes Internet et des mises à jour à prévoir
  - + Recommandations créatives ou marketing proactives
  - + Staffing prévisionnel ad-hoc d'une équipe pérenne, qui connaît les lignes stratégiques de l'annonceur, son univers, les contraintes techniques...
- Anticipation et gain de temps !

Ainsi, nous mobilisons des équipes de 5 à 20 personnes, parfois plus, sur des budgets annuels, pour des industriels, des sociétés de service et des institutions. Renault, Microsoft et Axa comptent parmi nos clients "webfactory".

# LA MOBILITÉ AU COEUR DES DISPOSITIFS DE COMMUNICATION

## Comment parler aujourd'hui d'Internet sans parler de mobilité ?

La mobilité s'inscrit comme un élément essentiel du panorama web actuel, aussi bien pour les communicants que dans un contexte d'application métier.

Cependant bon nombre d'idées reçues persistent encore autour de ces nouvelles interfaces et il est commun d'entendre dire que l'Internet Mobile, "n'est qu'une version de l'Internet traditionnel en plus petit" ou encore "que le m-commerce, n'est que le e-commerce avec un seul doigt !"

La mobilité va bien au-delà de tout cela.

Il s'agit d'un canal à part entière, avec ses spécificités et ses propres mécaniques d'adhésion !



Téléchargez nos applications Iphone pour Pages Jaunes sur AppStore

### QUELQUES CHIFFRES :

L'arrivée de l'iPhone et l'explosion des ventes des autres terminaux Smartphones ont fortement contribué à la démocratisation de la consommation de l'Internet via terminal mobile. Le débit s'accroît, l'ergonomie des terminaux mobiles s'améliore et les offres tarifaires des

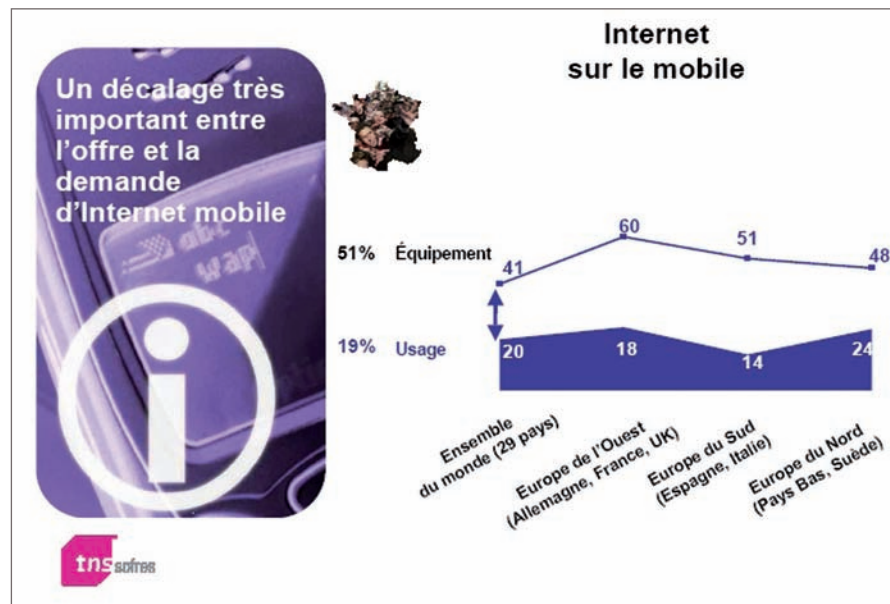
opérateurs s'adaptent.

Selon l'ARCEP, en 2007, la France comptait 11 millions de mobinautes (ayant utilisé au moins une fois un service de type wap, i-mode), et 18,7 millions en mai 2009, dont 11,4 millions utilisant une connexion 3G. Plus de la moitié

d'entre eux se connectent à Internet au moins une fois par semaine.

Et le marché n'en est encore qu'à ses balbutiements :

seuls 2% du marché total des terminaux accédant à Internet représentent un accès via une plateforme mobile.



**CRÉATION D'UNE CELLULE MOBILE**  
**AU SEIN DE L'AGENCY**

Afin d'améliorer en permanence la qualité des réalisations pour ses clients, dans un esprit d'expertise à forte valeur ajoutée et d'innovation, Sqli agency a mis en place une structure dédiée à la mobilité pilotée par l'Ergonome Mathieu Collet, réunissant tous les métiers :

+ m-marketing, ergonomie, web design, motion design, media performance, développement, planning stratégique, veille technologique...

+ Une capitalisation de la connaissance s'appuyant sur des études complétées tous les mois, sur l'ergonomie des nouvelles interfaces, les nouveaux usages en situation de mobilité, la révolution technologique constante...  
 Les collaborateurs de l'agence s'attachent chaque jour à rester à la pointe de l'innovation.

+ Des partenariats avec les opérateurs et acteurs majeurs du domaine.

+ Un vrai retour d'expérience sur de nombreux projets innovants.

**“La mobilité : un canal à part entière avec ses spécificités et ses propres mécaniques d'adhésion”**

**FOCUS : LES PROJETS IPHONE ET ANDROID POUR PAGES JAUNES**

Pages Jaunes, leader européen du marché de la recherche locale sur Internet, a confié à Sqli agency la refonte de son site pagesjaunes.fr, puis sa déclinaison sur mobile : Conception ergonomique, graphique et réalisation des applications embarquées iPhone et Android



WebApp iPhone



Application iPhone



Application Android

## MOBILITÉ : PAROLES D'EXPERTS...

Interview de Mathieu Collet, Ergonome et Responsable de l'offre Mobilité Sqli agency et Ronan Le Quéré, Responsable Technique Mobilité



# MATHIEU COLLET  
ERGONOME ET RESPONSABLE DE L'OFFRE  
MOBILITÉ Sqli AGENCY

SqliMag : *Mathieu, quelles sont aujourd'hui les contraintes à prendre en compte dans la réalisation d'un site mobile ?*

**Mathieu Collet** : Les terminaux mobiles et les interfaces mobiles sont aujourd'hui en plein essor. Il ne se passe pas un jour sans qu'un constructeur fasse état de nouvelles fonctionnalités, qu'un éditeur expose de nouveaux logiciels de plus en plus évolués, etc...

L'apparition de l'iPhone sur le marché s'est faite "au bon moment" et a initié chez les constructeurs une "obligation" d'obtenir un résultat d'aussi bonne qualité en terme d'interface.

Les modes d'interaction offerts par l'iPhone, sa simplicité d'utilisation sont en train de transformer, aux yeux du grand public, la vision qu'il avait d'un terminal mobile.

Il est important de comprendre qu'un site mobile n'est pas le simple calque d'un site web, les utilisateurs ont des habitudes, le site doit répondre à des besoins précis en situation de mobilité, une démarche complète de conception est donc nécessaire.

SqliMag : *Nous l'aurons compris, la conception d'un site mobile est une conception à part entière. Qu'en est-il de la conception mobile plus globalement ?*

**MC** : Il est nécessaire de parler d'interfaces mobiles et donc de distinguer les sites mobiles, les applications mobiles embarquées, et les systèmes d'exploitation (Windows Mobile, Android...).

Au-delà du site mobile, l'amélioration des performances des terminaux (SmartPhone, PDA, NetBook...) et des réseaux de communication

*d'usage justement, peux-tu nous en dire un peu plus ?*

**MC** : Les nouveaux usages ou l'explosion d'usages autrefois limités, sont aujourd'hui multisectoriels (Vidéo, TV, Radio numérique, Internet, applications métiers pour des salariés...) et de plus en plus mobiles. Le téléphone devient un réel outil de travail pour les utilisateurs (grand public ou professionnels) prenant ainsi le pas sur l'ordinateur fixe pour de nombreux usages car il devient simple d'utilisation et performant. Toute conception d'interface, qu'elle qu'elle soit, doit prendre en compte le contexte (environnemental, organisationnel, sociétal, etc.). Les critères d'immédiateté et de rapidité sont encore plus présents dans le monde de la mobilité que sur le Web "classique" et conditionnent par conséquent la conception des interfaces.

“ Immédiateté et rapidité conditionnent la conception des interfaces ”

(forfaits data à bas prix et illimités, 3G, WiMax...) amène les entreprises à songer, revoir ou apporter à leurs collaborateurs des terminaux mobiles à destination du terrain. La conception d'interfaces mobiles prend en compte tous ces paramètres, afin d'offrir aux utilisateurs un environnement répondant à leurs attentes et à leur contexte d'usage.

SqliMag : *Tu évoques le contexte*

SqliMag : *Et pour conclure, où peut-on suivre l'actualité de l'Internet mobile ?*

**MC** : De nombreux blogs traitent du sujet, mais je ne saurais trop vous conseiller de consultez les nôtres ! Ergonomicgarden.com et emarketinggarden.com publient régulièrement de l'information sur le sujet...



# RONAN LE QUÉRÉ  
RESPONSABLE TECHNIQUE MOBILITÉ  
SQLI AGENCY

**SqliMag :** *Ronan, le parc mobile français est particulièrement hétérogène. Cela pose-t-il des problèmes ?*

**Ronan Le Quéré :** Les enjeux techniques de l'Internet mobile sont de répondre au mieux aux possibilités des centaines de terminaux différents que nous catégorisons en trois ensembles : mobile Wap (Nokia, Sony Ericsson...), les mobiles full web browsing (Blackberry, Palm, HTC, Windows Mobile), les mobiles de dernière génération (iPhone, Android).

**SqliMag :** *Quelles solutions proposez-vous pour atteindre tous les possesseurs de mobile ?*

**RLQ :** Pour accompagner ses clients sur ce formidable marché, Sqli agency a conçu une plateforme pour répondre aux nouveaux projets et adresser l'ensemble des terminaux mobiles au mieux de leurs caractéristiques.

Comme toujours, sur l'ensemble de nos solutions, l'utilisateur dispose d'un outil centralisé, simple et efficace, pour gérer les contenus de son site web et des versions mobiles. Notre plate-forme apporte également les briques nécessaires à la géolocalisation. Le m-paiement, le messaging via e-mail, MMS, SMS sont pris en charge par notre plate-forme et ouvrent de nouvelles opportunités (réalité augmentée, personnalisation

in-situ de l'information et des offres, etc.).

**SqliMag :** *Est-il possible de mesurer la performance de ces dispositifs ?*

**RLQ :** Bien sûr ! Comme pour le Web traditionnel, les dispositifs de web-analytics et les applications m-CRM permettent de collecter des données et de mesurer le ROI.

“ Sqli agency s'est dotée d'une plate-forme dédiée pour adresser l'ensemble des terminaux mobiles au mieux de leurs caractéristiques ”

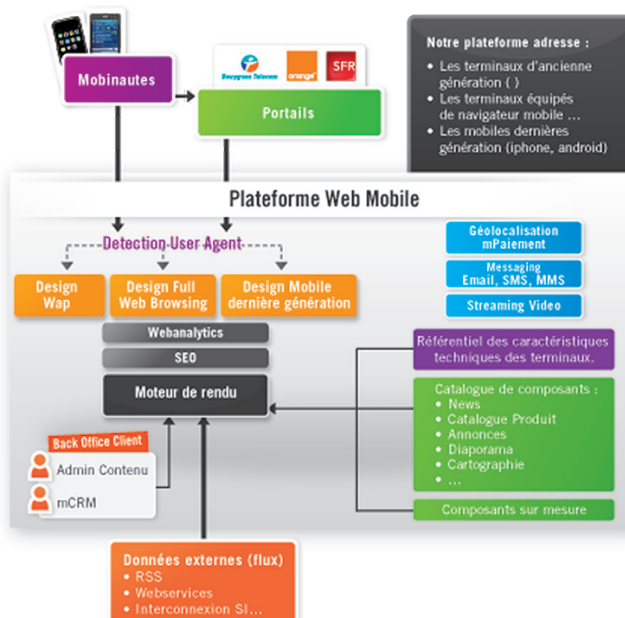


Plate-forme mobile du pôle technique de Sqli agency

# VOTRE CALENDRIER ÉVÉNEMENTS

Inscrivez-vous dès maintenant :  
ggrandjean@sqli.com



## 28 // Septembre SALON E-COMMERCE VENEZ TESTER L'EFFICACITÉ DE VOTRE SITE

**Salon e-Commerce Paris 2009**  
Paris Porte de Versailles  
Métro Ligne 12 - Porte de Versailles  
Inscription gratuite sur Internet

## 22 // Octobre UNE WEBFACTORY POUR RATIONNALISER VOS INVESTISSEMENTS WEB

**Petit-déjeuner - Hôtel le Westin**  
3 rue de Castiglione - 75001 Paris  
Métro Ligne 1 - Tuileries - Parking Vendôme

## 05 // Novembre "E-BANKING" DÉCOUVREZ LA BANQUE ET L'ASSURANCE DE 2010 EN AVANT PREMIÈRE

**Web Séminaire**  
De 10h00 à 11h00  
Inscription indispensable auprès de  
Gilles Grandjean (ggrandjean@sqli.com)

## 24 // Novembre OPEN YOUR BRAND UNE RENCONTRE SUR LA MARQUE MOBILE

**Petit-déjeuner - Hôtel le Westin**  
3 rue de Castiglione - 75001 Paris  
Métro Ligne 1 - Tuileries - Parking Vendôme



www.sqli.com



# WWW.ECREATIVEGARDEN.COM



# WWW.EMARKETINGGARDEN.COM



# WWW.ERGONOMICGARDEN.COM



# WWW.UBIMEDIAGARDEN.COM

