
Etude marketing



Étude approfondie en amont du projet Bull.sh, l'analyseur de
texte contractuel

Edern HAUMONT

Ruben PÉRICAS-MOYA

François ROBION

Nicolas SIX

02/10/2017

Présentation de l'étude	2
Contextualisation	2
Problème marketing	2
Parties prenantes	2
Synthèse managériale	3
Recommandation d'actions	4
Design d'études	4
Études documentaire	5
Étude qualitative	5
Justifications des choix	5
Résultats détaillés de l'étude	6
Etude documentaire	6
Etude qualitative	7
Entretiens basés sur les personnas	7
Contraintes et limites de l'étude	8
Solutions potentielles	8
Solution 1	8
Solution 2	8
Solution 3	9
Solution 4	9
Plan d'action marketing	10

Présentation de l'étude

Contextualisation

Le rapport que nous allons vous présenter dans ce document a été réalisé lorsque Bull.sh avait pour objectif de décrypter des discours politiques (cf solution 1, 2 et 3). Par conséquent, certains éléments ne sont plus cohérents suite au nouveau repositionnement de l'offre proposée, qui vise majoritairement l'aspect juridique dans des entreprises de petites et moyennes tailles. Néanmoins, nous pouvons retrouver des caractéristiques très proches et similaires entre les deux projets, car ils se basent tous les deux sur l'analyse d'un texte, pour y faire ressortir les points intéressants.

Le projet Bull part d'une problématique simple à laquelle sont confrontés chaque jour des milliers de personnes: **à quel point peut-on se fier à un discours?**

L'idée de départ se concentrait sur les discours politiques, mais elle est peut très rapidement être étendue à plusieurs types de discours. Par exemple, ceux qui sont tirés de journaux, les discours marketing ou encore juridiques (tels que les conditions d'utilisation de n'importe quel service en ligne de nos jours).

Le présent dossier nous aidera tout d'abord à mieux définir le périmètre de notre problématique. Par ailleurs, il permettra de cerner les différents acteurs mis en jeu ainsi que l'environnement dans lequel le projet pourra se développer au mieux. Enfin, cette étude marketing permettra de dégager un ensemble de solutions pouvant répondre à notre problématique initiale et nous aidera à choisir la meilleure solution possible.

Problème marketing

Le projet Bull.sh a pour but de répondre à la problématique définie dans le paragraphe de contextualisation précédent. Le problème marketing se présente donc comme trouver le meilleur moyen de vendre et distribuer un service permettant d'évaluer ou voir de filtrer un certain nombre d'éléments dans un discours donné:

- informations redondantes
- informations contradictoires
- éléments de langages (expressions longues et embrouillées)
- expressions vides de sens
- ...

Parties prenantes

Les différentes parties prenantes de notre projet sont listées dans le tableau suivant. Les cases vides correspondent à des parties prenantes inexistantes ou non-identifiées.

Parties	Qui	Valeur

prenantes		Financière	Non financière
Client / usager	PME		Information
Salarié		Salaire	
Sous-traitant		Rémunération	
Partenaire	Service de conseil juridique	Rémunération éventuelle	Notoriété
Concurrent	Avocat weclaim.com demanderjustice.com saisirprud'hommes.com actioncivile.com		Notoriété réciproque
Fournisseur	INA / fournisseurs d'infrastructure informatique	Contrat	
Distributeur	Organisateur de salon dans le monde juridique	Contrat	
Organisme de financement	Humanité INSA, Pépinière (BPI), Kickstarter, Crowdfunding	ROI	Soutien d'un projet à succès
Journaliste			

Synthèse managériale

Le projet Bull.sh prend sa source dans l'incompréhension croissante et la lourdeur de tous documents s'apparentant, de près ou de loin, à quelque chose pouvant être regroupé sous le nom fallacieux de "contrats". Le but est donc de fournir un outil afin que des personnes normalement constitué puissent, sans aucune aide extérieurs supplémentaires, enfin comprendre ce qu'elles sont amenés à signer tous les jours durant les longues heures de travail effectué quotidiennement contre rémunération.

Pour cela, nous développons une application permettant d'analyser et de mettre en lumière les passages clés d'un contrats, de manière à ce que l'utilisateur puisse a minima avoir une connaissance vague de la teneur dudit contrat. Cette application sera par la suite mise à disposition des éventuelles clients acceptant de l'utiliser à partir d'un site internet.

Chaque client, avant de pouvoir analyser le ou les contrats qu'il a à sa disposition, doit au préalable s'identifier, ce qui permet de vérifier son abonnement courant. En effet, notre mode de rémunération sera la vente de forfait, allant du forfait dit "unitaire", permettant d'analyser un seul contrat, à des forfaits plus importants, offrant jusqu'à une dizaine d'analyse de contrats chaque mois de l'année.

Recommandation d'actions

Les parties suivantes vont détailler le design d'études que nous avons choisi de suivre durant ce projet, ainsi que les résultats que nous avons obtenue lors de cette étude. Il est important de noter que les recommandations décrites ci-après ne doivent pas être prises comme des vérités vraies, et pourront évoluer par la suite à la lumière de réflexion lors de l'avancement du projet Bull.sh.

La première recommandation porte sur le réseau de distribution. Puisque l'analyse que notre outil propose est basé sur la langue, et que de plus cette analyse est effectué dans le domaine judiciaire dont les codes peuvent changer grandement d'un pays à l'autre, notre outil ne sera dans un premier temps, et jusqu'à ce qu'un nouveau développement nous permette d'étendre son périmètre d'action, exclusivement réservé aux clients dont l'entreprises, ou tout du moins la filiale à laquelle ils sont rattachés, ne réside en France métropolitaine, cela dans l'unique but de pouvoir fournir et garantir un service de qualité exceptionnelle, afin de s'assurer au mieux d'une satisfaction client indéniablement optimale tout au long des multiples interactions entre ledit client et l'éminente société qu'est Bull.sh.

Un autre point important qu'il serait pour le moins fâcheux d'oublier est le prix que les clients, dans notre cas des entreprises dont la taille varie de petites à moyennes, seraient prêt à déboursier pour faire analyser les multiples contrats qui leurs parviennent quotidiennement, que ce soit par le biais de leurs fournisseurs, de leurs clients, ou de l'ensemble des partenaires et interlocuteurs divers et variés qui sont en constantes interactions avec toutes entreprises de nos jours. Afin d'équilibrer au mieux les contraintes financières de Bull.sh, et la valeur perçue par nos clients du produit que nous leur proposons, nous avons opté, après moults considérations longues et soigneuses, de produire un tarif en mode forfait dégressif, dans le but de permettre aux utilisateurs du service d'analyse de contrats proposé d'adapter de manière optimale leur consommation avec le prix qu'ils sont enclins à déboursier pour cela, forfait qui serait dégressif en fonction du nombre de documents analysés, afin de diminuer le coût unitaire pour nos clients, et donc de les encourager à acheter la l'option supérieure.

Design d'études

L'étude que nous allons réaliser dans le cadre de ce projet comportera deux phases distinctes. Tout d'abords, nous allons effectuer une étude documentaire, pour nous assurer de la faisabilité du projet au vu des technologies et techniques existantes. En effet, il est inutile de se lancer dans un projet qui sera très bien accueilli par le public visé, avec un retour sur investissement important, mais qui est dans les fait irréalisable. Une fois cette étude documentaire réalisé, qui correspondra à une phase d'étude de exploratoire, nous allons sélectionner un panel d'utilisateurs représentant les personnas de notre application, dans le but de pouvoir par la suite les interroger. Suite à ces entretiens, nous pourrons les analyser, et en tirer des informations utiles au développement de notre projet. Cette phase d'étude est donc à visé plus descriptive.

Études documentaire

Une étude documentaire consiste à trouver, lire puis analyser des documents provenant de sources divers et varié dans le but de découvrir les possibilités offertes par l'état de l'art actuel.

Une source d'information importante dans le cadre de cette étude est l'abondance de documentation concernant les divers papiers, articles ou thèses réalisés par des chercheurs. En effet, cela permet un d'obtenir un point de vue sérieux, rigoureux, et aussi objectif que possible dans le cadre des sciences sociales pour nous permettre lors de l'étape suivante de se baser sur des résultats établis par les experts du domaine.

Toutefois, cette méthode n'a pas pour vocation seule et unique d'être établie dans un cadre strictement scientifique. C'est pourquoi il faut également penser à prendre en compte d'autres sources de documentation, qui, même si elles ne sont pas libellés "scientifiques", peuvent tout de même nous apporter des informations précieuses et utiles pour la suite de notre étude. Ainsi, nous utiliserons également durant cette étude documentaire des sources plus variés, tel que les médias par exemple.

Étude qualitative

La partie concernant l'étude qualitative correspond à des entretiens, menés avec différentes personnes représentant les personnas identifié dans le dossier de sociologie. Pour cela, nous allons tout d'abord créer une grille d'entretiens (cf sociologie) pour chaque persona. Ensuite, nous réaliserons l'entretien et récupéreront les réponses des personnes interrogées, soit au moyen d'un enregistrement sonore, mais qui implique une phase de transcription de l'entretien par la suite, soit en écrivant directement les réponses des personnes.

Suite à ces entretiens, les scripts obtenus seront analysé en groupe, pour donner l'occasion à chacun des membres composants Bull.sh de réagir. Cela nous ouvre la possibilité d'une analyse plus complète, ainsi que l'opportunité d'une amélioration continu pour les entretiens suivants.

Cette phase d'étude nous permettra de prendre du recul par rapport au projet Bull.sh, et d'adopter un nouveau point de vue. Cela nous aidera donc à découvrir les potentiels points faibles de notre applications, les fonctionnalités jugés inutiles, ou au contraire ce qu'il lui manquerait pour en faire une application de premier choix.

Justifications des choix

Un choix important qui a été réalisé dans ce design d'étude est de ne pas inclure d'étude quantitative. En effet, une première solution de contact est de diffuser sur les réseaux sociaux un questionnaire synthétique permettant de collecter les feed-back et autres retour sur l'utilité et les attentes autour de notre outil. Ce questionnaire sera ne pourra être sans faille malgré les différents tests que nous comptons faire auprès de personnes extérieurs avant de le publier, de ce fait il sera nécessairement orienter. De plus ce moyen de diffusion est limité, car principalement à destination des personnes qui sont proches des diffuseurs sur les réseaux sociaux. De ce fait, cela ajoutera un biais supplémentaire. La

dernière raison pour l'absence d'une telle étude quantitative a été le calendrier: nous avons effectué notre changement de cible (cf Solution 4) peu après la fin de l'étude qualitative. De ce fait, les personnes étudiées jusqu'à présent ne présentaient pas d'intérêt du point de vue de la nouvelle cible, et nous ne voulions pas contacter des entreprises réelles dans le cadre d'un projet fictif.

Résultats détaillés de l'étude

Les paragraphes suivants détaillent les différentes conclusions de la présente étude marketing. Ces résultats sont découpés en deux grandes parties, reflétant le découpage de l'étude.

Etude documentaire

Nous nous sommes appuyés sur différentes sources pour obtenir des informations concernant notre problématique. Tout d'abord, nous avons cherchés des papiers de recherche pour réduire le champ du sujet :

- Thèse de doctorat en Informatique linguistique Sébastien Paumier, Université de Marne-la-Vallée : De la reconnaissance des formes linguistiques à l'analyse syntaxique. Cette thèse montre qu'il est possible à l'aide de l'analyse syntaxique de reconnaître des formes linguistiques et des expressions, laissant donc le champ ouvert à une classification.
- Brendan Nyhan, Department of Government, Dartmouth College & Jason Reifler, Department of Politics, University of Exeter : The Effect of Fact-checking on Elites: A field experiment on U.S. state legislators. Cette étude porte sur l'utilité du fact-checking : les législateurs continuellement informés des risques qu'ils encourent s'ils sont pris en train de mentir sont moins susceptibles de le faire dans les mois qui suivent.

Un autre point motivant notre démarche est la croissance importante du nombre de vidéastes s'attaquant à des problèmes de société mais aussi aux éléments de langage eux-mêmes. En voici quelques exemples :

- [Linguisticae](#) (linguistique)
- [Accropolis](#) (politique)
- [Dataqueule](#) (chiffre, société)
- [Le fil d'actu](#) (actualités)
- [Le Stagirite](#) (stratégies et discours politique)

Cette recrudescence de créateurs de contenus spécifiques témoigne de l'intérêt croissant de la tranche d'âge 18-30 ans pour les problématiques sociales et politiques.

Enfin, la place des médias évolue rapidement. Certains ont lancé leur service de "fact-checking" pour classer les informations et leurs sources :

- <http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/>
- <http://www.liberation.fr/desintox>

Ces services se réclamant neutres et objectifs ont rapidement attiré sur eux les critiques. Celles-ci pointent le fait que la notion d'objectivité cache souvent une vision dominante certes, mais non moins biaisée de la réalité. Ceci nous incite à écarter notre solution de la recherche d'une vérité et à se rapprocher d'un traitement formel uniquement.

Etude qualitative

Entretiens basés sur les personnas

Les paragraphes suivants décrivent les principales conclusions tirées des entretiens basés sur les personnas définis dans le rapport sociologique associé. Pour des informations plus détaillées sur les entretiens semi-directifs basés sur les personnas, merci de consulter le rapport cité précédemment.

Le premier entretien a été effectué auprès d'un primo-votant. Ce premier entretien est le premier constat que le public visé par notre offre n'est pas forcément prêt à payer, et qu'il faudrait éventuellement se repositionner. De plus, la personne interviewée n'a pas été convaincu par les fonctionnalités de l'outil que nous proposons, tel que la simplification. En effet, elle craint plus la perte de sens dû à cette opération qu'elle n'espère un gain de compréhension.

Le deuxième entretien eut lieu avec un acheteur professionnel. Ce qui ressort majoritairement de cette entretien est le fait que notre outil puisse lui être utile dans son travail, tant du point de vue de l'efficacité, afin de lui faire gagner du temps sur la lecture de contrat, que de la compréhension du contrat en lui-même, et la protection contre les personnes lui proposant des contrats avec des clauses pouvant être qualifiés d'abusives. Cependant, il est moins convaincu par l'aspect de la synthétisation, car il craint de perdre des informations importantes sur le contrat. Toutefois il pense qu'une mise en valeur des points importants peut être une bonne idée.

Finalement, le troisième entretien pris place avec un rédacteur du journal quintiennuel hautement reconnu par l'ensemble de la population résidant sur le grand campus de la Doua: L'Insatiable. Encore une fois, il évoque le problème de l'usage de notre outil dans sa version pour la politique: les personnes qui seront amené à l'utiliser risquent d'être seulement celles ayant déjà l'éveil et les connaissances suffisantes pour réaliser les manipulations possibles.

L'ensemble de ces entretiens a grandement contribué à faire pivoter l'offre que nous proposons, vers un service plus spécifiquement dédié aux entreprises (cf solution 4). Grâce à cela, nous avons pu construire par la suite un business plan plus robuste, nous permettant de nous assurer avec plus de confiance du succès incontestable de l'application que nous allons prochainement introduire sur le marché.

Contraintes et limites de l'étude

L'étude que nous avons décrite puis réalisé avec grand soin et beaucoup d'attention n'est cependant pas tout à fait parfaite, malgré nos efforts répétés, long et laborieux dans ce sens. Il faut en premier lieu remarquer le faible nombre de personnes interrogées: bien que nous ayons cherché, dans un but d'exactitude avoué, à interroger, puis à analyser les réponses obtenues, de personnes représentant un panel étendu d'utilisateurs potentiels, il n'est pas impossible, bien que hautement improbable, que des personnes nous ait subitement échappés.

De plus, il faut également noter l'absence de toute étude quantitative digne de ce nom. Cela va mécaniquement et inéluctablement affecter l'étude, car cette phase de description numérique permet par la suite d'arriver à une compréhension plus fine des différents usages potentiels que l'ensemble de nos utilisateurs ciblés sont susceptibles d'utiliser.

Solutions potentielles

Les parties suivantes représentent l'historique de notre cheminement pour arriver à la solution actuelle. Dans chacune, nous expliquons quelles sont les caractéristiques principales de cette solution, ainsi que les inconvénients de la solution précédente et les changements apportés pour y remédier.

Solution 1

La première solution à laquelle nous avons pensé est une application mobile permettant à un utilisateur d'y déposer un fichier textuel, contenant un discours politique ou marketing à analyser. L'application renvoie ensuite un résultat sur une échelle logarithmique non bornée, représentant le niveau de langue de bois et d'absurdité du document. Par exemple, un document comportant un nombre important de structure redondante incluse dans le seul et unique but de perdre l'utilisateur, afin qu'il ait oublié le début de la phrase lorsqu'il arrive à sa fin, ce qui a comme conséquence directe et inéluctable de l'empêcher totalement de comprendre quoi que ce soit aux idées dudit document aura une note sur l'échelle précédemment mentionnée extrêmement importante.

De plus, l'application possède également un module dit de "fact-checking". Celui-ci a un but de vérification objective des faits déposés par l'utilisateur au moyen d'information reçus depuis des sites dignes de confiance.

Solution 2

La première solution présentée possède plusieurs lacunes, que nous avons tenté de corriger par la suite. Ces lacunes peuvent se diviser en trois catégories distinctes, l'ergonomie, l'utilité et enfin la fiabilité.

Le problème avec l'ergonomie est principalement dû au mode de dépôt des fichiers, puisque cette première version impose des discours transcrit textuellement. Il serait plus aisé pour l'utilisateur de pouvoir analyser indifféremment des discours audio, vidéo ou textuel. Pour cela, nous avons rajouté à la première solution des modules de reconnaissance vocale, permettant ainsi d'obtenir des informations traitable pour un ordinateur à partir de document audio et/ou vidéo (la vidéo ne prenant pas en compte l'image).

L'inconvénient du point de vue de l'utilité réside dans le nombre limité d'indicateur. En effet, l'indicateur fournit peut donner une idée général pour le document, mais l'utilisateur est dans l'incapacité de savoir si certaines parties du documents sont plus sensé que d'autres, ou encore si le document comporte des phrases vide de sens ou des contradictions entre ses propres idées. Pour pallier ce problème nous avons décidé d'implémenter plus d'indicateurs, et dans le même temps de laisser visible un indicateur général, permettant de jauger un document du premier coup d'oeil.

Finalement, la fiabilité de l'application peut être mise en doute au niveau du module de fact-checking. En effet, il est extrêmement difficile de trouver des faits réellement objectif, en particulier dans des domaines polémique. En effet, les situations sont souvent tellement complexes qu'elles ne peuvent pas être réduite à seulement à une série de faits, et il est courant de voir des experts reconnus du domaine s'écharper sur des faits prétendument neutre. Par conséquent, nous avons décidé d'enlever ce module, afin de préserver au maximum la neutralité et l'objectivité de notre application.

Solution 3

La deuxième solution présenté est plus abouti, mais il reste encore des points à préciser. En particulier, la distribution de l'application ainsi que notre source de revenu sont encore flous. De plus, il est possible d'étendre l'application à des domaines plus larges que seulement les discours politique et marketing.

La solution à laquelle nous avons donc abouti comporte principalement les fonctionnalités décrites précédemment. Cependant, nous avons décidé d'y ajouter également un module d'aides sur les textes juridiques. En effet, ceux-ci présentent une problématiques proches de ceux des textes politiques ou marketing, dans le sens où, bien que structurés de façons très normé, ils sont souvent difficile à lire pour un non initié.

Finalement, nous avons éclaircie le point du financement. En effet, nous avons décidé d'effectuer notre application sur le mode du freemium, c'est à dire une partie restreinte, mais gratuite et ouverte à tous, et qui possède également une partie avancé, avec des fonctionnalités supérieures, mais qui requièrent une contribution financière de la part des utilisateurs.

Solution 4

La troisième solution nous semblait suffisamment détaillé, mais un tout petit et léger problème continuait de persistait: l'absence de client. En effet, les personnes potentiellement utilisatrice de l'application, c'est à dire, pour la troisième version, de la

solution, majoritairement les utilisateurs intéressés par la politique, ne sont pas suffisamment investis dans ce domaine pour consentir à payer.

De ce fait, nous avons décidé de nous focaliser plus particulièrement sur l'analyse de texte judiciaire, à destination des entreprises de petites et moyennes taille. L'outil se spécialise donc la détection, dans les contrats rédigés dans un jargon juridique, de clauses ayant un impact important sur l'activité économique du client. Après l'avoir détecté, l'application met un message d'alerte au client, pouvant aller jusqu'à un conseil de consulter un avocat spécialisé dans ce domaine. Au contraire, si le contrat analysé est exempt de tel problème, le client pourra le signer en toute confiance, sans peur de subir une arnaque élaborée de la part de la contrepartie, et sans avoir eu à payer les services d'un avocat pour cette information.

Plan d'action marketing

4P	Objectifs généraux	Sous-objectifs	Mesure des objectifs	Objectifs quantifiés
Product	Rapidité	D'upload de fichiers De traitement De download	Temps total de traitement	<60s (pour du texte)
	Fiabilité	Facilité de lecture Satisfaction du service	Taux de réduction du texte Nombre de clients satisfaits	>3 >85%
Price	Prix faible	Abordable pour les PME. Bien plus compétitif qu'un autre service juridique Tarif dégressif	Prix unitaire Prix "forfait"	<500€ <4000€/an
	Rentabilité	Coût de traitement faible Rentabilité par fichier élevé	Coût de traitement unitaire	<200€
Place	Accessibilité	Site accessible et rapide dans toute la France	Temps de réponse du site (affichage)	0.5s
	Visibilité	Nom de	Obtenir nom de	Bull.sh

		domaine visible	domaine	
Promotion	Promotion digitale	Newsletter	Entreprises touchées par envoi	jusqu'à 2500
	Démarchage individuel	Déplacement d'un commercial	Entreprises touchées par jour	2.5