

La Team UTTALIZ:

Julien BOULAY  
Raphaël BRUN  
Alaa HOBLOS  
Fabrice THIERY

PROJET IF16 :

Gestion de la communauté de COALIZ

www.utt.fr

Université de technologie de Troyes • 12 rue Marie Curie • BP 2060 • 10010 Troyes cedex

Jeudi 10 Janvier 2008



## Introduction

Coaliz est un projet de mise en relation Entreprises/Designers/Passionnés. Il regroupe des communautés d'infographistes, créatifs, publicitaires du monde entier. Le portail se positionne comme un réseau social et une plateforme d'appel d'offre ayant pour objectif de produire de la valeur ajoutée. Designers, experts et utilisateurs lambda interagiront sur la plateforme afin de produire, commenter, modifier et finaliser des créations. Nous parlons ici de collaboration, communication et co-crédation. Coaliz est une plateforme évoluée (et évolutive ?) de travail collaboratif. Par l'intermédiaire de celle-ci, la mise en commun de compétences, savoirs, savoirs faire, idées novatrices, et « simples commentaires » seront facilités, encouragés, utilisé comme élément moteur de la création. Dans un souci qualitatif, les domaines de compétences des utilisateurs seront mis en évidence, évalués, hiérarchisés. La plateforme de commentaires, afin de répondre aux mêmes exigences, sera organisée par et suivant les utilisateurs. La création de communautés d'observateurs permettra la modification en amont des projets, leur amélioration récursive, ainsi que l'utilisation du media Web comme fournisseur de « sondés » permanents, continuellement affinés.

Cette plateforme offrira la possibilité aux internautes de développer en collaboration avec les entreprises les produits de demain ainsi que de mettre en avant les meilleurs produits et réalisations au travers de leurs votes. Les entreprises auront, elles, la possibilité d'accéder à des compétences externes variées et complémentaires. Elles pourront aussi disposer d'un outil de test grandeur nature ainsi que d'un canal de communication ultra-performant pour affiner leur stratégie client.

C'est dans ce cadre que nous avons cherché à identifier les outils permettant la gestion de la communauté. A travers un travail de benchmarking et nos différentes discussions cinq points ont été dégagés dans cette optique. Ceux-ci seront développés dans le corps de ce rapport.

# Table des matières

Introduction.....	2
1° Hiérarchisation des membres de COALIZ.....	4
2° Notions de Cercles d’Amis, d’Activités, de Confiance .....	11
3° Mise en avant d'outils facilitant l'émulation entre les membres.....	17
4° Outils de mobilisation de la communauté .....	21
5° Gestion financière de la communauté.....	29
Conclusion.....	31

## **1° Hiérarchisation des membres de COALIZ**

Toute communauté a besoin d'une hiérarchisation et de règles la cadrant.

Dans le cas de COALIZ, cela est encore plus vrai.

En effet, le but de COALIZ est de mettre en relation des entreprises et des designers. Il serait donc hautement néfaste à COALIZ de créer une communauté composée en partie d'éléments perturbateurs pour des raisons évidentes de professionnalisme.

Il est donc nécessaire dans un premier temps de poser des règles strictes offrant un maximum de sécurité tout en évitant de créer une gêne aux membres actifs souhaitant s'investir dans le projet.

Par la suite, le but ultime des fondateurs de COALIZ est d'offrir « les clefs » de la communauté à celle-ci en s'appuyant sur les membres les plus utiles, faisant d'eux des administrateurs. Cette option ne peut réellement être accessible que dans une communauté ordonnée et autonome.

C'est dans ce cadre que s'inscrit cette recherche sur la hiérarchisation des membres.

Notre objectif aura été d'apporter une classification ordonnée des utilisateurs au sein de la communauté COALIZ et gérer les droits de chacun

Le but de cette manœuvre est d'amener une organisation dans la communauté COALIZ et poser des bases qui pourront soutenir une certaine forme d'autonomie par et pour les utilisateurs

Cette hiérarchisation implique forcément une idée de classement des différents membres. Cette idée peut être mise en place par l'introduction de niveau d'utilisateurs et d'accès à différentes opérations.

Un minimum de cinq niveaux semble être un bon compromis dans le but de créer une réelle hiérarchie dans la communauté.

Ceux-ci seront appelés : Nouveau membre, membre fréquent, membre habitué, membre important, membre VIP.

Ces différents niveaux seront accessibles grâce à un certain nombre de pointaliz (nom des points utilisés au sein de la communauté COALIZ), et des conditions de moins en moins évidentes à réunir. Cette idée permet d'offrir une ascension assez rapide des nouveaux membres (utile pour fidéliser un membre) tout en s'assurant un nombre réellement plus faible au sein des niveaux puissants.

Avant toute chose, définissons les différentes manières de gagner ou de perdre des pointaliz. La notion de perte de pointaliz offre une certaine forme d'autocensure des membres « perturbateurs » qui, s'ils souhaitent s'investir dans la communauté, devront éviter d'être considéré comme néfastes. Ainsi les pointaliz et les niveaux seront en total interaction.

## Exemple de relation points / niveaux (Yahoo Q/R):

### Points et niveaux

Afin d'encourager la participation et récompenser les meilleures réponses, Yahoo! Questions/Réponses intègre un système de points et de niveaux. Le nombre de points que vous obtenez dépend de ce que vous faites. Le tableau sur cette page résume la quantité de points attribués selon les participations. Bien que ces points ne puissent être utilisés ni échangés, ils permettent de se faire une idée du degré d'implication et de contribution de chaque utilisateur.

#### Barème de points

Action	Points
S'inscrire à Yahoo! Questions/Réponses	Bonus : 100
Poser une question	-5
Choisir la meilleure réponse à votre question	3
Aucune meilleure réponse n'a été élue pour votre question	Points rendus : 5
Répondre à une question	2
Supprimer une réponse	-2
Ouvrir une session sur Yahoo! Questions/Réponses	Une fois par jour : 1
Voter pour une meilleure réponse	1
Voter pour Aucune meilleure réponse	0
Avoir une réponse choisie comme meilleure réponse	10
Recevoir une évaluation positive (50 par réponse au maximum)	1 par évaluation positive

Les niveaux sont un autre moyen de mesurer la participation des membres de Yahoo! Questions/Réponses. Le niveau dépend directement des points accumulés. À chaque changement de niveau correspond un remerciement particulier de l'équipe Yahoo! Questions/Réponses.

Et finalement, plus votre niveau augmente, plus vous pouvez participer : vous pouvez poser des questions, répondre, voter et évaluer plus fréquemment.

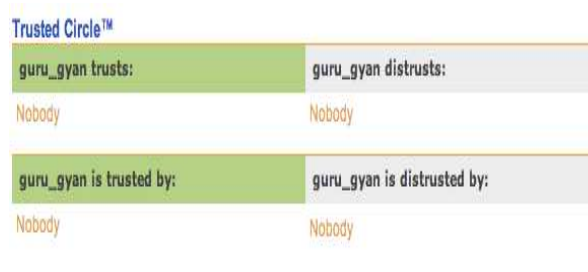
Niveau	Points	Questions	Réponses	Commentaires	Étoiles	Évaluations	Votes
7	25 000+	* illimité *			100	illimité	100
6	10 000 - 24 999	* illimité *			100	illimité	100
5	5 000 - 9 999	* illimité *			100	illimité	80
4	2 500-4 999	20	80	40	100	illimité	80
3	1 000-2 499	15	60	30	100	illimité	60
2	250-999	10	40	20	100	illimité	40
1	1-249	5	20	10	10	0	20

Pour gagner des pointaliz il faut : (entre parenthèse l'objectif de cette fonction)

- S'inscrire à COALIZ (Agrandir la communauté)
- Se connecter à COALIZ -Une fois par jour- (Fidéliser les membres)
- Obtenir une appréciation positive sur un projet -étoile-, un commentaire positif -👍-, une compétence ou un trust renseigné par un autre membre. (s'investir dans la communauté)



Étoile



Trust / Distrust



### Vote sur un commentaire

Il est possible de perdre des pointaliz en :

- Obtenant une appréciation négative sur un projet, un commentaire négatif -👎- ou un distrust.

Un nombre de points négatifs doit engendrer une suspension temporaire du compte voire une suppression du compte. Cela permet de modérer les possibles éléments perturbateurs néfastes à la communauté.

L'idée de points est une chose mais elle n'est pas à nos yeux suffisante pour juger des compétences et apports de chacun.

Ainsi l'idée de reconnaissance des autres membres doit également être prise en compte.

Cette idée passe par deux points.

Le premier, le plus important, est au niveau de la promotion qui doit être demandée (de manière simple, par un clic dans le profil) par un membre de niveau supérieur. Cette idée est novatrice mais nous semble très intéressante à développer afin de responsabiliser chacun des membres dans leur rôle de modérateur et de candidat à une promotion. Le point de litige se trouve au niveau de l'amorce de ce mode de promotion car tant qu'il n'y a pas de niveau 2, aucun niveau 1 ne peut être promu... Il faudra donc dans un premier temps que les fondateurs de COALIZ tiennent ce rôle de modérateur.

Le deuxième est dans le cadre de la définition des domaines de connaissances. En effet, arrivé à un certain niveau, il doit être nécessaire d'avoir un ou plusieurs domaines de compétences pour continuer à monter dans les niveaux. Cela vient du fait qu'il nous semble nécessaire d'être reconnu dans plusieurs domaines comme faisant foi pour un grand nombre de membres. Ce mode de jugement apporte également un plus grand investissement de la part d'une majeure partie des membres.



**Inmow78**  
TOP CONTRIBUTIONS

**16%**  
Meilleure réponse  
**1948 réponses**

**16%**  
Meilleure réponse  
**1948 réponses**

TOP CONTRIBUTIONS

Fidélité

Membre depuis : 01 octobre 2007

Total des points : 7889 (niveau 5)

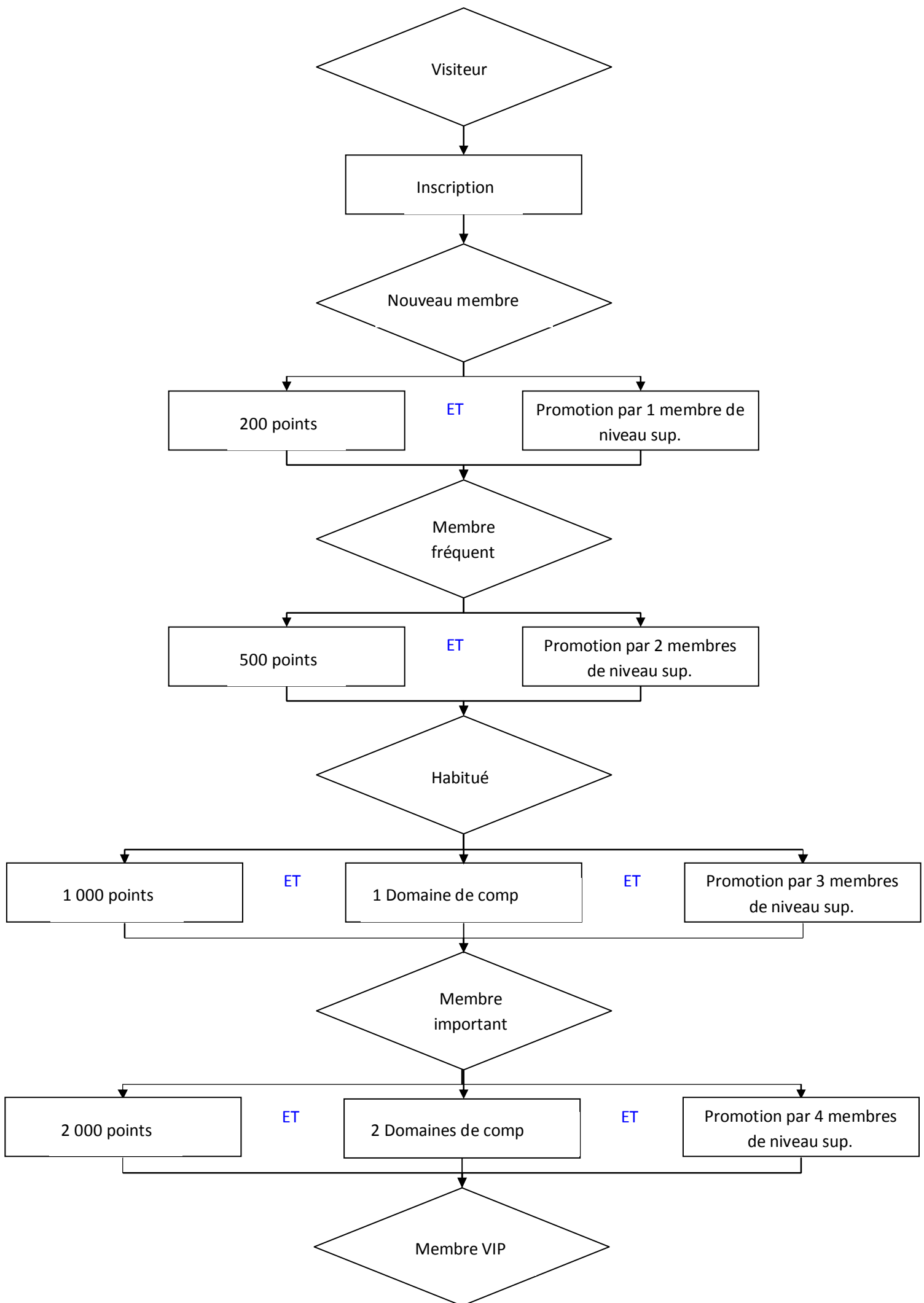
Points gagnés cette semaine: 93

 Ajouter à mes contacts

 Bloquer ce membre

Alors, une fois définis ces points, on peut modéliser les différentes promotions de ces niveaux de la manière suivante :





L'autre aspect de cette hiérarchisation est au niveau de la définition des différentes tâches offertes par l'appartenance à un niveau.

Voici une liste la plus exhaustive possible des tâches qui seront accessibles aux membres. Il sera nécessaire de les répertorier dans chacun des niveaux selon les directions que souhaite prendre COALIZ (Mettre en avant les commentaires de chacun sur le travail des autres -coopération- ou le travail de groupe – collaboration-)

- Administrer le site
- Ajouter au cercle d'amis
- Ajouter un domaine d'activité
- Ajouter une compétence (d'un autre)
- Ajouter une expertise (d'un autre)
- Ajouter/Supprimer un Tag
- Avertir un collaborateur
- Définir un groupe de travail (créateur du projet)
- Évaluer une compétence
- Évaluer une expertise
- Exclure un collaborateur
- Faire une suggestion en rapport a COALIZ
- Modifier sa « page perso COALIZ »
- Nombre de notes journalières (avec une valeur)
- Noter un commentaire
- Noter un projet
- Pénaliser un collaborateur
- Poster sur le forum
- Poster un appel d'offre
- Poster un commentaire ( -> Projet/Appel d'offre -> Forum)
- Poster un projet
- Promouvoir un autre membre de niveau inférieur
- Recommander un projet à un ami ( poke !)
- Relire un membre de niveau inférieur (bien expliqué : correction, suppression)
- Se rattacher à un domaine d'activité
- Signaler un abus
- Tagger un projet/appel d'offre/ « commentaires »
- Truster

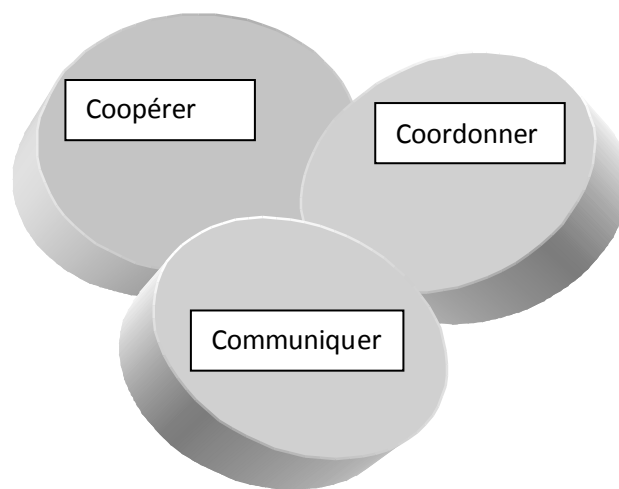
Ce sont donc les points qu'il nous semble important d'intégrer dans la gestion de la communauté au niveau de la hiérarchisation des membres. Certains sont nécessaires de manière immédiate, d'autres peuvent être laissés en suspens pour le moment mais seront nécessaires à moyen terme.

## 2° Notions de Cercles d'Amis, d'Activités, de Confiance

Afin de favoriser l'interaction entre les différents membres, de les impliquer au sein de la communauté, de favoriser l'émergence de concepts et la création de nouvelles idées, nous souhaitons vous proposer le concept de Cercle.

Ce concept est déjà utilisé dans plusieurs sites communautaires afin d'arriver à des objectifs similaires. Mais il n'existe aucun lien entre ces trois cercles. A la différence de ces différents sites, nous allons implémenter différents types de cercles afin de favoriser les échanges entre les différents types de communautés. A la croisée de ces cercles, des utilisateurs qui n'auraient aucune raison de se côtoyer, de partager leurs idées, auront l'occasion de se rencontrer. Il n'y aura plus qu'un seul moyen de se lier à d'autres utilisateurs, mais plusieurs. Que ce soit par un lien direct à travers un des trois cercles, ou bien par un « intermédiaire », être l'ami d'un de nos amis, ou bien avoir comme nouveau collaborateur, le collaborateur d'un de nos collaborateurs.

Ce concept s'inscrit directement dans la continuité d'un concept de travail collaboratif bien connu : les 3C (*coordination, coopération, communication*).



Chacun de nos cercles aura comme objectif d'apporter une réponse pratique à chacun des concepts « 3C ».

## **Trois cercles avec COALIZ comme épicentre :**

### **Coopérer: *Le Cercle Fonctionnel***

Le premier type de cercle, emprunté à Behance, regroupera les utilisateurs par domaines d'activités. Tout comme pour Behance, l'objectif sera que les différents membres d'une même communauté, s'influencent, échangent sur leurs projets, s'aident, se donnent des conseils. Par leur lien simple mais déterminant (leur domaine d'activité), ils auront tendance à échanger facilement et donc être plus créatifs. Au sein d'une entreprise, ou bien d'une université, c'est le lien entre les différents acteurs, leur capacité à communiquer, échanger, s'entraider, qui leur permet d'être capable de créer plus de valeur ajoutée que la somme de leurs individualités. C'est cette faculté, difficile à acquérir au sein d'un portail Web, que nous essayons d'obtenir à travers ce cercle.

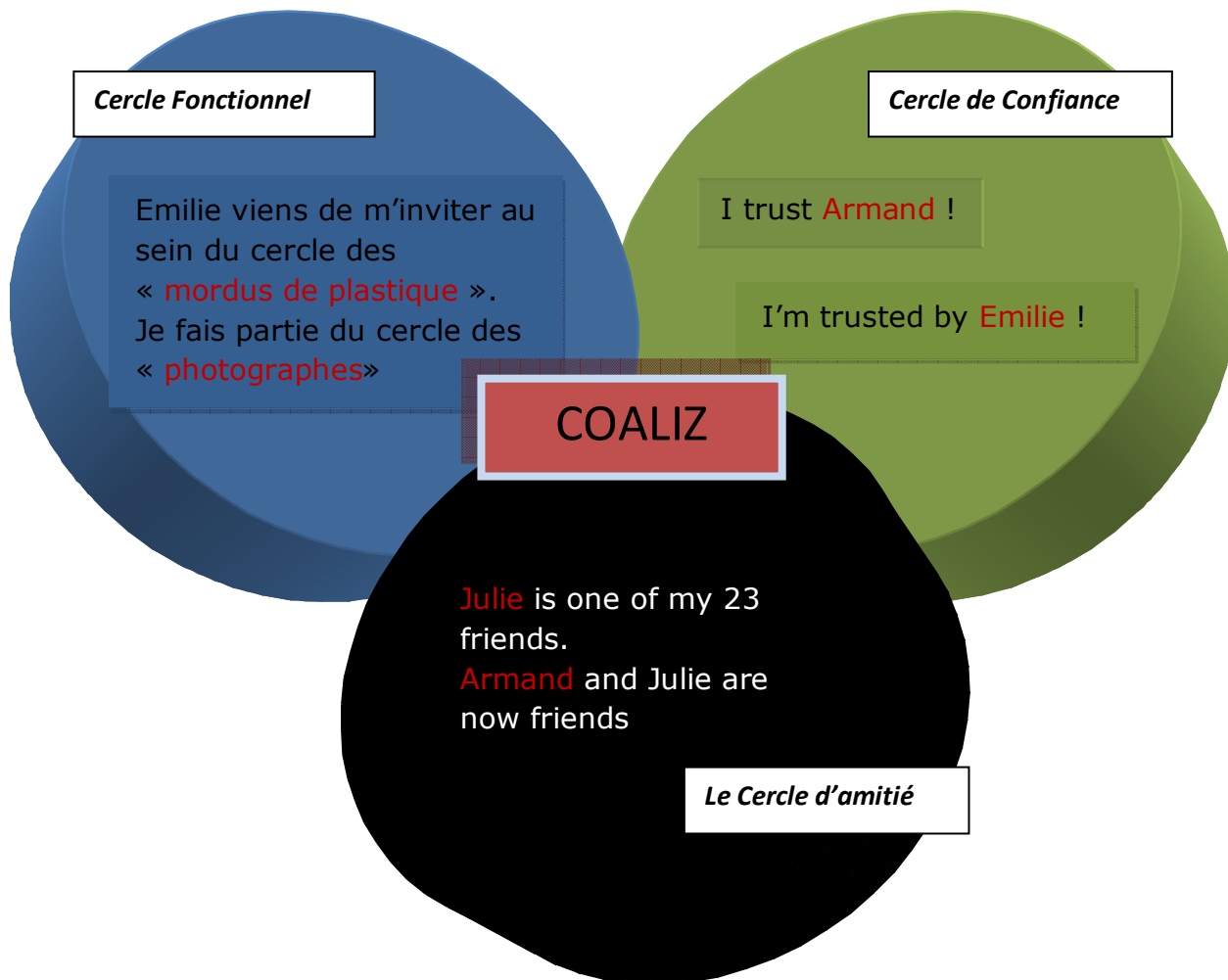
### **Coordonner : *Le Cercle de Confiance***

Le second type de cercle, emprunté à Mouthshut, sera le cercle de confiance. Ce cercle, défini par différentes caractéristiques que sont « Trust, Distrust, Trusted by, Distrusted by » correspond à la crédibilité que l'on peut accorder à un utilisateur. Notre ambition n'est pas de vouloir juger qui que ce soit, ou vouloir accorder plus d'importance à certains utilisateurs qu'à d'autres. Mais pour la bonne tenue du portail, pour que celui-ci soit un lieu de création de valeur, il nous semble essentiel que les apports de chacun soient évalués par l'ensemble des utilisateurs. Il adviendra qu'après quelques semaines ou quelques mois les utilisateurs présents et reconnus sur le portail pourront clairement être identifiés et évalués.

### **Communiquer : *Le Cercle d'amitié***

Enfin, le troisième type de cercle à introduire, directement influencé par Facebook, est le cercle d'amis. Sans valeur objective, simplement influencé par les événements, discussions, relations entre les utilisateurs, il permet à chacun de définir un environnement amical, qui comme dans Facebook, peut être son principal lieu d'échange hors projets. Ce cercle n'a pas comme objectif principal d'aider les gens à mieux travailler ou à trouver des interlocuteurs pour leurs projets. Non, ce cercle a comme objectif d'aider à créer une communauté soudée, investie, et qui prend plaisir à venir sur le portail, même si elle n'a rien à y faire de particulier. Tout comme sur un forum ou sur des réseaux sociaux, l'investissement provient en premier lieu du sentiment d'appartenance à un groupe, et les utilisateurs les plus investis sont ceux qui s'y sentent le mieux. C'est ce que nous cherchons à retrouver sur COALIZ afin que les utilisateurs ne soient pas occasionnels, mais particulièrement investis au sein de la communauté.

## *Le modèle 3C appliqué à COALIZ : Le modèle 4C !*



Chaque un de ces espaces est nécessaire au travail collaboratif que nous cherchons à obtenir. Nous plaçons ainsi l'utilisateur au centre d'un système de gestion de la connaissance et de la compétence. Plutôt que d'utiliser des outils classiques de management pour arriver à obtenir de la plus value au sein d'un groupe, nous cherchons ici à créer une communauté autogérée qui par ses interactions et l'attention qu'elle porte à chaque un de ses membres va définir un réseau social de connaissances basé sur la collaboration.

Nous pourrions ainsi rattacher notre cercle fonctionnel au concept de cognition située et communauté de pratique ainsi que celui de cognition distribué. La coopération s'établit à travers des actions situées et des apprentissages tacites ainsi qu'au sein d'un environnement de travail.

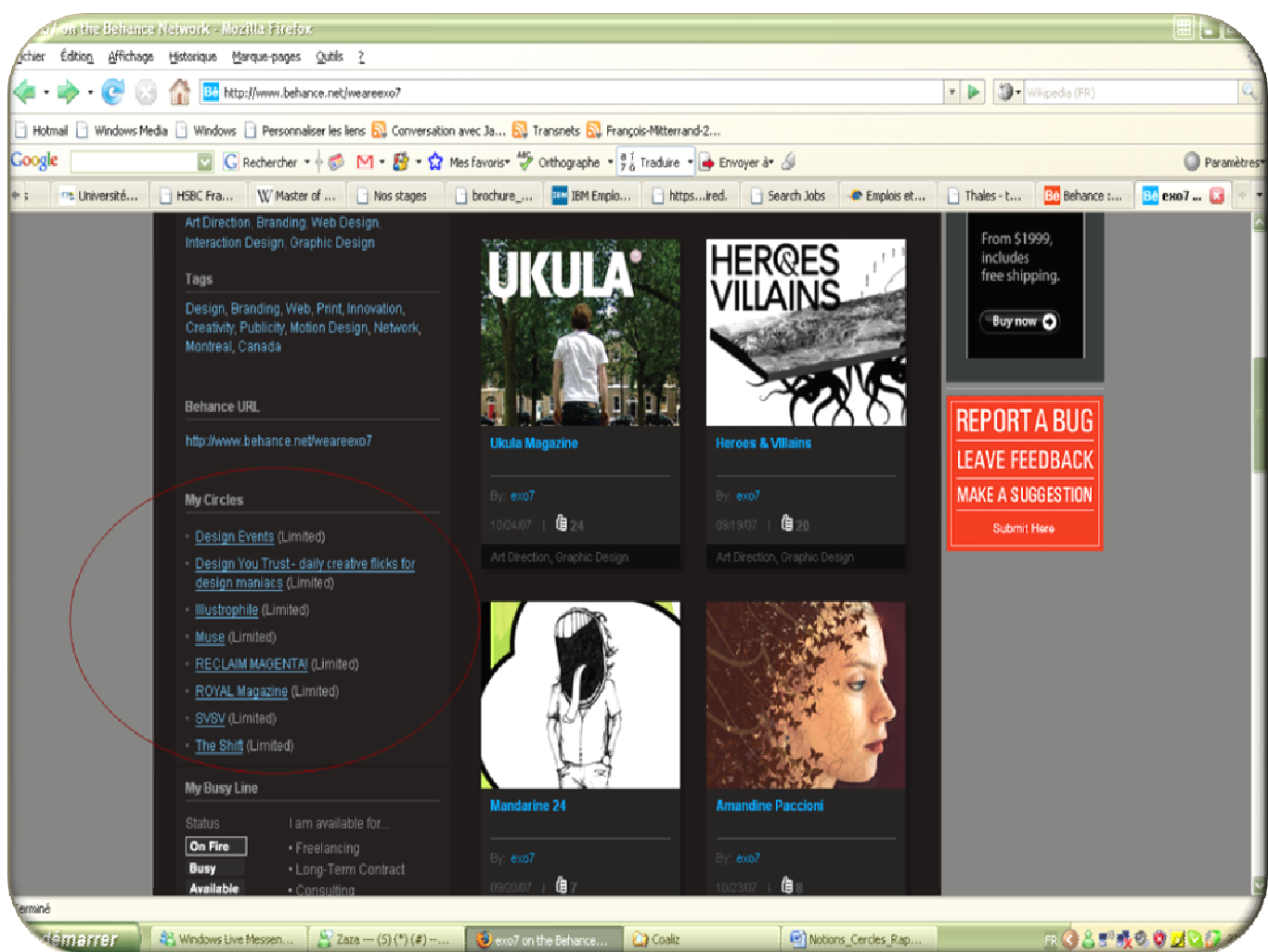
Notre cercle de confiance sera rattaché au concept de mécanisme de coordination, une coopération assistée par des instruments spécifiques.

Enfin notre cercle d'amitié sera rattaché au concept de théorie transactionnelle de l'action, une coopération à travers des interactions langagières dans un contexte organisationnel et instrumental en évolution.

## *Annexe : Comment insérer ces différents cercles*

### **Le Cercle Fonctionnel :**

Il faut insérer un « box » à gauche de la page d'un utilisateur contenant les différents cercles de travail auquel il appartient. A chaque activité un lien vers la page de celle-ci doit être présent, contenant ses différents membres et ses caractéristiques.



L'utilisateur peut donc être connecté à différents cercles, une activité n'est pas exclusive. Il peut ainsi choisir de se connecter à de nouveaux cercles.

Afin que les nouveaux utilisateurs comprennent ce système dès leur inscription, ils seront connectés à un cercle le plus en rapport avec leurs caractéristiques.

## Le Cercle de Confiance :

Ce cercle devra être intégré au profil utilisateur de la façon qui suit :

**Trusted Circle™**

<b>angel25 trusts:</b>	<b>angel25 distrusts:</b>
Trusts 85 members but does not want to show their names.	Nobody

---

<b>angel25 is trusted by:</b>	<b>angel25 is distrusted by:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="#">shriram srinivasa</a> 😊</li><li>• <a href="#">9986509047</a></li><li>• <a href="#">prerna garq</a> 😊</li><li>• <a href="#">mbalas2004</a> 😊</li><li>• <a href="#">ymshut</a> 😊</li></ul>	Nobody

[...191 more](#) 📄

Il permet de se faire en un regard un avis sur la pertinence et la qualité des commentaires de quelqu'un et de l'avis qu'il a sur d'autres membres de la communauté. Il doit être aisément repérable sans être nécessairement ce qui caractérise en premier lieu un utilisateur. Attention aux effets jugements d'un dispositif « trop scolaire ».

## Le Cercle d'Amitié :

Tout comme le Cercle Fonctionnel, il est intégré dans la partie gauche de la page d'un utilisateur :

You are online now.

**Friends**

34 friends [See All](#)

Maeva Miralles

Fiyol KIM

Thomas Goulette

Lionel Grandi

Petteri Kauppinen

Jean-Baptiste PUIBARAUD

**Photos** [×](#)

2 of 3 albums. [See All](#)

**Today**

Fabrice Thierry tagged Raphaël in a photo. 9:04pm

Tagged in: **1st Poker Party in our roommate**

Raphaël has given flowers to Anaide Agha using SuperPoke! 8:13pm

Buy a cosmo for, high five, or buy a drink for Raphaël! ... OR SuperPoke back!

Raphaël added the SuperPoke! application. 8:12pm

Raphaël received a new gift from Sandy Lin. 3:54pm

[Click here to see Sandy Lin's gift](#)

**Yesterday**


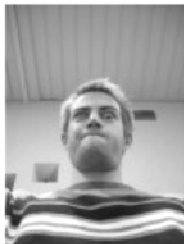
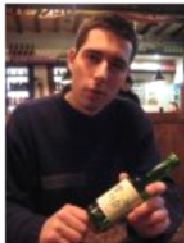

Raphaël and Maeva Miralles are now friends. 11:15am

Raphaël and Youjin Sung are now friends. 1:52am

**November 3**

Steve decided to H. Vard...

La liste ne pouvant être affichée entièrement, une sélection aléatoire est faite, et un lien vers la liste complète est présente.

	<p>Name: <b>Nathanaël Gibert</b></p> <p>Networks: École Polytechnique '09 France</p> <p>Details: You went to high school with Nathanaël. [ edit details ]</p>	<p><a href="#">Send Message</a></p> <p><a href="#">Poke Nathanaël!</a></p> <p><a href="#">View Friends</a></p> <p><a href="#">Remove Friend</a></p>
	<p>Name: <b>Thomas Goulette</b></p> <p>Details: You went to high school with Thomas. [ edit details ]</p> <p>Updates: <b>Profile Picture</b> Profile updated on Sunday</p>	<p><a href="#">Send Message</a></p> <p><a href="#">Poke Thomas!</a></p> <p><a href="#">View Friends</a></p> <p><a href="#">Remove Friend</a></p>
	<p>Name: <b>Lionel Grandi</b></p> <p>Network: Dresdner Kleinwort</p> <p>Details: You attended KBS Seoul in spring 2007. [ edit details ]</p>	<p><a href="#">Send Message</a></p> <p><a href="#">Poke Lionel!</a></p> <p><a href="#">View Friends</a></p> <p><a href="#">Remove Friend</a></p>
	<p>Name: <b>Raphael Guerrero</b></p> <p>Details: You traveled to Ben Harper Concert In Bayonne in summer 2004. You know Raphael through a friend. [ edit details ]</p>	<p><a href="#">Send Message</a></p> <p><a href="#">Poke Raphael!</a></p> <p><a href="#">View Friends</a></p> <p><a href="#">Remove Friend</a></p>

Ce cercle doit être tout aussi présent que le cercle fonctionnel. Il est essentiel que l'aspect communauté, échanges humains, soit mis en avant sur COALIZ tout autant que les outils de collaboration.

Si COALIZ veut que son site ne soit pas un lieu de passage mais un lieu de vie, cet aspect nous semble essentiel.



### **3° Mise en avant d'outils facilitant l'émulation entre les membres**

Dans cette partie nous allons chercher à traiter de l'organisation de la communauté et des moyens à mettre en œuvre pour créer de l'émulation entre les membres.

Cette proposition va chercher à répondre aux objectifs suivants :

- Mise en avant de l'objectif du site
- Mise en avant des meilleurs membres, derniers vainqueurs, etc...
- Mise en avant des meilleures contributions
- Mise en place d'une espace pour les membres
- Mise en avant des marques partenaires
- Mise en avant d'une « big box : feedback, suggestion, bug report »
- Adoption d'outils informatifs non intrusifs
- Mise en avant des sujets chauds

Ces solutions seront détaillées et mises en relation avec leurs objectifs. L'ensemble sera illustré par une maquette simple.

Selon les statistiques, la page d'accueil d'un site est appréciée en 3 secondes, d'où sa grande importance. Nous proposons de disposer un petit paragraphe de trois à cinq lignes expliquant l'objectif du site. Le visiteur est donc rapidement à même de comprendre COALIZ et les interactions possibles.

De la même manière les marques partenaires devraient être visibles dès la page d'accueil. Ces marques, garantes de la qualité du site, sont celles qui ont déjà eu l'occasion de travailler avec COALIZ. La vision de ces marques par l'utilisateur lui permettra d'identifier ce qu'il pourrait apporter à la communauté. Chaque partenaire sera présenté, ainsi que les appels d'offre qu'il a lancés et l'historique des projets acceptés.



Nous suggérons d'ajouter une rubrique dans le menu haut de la page d'accueil «Pourquoi nous rejoindre ?». Celui-ci dirigera vers une explication des avantages du site, ses apports tant pour ses membres que pour les entreprises partenaires. De plus, cette page redirigera vers un didacticiel sur : la hiérarchisation, les différents rôles d'un membre, l'évolution au sein de la communauté, le fonctionnement du site et éventuellement l'aspect financier. Ce lien « Pourquoi nous rejoindre » devra se trouver au sein du menu, celui-ci s'affichant sur toutes les pages du site. Ainsi un internaute entrant sur une page quelconque du site à partir d'un moteur de recherche pourra facilement s'informer sur COALIZ.



Il nous semble également important de proposer aux visiteurs des témoignages de membres. Il serait ainsi possible d'insérer un cadre à la droite d'une page (cf. à la droite de ce paragraphe), comprenant la photo et les caractéristiques d'un membre ainsi qu'un lien vers son interview. Il est également possible d'inclure le même type de témoignages mais concernant les entreprises partenaires et leur retour sur les contributions à leurs appels d'offres.



**Julien Péa,**  
responsable du Comité  
d'organisation de  
l'assemblée générale du  
Réseau des étudiants  
Erasmus.  
[► Lire l'entretien](#)

Une page personnelle à chaque membre, lui permettant de se présenter et d'y inclure les informations qu'il souhaite afficher, offrira l'opportunité à chaque membre de se sentir intégré à la communauté. Il est donc nécessaire de faire apparaître un lien vers cette espace une fois l'identification exécutée. Chaque profil sera accessible par un simple clic sur son nom.

[ACCUEIL](#)
[CRÉATION DE VOTRE LOGO](#)
[NOS AUTRES SERVICES](#)
[CRÉATIONS EN COURS](#)
[NOS RÉFÉRENCES](#)
[COMMUNAUTÉ](#)
[AIDE](#)
[LE SHOP](#)


**Un logo ?**

Vous avez besoin d'un nouveau logo pour un de vos produits ou pour votre entreprise ?  
Demandez à la communauté de graphistes et faites votre choix.

 **COMMENCER MA DEMANDE**


**Devenir membre !**

Vous êtes graphistes ?  
Créer un compte gratuitement sur Wilogo et rejoignez notre communauté !

 **INSCRIVEZ-VOUS**


**Astuce Wilogo**

Pour chaque demande de logos, nous demandons aux graphistes vainqueurs de fournir les logos sous différent format (png, jpg et eps (vectoriel))


**En direct du blog**

► Europe 2 TV va devenir Virgin 17

► Mister Wona a enfin choisi son

**Fiche membre : FRED.D**



**Classement :** 5<sup>ème</sup> (+631)

**Communauté :** 

**Karma :** 373.4

**Date d'inscription :** 17 Septembre 06 - 03:00 Il y a 1 an et 3 mo

**Dernière visite :** 20 Décembre 07 - 00

**Type :** Graphiste professionnel

**Ville :** REYRIEUX

**Pays :**  France [Le localiser sur la carte satellite](#)

BLOG

FORUM

MEMBRES

GÉOLOCALISATION

Accès aux profils des membres

**Statistiques**

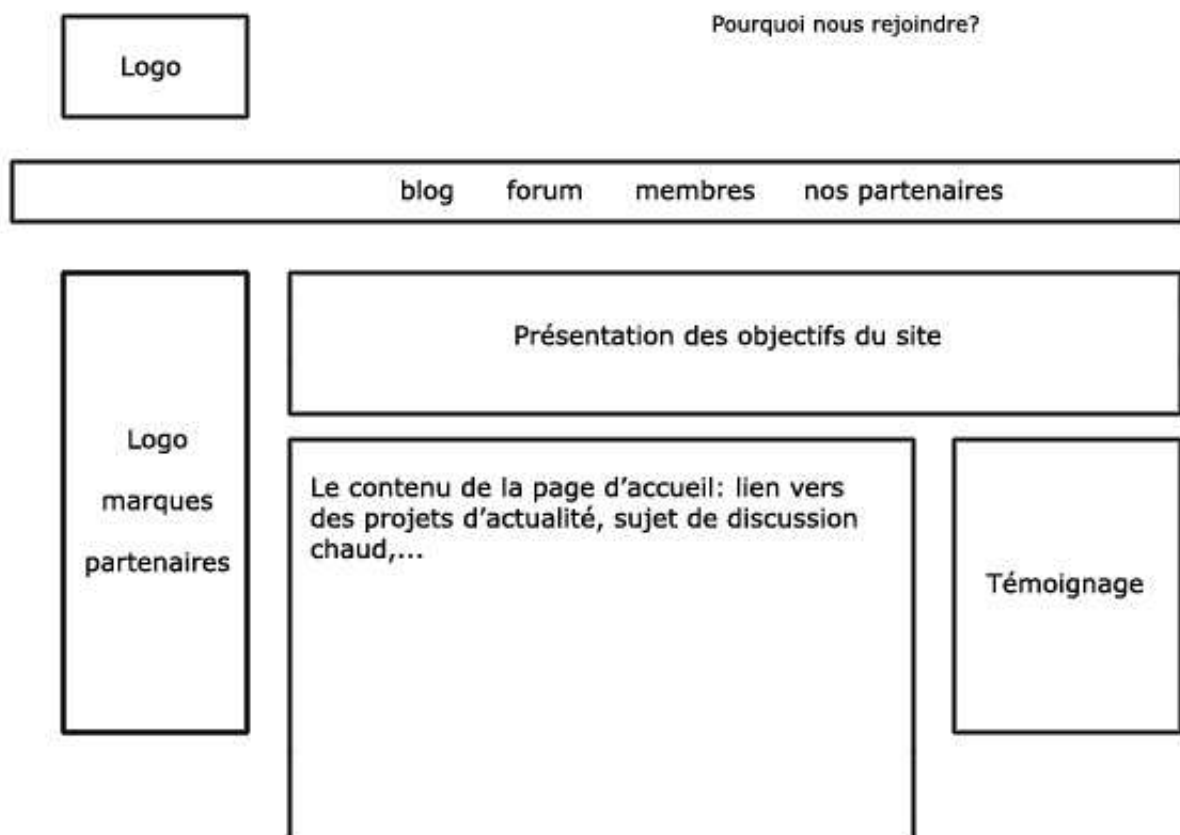
		<b>3</b>		<b>11</b>		<b>3</b>
<b>Filleuls :</b>	1 - 38 <sup>ème</sup>		<b>Logos :</b>	219 - 14 <sup>ème</sup>		
<b>Commentaires :</b>	1565 - 9 <sup>ème</sup>		<b>Logos acceptés :</b>	210 - 14 <sup>ème</sup>		
<b>Commentaires (Blog) :</b>	18 - 61 <sup>ème</sup>		<b>Logos vendus :</b>	11 - 7 <sup>ème</sup>		
<b>Votes :</b>	1538 - 19 <sup>ème</sup>		<b>Visiteurs amenés :</b>	3 - 175 <sup>ème</sup>		

**FRED.D se présente**

Il est également possible d'inclure au sein d'un menu différents outils tels qu'une FAQ, un rapport de bug ainsi que des suggestions.

Afin de faire transiter l'information, nous proposons de mettre en place un système de flux RSS, un forum ainsi qu'un blog directement accessible depuis la page d'accueil.

De plus, afin de favoriser la participation, des liens vers les sujets les plus actifs du moment seront mis en place sur la page d'accueil.



## 4° Outils de mobilisation de la communauté

Afin d'obtenir des contributions nombreuses et de qualité, il est nécessaire de créer une communauté impliquée et active.

A cet effet nous vous proposons un certain nombre d'outils et notions que nous jugeons intéressantes d'introduire dans le site.

### **Les Tags**

Il s'agit de définir chaque information par un mot-clé : c'est de l'information sur l'information.

Tous les éléments doivent pouvoir être tagués :

#### *Les appels d'offre :*

Lors de la mise en ligne d'un appel d'offre le responsable définit les domaines concernés en le taguant de mots-clés. Cela permet aux créatifs de trouver aisément un projet les intéressant. En cliquant sur un mot-clé ils passent depuis un appel d'offre à un autre du même genre.

*Exemple: appel d'offre pour le design bouteille soda : tagué "bouteille", "packaging", "soda"*

#### *Les projets :*

Lorsqu'un designer dépose un projet sur le site il a la possibilité de caractériser son œuvre en lui attribuant des mots-clés. Il s'établit alors un regroupement des réponses à un même appel d'offre suivant les thèmes définis par les designers.

*Exemple: "parodie", "humoristique"*

#### *Les commentaires :*

Afin d'optimiser le partage d'information une personne déposant un commentaire a également la possibilité de caractériser ce commentaire. Cela permet ainsi aux autres designers de savoir si une question a déjà été posée sans avoir besoin de la reformuler ou bien d'étudier la quantité de commentaires précédemment déposés. Il lui suffira de cliquer sur le mot-clé représentant le sujet qui l'intéresse pour découvrir tous les commentaires traitant de ce sujet.

*Exemple: une question sur la couleur du packaging souhaitée par l'entreprise sera taguée "couleur". Ainsi, un autre designer se posant la même question aura juste à cliquer sur le tag "couleur" afin de découvrir les discussions en cours au sujet de la couleur du packaging.*

Les divers tags créés, seront répartis à la manière d'un *nuage de tags*. Il s'agit d'une représentation visuelle de la fréquence d'utilisation des mots clés. Les mots sont classés de façon alphabétique, et plus le mot-clé est usité, plus sa police d'affichage sera grande. Un clic sur un mot-clé enverra l'internaute vers les éléments correspondant au mot-clé.

#### Tags les plus populaires

07 africa amsterdam animals architecture art august australia autumn baby barcelona  
beach berlin birthday black blackandwhite blue boston bw california  
cameraphone camping canada canon car cat chicago china christmas church  
city clouds color concert day de dog england europe fall family festival film  
florida flower flowers food football france friends fun garden geotagged  
germany girl graffiti green halloween hawaii hiking holiday home honeymoon house  
india ireland island italy japan july june kids la lake landscape light live london  
macro may me mexico mountain mountains museum music nature new newyork  
newyorkcity newzealand night nikon nyc ocean october paris park party people  
photos portrait red river roadtrip rock rome san sanfrancisco scotland sea seattle  
show sky snow spain spring street summer sun sunset sydney taiwan texas  
thailand tokyo toronto tour travel tree trees trip uk urban usa vacation  
vancouver washington water wedding white winter yellow york zoo

Bien entendu, le site web étant axé sur le travail collaboratif, chaque membre a la possibilité d'ajouter/supprimer des tags aux éléments précédemment cités. Le but étant que la communauté soit gérée par la communauté et que chaque internaute participe à l'amélioration du contenu.

## Un blog

Le blog est une façon de mettre en place une communication différente du site communautaire. Il est bidirectionnel, de la société COALIZ vers ses internautes à travers les posts, et des lecteurs vers COALIZ au moyen de commentaires. C'est l'occasion de traiter différemment de la vie du site et de la société. C'est une sorte de journal intime qui permettra aux membres de la communauté d'avoir un accès direct privilégié aux nouvelles du site.

C'est là que se retrouvera tout ce qui ne peut être mis sur le site principal ainsi que tout ce qui n'a pas de rapport direct avec les concours.

On peut y retrouver des interviews de membres influents de la communauté (lien en page d'accueil qui renvoi vers l'article du blog), des informations sur les évolutions du site (réponses aux demandes d'évolution des internautes). On peut également y retrouver des feedbacks des sociétés ayant déposé des appels d'offre. Et la manière dont elles se sont servies des résultats du concours.

C'est un outil très intéressant pour fidéliser les internautes.





## ***Impliquer la société dans les débats***

Comme nous avons pu le constater, en lisant des interviews de membres de sites de communautés centrées autour de concours, les membres sont bien plus motivés à participer à un concours lorsqu'il y a un réel feedback de la société. Une société, après avoir déposé un appel d'offre, répond également aux interrogations des participants sur la direction à prendre. Cet aspect devra prendre en compte le bon vouloir et de la disponibilité de la société.

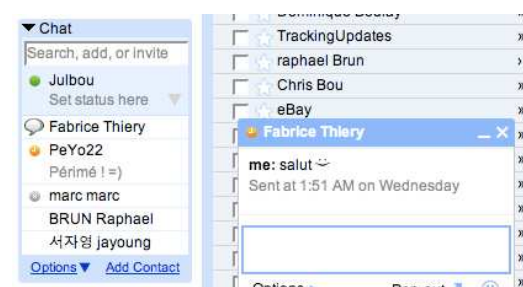
Celle ci aura la possibilité de répondre aux commentaires des membres et ses commentaires pourront d'un simple clic être isolés des autres commentaires.

## ***Impliquer les membres***

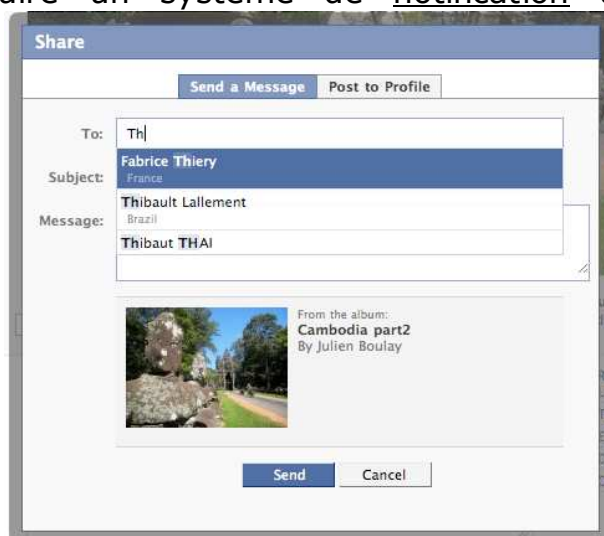
Certains membres seront des visiteurs et participants réguliers particulièrement influents au sein de la communauté. Il est important d'impliquer ces "heavy-users" (ou « membres de confiance »), et de mettre leur motivation au service de la communauté. Il semble donc essentiel de leur offrir l'opportunité de devenir des membres de l'administration COALIZ à travers des droits de modérations.

## ***Outils avancés de communication***

A travers des outils de communications nous cherchons à favoriser l'échange et la collaboration. En plus d'une messaging électronique interne on peut aussi évoquer une messaging instantanée disponible à tout instant (cf outils de chat GMAIL).



Nous pourrions également introduire un système de notification à rapprocher du "poke" de facebook. Un membre visite par exemple la page de présentation d'un appel d'offre, ou bien d'un projet, voire même d'un membre ou d'un groupe de membres. Il peut être intéressé par le contenu et vouloir partager sa découverte avec l'un de ses amis. Il a donc à sa disposition un outil permettant de partager le lien de la page sur laquelle il se trouve. Il lui suffit de rentrer les premières lettres du nom de son (ou ses) ami(es) et de cliquer sur "partager". Il a bien entendu également la possibilité de lui adjoindre un message. Son ami recevra alors la notification d'une page intéressante à voir sélectionnée et commentée par une personne partageant ses intérêts.



### ***Outils de fidélisation de la communauté***

Afin de fidéliser la communauté, de faire en sorte que les membres reviennent souvent sur le site, et par la même d'accroître leur fréquence de participation, nous avons sélectionné les idées suivantes :

La syndication (flux RSS) permet aux membres de recevoir en temps réel des informations émanant de la communauté. Il est donc important d'en proposer à tous les niveaux : recevoir les nouveaux appels d'offres, les nouveaux projets proposés au sein d'un appel d'offre, les commentaires correspondant à un projet précis voire les réponses à un commentaire déterminé. Afin de ne pas noyer les membres dans un surplus d'informations, il sera nécessaire d'orienter le choix des flux RSS suivant les domaines de compétences.

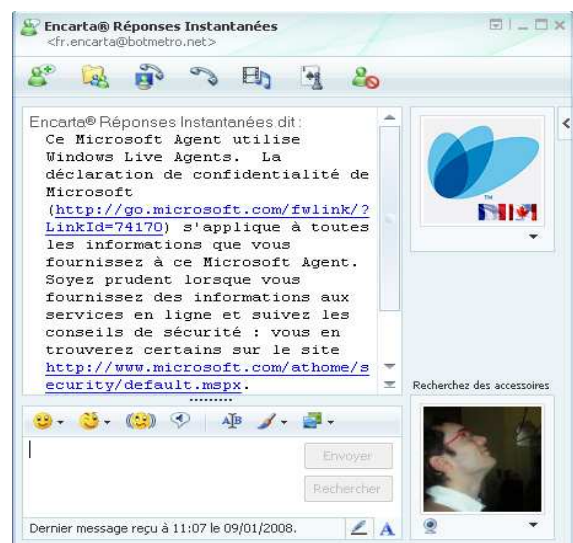
La newsletter, envoyée à l'ensemble de la communauté à chaque fin d'appel d'offre (présentation des vainqueurs) ainsi qu'une fois par semaine avec les informations essentielles sur la communauté.

Une méthode innovante serait l'utilisation d'alertes Windows Live (MSN). L'utilisateur s'inscrit sur le site en cliquant sur le bouton montré ci-après et reçoit ensuite les actualités souhaitées sous forme d'alertes dans son logiciel Windows Live Messenger. Il n'a pas besoin d'aller chercher l'information celle-ci venant directement d'elle-même à lui.





Dans le même ordre d'idée il pourra également être développé un « bot » MSN (de type Encarta Réponses Instantanées) Celui-ci « contactera » les membres pour leur donner le même types d'informations que les flux RSS (en utilisant le même fichier XML). Il serait également possible de l'améliorer. Il pourrait ainsi, à l'instart d'Encarta Réponses Instantanées, répondre à des questions de l'utilisateurs.



## ***Réunir les communautés externes centrées sur COALIZ***

Il s'agit de proposer un espace afin de réunir les sites externes créés par les membres et ayant pour sujet COALIZ. Ceux ci ne manqueront pas de se créer au fur et à mesure de la croissance de la communauté.

Il s'agit ici d'accorder de l'importance et de considérer les membres de la communauté en faisant figurer sur COALIZ des liens vers leurs sites personnels.

Nous encourageons donc les membres à s'investir en leur témoignant de la reconnaissance.

## I'M CRAZY FOR ZOOPPA

Zooppa creativity is spreading all over the Internet. Here you can view some examples.

### PEPPE\_BOYS:



A rigorous analysis of a web marketing strategy to promote your own videos on Zooppa.  
Thanks Peppe\_boys.

<http://ilmarkettaro.blogspot.com>

### CAMERAMAK:



While waiting for the official one, here is the first spontaneous forum for all zooppers. Thanks Cameramak!

<http://www.cameramak.com/videoforum/>

## ***Socialisation***

Il s'agit là de développer le cercle d'amis (voir les notions de cercles). Chaque membre possède sa page "profil" où figurent ses amis, ses contributions (projets, commentaires, sites Web, etc...). Il s'agit en quelque sorte d'adapter le principe de Facebook à une communauté de designers et de mettre en place des outils sociaux favorisant le travail collaboratif. Il est donc important de créer par exemple des groupes de travail disposant en leur sein d'un tableau blanc partageable entre les membres, d'un wiki, d'un groupware, etc...

Chaque membre pourrait également avoir une page de suivi des projets qui réutiliserait la technologie RSS en interne. Cette page regrouperait les dernières informations sur chaque appel d'offre auquel le membre participe (cf NetVibes). Il lui suffirait de cliquer sur un bouton sur la page de l'appel d'offre pour voir le flux RSS s'ajouter dans son tableau de bord. Cette page sera modulable. Il sera donc possible de la réorganiser

(déplacement de blocs) ainsi que d'ajouter et supprimer des flux. Elle lui offrirait une vision d'ensemble de tous ses projets.



## ***Interaction avec les réseaux sociaux***

Il ne s'agit pas de recréer un Facebook spécial designers qui risquerait de faire doublon. Bon nombre de membres de COALIZ seront également membres de réseaux sociaux tels que Facebook, Myspace ou LinkedIn. Plutôt que de tenter de les concurrencer, pourquoi ne pas profiter de ces réseaux sociaux existants et de l'addiction qu'ils provoquent auprès des internautes afin de promouvoir la plate-forme COALIZ ?

On pourrait effectivement envisager de développer une application COALIZ sur Facebook. Un membre de COALIZ pourrait ainsi l'inclure dans son profil. Elle présenterait, par exemple, un aperçu des derniers projets déposés sur COALIZ. A chaque nouveau projet tous les amis de ce membre seraient automatiquement informés (par le concept du wall de Facebook), et un clic sur un des projets présentés renverrait vers le site COALIZ.

## ***Une organisation avancée des commentaires***

Dans le cadre de ce projet ce n'est pas la quantité de commentaires qui importe. Un membre n'a pas besoin de lire tous les commentaires relatif à un projet pour être à même d'y participer. Nombre de commentaires ne seront sûrement pas pertinents. Un commentaire très intéressant pourrait avoir été posté au tout début du dépôt de l'appel d'offre. Il se retrouverait malheureusement masqué par la multitude de nouveaux commentaires.

On ne peut pas exiger de tout membre de lire les nombreuses pages de commentaires pour pouvoir participer à un projet. Il est donc nécessaire de mettre en place une organisation avancée des commentaires.

- Tout d'abord, il faudra introduire une hiérarchie dans les commentaires. En effet questions et réponses ne se retrouvent pas au même niveau mais une réponse est rattachée à sa question. On peut se servir de technologie web 2.0 comme l'AJAX afin de ranger les réponses dans des « tiroirs ». Lors d'un clic sur la question le tiroir se déroule laissant apparaître les réponses. Cela permettrait déjà d'être moins surchargé d'informations inutiles.



- Ensuite, nous nous servirons des tags. Comme nous l'avons vu, chaque information sera taguée. Un nuage de tags est inclus sur la page des commentaires d'un appel d'offre et un clic sur un mot-clé ne fera apparaître que les commentaires tagués par ce mot clé. Chaque membre pourra ainsi directement accéder à l'information qui l'intéresse vraiment.

- La plupart des sites ou forums proposent un classement des commentaires par ordre chronologique. Cet ordre n'est pas nécessairement le plus pertinent dans le cadre de COALIZ. Il est toutefois important mais requiert d'être agrémenté d'autres types de classements. La sélection sera dynamique permettant d'organiser les commentaires par pertinence, par type d'expert et de manière chronologique. Ainsi un membre pourra restreindre la liste des commentaires correspondant à son activité.

## 5° Gestion financière de la communauté

Cette question ne rentrait pas exactement dans le cadre que vous nous aviez fixé. Il nous semblait également qu'elle aurait mérité plusieurs entrevues et un débat de fond sur ce que vous comptiez faire en amont de toutes solutions de notre part. Pour ces raisons, nous avons décidé de ne pas traiter cet axe de travail à l'instar des quatre autres. Mais par son importance capitale selon nous, et en raison de son caractère critique, nous avons décidé de tout de même l'aborder ici. De plus, ayant le souhait que vous puissiez comprendre de quoi il en retourne selon nous, nous vous présentons quelques pistes de réflexion.

COALIZ est basé sur un business model simple. Le site met en relation des entreprises avec des designers. Ces derniers vont répondre à des appels d'offres des premiers. Le site a pour fonction de proposer aux designers des outils de travail collaboratif afin de les aider dans leur démarche. Une communauté d'utilisateurs, non forcément designer, s'investira en fournissant des avis et des remarques sur le travail fourni. A terme, un projet sera finalisé et choisi par l'entreprise partenaire.

Plusieurs intervenants vont pouvoir profiter de ce business model. En tout premier lieu l'entreprise, qui pourra obtenir une réponse intéressante à sa problématique avec un coût inférieur à une proposition classique. En second lieu COALIZ, qui quel que soit le projet choisi, obtiendra une part de la transaction. Enfin en dernier lieu le ou les designers qui auront remporté le projet se répartiront l'argent suivant leur apport au projet. Cette répartition aura été définie en amont et COALIZ en sera un arbitre.

L'ensemble est cohérent et semble répondre aux attentes de chacun des intervenants. Mais il nous a tout de même semblé que certains éléments de la communauté pourraient se sentir lésé.

Ainsi, quid de l'ensemble des designers ayant participé à l'appel d'offre parfois durant des semaines. Ils auront fait vivre la communauté, auront permis que des débats naissent, que le projet avance. N'étant pas choisi au final par l'entreprise partenaire, ils se retrouveront sans aucune rémunération. Il peut sembler logique que seul le ou les gagnants empochent de l'argent à la conclusion d'un projet. Mais ce membre aura-t-il toujours autant envie de revenir la prochaine fois, de s'investir au sein de la communauté, de participer à un projet aussi intensément, si il n'en retire aucune contrepartie financière? C'est une question qui reste en suspens pour l'équipe UTTALIZ.

Mais plus encore que les collaborateurs qui n'ont pas remporté l'appel d'offre, il nous semble que les membres actifs de la communauté, non membres d'un projet, auront l'occasion de se sentir lésé au cours de ce processus. Ainsi, tout

notre objectif aura été de vous fournir des solutions pour que vos membres s'impliquent, participent, commentent, réagissent, soient régulièrement présents sur le site, voire même à plus long terme, aient un rôle proche d'un membre de COALIZ (Administrateur du site, du forum, de la communauté...). Si nos solutions fonctionnent, ces membres, qui auront l'occasion de considérer qu'ils participent pleinement à la réussite des projets, du site, voire de la communauté dans son ensemble, ne pourront qu'être déçus, voire aigris, de ne pas obtenir une rétribution en retour. Il nous semble que ce point est crucial et mériterait une attention toute particulière.

C'est dans ce sens, et pour essayer d'y répondre, au moins partiellement, que nous allons vous présenter quelques idées résultantes de nos discussions et de notre benchmarking. Elles n'ont pas comme objectif d'être exhaustives, mais simplement de pointer du doigt une préoccupation capitale de UTTALIZ.

- Rémunération suivant un TOP 3 ou 10 plutôt qu'un TOP 1.
- Rémunération sur projet non finalisé.
- Introduction d'une rémunération basée sur un pourcentage du chiffre d'affaire pour l'ensemble des membres actifs.
- Introduction d'une monnaie propre à COALIZ.
- Réduction de la part de COALIZ proportionnelle à l'augmentation des gains du membre.
- Rétribution légèrement supérieure pour les membres les plus influents.
- Délimitation claire entre les membres d'un projet qui seront rémunérés et ceux qui ne le seront pas.

## Conclusion

Ces cinq points nous semblent donc être les aspects cruciaux d'une gestion de communauté. Ils sont également les bases seines d'une future autonomie que recherchent les fondateurs de COALIZ.

L'intégralité des points développés n'est bien sûr pas vitale à la communauté. Certains doivent être développés à l'origine et d'autres dans un futur plus ou moins proche. Il nous semble donc important de définir ces priorités en coopération avec Antoine Grillon et Marc Pousset.

De plus, l'aspect financier n'était pas une priorité des fondateurs de COALIZ. Mais il nous a semblé dans nos recherches qu'il s'agit d'un point capital dans le bon fonctionnement de la communauté et de ses membres.