



Etude marketing

Rapport du 1/03/2014



Questions :

Utiliser vous de la musique ? si oui Comment ? (playlist ? cd ? radio ? ...)

Trouvez-vous cela pratique ?

Que pensez-vous du concept de Sounderbox ?

Comment rechercheriez-vous une telle application ?

Qu'est-ce qui vous plait dans le concept ?

Quelles sont vos réticences ?

Estimez-vous être une cible potentielle pour une telle application ? Pourquoi ?

Quels mots clés taperiez-vous sur Internet pour rechercher Sounderbox ?

1) Les Bars

Proposition de valeur :

- lieu de rencontre, de divertissement et d'échange
- nouvelle animation originale et innovante : différenciation
- gestion de la musique simple et amusante

a) Le Sur-Mesure

Ils revendiquent un style musical bien défini et une ambiance particulière (du type Rock).

Ils utilisent des playlist préprogrammées tout au long de la journée ainsi que le soir.

Intérêt pour Sounderbox --

b) Le Vestiaire

Pas de style musical défini, ils passent « un peu de tout ».

Ils utilisaient un logiciel qui s'appelait « Jukeboard », et utilisent maintenant des playlist via Deezer.

Ils souhaiteraient pouvoir intégrer les titres de la playlist Sounderbox qui leur plaisent directement sur leur propre playlist en cours.

Intérêt pour Sounderbox +

c) Le DéliCafé

Pas de style musical défini.

Ils utilisent la majorité du temps des Mix Youtube, ou bien des playlist Deezer.

Intérêt pour Sounderbox ++

d) Le Coté Plage

Très large choix musical selon le jour et l'heure.

Volonté de gagner du temps, de gagner en organisation (parfois des clients passent derrière le comptoir ce qui est ingérable) et de rendre la musique du bar plus hétéroclite.

Ils utilisent soit des disques durs, des Mix Youtube ; soit leur télévision (MCM, MTV, NRJ HITS ...).

Intérêt pour Sounderbox +++

Mots clés : application musique bar, quel genre de musique pour mon bar ?, comment choisir musique bar ?

2) Les Centres commerciaux

Proposition de valeur :

- création d'une ambiance conviviale d'achat et d'interactivité
- dynamisme et enthousiasme
- développement de la notoriété de votre centre commercial

Interview de M. Brosset, gérant de la zone commerciale 'Pays de Montaignu' (contenant un Super U)

Il n'était pas intéressé pour plusieurs raisons :

- Cela perturberait le client dans ses achats
- Ils font passer beaucoup de messages commerciaux pendant la journée, ce concept n'est donc pas compatible.
- Ils ont déjà un système radio, donc n'ont pas besoin d'autre chose.
- La musique qui est passée dans le magasin n'est pas anodine. Elle est étudiée pour influencer le comportement des clients. Par exemple, une musique avec un rythme rapide a pour but d'inciter les achats impulsifs (les achats en "one shot"), mais en même temps fait partir le client plus vite.

La conclusion de cette interview est que ce concept ne convient pas aux magasins appartenant à un groupe, car beaucoup d'enseignes ont leur réseau musique (qui est étudié pour s'adapter et influencer leur clientèle). Par exemple, Jennifer passera un style de musique particulier, idem pour Go Sport. La musique d'une enseigne fait partie intégrante de l'image de l'enseigne, et est donc très utile et loin d'être anodine.

Pour M. Brosset, ce genre de concept s'adresse donc d'avantage à des indépendants qui ne font pas partie d'un groupe, ou les magasins qui vendent des CDs par exemple (ainsi les clients pourraient écouter la musique de CDs qu'ils souhaiteraient acheter, et feraient découvrir en même temps aux autres clients leur musique).

Mots clés : : sous-traitance radio magasin, service radio magasin, service radio point de vente, service musique magasin.

3) Les Salles de Sport

Proposition de valeur :

- création d'une ambiance d'entraide, de convivialité, de bien être
- dynamisme et enthousiasme
- développement de la notoriété de votre salle de sport

Voici les salles de sport que nous sommes allés sonder :

- DJ 2000 Gym Center (54 Rue de la Distillerie, 44000 Nantes)
- Le Temple du Fitness(7 Allée d'Erdre, 44000 Nantes)
- Gymligne (7 Rue Moquechien, 44000 Nantes)

Globalement, ils trouvent le concept intéressant mais n'estime pas être la cible de Sounderbox. Ils utilisent les chaînes musicales sur la télévision pour mettre de la musique, plutôt à un faible niveau sonore. Ils estiment que chaque client veut écouter sa propre musique pour se motiver, et qu'ils n'ont pas forcément de smartphone sur eux pendant la pratique sportive.

Mots clés : remix fitness, remix électro, musique fitness, musique salle de sport, fitness musique, musique entraînement, musique motivation sport

4) Les Campings :

Proposition de valeur :

- création d'une atmosphère chaleureuse et conviviale
- client en quête de divertissement et de culture
- Temps à combler : avant l'entrée et avant le commencement du film

Nous sommes allés sonder le Camping de Petit Port en face de la patinoire

Ce camping est un camping très calme qui ne passe que rarement, si ce n'est jamais, de la musique. Cependant, le concept est trouvé intéressant pour des campings plus festifs, de type côtier par exemple.

5) Les Salle de cinéma :

Proposition de valeur :

- création d'une atmosphère chaleureuse et conviviale
- client en quête de divertissement et de culture
- Temps à combler : avant l'entrée et avant le commencement du film

6) Les Festivals :

Proposition de valeur :

- Faire la différence par un nouveau service originale et hautement technologique
- développer une zone sociale et collaborative
- satisfaire vos clients curieux

Guillaume GIANNUZZI
Julie HOANG KIM
Nada STAOUITE