

C3

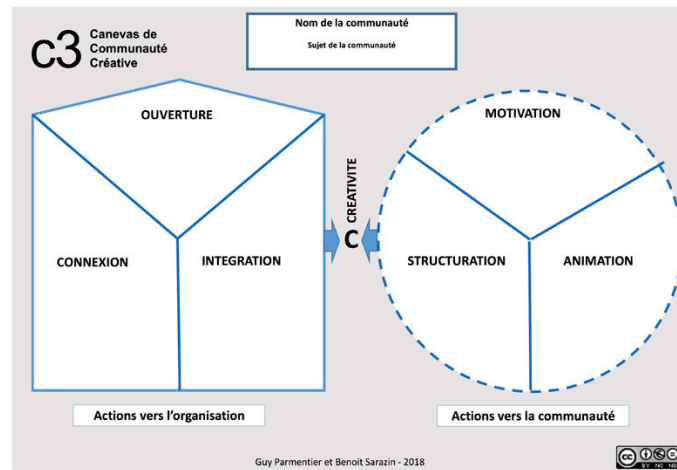
Canevas de Communauté Créative

Guy Parmentier

guy.parmentier@grenoble-iae.fr

Benoit Sarazin

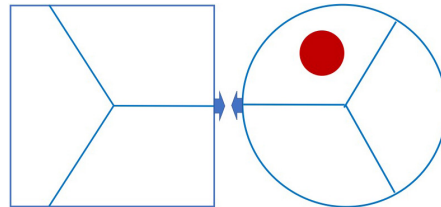
benoit.sarazin@farwind.com



Actions vers la communauté

Comment l'entreprise contribue-t-elle à la dynamique de la communauté ?

Actions de structuration



Comment la communauté se structure-t-elle et s'organise pour réaliser ses objectifs ?

Quels sont les différents rôles dans la communauté

Par exemple : leader, animateur, organisateur d'événement, fournisseur d'outils, de prestation de soutien, d'expertise à destination des autres membres

- A quel rôle l'entreprise peut-elle contribuer ?

Comment les leaders de la communauté sont-ils mis en valeur ?

- Etiquette de leader
- Accès privilégié aux informations
- Outils de communication

Comment les lead-users sont-ils mis en valeur ?

- Mise en avant de leur contribution

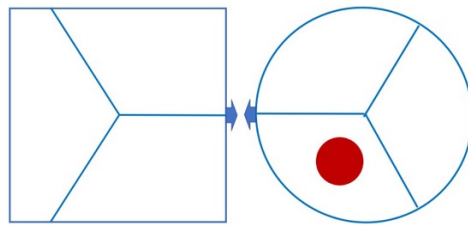
Quels sont les modes de fonctionnement ?

- Règles de bonne conduite
- Bonnes pratiques de discussions et échanges
- Mode de recrutement (par invitation seulement / tout le monde peut rejoindre la communauté)
- Identification des leaders (émergence spontanée, votes)

Quelles sont les règles de confidentialité pour les productions de la communauté :

- Rien n'est confidentiel
- Creative commons
- Confidentialité réservée aux membres qui ont contribué ensemble

Actions d'animation



Quelles formes d'animation pour maintenir l'intérêt pour la communauté ?

Quels sont les évènements physique ou virtuelle, organisés par la communauté

- Evènements réguliers qui réunissent toute la communauté (par exemple annuel)
- Evènements locaux pour une petite partie de la communauté
- Réunion d'information pour recruter de nouveaux membres
- Evènements pour stimuler la créativité : lancement de projets dans un hackathon, concours, rencontre pour échanges d'idées

Comment les membres échangent-ils entre les évènements ?

- Discussion sur forums ou réseaux sociaux
- Diffusion d'information produit par les membres : Vidéo sur utilisation du produit, commentaires d'informations
- Entr'aide et Partage de bonne pratique
- Information régulière diffusée par les leaders ou animateurs

Quels sont les lieux de rencontre informels, physiques ou virtuels ?

- Lieux de pratique
- Clubs locaux
- Tiers lieux (Fablab, lieu de pratique, cafeteria, bistro,...)
- Forums et réseaux sociaux

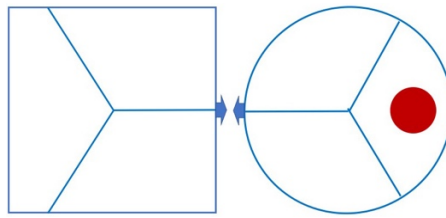
Par qui est animée la communauté ?

- Community manager
- Leader de la communauté
- Créatifs de la communauté

Quels sont les instruments de soutien à la créativité mis en place dans la communauté ?

- Débats d'Idées sur un forum ou sur réseau sociaux
- Partage de contenu : photos, vidéos, contenu dans les produits
- Appel à contribution
- Test de nouveaux produits
- Méthodes créatives utilisées pendant les rencontres
- Méthodes d'évaluation des idées de la communauté par la communauté elle-même ? (votes des membres, choix par les leaders, nombre de vues ou téléchargements...)

Actions de motivation



Qu'est-ce qui motive les membres à se rassembler et interagir ?

Quel est le manifeste pour la communauté ?

- Quel est l'objet de la passion ?
- Quelles aspirations ?
- Quelles sont les frustrations communes ?
- Quelle raison d'être ?
- Quelles sont les valeurs ?
- En quoi la communauté casse les règles ?

Pourquoi l'entreprise et la communauté ont intérêt à collaborer ?

- Quel est l'objet de la relation ? (amélioration de produit, partage de connaissances, accès privilégiés aux produits de l'entreprise...)
- Qu'est-ce que la communauté apporte à l'entreprise ?
- Qu'est-ce que l'entreprise apporte à la communauté ?
- Quel est ce qui justifie la relation entre la communauté et l'entreprise ?

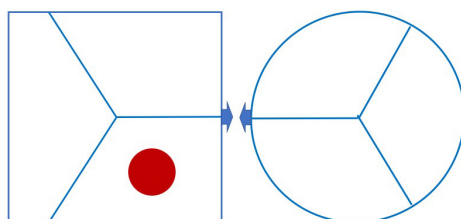
Comment se concrétise l'identité de la communauté ?

- Quel est le nom de la communauté ?
- Quelles sont les éléments graphiques ou textuels associés à la communauté ?
- Quelles sont les dénominations des participants ?
- Quels sont les rituels de rencontre ?

Actions vers l'organisation

Comment l'entreprise intègre-t-elle la communauté dans ses processus d'innovation ?

Actions d'intégration



Comment l'entreprise intègre-t-elle les idées créatives issues de la communauté ?

Quels sont les dispositifs créatifs mis en place par l'entreprise pour capter la créativité des membres de la communauté ?

- Appel à idées ou à résolution de problème, soumission de challenge
- Brainstorming ou Focus group avec les membres de la communauté
- Analyse des partages de pratiques d'usages (en ligne)
- Rencontre entre les ingénieurs et les membres de la communauté

Comment sont évaluées les idées de la communauté par l'entreprise ?

- Quels sont les critères d'évaluation ? (business model, faisabilité, originalité,...)
- Quel est le mode de concertation : comité d'évaluation, groupe d'expert technique, vote dans l'entreprise, vote par les membres de la communauté

Quels sont les retours que fait l'entreprise à la communauté sur ses idées ou créations ?

- Type d'informations
- Information sur la prise en compte d'une idée ou création par l'entreprise
- Information sur les progrès de l'entreprise pour industrialiser l'idée ou la création
- Etendue du retour : Seulement aux contributeurs de l'idée/création, à tous les membres de la communauté ?

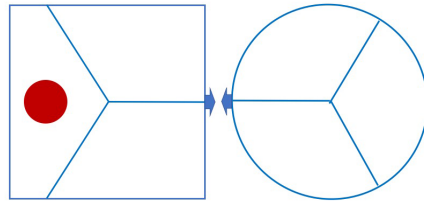
Quels sont les outils et processus pour industrialiser les créations de la communauté ?

- Directement avec une boîte à outils pour l'innovation
- Fabrication d'un prototype puis réévaluation par la communauté

Comment les contributions des utilisateurs sont-elles légitimées dans l'entreprise ?

- Sponsors internes pour « vendre » la pertinence des contributions de la communauté : le PDG, des personnes influentes de l'organisation
- Légitimité des leaders de la communauté sur le marché
- Légitimité des experts internes qui ont sélectionné les idées

Actions d'ouverture



Comment l'entreprise s'ouvre-t-elle à la communauté pour stimuler la créativité de la communauté ?

Quels sont les éléments que l'entreprise ouvre aux membres de la communauté ?

- Open source ou API
- Personnalisation du produit
- Création d'une partie du produit (contenu, design, assemblage)
- Accès à des informations non publiques
- Accès à des experts de l'entreprise
- Accès à un fab-lab de l'entreprise
- Pré-release d'un produit avant lancement

Quelles sont les étapes du processus d'innovation ouvertes aux contributions de la communauté ?

- Génération d'idées
- Evaluation d'idées ou de concepts de nouveaux produits
- Développement
- Test de produit
- Communication sur le produit

Quels sont les éléments d'identités de la marque partagés avec la communauté ?

- Logo, Nom de domaine, La marque

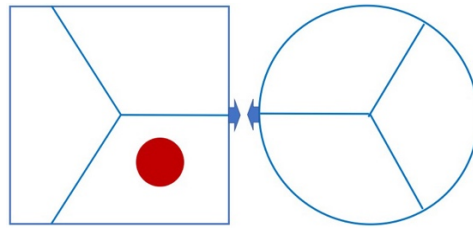
Quels sont les dispositifs créatifs mis en place pour capter la créativité des utilisateurs ?

- Concours de création
- Plateforme de Crowdsourcing
- Outils de personnalisation
- Outils de création

Quelle est la reconnaissance de l'entreprise pour récompenser les contributions de la communauté ?

- Rétribution financière, distribution de gratuits ou réduction à l'achat
- Lancement d'un produit gratuit
- Invitation à des événements spéciaux
- Noms des contributeurs cités officiellement (site de lancement du produit, crédits, etc)

Actions de connexion



Comment l'entreprise se met en relation avec la communauté ?

Comment l'entreprise orchestre-t-elle sa relation avec la communauté ?

- Evènements : participation à des événements organisés par la communauté, organisation de concours, portes ouvertes, rencontre avec les dirigeants
- Discussion ponctuelle ou en Continu

Qui est en charge de la relation ?

- Community manager
- Directeur de la société
- Direction marketing ou communication

Comment l'entreprise apprend t'elle des comportements des membres de la communauté et de ses créations ?

- Création des membres de la communauté
- Profil des membres de la communauté
- Ecrits des membres de la communauté

Quels support matériel l'entreprise donne-t-elle à la communauté ?

- Site web
- Nom de domaine
- Financement
- Mise à disposition de matériel
- Recrutement et financement des *community managers*

Comment l'entreprise évalue-t-elle la valeur apportée par la communauté ?

- Sondage sur la satisfaction des membres sur l'apport de la communauté
- Réputation de l'entreprise parmi les membres de la communauté

