



MON CENTRE VILLE A UN INCROYABLE

COMMERCE

leboncoin



DICTIONNAIRE DE L'INNOVATION

EDITION 2020 - 2021

SOMMAIRE

CONCEPTS ENTREPRENEURIAUX ET D'INNOVATION	3
STRATEGIES	6
MODELE ECONOMIQUE	7
MARKETING ET COMMUNICATION	9
CIBLES	13
TENDANCES	15
TECHNOLOGIES	17
INDEX	19

CONCEPTS ENTREPRENEURIAUX ET D'INNOVATION

Accélérateur : Dispositif destiné à accompagner les projets ou les jeunes entreprises pour renforcer leur concept et leurs bases dans un bref laps de temps. Mon Centre-Ville à un Incroyable Commerce peut être considéré comme un accélérateur.

Approche systémique : En entrepreneuriat, vision consistant à tenir compte de tous les aspects de l'entreprise. La complexité d'une activité tient du fait que chaque action dans un domaine peut agir sur un autre. Il est donc nécessaire d'avoir une approche systémique pour appréhender une organisation et la faire évoluer.

Business Angel : Généralement ancien entrepreneur expérimenté, il est devenu investisseur à titre personnel auprès de jeunes entreprises (startups ou encore en projet). Il investit une somme d'argent conséquente dans le capital de l'entreprise et met également à disposition ses compétences, ses connaissances, son réseau et son temps au service des porteurs de projet.

Business plan : Le "Plan d'affaires" est un document dans lequel un projet d'entreprise ou une entreprise en développement inscrit tous les aspects de son activité et de son développement (idée, ressources clés, stratégie de communication, modèle économique etc.). Même si la rédaction d'un business plan est essentielle pour avoir une vision claire du projet, son objectif premier est de convaincre les investisseurs.

Cluster : Pôle de compétitivité où se regroupent différentes entreprises d'un même domaine sur un secteur géographique défini. Les chefs d'entreprise définissent une stratégie en faveur de la mise en place d'actions collectives (achats groupés, partage de matériel etc.). Cette méthode de travail permet de capitaliser sur les ressources de chacun et donc de gagner en performance.

Couveuse d'entreprise : Structure d'accompagnement entrepreneurial où les porteurs de projet peuvent tester leurs idées en se sécurisant. La couveuse prête son statut juridique aux porteurs de projet qui deviennent "salariés", ce qui leur évite la gestion des questions administratives et juridiques ainsi que les difficultés de non-paiement. En contrepartie, la couveuse perçoit un pourcentage sur le chiffre d'affaires réalisé.

Coworking : Un espace de travail partagé. Les coworkings peuvent être accessibles aux indépendants, à des porteurs de projet ou encore à de petites entreprises. Les coworkings peuvent avoir des spécificités ou être ouverts à tout type d'activité.

Disruption : Bouleversement du marché causant une telle transformation qu'elle crée un avant et un après.

Durabilité : Concept qui vise à inscrire un projet dans le long terme et ainsi assurer sa pérennité. Le concept est à différencier de l'entrepreneuriat durable.

Efficience : Faire le mieux possible, avec le moins possible. Le concept d'efficience est à différencier de celui de l'efficacité qui consiste à atteindre l'objectif fixé sans considérer les ressources utilisées pour cela.

Faisabilité : L'étude de faisabilité est un prérequis pour assurer la réussite d'un projet. Elle consiste à vérifier l'existence de son marché et à s'assurer que l'offre réponde bien aux attentes et besoins des cibles. De manière élargie, l'étude de faisabilité comprend l'étude technique, juridique, économique et commerciale du projet.

Ecosystème (ou écosystème d'affaires) : En entrepreneuriat, l'écosystème fait référence à l'environnement dans lequel évolue l'entreprise dans sa globalité. Autrement dit, il englobe les dimensions politique, économique, sociale, sociétale, légale, géographique etc. avec lesquelles l'entreprise doit composer.

French Tech : Mouvement des startups françaises. Décernée à 13 villes en France sous forme de label pour signifier l'engagement de celles-ci envers l'innovation, la French Tech est aussi attribuée en tant que marque commune à des entreprises innovantes françaises.

Hackathon : Contraction de hack et de marathon, ce terme désigne un évènement durant lequel des développeurs se regroupent pour travailler sur des projets de programmation informatique. L'objectif est alors de coder rapidement dans un temps imparti de manière continue et intensive. Le terme est parfois détourné pour désigner un même type d'évènement dans d'autres secteurs d'activité. Dans tous les cas, le hackathon s'appuie sur le principe d'Open Innovation.

Incubateur : Lieu d'hébergement de jeunes entreprises de leur création à leurs 3 ans. Son objectif est d'offrir un endroit sain dans lequel le projet ou l'entreprise peut se développer sereinement, généralement moyennement un loyer minoré ou gratuit. Il propose également des services d'accompagnement et de mise en réseau avec l'écosystème de l'entreprise accueillie. Les incubateurs peuvent être fondés selon des thématiques précises (FinTech, ESS, startup innovantes etc.)

Innovation : Nouveauté en recherche constante d'améliorations à apporter à l'existant. Le terme est le plus souvent utilisé pour parler d'une rupture technologique, mais elle peut aussi être sociale ou opérationnelle. On la différencie de l'invention

par sa diffusion auprès du public

Innovation radicale : Nouveauté qui apporte un bien ou un service entièrement nouveau à la fois pour l'entreprise et le marché.

Innovation de rupture : Innovation technologique qui consiste à remplacer le bien ou le service dominant du marché par la nouveauté.

Innovation incrémentale : Innovation qui améliore l'existant

Invention : Nouveauté en rupture avec l'existant. Elle devient une innovation lorsqu'elle est mise sur le marché et diffusée au public.

Jeune Entreprise Innovante (JEI) : Statut accordé aux projets qui investissent dans la R&D qui permet l'obtention de réductions fiscales et sociales des PME.

Jeune Entreprise Universitaire (JEU) : *Se référer à Jeune Entreprise Innovante mais concernant des projets universitaires.*

Licorne : Terme désignant une startup dont la croissance a été telle qu'elle est valorisée à un milliard d'euros ou plus. Il y a environ 600 licornes dans le monde dont 13 en France (parmi lesquelles BlaBlaCar, Deezer, DoctoLib, OVH)

Living lab : Méthode valorisant l'open innovation où le grand public (utilisateur, habitant, usager etc.) est considéré comme un acteur clef du processus d'innovation. La réflexion est alors réalisée avec les consommateurs, les entreprises, les collectivités etc. afin d'aboutir à des produits et services nouveaux.

Open Innovation : L'Innovation ouverte fait intervenir la notion d'intelligence collective en permettant à des tierces personnes de participer à tout ou partie des processus qui feront naître ensuite la nouveauté.

Pépinière : Lieu d'hébergement d'une entreprise qui intervient après l'incubateur. Elle propose un lieu de travail à un coût attractif ainsi que des services d'accompagnement personnalisés. Comme les incubateurs, les pépinières peuvent être sectorielles.

Startup : La « Jeune pousse » désigne les jeunes entreprises au modèle économique innovant. Rentable seulement à long terme (à partir de 3 à 5 ans après sa création), elle est souvent fondée dans l'optique d'être revendue ou intégrée à une plus grande entreprise. Twitter, Airbnb, Uber ou encore Blablacar sont considérées comme des startups.

STRATEGIES

Lean Canvas : Outil issu du Lean Startup qui prend la forme d'un schéma afin d'accompagner la réflexion autour des grands axes de l'activité d'une entreprise. Généralement utilisé lors du lancement d'un projet, il peut aussi servir lors du lancement d'une nouvelle offre ou d'un revirement stratégique.

Lean Startup : Approche spécifique au lancement d'un projet d'entreprise conçue selon le principe d'itération jusqu'à l'obtention du succès. Autrement dit, elle consiste à la mise en place d'une idée, à la mise sur le marché de son PMV, à la mesure des résultats puis à un nouvel essai si ceux-ci ne sont pas concluants.

Océan rouge / Océan bleu : Stratégie présentée dès 2004 par W. Chan Kim et Renée Mauborgne. Elle met en opposition deux choix stratégiques possibles par les entreprises :

- **Evoluer dans l'Océan rouge** : Se situer sur le marché principal mêlée aux autres entreprises. Dans ce cas, la concurrence, généralement féroce, mène des actions, frontales ou non, dans l'objectif de faire tomber les adversaires.
- **Accéder à l'Océan bleu** : Accéder à un marché inexploité, un marché de niche, où la concurrence n'existe pas ou très peu. Cela peut signifier bouleverser son modèle économique, sa stratégie, son organisation, ce qui permet à l'entreprise d'évoluer dans un environnement plus serein, propice à sa croissance.

Produit Minimum Viable (PMV ou MVP) : Aussi appelé le « Minimum valuable product », il fait référence à l'étape du Lean Startup qui consiste à lancer un nouveau produit ou service sous sa version la plus simple, basique. Cette V1 ne sera pas la meilleure ni la plus élaborée mais elle permettra à l'entreprise de tester son offre et d'amorcer son développement. C'est par exemple souvent le cas d'un site internet qui évolue régulièrement.

Proof of concept (POC) : La preuve du concept consiste à tester la faisabilité d'un produit en le mettant directement face aux consommateurs sur le marché.

MODELE ECONOMIQUE

Abonnement : Engagement d'un client sur une période donnée qui peut amener des réductions.

Affiliation : Système d'échange ou de partenariat entre un annonceur et un affilié appelé le diffuseur. Ce dernier prend l'engagement d'afficher sur son média (site ou blog) les offres commerciales de l'annonceur moyennant différents modes de rémunération.

Business model : *Se référer à « modèle économique »*

Cash back : Réductions proposées en ligne chez les sites marchands partenaires via l'affiliation. Cette réduction est appliquée après l'achat sous la forme d'un remboursement du consommateur sur un compte ou une cagnotte en ligne.

Economie circulaire : Production de biens et des services de manière durable. Elle fait primer le principe d'efficacité plutôt que d'efficacités en limitant la consommation et le gaspillage des ressources et la production des déchets. L'économie circulaire repose sur 7 piliers selon lesquels chaque ressource doit être pensée pour durer ou d'être réutilisée plutôt que considérée comme un déchet.

Don : Produit ou service offert pour le faire découvrir, tester.

Enchères : Système d'achat supérieur à la mise à prix initiale ou aux autres offres réalisées. Le prix dépend de l'offre et de la demande du bien sur le marché à l'instant T de sa mise en vente.

Fidélisation : Système de réduction sur un achat futur pour générer une relation durable avec son client.

Freemium : Stratégie commerciale qui consiste à proposer une partie de son offre gratuitement, en libre accès, pour attirer le client puis à proposer des options supplémentaires payantes.

Leasing : Location avec option d'achat sur le bien loué.

Location : Action de donner ou de prendre moyennant un loyer.

Modèle économique : Le « business model » est le plan de la création de richesse d'une entreprise. Il définit la façon dont une activité génère du chiffre d'affaires. Une même entreprise peut avoir différents modèles économiques.

Remise : Réduction sur des achats groupés.

Silver economy : « Silver » fait référence aux seniors, c'est-à-dire les personnes de plus de 60 ans. La silver economy est donc un terme utilisé pour définir les entreprises dont l'activité est orientée vers cette cible.

Troc : Echange d'un produit contre un autre d'une valeur égale ou supérieure.

Yield management : Optimisation du remplissage et du chiffre d'affaires en fonction de plusieurs critères (saisons, disponibilités, etc.). Par exemple, les billets d'avion sont plus bas en basse saison, lorsqu'ils sont pris très en amont du voyage ou en dernière minute.

Uberisation : Modèle économique issu de l'entreprise Uber fondé sur la confrontation des outils digitaux face aux modèles économiques plus traditionnels. L'utilisation de plateforme digitale et d'applications mobiles s'appuie sur le principe de réactivité en temps réel des utilisateurs pour la mise en relation directe du consommateur et du prestataire.

MARKETING ET COMMUNICATION

Abandonniste : En marketing, le terme désigne un acheteur potentiel qui abandonne le processus d'achat dans lequel il était engagé.

Atelier expérience : Atelier découverte organisé par une entreprise pour faire découvrir sa marque, ses produits ou ses services.

Benchmark : Etude du marché du secteur d'activité de l'entreprise. Plus précisément, le benchmark consiste en l'analyse d'acteurs ou d'offres d'un même secteur.

Crowdfunding : Le financement participatif, ou traduit littéralement « le financement par la foule », est une méthode de financement qui consiste à recueillir des fonds auprès d'un large public. Le projet est présenté sur une plateforme dédiée permettant aux acteurs privés convaincus d'investir, généralement en échange d'une contribution à la hauteur de leur participation.

Le Crowdfunding est également un très bon outil de communication. Bien orchestrée, la campagne permet de faire connaître un produit ou service avant même qu'il ne soit créé ! Par ce biais, une première communauté d'Early Adopters peut se former.

Co-construction : Démarche participative consistant à intégrer une partie prenante dans le processus de création de l'offre.

Concours / Tombola : Méthode qui facilite la prise de contact grâce à un système de tirage au sort tout en permettant de développer sa notoriété.

Data store : Le « dépôt de données » est un terme générique qui désigne l'ensemble des systèmes de récupération et de traitement de données. Il va donc bien au delà de la base de donnée, ou data base.

Data marketing : Marketing fondé sur le recueil de données clients et leur analyse afin d'adapter la stratégie offre, prix et distribution en fonction des résultats de celle-ci. Ce concept s'est développé au fur et à mesure que le digital a progressé.

Drive / Drive piéton : Moyen de retrait facilité en voiture ou à pied.

Engagement : L'engagement dans l'entrepreneuriat revêt plusieurs formes : la capacité d'une entreprise à s'impliquer de manière éthique et durable, le processus d'implication des collaborateurs à l'activité ou en communication, la propension des individus à interagir avec l'entreprise. Dans ce dernier cas, le terme est très souvent relié à l'activité des réseaux sociaux.

E-réputation : L'e-réputation reflète la réputation de l'entreprise dans le monde digital. Elle peut être positive ou négative et ainsi influencer les ventes. L'e-réputation dépend beaucoup de la communication adoptée par une marque, mais peut également évoluer en fonction du contenu publié par les internautes.

Gamme : Ensemble de produits qui relèvent d'une même catégorie ou d'une partie de l'offre de l'entreprise.

- **Largeur de gamme** : Définit le nombre de produits différents d'une même gamme
- **Profondeur de gamme** : Définit les variantes d'un même produit selon sa taille, son prix, ses options etc.

Guerilla marketing : Ensemble d'actions marketing non-traditionnelles utilisées par les marques pour se démarquer de manière créative. Le plus souvent, la guerilla marketing est utilisée par une enseigne qui n'a pas les moyens d'utiliser les canaux marketing conventionnels ou qui souhaite sortir des sentiers battus de la communication. Il est question de surprendre le consommateur à travers de petites actions de communication différenciées plutôt qu'une grande campagne de pub.

Marketing : Le marketing comprend l'ensemble des moyens d'actions employés pour vendre un bien ou un service et augmenter sa valeur perçue. Il inclut la stratégie des 4P (prix, produits, promotion et place) mais également plusieurs sous-branches tels que le data marketing, le marketing expérientiel, ou encore l'e-marketing. Il représente un outil indispensable pour se faire connaître du public et se démarquer de la concurrence.

Marque : Juridiquement, la marque est défini comme «un signe servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale de ceux d'autres personnes physiques ou morales ». Elle est donc l'incarnation de l'activité ou d'une des activités d'une entreprise. Dans un sens marketing, la marque reflète l'identité, la personnalité des produits à travers les valeurs qu'elle véhicule, son image etc.

Marque coach : Marque qui accompagne le consommateur dans l'atteinte d'un but précis, souvent sur le thème de la santé, de l'éco-responsabilité ou du bien-être par exemple.

Merchandising : Issus du marketing, le merchandising consiste en l'agencement d'un produit, sa mise en avant. En rayon ou en vitrine, la mise en avant d'un produit ou service est indispensable pour convaincre un consommateur d'entrer dans une boutique, y rester et acheter.

Mission : Raison d'être de l'entreprise, ce pour quoi elle se bat et les raisons qui dirigent l'ensemble de ses actions passées, présentes et futures.

Multicanal : Utilisation de différents canaux de diffusion, ou supports, en simultanée pour atteindre le client. Pour être efficace, la stratégie multicanale doit adapter ses actions à chaque support qu'elle décide d'utiliser.

Omnicanal : Stratégie qui consiste à utiliser l'ensemble des canaux de diffusion possible pour atteindre le consommateur. Le terme omnicanal est en quelque sorte le stade supérieur de la multicanalité.

PESTEL : Système d'analyse de l'écosystème d'une entreprise à travers 6 dimensions qui peuvent avoir une influence sur l'activité : Politique, Economique, Sociologique, Technologique, Environnementale, Légale.

Phygital : Activité qui permet l'interaction de la réalité physique avec le digital. Une boutique peut par exemple installer des bornes digitales pour informer la clientèle à propos produits en rayon.

PLV : La Publicité sur le Lieu de Vente désigne les différentes actions employées en boutique pour valoriser les marques et/ou les produits. L'objectif est d'attirer l'attention sur un point en particulier dans la boutique pour encourager l'acte d'achat. La PLV peut notamment se manifester par l'utilisation de présentoirs ou d'affiches, d'annonces radio en magasin, de bornes interactives etc.

Promesse : La promesse consiste à décrire en une ou deux phrases simples le bien ou le service proposé par l'entreprise ainsi que les cibles auxquelles il est destiné. Elle est censée être stable dans le temps et marquer la différence entre l'entreprise et ses concurrents.

Story / Stories : La story (ou les stories) permettent le partage d'informations ponctuelles ou quotidiennes sur les réseaux sociaux. Elles sont accessibles par tous, même aux non-abonnés, dès lors que vous choisissez de les rendre publiques.

Surprise : Vecteur d'émotions et d'engagement. Le Marketing de la surprise permet de ré-enchanter et incite à la mémorisation grâce à un stimuli cognitif. Un cadeau joint à une commande ou une boisson offerte dans un restaurant amélioreront l'expérience client et donc sa fidélisation.

Théâtralisation de l'offre : Pratique commerciale qui consiste à installer une atmosphère positive à travers la mise en scène d'un produit ou d'un service. Elle a pour objectif de déclencher l'acte d'achat grâce à une ambiance récréative, pédagogique ou encore euphorisante.

Théâtralisation du point de vente : Pratique commerciale qui consiste à convaincre le client d'entrer en boutique même si ce dernier n'a pas l'intention précise d'acheter.

Cette théâtralisation peut être ponctuelle, saisonnière ou permanente.

User generated content : Le « Contenu généré par l'utilisateur » se réfère à un média dont le contenu est directement influencé ou produit par les utilisateurs eux-mêmes. Par exemple, de nombreux comptes Instagram utilisent cette méthode pour faciliter la recherche de contenu et augmenter les partages.

Vache à lait : Cette appellation est tirée de l'un des quatre concepts de la matrice du BCG (Boston Consulting Group). Elle définit un produit ou service dont la part de marché reste élevée, même sur un marché en récession.

Valeur perçue : La valeur perçue représente la valeur que l'on apporte à un produit ou service au-delà de sa dimension financière. Il est parfois question de « prix psychologique » soit le prix que le consommateur est prêt à payer en échange des caractéristiques particulières liées au produit. Celui-ci peut par exemple jouer sur une dimension écoresponsable et sociale ou encore une expérience client pour augmenter sa valeur perçue.

Veille : La veille représente le fait de rester en alerte sur l'actualité du secteur d'activité de l'entreprise (tendances du marché, évolution des concurrents, état de la réputation etc.). La veille peut être stratégique ou encore concurrentielle par exemple.

Vitrine interactive : Vitrine qui facilite l'interaction avec le consommateur en réagissant à son environnement extérieur. Elle est comparable à une borne digitale installée dans la vitrine d'une boutique mais tournée vers l'extérieur afin d'interagir avec les passants. Souvent visuelle, elle peut être aussi tactile ou sonore et réagir aux mouvements de la rue.

CIBLES

Cible : Avant d'être client ou prospect, un individu peut être la cible de l'activité d'une enseigne. Identifier une cible revient à identifier le client potentiel que l'enseigne souhaite toucher.

Cœur de cible : Part du marché particulièrement concernée par l'offre de l'entreprise. Le cœur de cible représente les premiers consommateurs qui vont être intéressés et touchés par le produit, le service ou la campagne de communication lancés par l'enseigne.

Digital mum : Mère de famille active entre 25 et 49 ans. Elle a peu de temps libre et est très connectée. Elle vit majoritairement en région urbaine.

Early adopters : un « adopteur avant-gardiste » est un consommateur appartenant au cœur de cible d'une entreprise qui est l'un des premiers à faire confiance au produit ou au service.

Génération Y : Aussi appelée Digital native ou Millenials, elle désigne la génération née entre 1980 et 1996, c'est-à-dire la génération Y. Il s'agit de la génération qui a grandi avec le développement des nouvelles technologies et de la transition écologique.

Génération Z : Née à partir de 1996 (ou 2000 selon les auteurs), il s'agit de la génération qui entre à peine sur le marché du travail où n'y est pas encore. Surnommée paradoxalement "génération silencieuse" et "génération C" pour Communication, Collaboration, Connexion et Créativité. La Génération Z est hyperconnectée et majoritairement tournée vers les médias où les sphères privée et publiques s'entrecroisent.

Génération Alpha : Génération qui succède la génération Z.

Influenceur : Statut ou véritable métier apparu avec l'essor des réseaux sociaux. Professionnel ou non, un individu s'est spécialisé dans une thématique et délivre des conseils ou des recommandations. Il devient un véritable prescripteur auprès de son audience. Cette personne représente un véritable levier d'actions et de communication pour les marques.

Millennials : *Se référer à Génération Y*

Quincados : Personne quinquagénaire dont l'attitude se rapproche de celle des adolescents, c'est-à-dire qui souhaite profiter de la vie, rester jeune, faire fi des

contraintes et des responsabilités.

Sellenials : Millennials jonglant entre innovation et nostalgie. Ils repensent leurs modes de consommation en remettant au goût du jour les codes des séniors comme par exemple remettre les recettes de grand-mère sur le devant de la scène du bien-être et de la santé.

Liste non-exhaustive de profils cible existants :

Touristes - Célibataire actif – Famille recomposée – Epicurien – Citoyen engagé – L'impatient – L'économe – Seniors – Adolescents – Famille mono-parentale

TENDANCES

Care and cure : Pratique de consommation orientée vers le bien-être et la santé de soi.

Do it yourself (DIY) : Le "Fais-le toi-même", ou DIY, est une pratique qui consiste à fabriquer soi-même les produits quel que soit leur domaine (santé, beauté, mode, alimentaire etc.). Des enseignes ont profité de cette tendance pour proposer des offres de kits à faire soi-même.

Collaboratif : Travail ou période d'idéation en groupe où chacun met à disposition ses connaissances et compétences en faveur de la réussite du projet commun.

Désirable : Dit d'un produit ou service qui est attendu sur un territoire, pour lequel il existe une attente de la part des consommateurs.

Durable : Dit d'un produit ou service qui a vocation à durer dans le temps et donc à réduire son impact écologique.

Eco-tourisme : Forme de voyage responsable dont le respect de l'environnement est au cœur des préoccupations. Il s'agit d'une démarche engagée en faveur du développement durable et de la protection du patrimoine culturel et naturel de la zone visitée. Cette forme de tourisme est orientée vers la découverte de l'écosystème et la participation à l'économie locale.

E-learning : Appellation qui englobe les différents moyens de se former grâce à des outils numériques et leur accès à internet. Il intègre les notions de webinaires, de MOOC, tutorat en ligne etc. et permet généralement d'obtenir une certification.

Éthique : Qui a le sens de la moral. Un produit éthique répond à des critères sociaux et environnementaux spécifiques en faveur du développement durable et de la RSE d'une entreprise.

Fair trade : Le « commerce équitable » définit une activité commerciale respectueuse de l'environnement, de l'emploi et/ou en lien avec l'un des dix.

objectifs fixés par l'ONU.

Fluidité : Processus spécifique mis en oeuvre pour faciliter l'expérience client en limitant au maximum les contraintes qu'il peut rencontrer lors de l'accès ou de l'utilisation du produit ou service.

Localisme : Culture d'un territoire accompagnée d'un sentiment d'appartenance.

Locavore : Consommation de produits locaux.

Minimalisme :

- Tendence fondée sur le minimalisme et le retour à l'essentiel. Simplification parfois extrême d'un bien ou d'un service pour que celui-ci ne soit utilisé que dans le but utilitaire pour lequel il a été créé. Cette tendance se retrouve notamment en design et architecture et amène la notion de "pureté" ou encore de "simplicité".
- Tendence de consommation qui consiste à réduire les achats à l'essentiel.

New Age : Développement spirituel individuel fondé notamment sur la croyance en la philosophie de la Nature. Les théories de Gaïa par exemple considèrent la Terre comme une entité à part entière et autorégulatrice.

Nomadisme : Tendence de consommation au jour le jour conformément au mode de vie du client nomade. Il est nécessaire de prendre en compte ses déplacements pour adapter l'offre et la communication.

Transparence : Ligne directrice d'une enseigne qui consiste à être entièrement honnête sur son offre (provenance des produits, méthode de conception, composants etc.) ; rien à cacher, tout à (dé)montrer.

Résilience : Capacité à rebondir ou à résister à un changement radical de situation de manière à retrouver sa situation initiale.

Liste non-exhaustive de tendances supplémentaires existantes :

Bio - Design - Esthétique

TECHNOLOGIES

Algorithme : Terme mathématique désignant un programme qui traite des données en calculant un ensemble fini et ordonné d'opérations. Suite à une requête, ce traitement de la donnée aboutit aux résultats les plus pertinents.

Big data : Concept permettant de stocker toutes les données clients recueillies au cours de l'activité de l'entreprise.

Chatbot : Système de messagerie automatique tenue par un logiciel robot qui entretient un dialogue avec l'utilisateur afin de répondre au mieux à ses interrogations.

Communication en Champ Proche (CCP) : Technologie de communication permettant à deux appareils d'interagir ensemble jusqu'à 10cm de distance. La CCP concerne par exemple le système de paiement sans contact.

CRM : Le « Customer Relationship Management » est un dispositif numérique à destination de la gestion de relation client. Il regroupe l'ensemble des informations des clients (database) ainsi que les outils techniques pour gérer la relation au quotidien.

Cleantech : *se référer à Greentech*

E-paiement & E-réservation : Paiement réalisé par voie numérique.

Fablab : Contraction de « Fabrication Laboratory » qui désigne un lieu donnant l'accès aux nouvelles technologies ainsi qu'aux formations nécessaires pour les utiliser. Il s'adresse généralement aux entrepreneurs désireux de construire un produit test, aux designers, artistes, hackers etc. C'est souvent un lieu à part entière ouvert au public qui peut aussi être privatisé, notamment dans un incubateur par exemple.

FinTech : Contraction de « Financial Technology » désigne les TPE, PME et startups donc l'activité concerne les nouvelles technologies dans le domaine de la finance.

GreenTech : Egalement appelées "cleantech", le terme regroupe l'ensemble des services industriels qui optimise l'utilisation des ressources naturelles, eau, énergie et matières premières dans un souci d'écoresponsabilité.

Intelligence Artificielle (IA) : Simulation de l'intelligence humaine par des machines grâce à l'association de différentes technologies et techniques.

Imprimante 3D : Imprimante qui permet de réaliser, construire, des objets dans

divers matériaux.

MOOC : Massive Open Online Course, ou "Cours en ligne ouvert et massif", est l'appellation employée pour décrire les cours en ligne accessibles gratuitement après inscription sur des plateformes dédiées.

Near Field Communication (NFC) : *Se référer à Communication en Champ Proche (CCP).*

Objet connecté : Objet relié à internet.

Open data : Les « Données ouvertes » sont des données en libre accès, non-soumises aux droits de la propriété intellectuelle. L'open data existe dans tous les domaines et permet d'une part de faire progresser la connaissance dans ceux-ci, et d'autre part d'aider le public qui n'a pas toujours la possibilité d'avoir accès aux technologies les plus avancées.

Podcast : Contraction d'iPod et broadcast (diffusion), le terme définit le mode de diffusion d'un enregistrement audio. Historiquement conçu pour s'écouter sur un baladeur, le podcast peut désormais facilement s'écouter sur diverses plateformes internet.

Réalité virtuelle : Simulation d'un monde entièrement ou en partie artificiel dans lequel est plongé l'utilisateur. L'immersion se fait grâce à des casques de réalité virtuelle ou encore dans des salles entières. Dans le monde professionnel, la réalité virtuelle est par exemple utilisée par les agences immobilières pour faire visiter virtuellement des appartements.

Réalité augmentée : Superposition d'éléments artificiels sur la réalité via des moyens technologiques. Il s'agit généralement de l'incrustation d'un objet virtuel dans la réalité. La réalité augmentée a permis l'émergence de nouveaux styles de jeux vidéos (exemple : Pokemon Go) mais est aussi utilisée notamment dans le tourisme pour montrer une version antérieure des lieux visités.

Smart data : Les "données intelligentes" consistent à réaliser un traitement d'informations obtenues grâce à la big data afin de s'en servir lors d'opérations marketing ou de la mise en place de la stratégie de l'entreprise.

Streaming ou Live streaming : Technique de diffusion de vidéos hébergées et accessibles directement sur internet. La vidéo peut être filmée en direct.

INDEX

A

Abandonniste 9
Abonnement 7
Accélérateur 3
Affiliation 7
Algorithme 17
Approche systémique 3
Atelier expérience 9

B

Benchmark 9
Big data 17
Business Angel 3
Business model 7
Business plan 3

C

Care and cure 15
Cash back 7
CCP 17
Chatbot 17
Cible 13
Cleantech 17
Cluster 3
Co-construction 9
Cœur de cible 13
Collaboratif 15
Communication en Champ Proche 17
Concours 9
Couveuse d'entreprise 3
Coworking 3
CRM 17
Crowdfunding 9

D

Data marketing 9
Data store 9
Désirable 15

Digital mum 13
Disruption 4
DIY 15
Do it yourself 15
Don 7
Drive 9
Drive piéton 9
Durabilité 4
Durable 15

E

Early adopters 13
Economie circulaire 7
Ecosystème 4
écosystème d'affaires 4
Eco-tourisme 15
Efficience 4
E-learning 15
Enchères 7
Engagement 9
E-paiement 17
E-réputation 10
E-réservation 17
Éthique 15

F

Fablab 17
Fair trade 15
Faisabilité 4
Fidélisation 7
FinTech 17
Fluidité 15
Freemium 7
French Tech 4

G

Gamme 10
Génération Alpha 13
Génération Y 13

Génération Z 13
GreenTech 17
Guerilla marketing 10

H

Hackathon 4

I

IA 17
Imprimante 3D 17
Incubateur 4
Influenceur 13
Innovation 4
Innovation de rupture 5
Innovation incrémentale 5
Innovation radicale 5
Intelligence Artificielle 17
Invention 5

J

JEI 5
JEU 5
Jeune Entreprise Innovante 5
Jeune Entreprise Universitaire 5

L

Lean Canvas 6
Lean Startup 6
Leasing 7
Less is more
Licorne 5
Live streaming 18
Localisme 16
Location 7
Locavore 16

M

Marketing 10
Marque 10
Marque coach 10

Merchandising 10
Millennials 13
Minimalisme 16
Mission 10
Modèle économique 7
MOOC 18
Multicanal 11
MVP 6

N

Near Field Communication 18
New Age 16
NFC 18
Nomadisme 16

O

Objet connecté 18
Océan bleu 6
Océan rouge 6
Omnicanal 11
Open data 18

P

PESTEL 11
Phygital 11
PLV 11
PMV 6
POC 6
Podcast 18
Produit Minimum Viable 6
Proof of concept 6

Q

Quincados 13

R

Réalité augmentée 18
Réalité virtuelle 18
Remise 8
Résilience 16

S

Sellenials 14

Silver economy 8

Smart data 18

Streaming 18

Surprise 11

T

Théâtralisation de l'offre 11

Théâtralisation du point de vente 11

Tombola 9

Transparence 16

Troc 8

U

Uberisation 8

User generated content 12

V

Vache à lait 12

Valeur perçue 12

Veille 12

Vitrine interactive 12

Y

Yield management 8



MON CENTRE VILLE A UN INCROYABLE

COMMERCE

leboncoin



CONTACTS

AUXILIA

CONSEIL EN TRANSITION

Hervé Bolard

Directeur de projet

herve.bolard@auxilia-conseil.com

Anthony Puppo

Chef de projet

anthony.puppo@auxilia-conseil.com

Julia Guérin

Consultante

julia.guerin@auxilia-conseil.com



Pierre Alzingre

Fondateur

pierre@visionari.fr

Renseignements sur

moncommerce-centreville.com