



] of the box [

Think Out est une société de conseil spécialisée dans les médias et la presse qui appuie son expertise sur les études qualitatives, la veille et l'innovation.

Nos champs d'actions recouvrent tous les secteurs de la presse écrite :

- Presse magazine grand public
- Presse quotidienne nationale et régionale
- Presse professionnelle spécialisée
- Consumer magazines
- Journaux d'entreprise

La vocation de notre société

Aider les acteurs de la presse à :

- Perfectionner ou faire évoluer leurs titres dans leur contenu ou leur expression graphique.
- Positionner et installer leurs titres dans un univers concurrentiel de plus en plus dense et mouvant.
- Innover en matière éditoriale par une meilleure compréhension et une plus grande anticipation des comportements et des attentes du public.
- Faire face aux mutations du secteur : modèles économiques en évolution (presse gratuite), primat de la marque, média sur des supports qui se multiplient (print, web, T.V.)

Notre credo

Vision

Une approche tournée vers le développement et l'émergence de nouvelles tendances : dans un environnement concurrentiel fort et sans cesse renouvelé, il faut savoir étonner les lecteurs et devancer ses concurrents. La veille et la prospective sont pour cela des outils fondamentaux.

Implication

Une expertise de la presse écrite fondée sur une solide expérience de terrain, en affinité avec les goûts personnels et la curiosité de chacun de nos consultants.

Sur-mesure

Une étroite collaboration avec les éditeurs et les journalistes pour être au plus près des volontés et des contraintes de la rédaction et de l'édition : la presse écrite repose sur un équilibre économique, social et technique complexe qu'il faut savoir appréhender en amont pour dresser des recommandations pertinentes et opérationnelles.

Des formats d'étude adaptés à la problématique de chacun : la compréhension d'un titre ne peut se faire dans des cadres pré-établis car chaque titre a une identité et une histoire qui lui sont propres.

Discernement

Une prise en considération attentive quoique circonspecte du discours des lecteurs pour distinguer le déclaratif du comportemental dans un domaine où la composante identitaire conduit souvent les lecteurs à des stratégies d'auto-valorisation.

Nos domaines d'intervention

Édition

- Études exploratoires sur les tendances sociétales pour aider au développement de nouveaux produits éditoriaux.
- État des lieux du marché et benchmark concurrentiel.
- Étude et validation de concepts éditoriaux.
- Lancement et positionnement de titres.
- Étude de numéros zéro / numéro 1.

Bilans de marque-média

- Audit interne de la rédaction : interviews pour sonder les volontés profondes à l'égard du titre.
- Étude de l'image de marque en émission.
- Étude de l'image de marque perçue par les lecteurs.
- Recommandations stratégiques sur le positionnement à venir.

Bilans de contenu

- Étude approfondie du titre : contenu rédactionnel, rubriquage, chemin de fer, codes graphiques...
- Élaboration de pistes concrètes d'évolution pour le titre.
- Accompagnement de la mise en œuvre auprès des équipes éditoriales et/ou rédactionnelles.

Valorisation publicitaire et études argumentaires

- Relation spécifique entre le support et son lecteur.
- Valorisation du titre par rapport à ses concurrents.
- Étude du titre comme "écrin publicitaire".

Promotion du produit presse

- Pré et post tests publicitaires : supports TV, presse ou affichage.
- Aide à l'élaboration de l'argumentaire publicitaire du titre.

Transposition de contrats de lecture

- Logique bi-médias avec le couplage magazine / Internet.
- Adaptation télévisuelle d'un magazine.

Méthodes et outils

Lors de chaque mission, le conseil structure et encadre l'ensemble de notre processus méthodologique

- En amont : audit des volontés internes de l'équipe éditoriale et/ou rédactionnelle.
- En aval : suivi des recommandations et de leur mise en pratique auprès des équipes éditoriales et rédactionnelles.

Pour élaborer nos recommandations, nous nous fondons sur une large palette d'outils ad hoc, en fonction de la problématique de notre client :

Sémio

L'analyse sémiotique des positionnements des titres à travers la méthode du contrat de lecture :

Étude du rubriquage, du chemin de fer, des éléments de mise en page, des codes graphiques et plastiques, des représentations visuelles, du style, du rapport texte/photos...

Quali

- Les formats standards : réunions de groupes classiques, groupes cadrés, triades, entretiens, observation ethnologique à domicile.
- Les groupes de pairs qui permettent une meilleure libération de la parole : une famille, un groupe d'amis.
- La saisie longitudinale : recueil et suivi auprès d'un groupe dans la durée.

Créa

- Réseaux d'experts (publicitaires, artistes, journalistes, stylistes) sur les tendances en matière d'idées et de formes.
- Groupes créatifs pour faire émerger de nouveaux concepts.

Web

- Analyse des réponses à des questions ouvertes.
- Recueil des données sur le web : analyse des forums des sites des titres.

La relation avec nos clients

Écoute

Nous mettons notre expérience et notre intelligence du monde des médias au service de nos clients pour les aider à définir et à préciser leurs problématiques dans un contexte précis.

Communication

Nous nous attachons à produire des résultats d'étude directement et facilement appropriables par les équipes éditoriales et rédactionnelles :

- Présentation attractive et vivante des résultats : mise en scène audiovisuelle du discours du lecteur, nombreuses illustrations.
- Présentation opérationnelle : mise en avant des décisions et des recommandations au sein du rapport ; langage concis et concret.

Suivi

Nous souhaitons accompagner nos clients au-delà des recommandations stratégiques, dans la prise de décision et le suivi de la mise en œuvre opérationnelle.

I ntervenants

Jean-Maxence GRANIER

Directeur et fondateur de Think-Out.
Ancien directeur de Sorgem Net & Médias, spécialiste des médias depuis 15 ans,
Qualitativiste et sémioticien,
Enseignant au CELSA.

Émilie RONCAL

Directrice d'études qualitatives.
5 ans d'expérience dans les médias.
A travaillé auparavant chez Publicis Consultants et Ipsos Médias.

Maël LE DÉLIOU

Consultante.
15 ans d'expérience en presse et en télévision.

Hermine SIGWALD

Chargée d'études,
Sémioticienne.

Anthony MATHÉ

Sémioticien.

Contact

Think-Out

187, rue du Temple
75003 PARIS

TÉL. : 01.48.05.32.58

FAX. : 01.43.57.82.45

www.think-out.fr

savoirplus@think-out.fr