

SYNTHESE DES SCENARIOS « LES NOUVEAUX MODELES DE REVENUS DU SELF DATA »

L'atelier du 7 octobre 2014, centré sur le marché Self Data et les modèles de revenus des services qui le composent, a permis une réflexion sur des possibles nouveaux modèles de revenus. En voici ici la synthèse, par contexte.

GRUPE CONTEXTE 1 : PRISE DE POUVOIR PAR LE CONSOMMATEUR.

Nom du service (fictif) emblématique du contexte : Cass' Action

Que peut faire un individu isolé lorsqu'il s'aperçoit que son agence immobilière lui a abusivement facturé de microfrais de gestion ? Ou que les prix affichés par le supermarché ne semblent pas toujours corrects ? Ou que la quantité affichée sur le sachet du produit n'est pas la bonne (il manque 5 grammes sur le paquet de café) ? Dans 99% des cas, l'individu se doute qu'il n'est pas la seule victime, mais que faire tout seul ? Lancer une Class Action ? C'est long et compliqué...

« Cass' Action » est un service destiné aux individus pour faciliter les class action.

Le service propose de lancer une Class action, sur un sujet de son choix. Le service va alors scanner une partie des données du « Personal Data Store » des autres inscrits (c'est-à-dire, les données que chacun accepte de partager). Le service alerte d'autres « victimes » (qui ne savent pas forcément qu'ils en sont une) et les invite à rejoindre la class action : « es-tu intéressé par l'idée de rejoindre cette action ? Tes données me disent qu'il t'est arrivé la même mésaventure ! ».

Acteurs clefs

- ❖ Les individus, qui se rendent compte individuellement qu'ils ont été floués
- ❖ Le service Cass' Action, qui joue le rôle de plate-forme : il propose soit aux clients de stocker (et traiter) de manière sécurisée une partie des données des clients, soit d'aller scanner les différents « espaces » dans lesquels les individus ont des données, pour leur compte.
- ❖ Les autres plates-formes sur lesquelles les individus ont des données (PDS)
- ❖ Les associations de consommateurs, qui vont se constituer partie civile une fois que le service a repéré qu'il était possible de mener une Class action
- ❖ Les marques, qui peuvent avoir intérêt à repérer au plus vite des dysfonctionnements (ou prévenir une « révolution » sur des pratiques abusives), ou souhaitent cultiver leur image de marque en soutenant le service

Sources du revenu : qui paye ?

- Les marques : évitent des procédures, augmentent la confiance de leurs clients en soutenant une plate-forme neutre. La marque paye en fait deux fois :
 - en versant une somme annuelle au service (adhésion)
 - en cas de « class action » qui la concerne, pour dédommager ses clients
- Les individus, dans une certaine mesure : ils concèdent une partie de leur dédommagement au service
-

Destinataire du revenu (qui est payé ?) :

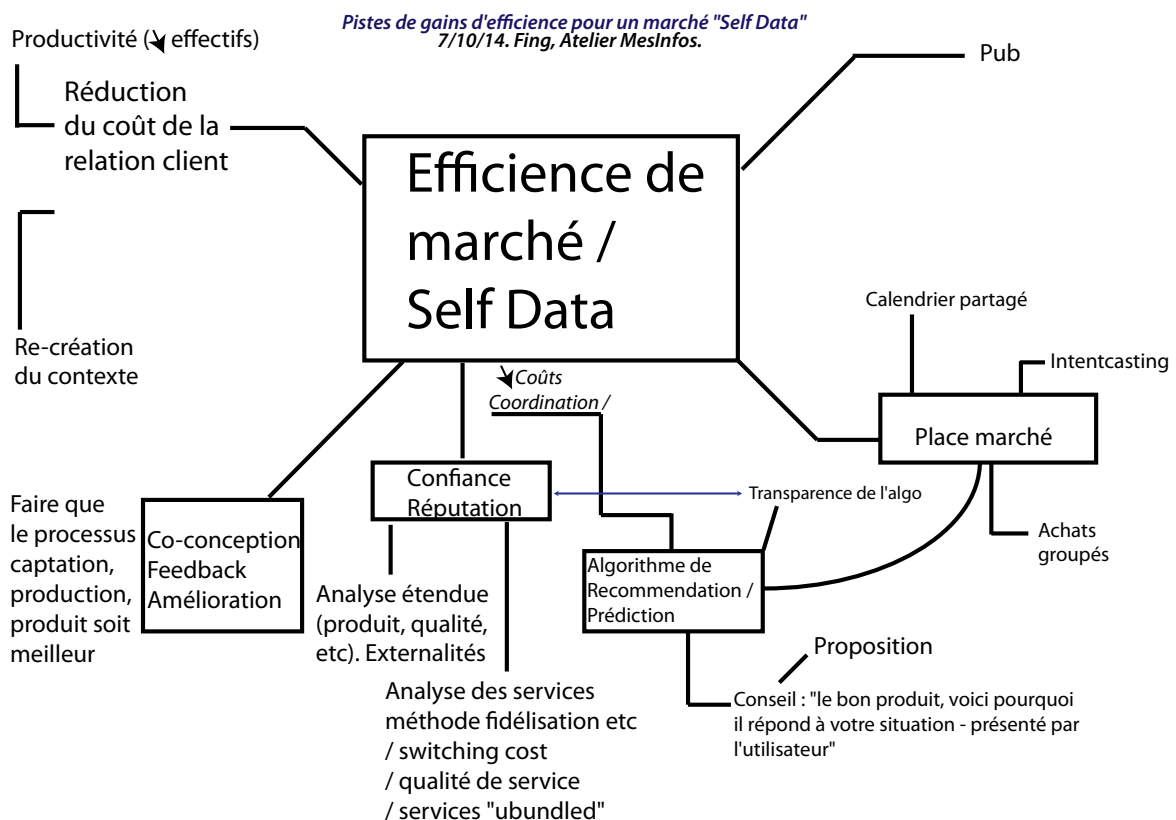
- Les individus (dédommagements)
- Le service : à la fois par les marques et par une commission prélevée sur le dédommagement
- L'association de consommateur, qui organise la Class Action, assure la partie juridique, se porte partie civile...
- On peut aussi imaginer que les autres plates-formes (PDS) soient rémunérées, car ils accordent un « droit de passage » ou « servitude » au service Cass' Action qui vient scanner ses données...

Qu'est-ce qui « casserait » si un tel service existait ?

- Le marché des avocats, qui auraient moins de dossiers individuels à gérer
- Des SSII, qui travaillent avec des marques peu scrupuleuses pour leur proposer des moyens pour flouer, de manière quasi-invisible, les consommateurs

GROUPE CONTEXTE 2 : MARCHES PLUS EFFICIENTS

Cartographie réalisée par le groupe pendant l'atelier pour évaluer les pistes de gains d'efficacité :



Nom du service (fictif) emblématique du contexte : Union Fédérale des Co-designers

L'Union Fédérale des Consommateurs (UFC-que choisir?) devient l'Union Fédérale des Co-designers (ou CrowdDesign). Au lieu d'intervenir en aval, cette Union intervient en amont pour améliorer la conception des produits, pour tous.



Les individus partagent volontairement leurs données personnelles. Cela permet de relever des traces d'usages qui sont croisées avec les contextes de ces usages.

En se basant sur ces croisements, l'Union va mettre en évidence les réels besoins et usages des consommateurs. Les entreprises pourront ensuite se baser sur ces données pour créer de nouveaux produits.

De plus certains de ces produits seront proposés aux individus afin qu'ils réalisent leurs choix (compétition entre entreprises). Il est également possible de laisser des commentaires, proposer des options de fabrication. Il s'agit donc d'une aide à l'innovation, aide qui se concrétise par des récompenses.

Acteurs clefs

- ❖ Un "patent officer" qui s'engage à vérifier et protéger la propriété intellectuelle des porteurs de projet sur le site du service.
- ❖ Les individus, qui partagent leurs données.
- ❖ Les départements R&D et Investissement des entreprises, qui proposent des projets sur le site en se basant sur les données partagées des individus.

Sources du revenu : qui paye ?

- Les départements R&D et Investissement des entreprises financent le service, car il leur permet de diminuer leurs coûts (sunk/management costs)
- Les individus peuvent financer les projets de produits portés par les entreprises (crowdfunding)

Destinataire du revenu (qui est payé ?)

- Le service, par les entreprises
- Les entreprises, par les individus qui participent à leurs campagnes de crowdfunding
- Les individus, reçoivent des récompenses pour leur participation aux campagnes de crowdfunding (ex : produit en avant-première, goodies...) et peuvent obtenir un produit qui répond à leurs situations, à leurs usages.

GRUPE CONTEXTE 3 : NOUVEAUX MARCHES

Nom du service (fictif) emblématique du contexte : CoachingProfessionnel

Proposer des orientations professionnelles, en se basant sur des données liées au parcours professionnel, mais aussi liées à la personnalité ; parvenir à proposer des choses qui me correspondent, mais également de l'inattendu. A terme, proposer une mise en contact avec des personnes ayant suivi la même orientation / réorientation.

Parmi les données utilisées

Données internet, mobile, réseaux sociaux

Données académiques, données liées aux activités professionnelles

Acteurs clefs

- ❖ Les utilisateurs, qui autorisent l'accès du service aux données (avec des permissions limitées dans le temps), et peuvent également fournir des data proactivement.



- ❖ Les fournisseurs de données : donnent accès aux données détenues sur les utilisateurs en silos, éventuellement via des partenariats légers
- ❖ Le fournisseur du service de coaching professionnel
- ❖ Eventuellement un autre acteur tiers, un PDS permettant à l'individu de stocker ses données et de donner l'accès à ces données à des services tiers

Sources du revenu : qui paye ?

L'utilisateur paye pour le service selon un mode Freemium, lorsqu'il est dans une situation proactive d'orientation ou de réorientation professionnelle : *"je souhaite changer de travail, créer mon projet, etc."*

Dans d'autres situations liées à des événements de vie, ce n'est pas lui qui paye :

- En fin de cursus scolaire, dans le cas d'un étudiant :
 - Le service peut être un complément aux services d'orientation de l'éducation nationale, est peut être financé en partie par le service public (Education Nationale, Enseignement supérieur...), qui peut le mettre à disposition des étudiants par l'intermédiaire des écoles, universités et établissements scolaires.
- Lors d'une réorientation professionnelle "subie" : licenciement, etc.
 - Le service peut être un complément aux services/suivis de Pôle Emploi, et peut-être également financé en partie ou tout du moins labellisé par l'administration.
 - Les entreprises qui licencient, ou dont les salariés effectuent un bilan de compétences, paient pour le service, qui, proposé à ces salariés, permet de réduire certains coûts liés aux RH (coût de formation, etc.) et d'accompagner le retour vers l'emploi ou le reclassement des salariés.

Les modèles de revenus de ce service sont donc hybrides :

- Des organisations peuvent payer pour obtenir en marque blanche la solution technique du service (l'algorithme), qu'elles peuvent utiliser en interne pour accompagner l'évolution professionnelle des salariés.
- Des organisations et acteurs tiers payent pour obtenir du conseil de la part du fournisseur de service qui sait analyser les tendances issues de son service.

Destinataire du revenu (qui est payé ?)

- Le fournisseur du service
- Les formations / entreprises indirectement (coûts évités)

Service complémentaire et/ou supplémentaire : Intermédiaire et gestion des droits d'accès

Permettre à l'individu de protéger ou gérer ses données, et d'en gérer les droits d'accès : qui a accès, pour combien de temps, etc.

Les acteurs clefs :

- ❖ Les utilisateurs, qui autorisent l'accès du service aux données (avec des permissions limitées dans le temps)
- ❖ Le fournisseur du service, tiers de confiance
- ❖ Le PDS de l'individu, dans lequel ses données personnelles sont stockées



- ❖ Les fournisseurs de services tiers, qui ont besoin d'accéder aux données des utilisateurs et demandent des permissions

Les sources du revenu :

L'utilisateur n'aura probablement pas un consentement à payer assez important pour ce type de service. Du freemium peut être adapté.

Ce sont probablement les fournisseurs de services tiers, qui paieront le gestionnaire des droits pour accéder aux données de l'individu.

GRUPE CONTEXTE 4 : NOUVEAU CHAMPS DE VALEUR POUR LES ORGANISATIONS

Ce groupe, centré sur les détenteurs de données et leur intérêt à partager/rendre les données aux individus a creusé des points qu'il sera nécessaire d'approfondir par la suite.

Moi entreprise je fais de la Self Data parce que :

1. la restitution conduit à plus de données récoltées. Le client se dévoile davantage
2. la restitution change la relation avec le client : plus de collaboration, plus de confiance, fidélisation qualitative.
3. je deviens plateforme, j'enrichis ma proposition de services via des apps de tiers
4. des clients me le demandent : la restitution devient le standard de fait
5. cela me permet de changer ma place sur le marché / réduire les intermédiaires