

Conférence

LES MÉDIAS INTERACTIFS

11 février 2016

La boîte interactive

L'interactivité à Montréal

- » métiers
- » programmes
- » importance sociale

Différentes façons d'exploiter l'interactivité

- » culturel : artistique ou social
- » commercial : marketing expérientiel

L'EXPÉRIENCE INTERACTIVE

De plus en plus, l'interactivité et l'art technologique mettent en valeur **différents espaces** en proposant une **mise en scène hors de l'ordinaire**. De la projection architecturale à l'habillage muséal, nous proposons une gamme variée de **services adaptés** à l'environnement et aux besoins.

Exemples :

- » IAIA-O <https://www.youtube.com/watch?v=QTsqFeBLAmQ>
- » 21 balançoires <https://www.youtube.com/watch?v=WaVEd1Kj8ok>

L'EXPÉRIENCE INTERACTIVE

Sortir du cadre

Perception et composition

Affordance :

- » toutes les possibilités d'actions sur un objet ou
- » la capacité d'un objet à suggérer sa propre utilisation. Par exemple, sans qu'il soit nécessaire de lire un mode d'emploi. On parle aussi d'utilisation intuitive d'un objet

Signalétique

Référents culturels

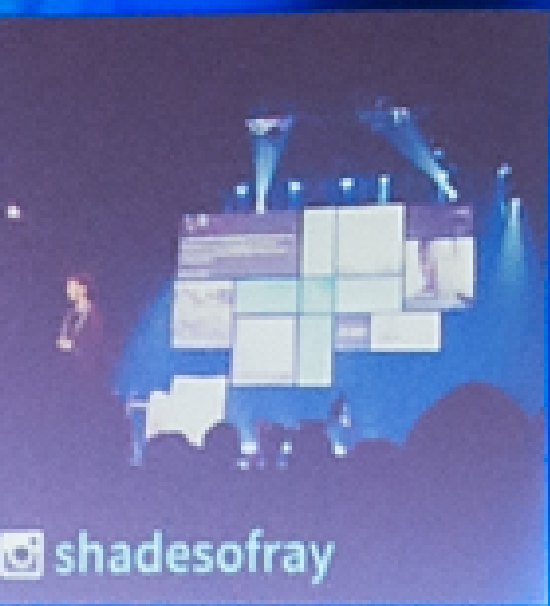
Aspect humain





RelaxInCanada: stlaurent_remax: Dans quelques minutes #millenya #mtl #montreal #mathieustlaurent & <https://t.co/mz7d9EoM5X>

MontrealOn



shadesofray



PARTICIPEZ AVEC
#MILLENYA



Danièle Henkel
@daniele_henkel
Conférencière, Entrepreneur, Dragonne, Fondatrice et Présidente Entreprises Danièle Henkel



LA FACE CACHÉE
DE LA POMME

MERCI À NOS PARTENAIRES!



LES RÉALITÉS DU DOMAINE

Éduquer sa clientèle

- » Prouver par l'exemple
- » Éduquer les gens à la valeur de l'interactivité et leur démontrer la pertinence et les impacts positifs (répercussions à moyen terme)
- » Fonction temps (minutes)/\$
- » Tous les bienfaits du marketing expérientiel, utilisation des réseaux sociaux, etc.
- » Marquer et sensibiliser

PROCESSUS D'INTERACTION

INTERPELLATION

- + Capter l'attention de l'interacteur
- + Mise en place de stratégies d'ambiance lumineuse et sonore

CONTACT INITIAL

- + Compréhension rapide du fonctionnement
- + Être intéressant et prenant
- + Interaction conséquente aux gestes demandés

PARTICIPATION

- + L'utilisateur parcourt l'installation interactive
- + Stimuler autant les participants que le public environnant
- + Contenu adapté et captivant
- + Miser sur un parcours enrichissant et positif

GRATIFICATION

- + Point culminant de l'interaction
- + Procurer une satisfaction personnelle
- + Véhiculer un message

PARTAGE

- + Favoriser le partage en ligne de l'expérience
- + Créer un sentiment d'appartenance avec votre organisation

L'EXPÉRIENCE INTERACTIVE

Forme « Less is better »

Expérience utilisateur

- » Favoriser une seule interaction et un seul point focal
- » Mettre en valeur l'interaction et l'expérience globale
- » Tous les détails sont importants

Technologie vs message

- » Éviter d'employer la technologie en vogue sans motif
- » Miser sur le message à véhiculer, choisir le moyen technologique qui rendra l'expérience possible
- » <http://lg2.com/fr/realisations/450/vous-avez-des-pouvoirs-magiques-creativite-media>

L'EXPÉRIENCE INTERACTIVE

Les répercussions

Les usagers, la collectivité et les plateformes sociales

Augmentation de la notoriété

- » On apprend à connaître une institution par les actions qu'elle pose

Sentiment d'accomplissement et d'appartenance

- » Un résultat positif à l'expérience = on en veut encore plus = on veut en apprendre davantage

Contact avec le public

- » Proximité avec le public permet de mieux le comprendre et l'analyser
- » Contact humain » le sentiment d'appartenance augmente

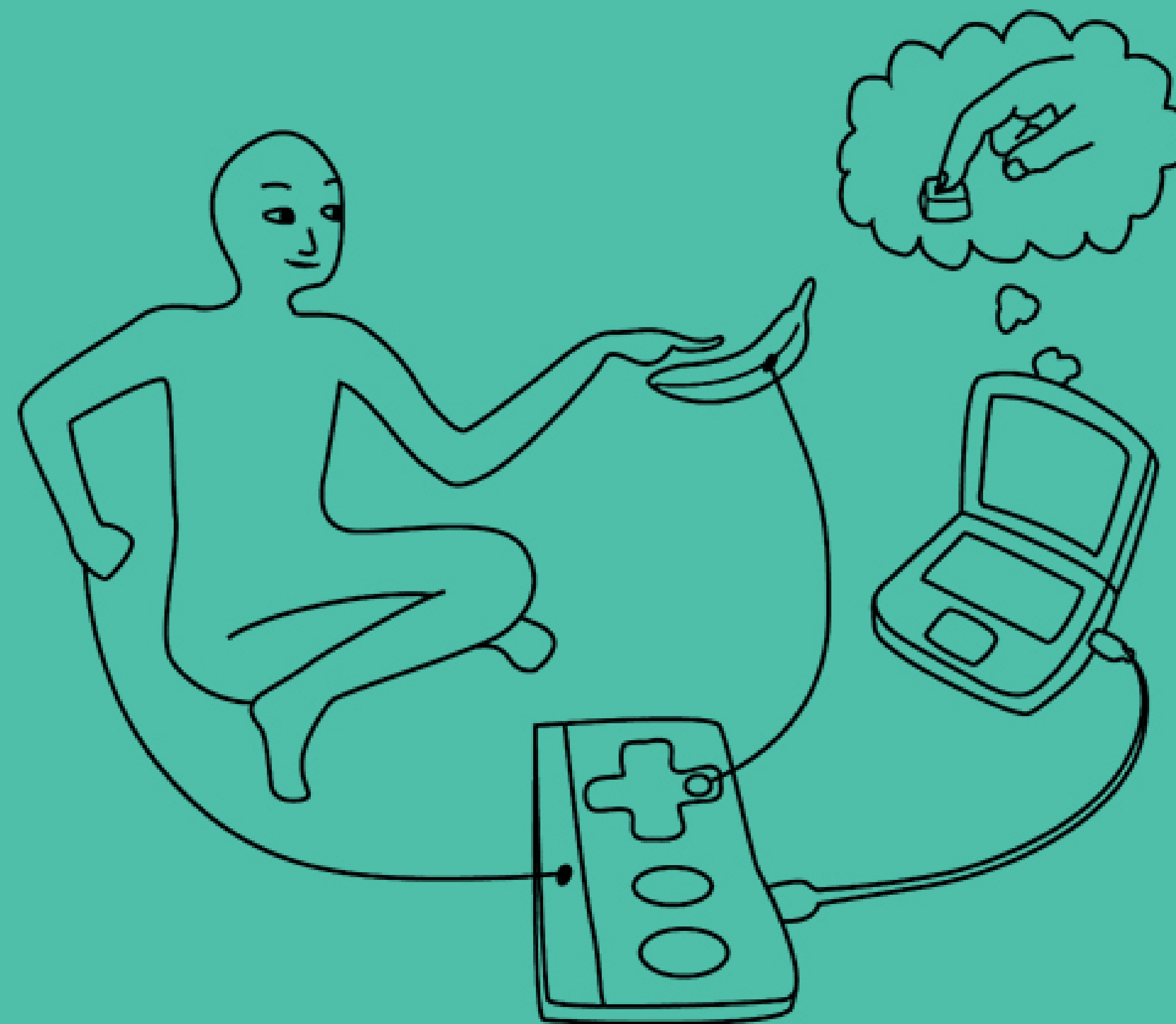
PITCH

Importance du visuel et démonstration

- » **On ne veut pas le savoir, on veut le voir !**
- » Vocabulaire
- » Éviter le vocabulaire spécialisé, vulgariser au maximum
- » Employer un champ lexical et une syntaxe positive !

MakeyMakey

C'est le moment
d'en parler!



Conférence

MÉDIAS INTERACTIFS

11 février 2016