



DOSSIER DE PRESSE

Vous cherchez, nous trouvons !

A large, stylized pink graphic element on the left side of the page, consisting of a thick, curved line forming a partial circle and three separate, rounded rectangular shapes of varying lengths and orientations, resembling a hand or a sunburst.

Contact presse :
Gilles REGAD
Tel : 04.50.43.24.74
E-mail : gilles.regad@trouvissimo.com



Sommaire

COMMUNIQUÉ D'OUVERTURE.....	3-4
SIGMALID EN QUELQUES MOTS.....	5-6
LES DIRIGEANTS.....	7-9
LES OBJECTIFS DE TROUVISSIMO.....	10-11
LE CONCEPT TROUVISSIMO.....	12-16
LES AVANTAGES DE TROUVISSIMO.....	17-18
LES CIBLES.....	19-24
QUE PENSENT-ILS DE TROUVISSIMO?.....	25-30
CONTACT PRESSE.....	31-32





COMMUNIQUÉ D'OUVERTURE





Vous cherchez, nous trouvons.

Lancement d'un nouveau service web : TROUVISSIMO

TROUVISSIMO est un service **gratuit** d'aide à la recherche d'informations en vue d'un d'achat, accessible depuis Internet. Ce service est un concept mis en place par la société SIGMALID, une SSII spécialisée dans les produits Innovation sur le web.

TROUVISSIMO a pour objectif de répondre à un réel besoin des internautes, qui ont souvent des difficultés à trouver la patience et le temps de trier ou chercher parmi les milliers de réponses que leur proposent les moteurs de recherche classiques.

Le concept TROUVISSIMO est composé de deux sites web :

- Un site grand public destiné aux internautes « demandeurs » qui posent leurs questions : www.trouvissimo.com
- Un site communautaire destiné aux « chercheurs » qui répondent aux demandes des internautes : www.trouvissimoandco.com.

Le site communautaire Trouvissimo&Co. est lancé depuis **début novembre 2010** et le lancement du site grand public (Trouvissimo.com) est prévu pour **début décembre 2010**.



SIGMALID EN QUELQUES MOTS





SIGMALID est une SARL de petite taille créée en janvier 2010. C'est une SSII spécialisée dans les produits innovants sur le web destinés au grand public. Elle est le fruit de la volonté de ses deux créateurs, qui souhaitaient se lancer dans la conception de produits.

TROUVISSIMO est le dernier né de SIGMALID. L'entreprise accorde beaucoup d'importance à l'innovation, ainsi, dans le département de R&D, on travaille déjà sur d'autres produits novateurs sur le web.

SIGMALID s'appuie sur une équipe jeune, qui, grâce à son dynamisme et sa motivation a pu lancer TROUVISSIMO en Novembre 2010.



LES DIRIGEANTS





Sébastien MERMET

Diplômé en 2002 de l'école d'ingénieur INSA de Lyon, Département Informatique il a tout d'abord occupé un poste d'ingénieur développement dans la société de services à Lyon, SOPRA Group. Durant 5 ans, il a fait plusieurs missions dans de grandes entreprises de la région lyonnaise (France Telecom, Arcelor Mittal) ainsi qu'en interne, sur un gros Progiciel Immobilier.

Il a ensuite rejoint ITC à Genève, International Trade Center branche de l'OMC, en tant qu'ingénieur développement.

Il est un des 2 cofondateurs de SIGMALID créé depuis janvier 2010.



Aurélien GISBERT

Diplômé en 2002 de l'école d'ingénieur INSA de Lyon, Département Informatique, il a tout d'abord occupé un poste d'ingénieur développement dans une société de services sur Genève, spécialisée dans les logiciels bancaires et la Business Intelligence. Durant 3 ans, il a pu réaliser plusieurs missions dans des banques privées de la place.

Il a ensuite rejoint la Banque Cantonale Vaudoise, en tant qu'ingénieur Business Intelligence, puis rapidement business analyst et Project manager sur des projets stratégiques dans la banque (dont la mise en place du MIS, Management Information System, budget de plus de 4 millions de CHF).

Il est l'un des 2 cofondateurs de SIGMALID créé en janvier 2010.



LES OBJECTIFS DE TROUVISSIMO





SIGMALID veut se positionner sur un service personnalisé, adapté aux besoins spécifiques des internautes. L'accent est porté sur l'aspect qualitatif grâce à l'intervention humaine. Il s'agit d'ailleurs d'un des axes principaux de différenciation de TROUVISSIMO.

TROUVISSIMO veut aussi véhiculer l'image d'un service à la personne poussé sur le web, avec une touche humaine et adaptée aux besoins de chaque utilisateur.

Objectifs de SIGMALID en quelques mots :

- ❖ Se positionner sur un projet innovant à forte valeur ajoutée pour les internautes
 - Des recherches plus simples grâce à la présence de chercheurs spécialisés dans des domaines spécifiques
 - Une réponse précise et personnalisée pour le demandeur
- ❖ S'imposer comme la référence en service de recherche sur le net assistée par l'humain
- ❖ Faire de Trouvissimo un projet rentable à moyen terme



LE CONCEPT TROUVISSIMO





Le concept TROUVISSIMO :

Statistiques révélatrices du besoin actuel sur le marché français :

- Il y a 35 millions d'internautes en France
- 50% ont moins de 50 ans
- 1/4 utilise quotidiennement Internet
- L'objectif de ces connexions c'est la recherche d'information
- 70% des internautes réalisent des achats en ligne
- 24 millions de cyberacheteurs en France
- 11.4 millions de mobinautes en France
- 34% des mobinautes surfent sur internet pour la recherche d'information
- 100% sur 400 personnes interrogées effectuent systématiquement des recherches avant d'acheter.

SIGMALID a pu constater qu'il existait une réelle demande de la part des internautes pour un produit web tel que TROUVISSIMO.

Tandis qu'un moteur de recherche est mono-tâche et ne s'adapte pas aux besoins de chacun, TROUVISSIMO apporte une réponse personnalisée à chaque demande. Un moteur de recherche ne peut pas remplacer le bon sens que possède l'être humain.

TROUVISSIMO se pose en tant que moteur de recherche 100% humain qui permet de conseiller et d'orienter tous ceux ou celles qui trouvent les recherches sur le net pénibles et fastidieuses.



TROUVISSIMO est un **service web gratuit d'aide à la recherche d'informations en vue d'un acte d'achat.**

Ce site web a pour objectif de répondre à un réel besoin des utilisateurs qui croulent sous des informations dont la pertinence laisse parfois à désirer.

- Site web grand public proposant à l'utilisateur de pouvoir confier à une communauté de chercheurs sa recherche d'informations **en vue d'un achat** (achat sur le web ou non).
- Service permettant de **faciliter** et **d'économiser du temps** sur la recherche d'information avant l'achat.
- Remédier au sentiment de perte de temps et d'énergie ressentis par un nombre important d'acheteurs.
- Service de recherche **humain** dédié à l'internaute.



Un utilisateur pose sa question...



...un chercheur de la communauté y répond.

TROUVISSIMO est composé de deux sites web :

- **L'interface grand public:** plate-forme permettant à l'utilisateur d'effectuer une demande via un formulaire sur la page d'accueil du site, au sujet d'un produit qu'il souhaite acheter et d'obtenir rapidement des réponses à sa demande : Trouvissimo.com
- **La communauté de chercheurs :** site communautaire permettant de répondre aux demandes effectuées par les utilisateurs sur le site grand public. Pour chaque réponse apportée, le chercheur gagne des points cadeaux appelés Trooviz : Trouvissimo & Co.



Processus :

- Un utilisateur pose sa question en rédigeant sa requête sur l'interface grand public. Avant d'arriver sur l'interface des chercheurs, la demande transite par l'e-conseiller qui analyse la requête et demande des précisions si nécessaire (afin d'éviter au chercheur toute difficulté de compréhension).
- L'e-conseiller envoie ensuite la demande à la communauté de chercheurs.
- Les chercheurs ont le choix de répondre à la question, selon leur domaine d'expertise, les points Trooviz sont accordés selon la difficulté de la question.
- Le ou les chercheurs envoient alors leur réponse à l'e-conseiller, qui analyse et évalue la réponse fournie.
- L'e-conseiller envoie alors la ou les réponses au demandeur, qui évalue également la pertinence de la réponse fournie par rapport à sa demande.



LES AVANTAGES DE TROUVISSIMO





Les avantages de TROUVISSIMO

TROUVISSIMO offre un service **personnalisé** et de **grande qualité** grâce à la présence d'un intermédiaire entre les utilisateurs sur Trouvissimo.com et la communauté de chercheurs (Trouvissimo & Co) : **un e-conseiller**.

Le rôle du e-conseiller est le suivant :

- Il est l'unique interlocuteur des utilisateurs, il demande des précisions aux demandeurs si nécessaire, afin qu'ils puissent obtenir des réponses plus pertinentes.
- Il vérifie les résultats fournis par la communauté de chercheurs et les complète le cas échéant, avant de les soumettre à l'utilisateur.
- Il assure enfin un suivi permanent de la qualité, par l'évaluation des réponses fournies par chaque membre de la communauté.
- L'e-conseiller constitue donc un des piliers du concept de Trouvissimo dans la mesure où il est le garant de la personnalisation et de la pertinence des réponses fournies.

La force principale de Trouvissimo réside dans l'innovation et dans le concept du produit, qui répond à un besoin réel du marché. En outre, le produit est exhaustif, car il concerne tous types d'achats. Il s'agit d'un service qualitatif qui accorde une grande importance à la personnalisation grâce à la **présence humaine**. Cette dimension qualitative sera renforcée par la sélection rigoureuse des chercheurs, ce qui permettra de mettre au service des utilisateurs une véritable **expertise**. Tous ces aspects différencient Trouvissimo de ses concurrents et vont permettre un **gain de temps** et une qualité non négligeables pour le consommateur.

Les avantages de TROUVISSIMO pour l'utilisateur sont:





LES CIBLES





D'après une étude de marché menée par l'intermédiaire de Toluna auprès des internautes français et suisses, il s'est avéré que 77% des répondants sont prêts à utiliser TROUVISSIMO.

Les internautes affirment trouver facilement ce qu'ils recherchent sur Internet, quand il s'agit de recherches simples en rapport avec le prix. Cependant, quand il s'agit de recherches plus compliquées ou plus précises, ils déclarent avoir plus de mal à trouver la réponse.

Ci-dessous, les schémas présentent de manière simplifiée les résultats issus de l'étude de marché concernant les cibles chercheurs et demandeurs.



CIBLE GLOBALE DES DEMANDEURS

France	H/F 18-65 ans	internauts réguliers ou moins réguliers
--------	---------------	---



CARACTÉRISTIQUES

personnes qui manquent de temps	personnes inexpérimentées sur Internet	personnes qui ont des recherches précises, compliquées
---------------------------------	--	--



TYPOLOGIE

Etudiants 20-25 ans	Cadres supérieurs web-friendly 30-40 ans	Seniors actifs – CSP intermédiaires
---------------------	--	-------------------------------------



CIBLE GLOBALE DES CHERCHEURS

France	H/F 18-65 ans	internauts très réguliers
--------	---------------	---------------------------



CARACTÉRISTIQUES

Avoir du temps	Maîtrise de l'outil informatique	Habitude de réaliser des achats en ligne	Goût pour la recherche Internet	Goût pour les jeux	Goût pour les services communautaires	Personnes désireuses de gagner des cadeaux ou de l'argent
----------------	----------------------------------	--	---------------------------------	--------------------	---------------------------------------	---



TYPLOGIE

Inactifs de 30-40 ans ayant une bonne utilisation d'Internet	Femme au foyer, 30-40 ans	Etudiants (dans le supérieur), 20-25 ans, à l'aise avec Internet et qualifié.	Web-addicts (20-25 ans) ayant un usage très communautaire d'Internet	Jeunes retraités habitués au web Web-friendly
--	---------------------------	---	--	--



Aperçu de la page site communautaire Trouvissimo&Co



The screenshot shows the user dashboard on the Trouvissimo&Co website. The header includes the logo 'trouvissimo Bêta & co.' and a user profile section with a bowtie icon, the text 'Bonjour précieux', and links for 'Se déconnecter', 'Voir mon profil', and 'Aller au tableau de bord'. A navigation bar contains 'Tableau de bord', 'Demandes en cours', 'Créer mon équipe', 'Demandes traitées', 'Cadeaux', and 'Mon profil'. The main content area features a 'TABLEAU DE BORD' section with a 'Une demande au hasard' card. The card title is 'Je veux les mêmes chaussures que Sophie Davant dans l'émission "toute une histoire" le lundi 29 novembre 2010. Quel est ce modèle et où le trouver ?'. It shows 'Trouviz' en jeu : 90 Trooviz' and 'Encore 3 réponse(s) de chercheurs pour cette demande'. A 'Traiter cette demande' button is present. Below are links for 'Voir d'autres demandes' and 'Voir les demandes que vous avez déjà traitées'. A 'Convertir vos Trooviz'' section shows 'Vous disposez de 400 Trooviz'' and a link to 'Découvrez les solutions pour gagner de somptueux cadeaux !'. On the right, a 'Votre crédit : 400 Trooviz'' box is shown, along with a 'J'aime' button and '108 personnes aiment ça.'. Below that, an 'Ils ont gagné !' section lists winners: juju38, Les Zibelines, Lunalup, and lareineblanche, each with 'Chèques cadeaux 10 euros Kadeos'.

feedback

trouvissimo Bêta & co.

Bonjour précieux

- Se déconnecter
- Voir mon profil
- Aller au tableau de bord

Tableau de bord Demandes en cours Créer mon équipe Demandes traitées Cadeaux Mon profil

> TABLEAU DE BORD

Une demande au hasard

Je veux les mêmes chaussures que Sophie Davant dans l'émission "toute une histoire" le lundi 29 novembre 2010. Quel est ce modèle et où le trouver ?

Trooviz' en jeu : 90 Trooviz'
Encore 3 réponse(s) de chercheurs pour cette demande

Traiter cette demande

- Voir d'autres demandes
- Voir les demandes que vous avez déjà traitées

Convertir vos Trooviz'

Vous disposez de 400 Trooviz'

- Découvrez les solutions pour gagner de somptueux cadeaux !

Votre crédit :
400 Trooviz'

J'aime 108 personnes aiment ça.

Ils ont gagné !

- juju38
Chèques cadeaux 10 euros Kadeos
- Les Zibelines
Chèques cadeaux 10 euros Kadeos
- Lunalup
Chèques cadeaux 10 euros Kadeos
- lareineblanche
Chèques cadeaux 10 euros



QUE PENSENT-ILS DE TROUVISSIMO?





Que pensent-ils de TROUVISSIMO ?



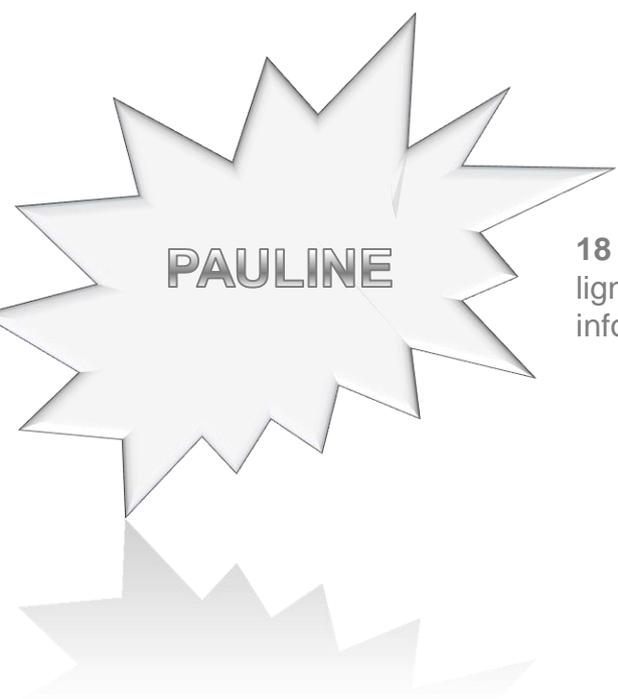
BERTRAND

30 ans, chef d'entreprise, très occupé, web-friendly, en couple, cherche un enterrement de vie de garçon. Recherches fréquentes sur internet, passe trop de temps dans les recherches.
« Je veux gagner du temps, les recherches sont interminables. »

Témoignage:

« Je suis un chef d'entreprise et la vérité c'est que je n'ai pas de temps à consacrer aux recherches sur le net. Parfois on a juste envie d'avoir une réponse assez rapide et précise. Seulement, les moteurs de recherches ne nous permettent pas encore cela. Justement c'est pour cela que TROUVISSIMO est un bon concept. Au moins il ya des gens qui connaissent bien les sujets abordés et c'est plus simple d'avoir une réponse rapide et précise à la fois. »

Que pensent-ils de TROUVISSIMO ?



PAULINE

18 ans, lycéenne, fait partie de la génération Y, n'aime pas chercher en ligne, n'achète pas beaucoup en ligne mais a parfois besoin de trouver des informations pour ses achats.

Témoignage:

« Je n'aime pas perdre mon temps à faire des recherches sur le net. Je trouve ça fatiguant de faire le tri parmi des milliers de réponses que me propose le moteur de recherche. Je pense que Trouvissimo est une bonne solution pour des gens comme moi. J'ai été choisie pour tester le site grand public il me semble vraiment simple à utiliser et le concept est aussi très innovant. »

Que pensent-ils de TROUVISSIMO ?



JULIEN

25 ans, Geek, début de la génération Y, adore la recherche en ligne, achète beaucoup en ligne.

Témoignage:

« J'adore les bons plans. Du coup à chaque fois avant d'acheter je vais faire un tour sur le net. Je kiffe ça et je connais quasiment tous les bons plans sur le web en ce qui concerne les jeux vidéos et les téléphones de dernière génération.

Quand mon pote m'a parlé de TROUVISSIMO l'idée m'a vraiment accrochée et je me suis inscrit pour être chercheur sur Trouvissimo&Co. Je trouve que c'est une super bonne idée et en plus on peut gagner des cadeau c'est sympa. »

Que pensent-ils de TROUVISSIMO?



CHRISTINE

45 ans, enseignante, mariée, réfractaire aux recherches sur le web, novice en nouvelles technologies, cherche un nouvel appareil photo. Ne recherche pas avant un achat, mais attend du conseil dans ses recherches. « Le web est une jungle, j'ai besoin qu'on me donne des résultats pertinents sur le produit que je suis susceptible d'acheter, je ne sais pas chercher moi-même sur internet ».

Témoignage:

« Je suis une personne naturellement très exigeante, et à l'heure d'acheter sur internet je rencontre souvent de très grandes difficultés car je cherche des renseignements complémentaires et ce n'est pas très facile quand on ne s'y connaît pas.

Mon fils m'a parlé de TROUVISSIMO, un nouveau site qui trouverait tout. Ca tombait bien car je recherchais un appareil photo. Je suis allée faire un tour et j'ai été agréablement surprise Le site était en beta-test mais j'ai quand même eu une réponse. C'est vraiment efficace et j'y retournerai volontiers (je dis bravo)»

Que pensent-ils de TROUVISSIMO?



MARION

Marion web-chercheuse de la communauté de Trouvissimo & Co.

Témoignage:

« Je n'ai que de très très bons retours à faire sur cette initiative. Je trouve le concept complètement en marge du mouvement actuel de dépersonnalisation de l'internet. Savoir que de réelles personnes se sont penchées sur un problème pour tenter d'apporter la réponse la plus judicieuse est un gage de confiance et permet de lutter contre le lobby des marques ;) Merci à vous surtout ! »



CONTACT PRESSE





Contact presse Gilles Regad, responsable marketing de Sigmalid :

Gilles Regad

Tel : 04.50.43.24.74

E-mail : gilles.regad@trouvissimo.com