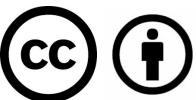


« Si j'ai une donnée sur vous, vous l'avez aussi. Et vous en faites... Ce qui a du sens pour vous ! »



***Résultats de l'atelier du 11/12/15
« Comment expérimenter sur les modèles d'affaires du self data? »***



Self Data : la production, l'exploitation et le partage de données personnelles par les individus, sous leur contrôle et à leurs propres fins : pour mieux se connaître, prendre de meilleures décisions, évaluer ses décisions passées, se faciliter la vie, etc.

LES ENJEUX

- Quelle valeur peut créer la restitution des données personnelles pour les détenteurs de données ?
- A quelles conditions ?
- Comment cette restitution nourrit-elle les business models actuels ou à venir des détenteurs de données ?

DES PRODUCTIONS

- Une cartographie des business models du Self Data
- Les opportunités du Self Data pour les business models des détenteurs
- Des scénarios de mise en œuvre du Self Data, des conditions d'expérimentations (ressources, etc. à mobiliser)

1er trimestre : une publication regroupant le travail sur ce défi.

Après [un premier atelier en septembre](#) qui visait à identifier les intérêts économiques du self data pour les organisations détentrices, un deuxième atelier a eu lieu **le 11 décembre chez Cap Digital** pour définir les conditions d'expérimentation de ces promesses de création de valeur. **Ce document regroupe les productions de cet atelier.**

Scénario 1 : création d'un AppStore

“Appstore”. Des applications qui utilisent les données bancaires (et d'autres).

Une organisation crée une API sécurisée, et invite des développeurs à créer des “apps” à destination de leurs clients (ces développeurs étant réunis au sein d'une coopérative) sur un App Store.

La réutilisation des données est encouragée via un concours et par l'injection au store d'autres types de données, d'autres API, afin de créer des services à valeur d'usage variée, que les clients peuvent télécharger sur le “Store”.

Modèle économique : l'organisation prélève une commission, peut vendre plus cher ses propres produits (offres complémentaires), accroissement de l'activité sur le compte de ses clients.

Scénario 1 : AppStore

« Les hypothèses »

(les gens) En
veulent-ils ?

#valeur d'usage : une vraie valeur d'usage pour les individus doit être proposée, avec des services qui croisent les données et qui répondent à un besoin, qui font une vraie promesse de bénéfice concret pour les individus. De plus, la valeur d'usage doit être garantie pour les différents individus (pas que le particulier, mais aussi les autoentrepreneurs, qui ont besoin d'une trésorerie)

#parcours utilisateur : la navigation pour les individus doit être simple et compréhensible (en terme d'accessibilité de l'application, de navigation, ...)

Peut-on le
faire ?

#sécurité : La sécurité de la protection des données dans le transfert (API) et dans le traitement (service) doit être forte (certification des applications)

#usercentric : L'utilisateur doit être impliqué : animation de la communauté des usagers pour avoir leurs retours, les impliquer, et les inciter (pédagogie) à utiliser les applications

#éthique : L'individu n'a pas l'impression qu'il s'agit d'une occasion pour les organisations derrière le store d'accéder à d'autres données. Il peut fermer son compte à tout moment

Est-ce
viable ?

#pricing : le coût pour l'individu doit être minime

#cible : le Store doit proposer des services à valeur évidente pour les professionnels, pour lesquels ils seront prêts à payer (économiser, gérer ses finances professionnelles/personnelles, entrer en contact avec d'autres entrepreneurs, prospérer...)

#animation : maintien d'une animation sur le long terme : animation de la communauté des développeurs, perspective de marché, actualisation régulière des données, ...

Scénario 1 : AppStore

« Concevoir une expérience »

(sur la base de 3 hypothèses)

Nous pensons que le store doit proposer des offres différenciées (pro/perso)



Pour le vérifier, nous allons ... tester le consentement à payer des professionnels

Et mesurer ...le nombre et le type des acteurs professionnels prêts à payer et le prix

Nous pensons que le store ne peut pas être une initiative isolée et que les services doivent mobiliser des données de différents store, cloud personnel, plateforme, ..., pour proposer une valeur d'usage forte



Pour le vérifier, nous allons ... tester l'intérêt des individus pour ces services, les bénéfices qu'ils peuvent en retirer.

Et mesurer ... la propension à utiliser ce service sur le long terme, la fréquence d'utilisation (nécessite de créer un prototype, le test A/B ne peut s'appliquer ici)

Nous pensons que le parcours utilisateur doit être simple et lisible



Pour le vérifier, nous allons ... raconter le parcours, le point d'entrée

Et mesurer ... le taux d'adhésion à ce parcours

Hypothèse testée : le consentement à payer des professionnels pour des services sur le store.

Groupe A

Une offre “ Entrepreneurs, vos services à la carte ”

Proposition de valeur : simplifiez votre vie d'entrepreneur via un point d'entrée unique et sécurisé vers un ensemble de services : gagnez du temps dans votre activité quotidienne, facilitez votre gestion financière, entrez en relation avec des acteurs de votre secteur, trouvez des aides au financement et échangez facilement avec votre conseiller bancaire !

Offre : votre banque, vos administrations, vos fournisseurs s'associent pour vous permettre de bénéficier de services personnalisés grâce à vos données, selon votre profil, vos achats et vos gains, votre situation administrative, ... Les services sont certifiés par le store, ils sont testés et approuvés par des experts de votre secteur.

Prix : Offre découverte : les six premiers mois sont gratuits. L'accès au store reste ensuite gratuit, avec les applications principales, certains services pourront être payants.

Call to action : “Visitez le store, téléchargez l'application qui vous correspond et lancez-vous”

Hypothèse testée : le consentement à payer des professionnels pour des services sur le store.

Groupe B

Une offre “Pack parcours entrepreneurs”

Proposition de valeur : le Store, une plateforme qui évoluera avec vous, pour vous accompagner et vous guider dans votre parcours professionnel : Gagnez du temps dans votre activité quotidienne, facilitez votre gestion financière, entrez en relation avec des acteurs de votre secteur, trouvez des aides au financement et échangez facilement avec votre conseiller bancaire !

Offre : votre banque, vos administrations, vos fournisseurs s'associent pour vous permettre de bénéficier de services personnalisés grâce à vos données, selon votre profil, vos achats et vos gains, votre situation administrative, ... Le point d'entrée est unique, sécurisé et personnalisé : bénéficiez de la bonne app', au bon moment grâce à des conseils, déterminez votre place dans le parcours entrepreneur et découvrez des services préfléchés pour monter votre business plan, trouver des financements et améliorer votre gestion administrative et quotidienne.

Prix : découvrez les packs : 1 - Pack “Je monte mon projet” : gratuit ; 2 - Pack “je gère mon projet” : 20e/mois ; 3 - Pack “Je développe mon entreprise ou mon association” : 60e/mois

Call to action : « Visitez le store et bénéficiez d'un diagnostic gratuit de votre situation personnelle : découvrez votre situation dans le parcours entrepreneur et le pack qui vous correspond pour explorer les applications »

Scénario 2 : Purple Button

Purple Button. Mes données personnelles d'assurance accessibles en un clic

Une organisation permet à ses clients de transférer de manière simple, standardisée et sécurisée leurs données au service tiers de leur choix.

Les clients choisissent parmi un ensemble de service tiers celui ou ceux qui leur sont les plus utiles. Le service se connecte à l'espace client de l'utilisateur et récupère le flux de données dont il a besoin pour lui offrir son service.

Modèle économique : l'API peut être en freemium (les services tiers qui s'y connectent souscrivent à une offre)

Scénario 2 : Purple Button

« Les hypothèses »

Deux populations sont à engager dans ce scénario : les individus et des développeurs d'application. Pour chacune des hypothèses sont évoquées pour leur engagement dans le service

Les individus

- les individus veulent changer leur comportement pour minimiser leur risque
- les individus veulent disposer de services adaptés à leur situation
- les individus veulent déterminer le niveau le plus juste d'assurance par rapport à leur besoin
- les individus veulent conserver une certaine forme de solidarité dans le système assurantiel
- les individus veulent devenir leur propre assureur

Les développeurs

- les développeurs vont s'engager, car ils anticipent une monétisation lucrative des données d'utilisation du service (et pas des données brutes des individus)
- les développeurs vont s'engager, car ils anticipent une monétisation de services associés aux données (visualisation, analyse, reporting, ...)
- les développeurs vont s'engager, car ils anticipent une valeur symbolique (par philanthropie, pour démontrer un savoir-faire et se rendre visible)

C'est la question des incitations à utiliser les données et les services associés qui a concentré l'ensemble de la discussion (et pas les enjeux de réalisation ou de modèle). L'hypothèse principale qui a été discutée est que les individus vont utiliser les données / services s'ils anticipent une amélioration de la performance de leur assurance (en bénéficiant d'une réduction de prime ou d'une meilleure couverture). Cette amélioration est rendue possible par le changement de leur comportement (fumer moins, faire plus d'exercice, ...) facilité par les données / services.

Scénario 2 : Purple Button

« Concevoir une expérience »

(sur la base de 3 hypothèses)

Nous pensons que les individus vont changer leur comportement s'ils anticipent une réduction de leur prime



Pour le vérifier, nous allons ... proposer une offre “pay as you act”

Et mesurer ... l'inscription à une newsletter / une enquête

Nous pensons que les individus vont changer leur comportement s'ils constatent qu'ils peuvent être mieux couverts



Pour le vérifier, nous allons ... présenter aux individus l'offre dont ils bénéficient et leur proposer des offres différentes (comme les offres freemiums des plateformes internet ou les produits financiers pour les particuliers)

Et mesurer ... le nombre de demandes de changement d'offres

Nous pensons que ... des développeurs vont avoir des envies / idées d'applications sur la base des données restituées aux individus



Pour le vérifier nous allons ... nous allons organiser un hackathon (ou un challenge sur Kaggle)

Et mesurer ... la taille de l'audience, le nombre d'applications et la diversité des applications

« A/B testing »

Hypothèse testée : les individus changent pour payer moins ou les individus changent pour être valorisés dans leur environnement social.

Nous avons choisi de faire ce test sur le service d'assurance auto pour la population des jeunes conducteurs confrontés aux risques de l'alcool au volant. Nous nous appuyons sur des initiatives existantes pour la prévention de ce risque (par exemple : Sam, capitaine de soirée). Nous allons choisir deux groupes de 50 conducteurs et soumettre chacun à une offre puis comparer les résultats.

Groupe A

Proposition de valeur : vous appartenez à une population « à risque » (les jeunes conducteurs) et donc vous payez votre assurance plus cher, changez votre comportement pour payer moins cher ?

Offre : Si vous êtes Capitaine de Soirée un vendredi par mois pendant un an, vous payez votre assurance 30% moins cher

Prix : X

Call to action : Téléchargez l'application Sam / capitaine de soirée

(*mesure* : le nombre de téléchargements et le nombre de connexions)

Hypothèse testée : les individus changent pour payer moins ou les individus changent pour être valorisés dans leur environnement social.

Nous avons choisi de faire ce test sur le service d'assurance auto pour la population des jeunes conducteurs confrontés aux risques de l'alcool au volant. Nous nous appuyerons sur des initiatives existantes pour la prévention de ce risque (par exemple : Sam, capitaine de soirée). Nous allons choisir deux groupes de 50 conducteurs et soumettre chacun à une offre puis comparer les résultats.

Groupe B

Proposition de valeur : Vous êtes perçu comme un conducteur à risque (car jeune conducteur), montrez que vous êtes un conducteur responsable et faites votre promotion sur Blablacar

Offre : Si vous êtes capitaine de soirée un vendredi par mois, vous gagnez le badge SAM que vous pouvez partager et mentionner sur votre profil Blablacar

Prix : X

Call to action : Téléchargez l'application Sam / capitaine de soirée

(*mesure* : le nombre de téléchargements et le nombre de connexions)

Scénario 3 : Plateforme Personnelle

Plateforme personnelle. Mes données personnelles accessibles dans un cloud personnel.

Un détenteur de données réalise un partenariat avec une plateforme de stockage de données personnelles (ex : Cloud Personnel) et met à disposition de ses utilisateurs les données dont il dispose sur eux au sein de cette plateforme, via une application. Le détenteur de données ne stocke donc pas l'intégralité des données et l'application peut utiliser des données qui proviennent d'autres détenteurs si l'utilisateur les stocke sur son Cloud Personnel (et inversement, d'autres applications créées par des tiers peuvent mobiliser les données de ce détenteur).

Modèle économique : le coût du service est supporté par le détenteur en échange des gains générés par la réduction des coûts (acquisition clients et exploitation)

Plus encore que les autres, ce scénario suppose à chaque moment de satisfaire simultanément deux (voire trois) "faces" du marché : les individus-consommateurs-utilisateurs ("pourquoi utiliser ce service de cloud personnel ?"), les détenteurs de données ("pourquoi partager 'mes' données avec mes utilisateurs, qui plus est pour les placer dans un espace où je ne contrôle plus rien ?") et les offreurs de services "tiers".

Scénario 3 : Plateforme personnelle « Les hypothèses 1/2 »

(les gens) En
veulent-ils ?

Côté utilisateurs : la clé de la valeur perçue réside dans la *diversité des services proposés* via le cloud personnel, et par conséquent la diversité des données.

Côté détenteurs de données, la clé réside :

- Dans la possibilité de mettre en oeuvre plus aisément des modèles d'affaires complexes (très multi-partenariaux) et des réponses à des besoins complexes (épisodes de vie, lifetime management, etc.) - c'est un *enabler* de modèles d'affaires.
- Dans la possibilité d'obtenir plus de données, dans certains cas, que ce qui est accessible aujourd'hui - ceci n'étant envisageable qu'en transformant le "partage de données" en service (les données sont fournies en échange d'un retour tangible et perçu comme équilibré)

Peut-on le
faire ?

La technique n'est pas un problème majeur. En revanche, trois conditions sont apparues comme essentielles :

- **Du point de vue de l'utilisateur**, nous pensons qu'il doit considérer que ses données sont "chez lui" et que les applications tournent également "chez lui" (un chez soi ouvert et connecté, mais un chez soi quand même).
- **Côté détenteurs de données**, nous pensons que la clé résidera dans leur capacité à fédérer (et/ou s'agréger à) une communauté d'acteurs qui travaillent ensemble à offrir des services composites, complexes, continus (des "suites servicielles", pour reprendre Bruno Marzloff).
- **La plateforme** de cloud personnel doit être "neutre", elle ne doit pas accorder de priorités particulières (et encore moins d'exclusivité) à tel ou tel détenteur de données. En revanche, elle est active dans l'animation des communautés qui travaillent autour d'elle, notamment les détenteurs de données et les fournisseurs de services.

Scénario 3 : Plateforme personnelle « Les hypothèses 2/2 »

Est-ce
viable ?

- Les opportunités de marché rendues accessibles par de tels services sont bien plus importantes que le coût de ces services (même en y incluant l'animation, l'assistance, le service client, la maintenance, etc.) - pensons par exemple à l'effacement en matière énergétique, qui se chiffre tout de suite en milliards.
- Le potentiel de plus-value existe donc. Mais cela ne suffit pas à garantir la viabilité des acteurs, en particulier des plateformes, pas plus que le consentement à payer des consommateurs.
- Nous pensons que la transparence des modèles d'affaires et des bénéfices retirés par chaque partie prenante est une des clés. C'est à partir d'elle que plusieurs modèles de revenus peuvent se construire, en particulier des modèles fondés sur le partage des économies réalisées (exemple de l'effacement dans l'énergie)
- Nous pensons que les modèles d'affaires doivent prendre garde aux possibles conflits d'intérêts entre la source de revenus et la logique des utilisateurs (ex. modèles fondés sur la collecte et l'usage commerciaux des données personnelles).

Scénario 3 : Plateforme personnelle

« Concevoir une expérience »

(sur la base de 3 hypothèses)

Nous pensons que le consentement à payer des consommateurs doit être suscité



Pour le vérifier nous allons ... proposer plusieurs offres différentes :

- A- On paie un objet (ex. serveur) / B- On ne paie pas l'objet, mais on ajoute le service à l'un de ses forfaits (énergie, internet...)
- A- Paiement des applications / B- Freemium

Et mesurer ... le nombre de personnes qui souscrivent à telle ou telle offre

Nous pensons que Le détenteur de données doit être partie prenante du modèle en toute transparence, sans conflit avec les intérêts des consommateurs



Pour le vérifier nous allons ... proposer plusieurs offres différentes :

- A- le détenteur paie pour faire partie d'une "communauté" / B- Il ne paie pas, mais participe activement
- A- Le détenteur paie pour verser des données / B- Les offreurs de services paient pour accéder aux données.

Et mesurer... le nombre de personnes qui souscrivent à telle ou telle offre

Nous pensons que la clé de la valeur perçue réside dans la *diversité des services proposés*



Pour le vérifier, nous allons... proposer plusieurs offres différentes :

A- "Centré sur l'univers du domicile" (base = l'univers d'usage) / B- "PIMS générique" (base = la data)

Et mesurer le nombre de personnes qui souscrivent à telle ou telle offre

Scénario 3 : Plateforme personnelle

« A/B testing »

Hypothèse testée : la clé de la valeur perçue réside dans la *diversité des services proposés*

Groupe A

Une offre “centrée autour du domicile”

Proposition de valeur : personnelle, orientée “consommation”, “commodité”, “intimité” : une infinie diversité de services personnels et familiaux qui me facilitent la vie.

Offre : Une “Home Store” d’applications et services aussi fournie que possible, autour d’un entrepôt de données qui est clairement une extension du domicile.

Prix :

- Paiement à l’installation, laquelle comprend la fourniture d’un petit serveur domestique (qui peut être utilisé comme PIMS, ou pour des sauvegardes)
- Paiement par app (souvent sur une base “freemium”) avec prélèvement (modeste !) de la part du *store*.

Call to action : “Accédez à un incroyable univers de services autour de la maison, en toute indépendance et en contrôle !”

Scénario 3 : Plateforme personnelle

« A/B testing »

Hypothèse testée : la clé de la valeur perçue réside dans la diversité des services proposés

Groupe B

Une offre “centrée autour de l’énergie”

Proposition de valeur : personnelle et collective, orientée “maîtrise de l’énergie” à la fois pour faire des économies et réduire son empreinte écologique.

Offre : Une offre d’ensemble de maîtrise de l’énergie, très multipartenariale, qui va de l’information et du conseil à l’effacement et au contrôle des appareils électriques du document.

Prix :

- Côté consommateur, deux boucles :
 - 1) Courte : réduction de la facture grâce à l’effacement, etc. (bae = prix de l’énergie)
 - 2) Longue : rétrocession d’une part de la valeur des économies de CO2 à une échelle micro-locale (base = prix de la tonne de CO2)
- Côté entreprises, deux formules à tester :
 - 1) “BA” : mode Nest (acteurs distincts des énergéticiens ; rémunération en % des économies générées chez les consommateurs)
 - 2) “BB” : mode EDF (via la facture)

Call to action : “Souscrivez à une offre de maîtrise de l’énergie qui sera aussi bonne pour vos finances que pour la planète !”

Pour réaliser la restitution des données personnelles aux individus notre hypothèse est la suivante : il faut d'une part que les organisations détentrices y voient un intérêt économique et que d'autre part un écosystème de service soit en place.

Dans le cadre de cet atelier, les participants ont ainsi pu se pencher sur les premières étapes d'une démarche expérimentale autour des « business models » du Self Data : formuler les hypothèses et concevoir une expérience pour les tester (les étapes suivantes : réaliser l'expérience, mesurer les résultats et les analyser n'étant pas réalisable dans le format atelier).

Notre conviction : c'est par l'expérimentation que nous parviendrons à convaincre de l'intérêt économique du Self Data. Les suites du projet MesInfos, avec le lancement d'un pilote en 2016, nous permettront alors de mobiliser le travail réalisé ici avec la communauté Without Model.



Suivez-nous sur mesinfos.fing.org