

SMILEYS PARTOUT

LES SMILEYS SONT UNE NOUVELLE REALITE DE COMMUNICATION

Qu'est-ce qu'un smiley ? Tout le monde se demande d'où viennent ces petites têtes rondes appelées « smileys » et que nous utilisons de façon récurrente dans notre vie de tous les jours.

AUJOURD'HUI LES EMOTIONS SONT INCONTOURNABLES ET LES ÉMOTICONES EN SONT LA RÉPRÉSENTATION DIRECTE

Pour les plus curieux un peu d'histoire. Le premier icône souriant est apparu en 1963. Utilisé par une compagnie d'assurance américaine « State Mutual Life Assurance Company ». La seconde fois, en 1982 la venue d'un icône « souriant » va complètement bouleverser le monde de la communication utilisé alors comme un réel moyen de communication et d'expression. Scott Fahlman alors programmeur, avait proposé une liste de smileys pour l'accompagnement des messages de son entreprise et éviter la confusion des messages ou des blagues mal perçues.

LA QUALITÉ ET SES SMILEYS

Les smileys sont utilisés dans le domaine qualité comme un moyen de transmission des messages. Ils servent à simplifier le contenu et à l'adapter à TOUS. Les icônes continuent à évoluer, à se complexifier pour s'adapter à la diversité d'entreprise.

Dans une entreprise nous pouvons les retrouver aussi bien à la qualité, qu'à la logistique comme dans le service client. Les premiers sont faciles à trouver, visibles sur un tableau de bord ou sur les affichages journaliers au milieu des couloirs (cantine, salle de conférence, laboratoires). Son but est d'informer les employés. Dans le département logistique nous pouvons les voir apposés sur les différents colis et marchandises. Sa fonction principale est l'avertissement et le marquage informatif sur la nature du colis notamment et/ou

sa conformité. Enfin le service client est connu comme un service après-vente, leur présence permet de mesurer la satisfaction de nos clients.

Une bonne collecte de données après-ventes permettra à l'entreprise de les interpréter et de comparer sa puissance de service. Tout le monde sait que c'est « barbant » de répondre aux enquêtes après un service post-vente. Le rôle des entreprises est de trouver la meilleure solution pour obtenir les réponses à notre demande : Etes-vous satisfait ou non ? L'efficacité du contenu est le principal allié pour l'obtention de la satisfaction client. Pour une réponse directe beaucoup d'entreprises ont opté pour un modèle graphique : Les SMILEYS, trouvés en forme d'enquête visuelle gérée par et pour les consommateurs.

UN JEU D'ENFANTS ?

Une atmosphère de couleurs envahit la rétine des consommateurs. Le rouge s'enfonce directement dans notre hypothalamus en préparant notre cerveau à une source d'émotion : l'interdiction et la négation. La couleur verte, transmet la tranquillité, l'harmonie et elle est représenté par les consommateurs comme un bon service qualité. La couleur orange peut être interprété comme une trêve entre deux décisions. Une fois la décision prise la réponse est communiquée à travers un logiciel interne et les données sont prêtes à être analysées, donc... EST-CE VRAIMENT UN JEU D'ENFANTS ?



NAVARRO Carlota