



INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ
ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ
ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFÉ

PM 09/11

22 août 2011
Original : anglais

F

**Comité de promotion et de
développement des marchés**
2^e réunion
30 septembre 2011
Londres, Royaume-Uni

**Rapport sur le réseau
CoffeeClub de l'OIC**

Contexte

Le présent document contient un rapport du consultant, *P&A International Marketing*, sur le réseau CoffeeClub de l'OIC, pour la période allant de juin 2010 à juin 2011.

Mesure à prendre

Le Comité de promotion et de développement des marchés est invité à prendre note de ce document.

1. RAPPORT DE SITUATION

Le présent rapport contient les informations sur les progrès du développement de la nouvelle plate-forme et les données statistiques générales sur le fonctionnement du réseau CoffeeClub les plus récentes, entre juin 2010 et juin 2011.

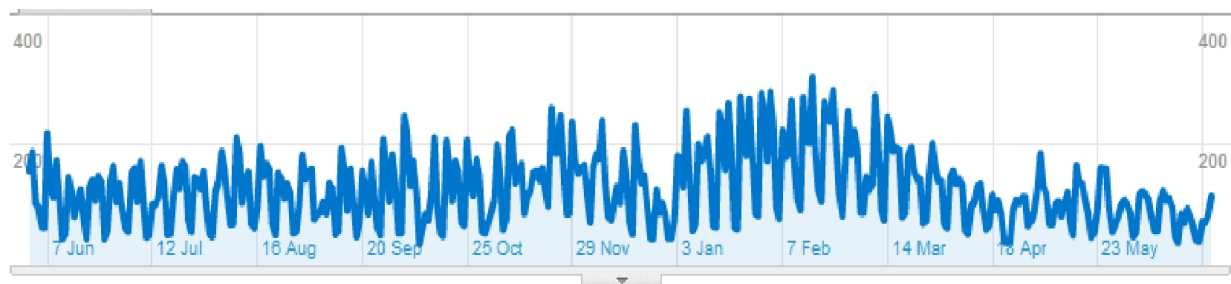
2. APERÇU GÉNÉRAL

P&A a poursuivi ses activités de médiation de CoffeeClub et une nouvelle plateforme a été développée par une équipe de programmation externalisée et son agence de publicité.

Ces activités de médiation se sont traduites par un meilleur équilibre dans la provenance des visiteurs. En juin 2010, les sites référents ont représenté 42% des visites, les moteurs de recherche 28% et le trafic direct 28%, par rapport à 23%, 60% et 17% en juin 2009.

Les images ci-dessous donnent un aperçu général des visites du site de CoffeeClub entre juin 2010 et juin 2011.

IMAGE 1 – VISITES




Site Usage

 **49,867 Visits**

 **66.38% Bounce Rate**

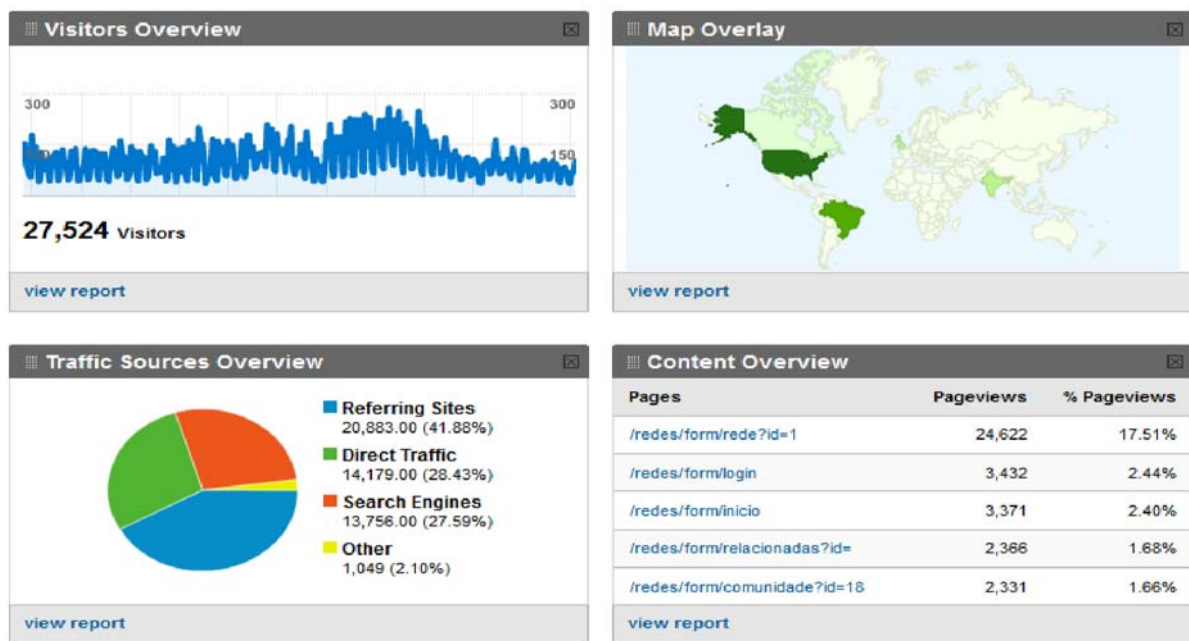
 **140,652 Pageviews**

 **00:03:18 Avg. Time on Site**

 **2.82 Pages/Visit**

 **54.30% % New Visits**

IMAGE 2 – ANALYSE DU TRAFIC



Une analyse plus approfondie montre que l'interaction entre le site de l'OIC et celui de CoffeeClub est une réussite, car le site de l'OIC est aujourd'hui l'un des plus importants sites référents de CoffeeClub, suivi par LinkedIn, Google, Twitter et Facebook.

Le moteur de recherche Google est toujours la principale source des visites de CoffeeClub. La qualité et la quantité des informations affichées par nos membres sur la plate-forme est la raison principale du bon classement du réseau dans les moteurs de recherche.

Les bulletins hebdomadaires envoyés par P&A sont à l'origine d'une augmentation du trafic direct, ce qui illustre l'importance de la médiation.

Un total de 49 867 visiteurs de 167 pays différents ont visionné 140 652 pages. Le nombre moyen de pages visitées par personne est de 2,82.

Le "taux de rebond" est de 66,38% ; il correspond au pourcentage d'internautes qui ne consultent qu'une seule page d'un site web, c'est-à-dire qui quittent le site sans visiter aucune autre page avant l'expiration d'une session (30 minutes). Le taux de rebond est élevé car de nombreux visiteurs viennent uniquement pour lire une nouvelle, signalée par un lien externe, puis quittent le site ; il s'agit d'un comportement normal pour les internautes sporadiques provenant de moteurs de recherche.

Nous comptons maintenant 1378 membres répartis dans 83 communautés. Le 10 principaux pays de provenance des visiteurs sont :

1. États-Unis d'Amérique
2. Brésil
3. Inde
4. Royaume-Uni
5. Canada
6. Colombie
7. Mexique
8. Allemagne
9. Indonésie
10. Australie

IMAGE 3 – ORIGINE DES VISITEURS - PAYS

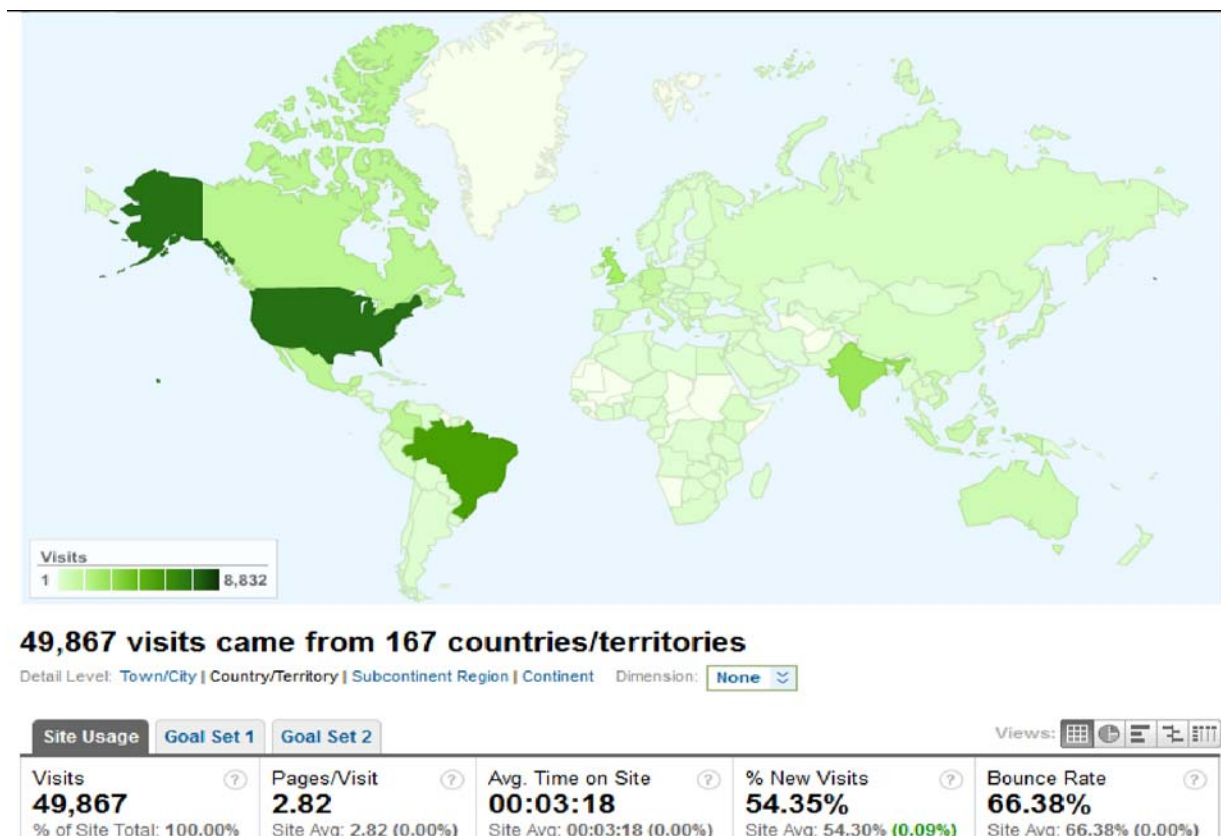


IMAGE 4 – ORIGINE DES VISITEURS - VILLES



3. NOUVELLE PLATE-FORME COFFEECLUB

Lors de la réunion du Comité de promotion et de développement des marchés de mars 2011, P&A a présenté le nouveau plan de la plate-forme et son concept graphique.

Comme indiqué précédemment, l'évolution technologique est un élément clé pour l'avenir de CoffeeClub. Une nouvelle approche ciblée, entièrement restructurée autour de l'application du principe "relier le monde du café", a été développée.

Nous avons commencé par tenir compte des besoins de nos utilisateurs :

- Que veulent-ils ?
- Pourquoi adhèrent-ils au CoffeeClub ?

Nos utilisateurs nous ont donné les raisons suivantes :

- se faire connaître auprès du monde du café,
- trouver des opportunités d'affaires,
- afficher et trouver des informations sur le café, et
- trouver les acteurs du café.

Nos membres et nos visiteurs veulent développer de nouvelles "relations café".

C'est pourquoi le nouveau CoffeeClub vise à être plus convivial, à privilégier nos membres et leurs messages et à assurer des relations et des interactions entre les principaux acteurs du marketing social, comme Facebook, Twitter et LinkedIn.

La première étape a été de changer la mise en page, plus nette et complète, en utilisant ce que les programmeurs appellent des "visionneuses" (applications qui affichent des images et autres contenus dans des fenêtres séparées). La nouvelle mise en page comprend également des applications différentes dans des espaces rectangulaires (fenêtres), qui ouvrent la voie à de nouvelles améliorations et modifications à l'avenir. Il s'agit d'une étape importante vers l'adaptation de la communauté aux besoins de nos membres.

Pour faciliter le lancement de la nouvelle structure, un nouveau concept graphique de CoffeeClub était également nécessaire. Le nouveau logo devait illustrer l'idée de *connexion*, le terme *réseau* a été supprimé, pour laisser l'appellation *CoffeeClub*. La *tasse* du logo original est restée, en y ajoutant un double *C*, qui suggère *café* et *connexion*. Ce logo servira également à diffuser le contenu de CoffeeClub sur l'ensemble du web.

IMAGE 5 – NOUVEAU LOGO



L'objectif principal de CoffeeClub est désormais annoncé dès la page d'accueil : "relier le monde du café".

La nouvelle structure de CoffeeClub est basée sur :

- les connexions "café", où l'ensemble des contenus et des personnes liés au café et répartis sur l'ensemble du web (par exemple, Twitter ou Facebook) peuvent être trouvés par l'intermédiaire de CoffeeClub ;
- les lieux virtuels "café" offriront aux membres l'environnement idéal pour dire qui ils sont et ce qu'ils veulent faire dans le réseau ;
- les outils et les applications de la plate-forme doivent être d'utilisation et d'accès faciles.

Il existe trois lieux d'interaction :

- 1) la page d'accueil, qui sera la page à partir de laquelle les visiteurs et, éventuellement, les nouveaux membres auront accès à la plate-forme pour la première fois,
- 2) My CoffeeClub, qui donne le profil de nos membres, et
- 3) les communautés, qui seront désormais réparties en deux groupes :
 - communautés de base et libres d'accès ; et
 - "communautés à accès limité" améliorées.

La mise en page de la nouvelle plate-forme est illustrée à l'aide des images ci-dessous :

IMAGE 6 – PAGE D'ACCUEIL

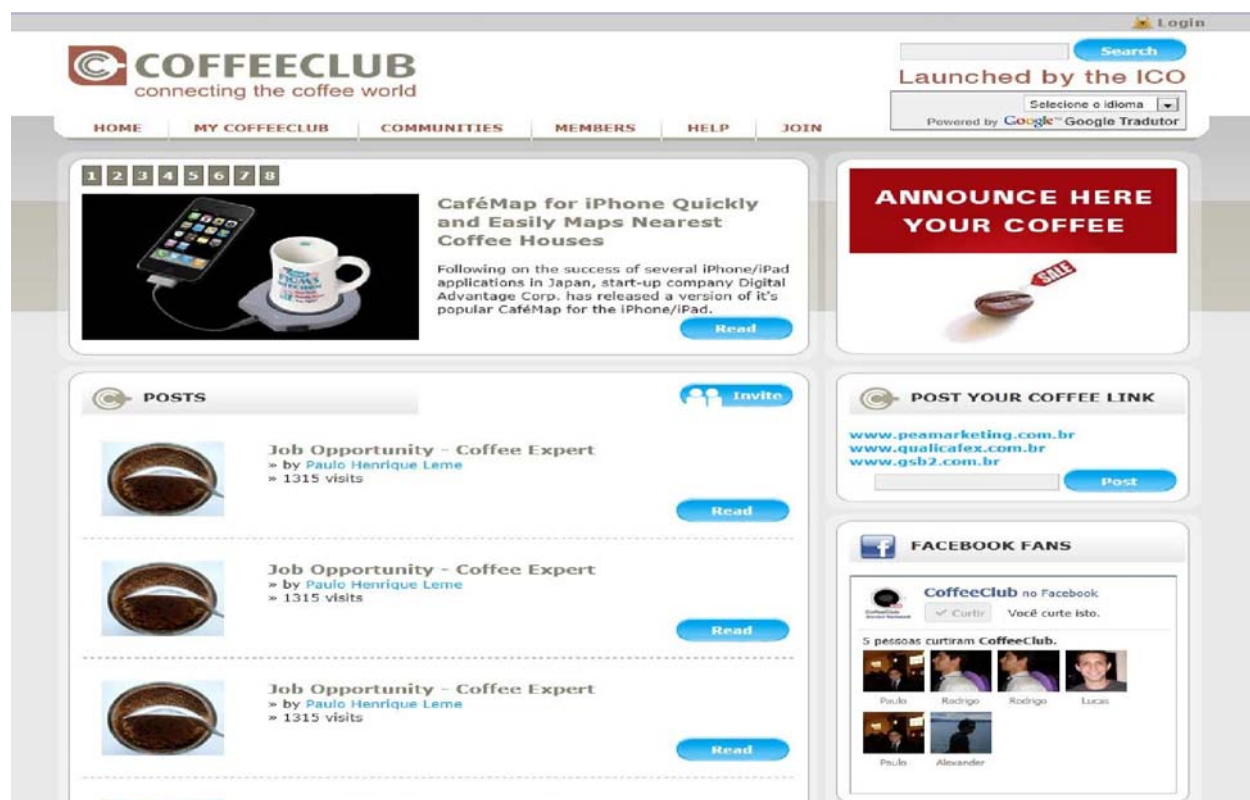


IMAGE 7 – MY COFFEECLUB



COFFEECLUB
connecting the coffee world

HOME MY COFFEECLUB COMMUNITIES MEMBERS HELP JOIN

Search
Launched by the ICO
Selecione o idioma
Powered by Google™ Google Tradutor

PROFILE

Lucas Jonas Barin

Name: Lucas Jonas Barin
City: Espinho Santo do Pinhal
Country: Brasil
Job: The coffee advertising world is full of great ideas, do you have one? Post videos, photos, presentations and your marketing opinions!

CONNECT WITH ME

f t in
flickr YouTube
foursquare

my CoffeeClub
LUCAS JONAS BARIN

WALL INFORMATION MY POSTS MY COMMUNITIES

Connect to other networks

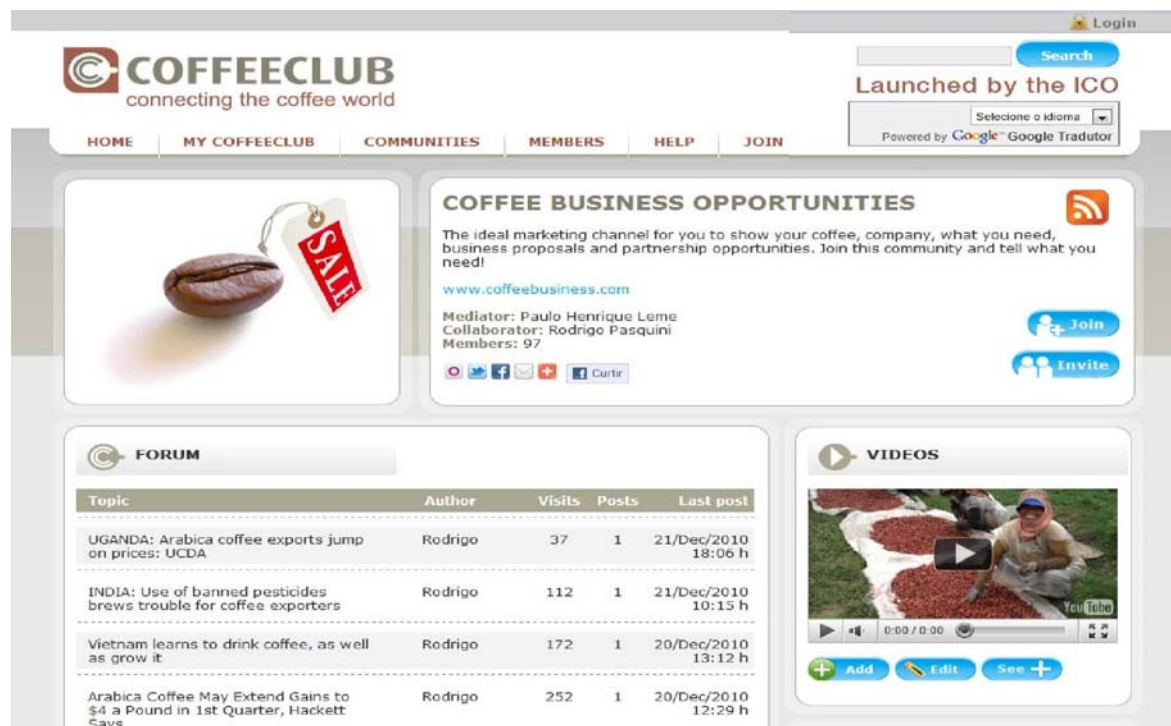
Post

Lucas Jonas Barin
Irish coffee (ou café irlandês) é uma bebida a base de café, uísque irlandês, açúcar e chantilly.
2 hours ago

Anny Zumerkorn Papalexiou
Coffee with amareto and ballys, and whipped cream on the top, delicious.....
2 hours ago

Paulo Henrique Leme
O consumo per capita de café torrado no Brasil alcançou marca histórica de 4,81 kg em 2010, superando o melhor resultado anterior de 4,72 kg, registrado em 1965, há 45 anos. A avaliação é da Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), no estudo "Indicadores da Indústria de Café no Brasil/2010 - Desempenho da Produção e Consumo Interno", divulgado hoje pela Área de Pesquisas da entidade e que analisa dados do setor no período compreendido entre novembro de 2009 e outubro de 2010.
4 hours ago

IMAGE 8 – COMMUNAUTÉ



COFFEECLUB
connecting the coffee world

HOME MY COFFEECLUB COMMUNITIES MEMBERS HELP JOIN

Search
Launched by the ICO
Selecione o idioma
Powered by Google™ Google Tradutor

COFFEE BUSINESS OPPORTUNITIES

The ideal marketing channel for you to show your coffee, company, what you need, business proposals and partnership opportunities. Join this community and tell what you need!

www.coffeebusiness.com

Mediator: Paulo Henrique Leme
Collaborator: Rodrigo Pasquini
Members: 97

Join
Invite

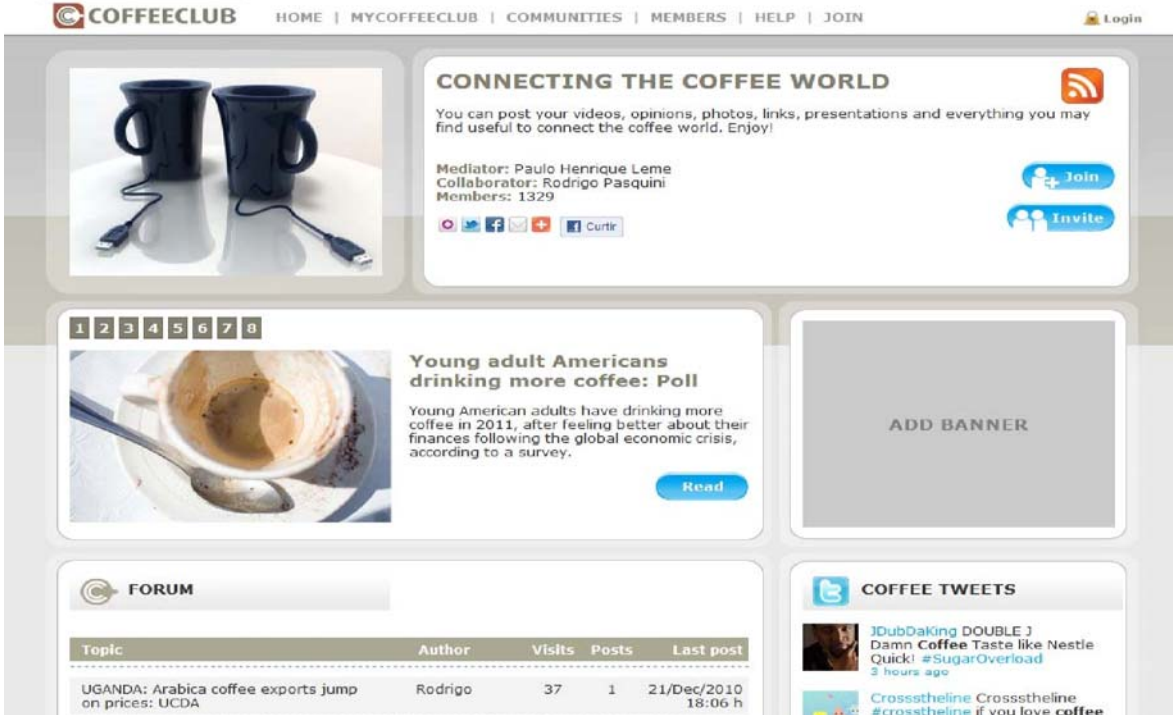
FORUM

Topic	Author	Visits	Posts	Last post
UGANDA: Arabica coffee exports jump on prices: UCDA	Rodrigo	37	1	21/Dec/2010 18:06 h
INDIA: Use of banned pesticides brews trouble for coffee exporters	Rodrigo	112	1	21/Dec/2010 10:15 h
Vietnam learns to drink coffee, as well as grow it	Rodrigo	172	1	20/Dec/2010 13:12 h
Arabica Coffee May Extend Gains to \$4 a Pound in 1st Quarter, Hackett Says	Rodrigo	252	1	20/Dec/2010 12:29 h


VIDEOS

Add Edit See +

IMAGE 9 – COMMUNAUTÉ A ACCÈS LIMITÉ



COFFEECLUB HOME | MYCOFFEECLUB | COMMUNITIES | MEMBERS | HELP | JOIN Login




CONNECTING THE COFFEE WORLD

You can post your videos, opinions, photos, links, presentations and everything you may find useful to connect the coffee world. Enjoy!

Mediator: Paulo Henrique Leme
Collaborator: Rodrigo Pasquini
Members: 1329

[Join](#)
[Invite](#)

1 2 3 4 5 6 7 8



Young adult Americans drinking more coffee: Poll

Young American adults have drinking more coffee in 2011, after feeling better about their finances following the global economic crisis, according to a survey.


[Read](#)

ADD BANNER


FORUM

Topic	Author	Visits	Posts	Last post
UGANDA: Arabica coffee exports jump on prices: UCDA	Rodrigo	37	1	21/Dec/2010 18:06 h

COFFEE TWEETS



JDubDaKing DOUBLE J
Damn **Coffee** Taste like Nestle Quick! #SugarOverload
3 hours ago



Crossstheine Crossstheine
#crossstheine if you love **coffee**

D'après les prévisions initiales, la nouvelle plate-forme devrait être opérationnelle, mais les programmeurs chargés de développer le projet ont rencontré des difficultés dans la migration du système vers un nouveau serveur hébergeur. En fait, la nouvelle version de CoffeeClub nécessite plus qu'une simple migration ; un tout nouveau système est en cours de développement. En conséquence, des heures de programmation supplémentaires ont été nécessaires, entraînant un retard dans le lancement de la nouvelle plate-forme.

En juin/juillet 2011, CoffeeClub sera lancé dans sa phase "Beta", à savoir que les médiateurs et les programmeurs testeront la plate-forme pour identifier d'éventuels bogues et problèmes de connectivité.

9