

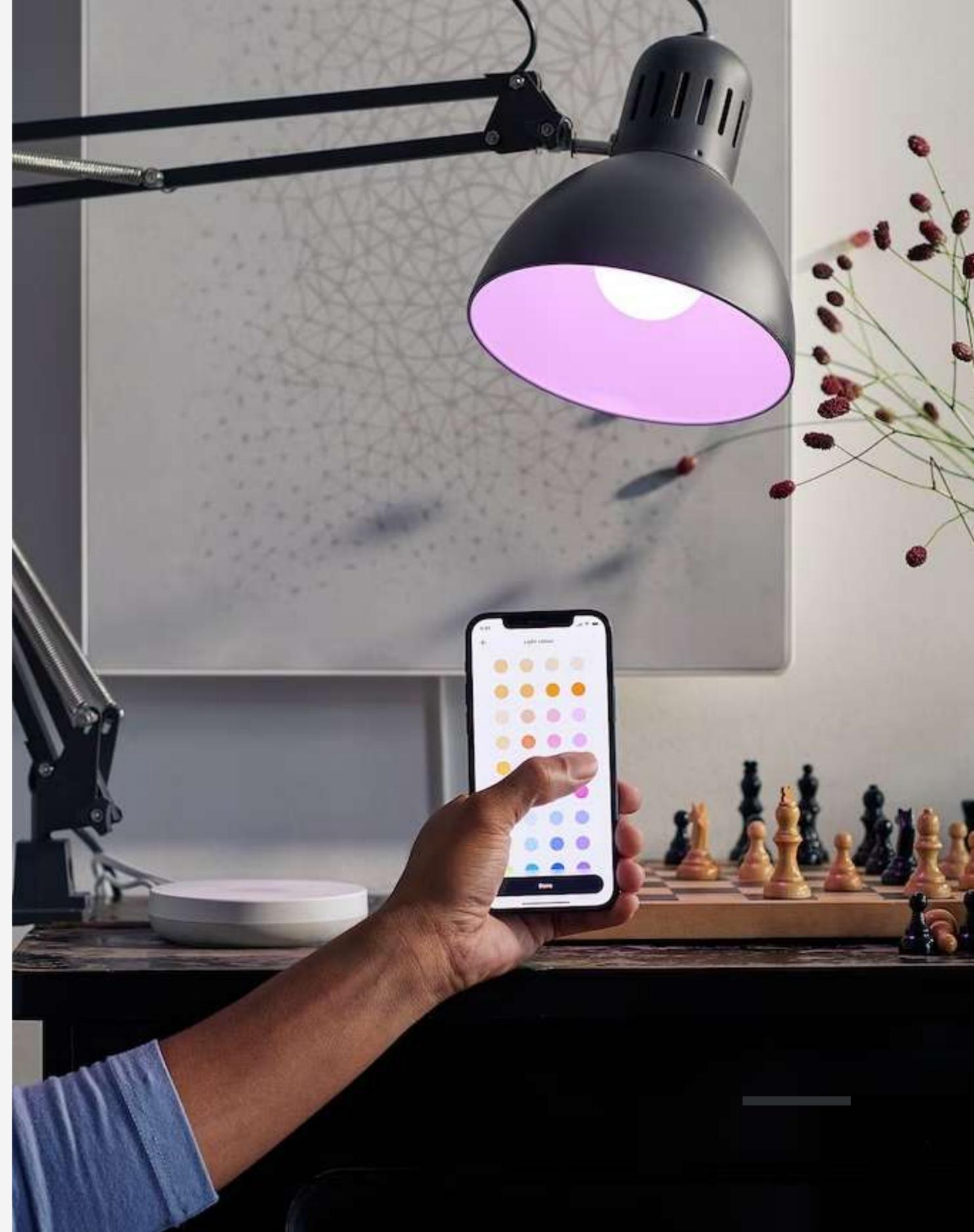
DIRIGERA

IKEA



SOMMAIRE

1. Ikea
2. Produits Dirigera
3. Présentation du marché
4. Réponse aux Besoins du Produit
5. La position de Dirigera
6. SWOT de la gamme
7. Stratégie de la Marque et Cible



1- IKEA



ENTREPRISE SUÉDOISE

MARQUE MONDIALE

SECTEUR MOBILIER ET DÉCORATION

OFFRE UNE EXPERIENCE UNIQUE

FORTE PRÉSENCE EN LIGNE

2- DIRIGERA



La passerelle DIRIGERA est le cœur de votre maison connectée. Elle permet de connecter plusieurs produits et de les contrôler via l'application IKEA Home smart.

Grâce aux lampes, enceintes, stores et purificateurs d'air connectés de IKEA, vous vous simplifiez la vie au quotidien.

PRODUITS



ECLAIRAGE
CONNECTÉ



PURIFICATEUR
D'AIR
CONNECTÉ



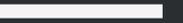
STORE
CONNECTÉ



ACCESSOIRES
D'ECLAIRAGE
CONNECTÉS



ENCEINTES
CONNECTÉES



PRESENTATION DU MARCHÉ

Le "Dirigera" évolue sur le marché de la domotique et de la maison connectée en tant que passerelle centralisée.

"Dirigera" se positionne comme le cœur d'une maison connectée, facilitant le contrôle des produits via l'application IKEA Home smart.

Évaluer la part de marché d'Ikea avec le "Dirigera" par rapport à ses concurrents directs dans le secteur de la domotique.



PRESENTATION DU MARCHÉ

CONCURRENCE

Plusieurs grands concurrents :

- Philips Hue
- Google Nest
- Amazon Echo
- Samsung SmartThings
- Apple Home Kit

Presque les mêmes capacités,
Alors comment IKEA va faire
pour se démarquer ?

Grace à une stratégie efficace

DIFFÉRENT PRODUIT AVEC CARACTÉRISTIQUES UNIQUES
PRIX COMPÉTITIFS
COLLABORATION STRATÉGIQUE

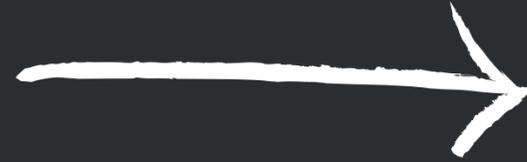


PRESENTATION DU MARCHÉ

PRESCRIPTEURS

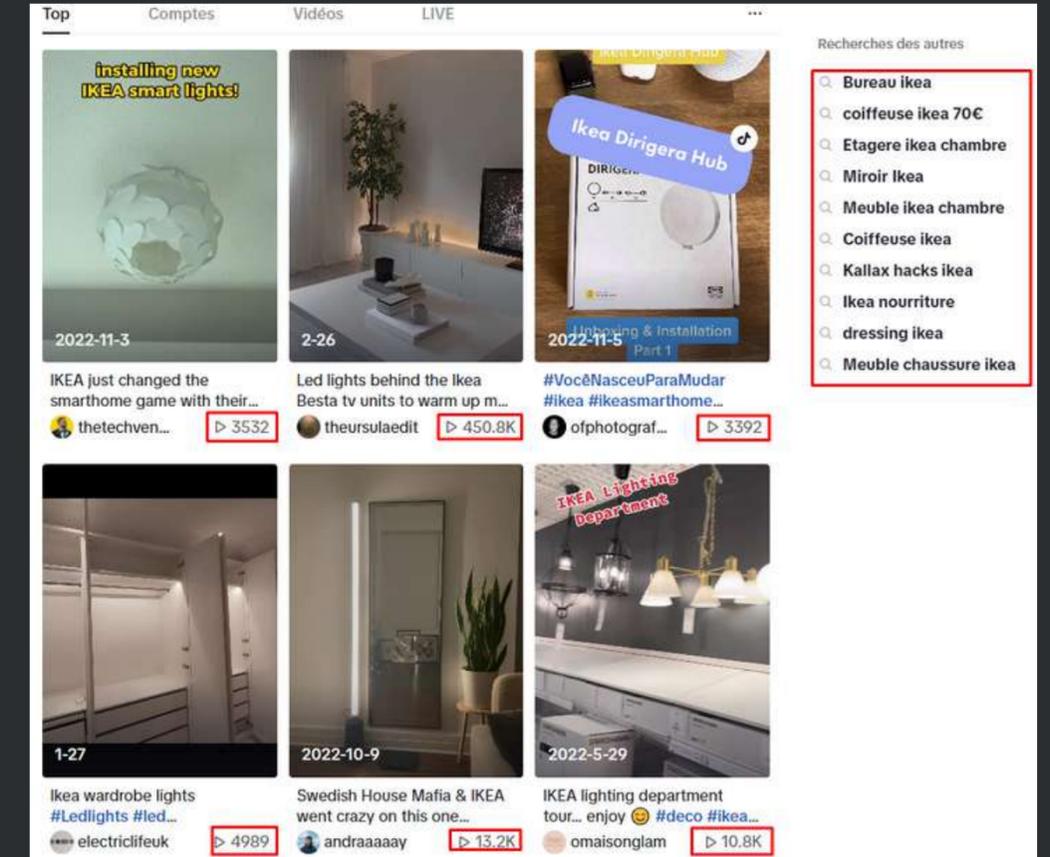
En général

- Réseaux sociaux notamment sur tiktok



Crédibilité : Les prescripteurs donnent une crédibilité supplémentaire au produit.

Visibilité : Les recommandations des prescripteurs peuvent augmenter la visibilité et la notoriété du produit.



Avis

3.4

★★★★☆ 11

Ajouter un commentaire

Notes moyennes des clients

Simplicité de montage/d'installation	3.6
Rapport qualité-prix	3.5
Comment évaluez-vous la qualité du produit?	3.5
Apparence	4.4
Fonctionne comme prévu	3.5
Aide à économiser de l'énergie et/ou de l'eau	5

Connexion ??? 29 avr. 2023

★☆☆☆☆ Laurent - Suisse

J'avais l'ancien qui fonctionne très bien mais pas la possibilité de brancher les nouvelles acquisitions ikea donc achat du nouveau... Plus rien ne fonctionne et branchement impossible...avec les anciens interrupteurs, lampes etc... Seul le détecteur d'air fonctionne et se branche... Une catastrophe..

✗ Non, je ne recommande pas ce produit

Simplicité de montage/d'installation	1
Rapport qualité-prix	3
Qualité du produit	2
Apparence	5
Fonctionne comme prévu	1



Critiques dans les Médias Spécialisés

Influence : Les consommateurs peuvent être plus enclins à acheter un produit recommandé par une source de confiance.

PRESENTATION DU MARCHÉ

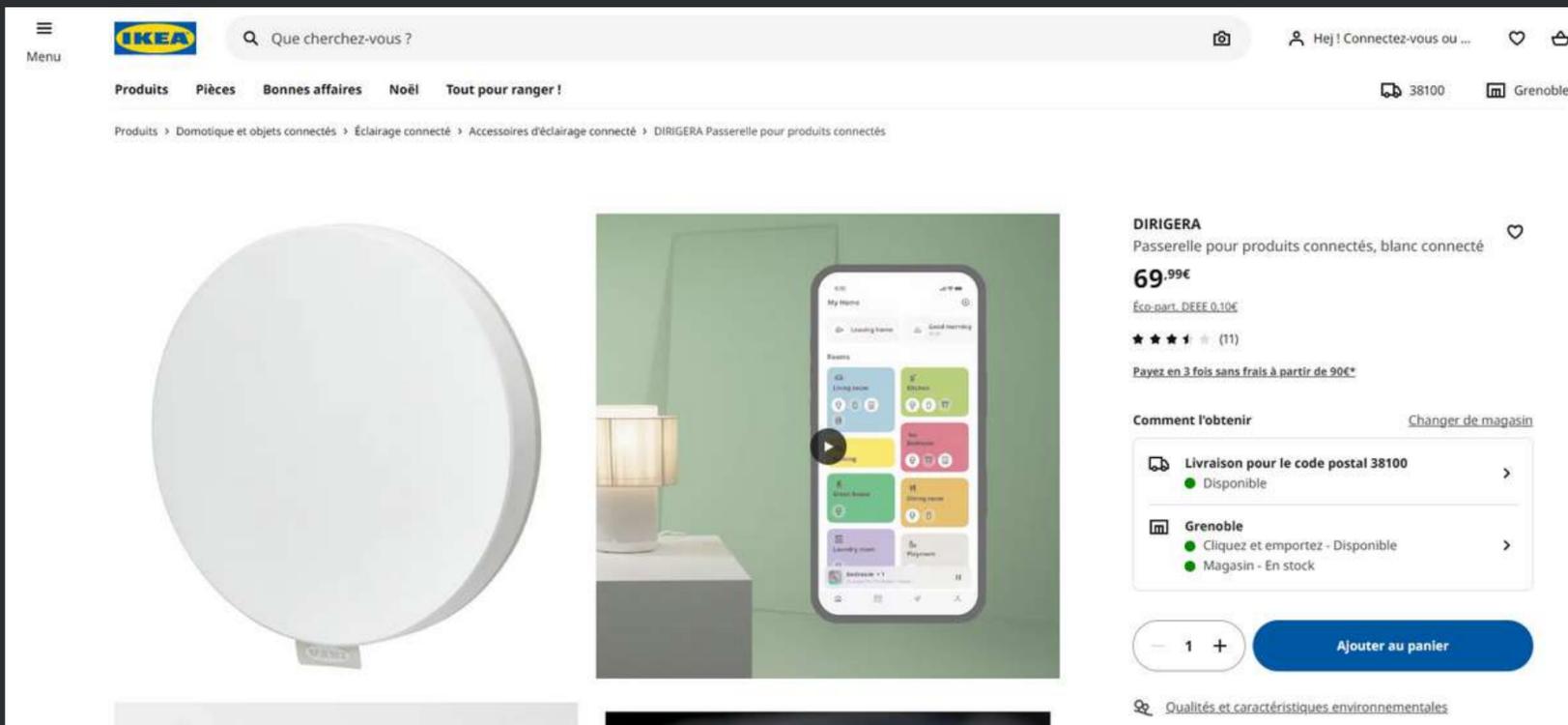
DISTRIBUTEUR

- Magasins Physiques Ikea
Expansion des Points de Vente.



- Plateforme de Vente en Ligne Ikea

Amélioration de l'expérience d'achat en ligne, facilitant la commande de produits.



RÉPONSE AUX BESOINS DU PRODUIT

SOLUTIONS ABORDABLES

Pour répondre au besoin de la gamme d'objets connectés chez IKEA nécessiterait une combinaison d'innovation dans la conception, de connectivité intelligente, de sécurité robuste et d'une communication efficace pour susciter l'adoption auprès des consommateurs.



POSITIONNEMENT DU PRODUIT

- Simplicité et convivialité
- Innovation accessible
- Durabilité et responsabilité
- Interconnectivité au sein des produits IKEA

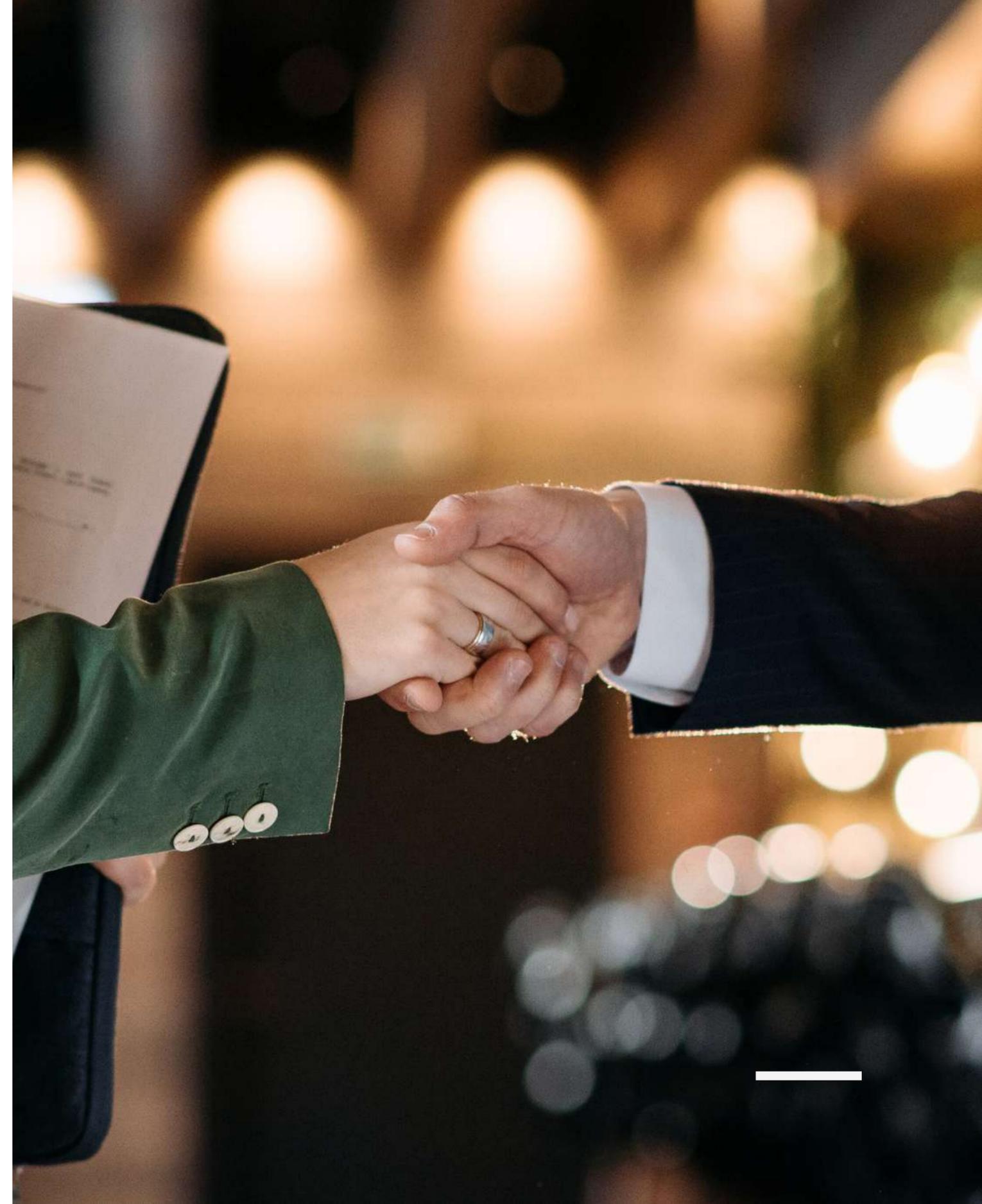
le positionnement de la gamme d'objets connectés chez IKEA devrait capitaliser sur l'accessibilité financière, la simplicité, l'interconnectivité, la durabilité, l'innovation accessible et une communication inspirante pour créer une proposition de valeur attrayante pour les consommateurs.



STRATÉGIE DE LA MARQUE ET CIBLE

STRATÉGIE/

Les consommateurs d'objets connectés sont motivés par la facilité d'utilisation, le prix abordable par rapport à d'autres marques mais surtout la qualité des produits IKEA.

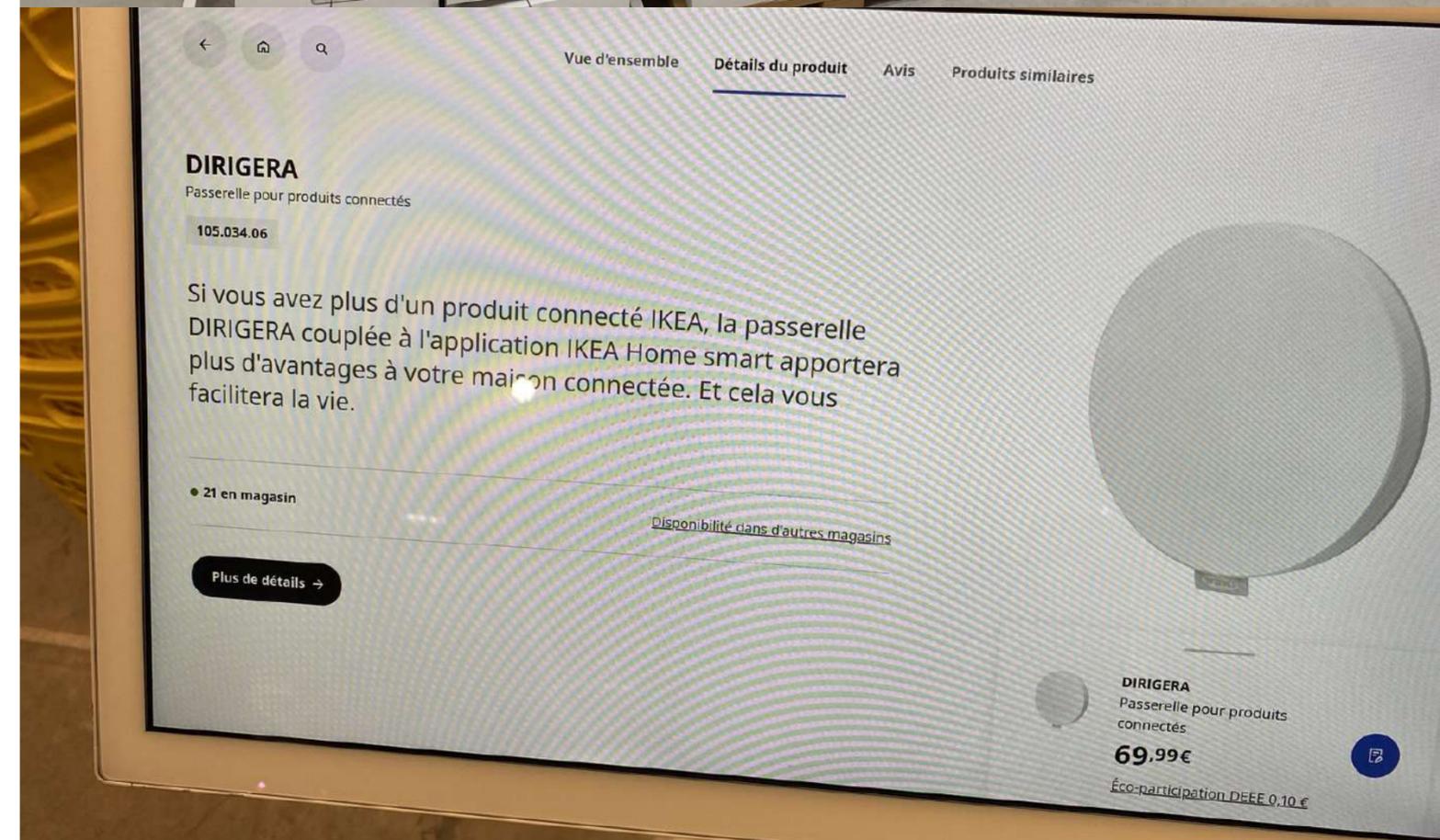


STRATÉGIE DE LA MARQUE ET CIBLE

STRATÉGIE/

DIRIGERA n'est pas mis en avant chez IKEA

Pour trouver la plateforme dirigera , nous avons du chercher avec un assistant numérique et un agent de rayon

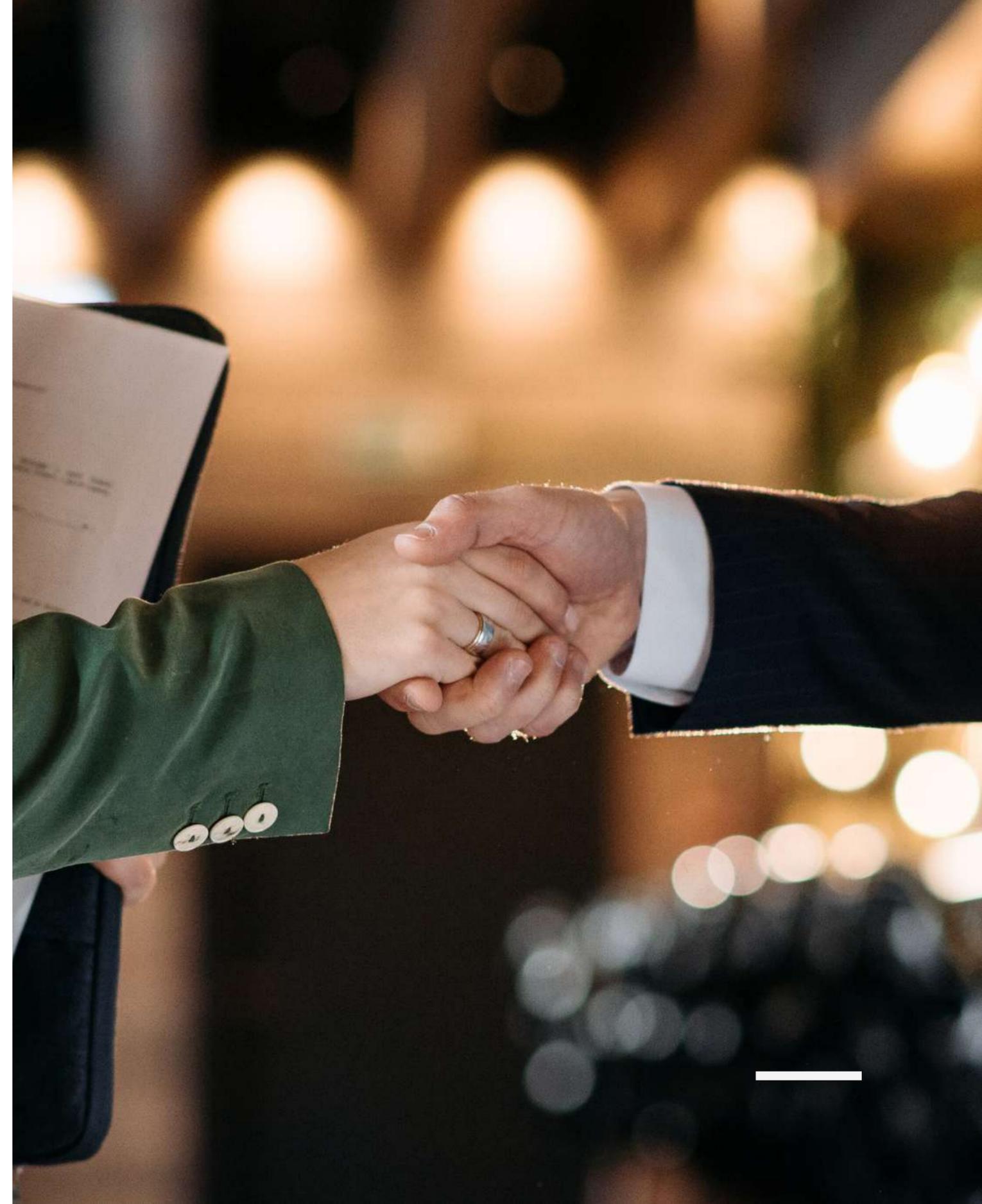


STRATÉGIE DE LA MARQUE ET CIBLE

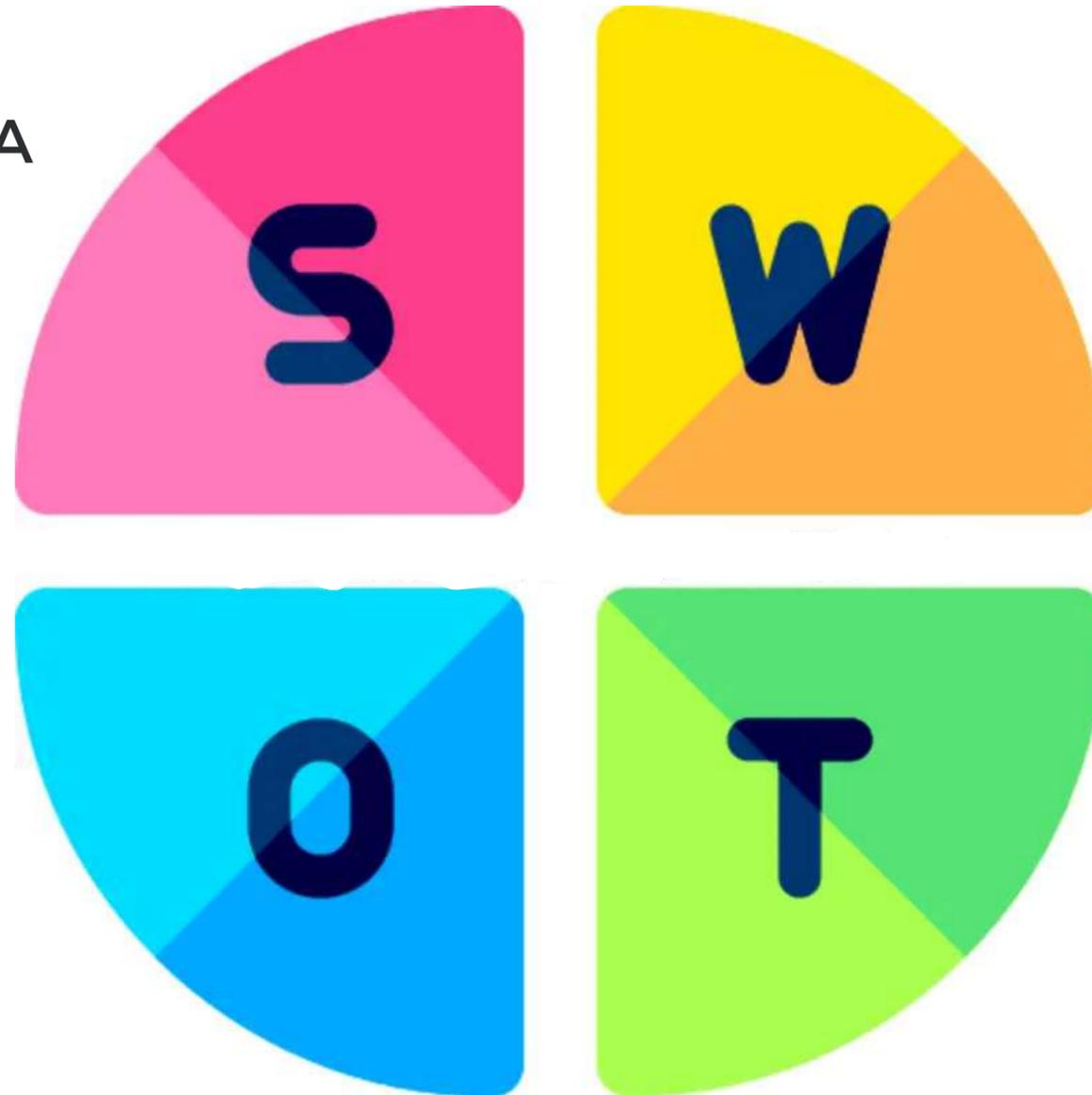
CIBLE/

Les acheteurs peuvent être:

- des particuliers,
- des familles,
- des personnes à la recherche de solutions abordables et fonctionnelles pour la maison connectée.



- Intégration à l'écosystème IKEA
- Prix abordables



- Compatibilité
- Sécurité des données

- Tendance pour les maisons connectées
- Innovation continue

- Concurrence
- Sécurité des données

SOURCES

<https://www.ikea.com/fr/fr/>

<https://www.lesnumeriques.com/objet-connecte/ikea-dirigera-une-nouvelle-passerelle-pour-controler-les-objets-compatibles-matter-n194569.html>

https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=L_39QHcOFzM

<https://www.redacteur.com/blog/etude-de-cas-ikea-content-marketing/>

<https://www.youtube.com/watch?v=antfVD-IRtY>

<https://www.theverge.com/23420136/ikeas-dirigera-smart-home-review-price-specs>

CONCLUSION

La gamme d'objets connectés de chez IKEA offre une expérience utilisateur unique.

En s'engageant dans ce domaine, la marque montre sa capacité à anticiper et à répondre aux changements de la société moderne.

Elle s'intègre dans l'esthétique épurée et accessible qui caractérise la marque.

Toutefois, le domaine est en constante évolution et la concurrence y est vive. Il est donc impératif que IKEA continue à innover.



**FLOCARD RYAN
LAIB MEHDI
LAZAAR HEDI**

MERCI !

