



japonline.com

Deux ou trois choses à savoir...



Un portail :

> Dans l'univers impitoyable qu'est devenu Internet, la notion de site portail est devenue, au cours des derniers mois, incontournable. Il en existe grosso modo deux types :

- le portail généraliste - bon à tout et bon à rien - du type AOL, Yahoo!, MSN etc.
- le portail dit vertical qui s'articule autour d'un contenu particulier, d'une audience spécifique ou d'un type de transaction original. Amazon.com, eBay en sont deux exemples.

JapONline :

> JapONline.com n'a pas vocation à être un portail généraliste. Il n'en a pas les moyens ni le désir.

> JapONline.com appartient à la seconde catégorie de sites portail même si l'audience visée est beaucoup moins large que celle d'un Amazon.com ou d'un eBay.

> JapONline.com est en fait ce que Forrester resaearch appelle **un site niche**, disposant d'une audience réduite mais suffisamment qualifiée pour intéresser les publicitaires. Selon Forrester, en 2004 ce type de site drainera 25 % des recettes publicitaires sur le Net.

Pourquoi ?

> Aujourd'hui la toile mondiale compte plus d'un milliard de pages abordant tous les sujets possibles et imaginables. Le Japon est bien évidemment présent dans certaines de ces pages, ne serait-ce qu'au travers des sites faits par des Japonais pour des Japonais. Avec plus de 18 millions d'utilisateurs, le Japon est le deuxième pays de la planète cyber derrière les Etats-Unis.

> La recherche d'information n'est pas toujours aisée sur le Net. D'où l'importance d'espaces qui permettront d'orienter l'utilisateur vers le sujet qui l'intéresse.

> Malgré ses difficultés, le Japon demeure la seconde puissance économique de la planète mais reste aussi un pays méconnu qui suscite de nombreuses interrogations. Il n'existe aucun site offrant un accès à une information globale sur le Japon.

> Largement déficitaire en terme de communication vers l'extérieur, le Japon a besoin de mieux se faire connaître. De nombreuses entreprises cherchent à améliorer leur image à l'étranger. Un site spécialisé sur le Japon peut les aider dans ce sens.

> Entre avril et septembre 1999, les entreprises étrangères ont investi plus de 11 milliards de dollars au Japon. A l'instar de Renault, les sont de plus en plus nombreuses à s'implanter dans l'Archipel. Elles sont souvent en quête d'informations sur le Japon.

>>> JapONline.com doit répondre à tous ces manquements et rendre plus accessible un pays mal perçu >>>

Pour qui ?

> Le passionné du Japon qui veut rester en prise directe avec lui.

> Le professionnel qui cherche à savoir, par exemple, si le MITI dispose d'un site avec des statistiques.

> Le lycéen ou l'étudiant qui prépare un exposé ou un examen portant sur le Japon.

> Le journaliste qui part en reportage au Japon.

> Enfin, tous les curieux qui veulent découvrir un pays qu'ils connaissent peu, mal ou pas du tout.

