

# RAPPORT DE STAGE

DU 15 06 2015

AU 21 08 2015

---

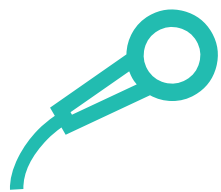
CHEZ **GÉNÉRATION**

PAR **EVAN** GUÉLARD

STAGIAIRE **WEB** **ISEN**

SOUS TUTELLE DE  
**FABIEN PIRIOU**





# REMERCIEMENTS

---

Je souhaite remercier Fabien Piriou, mon maître de stage, responsable technique WEB et mobile, pour ses conseils, son accompagnement et la confiance qu'il m'a accordée tout au long du stage.

Je remercie également Grégory Autret et Eva Priol, gestionnaires WEB, Stéphane Echavidre, directeur infogérance, Jean-François Faye, directeur des opérations et Nicolas Tailpied, chargé de recrutement, pour leur accueil, leurs conseils et leur accompagnement.



# SOMMAIRE



## INTRODUCTION 4



## EXPÉRIENCE HUMAINE 7-16

SERVICES & LIENS  
ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL  
ASPECTS COMMUNICATIONNELS  
ANALYSE



## GÉNÉRATION 4-6

CONTEXTE  
HISTORIQUE & VALEURS



## TECHNIQUE 17-26

TACHES EFFECTUÉES



## CONCLUSION 27



# INTRODUCTION

---

Actuellement étudiant en troisième année de cycle informatique et réseaux à l'ISEN Brest, j'ai effectué mon stage de fin de deuxième année dans le service web de Génération, du 15 juin au 21 août 2015.

Passionné depuis mon plus jeune âge par l'informatique, mes deux premières années à l'ISEN m'ont fait découvrir une nouvelle passion, celle du web. Suite à la réalisation de mon portfolio et de plusieurs projets, j'ai voulu découvrir le web en entreprise. Pour cela, j'ai trouvé ce stage qui proposait des sujets diversifiés et intéressants.

La société Génération est un gestionnaire de complémentaire santé créé en 1996, qui compte plus de 550 employés. Durant mes dix semaines dans l'entreprise, j'ai pris part aux projets du service web.

Au cours de ce stage, on m'a confié un ensemble de missions diversifiées. Toutes s'articulant autour d'une même problématique : comment améliorer l'expérience utilisateur ?

# A- GÉNÉRATION

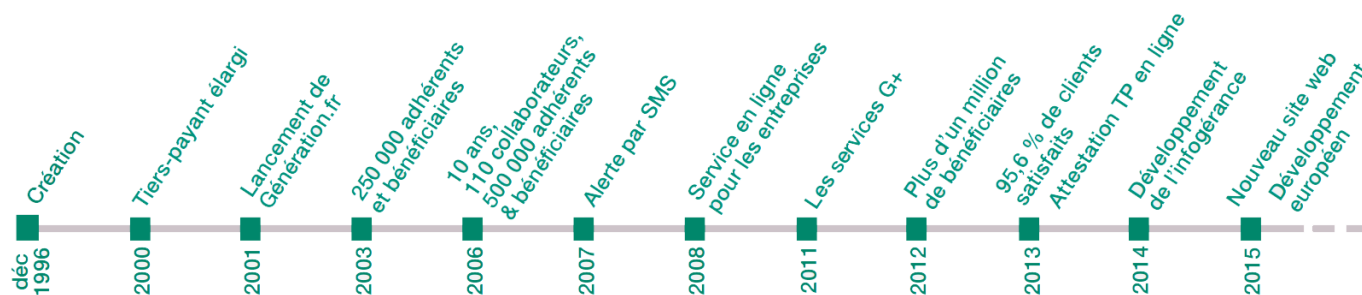
Génération est une société spécialisée dans la gestion des régimes de santé et de prévoyance pour le compte de l'ensemble des acteurs de l'assurance de personnes : compagnies d'assurance, institutions de prévoyance, mutuelles, courtiers.

# CONTEXTE

De nos jours, la Sécurité Sociale ne couvre pas l'intégralité des dépenses de santé des personnes, c'est pourquoi les entreprises proposent à leurs salariés des programmes de protection sociale complémentaire.

Elles font donc appel à un courtier ou un assureur qui lui-même confie la gestion de ce contrat à un organisme spécialisé comme Génération.

## HISTORIQUE & VALEURS



Depuis sa création en 1996 par Jacques Verlingue, quelques faits ont marqué Génération, dont les principaux sont :

- en 2001, lancement du site internet,
- en 2013, mise en place des attestations de Tiers-Payant Santé en ligne,
- en 2014, développement de l'infogérance,
- en 2015, nouveau site web et développement européen.

Au fil des années, Génération s'est construit une carte d'identité, contenant un slogan, « Notre avenir dépend tous les jours de la satisfaction de nos clients » et différentes valeurs, comme la croissance, la rentabilité, la pérennité, l'indépendance et les relations humaines fortes.

Aujourd'hui, avec plus de 550 salariés, 1,4 million de bénéficiaires gérés, 625 M€ de prestations réglées par an et 2.6 millions de connexions web et mobile, Génération est une référence sur le marché en matière de gestion des régimes de complémentaires santé et prévoyance d'entreprise.

En effet, des groupes tels que Danone, Ikea et Google ont confié à Génération la gestion des frais de santé de leurs salariés.

# B- EXPÉRIENCE HUMAINE

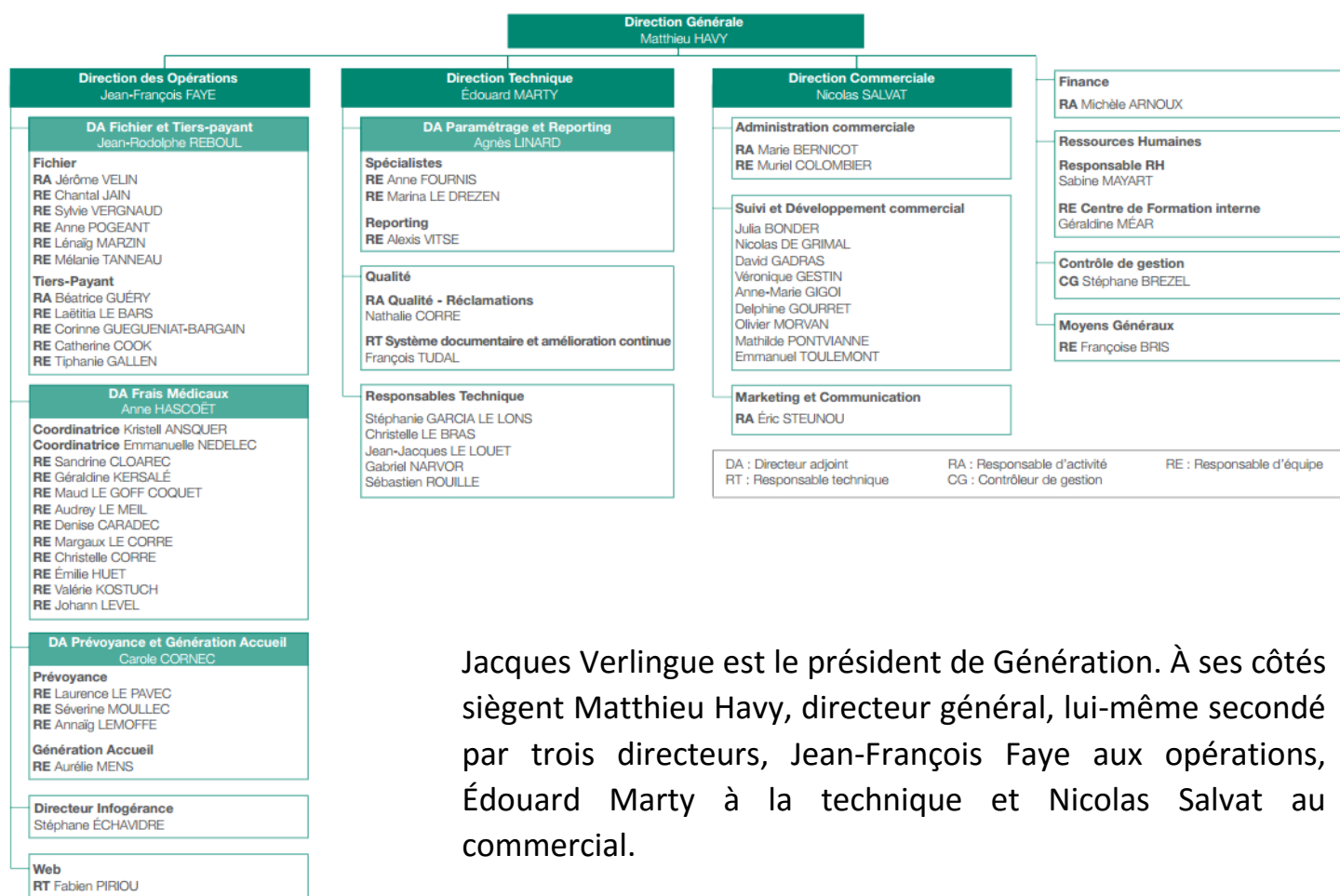


# SERVICES & LIENS



Mes recherches de stage m'ont mené à envoyer mon CV à différentes entreprises dont Génération. Suite à l'étude de ma candidature et la visite de mon portfolio (<http://evangelard.fr>), j'ai obtenu un entretien avec mon maître de stage qui m'a présenté les opportunités de stages qu'il proposait. J'ai retenu la proposition de stage qui m'offrait la possibilité de travailler sur des sujets m'intéressant tels que le web et le design.

## ORGANISATION DE L'ENTREPRISE



Jacques Verlingue est le président de Génération. À ses côtés siègent Matthieu Havy, directeur général, lui-même secondé par trois directeurs, Jean-François Faye aux opérations, Édouard Marty à la technique et Nicolas Salvat au commercial.



## LE CADRE DES OPÉRATIONS

- Le **Fichier** gère les affiliations, que ce soit enregistrement ou modification des dossiers.
- Le **Tiers-Payant** règle les factures aux professionnels de santé.
- Les **Frais Médicaux** règlent les factures aux adhérents.
- La **Prévoyance** gère les contrats de Prévoyance, ces contrats portent sur les indemnités d'arrêts maladie, les versements de rentes pour invalidité et/ou décès.
- **Génération Accueil** répond aux appels externes et gère le callback.
- L'**Infogérance** effectue le suivi des prestations réalisées pour les clients infogérés et développe l'activité auprès des nouveaux clients.
- Le **WEB** est en charge du site internet et des applications mobiles.

## LE CADRE DE LA TECHNIQUE

- Les **Spécialistes** qui paramètrent les contrats.
- Le **Reporting** fournit les statistiques suite à des demandes internes, d'entreprises ou de courtiers.
- La **Qualité** traite les réclamations et se charge de la documentation interne.

- Les **Responsables Techniques** s'occupent de l'amélioration continue et du développement des technologies internes. Ils représentent la maîtrise d'ouvrage.

## LE CADRE COMMERCIAL

- Les **Commerciaux** suivent la vie des contrats (obtention, mise en place, suivi, renégociation).
- Le « **Marketing et Communication** » régit les visuels, les documents externes, la mise en forme et les actions lors d'événements tels que la course Défigena qui a lieu chaque année à l'Île Tudy. De plus, ce service gère le contenu de Génération TV.

## LES SERVICES SUPPORTS

- La **Finance** récupère les cotisations des sociétés et gère la trésorerie.
- Les **Ressources Humaines**
- La **Formation** assure la formation interne, initiale ou continue.
- Le **Contrôle de Gestion** établit les budgets, contrôle les dépenses de la société et les retours sur investissement.
- Les **Moyens Généraux** sont en charge du mobilier, des fournitures et des travaux.



Chez Génération, chaque gestionnaire assure l'accueil téléphonique des adhérents sur le pôle Génération Accueil au moins une fois par mois. Il peut aussi y avoir de l'entraide entre les différents services, ce qui maintient les connaissances des gestionnaires et contribue à la satisfaction client.

# LE SERVICE **WEB** & L'AVANCÉE VERS LE NUMÉRIQUE

J'ai réalisé mon stage au sein du service WEB ; ce service est composé de trois personnes : Fabien Piriou - mon maître de stage - responsable technique du service, Grégory Autret et Eva Priol, gestionnaires.

Le service WEB est en charge :

- Du suivi de production regroupant tous les sites internet et applications mobiles ainsi que l'assistance et le reporting qui leur est associés.
- De projets associés au suivi de production afin de répondre à l'expression des besoins. Le service englobe également la veille technologique, la proposition de nouveaux services et l'optimisation des services actuels.
- Des campagnes d'emailing qui regroupent la gestion des bases de mail ainsi que le pilotage des campagnes comme la campagne mensuelle de bienvenue et les campagnes de marketing de masse. Et tout cela pour Génération et la Mutuelle du Groupe BNP Paribas.

## MUTUELLE DU GROUPE BNP PARIBAS

La Mutuelle du Groupe BNP Paribas ou aussi appelée la MBNPP a souscrit à un contrat d'infogérance chez Génération.

Elle a délégué à Génération la gestion de son système d'information comprenant les sites et applications et une partie de son back-office comme la gestion de sa partie Tiers-Payant.

les services

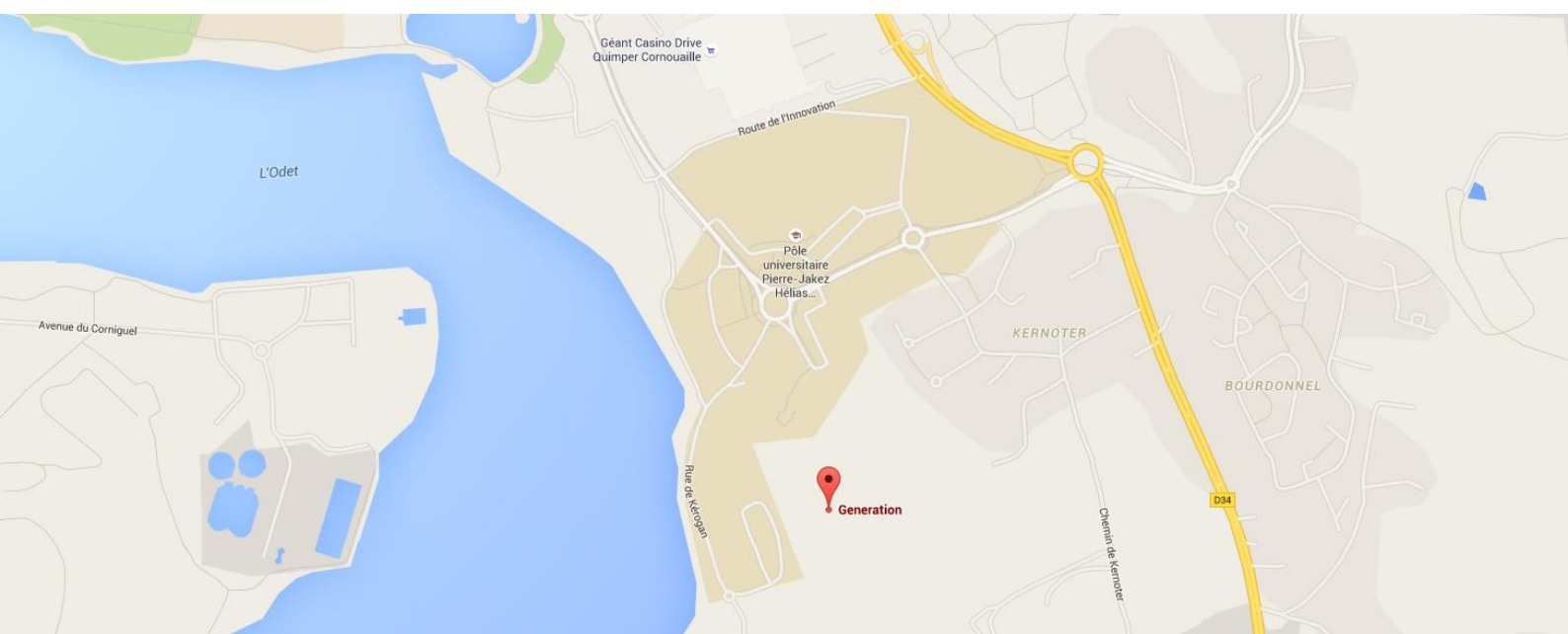


Pour continuer son avancée vers le numérique suite à la mise en place de ses applications mobiles, Génération a mis en place un système de services gratuits nommés services G+. Ils ont pour but de limiter l'utilisation de papier. En souscrivant à ce service, l'adhérent ne reçoit plus ses décomptes de remboursements par courrier, mais peut y accéder sur le site internet ou les applications mobiles, tout en ayant un historique de deux ans. L'adhérent peut aussi, en passant au format électronique, éditer son attestation de Tiers-Payant santé en ligne au lieu de la recevoir par courrier.

Depuis début 2015, l'espace assuré Génération compte environ 217 000 connexions par mois dont environ 28% depuis les applications mobiles.

Le service WEB est en relation avec beaucoup de services, comme Génération Accueil dont les gestionnaires appellent pour des renseignements afin de conseiller les adhérents. Le WEB est également en relation avec le service Infogérance pour répondre aux besoins des infogérés et effectuer leurs mailings. De plus, dans le cadre des mailings, le WEB échange avec le service Marketing et Communication pour la préparation des mails et ensuite transmet aux directeurs le mailing pour une validation avant l'envoi réel.

# ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL



## LOCALISATION & LOCAUX

Le siège social de Génération SAS est situé 12 rue de Kerogan à Quimper (29). Le site est composé de 2 bâtiments modernes reliés entre eux.

Le premier, composé de deux étages, construit en 1996, abrite la direction, les commerciaux et les ressources humaines.

Le deuxième bâtiment, a lui été édifié en 2013, et abrite les différents services divisés en plateau de gestion et bureaux, les salles de pauses et de restauration. Dans les différents couloirs, on trouve

régulièrement, des espaces possédants des imprimantes et photocopieuses, des télévisions diffusant l'actualité de l'entreprise, les offres du Comité d'Entreprise et les statistiques des différents services.

De plus, Génération ouvre également une succursale à Lisbonne (Portugal) pour s'étendre à l'international, répondre à la pression des prix et à la saturation du site de Quimper.

# POSTE DE TRAVAIL & HORAIRES

Le WEB occupe un bureau de six postes de travail. Chaque poste dispose d'un bureau, d'un caisson personnel et d'un ordinateur. Génération invite ses employés à avoir un bureau rangé chaque soir, sans marque personnelle à part une photo de ses enfants. Tous les effets personnels et documents doivent se trouver dans le caisson afin de faciliter le travail des femmes de ménage et de garder un bon environnement de travail.

Pour les stagiaires, la durée journalière est de sept heures par jours et 35 heures par semaines. Concernant les horaires journaliers, existaient quelques contraintes comme : commencer au plus tard à 9 heures et finir au plus tôt à 16 heures 45, tout en prenant au minimum une heure de pause déjeuner.



## AMBIANCE

Au service WEB règne une ambiance de travail agréable et une bonne humeur générale. On sent une complicité entre les membres de l'équipe. J'y ai vite été intégré.

L'ambiance générale de Génération est plutôt bonne, que ce soit par la gentillesse de ses employés ou par l'organisation de différents événements par l'entreprise, tels qu'un pique-nique accompagné d'un concert.

# ASPECTS COMMUNICATIONNELS

Chaque semaine se déroule la criée, une réunion des dirigeants de Génération où ils établissent un rapport des activités et news de la semaine. Puis le lendemain, les services ont un rapport de criée permettant ainsi de tenir informé l'ensemble du personnel concernant l'avancement de projets et l'activité des différents services.

## RECUEIL DES INFORMATIONS

Par son domaine d'activité, Génération est soumise à des contraintes réglementaires. Pour répondre à celles-ci, l'entreprise s'impose des normes internes comme par exemple la documentation obligatoire de chaque processus ou règle de gestion. Cette méthode permet d'assurer l'uniformité et la qualité des prestations, de faire des contrôles de qualité et de mettre en

place des plans d'actions d'amélioration.

J'ai donc dû lire plus d'une centaine de documentations concernant les normes informatiques ou plus générales (sécurité incendie, réglage de la chaise, ...).

J'ai également eu à ma disposition différents terminaux (pc, smartphones et tablettes) permettant de tester les sites et applications proposées aux clients par Génération. Dans le but de les découvrir et de comprendre leur fonctionnement.

# AVANCEMENT

Selon les différents types de projets sur lesquels j'ai travaillé, les comptes-rendus fait à mon à mon maitre de stage étaient différents.

Pour certaines tâches, comme un projet de la partie maquettage, j'avais carte blanche sur le design et l'ergonomie. J'exposais donc souvent mon travail à mon tuteur afin

qu'il me donne son avis et que je ne parte jamais sur une mauvaise voie.

Pour d'autres projets comme les screencasts où le cahier des charges était plus précis, j'ai montré le résultat à mon tuteur seulement une fois les vidéos terminées.

# RELATIONS

Les contacts était quasiment que les membres du service, je n'ai pas eu à faire à un client directement.

Coté Génération, c'était Fabien ou un autre membre de l'équipe qui avait le rôle de client. Concernant les mailings Génération, le « client » était plutôt le directeur général ou commercial, mais je n'avais pas de relation directe avec eux.

Coté MBNPP, j'ai réalisé des mailings et des screencasts, la personne qui jouait le rôle du client était le directeur infogérance, Stéphane Echavidre. Pour les screencasts, c'est à mon tuteur que j'ai rendu le travail, mais pour les mailings, j'avais directement affaire avec Stéphane, qui lui avait les relations avec la MBNPP.



*Bâtiments de Génération*





# ANALYSE

Les domaines administratifs ne m'ont jamais été familiers. Malgré ça, j'ai choisi une entreprise dont la fonction principale est administrative et non informatique.

Je suis donc arrivé dans un secteur d'activité que je ne connaissais pas. Pourtant, j'ai rapidement réussi à m'imprégner des fonctionnements de l'entreprise et à m'adapter aux outils et aux projets du service.

## ADAPTATION

Il me semble ne pas avoir connu de difficultés pour m'adapter à l'équipe.

Grâce à mes collègues et aux différentes documentations, j'ai rapidement réussi à appréhender les différents outils et logiciels du service. Ce qui m'a permis de ne pas perdre trop de temps avant de commencer à exécuter les tâches demandées.



*Génération et ses employés*

## MON ORIENTATION

Cette expérience m'a rassuré sur la décision que j'ai prise en venant à l'ISEN, j'ai aimé travailler en équipe sur les différents projets de l'entreprise, ce qui confirme mes envies d'orientation professionnelle.

Evidemment, j'ai aussi été confronté au fait de devoir accomplir des tâches qui me plaisaient moins, mais je pense que c'est une bonne chose afin de d'orienter nos choix futurs.

## DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

Je n'ai pas rencontré spécialement de difficultés pendant mon stage, hormis un point : les screencasts. Quand on voit une vidéo de démonstration, on n'imagine pas tout le travail qu'il y a en amont, ni sa complexité. Il faut commencer par écrire son texte, ce qui n'est déjà pas une tâche facile. Puis, quand vient le moment d'enregistrer sa voix, bonjour la difficulté, il est très compliqué de parler tout seul devant un écran, en plus en ayant un texte défini. Il faut avoir une bonne intonation, articuler et ne pas aller trop vite.

Pour enregistrer ma voix, j'avais attendu les RTT de collègues pour ne pas être

dérangé. Mais, une fois l'enregistrement fait, j'apprends quelques jours plus tard, qu'il y avait des mousses pour que le micro grésille moins, j'ai donc du tout réenregistrer. Ce qui n'a pas été facile avec les collègues autour de moi, sans oublier les coups de téléphone qui rendent inutilisable l'enregistrement en cours.



## AVIS DE MON TUTEUR

Le dernier jour de stage, mon tuteur m'a donné son avis sur mon travail. Il a été satisfait des tâches que j'ai effectuées, de mon autonomie et de ma rapidité d'adaptation. Il m'a émis un défaut, le fait de ne pas assez tester ce que je fais. En effet, il reste parfois des problèmes ou des points qui ne fonctionnent pas sur ce qui m'était demandé. Par exemple dans une maquette, on me donne des modifications à faire, cependant, une fois la maquette rendue, un lien ne fonctionne plus. Il est vrai que parfois je devrais prendre plus de temps pour vérifier mes actions. Il faut que je fasse attention à ne pas confondre vitesse et précipitation.



# C- TECHNIQUE



# TÂCHES EFFECTUÉES

## MAQUETTAGE WEB & MOBILES

Une de mes missions fut de maquetter des changements sur le site internet et les applications mobiles de Génération et de la Mutuelle du Groupe BNP Paribas.

Pour faire ces maquettes, j'ai utilisé Axure, un logiciel de création de maquettes fonctionnelles. Il permet d'avoir un rendu au plus proche de la réalité grâce à la génération de la maquette au format HTML.

Durant mon stage, j'ai maquetté, entre autres, deux gros projets allant de l'ajout de nouvelles fonctionnalités à la modification de pages existantes.

### MOBILE V3

Le projet « Mobile V3 », qui a pour but d'enrichir les applications Smartphones et tablettes en y ajoutant certaines fonctionnalités du site internet.

En effet, différentes pages ont été ajoutées aux applications, notamment les pages « Mes coordonnées », « Mes codes d'accès », « Mon attestation de Tiers-Payant Santé » et la page « Mes demandes de prise en charge hospitalière ».

Ces ajouts modifient aussi le menu hamburger de l'application en raison de la quantité de pages ajoutées. J'ai donc changé la structure du menu en y ajoutant des catégories, telles que « Consulter » et « Gérer », contenant les différentes pages.

De plus, les applications mobiles ne permettaient pas aux adhérents ayant des plateformes de soin partenaire, de géolocaliser les partenaires de santé sur l'application. C'est pourquoi ce projet intègre la géolocalisation du partenaire de santé dans l'application mobile Génération.



*Applications mobiles de Génération*

## WEB BIA

Le deuxième projet est le « Web BIA » qui avait pour but de permettre aux adhérents de s'affilier en ligne à Génération. Ils pourront remplir le Bulletin Individuel d'Affiliation (BIA) directement sur le site ou les applications.

Cela entraîne différents changements à maquetter, comme la modification de la page d'accueil, l'ajout d'une page permettant de se connecter ou de faire sa première connexion et de remplir son BIA en plusieurs étapes, et bien sûr, les étapes elles-mêmes. Cela implique aussi la modification des menus donnant accès à telle ou telle page en fonction de l'état du compte : connecté, déconnecté, en cours de remplissage du BIA ou en cours d'affiliation (BIA rempli, mais en cours de traitement).



## AUTRES PROJETS

J'ai aussi travaillé sur d'autres projets, comme le « Multi RIB ». Le but du projet était de mettre en place une procédure permettant à un adhérent d'associer plusieurs RIB à son compte, afin de pouvoir effectuer les remboursements sur différents comptes bancaires en fonction du bénéficiaire.

Le but est qu'à la première utilisation de l'outil, l'adhérent soit capable de réaliser un ajout de RIB et d'y attribuer différents paramètres facilement. Pour cela j'ai essayé d'appliquer les règles de l'emmarketing à la gestion en rendant la maquette d'origine plus ergonomique et adaptative aux différents appareils.

Les projets pour lesquels j'ai réalisé des maquettes apportent de nombreuses fonctionnalités à l'utilisateur. De plus, certaines pages changent afin de les rendre plus intuitives et design.



# OPÉRATIONS SUR LA **BASE DE DONNÉES**

Une autre de mes missions fut de travailler sur des bases de données. Pour cela, j'avais à disposition le logiciel Access. C'est un système de gestion de bases de données (SGBD), édité par Microsoft.

Les bases de données sur lesquelles je devais travailler étaient destinées à l'emaling ou aux statistiques concernant les emails des adhérents. Les extractions étaient réalisées à partir de la base d'ATLAS, l'outil de gestion développé par et pour Génération. Il permet de faire tous les traitements des différents services de l'entreprise.

## REQUÊTES

Pour me familiariser avec Access, j'ai commencé par écrire deux requêtes SQL. Ces requêtes ont pour but de sélectionner des cas improbables de la base de données (des cas qui ne devraient pas arriver en théorie et qui résultent d'une mauvaise manipulation de la base de la part des gestionnaires).

La première requête a pour but de sélectionner les adhérents qui ne sont pas abonnés aux services G+, mais enregistrés au format numérique pour leur attestation de Tiers-Payant Santé. Ils ne la recevront

donc pas par courrier postal, mais ne peuvent pas y accéder non plus sur le site internet car ils ne sont pas abonnés aux services G+.

La seconde requête a pour but de filtrer les adhérents étant toujours abonnés aux services G+, mais pour lesquels une date de fin d'abonnement est renseignée. En théorie, cette date est entrée lorsque l'adhérent se désabonne des services G+. Cette erreur est due à la mauvaise manipulation de la part d'un gestionnaire, mais n'a pas d'impact pour l'adhérent.



## MODULES

J'ai développé trois modules (programmes) en Visual Basic for Applications (VBA).

Les deux premiers modules ont pour but d'automatiser la sélection d'adhérents à partir d'une extraction de la base de données. Jusqu'à présent, la sélection et le formatage de la base était faite manuellement.

Désormais, ces modules formatent les champs puis exécutent les requêtes de

sélection une par une sans possibilité d'erreurs.

Ensuite, le troisième module, quant à lui, effectue un comptage pour réaliser des statistiques sur les emails des adhérents. Il commence par formater mes champs, puis supprime les doublons. Ensuite il effectue le comptage des différents états associés aux emails : validé, en cours de validation, pas d'email.



## EXPLICATIONS

Ces automatisations ont pour but de faire gagner du temps et de la fiabilité.

Pour faciliter la compréhension et l'utilisation des modules par le reste de l'équipe, j'ai commenté mon code et fait une documentation expliquant le fonctionnement et le lancement des modules.

# MAILINGS

Durant mon stage, j'ai réalisé de nombreux mailings responsives, c'est-à-dire que les mails s'adaptent à l'appareil sur lequel ils sont ouverts. Pour cela, j'avais à disposition un Template HTML, que j'ai ensuite modifié : j'ai augmenté la largeur maximale possible du corps du mail, j'ai supprimé de nombreux éléments inutiles et fait d'autres modifications en fonction du mailing.



Pour réaliser les mails, je disposais, soit d'une maquette faite par le service marketing, que je devais intégrer, soit des

instructions orales, ou d'anciens mailings à remettre au gout du jour. Ces mailings étaient souvent accompagnés de « landing page », plus communément appelée pages d'atterrissage. Ces pages sont atteintes lors du clic sur un lien d'un mail. Par exemple, l'utilisateur clique sur le bouton d'inscription aux services G+ et il arrive sur la landing page, qui lui confirme que sa demande a bien été prise en compte et qu'il recevra un mail de confirmation d'inscription dans les prochains jours.

## LES CAMPAGNES

Sur la période de mon stage, j'ai participé à la réalisation d'environ une douzaine de templates mail et les pages d'atterrissages associées, quand nécessaire. Ces templates étaient destinés à différentes campagnes mail ; voici les plus importantes :

➤ La campagne mail la plus importante de la période de mon stage, le **Mailing Été**, destinés aux adhérents Génération et MBNPP, comprenant six mails, une version pour les abonnés G+ et une version pour les non-abonnés. Et cela en deux versions, une pour Génération et une pour la MBNPP. Cette campagne avait pour but de faire s'abonner les adhérents aux services G+ ainsi que de faire télécharger les applications mobiles aux abonnés. De plus, il y avait un mail retour, pour confirmer à l'adhérent son inscription aux services G+.

### MAILING ÉTÉ MBNPP NON-ABO



Cet été, emportez la  
**Mutuelle**  
du Groupe BNP PARIBAS  
avec vous.

[DB\_CUSTOMSTR22] [DB\_FIRSTNAME] [DB\_LASTNAME]

Et si la **Mutuelle du Groupe BNP PARIBAS** vous accompagnait sur votre lieu de vacances ?

Quels que soient vos projets, abonnez-vous gratuitement aux services **G+** !

Vous serez ainsi avisé(e) de vos remboursements en frais de santé et profiterez de nombreux services et conseils en matière de santé/bien-être. Et tout cela sur votre mobile ou tablette, où que vous soyez, 7 jours sur 7.

[Je m'abonne aux services G+](#)

Nous vous souhaitons un bel été.

**Mutuelle**  
du Groupe BNP PARIBAS

Visualisez la version en ligne | Ne recevez pas de messages de votre Mutuelle

➤ La **Newsletter Apporteur**, destinée aux apporteurs de clients, comme les courtiers ou assureurs. La campagne comprend deux mails, une version pour Verlingue et une version pour les autres apporteurs. Cette campagne a un but informatif et donne des informations sur les actions de Génération.

➤ Une campagne imprévue : **Restez vigilants**, destinée à tous les adhérents Génération, les informant que des fraudeurs se faisant passer pour Génération pouvaient les contacter par téléphone pour leur dérober leurs informations.

➤ Le Mailing de **Bienvenue**, destiné chaque mois aux nouveaux adhérents, leur donnant des informations concernant Génération et des différents services proposés (G+, applications).

J'ai aussi réalisé les Templates de mails retour pour des campagnes commencées avant mon arrivée, comme par exemple un mail montrant comment éditer son attestation de Tiers-Payant santé en ligne.

## ETAPES D'ENVOI

Une fois un mail au format HTML, il fallait créer une campagne sur dolist l'outil d'emailing, puis envoyer un bon à tirer (BAT) aux membres du service pour tester en condition réelle le mailing, que ce soit niveau contenu ou adaptabilité aux différents appareils. En effet, le service disposait de trois smartphones (Android, IOS et Windows Phone) et 2 tablettes (Android et IOS) pour utiliser l'application et tester les malings.

Après validation par l'équipe, Fabien transférait le mail au directeur général, au directeur commercial et au Marketing pour validation puis Grégory se chargeait de l'envoi réel.



## EVOLUTION & ONE CLIC

Ces dernières années, les mailings ont subi une évolution. A la base, ils étaient envoyés pour informer l'utilisateur. Dorénavant, ils sont utilisés pour proposer de nouveaux services et faire des actions commerciales. Il a donc fallu faire évoluer les mailings afin de les faire passer d'une logique d'information à une logique de transaction. Le but étant d'inciter l'utilisateur à cliquer sur les liens inclus dans ces mailings.

Les mailings sont donc majoritairement construits en "One Clic", dont l'objectif est que l'utilisateur ait seulement à cliquer une seule fois pour atteindre le but du mailing, par exemple de s'inscrire au service G+.

## LIMITES ET SOLUTIONS

Ces mailings connaissent des limites : il faut attendre qu'un gestionnaire fasse manuellement l'extraction pour que la modification soit valide pour l'adhérent, l'extraction prend du temps à un gestionnaire et, au bout d'un certain temps, si l'adhérent clique, il doit faire l'action lui-même.

Pour essayer de répondre à cette limite, j'ai réalisé un document décrivant une nouvelle solution pour automatiser le système et que la modification soit prise en compte instantanément lors du clic. La page d'atterrissage serait en C# et commune à tous les mailings. Elle différencierait l'action à effectuer, l'adhérent et la page d'atterrissage grâce à un passage d'argument par la méthode GET. Cette page communiquerait directement avec la base de données et ferait la redirection vers la page d'atterrissage souhaitée.



Les mailings ont pour but de tenir informé l'utilisateur quelle que soit sa plateforme de visionnage grâce à la dimension responsive des mails. De plus, nous essayons d'automatiser les actions des mailings afin de faire gagner du temps aux utilisateurs.



# CHAT EN LIGNE -PLAN

J'ai également travaillé sur la mise en place de la solution de chat en ligne d'Orange. Dans un premier temps, le but serait d'aider les adhérents dans l'utilisation des fonctionnalités du site web. À plus long terme, l'objectif serait de permettre de répondre à toutes les questions des adhérents, que ce soit au niveau de la navigation du site internet ou des demandes liées à la gestion de leur contrat.

Après familiarisation avec les sites d'administration et une première configuration de la solution, j'ai copié une page internet de Génération afin de tester le comportement de la solution en cas quasi réel. Pour cela, j'ai inséré un script à

la page. En fonction de l'état des conseillers (disponible ou non) il affiche ou non le bouton pour accéder au chat.

Après la modification des réglages, de nombreux tests et appels téléphoniques avec Orange, la solution est quasiment prête à être déployée.

J'ai également effectué plusieurs documentations sur cette solution, décrivant la mise en place de la solution, le rôle de tous les types de compte (administrateur, superviseur, conseiller) et les limites de la solution. Fabien va ensuite remonter à Orange les limites du chat pour essayer de l'améliorer.



# SCREENCAST

J'ai réalisé deux screencasts, aussi appelé démonstration vidéo, pour la Mutuelle du Groupe BNP Paribas. Pour cela, j'ai utilisé le logiciel Adobe Captivate. J'avais à réaliser deux démonstrations, la première montre comment effectuer sa première connexion au site et comment s'inscrire aux services G+, la seconde explique comment éditer son attestation de Tiers-Payant Santé en ligne.



## DÉROULEMENT

Pour réaliser les screencasts, j'ai commencé par faire l'action souhaitée sur l'ordinateur tout en enregistrant avec Captivate. Ensuite, j'ai ajouté les explications écrites. Après avoir écrit le texte d'explications orales, j'ai enregistré ma voix, que j'ai ensuite synchronisé en modifiant la durée des étapes de la

démonstration, pour obtenir une vidéo fluide et agréable à regarder et à écouter.

Après validation et anonymisation du compte utilisé pour la démonstration, par le marketing, les vidéos seront mises sur Vimeo dont le lien sera sur le site de la MBNPP.

Les screencasts sont mis en place pour guider les utilisateurs dans la réalisation d'actions précises, en expliquant pas à pas les étapes du cheminement de l'action. Le but est que toute personne, néophyte ou expérimentée, puisse comprendre la vidéo et exécuter l'action.



# CONCLUSION

Ce stage de dix semaines m'a permis d'acquérir des compétences techniques (appréhension de logiciels et outils). Ce fut également une très belle expérience humaine m'apportant des connaissances sur le travail et l'organisation en entreprise.

J'ai eu la chance d'intégrer une équipe très sympathique qui m'a permis de m'épanouir. Ces semaines de travail se sont déroulées dans une bonne ambiance. J'ai pu voir le web d'une autre façon au travers de tâches diversifiées et intéressantes à accomplir.

Ces missions concernaient l'expérience utilisateur et son amélioration. J'ai pu participer à cette amélioration en travaillant sur plusieurs projets. Que ce soit par l'amélioration du contenu des sites et applications, par le suivi des utilisateurs dans la navigation sur le site avec la mise en place d'un chat en ligne ou la création de screencasts ou par l'ajout et la modification des mails que reçoivent les utilisateurs.

Comme le dit la devise de Génération (« Notre avenir dépend tous les jours de la satisfaction de nos clients »), les différentes tâches accomplies avaient pour but final d'améliorer les outils mis à disposition de l'adhérent.

