



16 bis rue d'Odessa

75014, Paris

contact@macfly.org

06 83 37 06 23

Le projet macfly

L'entreprise macfly développe une **plateforme de recherche** de billets de transport **intermodal** dans le secteur du **tourisme** (avion / train / bus / covoiturage).

1. Contexte

Nous allons proposer aux utilisateurs de nouvelles combinaisons de trajets n'existant sur aucun autre site. **En plus** des trajets proposés traditionnellement par les moteurs de recherche actuels, nous allons proposer les combinaisons inédites suivantes :

- Combinaisons de trajets assurés par des compagnies n'ayant pas d'accord commercial entre elles (ex : achat de 2 allers simples au lieu d'un aller retour complet)
- Combinaisons intermodales (ex : train + avion pour un même trajet)

Ces nouvelles combinaisons ne sont pas anodines : l'utilisateur devra acheter plusieurs billets au lieu d'un seul. De plus, s'il manque par exemple son second vol à cause d'un retard du premier vol ou train, il devra acheter un nouveau billet de transport pour effectuer son second vol, alors qu'actuellement cela est pris en charge, assuré par la compagnie aérienne.

2. Objectif

Les enjeux sont les suivants :

Fonctionnalité de recherche

Laisser à l'utilisateur la possibilité de personnaliser sa recherche de billets de transport et donc son voyage, dans la limite des capacités techniques de notre application, grâce aux options de recherche suivantes :

- plusieurs lieux de départs possibles,
- plusieurs dates possibles,
- plusieurs étapes/escales/villes intermédiaires de voyage (5 maximum),
- choix du mode de transport (uniquement train, uniquement avion, uniquement bus, uniquement covoiturage, combinaison de plusieurs modes)
- choix de rechercher uniquement des trajets dont les escales sont assurées ou non

Fonctionnalité d'affichage

- Permettre un affichage clair de toutes ces données
- Permettre une navigation simplifiée parmi ces données
- Distinguer clairement les trajets « classiques » des trajets « macfly », et laisser le choix à l'utilisateur
- L'informer et le rassurer sur le risque au niveau des escales

3. Les ambitions

En termes de UX design, les objectifs sont :

- **Disruption**
- **Simplicité**

Disruption avec l'existant afin de transformer l'expérience utilisateur et faire de macfly une expérience **positive**. Actuellement la très grande majorité des méta-moteurs de recherche et sites revendeurs présentent une interface similaire (champs de recherche texte pour les lieux de départ et la destination et calendrier pour la sélection de la date de départ).

Simplicité car macfly offrira à l'utilisateur plus de fonctionnalités et plus de propositions de trajets que les sites existants, qui peuvent être déjà difficiles à manipuler.

Par conséquent, le parcours utilisateur, l'affichage des résultats, les outils d'aide et les critères de recherche et de filtrage doivent être adaptés.

N.B. Les tests utilisateurs réalisés pourront potentiellement être renouvelés. Leur protocole d'exécution devra pas conséquent être suffisamment détaillé.

4. Méthodologie

Pour parvenir à répondre à la problématique du client, vous allez devoir reformuler le brief et choisir un positionnement stratégique pour votre ou vos solutions avec une mise en avant de votre parti pris, de son avantage et de ses freins.

Vous devez mettre en place une analyse experte et un benchmark ergonomique, des observations, entretiens et tests auprès d'utilisateurs. Préservez le fil logique de vos recherches en vous plaçant en stratégies du design d'expérience utilisateur.

Créez une synthèse de vos données utilisateurs en réalisant des personas et expériences maps.

Votre ou vos propositions pourront prendre la forme de wireframes ou de prototypes fonctionnels. Vous proposerez ou réaliserez des tests utilisateurs adaptés pour vos prototypes fonctionnels. Le prototype final présenté au jury devra être de qualité professionnelle afin de permettre au client de se projeter dans vos recommandations.

5. Quelques conseils sur la notation de votre projet

La notation se fera sur les critères suivants :

- Recherche utilisateur
- Ateliers d'idéation
- Qualité de la conception (Wireframe, Prototype, service)
- Test et itération
- Budget et chiffrage des améliorations
- Cohérence de la Méthodologie UX
- Qualité de la présentation et des livrables

Les documents doivent avoir une qualité professionnelle. Relisez, évitez de finir dans l'urgence.

Également, votre présentation orale doit avoir une qualité professionnelle, soyez pragmatiques sur son déroulement et entraînez-vous avant le jour J.

N'hésitez pas à nous envoyer des propositions, offres, suggestions et vos questions, quand vous le voulez. Mais pas à la dernière minute.

6. Livrables

Dans vos livrables, vous commencerez par présenter votre équipe, l'objectif, le contexte du projet, votre parti pris et votre méthodologie. Vous présenterez ensuite l'ensemble de votre

travail, étape par étape. Enfin, vous présenterez vos recommandations pour de prochains chantiers, le planning et le chiffrage (planning, budget détaillé, budget total).

N'oubliez pas qu'il s'agit d'être compréhensible par le client tout en montrant l'étendue du travail et de votre savoir-faire au jury.

Livrables et présentation doivent contenir un sommaire et un fil rouge présent sur l'ensemble des pages / des slides.

Il vous sera demandé en complément du support de présentation orale, un document plus complet à l'intention du client (au format PDF).

7. Annexes du livrable

Tous les documents produits au cours du projet afin de mener à bien les phases de la méthodologie UX sont à produire en annexe, tels que :

- Guide d'entretien, questionnaire et plan d'analyse, protocole d'observation...
- Trame des ateliers et protocoles, design briefs...
- Processus de conception, arborescence, zoning, wireframes...
- Protocoles de tests, déroulés...
- Budget détaillés, éléments de chiffrage...

Et plus généralement tout document que vous jugeriez utile pour la compréhension et la réalisation du projet par le client, tant que cela reste dans le champ du projet.

8. Soutenance

La présentation orale aura lieu le 5 janvier, durera 30 min et sera suivie de 10 min de questions. Elle se fera en présence du client accompagné de 5 membres du jury (UX designers professionnels) et de Pierre & Quentin.

Complément du brief I – Le Contexte

1. L'entreprise

L'ambition de macfly est de devenir l'unique plateforme de recherche au service de l'utilisateur à travers laquelle un utilisateur organisera son voyage et effectuera sa recherche de billets de transport. Pour cela, macfly établira une relation de confiance avec l'utilisateur en lui offrant des combinaisons inédites de trajets entre un point de départ et un point d'arrivée et donc de nouvelles opportunités de voyage à des tarifs moins chers.

Une mise en ligne de la première version de macfly est prévue au 1^{er} semestre 2018.

Le schéma ci-dessous représente un voyage depuis Caracas à destination de Paris à une date donnée. Le **Voyage 1** est un vol direct effectué par Air France et présente le prix le moins cher proposé par le marché. Le **Voyage 2** est une combinaison déterminée par macfly. Il associe deux compagnies aériennes n'ayant aucun accord commercial entre elles et présente un prix inférieur de 30% à celui du voyage 1.



Schéma 1 : Voyage avec combinaison de compagnies sans accord commercial

Le schéma ci-dessous représente un voyage depuis Madrid à destination de Lyon, combinant transport aérien et ferroviaire :

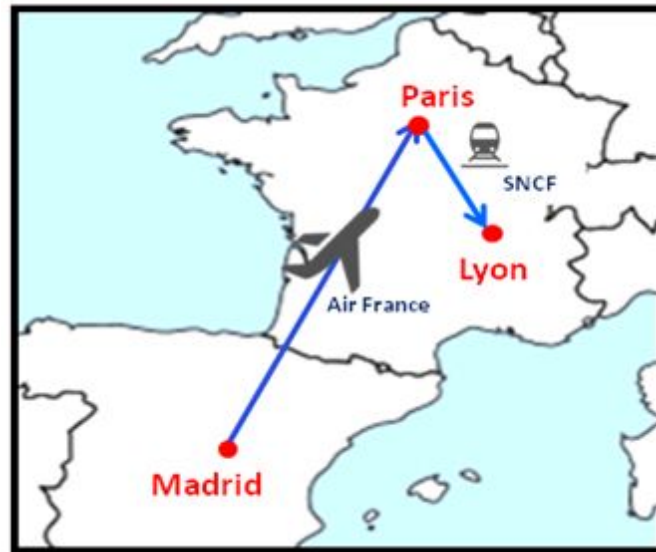


Schéma 2 : Voyage avec combinaison intermodale

Le projet vise à répondre aux besoins des utilisateurs :

- **Optimisation** du budget
- **Simplicité** de la recherche
- **Confiance** dans les trajets proposés

2. Le marché cible

a) Marché global du e-tourisme

Ce projet s'inscrit dans le marché de l'e-tourisme, concurrentiel, croissant et qui connaît différentes évolutions :

- Réservation et organisation de voyages online croissante
- Utilisation croissante des équipements mobiles
- Offres de réservation de plus en plus diversifiées : avions, train, hébergement, location de véhicules, activités touristiques
- Un nombre d'acteurs croissant et diversifiés
- Montée en puissance des méta-moteurs de recherche

Les acteurs principaux nous intéressant sont les méta-moteurs de recherche de billets de transport aériens et ferroviaire, ainsi que les entreprises revendeuses de billets.

Un **méta-moteur de recherche** de billets de transport est un moteur de recherche qui puise ses données de plusieurs sites revendeurs de billets. Il ne permet pas à l'utilisateur de procéder à l'acte d'achat, qui est pour cela redirigé vers un site revendeur. Il permet à l'utilisateur de comparer plusieurs sources de données.

La société macfly ne compare pas seulement différentes sources de données. Elle les associe d'une manière intelligente permettant de déterminer des combinaisons de trajets inédites, répondant ainsi mieux aux attentes des utilisateurs, notamment en termes de prix.

Un **revendeur** de billets peut également être un moteur de recherche, qui permet à l'utilisateur de procéder à l'acte d'achat d'un billet de transport. Il s'agit de plateformes telles que les agences de voyage en ligne (Opodo, Expedia, Kiwi, etc.) qui comparent les données issues de plusieurs compagnies aériennes, ainsi que des compagnies aériennes et de transport ferroviaire (Air France, SNCF, etc.).

Un utilisateur souhaitant acheter un billet d'avion peut effectuer une recherche sur un méta-moteur ou/et sur un site revendeur :

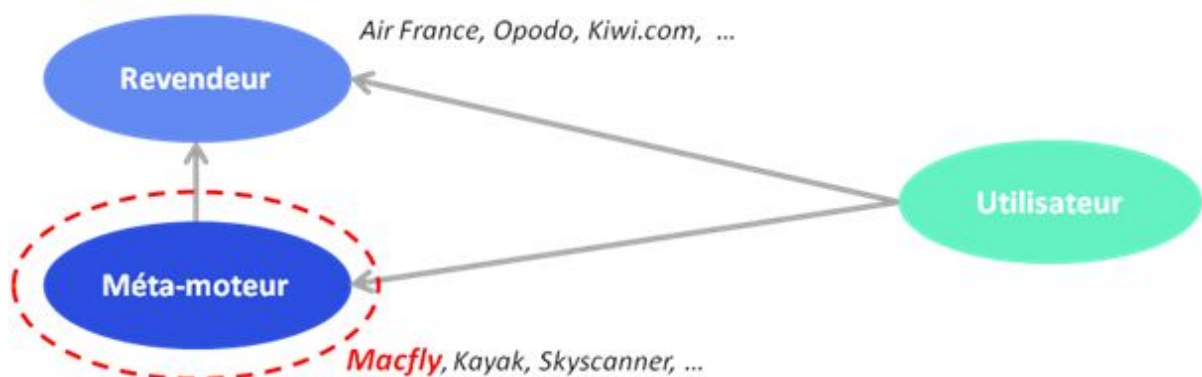
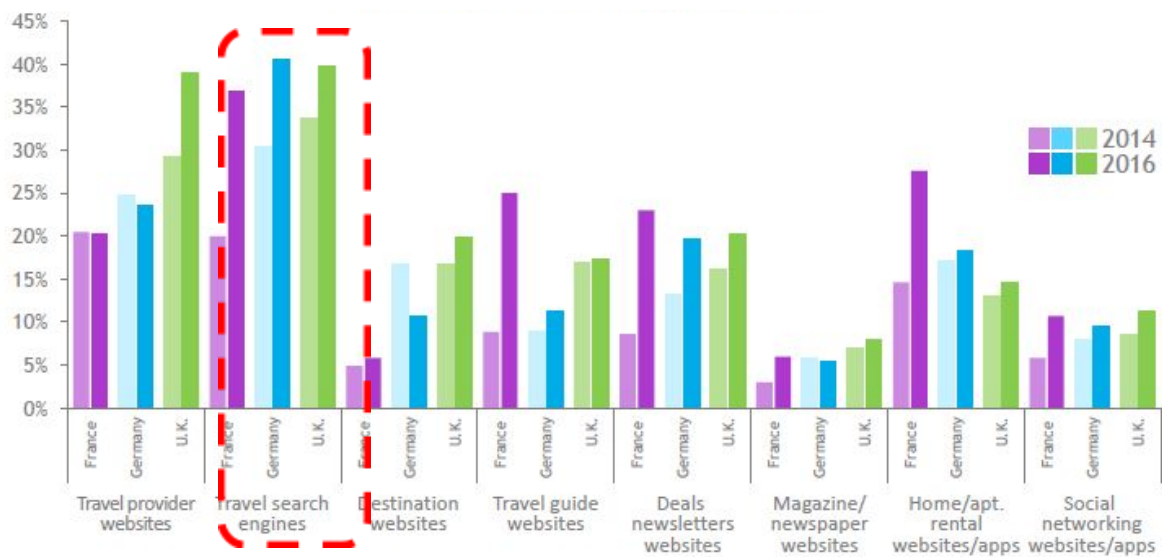


Schéma3

b) Marché cible des méta-moteurs de recherche de voyage

Les méta-moteurs sont de plus en plus utilisés pour l'organisation de voyages :



Question: What type(s) of websites do you typically use when comparing and choosing leisure travel products? Select all that apply.

Source : Phocuswright's « European Consumer Travel Report Sixth Edition »

c) Clientèle cible

La clientèle prioritaire visée présente les caractéristiques suivantes :

- Localisation :
 - France
 - Europe (dans une seconde phase)
- Catégories socioprofessionnelles :
 - Etudiants
 - Jeunes actifs
 - Globe-trotters

3. L'attente des utilisateurs

La recherche d'un billet de transport est longue et fastidieuse. Pour un aller simple, les propositions de trajets peuvent varier d'un site à l'autre, et pour un même trajet les prix peuvent varier d'un site à l'autre. Ainsi, les facteurs principaux orientant un utilisateur à préférer une agence de voyage online sont le prix ainsi que l'expérience utilisateur.



Source : Phocuswright's « European Consumer Travel Report Sixth Edition »

4. Les concurrents

Les concurrents de macfly sont nombreux, mais peu se différencient au niveau du design UX/UI :

- Kayak
- Skyscanner
- Momondo
- Liligo
- Algofly
- ...

Certains sites présentent une interface différente et innovante :

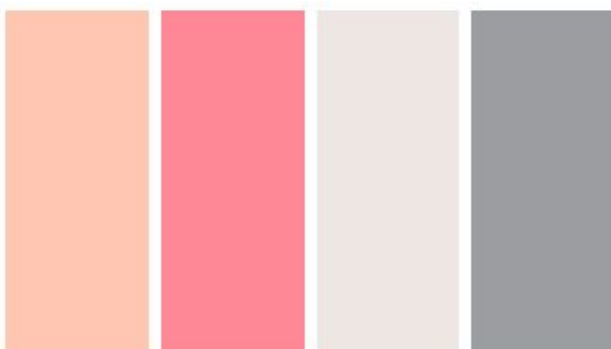
- Kiwi.com
- Adioso
- Rome2Rio
- Hipmunk

Complément du brief II – Couleurs Charte Graphique

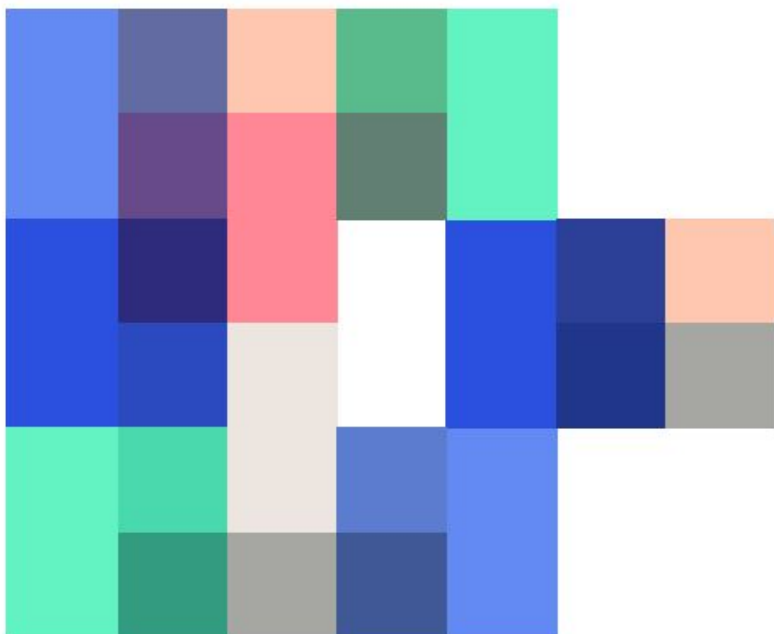
Couleurs premières



Couleurs secondaires



Couleurs tertiaires issues de l'effet de superposition



Complément du brief III – Structure des données

Les données remontées à l'utilisateur sont les suivantes :

- Par recherche :

- Types et nombre de voyageurs (adulte, enfant, bébé)

- Par voyage (1 route) :

- Lieu départ (Nom, ville, code)
- Lieu arrivée (Nom, ville, code)
- Date départ (avec horaire)
- Date arrivée (avec horaire)
- Durée totale du voyage (escales incluses)
- Prix total du voyage
- Mode(s) de transport
- Tags : Trajet avec réservation facile / astuce ou bon plan macfly / trajet conseillé
- Risque pris par l'utilisateur (dans le cas de correspondance autonome) : Explication sur les éventuels risques encourus par le choix (bagage non assurée, risque de manque le prochain avion,...)
- Proposition trajet alternatif si risque encouru trop élevée pour l'utilisateur
- Nécessité de repasser les bagages par le contrôle de sécurité
- Recommandation VISA
- Affichage comparatif de billet « classiques »

- Composé ou non de sous billets :

- Lieu départ (Nom, ville, code)
- Lieu arrivée (Nom, ville, code)
- Date départ (avec horaire)
- Date arrivée (avec horaire)
- Temps de trajet
- Classe économique (Economique, Business, Tarif carte Jeune, etc.)
- Compagnies
- Précision mode de transport
- Prix

- Composé ou non d'escale :

- Temps de retard moyen et pourcentage de risque de manquer le prochain trajet
- Nécessité de repasser les bagages par le contrôle de sécurité
- Durée
- Si nécessaire, moyens de transport pour la correspondance entre différents lieux (ex : transport en commun entre aéroport et gare)
- Recommandation VISA

