

Campus Track

WAREHOUSE



Sommaire

- I. CADRE DU PROJET
 - A. Présentation générale et contextualisation
 - B. Problématique
 - C. Analyse des problématiques
 - D. Contraintes & solutions
 - 1. Economique
 - 2. Sanitaire
 - E. Présentation de la solution
 - 1. Solution
 - 2. Visions temporelles
 - F. Retour sur investissement
- II. SPÉCIFICATIONS FONCTIONNELLES
 - A. Identification des acteurs
 - B. Fonctionnalités
- III. MAQUETTAGE
 - A. Wireframes
 - B. Prototype
- IV. DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

I - Cadre du projet

A - Présentation générale et contextualisation

Voici une étude de votre établissement afin de contextualiser le projet qui vous sera présenté par la suite :

<https://spark.adobe.com/page/jZf0lfYfccoi6/>

B - Problématique

Pour resituer le contexte actuel et du fait de la situation sanitaire et de la fermeture des lieux de rassemblement,

Il y a environ 1 600 établissements de nuit en France dont 120 en Pays de la Loire qui luttent pour maintenir leur activité durant cette période sombre.

Beaucoup de questions et peu de réponses sur ce que réserve l'avenir.

Le Warehouse, avec ses 3000 m², accueille en temps normal 700 artistes et 300.000 personnes par an.

Tout s'est stoppé net le 13 Mars 2020, sauf les charges fixes...

De part sa surface importante, les aides de l'état (qui peuvent aller jusqu'à 15.000€) ne suffisent pas à couvrir les charges récurrentes :

Loyer : +/- 55.000€ /mois

Frais Maintenance : 15.000€ /mois

Nous pouvons donc nous demander comment faire face à une situation d'arrêt brutale de l'activité, en proposant toutefois des alternatives pour essayer de s'adapter.

Comment assurer une certaine forme de continuité de l'activité même en période de

crise pour dégager des revenus.

C - Analyse de la problématique

La société actuelle est de plus en plus ancrée dans le numérique.

Les technologies évoluent et de ce fait toutes les technologies qui en découlent comme les technologies de l'information aussi.

La crise sanitaire du COVID-19 actuelle force les pays à se confiner et à limiter les contacts sociaux entre personnes.

On est alors en droit de noter le parallèle qui peut être fait entre isolation sociale et utilisation des technologies du numérique.

Il est de fait que l'utilisation du numérique a été accentuée depuis 1 an, car la situation nous pousse à le faire.

De notre point de vue, s'adapter à cette crise pourrait signifier déporter une partie de son activité vers du dématérialisé et utiliser les nouveaux acteurs numériques du moment pour continuer à exister.

Cela permettrait une première réponse à la problématique de non-ouverture des établissements de nuit : Exister et proposer une activité dans un espace dématérialisé pour continuer à exister malgré la situation.

La crise sanitaire a aussi amenée des problèmes économiques pour les entreprises notamment pour les entreprises du monde de l'évènementiel.

La fermeture des établissements entraîne une chute des revenus mensuels des entreprises et malgré les aides de l'État, le Warehouse n'arrive pas à faire face économiquement.

Le programme WeAreLive faisant appel aux dons est une démarche permettant de gagner un peu de revenu, mais la mise en place d'une solution supplémentaire est nécessaire pour engranger plus de revenus à court terme dans un premier temps.

D'un point de vue analyse stratégique, il nous semble logique d'utiliser les outils dématérialisés du moment pour continuer à exister et pour affirmer son existence dans un

monde dématérialisé. En effet, quoi de mieux que les outils dématérialisés dans un contexte sanitaire difficile ou les interactions physiques sont plus que déconseillées pour essayer de faire face et continuer à exercer une certaine forme d'activité.

Ces outils, tels que les plateformes de streaming ou les réseaux sociaux sont de véritables leviers de communication dans notre société actuelle et ne pas les utiliser est pour nous une erreur. Bon nombre de personnes se sont fait connaître notamment grâce au live streaming et tout cela en dehors des confinements sanitaires. La situation sanitaire entraîne des conditions de poursuite d'activité très compliquées pour les entreprises et miser beaucoup plus sur les réseaux sociaux et autres plateformes de streaming est pour nous un élément non négligeable dans ce contexte.

Le WareHouse a créé une chaîne Twitch pour organiser des événements en ligne.

C'est sur cette base que nous nous sommes penchés.

En effet Twitch est une plateforme de live streaming orienté gaming mais ses thèmes de diffusion tendent à s'étendre depuis plusieurs années pour viser autres choses comme la création, l'art, etc...

Voici une petite étude permettant de mieux voir en quoi Twitch est la plateforme sur laquelle créer du contenu.

https://drive.google.com/file/d/1hVoPYxY1EMwGLdc-E2R-C_PakhS-k0fA/view?usp=sharing

D - Contraintes et solution

1 - Economique

La première contrainte pour la mise en place de notre solution est la contrainte économique. En effet, depuis la fermeture du WareHouse dû à la pandémie, vous continuez tout de même à payer les frais de votre établissement soit environ 75 000€ / mois . Malgré l'aide de l'Etat d'environ 15 000€ / mois, vous avez emmagasiné beaucoup de dettes, un montant qui s'élève à environ 450 000€. Il était évident pour nous qu'il fallait vous proposer une solution peu coûteuse et qui puisse permettre un gain d'argent assez rapidement.

2 - Sanitaire

La deuxième contrainte qui était tout aussi importante que la première, c'est la contrainte sanitaire. Vous le savez, le WareHouse et toutes les autres boîtes de nuit sont fermées depuis maintenant 1 an et sans réouverture possible jusqu'à ce que la situation sanitaire le permette.

Pour nous il était tout aussi évident de vous proposer une solution qui permettrait au Warehouse de relancer son activité sous une autre forme et le plus tôt possible, et ce malgré la crise sanitaire actuelle.

E - Présentation de la solution

1 - Solution

Notre solution consiste en une compétition entre DJ amateurs. Cet événement utilisera la plateforme Twitch comme support, ce qui permettra d'appuyer le lancement récent de votre chaîne. (Les fonctionnalités sont détaillées plus bas dans ce document.)

Elle nous paraît pertinente sur différents points :

- **Du point de vue du visiteur :**

Nous pensons que la retransmission en direct d'un tel événement offrira une nouvelle expérience à l'utilisateur, l'effet d'immersion sera plus important qu'en replay. Les possibilités d'interactions accentueront cela. Un animateur pourrait se charger de la présentation de l'événement et interagir avec la communauté Twitch. Il se chargerait également de l'animation des Giveaways.

Le but est de créer une impression d'événement régulier "à ne pas manquer".

Offrir des cadeaux et récompenses lors de Giveaways aidera à fidéliser le visiteur lambda. Nous voulons également inciter le visiteur régulier à souscrire à la chaîne grâce à des avantages réservés uniquement aux abonnés.

- **Du point de vue du DJ participant :**

La situation n'est déjà pas évidente en temps normal pour un DJ amateur en recherche de visibilité, elle est quasi impossible actuellement, en cette période de crise sanitaire.. Dans la mesure où de tels événements sont inexistantes en ce moment, le potentiel nous paraît énorme. La Scène du Warehouse est et restera dans la tête des passionnés de production musicale et DJ souhaitant percer, un rêve à atteindre.

- **Du point de vue de l'organisateur :**

De tels événements offrent plusieurs aspects bénéfiques à court, moyen et long terme.

Sur le côté culturel tout d'abord, ces rendez-vous permettront de mettre sous les projecteurs des DJ de la région jusque-là inconnus et de vous faire une réputation de "découvreur de talents". Ce côté peut facilement susciter un intérêt au niveau des médias et

donc faire effet de levier et démultiplier votre visibilité.

Au niveau de la fidélisation, nous sommes certains que le fait d'aider les artistes locaux et permettre en plus à la Fanbase d'être acteur de cela va confirmer celle-ci dans le temps, mais surtout donner envie aux visiteurs ponctuels de la rejoindre.

Le rôle de ces Giveaways est d'agir un peu comme une carte de fidélité en incitant à venir, ou revenir sur place pour profiter du lot gagné (Quand la situation sanitaire le permettra) lorsqu'il s'agit d'entrées offertes, consommations ou réductions, ou alors d'arborer fièrement son appartenance à la communauté grâce aux goodies à l'effigie du Warehouse, casquettes, t-shirts etc.. Cette personne (le gagnant d'un lot) viendra probablement accompagnée par des amis, ce qui contribue à accroître la clientèle et offre des perspectives intéressantes à moyen et long terme.

Nous pensons ainsi que cette proposition vous offre les atouts permettant de continuer d'exister aux yeux de vos fans durant cette période difficile, mais aussi et surtout, d'accroître cette communauté tout en la fidélisant. Les déclinaisons possibles au niveau des événements (citées plus bas) permettent, elles, de vous projeter à moyen et long terme tout en proposant quelque chose de nouveau, une nouvelle expérience à votre public.

2 - Vision temporelle

Notre solution a été pensée autour de plusieurs visions qui vous permettront de vous projeter sur des échelles de temps différentes.

Vision à court terme :

A court terme, les lives Twitch vous donneront de la visibilité. Vos fidèles continueront à faire exister le Warehouse via les lives Twitch qui rendront vivant une certaine activité à l'arrêt pour le moment.

Ces lives apporteront de l'activité aux utilisateurs habitués à ce que vous proposez, mais aussi aux personnes ne vous connaissant pas.

Grâce à une promotion sur les réseaux sociaux, les 24k abonnés de votre compte

Instagram auront de la visibilité sur ce que vous prévoyez de faire et pourront à leur tour relayer ces informations pour attirer le maximum de monde.

Dans un premier temps, les lives Twitch que vous proposerez n'auront pas beaucoup de spectateurs, mais grâce à votre communication sur les RS déjà existante, ce nombre augmentera.

A court terme, il est important aussi de prendre en considération l'aspect Subscribers. Vous donnez de la visibilité au Warehouse grâce aux réseaux sociaux, vous incluez les gens qui vous suivent dans une démarche en ligne d'événements numériques, et les subscribers sont un moyen de s'aligner dans le même but que WeAreAlive à savoir les donations.

Le Système de subscribers permettra aux fidèles de vous soutenir moyennant 5E par mois. En devenant Subscribers, les utilisateurs auront la possibilité de voter lors des battles de DJ pour élire les prods qu'ils préfèrent.

A court terme vous donnez de la visibilité au Warehouse, vous maintenez une forme d'appel aux dons, et vous fidélisez une clientèle en lui faisant prendre part aux événements en ligne à venir en vue de la réouverture.

D'un point de vue orientation clientèle, la promotion d'événements en ligne permettra notamment via la plateforme Twitch de toucher un public plus large ne connaissant pas forcément le Warehouse. En effet, de nombreuses personnes utilisent Twitch de manière quotidienne sans pour autant regarder uniquement des chaînes orientées gaming.

Vision à moyen terme :

A moyen terme, c'est-à-dire lorsque la pandémie du COVID 19 sera finie et que votre établissement pourra réouvrir, notre solution aura toujours son importance. Twitch est une plateforme qui ne cesse d'évoluer et elle attire de plus en plus de monde.

Ainsi, le système de live pourra toujours rester en place afin de toucher continuellement de nouvelles personnes. Nous pouvons imaginer des avantages pour les personnes qui se seraient abonnés à la chaîne twitch sur votre site, comme par exemple des réductions sur les entrées, des réductions sur la boutique ou tout autre récompense...

Nous pouvons imaginer que grâce à notre solution, des personnes ayant participé aux émissions sur votre site voudront revenir voir leurs DJ favoris en présenteille au Warehouse.

Il est aussi possible si vous le souhaitez d'organiser des giveaways pour pourquoi pas faire gagner des goodies ou des entrées pour des soirées.

Vision à long terme :

Pour finir sur le long terme, au-delà de notre solution proposant des événements de battles de DJ sous la forme de tournois, beaucoup d'autres événements sont imaginables et totalement réalisables par la suite. Vous pouvez très bien vous ouvrir au monde du gaming en réalisant pourquoi pas des tournois sur des jeux vidéo. Cela pourrait vous offrir des opportunités de partenariat avec des marques de ce domaine par exemple, mais aussi toucher un nouveau public, les gamers.

Par la suite, vous pouvez pourquoi pas organiser des Masterclass, autrement dit, sous la forme d'un cours pour l'apprentissage du mixage à un public ciblé. Vous pouvez aussi faire louer votre salle pour des spectacles qui seraient représentés en direct sur votre site à travers le live ou encore en présentielle si la situation sanitaire le permet.

Dans un futur plus ou moins lointain selon vos envies, cette émission de battle pourrait confronter d'autres personnes dans un registre de musique totalement différent comme le rap, le beatboxing etc...

Ainsi, la possibilité de réaliser des concerts dans des registres encore jamais réalisés est imaginable si cela plaît dans un premier temps à travers des lives.

Ainsi, la solution que nous vous proposons à pour vocation de continuer dans le temps. Cette dernière touchera à la fois un nouveau public, mais incitera aussi ce nouveau public à venir découvrir les lieux du Warehouse lorsque cela sera possible.

Pour résumer, voici quelques exemples de déclinaisons possibles :

- E-sport (Notre campus propose une section esport, qui pourra se charger de l'organisation)
- Masterclass (Production musicale avec le Nantes Ableton User Group par exemple...)
- Pièces de théâtre interactives, Escape game
- Compétitions de théâtre d'improvisation
- Histoires/spectacles interactifs pour les enfants
- Défilés de mode (Nous avons également une section Mode) mettant en avant des créateurs locaux.
- etc...

F - Retour sur investissement

Le WareHouse possède déjà le matériel professionnel pour réaliser de la prise d'image (vidéos youtube), on peut donc imaginer que l'investissement en matériel vidéo sera minime.

Partons sur une base fictive de 300 euros d'investissements pour démarrer l'activité de streaming. Si à cette base nous ajoutons un taux de captation de 10% des followers actuels de la chaîne Twitch du WareHouse Nantes, il s'agit de 12 personnes qui pourraient souscrire à un abonnement de 5 euros.

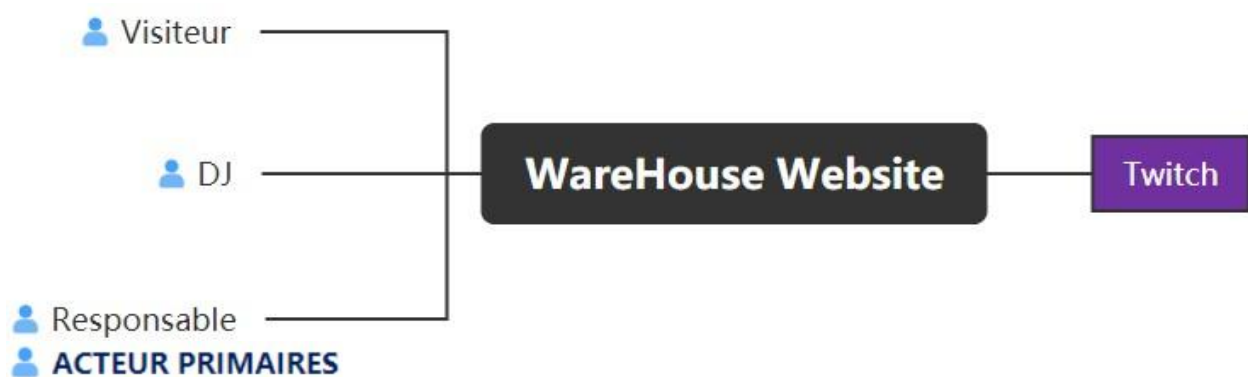
Sois un montant d'environ 50 euros d'intérêts.

Pour notre ROI, il serait donc de $50/300 = 16\%$ pour le premier mois.

Le nombre de subscribers va normalement croître au fil du temps. La communication sur les réseaux sociaux et la promotion d'événements sur la chaîne Twitch vont rendre en théorie le ROI de plus en plus important au fil du temps. Ce chiffre sera amené à évoluer avec les actions que le Warehouse mettra en œuvre (promotions RS, réductions et avantages pour les subscribers, etc...)

II - Spécifications fonctionnelles

A - Identification des acteurs



Acteurs principaux :

- **Le visiteur**: La personne qui va être intéressée par le live Twitch et qui va donc regarder l'émission en direct.
- **Le DJ**: Mixeur (amateur) à la recherche de visibilité ou de challenge.
- **Responsable**: Gère les annonces, événements, a accès aux demandes des DJ
- **Animateur**: Un animateur peut être mobilisé également pour animer l'émission, divertir le public et expliquer l'avancée des battles

Acteur Secondaire :

- **Twitch**: Plateforme de streaming permettant la diffusion des lives

B - Fonctionnalités

- Visiteur
 - Possibilité de regarder un live Twitch
 - Inscription gratuite
 - Possibilité de lier son compte Twitch à son compte Warehouse
 - Participer à des giveaway et ainsi gagner des avantages
 - Avoir la possibilité par exemple de gagner des places pour des événements et d'être accompagné par une personne de son choix (Tomorrowland, Electroland, Ultra Music Festival, Electrobeach...)
 - Recevoir des cadeaux provenant du shop (T-shirts, Sweats, Casquettes, Porte clé et autres goodies)
 - Pour ceux qui se sont abonnés :
 - Possibilité de voter lors des battles de DJ
 - Recevoir des réductions sur les entrées
 - Recevoir des réductions sur le shop
- Participants
 - Possibilité pour un DJ de postuler à des battles ou événement musicaux
 - Potentiellement à des joueurs pour des tournois de jeux vidéo ?
- Responsable
 - Possibilité de créer des tournois ou battles musicaux
 - Possibilité d'organiser des lives sportifs
 - Possibilité d'organiser des spectacles
 - Possibilité d'organiser des cours avancés

III - Maquettage

A - Wireframes

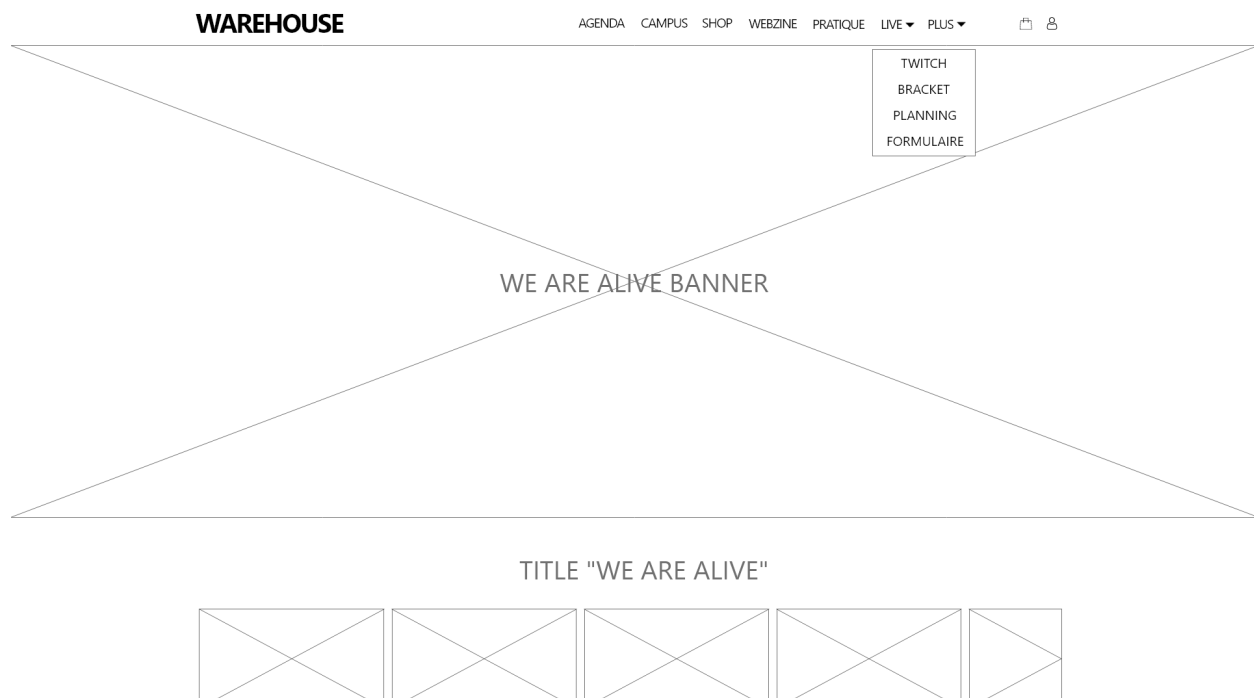
Les wireframes qui vont suivre vont permettre de se faire une idée du parcours que le réalisateur va devoir suivre pour arriver sur notre solution.

La page principale :

Dans un premier temps, nous pensons rajouter dans la barre de navigation de votre site (le header) une rubrique Live. Cette dernière comportera alors trois sous-rubriques :

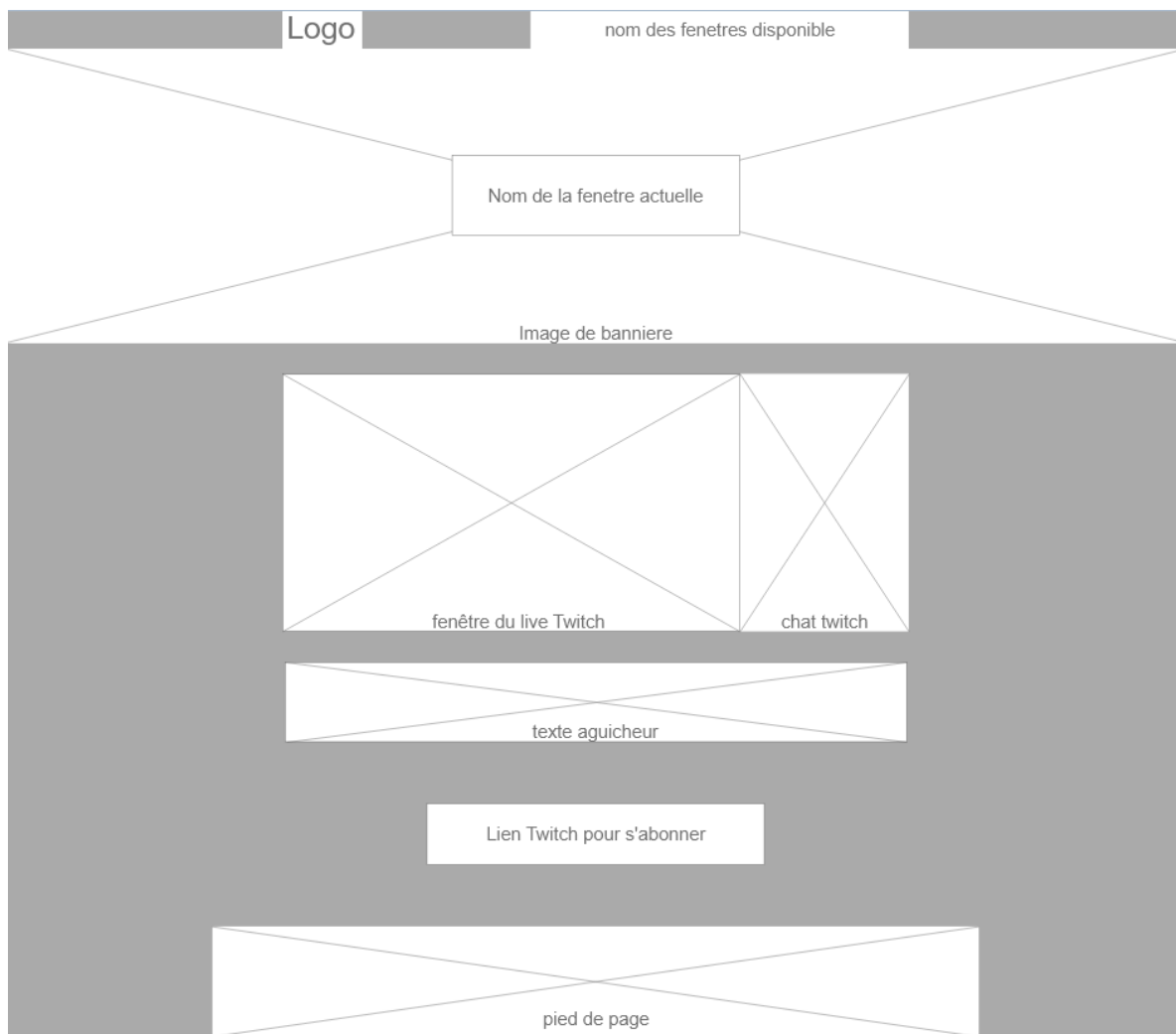
- Le live Twitch
- Le calendrier comprenant les dates des émissions battles
- L'arbre du tournoi des battles ainsi que les derniers résultats
- Le formulaire d'inscription pour les artistes





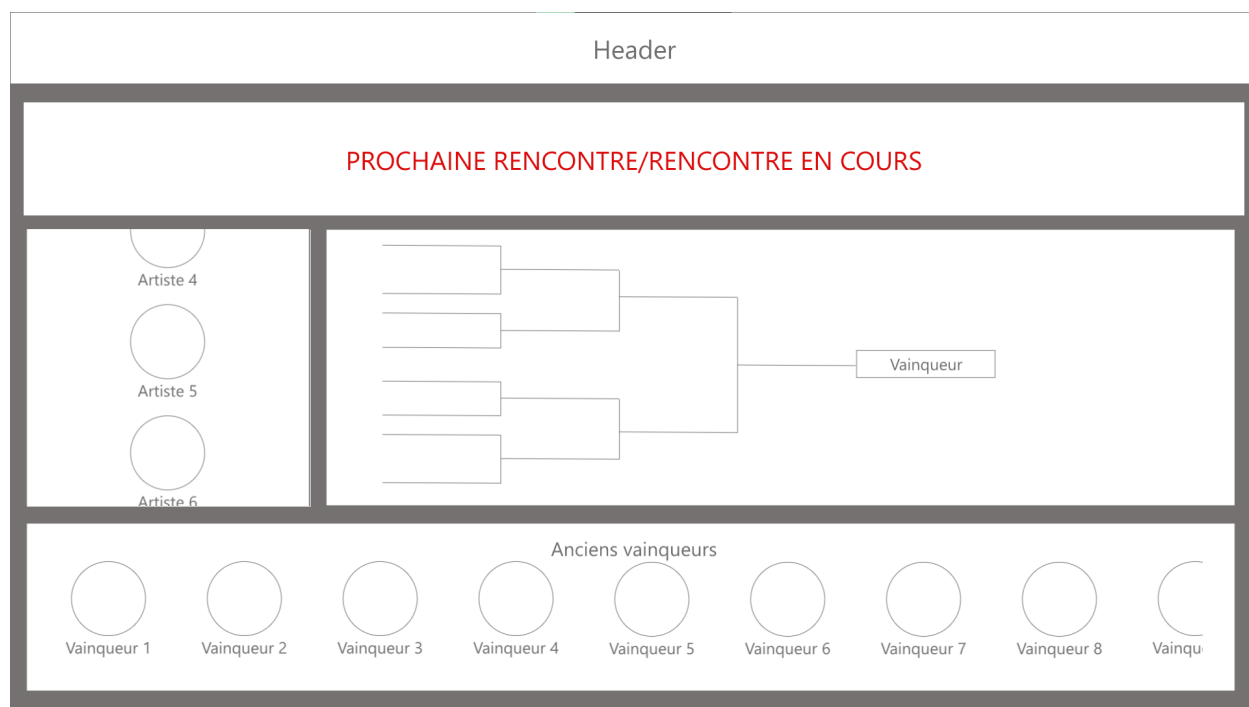
La page du live :

Ce wireframe correspond à la page où l'utilisateur pourra alors visionner le live. Nous avons décidé de garder le même dispositif que sur vos autres pages, c'est-à-dire une bannière avec l'intitulé de la page. Ensuite vient le plus important, c'est à dire votre chaîne Twitch avec la diffusion en direct de votre live. Un chat accompagne cette fenêtre de diffusion afin de créer une participation de la part des visiteurs. Ce dernier est situé à droite, tout simplement pour des raisons d'ergonomie et d'habitudes pour les utilisateurs. Cette page disposera aussi d'un bouton permettant de payer un abonnement afin de vous soutenir et également faire partie des visiteurs fidèles afin de gagner des avantages et des récompenses.



La page du tournoi :

Voici ci-dessous la page tournoi de notre solution. Celle-ci présente alors le tableau du tournoi de l'émission prochaine ou celle en cours de diffusion. Elle sera accompagnée à gauche par la liste des participants au tournoi et en dessous ces deux rubriques, nous retrouverons éventuellement les anciens vainqueurs des émissions précédentes.



La page du planning :

Voici le wireframe de la page qui permettra de visualiser les moments ou les différents matchs se jouent. Sur cette page, l'objectif est de voir les confrontations entre les DJ amateurs, l'information de la date et de l'heure sera également visible. Nous avons aussi pensé à rajouter sur la maquette la liste des confrontations qui se sont déjà jouées.

Header

Planning

Artiste	Date et Heure VS	Artiste
Artiste	Date et Heure VS	Artiste
Artiste	Date et Heure VS	Artiste
Artiste	Date et Heure VS	Artiste

La page du formulaire de contact :

Pour finir, ce wireframe représente l'endroit où, les DJ amateurs ou tout type d'artistes dans le futur, pourront vous contacter. Ce formulaire comprend tous les champs présents dans le vôtre, mais viendra s'ajouter une partie où l'artiste pourra déposer ses sons sous la forme de fichiers audio.

Header

INSCRIPTION TOURNOI

Objet

Nom

Email

Téléphone

Message

 Joindre des fichiers audio

B - Prototype

Voici le prototype présentant l'ensemble du parcours utilisateur de notre solution, des rubriques ont été ajoutées dans votre header, comme la rubrique Live, de plus nous avons modifié la partie connexion afin de pouvoir lier son compte twitch à votre site pour des raisons de simplicité. Vous pouvez également naviguer à travers la maquette et explorer toutes ses possibilités.

<https://xd.adobe.com/view/fbd25bd0-7786-4681-acc5-3831345935d5-ae81/?fullscreen>

IV - Difficultés rencontrées

Lors de la réalisation de notre solution, un problème est survenu. Notre solution doit obligatoirement solliciter l'API de Twitch qui permet alors la diffusion de votre live directement sur votre site internet. Cependant, lorsqu'il est venu le temps d'héberger notre solution sur le serveur que nous a fourni Campus Academy, nous nous sommes rendu compte que l'API de Twitch ne fonctionnait pas. Ce problème est un souci de sécurité, tout simplement par le fait que le serveur fourni n'est pas totalement sécurisé, ce qui rendait l'affichage du live impossible par le refus de Twitch.

Ainsi , il était nécessaire de faire une demande auprès de l'hébergeur afin d'obtenir un protocole SSL passant le serveur en HTTPS, cependant, nous nous sommes rendu compte trop tard de ce soucis, et du au temps qui nous restait, il ne nous était pas possible d'effectuer cette demande qui peut prendre beaucoup de temps parfois.

Cependant du code à été réalisé et surtout la mise en place d'une chaîne d'intégration continue dans l'optique de déployer automatiquement notre POC.