

Milestone 1

≡ Étiquettes	Document
🕒 Date dernière modification	@3 novembre 2024 18:03
👤 Dernière modification par	TFouquerolle
👥 Personne	TFouquerolle, Newtona, guillaume, Thomas, Loïc Cambray
🌟 État	Terminé

Lien vers le rendu web : <https://grape-drink-3e0.notion.site/Milestone-1-24dea5c1ccc443c4a4508c30f1b256ef#f8bd383ebc7d47d48e05713795d4ebc1>

Sommaire

1. Introduction
2. Période écoulée
 - a. Travaux réalisés
 - b. Organisation durant le Milestone 1
 - c. Analyse : difficultés et points positifs
3. Cahier des charges non fonctionnel
 - a. Objectif du projet
 - b. Expression du besoin
4. Conclusion
5. Annexe

▼ 1. Introduction

Dans le contexte de notre formation universitaire en première année du master MIAGE¹ à l'Université de Picardie Jules Verne, nous avons l'opportunité de réaliser un projet pour l'unité d'enseignement 'Étude de cas SI²'. Ce projet, mené en équipe, nous met au défi dans la conception d'une solution pour une agence de voyage fictive, permettant ainsi de simuler un cas concret de gestion de projet. Il s'inscrit dans une démarche visant à valider des compétences essentielles pour notre formation, telles que la communication professionnelle, la gestion de projet en ingénierie numérique, et le développement d'applications adaptées.

Les compétences à valider à travers ce projet sont variées et couvrent plusieurs aspects. En premier lieu, notre capacité à communiquer en contexte professionnel, tant à l'oral qu'à l'écrit, dans un cadre formel. Cela inclut la recherche, l'analyse et la synthèse de diverses ressources afin de documenter le projet et de répondre aux exigences du client simulé. En parallèle, la conduite du projet nécessite de savoir définir et allouer les ressources humaines et techniques, ainsi que d'organiser les priorités autour de deadlines³ et d'objectifs précis. Enfin, la conception et le développement d'applications reposent sur nos compétences techniques en développement frontend⁴ et backend⁵, ainsi qu'en intégration de stratégies de sécurité et de qualité.

Le Milestone 1, première étape de ce projet, se concentre sur une analyse préliminaire approfondie. Cette phase implique des recherches documentaires, des interviews ou des sondages auprès d'agences de voyage et d'utilisateurs potentiels, ainsi qu'une réflexion méthodique sur les besoins et exigences de notre client fictif.

Cette analyse se concrétise par l'élaboration d'un cahier des charges non fonctionnel, qui structurera le cadre du projet pour les étapes suivantes. Ce document présente un état d'avancement de notre travail sur la période écoulée, allant de notre organisation, aux difficultés rencontrées et aspects positifs, en passant par les tâches réalisées durant cette première phase. Par la suite, nous poursuivrons avec la seconde partie du document : le cahier des charges non fonctionnel, qui énoncera l'objectif du projet et évoquera l'expression du besoin. Ce document nous permettra d'aborder la suite du développement du projet avec une base solide et des objectifs clairs.

▼ 2. Période écoulée

▼ a. Travaux réalisés

Durant ces cinq semaines du Milestone 1, notre équipe a mené plusieurs activités pour définir les besoins et attentes des utilisateurs dans la conception de notre application d'agence de voyage. Ce travail préliminaire visait à recueillir des informations importantes, identifier les tendances du marché et structurer notre projet de manière organisée et efficace.

Nous avons d'abord réalisé un benchmarking⁶ (voir annexe) technique (temps de réponse, sécurité, design UX/UI⁷, etc.), fonctionnel (notamment les fonctionnalités proposées) et marketing (périmètre, cible, gestion de la relation client, etc.) des agences de voyage en ligne existantes. Cette analyse nous a permis d'évaluer les performances, les interfaces utilisateur et les stratégies de communication employées dans le secteur. En repérant ces aspects, nous avons pu identifier les bonnes pratiques et cibler des axes d'amélioration pour orienter la conception de notre application.

En complément du benchmarking, nous avons étudié le fonctionnement des agences de voyage en ligne afin de mieux comprendre les spécificités de ce secteur. Cette analyse nous a permis d'obtenir un aperçu des services les plus couramment proposés, des types d'offres mises en avant et des attentes des clients. En observant les standards actuels, nous avons pu affiner notre compréhension des besoins de notre client fictif.

Afin d'enrichir notre étude, nous avons conçu deux questionnaires distincts (voir annexe) via Google Forms⁸ : l'un destiné aux agences de voyage et l'autre aux futurs utilisateurs potentiels. Ces sondages avaient pour objectif de recueillir des informations sur les attentes des utilisateurs, les fonctionnalités souhaitées et les points faibles ou manquants des agences existantes. La création de ces questionnaires visait à établir les objectifs de notre solution en s'appuyant sur le benchmarking réalisé précédemment. Les résultats de ce benchmarking ont directement guidé l'élaboration de nos questions, structurant ainsi nos sondages autour de réponses précises dans certains cas.

Pour diffuser nos questionnaires, nous avons mis en place une campagne d'emailing⁹ ciblée. Nous avons ainsi élaboré un modèle de mail pour les utilisateurs et pour les agences, puis collecté les adresses e-mail d'agences de voyage afin de leur transmettre directement le questionnaire concerné. En parallèle, pour toucher les utilisateurs des sites d'agences de voyage, nous avons sollicité nos réseaux personnels et professionnels en partageant le lien du sondage. Cette méthode nous a permis de maximiser le nombre de réponses et d'assurer une représentativité de notre échantillon.

En parallèle, nous avons tenté de contacter des relations proches du secteur du voyage. Par exemple, Loryne a contacté le CCAS¹⁰ d'Enedis, car Enedis possède des camps de vacances qui auraient pu potentiellement nous intéresser, s'approchant dans certains aspects des services offerts par les agences de voyage. Cependant, nous n'avons pas pu inclure leurs réponses dans notre analyse, car nous avons constaté que leurs besoins divergeaient trop de notre objectif. De plus, Thomas C. a tenté de joindre une relation dans le domaine de la conciergerie de luxe, mais il n'a malheureusement pas pu obtenir de réponse.

Afin d'obtenir des informations qualitatives plus approfondies, nous avons également mené quelques interviews, principalement avec des utilisateurs potentiels (voir annexe). En raison de la non-disponibilité des agences, nous n'avons pas pu les interviewer. Ces interviews ont permis d'ajouter des données complémentaires à celles de notre sondage utilisateur, en permettant de pousser certaines questions plus loin et de les préciser.

L'ensemble de cette préparation nous a permis de nous assurer que les données collectées seraient pertinentes pour guider notre expression du besoin.

Dans le but d'assurer une organisation optimale, nous avons mis en place un espace de travail sur Notion pour centraliser et structurer les informations du projet (voir annexe).

▼ b. Organisation durant le Milestone 1

Dès le début du projet, nous avons échangé sur nos idées et déterminé la meilleure manière de nous organiser afin d'atteindre nos objectifs. Pour optimiser nos ressources et travailler de manière efficace, nous avons décidé de diviser notre groupe en un binôme et un trinôme : d'un côté, Thomas F. et Loryne, et de l'autre, Guillaume, Thomas C. et Loïc.

Nous avons tous commencé par effectuer un benchmarking⁶ lors du créneau consacré à notre formation. Pour cela, un tableau a été élaboré (voir annexe) afin de structurer notre analyse. Chaque membre de l'équipe a ensuite sélectionné différentes agences de voyage et a effectué une analyse.

La gestion du temps a représenté un véritable défi, chacun d'entre nous ayant un emploi du temps chargé, jonglant entre la formation académique, le temps en entreprise et nos engagements personnels. Pour surmonter cette contrainte, nous avons mis en place une répartition précise des tâches :

Thomas F. a élaboré les questions pour le formulaire destiné aux agences de voyage, tandis que Loryne a pris en charge la mise en page. Le reste de l'équipe s'est occupé de la relecture.

De même, Thomas C. a conçu le formulaire destiné aux utilisateurs, qui a également été peaufiné avec les contributions des autres membres de l'équipe.

Nous avons tous essayé d'envoyer un maximum d'e-mails aux différents groupes et agences de voyage dans le but d'obtenir le plus de résultats possible. De plus, nous avons utilisé nos relations au sein de nos entreprises respectives et avons demandé à nos proches de remplir notre enquête Google Forms⁸ pour la partie utilisateur.

Guillaume a rédigé un modèle d'e-mail pour contacter les agences et les utilisateurs, que nous avons tous pris soin d'améliorer collectivement pour avoir le maximum de réponse possible.

Thomas F. et Loryne ont également essayé de mener des entretiens en présentiel avec des agences de voyage. Cependant, nous avons constaté que la plupart des agences de voyage ne pouvaient pas nous recevoir, souvent en raison d'un manque de temps. Néanmoins, l'équipe a pu interviewer des relations utilisatrices d'agences de voyage.

Concernant le travail de rédaction, nous avons réparti la rédaction de ce document. Thomas F. a conçu le modèle de document pour initier le projet et a rédigé l'annexe, et avec Loryne, ils ont rédigé les parties 1 et 2. De leur côté, Loïc, Guillaume et Thomas C. se sont occupés des parties 3 et 4, en s'appuyant sur les éléments précédemment produits. Grâce à la plateforme collaborative Notion, chacun a pu visualiser et commenter les avancées, rendant le travail plus fluide et efficace, même à distance. Cette organisation nous a permis de maintenir une vue d'ensemble du projet et de progresser de manière structurée.

Nous nous sommes réunis une fois par semaine pour faire le point sur nos avancées, partager nos retours d'expérience et coordonner les prochaines étapes, même pendant les périodes de travail en entreprise. Cela a favorisé un esprit d'équipe et a permis à chacun de s'investir pleinement dans le projet tout en suivant les progrès des autres.

▼ c. Analyse : difficultés et points positifs

▼ Difficultés

Lors du Milestone 1, nous avons rencontré plusieurs difficultés. En effet, nous avions prévu de réaliser des enquêtes en interrogeant des conseillers en agences de voyage et des utilisateurs réguliers de leurs services. L'objectif était de mieux comprendre les besoins spécifiques de ces deux groupes afin de concevoir un outil réellement pertinent. Toutefois, les agences de voyage physiques manquent souvent de temps pour nous recevoir et répondre à nos questions, ce qui complique la collecte d'informations essentielles pour bien cerner leurs besoins et attentes.

L'envoi de questionnaires par e-mail a également posé plusieurs problèmes. Tout d'abord, de nombreux destinataires perçoivent ce type de communication comme du spam ou s'inquiètent de la sécurité de notre lien, ce qui les rend réticents à cliquer sur notre Google Form⁸. Dans certains cas, cela a même conduit les agences à bloquer nos e-mails. Par ailleurs, nous avons été confrontés à des limites imposées par notre fournisseur de messagerie, ce qui a restreint notre capacité d'envoi en nombre et réduit le rythme de nos prises de contact.

Aussi, la recherche de répondants sérieux et disponibles a également constitué un obstacle majeur. Il est difficile de mobiliser un nombre suffisant de participants disposés à consacrer du temps à des sondages, surtout lorsque le sujet de l'enquête peut leur sembler éloigné de leurs priorités immédiates.

Étant une équipe composée d'étudiants, nous devons également faire face à des contraintes de temps. Il est difficile de concilier nos horaires académiques et professionnels avec ceux des agences de voyage. Cette situation limite notre disponibilité pour organiser des entretiens ou des rencontres avec des professionnels.

Le fait que tous les membres de l'équipe viennent de la même formation (BUT⁷ Informatique) limite la diversité des points de vue et des approches dans notre projet. En effet, des personnes issues d'autres

formations, comme ceux qui viennent de licence, auraient pu apporter des perspectives différentes et complémentaires. Cette diversité de profils aurait permis de croiser des compétences variées et de combiner des approches techniques, organisationnelles et stratégiques, enrichissant ainsi notre vision du projet et augmentant notre capacité à répondre aux besoins des agences de voyage de manière plus globale.

▼ **Points positifs**

Le choix de travailler sur un projet dédié aux agences de voyage se révèle particulièrement pertinent et inspirant. Le secteur du voyage nous inspire et nous offre un vaste éventail de fonctionnalités envisageables. Ce projet présente également l'opportunité d'approfondir des compétences transversales essentielles en gestion de projet et en développement informatique.

Les réticences des agences de voyage à répondre à nos questionnaires nous ont poussés à intensifier notre stratégie communication. Les contraintes imposées par notre fournisseur de messagerie, limitant le nombre de mails que nous pouvions envoyer, ont renforcé notre adaptabilité. Nous avons exploré d'autres canaux et outils pour contourner ces restrictions, ce qui nous a donné une vision plus large des solutions disponibles pour communiquer efficacement à grande échelle.

Les défis liés à la gestion de notre temps ont également eu un impact positif. En apprenant à jongler avec nos contraintes académiques, professionnelles et celles des agences de voyage, nous avons perfectionné notre capacité à organiser et structurer nos horaires, en maximisant chaque créneau disponible pour les tâches les plus importantes. Cette capacité d'organisation nous servira dans la gestion de projets futurs où le timing est souvent un enjeu critique.

Notre équipe travaille dans un cadre de travail convivial, car nous nous connaissons bien et avons suivi la même formation auparavant, ce qui nous assure une cohésion naturelle et une bonne entente. Cependant, comme évoqué dans les difficultés rencontrées, cela peut aussi représenter une limite, car nous avons tous des compétences similaires, issues d'une formation commune. Cela nous incite donc à faire preuve de créativité pour trouver des solutions afin de compenser cette uniformité.

▼ **3. Cahier des charges non fonctionnel**

Après avoir analysé le marché et les attentes des agences de voyage ainsi que des utilisateurs potentiels, notre équipe a recueilli des données essentielles qui orientent le projet de manière précise. Grâce aux travaux menés durant le Milestone 1, nous disposons d'une compréhension approfondie des besoins et tendances clés du secteur des agences de voyage en ligne. Ces informations nous guideront dans la prochaine phase du projet : la définition de l'objectif et l'expression du besoin. Nous détaillerons à présent l'objectif de notre projet, en tenant compte des exigences de notre client fictif et des pratiques identifiées lors de notre phase préliminaire.

▼ **a. Objectif du projet**

Next Horizon Plus, notre organisme demandeur, est une entreprise de location de voyage qui serait surtout spécialisée dans les voyages au niveau national ayant pour but de prendre des vacances, soit en famille, soit entre amis, avec le simple objectif de prendre du plaisir.

Pour accomplir cet objectif, cette entreprise ne s'est pas spécialisée dans un seul type de service mais au contraire en propose plusieurs afin d'être polyvalente. Ainsi ils peuvent s'occuper des vols, des services de logements sur place mais également de toute l'organisation d'activités et de visites une fois sur place.

Cette même entreprise, suite à de nombreuses réunions, a pris la décision de ne pas mettre en place un service de garde d'enfants ou d'animaux, estimant que le service ne serait pas forcément nécessaire et trop compliqué à mettre en place. Pour les mêmes raisons, l'entreprise a également pris la décision de ne pas mettre en place de système de fidélité.

Enfin, afin d'identifier au mieux les besoins des clients, cette entreprise prend directement un rendez-vous avec ces derniers afin de pouvoir obtenir un maximum d'informations sur leurs demandes et pouvoir ainsi leur proposer un voyage qui répond au mieux à leurs besoins.

Cette entreprise a alors fait appel à nous car elle souhaiterait augmenter son périmètre d'actions en touchant davantage de personnes à travers la France et pour ce faire, elle voudrait mettre en place un site web qui lui

permettrait de vendre ses services au plus grand nombre

Dans notre cas, le client type serait une personne ayant entre quarante et soixante ans, donc étant toujours actif ou bien tout jeune retraité. Cette personne a déjà voyagé durant ces six derniers mois et aurait envie de faire un nouveau voyage tout en repassant par notre plateforme, car elle recherche systématiquement le site sur lequel elle trouvera les meilleures offres. Ainsi, dans sa recherche à la meilleure offre, notre client aura déjà consulté divers sites d'autres agences de voyage tels que Leclerc voyage ou encore TUI STORE qui sont deux des plus grosses agences.

Concernant la recherche, le client cherche un séjour où tous les éléments sont compris, c'est-à-dire les vols aller et retour, le logement, le véhicule de location dans le cas où il y aurait besoin d'un moyen de déplacement mais également les activités qui sont réalisables plus ou moins proche du lieu de logement. Il souhaiterait également avoir la possibilité, une fois le séjour choisi, d'effectuer directement le paiement en carte bancaire.

Ensuite, toujours concernant la recherche mais d'un point de vue plus applicatif, le client préfère utiliser un site sur lequel il aurait la possibilité en priorité d'utiliser des filtres de recherche avancée pour pouvoir faire un tri selon, par exemple, le budget de la réservation, la date de disponibilité ou encore le lieu de sa réservation. Ensuite, il souhaiterait avoir un outil de comparaison entre les différentes offres, ce qui lui permettrait sur le même écran de se faire un avis sur quelle réservation serait la plus intéressante sans avoir besoin d'ouvrir cinquante onglets.

Enfin, il souhaiterait avoir un espace qui lui permettrait de lire les avis des autres utilisateurs concernant une réservation afin de pouvoir se faire un avis plus précis sur le produit qu'il pourrait hésiter à acheter. Il préférerait également avoir la possibilité de faire toutes ces consultations autant depuis son ordinateur que depuis son téléphone.

▼ b. Expression du besoin

Dans le cadre de son évolution, l'entreprise de voyage a besoin de mettre en place une nouvelle application qui possède un certain nombre d'éléments dont elle a absolument besoin pour que son application accomplisse les différents cas d'utilisation.

Ainsi, la fonctionnalité centrale du site pourrait être un questionnaire qui permettrait de préparer un séjour personnalisé pour les clients. L'objectif ici est qu'un client sans idée de destination précise puisse, en répondant à un court questionnaire sur le site, se voir proposer un choix de destinations et de services basé sur ses préférences.

Il pourrait s'agir de questions basiques telles que : le budget total du séjour, est-ce qu'il souhaite avoir une destination plutôt ensoleillée ou au contraire plus enneigée, ou bien d'autres questions plus spécifiques comme les d'activités qu'il souhaite pratiquer ou bien les pays qu'il a déjà visités.

Parmi les fonctionnalités primordiales, on retrouve également le besoin d'avoir des filtres avancés qui permettraient ainsi de pouvoir faire le tri parmi toutes les réservations qui sont disponibles. Ainsi, cette fonctionnalité permettrait aux personnes ayant déjà une idée de l'endroit où elles souhaitent aller de pouvoir faire le tri plus facilement parmi les réservations disponibles selon, par exemple le budget.

Une autre fonctionnalité à ajouter serait la possibilité de voir et de pouvoir saisir des avis et des notes sur les différentes réservations. Ainsi, en plus de l'avis de l'entreprise, les utilisateurs pourraient se faire une deuxième opinion de chaque réservation grâce aux personnes qui les ont précédées. Cela permettrait également de créer un filtre sur la note utilisateur de chaque réservation.

Parmi les demandes, il y a également un système de comparaison des offres, qui se présenterait sous la forme d'une page regroupant les différentes propositions susceptibles de nous intéresser. Cette page inclurait un résumé des spécifications, telles que le prix et la distance moyenne entre chaque activité, le tout affiché de manière claire pour faciliter la comparaison pour l'utilisateur.

Dans un second temps, il est demandé de mettre en place une messagerie interne directement sur le site web qui permettrait aux utilisateurs de contacter rapidement et facilement un commercial qui pourrait alors répondre aux interrogations du client au plus vite, sans avoir forcément besoin d'échanger des mails.

Enfin, il faudrait également un système de déclenchement d'une campagne d'emailing⁹ automatique qui se déclencherait toutes les semaines et qui permettrait de contacter les personnes éventuellement intéressées par les promotions que l'entreprise pourrait avoir au moment de la campagne.

▼ 4. Conclusion

Ce premier Milestone a marqué une étape importante dans notre projet. Il nous a permis de bien comprendre les besoins et attentes des utilisateurs, ainsi que les spécificités du secteur des agences de voyage. Les activités que nous avons menées allant du benchmarking détaillé, aux enquêtes et aux interviews approfondies des utilisateurs et acteurs du secteur, nous ont permis de poser des bases solides et de recueillir des connaissances précieuses pour la suite du projet. Ce travail initial a aussi mis en lumière des axes d'amélioration et des pratiques qui guideront notre approche dans les phases suivantes.

Malgré les difficultés rencontrées au cours de cette phase initiale, notamment les contraintes de temps et les difficultés dans la collecte de données auprès des agences souvent réticentes. Notre équipe a fait preuve d'une grande capacité d'adaptation. Notre organisation était caractérisée par une répartition claire des responsabilités et par une utilisation d'outils de travail collaboratifs comme Google Form ou Notion. Cette organisation était essentielle en raison des délais très courts pour réaliser ce Milestone. Elle nous a permis de suivre l'évolution des tâches des différents membres et ainsi de mieux nous répartir les travaux.

Le cadre de travail solide que nous avons établi, couplé aux compétences diversifiées que nous avons développées au cours de nos formations, nous positionne idéalement pour aborder les prochaines étapes du projet. Nous possédons désormais une vision claire des attentes des potentiels clients ainsi que de l'état du marché du point de vue des autres agences de voyage.

En conclusion, les travaux réalisés durant cette première phase ont non seulement constitué une base solide pour la suite du projet, mais ont également catalysé une dynamique positive au sein de l'équipe. Forts de cette préparation minutieuse et des enseignements précieux tirés de nos expériences initiales, nous sommes maintenant pleinement équipés pour poursuivre la conception de l'application. Notre approche sera guidée par des objectifs clairs et mesurables, enrichie par une compréhension affinée des attentes des utilisateurs et des subtilités du secteur. Cette fondation robuste nous permet d'envisager les phases suivantes avec optimisme, prêts à relever les défis à venir et à saisir les opportunités qui se présenteront pour créer une solution innovante et parfaitement adaptée aux besoins du marché.

▼ 5. Annexe



Glossaire

¹ MIAGE	M éthodes I nformatiques A ppiquées à la G estion des E ntreprises.
² SI	S ystème d' I nformation (un ensemble organisé de ressources qui permet de collecter, stocker, traiter et distribuer de l'information).
³ Deadline	Signifie une échéance, une date limite.
⁴ Frontend	L'ensemble des éléments visibles et accessibles directement sur une application.
⁵ Backend	Concerne toute la partie invisible de la conception d'une application.
⁶ Benchmarking	Processus d'évaluation et de comparaison des caractéristiques d'une organisation ou d'un produit, afin d'identifier des améliorations potentielles et de définir le standard.
⁷ Design UX/UI	Conception centrée sur l' <u>expérience utilisateur</u> (U ser eX perience) et l' <u>apparence visuelle</u> (U ser I nterface) pour optimiser l'ergonomie et l'attractivité d'une application.
⁸ Google Forms	Application développée par Google pour créer un quiz, un formulaire ou une enquête en ligne.
⁹ Emailing	Envoi massif de messages électroniques ciblés.
¹⁰ CCAS	C aisse C entrale d' A ctivités S ociales.
¹¹ BUT	Diplôme : B achelor U niversitaire de T echnologie.



Benchmarking

Critères / Nom agence	Promovacances	Leclerc Voyages	Selectour	Ca
URL	https://www.promovacances.com/	https://www.leclercvoyages.com/	https://www.selectour.com/	http://www.ca.com/
Périmètre (local, national ou international)	National	National	National	Int
Clientèle cible	/	Famille, Couples, jeunes adultes, seniors, voyageurs à budget moyen, groupes et entreprises	/	Fai ad à t en
Design et ergonomie (UX/UI)	Affichage des réductions sur les destinations	Affichage des réductions sur les destinations et bon plan de dernière minute	/	Aff sui pla
Temps de réponse	rapide : 0.5s	rapide : >2s	lent : 3.6s	<1s
Optimisation mobile (responsive)	Responsive	Non responsive	Responsive	ou

Critères / Nom agence	Promovacances	Leclerc Voyages	Selectour	Ca
Parcours de réservation	recherche → voir l'offre → choisir offre en fonction de la date → choix des participants → tarifs/options (choix hébergement / pension / transport / bagages transport / transport aéroport - hôtel / activités en suppléments) → coordonnées du client + participants → paiement et garantie → confirmation	recherche → voir l'offre → choisir offre en fonction de la date → Votre choix → Participants → Récapitulatif → Paiement → Confirmation	/	rec dis pai
Options de paiement	Paiement sécurisé - CB / MasterCard / VISA / ANCV Paiement en plusieurs fois (FLOA x4)	CB / VISA / MASTERCARD / FLOA (3 ou 4x) / ANCV	/	sol ma am an
Contact client (email, chatbot, etc.)	Téléphone	newsletter, mail, téléphone	/	ne
Sécurité	Vérification formulaire	OUI	Paiement : 3D SECURE	ou
Lien externe (réseaux sociaux, partenariats, etc.)	Facebook, X, Instagram, Pinterest et Youtube Notation TripAdvisor	Instagram, Facebook, tiktok, linkedin, Partenariat avec compagnies aériennes, croisières, tours opérateurs et voyagistes, assurances, location de voiture et plateformes de réservation en ligne	IATA / Les entreprises du voyage	Fa ins alli eni W\ tol sol
Fonctionnalités notables	- Newsletter - Gestion des destinations favorites - Page avec les bons plans - Page assistance - Garanties de voyage - Météo de la destination	-système de zone (A, B, C) - newsletter - bon plan	/	- re ins
Avis clients	Note TripAdvisor Trustpilot : 3.9/5	Trustpilot : 3.5/5 environ	Trustpilot : 3.3/5	Avi
Autres informations	- Proposition de croisière et circuit touristique - Destinations de dernières minutes - Réserver un véhicule à l'aéroport - Affichage équipement dans hébergement - Garde enfants (Jumbo) - Gestion degré d'handicap (au moment de réserver) + informations sur handicap	destination de dernières minutes avec bon plan, transport inclus, assurance, etc.	/	- 3 l'in



Sondages

Sondage à destination des agences

Nous avons besoin de votre aide !

Bonjour,

Nous sommes un groupe de 5 étudiants en master MIAGE (Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises). Dans le cadre de notre projet annuel, nous devons concevoir le site internet d'une agence de voyage (fictive). C'est pourquoi nous nous permettons de sonder des agences de voyage. À travers un court questionnaire de 14 questions, vous avez la possibilité de soutenir un projet universitaire qui compte énormément pour nous.

Nous remercions sincèrement ceux qui prendront le temps de répondre sérieusement à ces quelques questions.

Questions générales

1. Quelle est votre spécialité en matière de voyages ? (ex. : voyages d'affaires, vacances familiales, aventures, etc.) *

Votre réponse

2. Quels types de services offrez-vous ? (réservation de vols, hébergements, activités, etc.) *

Votre réponse

3. Proposez-vous des services de garde d'enfants ou d'animaux ? *

☐ Oui pour la garde d'animaux

☐ Oui pour la garde d'enfants

☐ Oui pour les 2

☐ Non

4. Votre agence propose-t-elle un programme de fidélité pour ses clients ? Si oui, de quel type (avantages clients, autres) ? *

Votre réponse

Clients et cibles

5. Qui sont vos clients types ? (âge, statut (employé, sans emploi, retraité, etc.), autres) *

Votre réponse

6. Comment identifiez-vous les besoins de vos clients ? *

Votre réponse

7. À quelle échelle votre agence exerce-t-elle ? (locale, régionale, nationale, internationale) *

Votre réponse

Communication

8. Faites-vous des campagnes d'emailing auprès de votre clientèle ? Si oui, à quelle fréquence ? *

Votre réponse

Outils

9. Votre agence possède-t-elle un site internet ? Si non, pourquoi ? *

Votre réponse

Sondage à destination des utilisateurs

Questionnaire sur l'utilisation des sites de réservation de voyages

Bonjour,

Nous sommes un groupe de 5 étudiants en master MIAGE (Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises). Dans le cadre de notre projet annuel, nous devons concevoir le site internet d'une agence de voyage (fictive). C'est pourquoi nous nous permettons de sonder des utilisateurs ayant déjà consulté ou utilisé des agences de voyage. À travers un court questionnaire de 11 questions, vous avez la possibilité de soutenir un projet universitaire qui compte énormément pour nous.

Nous remercions sincèrement ceux qui prendront le temps de répondre sérieusement à ces quelques questions.

Quand avez-vous utilisé pour la dernière fois un site de réservation de voyage en ligne ? *

☐ Durant ces 6 derniers mois

☐ Au cours de ces 2 dernières années

☐ Au moins une fois ces 10 dernières années

☐ Il y a plus de 10 ans

☐ Jamais

Quelle(s) agence(s) avez-vous utilisée(s) ? *

☐ TUI STORE

☐ Leclerc Voyage

☐ Selectour

☐ Carrefour Voyage

☐ Havas Voyage

☐ Navitour Voyage

☐ Lilot Voyages

☐ Autre :

Avez-vous déjà utilisé une agence 100% en ligne (sans échange avec un conseiller nécessaire) ? *

☐ Oui

☐ Non

Quelles fonctionnalités vous semblent indispensables sur un site de réservation de voyage ? *

☐ Comparaison des offres

☐ Avis des utilisateurs

☐ Filtre de recherche avancé (budget, dates flexibles, etc.)

☐ Assistance client en ligne

☐ Suggestions de voyages en fonction de vos préférences

☐ Autre :

Quel type de voyage réservez-vous habituellement en ligne ? *

☐ Séjours tout compris

☐ Vols uniquement

☐ Hôtels uniquement

☐ Circuits touristiques

☐ Autre :

Comment préférez-vous payer vos réservations ? *

☐ Carte bancaire

☐ PayPal

☐ Paiement en plusieurs fois

☐ Virement bancaire

☐ Autre :

10. Comment votre site internet classe-t-il ses destinations ? (par dernières consultations des clients, promotions, etc.)

Votre réponse

11. Proposez-vous un accompagnement personnalisé pour les personnes à mobilité réduite ? (ex. : indication si hébergement accessible)

Votre réponse

12. Disposez-vous d'une messagerie interne (échange direct avec le client ou entre collègues) sur le site web ? Si non, seriez-vous favorable à sa mise en place ?

Votre réponse

13. Selon vous, un chatbot (messagerie avec réponses automatiques) serait-il un élément pertinent à ajouter au site internet ?

☐ Oui

☐ Non

14. Si vous pouviez ajouter une nouvelle fonctionnalité sur le site internet de votre agence, laquelle serait-elle ?

Votre réponse

En répondant à ces questions, vous aidez grandement notre groupe d'étudiants à mener à bien ce projet annuel.

Nous vous remercions infiniment pour vos réponses et pour votre temps précieux. Bonne journée et au plaisir d'échanger avec vous.

Loryne BALLESTER, Thomas FOUQUEROLLE, Guillaume BOINET, Thomas CARRE et Loïc CAMBRAY.

Étudiant(e)s M1 Master MIAGE Amiens

[Envoyer](#) [Effacer le formulaire](#)

N'envoyez jamais de mots de passe via Google Forms.

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google. [Signaler un cas d'utilisation abusive](#) - [Conditions d'utilisation](#) - [Boîtes de confidentialité](#)

Google Forms

Qu'est-ce qui vous inciterait à utiliser un nouveau site de réservation de voyages ? *

☐ Meilleures offres/prix

☐ Simplicité d'utilisation

☐ Programme de fidélité

☐ Recommandations personnalisées

☐ Autre :

Avez-vous déjà rencontré des difficultés lors de la réservation de vos voyages en ligne ? Si oui, lesquelles ? *

Votre réponse

À quelle fréquence comparez-vous plusieurs sites avant de réserver un voyage ? *

☐ Toujours

☐ Souvent

☐ Parfois

☐ Rarement

☐ Jamais

Utilisez-vous généralement l'application mobile proposée ou vous contentez-vous * du site web ?

☐ Application mobile

☐ Site web

☐ Les deux

☐ Aucun

Qu'est-ce qui rendrait votre expérience de réservation plus agréable ?

Votre réponse

En répondant à ces questions, vous aidez grandement notre groupe d'étudiants à mener à bien ce projet annuel.

Nous vous remercions infiniment pour vos réponses et pour votre temps précieux. Bonne journée et au plaisir d'échanger avec vous.

Loryne BALLESTER, Thomas FOUQUEROLLE, Guillaume BOINET, Thomas CARRE et Loïc CAMBRAY.

Étudiant(e)s M1 Master MIAGE Amiens

[Envoyer](#) [Effacer le formulaire](#)

N'envoyez jamais de mots de passe via Google Forms.

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google. [Signaler un cas d'utilisation abusive](#) - [Conditions d'utilisation](#) - [Boîtes de confidentialité](#)

Google Forms

Réponses au sondage des agences

12 réponses

[Afficher dans Sheets](#)

Réponses acceptées

Résumé Question Individuel

Questions générales

1. Quelle est votre spécialité en matière de voyages ? (ex. : voyages d'affaires, vacances familiales, aventures, etc.)

12 réponses

Tout

loisirs, groupes, vacances familiales

Voyages d'affaires et loisir

vacances familiales et groupes

Circuit accompagné et Club de vacances

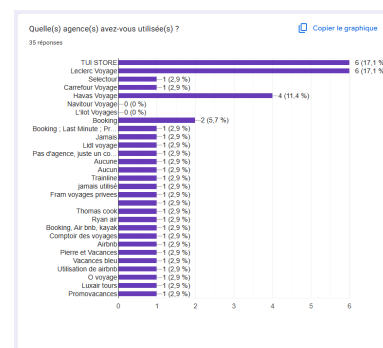
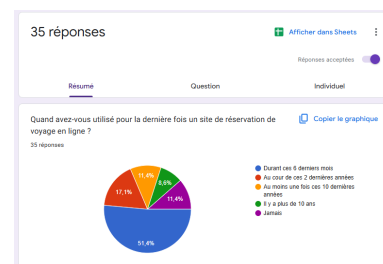
Loisirs / Vacances familiales

Voyage à l'étranger pour tout types de clients (groupes, individuels...)

séjour forfaitaire pour les individus

vacances familiales, couples, circuit, croisière

Réponses au sondage des utilisateurs



2. Quels types de services offrez-vous ? (réservation de vols, hébergements, activités, etc.)

12 réponses

tout

vols, séjours, hôtels seuls, weekends, activités

Vol hébergements, forfait; sur mesure, croisières, train, hotel, formule week end, autocar etc...

résea vols, hôtel / club, voiture de location, transfert, nous pouvons leur faire leur visa ou e-visa

Tous types de services de l'hôtel, au vol en passant par les activités/visite.

Forfaits, vols secs, hôtels seuls, parcs d'attractions, activités

reservation de circuit groupe ou alors du a la carte avec reservation hotel, transport et activités selon les demandes clients

reservation de forfaits + service de navette domicile aéroport

forfait vols hôtel, circuit, excursions, circuit

3. Proposez-vous des services de garde d'enfants ou d'animaux ?

12 réponses

● Oui pour le genre d'animal

● Oui pour le genre d'enfants

● Oui pour les 2

● Non

91.7%

8.3%

4. Votre agence propose-t-elle un programme de fidélité pour ses clients ? Si oui, de quel type (avantages clients, autres) ?

12 réponses

Non

non

NON

non car impossible a mettre en place, question récurrente qui n'a jamais aboutie

Oui, carte de fidélité FRAM, qui leur permet d'avoir des remises sur leur voyage

carte fidelite avec remises

Clients et cibles

5. Qui sont vos clients types ? (âge, statut (employé, sans emploi, retraité, etc.), autres)

12 réponses

tout

plutôt CSP + mais pas seulement. Sans emploi vu le budget vacances c'est peu probable. Retraités ou un peu de tout.

toute personne voulant partir en vacances

Couple, retraités ou famille, souvent pour 2 ou 4 personnes

Généralement ceux sont les personnes assez âgées/retraités, mais nous avons tous types de clients.

Actifs entre 40et 60 ans en majorité - Familles - Retraités

clients qui habitent proche de l'agence, plutôt des retraités ou des CSP+

70% de retraités

employés retraités, leues

6. Comment identifiez-vous les besoins de vos clients ?

12 réponses

Grâce aux fiches de brief nous leur posons des questions spécifique (type de séjour date pension nombre de personnes temps de vol maximum distance transfert entre hébergement et aéroport si balnéaire plage de gâlet ou pas etc) cela nous permet de réduire les proposition et de répondre plus rapidement à la demande

Les clients nous contactent pour qu'on leur fasse des devis. Ils ont en général déjà une idée de voyage.

Jeu de question réponse afin de bien cibler ses besoins

Nous les identifions grâce au rdv que nous prenons avec eux pour qu'il nous explique vraiment leur besoin et pour qu'on leur réponde au mieux.

Les clients qui viennent en agence ont pour la plupart d'entre eux un besoin déjà préétabli.

Par un questionnaire

on prend le brief on pose les bonnes question

7. À quelle échelle votre agence exerce-t-elle ? (locale, régionale, nationale, internationale)

12 réponses

locale

régionale

région / locale

régionale.

Locale essentiellement.

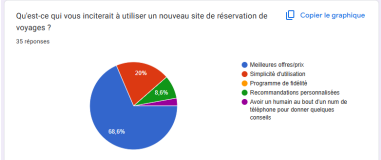
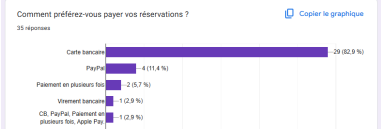
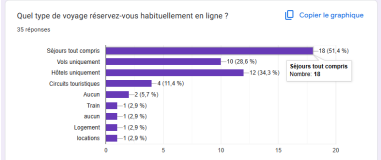
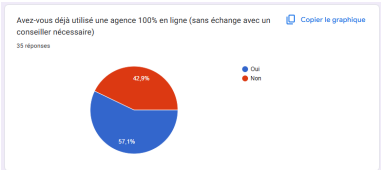
Nous avons une clientèle nationale mais nous exerçons à l'international, un client à l'étranger peut nous appeler et réserver des vacances à distance (plus complexe à mettre en place)

Notre agence au niveau régional, le groupe au niveau national

Régionale et nationale

LOCALE

Communication



Avez-vous déjà rencontré des difficultés lors de la réservation de vos voyages en ligne ? Si oui, lesquelles ?

35 réponses

Non

non

Non

Oui, un prix différent pour le même voyage sur 2 pages différentes

c'est toujours chaotique de comparer et trouver les bonnes offres

Des bugs sur le site

non

Bug des sites lors des reportages sur des JT

Bugs applicatifs



Qu'est-ce qui rendrait votre expérience de réservation plus agréable ?

19 réponses

Rapidité de réponse du site, facilité d'utilisation (UI/UX), possibilité de flexibilité sur la réservation et les filtres de recherche avancées

J'aimerais avoir un module qui me permettrait d'obtenir un squelette optimisé de mon séjour. Je m'explique : je souhaite partir pour une semaine à Gotham City, je sais ma date de départ ainsi que ma date de retour pour trouver mon logement. Je recherche les correspondance : j'obtiens 50 logements avec des disponibilités variées sur mes dates (lundi-mardi), (lundi-jeudi 12h) (mercredi-samedi) ... Je souhaiterais que l'on me fasse une proposition : exemple, "prenez le logement (lundi-mardi) et (mercredi-samedi) pour votre semaine à Gotham City".

Ceux-ci pourraient être sélectionnés en raison de leur proximité par exemple.

Plus envie de parcourir les 50 offres. Sinon prévoyez un filtre "disponibilité partielle possible"

Prix clair, pas de couts cachés.

VR ?

Plus de visibilité sur les dates des vols

8. Faites-vous des campagnes d'emailing auprès de votre clientèle ? Si oui, à quelle fréquence ?

12 réponses

<input type="radio"/>	non
<input type="radio"/>	oui c'est fait par le siège
<input type="radio"/>	oui, 1 fois par mois.
<input type="radio"/>	Oui principalement effectuée par le siège SELECTOUR
<input type="radio"/>	Oui, dès que nous avons des promotions intéressantes avec des TO (tour opérateur)
<input type="radio"/>	Oui, ce n'est pas nous qui nous occupons de toute la partie mailing, il s'agit du service interne appartenant au groupe TUI France.
<input type="radio"/>	Oui, toutes les semaines
<input type="radio"/>	oui 1 fois par semaine hors offre spéciale
<input type="radio"/>	envoie tous les jours

Outils

9. Votre agence possède-t-elle un site internet ? Si non, pourquoi?

12 réponses

<input type="radio"/>	oui
<input type="radio"/>	Oui
<input type="radio"/>	oui
<input type="radio"/>	oui
<input type="radio"/>	oui www.beamtourisme.fr
<input type="radio"/>	Oui
<input type="radio"/>	non inutile trop cher
<input type="radio"/>	Oui

Les questions suivantes concernent le site internet de votre agence de voyage. Si votre agence ne dispose pas de site internet, vous pouvez valider ce questionnaire.

10. Comment votre site internet classe-t-il ses destinations ? (par dernières consultations des clients, promotions, etc.)

10 réponses

<input type="radio"/>	ordre alphabétique
<input type="radio"/>	non c'est juste un site vitrine
<input type="radio"/>	aller voir le site
<input type="radio"/>	Par les desti les plus "à la mode" du moment
<input type="radio"/>	Par types de voyages et par top des ventes
<input type="radio"/>	Par ordre alphabétique pour la recherche - par promotions sur la page d'accueil
<input type="radio"/>	nap
<input type="radio"/>	on peut choisir par date de départ ou destination, avion ou autocar, séjour ou circuit ou sorties journées
<input type="radio"/>	Destinations (régions), activités et thématique

11. Proposez-vous un accompagnement personnalisé pour les personnes à mobilité réduite ? (ex : indication si hébergement accessible)

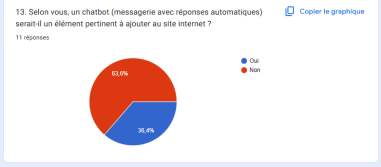
11 réponses

<input type="radio"/>	oui
<input type="radio"/>	non
<input type="radio"/>	Nous avons des destinations qui accueillent les personnes handicapées.
<input type="radio"/>	Oui, il y a des fiches techniques sur chaque produit indiquant si ils sont adaptés ou non.
<input type="radio"/>	Non
<input type="radio"/>	oui
<input type="radio"/>	oui on interroge la compagnie aérienne et les hôtels
<input type="radio"/>	Non (séjour sportifs)
<input type="radio"/>	OUI, ASSISTANCE AEROPORT CHAMBRE PARI

12. Disposez-vous d'une messagerie interne (échange direct avec le client ou entre collègues) sur le site web ? Si non, seriez-vous favorable à sa mise en place ?

11 réponses

<input type="radio"/>	oui
<input type="radio"/>	messagerie interne collaborateurs oui == SLACK clients on n'en n'a pas. oui assez favorable
<input type="radio"/>	Pas spécialement. On échange par téléphone ou mail
<input type="radio"/>	non, mais pourquoi pas en mettre en place !
<input type="radio"/>	Oui, le client peut laisser un message sur le site web que nous recevons directement sur le mail de l'agence.
<input type="radio"/>	Non, déjà testé et pas pertinent chez nous
<input type="radio"/>	on ne l'a pas seulement une messagerie demande de devis
<input type="radio"/>	oui
<input type="radio"/>	oui nous avons ce type de prestations le client choisit l'agence où il souhaite et nous recevons un



14. Si vous pouviez ajouter une nouvelle fonctionnalité sur le site internet de votre agence, laquelle serait-elle ?

9 réponses

Aucune. Bon courage pour votre exercice ! :)

vendre des voyages via whatsapp

pas trop d'idées...

des conseils sur chaque pays pour les aider à trouver une destination (par exemple, pour l'hiver, une desti asiatique hors les frontières)

Une sorte de questionnaire pour les clients ne sachant pas ou aller, ils renseignent ce qu'ils cherchent, par exemple, hôtel + plage + chaudière et grâce à ces indications nous leur proposons des produits en adéquations avec leurs besoins.

Plus de filtres de recherche (type hôtel avec aquapark, chambres PMR, piscines chauffées...)

nsp

site déjà très complet nous avons une équipe de communication qui gère



Modèle d'email

Bonjour,

Nous sommes un groupe d'étudiants en Master 1 MIAGE à l'UFR d'Amiens, et dans le cadre de notre projet universitaire, nous travaillons sur la création d'un site fictif de réservation de voyages.

Afin de mieux comprendre les attentes des utilisateurs potentiels et d'améliorer notre concept, nous avons préparé un questionnaire rapide. Votre participation à cette étude serait d'une grande aide pour nous !

Voici le lien vers notre Google Form :

<https://forms.gle/Q3KWasbtK3fFsoQvZ>

Cela ne vous prendra que quelques minutes, et vos réponses nous permettront de mieux comprendre les spécifications liés à une agence de voyage.

Nous vous remercions par avance pour votre précieuse contribution.

Cordialement,

Étudiants en Master 1 MIAGE

Université d'Amiens



Liens et fichiers utiles

- Lien du sondage pour les agences :

Nous avons besoin de votre aide !

Bonjour, Nous sommes un groupe de 5 étudiants en master MIAGE (Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises). Dans le cadre de notre projet annuel, nous devons concevoir le site internet d'une agence de voyage

<https://forms.gle/J2uiXToKVi7fn7ex9>

Nous avons besoin de votre aide !

Bonjour,

Nous sommes un groupe de 5 étudiants en master MIAGE (Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises). Dans le cadre de notre projet annuel, nous devons concevoir le site internet d'une agence de voyage. Nous avons besoin de votre aide pour concevoir le site internet d'une agence de voyage.

Nous remercions sincèrement ceux qui prendront le temps de répondre brièvement à nos quelques questions.

*Indiquez impérativement :

Questions générales

- Document des réponses au sondage des agences :

[Réponses questionnaire agences.xlsx](#)

- Lien du sondage pour les utilisateurs :

Questionnaire sur l'utilisation des sites de réservation de voyages

Bonjour, Nous sommes un groupe de 5 étudiants en master MIAGE (Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises). Dans le cadre de notre projet annuel, nous devons concevoir le site internet d'une agence de voyage. Nous avons besoin de votre aide pour concevoir le site internet d'une agence de voyage.

<https://forms.gle/ZKfWSQHYtdCSgSrB9>

Questionnaire sur l'utilisation des sites de réservation de voyages

Bonjour,

Nous sommes un groupe de 5 étudiants en master MIAGE (Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises). Dans le cadre de notre projet annuel, nous devons concevoir le site internet d'une agence de voyage. Nous avons besoin de votre aide pour concevoir le site internet d'une agence de voyage.

Nous remercions sincèrement ceux qui prendront le temps de répondre brièvement à nos quelques questions.

*Indiquez impérativement :

Quand avez-vous utilisé pour la dernière fois un site de réservation de voyage en ligne ?

- Document des réponses au sondage des utilisateurs :

[Réponses questionnaire utilisateurs.xlsx](#)



Interview

Interview de M. X, utilisateur fréquent d'agences de voyage et relation de Thomas FOUQUEROLLE (retranscription approximative) :

Étudiants 🧑 : Bonjour M. X, merci de bien vouloir répondre à nos questions. Pour commencer, quand as-tu utilisé un site de réservation de voyage pour la dernière fois ?

M. X 🧑 : Bonjour ! Avec plaisir. J'ai fait ma dernière réservation en ligne il y a environ trois mois pour mon voyage en Thaïlande.

Étudiants 🧑 : D'accord, et c'était cent pour cent en ligne ou tu avais quand même un conseiller à qui parler ?

M. X 🧑 : Non, j'ai d'abord été avec ma femme dans l'agence physique et puis la conseillère nous a transmis les démarches par mail.

Étudiants 🧑 : Ah oui d'accord je vois, c'était quoi ces démarches par mail ?

M. X 🧑 : C'était de remplir des documents pour la formalité, j'ai payé par carte bancaire directement dans l'agence.

Étudiants 🧑 : Ça marche. Et quelle agence as-tu utilisée ?

M. X 🧑 : Je suis passé par Leclerc Voyage. J'étais déjà passé par cette agence auparavant et je trouve les offres intéressantes.

Étudiants 🧑 : Ok, d'accord. Et si tu devais nous donner quelques fonctionnalités que tu trouves indispensables sur un site d'agence de voyage ?

M. X 🧑 : Pour moi, la comparaison des offres est un point important, tout comme les avis des clients ayant déjà passé par cette même agence. J'aime aussi pouvoir avoir un panel de filtres énormes, pour bien définir mes attentes, comme le prix, les dates, etc.

Étudiants 🧑 : Quel type de voyage réserves-tu généralement, séjours tout compris, vols et hôtels uniquement ?

M. X 🧑 : Je choisis des séjours tout compris.

Étudiants 🧑 : Y a-t-il quelque chose qui pourrait t'inciter à essayer un nouveau site de réservation ?

M. X 🧑 : Oui, une plateforme facile à utiliser avec des offres attractives.

M. X 🧑 : Moins de publicité et de pop-up.

Étudiants 🧑 : Qu'est-ce qui rendrait ta réservation ou recherche plus agréable sur les sites d'agences de voyage ?

Étudiants 🧑 : Ça t'arrive de réserver sur téléphone ? Ou bien tu fais les deux : tu cherches sur téléphone et réserves sur le site ou l'inverse ?

M. X 🧑 : Oui, les deux.

Étudiants 🧑 : Et tu compares souvent les offres entre différents sites ?

M. X 🧑 : Oui, des fois je compare mais pas constamment.

Étudiants 🧑 : Une dernière question : as-tu déjà rencontré des difficultés lors d'une réservation en ligne ?

M. X 🧑 : Oui, quelques fois, le site avait des problèmes, il y avait un prix différent pour le même voyage sur 2 pages différentes.

Étudiants 🧑 : Merci à toi M. X.

Interview de M. et Mme Y, utilisateurs d'agences de voyage en ligne et relation de Thomas FOUQUEROLLE et Loryne BALLESTER (retranscription approximative) :

Étudiants 🧑 : Bonjour Mme Y et M. Y, pour commencer, pourriez-vous nous dire quand vous avez utilisé un site de réservation de voyage pour la dernière fois ?

M. et Mme Y 🧑 : Bonjour ! Bien sûr, ça remonte à environ huit mois, pour notre voyage de noces en Sicile.

Étudiants 🧑 : Très bien. Et vous êtes-vous appuyés sur un conseiller ou c'était une agence entièrement en ligne ?

M. et Mme Y 🧑 : Non, c'était totalement en ligne, sans aucun contact direct avec un conseiller. On a tout géré nous-mêmes.

Étudiants 🧑 : Et comment avez-vous trouvé l'expérience sans conseiller ? Y avait-il des points que vous avez particulièrement aimés ou, au contraire, des aspects négatifs ?

M. Y 🧑 : En fait, c'était assez simple et rapide. On a aimé avoir le contrôle total sur nos choix sans devoir passer par un intermédiaire. Mais un conseiller aurait peut-être pu nous rassurer sur certains détails.

Étudiants 🧑 : D'accord. Y a-t-il des fonctionnalités que vous jugez indispensables sur un site d'agence en ligne ?

Mme Y 🧑 : Oui, pour moi, le plus intéressant reste de pouvoir comparer les offres facilement et de voir les avis des autres voyageurs sur le voyage. C'est vraiment rassurant de lire des expériences récentes et de s'assurer qu'on fait le bon choix.

Étudiants 🧑 : Vous avez réservé quoi comme type de voyage, seulement l'hôtel, ou bien un séjour complet ?

M. et Mme Y 🧑 : On a réservé un séjour tout compris : vols, hébergement, et des activités en Sicile.

Étudiants 🧑 : Et comment préférez-vous payer vos réservations ?

M. et Mme Y 🧑 : On préfère payer par carte bancaire, mais parfois, nous choisissons de payer en plusieurs fois.

Étudiants 🧑 : Ça vous arrive de réserver sur téléphone ? Ou bien vous faites les deux : vous cherchez sur téléphone et vous réservez sur le site ?

M. et Mme Y 🧑 : Oui, nous faisons les deux. On aime commencer notre recherche sur téléphone chacun de notre côté et on réserve sur un ordinateur pour plus de confort.

Étudiants 🧑 : Et vous comparez souvent les offres entre différents sites avant de réserver un voyage ?

M. et Mme Y 👤 : On le fait systématiquement. On compare les prix et les services proposés pour avoir la meilleure offre possible.

Étudiants 🎓 : Et si un nouveau site de réservation vous proposait une plateforme plus simple ou des offres plus intéressantes, est-ce que ça vous inciterait à changer ?

M. et Mme Y 👤 : Oui, des bons prix, ça nous attirerait tout de suite.

Étudiants 🎓 : Une dernière question : avez-vous déjà eu des difficultés ou des frustrations particulières lors d'une réservation en ligne ?

M. et Mme Y 👤 : Oui, parfois le site se chargeait mal ou certaines offres semblaient encore disponibles, alors qu'elles étaient en réalité déjà prises.

Étudiants 🎓 : Très bien, merci beaucoup pour vos réponses.

Notion

Ci-dessous, des captures d'écran de la structuration des documents sur le Notion de l'équipe.

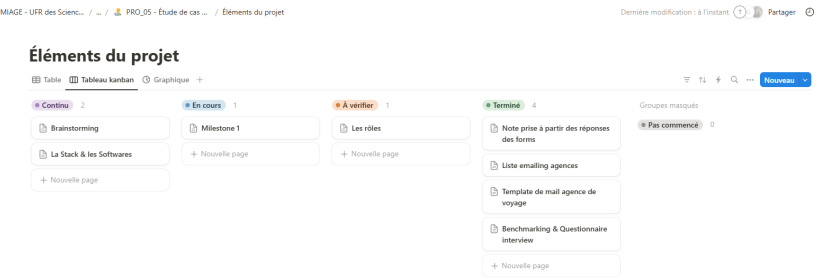
MIAGE - UFR des Scienc... / ... / PRO_05 - Étude de cas ... / Éléments du projet

Éléments du projet

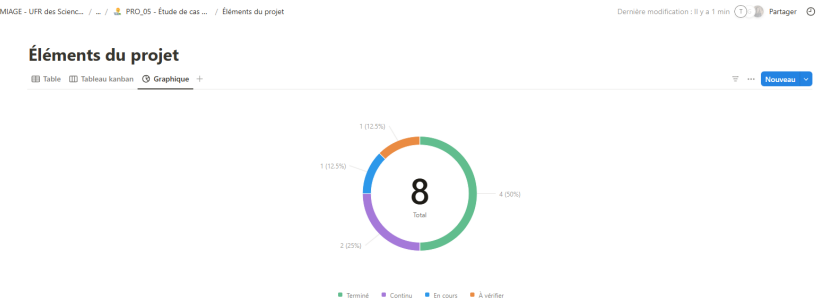
Table Tableau kanban Graphique +

Aa Nom	Étiquettes	État	Dernière modification par	Date dernière modificati...
Milestone 1	Document	En cours	TFouquerolle	31 octobre 2024 17:26
Les rôles	Document	À vérifier	TFouquerolle	28 octobre 2024 17:54
Brainstorming	Idee	Continu	TFouquerolle	28 octobre 2024 17:54
La Stack & les Softwares	Documentation	Continu	TFouquerolle	28 octobre 2024 17:54
Benchmarking & Questionnaire Interview	Document	Préliminaire	TFouquerolle	29 octobre 2024 20:26
Template de mail agence de voyage	Document	Préliminaire	TFouquerolle	31 octobre 2024 17:38
Liste emailing agences	Document	Préliminaire	TFouquerolle	31 octobre 2024 17:38
Note prise à partir des réponses des forms	Document	Préliminaire	TFouquerolle	31 octobre 2024 17:39

Affichage principal sous forme de tableau du Notion de l'équipe.



Affichage sous forme de kanban du Notion de l'équipe, permettant de distinguer facilement l'état des documents.



Affichage sous forme graphique du Notion de l'équipe, afin de visualiser facilement la charge de travail restante.