



# TooNiceToMiss

Mathieu AGOSTINI

Guillaume CALMEL

Dianna BARDASARIAN

Jade CANO

Astrid BROUCAS

Rémi MACHINAL

ING 1 GMF 1 Groupe 1



## Table des matières



1. La présentation générale du projet
2. Les objectifs concrets à atteindre
3. Le profil des utilisateurs
4. Le design de notre solution

# Les membres de l'équipe



## L'équipe CY Tech



A

Astrid BROUCAS  
SCRUM Master

D

Dianna  
BARDASARIAN

G

Guillaume  
CALMEL

J

Jade  
CANO

R

Rémi  
MACHINAL

M

Mathieu  
AGOSTINI

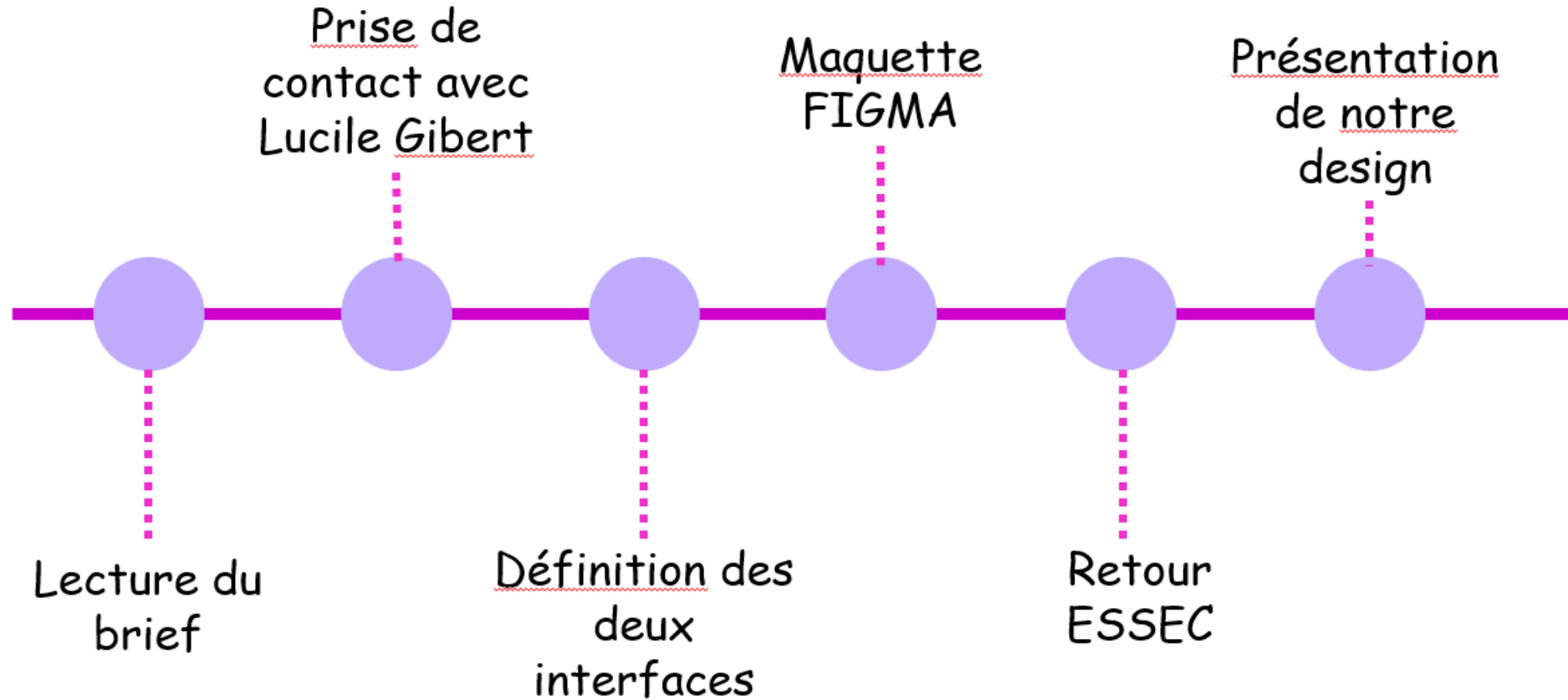
## Notre contact à l'ESSEC

**ESSEC**  
BUSINESS SCHOOL

L

Lucile GIBERT  
Contact ESSEC

# Les étapes du projet





# 1. La presentation générale du projet TooNiceToMiss



# 1. Les objectifs du projet



- Objectifs :

1. Vendre les places de spectacles invendues  
à la dernière minute
2. Lutter contre le gaspillage culturel
3. Favoriser l'accès à la culture




# 1. Les principales caractéristiques du projet



- Application pour téléphone simple d'utilisation
- **Public visé :** les jeunes
- **Mots d'ordre :** flexibilité - praticité - simplicité



# 1. Les résultats obtenus par les étudiants de l'ESSEC

- En 2022, 48% des Français ne vont **pas ou plus voir de spectacles vivants** 
- La sortie au théâtre ou à l'opéra est jugée **chère** par 60% des Français
- Les salles moins connues et plus récentes ont plus de **difficultés à jouer à plus de 75% de remplissage**





## 2. Les objectifs concrets à atteindre



## 2. L'objectif stratégique



- **Salle de spectacle** : vendre des places invendues à la dernière minute
- **Spectateur** : acheter des places de spectacles à la dernière minute ET à prix réduit
- Remplir les salles de spectacles et favoriser l'accès à la culture



## 2. Les objectifs opérationnels (1)

- Création d'une **application** qui permet de vendre des places de spectacles à la dernière minute à prix réduit
- Deux interfaces
  - ✓ Une pour le **spectateur**
  - ✓ Une pour la **salle de spectacles**
- Application **intuitive** et facile à utiliser





## 2. Les objectifs opérationnels (2)

- **Carte** pour localiser les salles de spectacles proches de soi
- **Descriptifs** de chaque spectacle
- **Recommandations personnalisées** pour chaque spectateur
- **Avis** des spectateurs ayant déjà vu le spectacle





### 3. Les utilisateurs

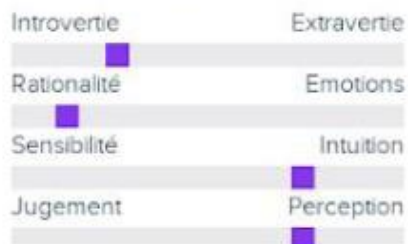
# Violette Combret



"Je voudrais passer plus de vrais moments de vie, être moins derrière mon écran, à vivre des émotions toute seule..."

Age : **21**  
Occupation : **étudiante**  
Réside à : **Paris, France**  
Personnalité : **Curieuse**

## Personnalité



Sensible

Curieuse

Très occupée

Seule

## Objectifs

- Voir un spectacle par semaine
- Travailler dans le milieu de la culture
- Rencontrer des artistes

## Frustrations

- Jamais le temps de faire tout ce qu'elle aimerait faire
- Pas assez d'argent pour faire ce qu'elle aimerait faire
- Des amis rarement disponibles pour aller voir un spectacle avec elle

## Bio

Violette est étudiante et travaille beaucoup. Elle aime beaucoup se rendre aux événements culturels. Pour autant, elle ne trouve jamais le temps de planifier ses sorties à l'avance, et quand elle regarde, c'est toujours trop cher pour elle. Elle contrebalance ce vide culturel en regardant beaucoup de films et de séries sur Netflix ou des vidéos sur YouTube, car elle est très curieuse et s'intéresse à tout. Le résultat : elle passe trop de temps sur son téléphone. Or, Violette est quelqu'un de très sensible, elle aime les moments de vie qu'elle partage avec ses amis quand ils sortent. Elle voudrait seulement que ça soit plus souvent.

## Motivation

Epanouissement

Social

## Marques & Influenceurs



PHILHARMONIE  
DE PARIS



## Canaux de distribution favoris

Publicité traditionnelle

Réseaux sociaux





*"J'aimerais une application qui me simplifierait la vie quand je voyage à l'étranger et souhaite retrouver l'expression de la culture locale en allant au spectacle"*

Age : 27

Profession : Professeur de français

Situation familiale : Mariée

Réside à : Berlin, Allemagne

Personnalité : La voyageuse

Peu organisée

Pratique

Curieuse

Marques



## Bio

Marie travaille énormément, ainsi, elle aime prendre un week-end de temps en temps avec son compagnon pour se dépayser et se relaxer. Comme ils habitent à Berlin, ils aiment voyager dans les capitales européennes, facilement accessibles, en train ou en avion. C'est un moyen facile de s'échapper du quotidien. Mais à chaque fois, Marie est un peu frustrée. Elle n'a jamais le temps de regarder en amont les événements culturels à aller voir et qui sont disponibles au moment de son voyage. Elle n'aime pas devoir regarder sur des blogs variés - souvent en langue étrangère - à la recherche de la perle rare. Pour elle, il serait tellement plus simple qu'une application répertorie tous les spectacles disponibles le soir même ! Elle aurait moins de choix, et pourrait davantage profiter de son séjour.

## Canaux de distribution

Chrome

Mobile

Email

## Objectifs

- Passer moins de temps sur les sites touristiques, les blogs... pour réserver des événements culturels avant de partir en voyage
- Profiter de façon spontanée des spectacles disponibles dans la ville que je visite

## Frustrations

- Trop de temps perdu sur des sites en langue étrangère à tenter de savoir quel spectacle vaut le coup d'aller voir avant de voyager
- Trop de blogs différents, trop d'informations contradictoires sur les choses à voir absolument

## Motivation

Prix



Confort



Rapidité





### 3. Les besoins du spectateur

- Trouver des spectacles proches de chez lui
- Recevoir des propositions pour des spectacles susceptibles de lui plaire
- Acheter des billets en ligne
- Donner son avis sur les spectacles qu'il a vu





# Salles de spectacle : La Chaufferie Huet

Où : Lille, France

Quoi ? Le salle de spectacle  
financée par la mairie

Familial

Peu connue

208-350 places

2 spectacles par mois

## Objectifs

- Attirer un public étudiant
- Avoir une plateforme de mise en vente plus attractive et plus connue
- Diffuser la culture
- remplir sa salle à 100%

## Bio

La Chaufferie Huet est une salle entièrement financée par les subventions de la mairie de la Madeleine. Comme ses spectacles sont gratuits, elle se retrouve à chaque fois avec 1/4 du public qui ne se présente pas ! Elle est très ennuyée car son rôle est avant tout de diffuser la culture le plus largement possible. Par ailleurs, cette salle accueille en particulier un public constitué de familles, notamment de jeunes enfants. Mais elle n'arrive pas à attirer de jeunes étudiants. Elle suppose que c'est dû au fait que les places sont à réserver sur le site de la mairie, que la salle est peu connue, et manque de visibilité ... Elle aimerait pouvoir attirer un public étudiant !



*"Nous aimerions que nos spectacles soient vus par le plus de monde possible !"*

## Canaux de distribution

Site de la mairie



Guichet



## Frustrations

- 1/4 des personnes ne se présentent pas au spectacle
- Très peu de jeunes dans le public

# Salles de spectacle - Les déchargeurs



*"Paris, c'est la ville des théâtres !"*

Où : Châtelet, Paris  
4 représentation par soir  
10 spectacles différents par mois

Peu connue

Au coeur de Paris

Petites compagnies

Programmation très variée

## Bio

Racheté il y a deux ans par un directeur passionné de théâtre, les déchargeurs est un théâtre parisien qui fait le pari de faire jouer sur ses deux scènes de petites compagnies. Sa programmation est très fournie avec plus de 10 spectacles différents par mois. Seulement voilà, situé dans un quartier très touristique, le théâtre a des difficultés à fidéliser son public. Par ailleurs, la concurrence est rude : il y a des théâtres à tous les coins de rue à Paris ! Comme c'est un théâtre privé, il ne vit que des billets vendus et des consommations servies au bar... Si seulement les touristes pouvaient connaître son existence : eux qui rêvent d'une immersion complète dans le Paris romantique et artistique ! Il lui manque de la visibilité, mais quel budget allouer à la communication ? Le théâtre fait jouer de petites compagnies, qui n'attirent pas encore les foules ... Résultat : les salles sont rarement pleines.

## Canaux de distribution

Publicité

Réseaux sociaux

## Frustrations

- Ne pas arriver à fidéliser le public
- Trop de concurrence à Paris pour les théâtres
- Ne pas être rentable

## Objectifs

- Arriver à attirer des touristes
- Attirer des jeunes, susceptibles de consommer au bar aussi
- Faire connaître des petites compagnies
- Diffuser la passion du théâtre



### 3. Les besoins d'une salle de spectacles

- Mettre en ligne des offres pour des places de spectacles



- Modifier et consulter les offres déjà mises en ligne
- Consulter ses statistiques pour améliorer ses ventes

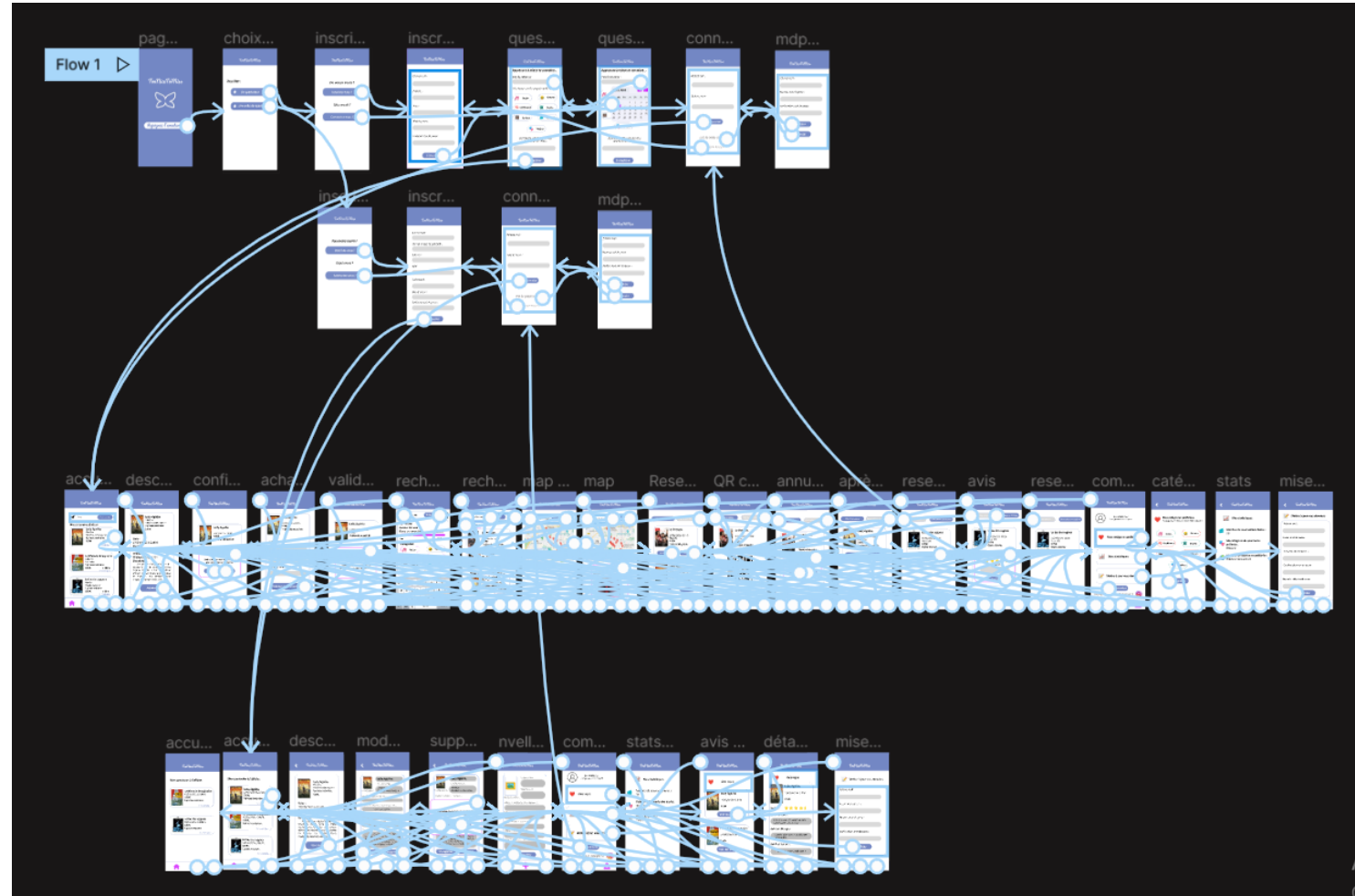


## 4. Le design de notre solution





## 4. L'application utilisée pour faire notre prototype : Figma





## 4. L'interface pour le spectateur





## 4. L'interface pour la salle de spectacle







# L'avenir du projet TooNiceToMiss

- Application réellement en cours de réalisation par l'équipe de l'ESSEC et par des étudiants de Centrale Supélec



- Changement de nom : TooNiceToMiss devient Ticketnunc
- Lancement en septembre prochain

# Le retour de l'ESSEC !

- Ils ne nous ont pas répondu car ils sont au milieu de leurs partiels !





Merci pour votre attention !

Suivez-les sur Instagram !

