

[Add cover](#)

Le dispositif DRT

L'écosystème Digital DRT : qui y accède, comment et à quel usage :

L'environnement digital du DRT se compose de plusieurs outils à développer : un site web, un back office, des tablettes, des emailings et sms et des formulaires de satisfaction. Mais à qui se destine ces différents outils et pour quel usage, comment ils évoluent ensemble dans un même écosystème.

Commençons par la vitrine du projet, le site web.

1. Le site web (voir la page qui décrit le paramétrage & la présentation du site web en détails)

Se destine aux: clients/essayeurs potentiels

Pour

quel(s) usage(s): pour présenter le DRT et permettre aux internautes de réserver leur(s) essai(s).

Le site web doit être indépendant et accessible depuis une simple recherche google dans son intégralité mais aussi disponible partiellement depuis les sites Winteam des concessionnaires. Les deux doivent bien-sûr être enrichis des mêmes informations en continu. Depuis le site officiel, le client accède à toutes les dates et toutes les informations mais depuis le site des concessionnaires, le client accède uniquement aux informations relatives à la concession du site sur lequel il se trouve. Il faut que l'onglet

"Démo Ride Tour" soit très visible sur leur site winteam. En cliquant dessus, le client accède aux modèles disponibles puis peut faire sa réservation etc...

2. Le back office (voir la page qui décrit le paramétrage & la présentation du back office en détails)

Se destine à : Moi (Héloïse), l'équipe du DRT (instructeurs et organisateurs) / les concessionnaires pour leur date uniquement

Pour quel(s) usage(s) : pour paramétrter les modèles et créneaux d'essais, gérer les réservations et collecter toutes les données de l'environnement digital DRT.

Le back office est l'espace clé pour le paramétrage, le suivi et le bilan du dispositif. Il doit être intuitif et proposer des ajustements et modifications en temps réel aux équipes du DRT et moi. Il récolte toute la data (avant, pendant et après les essais).

De la même manière, il faut que le concessionnaire puisse accéder rapidement sur le back office winteam à un état des lieux en continu du nombre de créneaux ouverts et réservés, et donc du taux de réservation, des modèles disponibles, des informations du client concernant les réservations etc. Il peut consulter mais ne peut pas modifier ni les réservations, ni les modèles. Il faudrait lui indiquer quelque part que si une modification ou une annulation doit avoir lieu, le client peut lui-même annuler/modifier via l'e-mail de confirmation de son essai ou ils peuvent contacter directement l'équipe du DRT (on pourrait créer une adresse mail).

3. L'environnement sur tablette

Se destine à : l'équipe du Démo Ride Tour sur place (en concessions ou événements)

Pour

quel(s) usage(s) : pour accueillir les essayeurs, lancer leurs essais, avoir une vue globale du parc roulant et des créneaux disponibles pour proposer des réservations sur place de dernières minutes.

Une fois sur place, les tablettes prennent le relai du site web et sont l'outil

indispensable qui matérialise tout le dispositif du DRT. Elles permettent l'activation et le suivi des essais sur place. Pour les dates en concessions, deux tablettes sont utilisées à l'accueil (une par l'hôtesse d'accueil et une autre par le régisseur - le responsable de l'équipe sur place). Pour les dates en événements, il peut y avoir jusqu'à 4 tablettes utilisées en simultanées pour inscrire de nouveaux clients ou enregistrer la présence des clients déjà inscrits et lancer les départs des essais, ainsi que les retours des motos post essais. Il serait bien que l'une des pages de la tablette soit aussi accessible depuis les téléphones des instructeurs pour qu'ils puissent suivre très facilement et en simultané le nombre de clients qu'ils ont sur leur prochain départ de balade et quel client est sur quelle moto. Ce serait un énorme gain de temps et d'autonomie.

4. Les formulaires de satisfaction

Se destine aux : clients / concessionnaires / équipe DRT

Pour

quel(s) usage(s) : pour faire le bilan de chaque date du DRT, les comparer entre elles, et faire la conclusion de l'ensemble.

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, les formulaires de satisfaction sont d'une importance capitale dans le dispositif. Ils nous permettent de matérialiser et de stocker un maximum d'avis & d'information sur le déroulement et les résultats de chaque date et plus globalement du dispositif du DRT au complet.

Jusque là, nous utilisions 3 formulaires indépendants (qui ne se partageaient pas les données) :

- Le formulaire de satisfaction client (rempli par le client **sur tablette directement après son essai**, accompagné par un membre de l'équipe DRT chargé du débriefing des essais)
- Le formulaire de satisfaction des concessionnaires (rempli par chaque concessionnaire **via un Microsoft form** après leur événement pour noter la mise en place du dispositif, le travail de l'équipe du DRT et

- pour déclarer leur participation et les ventes réalisées)
- Le formulaire de notation de l'équipe du DRT (rempli par le responsable de l'équipe DRT **via un Microsoft form** après chaque événement pour faire le bilan de la date, de l'investissement des concessionnaires, des animations en place, des ventes réalisées etc.).

L'idéal serait que ces différents formulaires utilisent le même environnement de données que le site web. L'objectif pour les clients est de se retrouver en tapant leur nom en commençant le formulaire pour éviter de leur redemander les informations qu'ils ont déjà complété sur le site web lors de l'inscription (coordonnées, modèles essayés, moto qu'il possède, type de permis ...). L'objectif pour le responsable du DRT est de faire un rapport de chaque date au même endroit, agrémenté de photos pour illustrer les animations organisées par le concessionnaire et l'investissement commercial des équipes. Enfin, le plus important, pour moi, l'objectif est de pouvoir associer toutes ces données pour avoir un rapport complet et condensé de chaque date et global en fin d'année. C'est important pour moi de comparer les concessions car je dois les noter selon 5 critères (traitement des leads, animations, engagement des équipes/activités commerciales, communication, satisfaction client). La concession qui remporte le plus de points sur ces 5 critères est remboursée de sa participation financière au DRT.

Le fonctionnement des réservations d'essais :

Nous aurons 2 instructeurs moto sur la tournée ce qui signifie 2 groupes d'essais. Un groupe sera dédié aux essais de petites cylindrées et modèles A2 (les jeunes permis en gros) et le second groupe aux personnes expérimentées (permis A). Chaque instructeur est assuré pour prendre avec lui 7 clients maximum. Les essais sont donc composés maximum de 8 motos (7 pour les clients + 1 pour l'instructeur). On doit donc prévoir au

minimum 16 motos mais on en prévoit toujours plus pour **laisser le choix aux clients et anticiper les éventuelles chutes** qui pourraient mettre à l'arrêt certains modèles. C'est donc pour ces deux raisons qu'il faut anticiper :

1. Flotte de modèles pour laisser le choix aux clients

Imaginons (car je n'ai pas encore le nb ni le nom des modèles de la tournée 2026) que nous avons 22 véhicules dans le camion soit 11 par groupe. Seuls 7/11 modèles sont réservables par les clients par créneau d'essai. Automatiquement, les 4 autres restants ne doivent plus apparaître comme disponible sur le site dès que le 7ème modèle est réservé. En laissant plus de choix aux clients, ça nous permet de remplir plus facilement les groupes, quite à ce que certains modèles soient rarement essayés. Ils servent en expo sur le stand quand toutes les motos sont en balade pour éviter d'avoir un stand vide.

2. Anticiper la problématique des modèles accidentés

Lorsqu'un client chute avec l'un des modèles, le véhicule est dans le meilleur des cas réparé dans la journée (chute à l'arrêt sans gravité pour changer un levier ou un cache par ex) ou dans la plupart des cas, le véhicule est immobilisé au moins pour le week-end, il doit être ramené au siège de Yamaha, un expert doit passer et un rapport est envoyé à l'assurance. Le temps que le véhicule soit remis en circulation dans le DRT, il peut se passer plusieurs semaines. Il faut donc **prévoir une fonctionnalité** pour "déclarer la chute d'un véhicule"/"déclarer un véhicule accidenté" dans le back office qui nous permettrait **automatiquement** : de bloquer les prochains créneaux disponibles de ce modèle sur le site web, d'envoyer un mail aux clients ayant déjà réservé ce modèle pour les prévenir et leur conseiller de choisir un autre modèle en remplacement s'ils le souhaitent et d'indiquer sur les tablettes que le véhicule est accidenté/en réparation. Il suffirait de préciser jusqu'à quand on estime que le véhicule sera accidenté (que ce soit une journée ou 2 mois **et que ça puisse être prolongé**). Ce serait une fonctionnalité extra qui nous ferait gagner en temps et en

efficacité !

Le fonctionnement des essais une fois sur place :

Le client arrive en concession avec un peu d'avance sur son créneau d'essai, il se rend au niveau de l'accueil extérieur sous la tente. L'hôtesse l'accueille en lui demandant son nom et son permis de conduire. Elle doit retrouver (le plus vite possible) le nom du client sur la tablette (en un coup d'oeil) et lui demande de confirmer le modèle qui est associé pour être sûr qu'il n'y ait pas d'erreur. Elle clique sur le créneau d'essai du client, vérifie le permis de conduire (date, permis en cours de validité et identité) puis elle le prend en photo (recto-verso) avec la tablette pour l'associer au client. S'il refait un essai dans la journée, il ne sera pas nécessaire de reprendre son permis en photo. Elle demande ensuite au client de signer la décharge de responsabilité et d'autodéclaration de non-consommation de substances illicites (drogues et alcools) et du bon respect du code de la route. Il faudrait ajouter une case à cocher par exemple pour savoir s'il accepte d'être pris en photo dans le cadre de son essai pour la communication de Yamaha France ou de la concession. L'hôtesse remet ensuite au client un bipper pour que le client puisse se balader dans la concession en attendant son essai.

Une fois l'heure de son créneau, l'hôtesse fait sonner tous les bippers des clients concernés. Ils retournent vers l'hôtesse qui troque leur bipper contre un brassard rouge ou blanc selon le groupe d'essai auquel ils sont rattachés. L'hôtesse en profite pour indiquer à chacun le numéro de la moto qui leur est attribué.

L'instructeur du groupe prend ensuite le relai en lançant la vidéo de briefing sur la TV. Le but est de rappeler aux essayeurs les bons usages à

adopter sur la route, les règles de sécurité, la durée de l'essai, les explications de certaines fonctions si nécessaires sur les modèles concernés etc.

Ils partent pour un essai de 45min avec une pause de 5min au milieu.

L'hôtesse change le statut de tous les modèles concernés (en 1 manipulation) en "en essai".

Une fois de retour en concession, l'hôtesse change le statut de tous les modèles (en 1 manipulation) en "fin de l'essai" ou "revenu de l'essai", on peut améliorer ces appellations. Les clients, eux, déposent leur moto d'essai sur le parking, rende les brossards à l'instructeur qui les accompagne à l'intérieur de la concession vers un autre collège qui s'occupe du débriefing des essais.

Pendant le débriefing, les clients échangent autour de leur(s) essai(s) et de leur ressenti. Ils sont invités à remplir un formulaire de satisfaction sur les tablettes mises à disposition dans l'espace débriefing. Ensuite, en fonction du niveau d'intérêt, ils sont redirigés ou non vers les commerciaux de la concession (pour un devis, un dossier de financement Yamaha, un achat, un dossier d'assurance Yamaha) ...

Les créneaux s'enchaînent toute la journée entre 9h et 18h avec 30min d'écart entre les deux groupes à chaque fois pour libérer la place d'un groupe à un autre dans les espaces briefing et débriefing.