

# PHASE 1

Webdesign - Prototypage

## Application mobile Campus Car



Ambre Geiss | Manon Jeanpierre | Antonin Lainé | Mathilde Vauquieres

MMI 2



MMI 2020-2021

# Sommaire

---

|  |    |
|--|----|
| <b>Étape 1 : Étude concurrentielle</b> .....                           | 1  |
| I - Présentation de l'application existante Campus Car.....            | 1  |
| II - Présentation et analyse des concurrents directs et indirects..... | 2  |
| III - Étude et analyse du marché.....                                  | 9  |
| IV - Conclusion.....   | 12 |
| <br>   |    |
| <b>Étape 2 : Personas</b> .....  | 15 |
| <br>   |    |
| <b>Étape 3 : Cartes d'expériences</b> .....                            | 20 |
| <br>   |    |
| <b>Étape 4 : Fonctionnalités</b> .....                                 | 30 |
| <br>   |    |
| <b>Étape 5 : Moodboards</b> .....                                      | 33 |

# ÉTAPE 1

---

## Étude concurrentielle

Campus Car

# I - Présentation de l'application existante Campus

Campus Car est un site web proposant des trajets de courtes à moyennes distances pour le personnel et les étudiants de l'Université Franche-Comté. Initialement conçu par des étudiants en DUT MMI, le projet de covoiturage mènera, à terme, à l'utilisation d'autres services comme l'accès au parking connecté de l'IUT de Belfort Montbéliard.

Le covoiturage sur le campus est une alternative aux transports en commun qui peuvent être sources de stress notamment en heure de pointe. C'est également une bonne initiative pour faire connaissance avec d'autres étudiants sur le campus

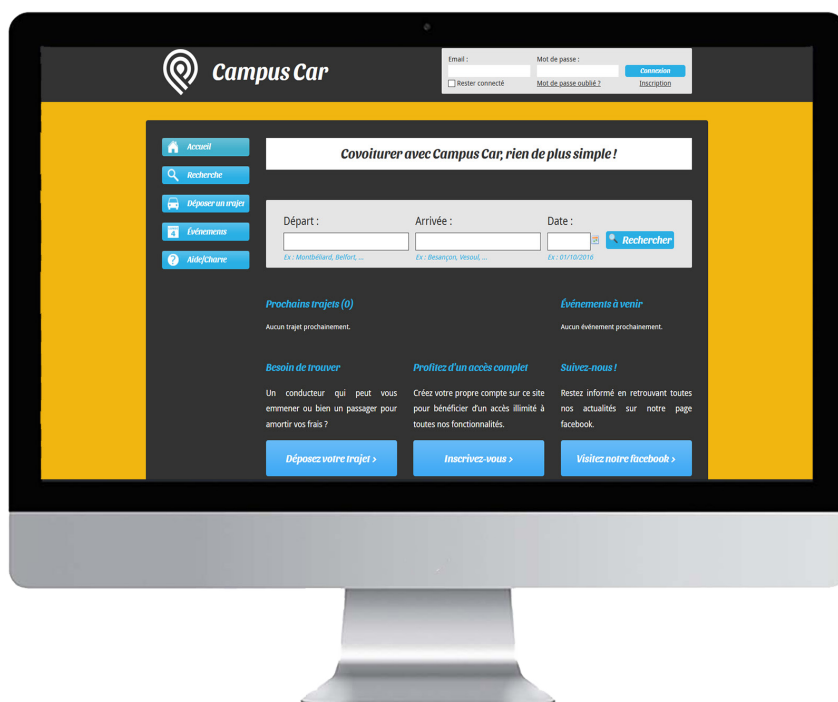


Son logo est une boucle constituée de plusieurs traits blanc sur un fond gris foncé. Il représente une route et rappelle l'idée des trajets quotidiens que les étudiants ou le personnel sont amenés à faire pour se rendre à l'université.

De manière générale, le design du site web paraît démodé et très peu épuré. Les couleurs du site sont vives, avec un jaune en couleur de fond. Le header, footer et le contenu sont écrit en blanc sur un fond gris foncé. Quant aux appels à l'action, ils sont représentés par des boutons bleu clair.

Concernant sa communication, Campus Car possède une page Facebook qui est mise en avant sur son site. 117 personnes aiment la page mais il n'y a plus d'activité sur celle-ci depuis novembre 2017.

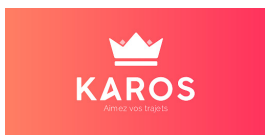
Du côté technique, il est possible d'ajouter un trajet, rechercher un trajet, consulter les événements et créer un compte utilisateur. Tout est fonctionnel même si le site n'est pas sécurisé. Campus-Car n'est également pas pleinement responsive sur tous les formats d'écran. Le principal problème du site est que la fréquentation est très faible, et la situation sanitaire actuelle ne permet pas au site de proposer des trajets.



## II - Présentation et analyse des concurrents directs et indirects

### 1) Concurrents directs

#### a) Karos



Karos est une application de covoiturage du quotidien, notamment pour les trajets entre lieu de travail et domicile, téléchargeable sur les systèmes IOS et Android. Karos a vu le jour en 2014 et est aujourd'hui le numéro 1 du covoiturage domicile-travail en France. L'objectif de Karos est de faire aimer les trajets domicile-travail aux utilisateurs tout en pensant à l'impact écologique positif du covoiturage sur le long terme.

#### Les valeurs de l'entreprise sont :

**Sociale** : Le covoiturage permet de rencontrer de nouvelles personnes et donc de se sociabiliser.

**Environnementale** : En réduisant le nombre de voitures sur les routes en heures de pointe, le covoiturage diminue la pollution liée aux émissions de dioxyde de carbone.

**Économique** : Le covoiturage est économique financièrement, car les trajets sont proposés à des prix très compétitifs. Pour les conducteurs, cela permet de rentabiliser l'essence consommée. Il permet également d'économiser du temps par rapport aux transports en commun. Ce gain de temps permet donc aux utilisateurs de rentrer plus tôt chez eux et profiter de leur famille et amis.

**Bien-être** : Le covoiturage épargne le stress des transports en commun

#### Communication :

Concernant la communication online de Karos, on retrouve son site web qui est une vitrine pour amener les utilisateurs à télécharger l'application. Celle-ci vend très bien les mérites de l'application, en posant des faits accompagnés de chiffres pour prouver les propos. Dès la page d'accueil, on apprend que l'application est la première en France pour le covoiturage quotidien, le nombre de trajets disponibles sur le territoire, en moyenne le temps gagné et l'argent économisé en utilisant Karos etc. En plus d'explications claires sur le fonctionnement de l'application, on retrouve aussi des témoignages vidéos, des avis positifs laissés par les utilisateurs et les apparitions de l'application dans la presse.

Karos possède également **plusieurs réseaux sociaux** :

Facebook, avec 6780 abonnés et des posts réguliers, à hauteur d'une publication toutes les une à deux semaines. Instagram, avec 488 abonnés. On y retrouve les mêmes posts que sur Facebook et le même rythme de publication.

Twitter, avec 3668 abonnés. Les posts s'y font plus rares et on retrouve plus de tweets concernant l'actualité (comme la situation sanitaire par exemple).

LinkedIn, avec 2136 abonnés. Y sont postées les mêmes publications que sur Facebook et Instagram, en plus de nombreuses informations sur des conférences et rendez-vous en lien avec le monde du travail.

Karos a également organisé plusieurs partenariats avec des territoires et régions françaises. C'est le cas, entre autres, de Caux Seine Agglo, Flers Agglo, La Région Normandie ... qui mettent en avant l'application sur leur site respectif.

Finalement, Karos possède également un magazine recensant les dernières actualités de l'entreprise. Il s'agit en fait d'un blog, seulement accessible depuis la page web.

## Design :

L'application Karos possède un design épuré et moderne qui correspond aux tendances actuelles du web. Ces deux caractéristiques permettent une très bonne lisibilité des informations.

La charte graphique est réfléchi et se décline selon les services proposés par l'entreprise. Pour les particuliers, le logo prend des coloris orangés. Pour les entreprises, il devient bleu et pour les territoires, vert. Le logo représente une couronne et permet de facilement reconnaître l'application. Les couleurs de l'application sont majoritairement du blanc pour les fonds, les couleurs du logo, un dégradé orange - rouge - rose, en tonique et du gris pour le texte.

La présentation de l'application ressemble beaucoup à celle des médias sociaux, avec une barre de navigation en bas de l'écran comprenant tous les onglets. Les icônes utilisées permettent de facilement se repérer sur l'application. Cela permet une prise en main rapide de l'application.

Des appels à l'action sont mis en valeur sur l'application, notamment le "+" pour ajouter un trajet en bas de l'écran. Il en va de même pour les covoitureur qui sont automatiquement proposés : ils sont mis en valeur pour que l'utilisateur ne perde pas de temps à chercher.

## Technique :

Karos propose la prédiction des mobilités grâce à une intelligence artificielle qui est capable de prédire les trajets des utilisateurs 6 jours à l'avance.

L'application met également en avant les trajets se rapprochant le plus possible des préférences des utilisateurs (dates, horaires, point de départ et d'arrivée ...)



| Les +   | Les -  |
|---|--|
| Le site est moderne et tendance   | Selon l'endroit, il n'y a pas forcément de trajet proposé.                           |
| Il instaure la confiance chez l'utilisateur                                 | Les prix ne sont pas mis en valeur   |
| Propose à ses utilisateurs des trajets personnalisés selon leur profil      | Pas de rappel de l'existence des réseaux sociaux / de l'actualités sur l'application |
| Facilite l'accès aux informations selon les préférences de l'utilisateur    | Peu de publications sur les réseaux sociaux  |
| Les partenariats avec des territoires permettent une plus grande visibilité | Messages rarement ciblés sur les réseaux sociaux                                     |
| Application très bien noté sur l'App Store                                  |  |

## b) Klaxit



Klaxit est une entreprise française (anciennement WayzUp) née en 2012, proposant un service de covoiturage domicile-travail. Il s'identifie d'ailleurs comme les leaders de ce marché.

Elle concentre plus de 265 entreprises partenaires qui peuvent aider leurs employés à se rendre sur le lieu de travail ensemble grâce à l'application. Depuis peu, l'entreprise s'associe à des collectivités locales pour acquérir un nouveau public.

On remarque que l'entreprise a créé des liens forts avec différents partenaires pour réunir le maximum de fonds afin d'élargir son service.

Le service rassemble 250 000 utilisateurs.

En 2019, IDVroom, un service de covoiturage géré par la RATP, est racheté par Klaxit ce qui va leur permettre de sécuriser plusieurs millions d'euros pour continuer d'améliorer son offre. C'est plus de 2 millions de trajets par jours qu'offre Klaxit à ses utilisateurs.

### Les valeurs de l'entreprise :

**Équité :** Klaxit fait un point d'honneur à rendre le covoiturage équitable économiquement parlant. Le coût d'un trajet est calculé selon différents facteurs qui permettent à chaque acteur d'avoir un arrangement équitable. Le paiement peut varier (moins cher) pour le passager selon les entreprises ou collectivités engagées mais le conducteur perçoit toujours la même somme.

**Partenariat :** Klaxit compte beaucoup de partenaires que ce soit pour les financements ou bien des partenaires utilisant le service. Par exemple, le réseau TAN (transport en commun de l'agglomération nantaise) propose à tous ses usagers (abonnés ou sur le simple achat d'un ticket) de bénéficier du covoiturage dans l'agglomération. Les partenariats avec les entreprises sont aussi importants puisque de nombreux frais peuvent être pris en compte par cette dernière et apportent aussi un gage de confiance aux employés voulant utiliser le service.

**Fiabilité :** À travers ses différents partenaires, Klaxit veut faire preuve de fiabilité. De plus, le service assure (pour les conducteur/passager faisant partie d'une entreprise partenaire) que les passagers seront conduits malgré tout gratuitement par taxi ou Uber si le conducteur ne peut plus le conduire.

### Communication :

Klaxit communique sous différentes formes. D'une part, il y a les réseaux sociaux; il existe un compte Twitter, une page Facebook et un compte LinkedIn. Sur ces comptes on retrouve des actualités sur le site et sur le covoiturage

dans sa globalité. L'entreprise a porté sa communication sur 3 plateformes, car elle cherche surtout à attirer des entreprises, des collectivités pouvant être attirées par les offres qui leur sont attribuées. On remarque quand même que la page Facebook cible bien plus les particuliers. Il existe aussi une landing page très complète s'adressant aux particuliers, aux entreprises et aux collectivités de manière distincte. On y retrouve aussi les actualités de la marque ainsi que des témoignages, des apparitions dans les médias ou bien les entreprises utilisant le service. Ces éléments influent sur la confiance de toutes les cibles (particuliers, entreprises, collectivités)

Sur Facebook, on retrouve près de 7588 abonnés sur la page Klaxit pour environ 5 publications annuelles (dépend des actualités).

Sur Twitter, il y a 1834 abonnés pour 2 posts par semaine.

Sur LinkedIn, c'est 3 703 abonnés au compte pour 2 posts par semaine.

Il existe un système de code parrainage proposé directement sur l'application qui permet aux concernés de toucher 12 euros à chaque utilisation du code personnel de chacun. Il est aussi possible grâce au partenariat de Klaxit d'obtenir certains avantages (aide pour passer le permis, bons plans assurance etc..).

Klaxit agit aussi dans la communication hors-ligne. En effet, l'entreprise apparaît dans différentes conférences ou dans des salons pour présenter leurs applications et l'importance de l'implication des entreprises et collectivités dans le domaine du covoiturage domicile-travail. On y retrouve des goodies, des flyers et des affiches.



### Design :

Le logo Klaxit représente un klaxon à l'origine de son nom. Les couleurs de ce dernier, qui font partie de l'harmonie coloré du site et de l'application représente l'énergie pour le jaune et l'environnement pour le bleu. Le choix du bleu est important est souvent utilisé pour ce type de service. En effet, il se trouve entre l'écologie et la technologie ce qui explique son utilisation fréquente.



L'application épurée est majoritairement blanche et la police grise. Mais on retrouve des touches de couleurs sur les boutons importants ou bien des plats de couleurs pour d'autres éléments ayant besoin d'une mise en avant. On retrouve parfois des illustrations flat design mais, seulement dans des pages secondaires.

La landing page contient beaucoup de photographies et quelques illustrations qui sont animés lors du déroulement. De nouvelles couleurs s'ajoutent mais sont assez proches de couleurs utilisées pour le logo : un bleu plus clair, un violet et un orange. L'harmonie colorée aborde toujours les mêmes thèmes: l'énergie, le développement durable et la technologie. L'utilisateur peut interagir avec la landing page avec des simulations pour connaître ces avantages selon son rôle par exemple.

Des appels-à-l'action sont mis en avant pour découvrir l'application mais on retrouve aussi des mises en exergue de certains éléments typographiques animés pour attirer l'œil de l'utilisateur. Le site est responsive tout en conservant la majorité des animations et des images.

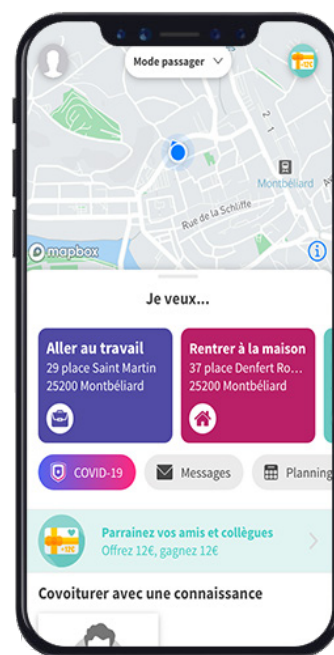


## Technique :

Klaxit donne accès à des boutons “aller au travail” “aller à la maison” avec les adresses préférablement liées afin d’éviter de reproduire la manipulation à chaque trajet.

L’application met à disposition un planning permettant de consulter les trajets prévus sur deux semaines et informe les utilisateurs lorsque l’heure approche selon les données se trouvant dans ce planning.

En mode conducteur, il est possible de programmer un itinéraire avec des points de passage personnalisés pour que les passagers puissent s’adapter à lui.



| Les +  | Les -   |
|--|---|
| <p>Dans de nombreux cas, le passager ne paye pas son trajet</p> <p>Klaxit s’adresse à plusieurs clients différents</p> <p>L’application et le site sont régulièrement mis à jour (techniquement et graphiquement)</p> <p>Le conducteur a beaucoup d’avantages</p> <p>Un bon ciblage pour la communication en-ligne</p> <p>De bonnes notes sur les stores</p> | <p>Peu de trajet proposé localement (Montbéliard)</p> <p>Les réseaux sociaux ne sont pas mis en avant</p> |

## 2) Concurrents indirects

### a) BlaBlaCar



BlaBlaCar est une application de mise en relation de conducteurs et de passagers avant tout destinée aux grands trajets. C'est en vérité plutôt vers sa récente déclinaison, BlaBlaLines, qu'il faudrait se tourner dans l'optique de trajets quotidiens. Cela étant dit, BlaBlaCar de par sa simple popularité et son historicité (2006), ne peut pas être ignoré.

BlaBlaCar, c'est toujours à l'heure actuelle le premier acteur du covoiturage - formalisé - avec plus de 70 millions d'utilisateurs

#### **Les valeurs de l'entreprise :**

le partage : faire un trajet à plusieurs, c'est en général aussi sympathiser, discuter. On partage un bout de trajet et on partage aussi, de façon plus littérale. On blablate.

le rapprochement : on est sur une valeur assez proche de la précédente, sauf qu'elle fait ici plus explicitement référence à l'aspect partage "humain". Elle sous-entend une bonne entente, une bonne ambiance.

du transport pour tous, partout : accessible pour tous sur deux points : économiquement et géographiquement.

Un géographique qui se retrouve régulièrement mis en avant comme dans cette phrase de campagne «partout où il y a une route». Il sont là, quoiqu'il arrive - et pour pas cher. Une valeur du pas cher, continuez et appuyez avec leur offre de bus low-cost.

#### **Communication :**

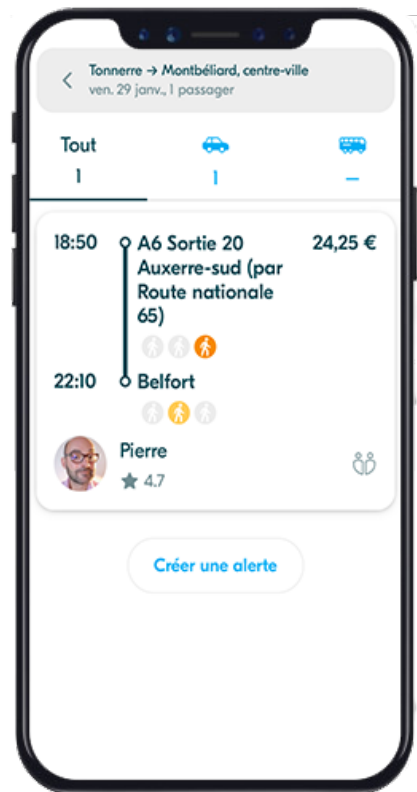
Ce qui fait également la force de BlaBlaCar en plus de son placement sur des choses essentielles, sur un covoiturage vertueux socialement, c'est aussi tout bêtement son omniprésence. Cela va d'apparaître dans les suggestions Google Maps de trajet ou parfois "carrément" via des pub télé. BlaBlaCar brasse large.

Même les autres marques de firme, imprimées elles encore de cet "iconique" BlaBla participent à son existence, à sa présence régulière. BlaBlaBus c'est de l'exposition pour BlaBlaCar et inversement.

#### **Design / Technique :**

Leur nouveau logo depuis 2018 est composé de deux "b" accolés rappelant évidemment le nom de la marque : BlaBlaCar. Ces deux "b" peuvent aussi faire penser à deux apostrophes ou guillemet haut, faisant écho à l'aspect social du covoiturage, déjà clairement explicité dans le nom avec "BlaBla". Les deux objets sont collés, comme scindés, toujours pour prolonger ce message de coopération, d'entraide, de co-voiturage.

L'application quant à elle, s'organise de façon assez simple avec une barre de navigation à la base du pouce qui permet d'accéder à 5 onglets : "vos trajets", "recherche", "proposer", "messages", "profil". Les us et coutume d'une application de covoiturage : trouver un trajet, en proposer un et une application de messagerie intégrée. BlaBlaCar est évidemment très simple d'utilisation, grâce à une application qui va droit au but et à une présentation explicite.



| Les +   | Les -   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Une longueur d'avance, les premiers arrivés</li> <li>Ergonomie au poil</li> <li>Techniquement stable</li> <li>Des activités annexes (BlaBlaBus, BlaBlaLines)</li> <li>De très bon retours utilisateurs qui va de mise avec leurs confiances</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Concurrence de plus en plus forte</li> <li>Fonctionnalité qui limite peut-être les d'usages</li> </ul> |

## III - Étude et analyse du marché

### a) Analyse du marché et des utilisateurs potentiels

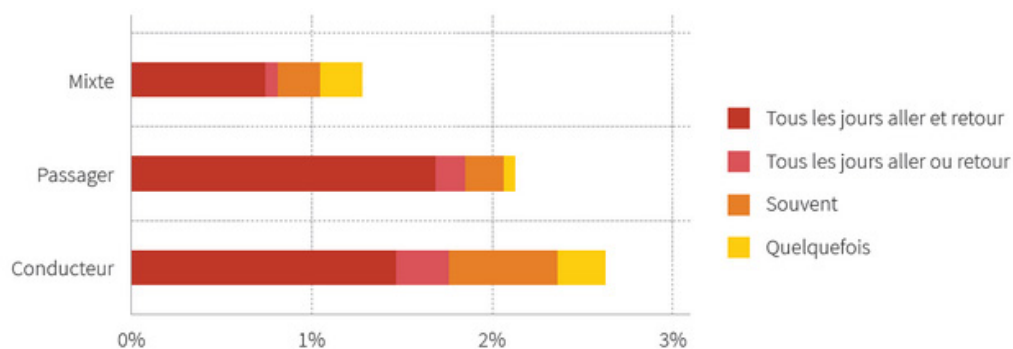
Officiellement, le covoiturage est arrivé en France il y a 25 ans, mais pourtant, le marché a pris énormément d'ampleur ces dernières années. En 2008, seulement 1% des français y avaient recours pour se déplacer. Aujourd'hui, des millions de français y font appel pour leur trajet à longue et à courte distance.

Cette popularité soudaine est en partie due à la transformation digitale qui a énormément facilité les échanges entre particuliers pour covoiturer. De plus, avec l'arrivée de l'application Blablacar en 2006, le covoiturage s'est retrouvé sur le devant de la scène et s'est vu accepter comme un mode de transport à part entière. En France, 272 746 tonnes d'émission de CO2 ont été économisées. Le covoiturage est une des solutions profitables pour participer à une démarche de développement durable.

Peu à peu, de multiples applications de covoiturage ont vu le jour et ont tenté de se diversifier. Aujourd'hui, le covoiturage pour les trajets courts et quotidiens est le plus important. Avec les grèves de transport répétées dans les grandes villes, notamment à Paris, de nombreux français se sont tournés vers le covoiturage pour se rendre au travail.

Nous pouvons donc constater, à travers cette analyse, que le covoiturage domicile-travail est une part très importante du covoiturage en général. De nombreuses applications voient le jour et sont de plus en plus spécialisées. Tandis que le covoiturage longue distance pour les déplacements de plus de 200km équivaut à environ 1,6 % des déplacements, le covoiturage pour les trajets quotidiens vers leur travail est utilisé par environ 900 000 personnes (Source : ministère de la Transition Écologique).

#### **Graphique présentant la fréquence de pratique du covoiturage domicile-travail (ADEME,2015)**



**Figure 12 : Fréquence de pratique du covoiturage domicile-travail**

Source : ADEME, Etude nationale sur le covoiturage de courte distance, 2015

Nous pouvons constater ici que les passagers et les conducteurs utilisent majoritairement le covoiturage domicile-travail tous les jours aller et retour. Peu d'entre eux ne covoiturent que pour l'aller ou le retour et occasionnellement.

#### **Qui sont les utilisateurs des applications de covoiturage courte distance ?**

Selon une étude de l'ADEME (2015) sur le covoiturage courte distance, quelques chiffres intéressants ont été recueillis :

- L'âge moyen des covoitureurs est 38 ans
- 56% des covoitureurs sont des hommes
- 80% des répondants covoiturent tous les jours ou presque
- 93% des répondants covoiturent avec un ou des collègues de travail ou d'étude
- La distance moyenne de covoiturage est de 43 km
- Le taux d'occupation moyen du véhicule est de 2,56
- (Aujourd'hui en 2020, taux d'occupation aux alentours de 3,5 pour Blablacar, on constate une réelle augmentation en 5 ans)

Le diplôme ( élément lié au niveau de revenu, au lieu d'habitation...) est aussi un facteur à prendre en compte dans l'étude des covoitureurs.

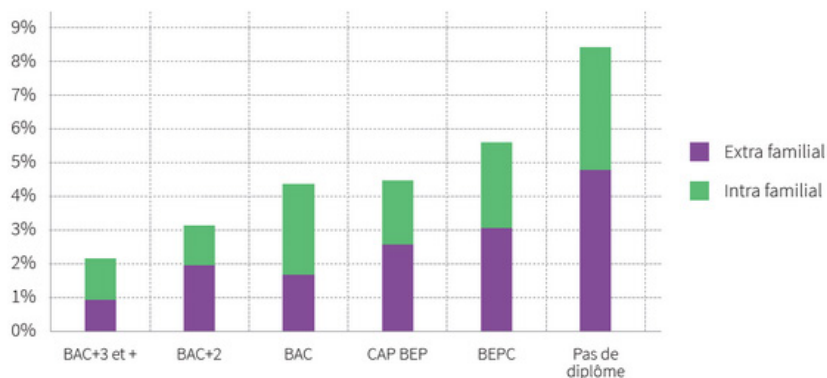


Figure 13 : Part modale du covoiturage domicile-travail en fonction du niveau de diplôme

Source : ADEME, Etude nationale sur le covoiturage de courte distance, 2015

Ici, nous pouvons voir que ceux qui covoiturent le plus en 2015 que ce soit dans un cercle familial ou non, sont les personnes sans diplôme. Nous pouvons en conclure que moins les gens sont diplômés, plus ils covoiturent.

L'application Blablacar a également mis en ligne une étude sur les effets du covoiturage.

On retrouve quelques statistiques très intéressantes sur les comportements des utilisateurs. D'abord, on remarque que 28 % des utilisateurs de BlaBlaCar qui n'ont pas le permis de conduire ont décidé de repousser leurs démarches pour l'obtenir. Cela signifie que le covoiturage peut être un moyen de transport à part entière et durable dans le temps pour certains voyageurs. Aussi, 22 % des conducteurs de BlaBlaCar réduisent leur vitesse quand ils covoiturent. On remarque ici que le covoiturage a un réel effet bénéfique sur le comportement des conducteurs qui veulent majoritairement assurer un maximum de sécurité à leurs passagers.

## b) SWOT du marché

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Forces du marché (interne)</b></p> <p><b>Marché très prometteur en expansion</b></p> <p>Le covoiturage s'inscrit dans une <b>démarche écologique</b>. Les étudiants s'intéressent de plus en plus aux problématiques environnementales et peuvent donc facilement s'intéresser aux applications</p> <p>Le covoiturage est un <b>moyen de transport économique</b> aux frais partagés : idéal pour les étudiants</p> <p>Le covoiturage permet aux voyageurs de <b>rencontrer de nouvelles personnes</b> et d'échanger</p> <p>L'<b>abondance des annonces</b> de trajets sur tout le territoire facilitent les choix ou changements de dernière minute</p>   | <p><b>Faiblesses du marché (interne)</b></p> <p>Utilisateurs qui peuvent être <b>méfiant</b>s envers le covoiturage (conducteur et voyageurs qu'on ne connaît pas)</p> <p><b>Dépendance des applications aux conducteurs</b></p> <p>Possibilité de <b>retards et incompréhension entre les utilisateurs</b> qui sont indépendants de la volonté des gérants de l'application</p> <p>Véhicules parfois <b>restreint en place et au niveau des bagages</b> : peut être un frein pour certains voyageurs</p> <p><b>Besoin de sécurité et d'assurance</b> pour les utilisateurs en cas de problème, le service client doit être réactif</p>  |
| <p><b>Opportunités du marché (externe)</b></p> <p><b>Peu de concurrents locaux</b> centrés sur la région Bourgogne Franche-Comté</p> <p><b>Grèves de transport</b> (notamment grèves SNCF) qui poussent les voyageurs à choisir d'autres modes de transport</p> <p><b>Objectif du gouvernement pour 2024</b> : 3 millions de trajets quotidiens en covoiturage, communication plus active de la part de l'Etat</p> <p>Covoiturage <b>favorisé par le gouvernement et les collectivités</b> (places de parking réservées, allocations pour les utilisateurs..)</p> <p><b>Entreprises de plus 50 salariés</b> sont obligés de réfléchir à une solution pour la mobilité des employés et doivent mettre en avant le covoiturage (peuvent parfois réduire le coût voir le supprimer)</p> | <p><b>Menaces du marché (externe)</b></p> <p><b>Concurrence de plus en plus accrue</b> avec l'arrivée de nombreuses nouvelles applications</p> <p>Concurrence élevée des <b>applications spécialisées sur les trajets courts et quotidiens domicile-travail</b></p> <p>Concurrence des <b>autres moyens de transports</b> présents autour des universités (bus, tram...)</p> <p><b>Situation sanitaire difficile</b> avec le coronavirus : le nombre d'utilisateurs peut baisser. Il est possible qu'ils aient peur de covoiturer avec des inconnus même avec le port obligatoire du masque</p> <p>Concurrence des offres gratuites ou presque dans certains cas quand les entreprises ou collectivités optent pour le covoiturage. Elles réduisent le prix ou le supprime grâce à leurs investissements. Cela peut donner lieu à de <b>grandes différences de prix</b> pour les services réservés aux particuliers</p> <p>La présence de <b>l'autopartage peut être préféré par certains utilisateurs</b> grâce à son confort et sa plus grande flexibilité</p> |

## IV - Conclusion

Qu'est-ce que Campus Car apporte de nouveau vis à vis de ses concurrents et du marché ?

| Fonctionnalités  | Campus Car   | Karos   | Klaxit   | Blablacar  |
|--|--|---|--|--|
| <b>Application créé autour d'une cible bien précise</b>  | Oui, cible les personnels et étudiants de l'Université Franche-Comté   | Oui, cible les professionnels ayant un lieu de travail à distance   | Non, on retrouve 3 cibles différentes : particuliers, entreprises, collectivités   | Non, BlaBlaCar s'adresse à de nombreux particuliers                            |
| <b>Application compatible avec IOS et Android</b>  | Oui  | Oui   | Oui  | Oui  |
| <b>Proposition de covoiturage longue distance</b>  | Non  | Non   | Non  | Oui  |
| <b>Proposition de covoiturage domicile-travail</b>   | Oui, propose des trajets courts et moyens dans le périmètre de l'Université                                      | Oui, propose des trajets courts distances mais possibilité de proposer des trajets un peu plus long (toujours dans l'idée lieu de travail - domicile) | Oui, propose des trajets précis d'un point de passage à l'entreprise; possibilité de trajet un peu plus long mais moins mis en avant donc moins adapté   | Non, mais des utilisations dérivées peuvent exister de sa nature collaborative |
| <b>Proposition de covoiturage sur des plages récurrentes</b>   | Oui, quotidiennes ou hebdomadaires   | Oui, quotidienne, hebdomadaire, mensuelle.  | Oui, quotidienne et pouvant être réservée jusqu'à deux semaines à l'avance   | Non mais des utilisations dérivées peuvent exister de sa nature collaborative  |
| <b>Proposition de trajets en fonction des besoins de l'utilisateur</b>   | Oui, selon les données LDAP des personnels et étudiants de l'Université (profil utilisateur, emploi du temps...) | Oui, prédiction et mise en avant des trajets selon les préférences des utilisateurs   | Oui, mise en avant des trajets les plus pertinents selon l'adresse domicile et l'adresse professionnelle   | Oui, via un algorithme et des choix de préférence                              |
| <b>Application qui propose un service complémentaire (accès à un parking, proposition d'autres moyens de transport...)</b> | Oui, accès au parking connecté de l'Université   | Non, seulement trajet courte-distance   | Oui, accès à -des réductions pour la révision de la voiture, -une garantie retour à la maison (Uber ou taxi si imprévu -aide pour le code de la route -Un service de fidélité avec un système de points (récompenses et avantages) | Non (mais renvoie vers les services du groupe, BlaBlaBus et BlaBlaCar)         |

En conclusion, Campus Car possède une différence majeure contrairement à ses concurrents. En effet, en plus d'être exclusivement localisé en Franche-Comté, le service s'adresse aux usagers des différents sites universitaires de la région. Cette différence donne lieu à moins d'utilisateurs mais à une communauté très proche géographiquement et en termes d'horaires. Cela peut être vu comme un avantage qui améliore la possibilité d'une communauté régulière et solide. Campus Car prend en compte les habitudes étudiantes en proposant des trajets courts (quotidien) et moyen (hebdomadaire) ce qui n'est pas forcément possible chez tous les services.

Enfin, grâce au parking connecté Campus Car se démarquera par ce service complémentaire et assez avantageux pour les usagers ayant des difficultés pour se garer à l'IUT de Montbéliard. Contrairement aux autres services, Campus Car ne propose pas des trajets adaptés à l'utilisateur automatiquement, il faut qu'il cherche lui-même à travers les différentes propositions ou bien qu'il dépose une offre.



# ÉTAPE 2

## Personas

Campus Car



## Léa Martin

Étudiante

**Âge :** 19 ans  
**Situation familiale :** Célibataire  
**Lieu d'habitation :** Besançon  
**Moyen de transport :** Bus / Tram

"Etre étudiant et covoiturer, ça va de pair : c'est sympa, ça coûte pas cher et c'est écologique !"

### Applications favorites



### Centres d'intérêt

- Cinéma
- Voyager
- Danse

### Biographie

Léa est étudiante en deuxième année de Licence de psychologie, à l'Université de Franche Comté, à Besançon. Elle vit principalement dans un appartement en centre de la ville de Besançon. Elle n'a pas de revenu car elle est étudiante et ne perçoit pas de bourses. Elle possède le permis de conduire mais n'a pas de véhicule.

Elle vient tous les jours sur le campus de l'université. Son emploi du temps est chargé. Elle se déplace principalement en bus de ville et tramway principalement. Elle fait parfois du covoiturage avec une amie pour se rendre à l'université le matin.

Elle est active sur les réseaux sociaux, majoritairement Instagram et Twitter mais elle est une utilisatrice de Facebook pour les groupes de travail, Snapchat et Tiktok.

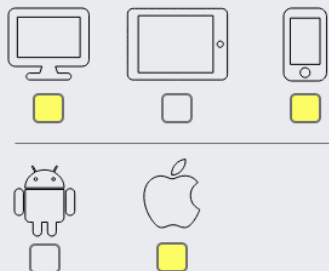
### Objectifs

- Sociabiliser et se faire des amis sur le campus
- Faire des économies sur son abonnement de bus
- Gagner du temps après les cours pour avoir plus de temps pour ses devoirs
- Faciliter les retours chez ses parents le week-end.

### Temps libre

Elle se passionne de séries, de films, de musiques et de concerts. Elle aime passer du temps avec ses amis et prendre du temps pour elle en pratiquant du sport chaque semaine. Elle défend souvent, sur les réseaux sociaux, les femmes et participe à de nombreux mouvements. Le futur de sa planète lui tient à cœur également. Elle se rend très souvent sur l'ENT de sa formation pour rendre ses devoirs et consulte ses mails universitaires.

### Son équipement



### Personnalité

Extravertie

Sérieuse

Ouverte d'esprit

Dynamique

### Valeurs

Amusement

Indépendance

Engagement

Cible primaire  
Passagère

### Freins

- Mauvaise ou aucune communication sur le projet.
- Pas de trajets correspondant à ses horaires ou sa localisation

### Relation avec le covoiturage

Elle fait parfois du covoiturage avec une amie pour se rendre à l'université le matin. Elle utilise souvent des services de covoiturage pour des trajets longues distances et pour rentrer chez ses parents à Belfort le week-end.

Bien qu'elle puisse prendre le bus, elle aimerait pouvoir faire du covoiturage avec des étudiants de l'UFR. Elle voudrait ne pas perdre de temps dans les transports le matin et le soir et éviter la foule. Elle aimerait aussi faire des économies en évitant de payer un abonnement qu'elle ne rentabilise pas forcément.

### Maturité numérique





## Sébastien Chevalier

Professeur de droit pénal

Âge : 44 ans

Situation familiale : Marié, enfants

Lieu d'habitation : Voujeaucourt

Moyen de transport : Train

*"Je n'ai jamais pratiqué le covoiturage domicile-travail, je voudrais me lancer dans l'aventure !"*

### Applications favorites



### Centres d'intérêt



- Voyages
- Athlétisme

## Biographie

Sébastien Chevalier est un homme dans la quarantaine qui est professeur à l'Université de Belfort. Aimant par dessus tout son métier, il aime partager des savoirs avec ses élèves. très impliqué au sein de son Université, il se tient très au courant de son actualité. S'intéressant particulièrement au développement durable, il essaye d'agir en sa faveur par de petites actions. D'habitude il prend le train pour venir sur le campus, mais avec les grèves répétées, Sébastien cherche un nouveau moyen de transport pour cette nouvelle année. Toujours très joyeux, il n'aime pas la solitude et aime partager avec les gens.

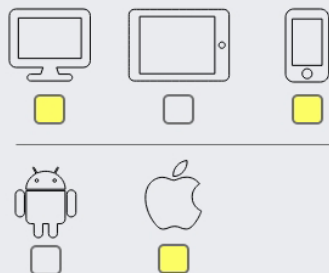
## Objectifs

- Se déplacer de façon écologique
- Éviter les grèves et trains supprimés
- Partager avec les autres
- Trouver une application simple et pratique
- Utiliser un service local

## Temps libre

Pendant son temps libre, Sébastien aime passer du temps en famille et entre amis. Il aime faire des séances d'athlétisme deux fois par semaine pour se vider la tête. Sébastien aime aussi connaître l'actualité en s'informant sur des médias traditionnels (télévision, magazines) mais aussi via les réseaux sociaux. Il utilise majoritairement Facebook pour communiquer avec des amis et LinkedIn où il publie du contenu pour ses élèves.

## Son équipement



## Personnalité

Positif

Altruiste

Attentif

Extraverti

## Valeurs

Transmission

Partage

Écologie

Cible primaire  
Passager

## Freins

- Manque de temps pour trouver l'application idéale
- Horaires de travail qui changent très souvent
- Peur des retards de la part des covoitureurs

## Relation avec le covoiturage

Sébastien a déjà covoituré à de nombreuses reprises en temps que passager pour de moyennes et longues distances car une partie de sa famille habite à Besançon. Il n'aime pas réellement conduire donc cette solution était idéale pour lui. Avant cette année, Sébastien n'avait pas pensé à faire du covoiturage pour se rendre à l'Université. Il aime le fait de partager avec des personnes très différentes et échanger avec eux. Il envisage sérieusement de faire du covoiturage domicile-travail mais n'a pas encore trouvé une application locale qui répondrait à ses besoins.

### Maturité numérique





## Paul Perrin

Étudiant DUT STGI

Âge : 19  
Situation familiale : Célibataire  
Lieu d'habitation : Allenjoie  
Moyen de transport : Voiture

"Rien ne vaut une bonne routine composée d'habitudes quotidiennes"

### Applications favorites



### Centres d'intérêt

- Animation
- Montage photo

### Biographie

Paul est un étudiant en 1<sup>ère</sup> année de DUT STGI à l'IUT de Montbéliard, c'est un élève moyen dans ce domaine il envisage de changer de voie maintenant qu'il a découvert d'autres formations sur le secteur.

Paul habite chez ses parents dans un village en périphérie de l'agglomération et essaie de rester dans le secteur car un prêt étudiant ou la location d'un appartement n'est pas envisageable pour lui et sa famille. Cependant, il a investi dans une voiture pour élargir son périmètre. Il n'a pas de revenu et le coût de l'essence et de l'entretien de sa voiture est certes moins onéreux qu'une vie étudiante dans une autre ville, mais reste relativement élevé. Il n'occupe pas de job étudiant par manque de temps.

Paul utilise les réseaux-sociaux assez souvent mais passe aussi beaucoup de temps sur des plateformes de divertissement.

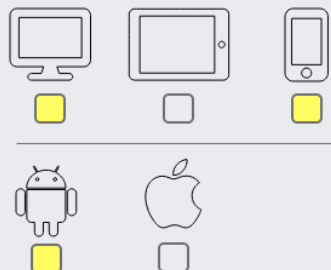
### Objectifs

- Trouver sa voie
- Avoir plus d'argent
- Ne pas trop bousculer son quotidien

### Temps libre

Paul aime passer du temps avec ses amis mais il aime aussi passer du temps seul devant ses services de divertissement en ligne favoris. Il aime être au courant de l'actualité et s'informe souvent grâce à Twitter, réseau social connu pour son actualité très rapide. Il utilise Twitter et Instagram en majorité. Il joue aussi en ligne mais de manière modérée.

### Son équipement



### Personnalité

- Casanier
- Créatif
- Peur du changement

### Valeurs

- Tradition
- Efficacité
- Intimité

### Freins

- Peu de temps
- Procrastination
- Manque d'argent

### Relation avec le covoiturage

Paul connaît la problématique liée au climat, mais il n'agit pas en sa faveur, il ne cherche pas à améliorer ses habitudes tant que ça ne lui apporte rien directement. Le covoiturage lui fait peur car il craint d'être hors de sa zone de confort durant un trajet. De plus, il aurait besoin d'une plateforme simple, sûre et efficace qui ne lui fera pas perdre de temps. Il pourrait agir en tant que conducteur pour faire quelques économies.

### Maturité numérique



Cible secondaire  
Conducteur



## Aurélie Loutret

Responsable administrative

**Âge :** 40  
**Situation familiale :** Mariée  
2 enfants  
**Lieu d'habitation :** Audincourt  
**Moyen de transport :** Voiture

<< Le plus important  
c'est le milieu,  
les collègues,  
pas tant le travail >>

## Applications favorites



## Centres d'intérêt

- Le voyage
- Le local
- La littérature

## Biographie

Aurélie Loutret est la responsable administrative du DUT GACO à l'IUT de Belfort Montbéliard.

Elle est très attachée à ses collègues et aime rendre service au sein du département. Elle a l'impression de participer à la vie de cet endroit, et elle y donne du cœur. De toute façon c'est simple, heureusement qu'elle est là !

Aurélie dégage une énergie immédiate qui pousserait n'importe qui à la suivre.

## Personnalité

Amical

Énergique

Serviable

## Valeurs

Coopération

Fidélité

Cible secondaire  
Conductrice

## Objectifs

- Passer plus de temps avec des collègues, des amies
- Rendre ses trajets plus profitable
- Faire de nouvelles rencontres

## Freins

- N'a pas l'habitude des plateformes de covoiturage
- N'envisage pas encore le covoiturage pour ses trajets quotidiens

## Temps libre

Elle est assez proche de certaines personnes de son département et il peut lui arriver de passer du temps avec eux. Par exemple d'écumer ensemble les marchés de bourgogne de franche comté.

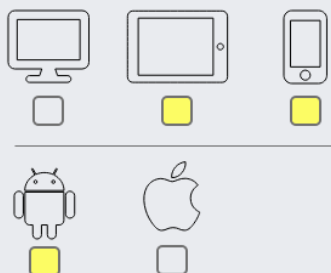
Le reste du temps, elle peut être très occupé par sa vie de famille et ses enfants.

## Relation avec le covoiturage

Il lui est arrivé de covoiturer mais pas via des applications de mise en contact dédiées. La plupart du temps, elle préfère en faire avec des amies ou des gens qu'elle connaît.

Quotidiennement elle prend la voiture et ne pense pas forcément à une solution de covoiturage pour ses trajets domicile/travail.

## Son équipement



## Maturité numérique



# ÉTAPE 3

---

## Cartes d'expériences

Campus Car

## Partie 1

|                  | CONSIDÈRE  | S'INSCRIT ET OBSERVE   | RECHERCHE UN TRAJET  | CHOISIT UN TRAJET  |
|------------------|--|--|--|--|
|                  | 1 Semaine  | 1 semaine  | 30 minutes   | 10 minutes   |
| Prise de contact |  |  |  |  |
| Actions          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Voit des affiches à l'université</li> <li>- L'université envoie un mail pour le lancement de l'application</li> <li>- le BDE et le campus en parle sur leur page Facebook et Instagram</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elle télécharge et s'inscrit sur l'application en tant que passagère avec ses identifiants ENT</li> <li>- Elle consulte régulièrement les trajets sur l'application</li> <li>- Quelques trajets se rapproche de ses critères</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elle complète son profil</li> <li>- Elle recherche un trajet entre son domicile et ses études</li> <li>- Elle compare les différentes options (prix, horaires, lieu de rendez-vous, informations conducteurs, ...)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elle vérifie le profil de l'utilisateur en cliquant sur sa photo de profil</li> <li>- Elle regarde ses informations personnelles</li> <li>- Elle regarde les avis laissés sur son profil</li> </ul>                                 |
| Objectifs        | Cherche à en savoir plus sur l'application Campus-Car avant de la télécharger.   | Télécharger l'application afin de s'y inscrire et mieux comprendre son fonctionnement.<br><br>Se renseigner sur de potentiels trajets correspondant à ses critères.  | Utiliser l'application Campus-Car pour la première afin de gagner du temps pour se rendre à l'université tout en économisant.<br><br>Trouver un trajet qui correspond à sa localisation et ses horaires  | Trouver le trajet parfait<br><br>se rassurer en observant si le profil du conducteur a de bons avis et s'il est sympa.   |
| Problèmes        | - Je ne connais pas cette application : et si le service proposé n'était pas de qualité ?  | - Puis-je utiliser Campus Car sans avoir rempli entièrement mon profil car cela prend trop de temps ?<br><br>- Les trajets proposés ne correspondent pas à mes critères, comment ne rien louper ?  | - Les horaires ou les lieux de rendez-vous/dépôt ne sont jamais exactement à l'endroit où elle voudrait. Comment faire ?<br><br>- Les prix varient selon les conducteurs : est-ce rentable sur le long terme ?   | - Le conducteur s'est inscrit récemment, il y a donc peu d'avis sur son profil. Comment puis-je m'assurer qu'il s'agit d'un bon conducteur ?<br><br>- Le profil n'est pas entièrement rempli (présentation non complétée), comment puis-je être certaine de ses intentions ? |
| Emotions         | <p>excitation — anticipation — acceptance — intérêts</p>   |  |  |  |
| Opportunités     | + L'expérience d'autres utilisateurs la rassure sur l'application, le site Campus-Car ou les avis sur l'AppStore(avis, note générale, témoignages)   | + Campus-Car est utilisable même avec un profil partiellement rempli<br><br>+ De plus en plus de trajets sont proposés sur le site.<br><br>+ Elle ajoute une notification pour être avertie des trajets qui lui correspondent.   | + Elle lance une recherche avancée en ajoutant des filtres<br><br>+ Le prix affiché est le prix recommandé par l'application. Elle peut le négocier avec le conducteur.<br><br>+ Un élève de sa promotion propose du covoiturage. Ils habitent dans la même résidence  | + Les quelques avis laissés sont positifs, cela est rassurant.<br><br>+ Léa reconnaît la personne sur sa photo de profil. En plus des avis, elle peut le contacter via le chat de l'application. Léa est doublement rassurée.  |









# Cible primaire | Léa Martin : étudiante et passagère

## Partie 2





## Partie 1

|                   | CONSIDÈRE   | S'INSCRIS   | RECHERCHE ET COMPARE LES TRAJETS  | SELECTIONNE ET CONVERSE  |
|-------------------|---|---|---|--|
|                   | 2 jours   | 5 minutes   | 10 minutes  | 10 minutes   |
| Points de contact |  Bouche à oreille  |  Smartphone  |  Smartphone   |  Smartphone   |
| Actions           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Entend parler à l'université de la nouvelle application Campus Car</li> <li>Recherche Campus Car domicile-travail dans l'App store et regarde les avis</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Télécharge l'application Campus Car</li> <li>Ouverture de l'application</li> <li>Création d'un compte en renseignant son identifiant et son mot de passe de l'ENT</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Recherche des trajets en indiquant son lieu de départ, d'arrivée et les horaires</li> <li>Navigue sur la page des trajets et regarde les informations (lieu d'arrivée et de départ, horaires, covoitureur, nombre de place, prix...) de chacun de ceux-ci</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Trouve un trajet qui lui convient et clic sur le trajet choisi grâce à un bouton et regarde en détail les informations sur le conducteur</li> <li>Envoie un message au conducteur pour être sûr du lieu et de l'heure de départ et pour confirmer qu'il va réserver ce voyage</li> </ul>  |
| Objectifs         | Souhaite télécharger Campus Car, l'application de covoiturage domicile-travail destiné aux étudiants et personnels de l'Université de Franche Comté pour se rendre quotidiennement à l'Université de Belfort  | S'inscrire rapidement et facilement sur la plateforme pour trouver un covoiturage   | Trouver le trajet idéal qui réponde à mes attentes  | Sélectionner son trajet et converser avec le conducteur pour s'assurer de la véracité des informations présentées dans l'annonce du trajet   |
| Problèmes ?       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Est-ce que l'équipe de Campus Car prend en compte tous les avis pour améliorer l'application ?</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>L'inscription est-elle rapide ?</li> <li>Cette plateforme est exclusivement réservée aux membres de l'Université de Franche Comté ?</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sébastien trouve qu'il y a peu de trajets qui correspondent à son lieu de départ et son lieu d'arrivée, pourquoi ?</li> <li>Pourquoi les prix entre les trajets varient-ils autant ?</li> <li>Pourquoi les lieux de rendez-vous sont aussi éloignés de son domicile ?</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sébastien se demande pourquoi certains conducteurs n'ont pas de photos ? Cela ne le rassure pas</li> <li>Est-ce qu'il faut obligatoirement que Sébastien converse avec son covoitureur directement sur l'application ?</li> <li>Sébastien peut-il réserver les mêmes trajets pour plusieurs jours consécutifs ?</li> </ul>  |
| Émotions          |  Excitation  |  Confiance   |  Acceptation  |  Sérénité   |
| Opportunités      | <ul style="list-style-type: none"> <li>L'équipe de Campus Car prend en compte tous les avis négatifs en répondant avec bienveillance et en essayant de comprendre ce que l'utilisateur n'a pas apprécié dans son expérience avec l'application</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Campus Car propose à ses utilisateurs de se connecter via leurs comptes ENT afin de recueillir toutes les informations nécessaires pour que l'inscription soit très rapide</li> <li>La plateforme est locale, elle est destinée aux étudiants et personnels de l'Université Franche-Comté</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>De plus en plus de trajets sont référencés sur l'application</li> <li>Possibilité pour Sébastien d'activer une notification pour être alerté des trajets proposés sur sa zone géographique</li> <li>L'application suggère un prix moyen idéal aux conducteurs mais le choix final leur appartient. Une assurance est comprise dans le prix.</li> <li>Un système de filtre avancée est mis en place afin de permettre aux utilisateurs d'obtenir des trajets très près de chez eux</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Des avis et des notes permettent aux utilisateurs d'être rassurés concernant leur conducteur</li> <li>L'application propose un service de messagerie intégré mais les conducteurs peuvent également communiquer leur propre numéro de téléphone s'ils le souhaitent</li> <li>Campus Car propose plusieurs modes de réservations à ses utilisateurs : réservation trajet par trajet et des réservations pour des durées hebdomadaires ou mensuels</li> </ul> |

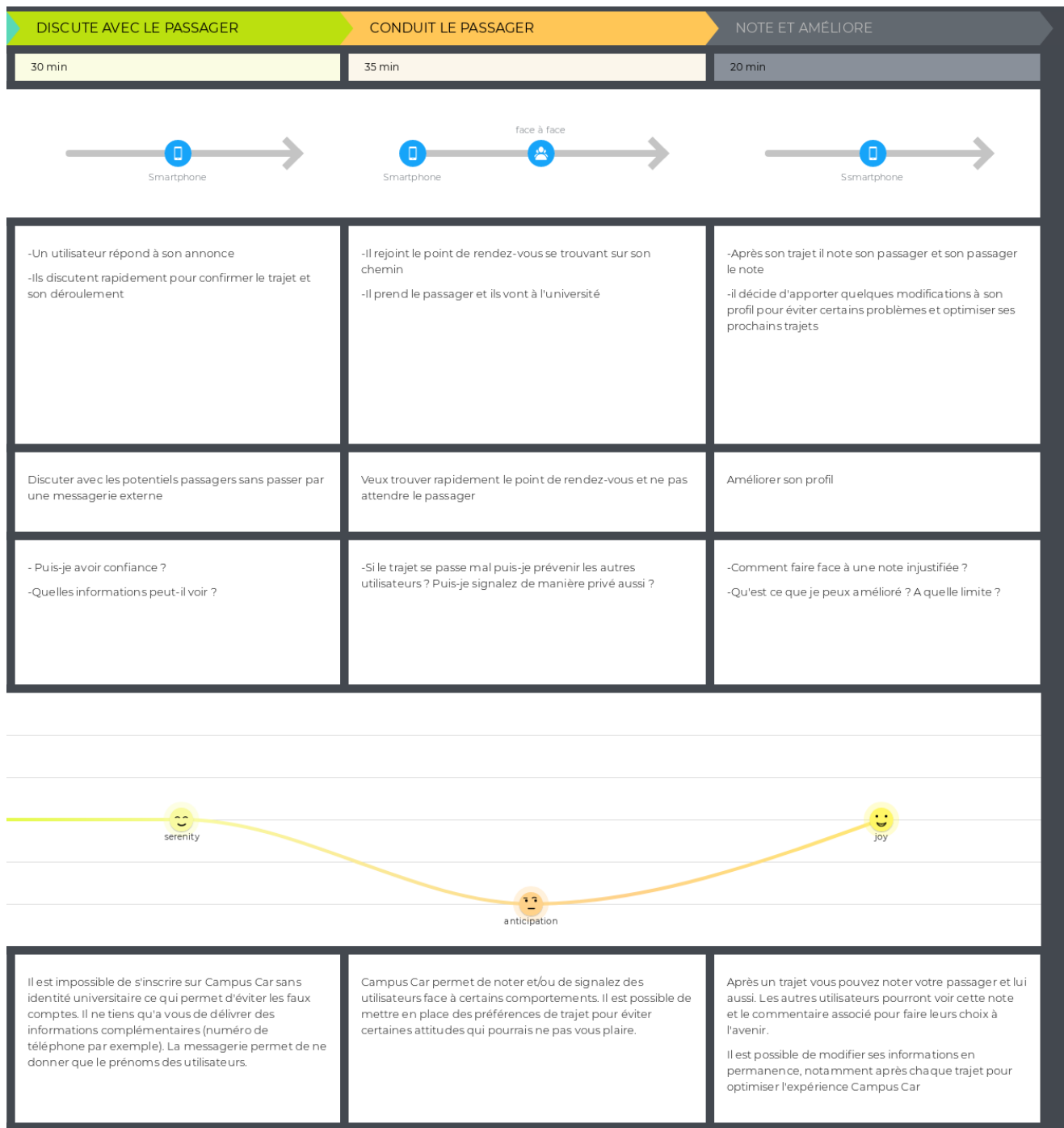
## Partie 2



## Partie 1

|                  | CONSIDÈRE ET RECHERCHE   | S'INSCRIS  | PROPOSE UN TRAJET   |
|------------------|--|--|---|
|                  | 1 semaine  | 15 min   | 10 min  |
| Point de contact |  |  |   |
| Actions          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Observe les flyers/affiches sur Campus Car</li> <li>- Entend parler du covoiturage comme un moyen d'économiser</li> <li>- Se renseigne sur les différentes options (autres applications, groupe Facebook, etc.)</li> <li>- Installe l'application sur son smartphone</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Après avoir installer Campus Car, il s'inscrit avec ses identifiants LDAP.</li> <li>-Il est aidé pour remplir d'informations obligatoires pour la suite .</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Il propose un premier trajet via son emploi du temps relié à son compte</li> <li>-Il indique le nombre de passagers possible</li> </ul>   |
| Objectifs        | Trouver un moyen de faire des économies  | S'inscrire rapidement  | Proposer un projet rapidement mais pouvoir beaucoup le personnaliser  |
| Problèmes ?      | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Est-ce vraiment rentable ?</li> <li>-Est-ce que cela va beaucoup bousculer mes habitudes ?</li> <li>-Campus Car est-il aussi sûr que les applications mondialement connus ?</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Quelles informations sont prises avec la connexion rapide ?</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Est ce que mon emploi du temps va-t-il vraiment être pris en compte ?</li> <li>-Quelles conditions puis-je imposer ?</li> </ul>   |
| Emotions         |  |  |   |
| Opportunités     | L'équipe Campus Car est locale et permet donc de se concentrer bien plus sur la région et peut comprendre et régler d'éventuels problèmes plus rapidement. Elle assure également une économie (un gain?) assez significatif.   | Campus Car permet de se connecter avec ses identifiants LDAP pour une connexion plus rapide et des services plus poussés. Les seules informations qui sont utilisées sont précisés dans les conditions générales (edt, nom, prénom, école) | Campus Car prend en compte l'emploi du temps mais il est également possible de choisir ou modifier les horaires manuellement. Il est possible de mettre en avant certaines préférences passagères sur son profil. Elles apparaîtront sur l'annonce du trajet. |

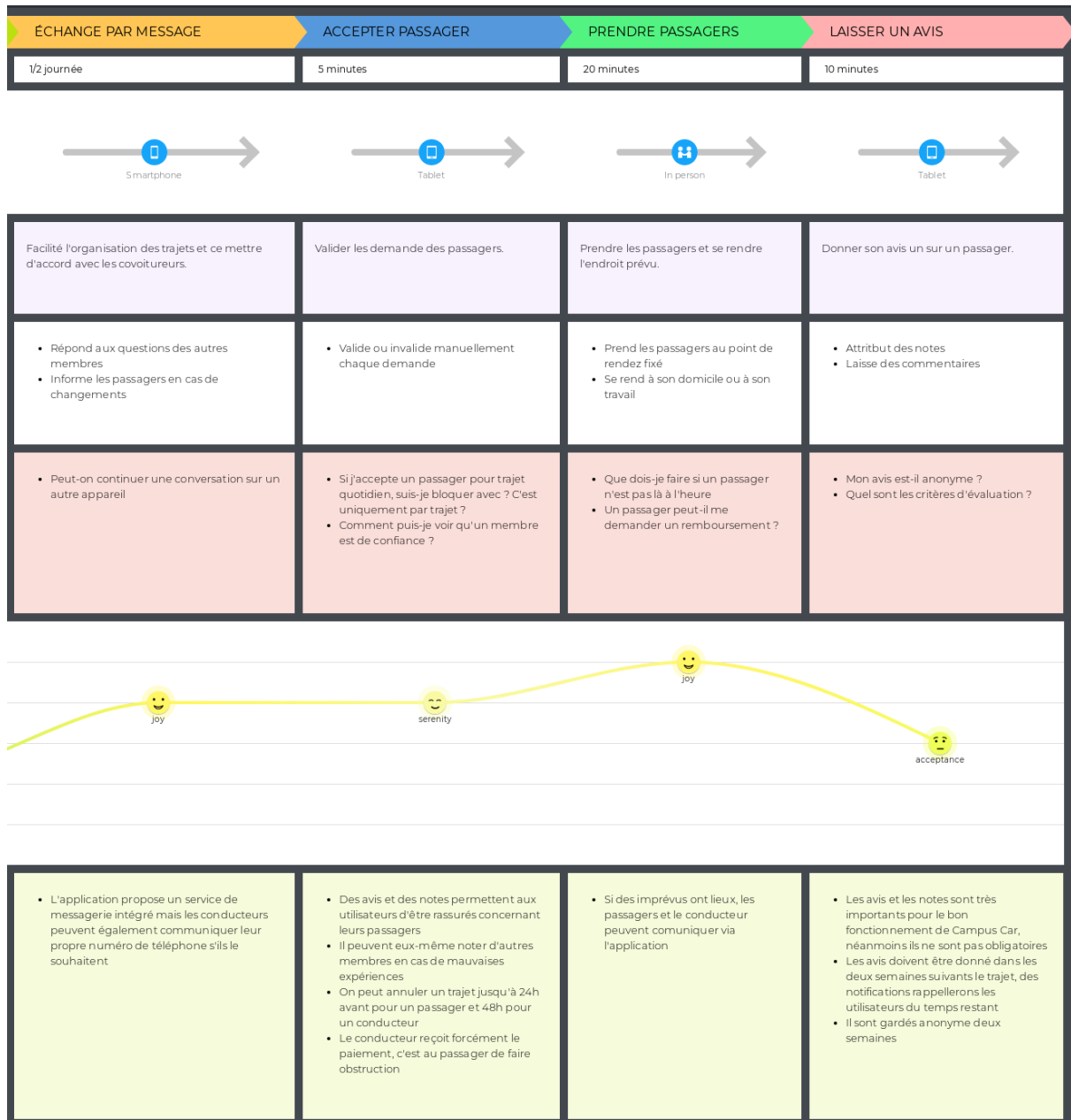
## Partie 2



## Partie 1

|              | CONSIDERATION   | S'INSCRIS  | INFORMATIONS VÉHICULE   | CRÉE UN TRAJET  |
|--------------|---|--|---|---|
|              | 2 jours   | 10 minutes   | 10 minutes  | 15 minutes  |
| interfaces   |   |  |   |   |
| Objectif     | Savoir si l'application remplira son besoin, être sûr de sa fiabilité et pouvoir la trouver sur le store de sa tablette   | S'inscrire sur l'application   | Veut créer des trajets  | Veut publier des trajets.   |
| Actions      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une collègue lui a parlé d'étudiants qui travailleraient sur l'application</li> <li>• Regarde si elle la trouve dans le playstore de sa tablette</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Télécharge et ouvre de l'application</li> <li>• S'enregistre sur celle-ci</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentrer le modèle, la couleur et une photo pour pouvoir créer des trajets</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentre l'emploi du temps de sa semaine et donne ses disponibilités</li> </ul>  |
| Problèmes ?  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ce n'est pas une "grosse" application</li> <li>• Est-elle fiable pour les paiements ?</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le formulaire est-il contraignant ?</li> <li>• Existe-t-il un système d'enregistrement simplifié ?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si je change de véhicule où puis-je retrouver ces informations ?</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Où dois-je récupérer les passagers ?</li> <li>• Comment mes trajets s'affichent-ils exactement pour les autres personnes ?</li> <li>• A-t-on les même passagers quotidiennement ?</li> <li>• Peut-on annuler un trajet après l'avoir créé ?</li> </ul> |
| Expérience   |   |  |   |   |
| Opportunités | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Des publicités et le bouche-à-oreille au sein de l'université rassurent</li> <li>• L'équipe de Campus Car répond aux avis négatifs avec bienveillance et indique que les problèmes seront réglés rapidement</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La connexion facilitée via l'ENT est un élément de rassurance pour Aurélie</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cette étape n'est obligatoire que si l'utilisateur veut proposer un trajet</li> <li>• Ces informations peuvent également être retrouvées sur son profil</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'application suggère un prix moyen idéal aux conducteurs</li> <li>• Le conducteur peut retrouver l'ensemble des conditions de vente sur l'applications</li> </ul>   |

## Partie 2



# ÉTAPE 4

---

## Fonctionnalités

Campus Car

## Les fonctionnalités de notre application

### INSCRIPTION / CONNEXION / DÉCONNEXION

| Fonctionnalité  | Description  | Coût (échelle de 0 à 100 €) | Importance (échelle de 0 à 10) |
|---|--|-----------------------------|--------------------------------|
| Créer un compte avec son identifiant et son mot de passe LDAP | Permettre aux utilisateurs de créer leur compte via leur propre compte LDAP afin de récupérer leurs informations (nom, prénom, mail, emploi du temps...).<br>Création du profil (biographie, photo...) et notamment des préférences (non-fumeurs, animaux dans le véhicule, non bavards, etc..).<br>Choix entre passager ou conducteur<br>Définition d'un lieu de domicile et d'un lieu de travail pour faciliter l'automatisation de la recherche de trajet.<br>Définition pour les personnes qui n'ont pas d'emploi du temps de leur plage horaire récurrente. | 60€                         | 10/10                          |
| Se connecter à l'application                                  | Permettre aux utilisateurs de se connecter à l'application via leurs identifiants LDAP   | 10€                         | 10/10                          |
| Se déconnecter de l'application                               | Permettre aux utilisateurs de se déconnecter très facilement de l'application via un simple bouton   | 5€                          | 4/10                           |

### GESTION DU PROFIL

| Fonctionnalité                                       | Description   | Coût (échelle de 0 à 100 €) | Importance (échelle de 0 à 10) |
|--|---|-----------------------------|--------------------------------|
| Personnaliser son profil après la création du compte | Possibilité de modifier depuis le profil de l'utilisateur les informations et les préférences définies précédemment | 50€                         | 7/10                           |



## FONCTIONNALITÉS GÉNÉRALES

| Fonctionnalité   | Description   | Coût (échelle de 0 à 100 €) | Importance (échelle de 0 à 10) |
|--|---|-----------------------------|--------------------------------|
| Système de suggestion  | Suggestion pour les conducteurs de passagers intéressés sur les mêmes plages horaires (en fonction de l'emploi du temps du conducteur)<br>Suggestion pour les passagers de trajets sur les mêmes plages horaires (en fonction de l'emploi du temps du passager) | 100€                        | 10/10                          |
| Accéder au parking connecté  | Permettre aux utilisateurs de pouvoir accéder au parking connecté directement via l'application   | 70€                         | 5/10                           |
| Messagerie intégrée  | Permettre aux utilisateurs de discuter entre eux via l'application  | 60€                         | 7/10                           |
| Modifier le lieu de travail, le domicile, les plages horaires et switcher entre le mode passager et conducteur depuis la partie suggestion | Fonctionnalité simplifiée pour que l'utilisateur change ses informations générales et puisse passer facilement du mode conducteur au mode passager  | 40€                         | 8/10                           |
| Proposer un trajet ponctuel  | Permettre aux conducteurs de proposer un trajet ponctuel selon des destinations et horaires personnalisés   | 40€                         | 3/10                           |
| Enregistrer un véhicule  | Permettre aux utilisateurs d'enregistrer leur véhicule en tant que conducteur (nom du véhicule, année, photo...)  | 20€                         | 4/10                           |
| Répertoire des futurs trajets de l'utilisateur   | Informations disponibles pour les utilisateurs sur leurs prochains trajets : profil du conducteur, lieu de départ et d'arrivée, horaires  | 15€                         | 6/10                           |
| Archive des anciens trajets  | Informations disponibles pour les utilisateurs sur leurs anciens trajets : profil du conducteur, lieu de départ et d'arrivée, horaires  | 15€                         | 3/10                           |

|   |   |     |       |
|---|---|-----|-------|
| Paiement  | Permettre aux utilisateurs de payer leur trajet par carte, par paypal ou par izly   | 50€ | 10/10 |
| Annuler un trajet pour le conducteur et le passager | Possibilité d'annuler un trajet pour le conducteur et le passager au minimum 24h avant.<br>Si le conducteur ne se présente pas ou si le conducteur annule son trajet, le passager sera remboursé. | 40€ | 8/10  |

## AUTRES FONCTIONNALITÉS

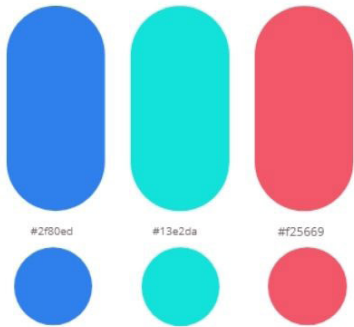
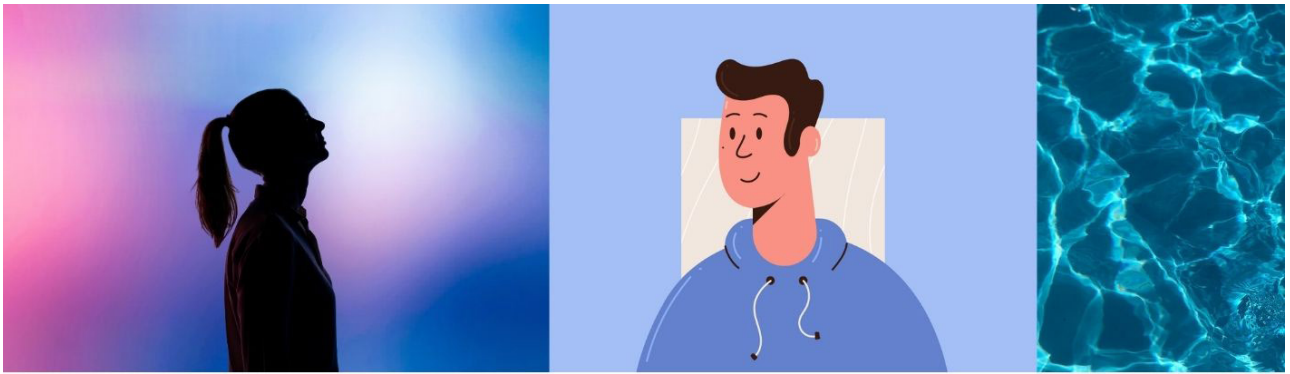
| Fonctionnalité               | Description   | Coût (échelle de 0 à 100 €) | Importance (échelle de 0 à 10) |
|------------------------------|---|-----------------------------|--------------------------------|
| Système de notification push | Permettre aux utilisateurs d'être alertés facilement : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quand le conducteur a accepté la demande de covoiturage</li> <li>• Quand l'utilisateur reçoit un message</li> <li>• Quelques heures avant leur covoiturage pour qu'ils ne l'oublie pas.</li> <li>• Quand de nouvelles suggestions sont disponibles</li> </ul> | 40€                         | 7/10                           |
| Signalement                  | Permettre aux conducteurs de proposer un trajet ponctuel selon des destinations et horaires personnalisés   | 40€                         | 3/10                           |
| Système de suggestion        | Il est possible de signaler un utilisateur en cas d'infraction aux conditions d'utilisation ou mauvaise attitude. Les signalements seront étudiés au cas par cas.   | 40€                         | 6/10                           |
| Avis et notes                | Permettre aux utilisateurs de se noter et de se donner des avis afin de rassurer les prochains passagers  | 30€                         | 4/10                           |
| Mode "pause"                 | Permettre aux utilisateurs de discuter entre eux via l'application  | 15 €                        | 4/10                           |
| Page Aide                    | Permettre aux utilisateurs d'avoir accès à une page d'aide regroupant toutes les questions fréquentes des utilisateurs  | 5€                          | 3/10                           |

# ÉTAPE 5

---

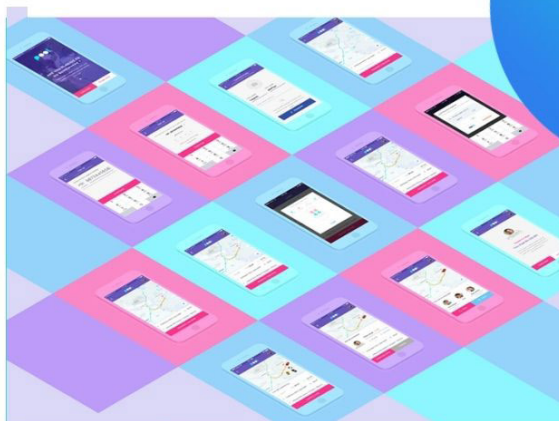
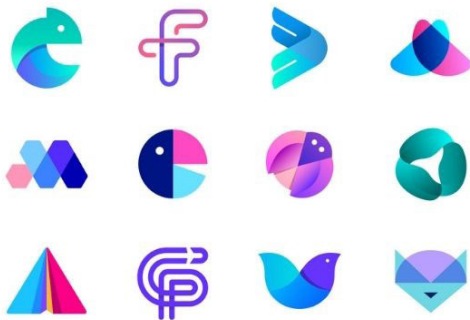
## Moodboards

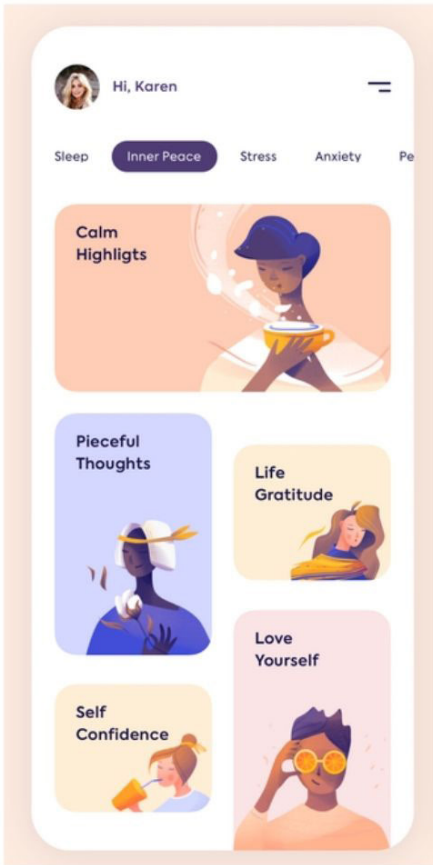
Campus Car



# CAMPUS CAR

Campus Car  
Campus Car  
Campus Car





#A388E6



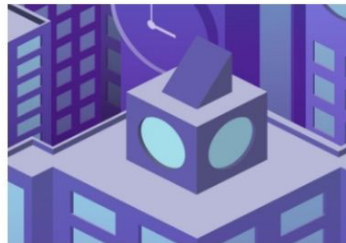
#004AAD



#FFCFB8



#FF7171



# Application mobile | Phase 1

## Campus Car

---

Ambre Geiss | Manon Jeanpierre | Antonin Lainé | Mathilde Vauquieres

MMI 2

