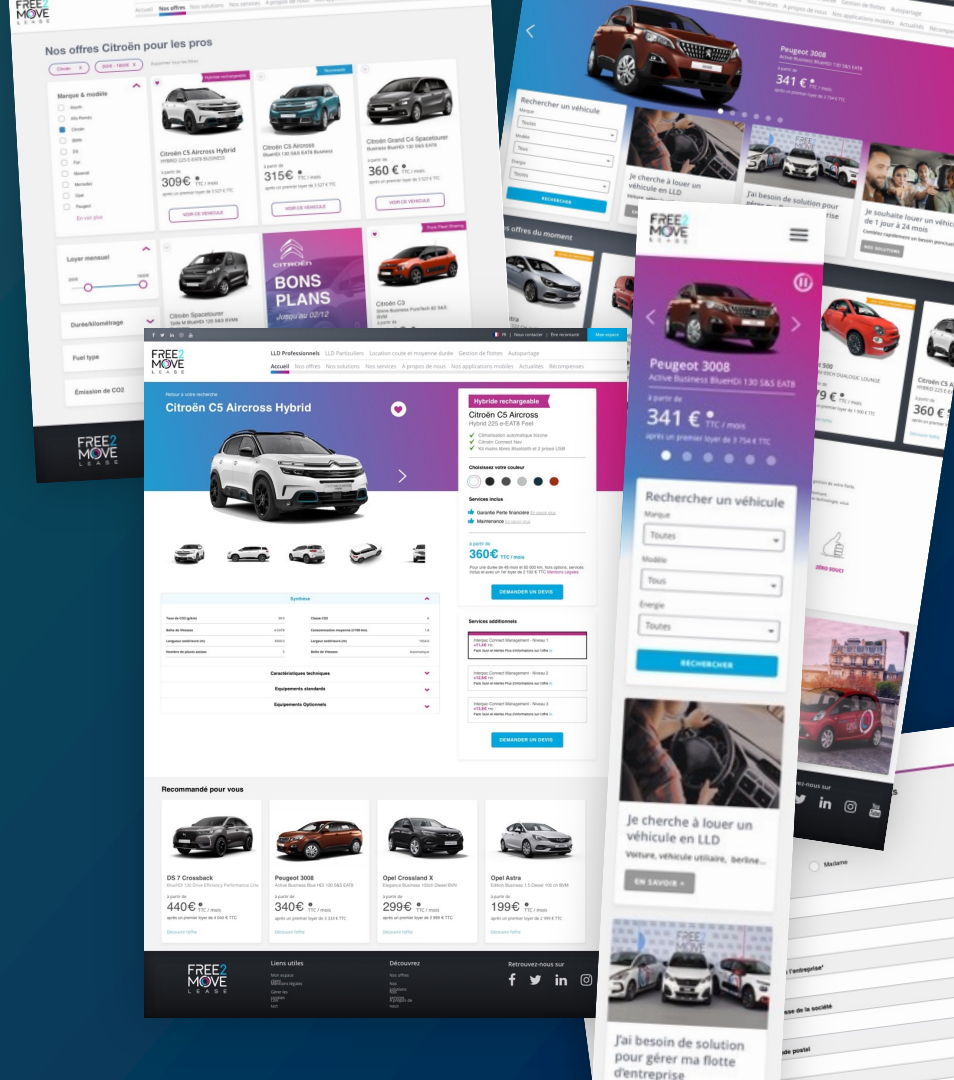


Free2Move Lease

Use case | 2020



Product
E-commerce
Automobile



Contexte et enjeux

Le contexte de Free2Move Lease

- FREE2MOOVE Lease, extension de l'activité CREDIPAR (4ème loueur du marché), s'inscrit pleinement dans le plan stratégique du Groupe PSA, Push to Pass **en positionnant le groupe comme fournisseur de solution de mobilité et en s'appuyant sur le digital**
- Le développement de l'offre FREE2MOOVE Lease en 2020 **passé par la refonte du site web actuel avec la France comme Pays pilote**. L'ambition est de lancer le nouveau site (en mode MVP) pour mi-juillet, puis déployer le G5 avant la fin de l'année
- **Les limites actuelles du site sont avant tout d'ordre technique** : la plateforme ne permet pas de faire évoluer les contenus et l'offre de manière simple, dynamique et interactive pour les utilisateurs, et les modalités d'administration du site sont lourdes et complexes

Des enjeux business et technologiques

- Elargir l'offre F2ML à Europe, enrichir la gamme de véhicules de la flotte existante, conquérir de nouveaux marchés
- Étendre le scope et les fonctionnalités de l'espace client pour proposer de nouvelles solutions pour vente en ligne et la gestion de compte (dont la gestion de flottes)
- Développer l'expérience client à travers de nouvelles fonctionnalités (configurateur, responsive design...), consolider l'existant par la mise à jour et l'enrichissement du Back Office
- Identifier et exploiter des logiciels pour répondre aux besoins métiers et IT

Démarche proposée



Cadrer la Vision Produit et co-construire un Backlog priorisé

- En collaboration avec le Business Owner et le Product Owner, évaluer les parcours digitaux des principaux concurrents et définir les meilleurs standards du marché
- Définir la valeur business de l'ensemble des exigences fonctionnelles pour la plateforme web comme pour l'application mobile
- Définir un MVP, un budget, une roadmap et les contraintes



Adopter une démarche « User Centric »

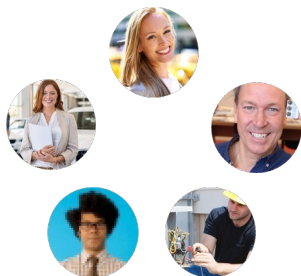
- Accompagner le Business Owner et le Product Owner dans les démarches d'UX Research : identification des personae, observation des usages sur les canaux digitaux, identification des pain points des utilisateurs finaux,...
- Adopter une démarche Mobile First pour concevoir des parcours utilisateurs à travers des maquettes UX interactives, et itérer avec des utilisateurs finaux
- Réaliser le design des interfaces web et mobile finales (UI)



Développer techniquement le nouveau site responsive

- Réaliser les développements techniques (front, middle, back) via la méthode agile Scrum
- Mettre en place une plateforme évolutive
- Mettre en place une plateforme souple d'un point de vue administration des contenus, des users, des campagnes marketing,...
- Mettre en place des outils de monitoring de la performance de la plateforme

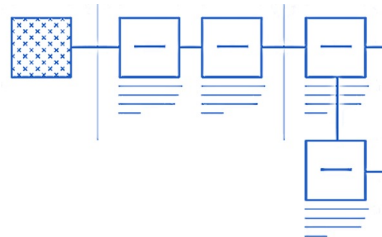
Méthodologie mise en place



1

Mise en place de personae

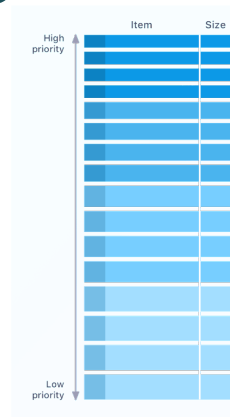
Client Pro - Conducteur VU - Client conducteur (PME) - Marketing - IT



2

Analyse des usages et parcours utilisateur

Gestionnaire de Flotte - Accéder aux services partenaires - Souscription à un contrat - Ajouter une offre éphémère - Ajouter une nouvelle fonctionnalité



3

Création et priorisation d'un backlog

Theme - Epic - Features - User story



4

Choix des moyens humains et techniques suivants les objectifs.

Dev from scratch - CMS E-commerce (1 Équipe Scrum)

Persona #1



Anne-Laure
43 ans – Paris (75)

Gestionnaire de flotte,
depuis 12 ans

“La gestion d'une entreprise suppose
que l'on ait un but et une volonté de
dévouement qui implique même un
engagement émotionnel.”
Harold Greeneen



Biographie

Diplômée BTS STT comptabilité en
alternance (directement opérationnelle)

7 ans d'expérience dans la gestion de
trésorerie / comptabilité

3 ans d'expérience en gestion de parc
téléphonie puis passage automobile



Besoins

Monitorer sa flotte (plusieurs centaines de
véhicules + 4 en auto-partage)

Gérer les relations avec les parties
prenantes (concessions, société de leasing,
assurances, conducteurs...)

Gagner du temps dans les démarches

Voir ses KPI & capter sa data



Freins

Complexité des interfaces & solutions de
leasing + nécessité de passer par un
commercial spécialiste leasing

Ne perçoit pas la valeur ajoutée du service
“espace client”



Personnalité

Forte capacité à gérer un important domaine

Très bonne mémoire et esprit de synthèse

Peut gérer plusieurs projets en simultané

Capacités de négociations

Bon relationnel



Technologies

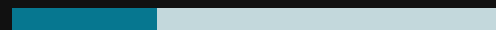
Desktop



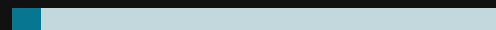
Mobile



Réseaux Sociaux



CMS, back-office...



Exemple de parcours « théorique »

Tel que vu (et imaginé) en interne...

En tant que gestionnaire de flotte, je souhaite ajouter un véhicule à ma flotte. Pour cela, je dois :



Anne-Laure
Gestionnaire de flotte

Objectif : Gérer sa flotte

Ajouter des véhicules, gérer son parc



Points positifs :

Accès facile aux offres; Service "Connect Fleet" complet...

Points de difficultés:

Incompréhension du menu "espace client"; Impossibilité de sélectionner plusieurs VL à ajouter dans un panier...

Retours utilisateurs:

Besoin d'un espace client / facturation; Clarifier ou fusionner les espaces

Recommandations :

Repenser le parcours à la manière d'un site e-commerce (notamment pour compléter l'espace client)

Me connecter au site F2ML

Accéder à l'espace client "Connect fleet"

Ouvrir la catégorie "gestion de flotte"

Ajouter un véhicule

Choisir un nouveau véhicule

Choisir un tarif personnalisé

Souscrire

Confirmation par email

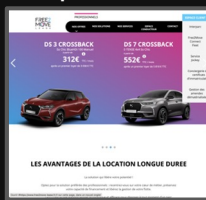
Attendre d'être recontacté

Mon nouveau véhicule apparaît

Page d'accueil



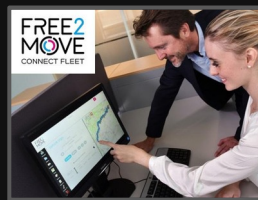
Menu « Espace client »



Connexion



Connect Fleet



Le parcours « réel »

Tel que découvert suite aux interviews



Nadine
Gestionnaire de flotte

En tant que gestionnaire de flotte, je souhaite ajouter un véhicule à ma flotte. Pour cela, je dois :

Me connecter au site F2ML

Ne pas réussir à me connecter

Quitter le site et faire appel à un commercial

Créer un fichier Excel

Saisir manuellement mes données

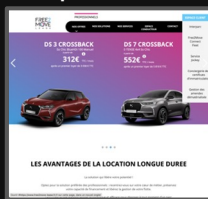
Bénéficier d'un dashboard sur mesure

⚠ L'utilisateur n'utilise pas l'espace client, fait appel à un commercial et a un dashboard laissant place à la concurrence.

Page d'accueil



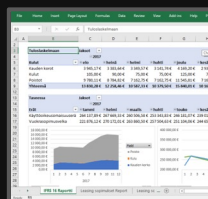
Menu
« Espace client »



Rebond & création
dashboard Excel



Dashboard perso.



Points positifs :

Aucun, elle a son propre dashboard... dans lequel elle gère aussi des véhicules ARVAL & ALD (!!).

Points de difficultés:

N'a jamais réussi à se connecter; Ne comprend pas la valeur ajoutée de l'espace utilisateur (besoin limité).

Retours utilisateurs:

Son tableau lui permet d'avoir une vision d'ensemble sur ses 30 véhicules; les contrats sont archivés et les factures traitées en comptabilité (prlvmt auto).

Recommandations :

Rencontrer et interviewer ses clients / utilisateurs pour identifier les besoins prioritaires.

Persona #2



Philippe
34 ans – Le Perreux/M.
(94)

Electrotechnicien,
depuis 15 ans

“La difficulté me décourage,
la facilité me rebute.”
Jean Rostand



Biographie

Bac Pro Électrotechnique
Se déplace sur les chantiers
Emploie peu de technos dans son métier
Souhaite se reconverter en tant que commercial pour sa société



Besoins

Un véhicule pratique pour son métier
Une interface embarquée (GPS, suivi...)
Faciliter le suivi et l'entretien de son VU
Laver son véhicule rapidement



Freins

Complexité des apps/sites des sociétés de leasing (accès services partenaires)
Manque d'intérêt pour son VU



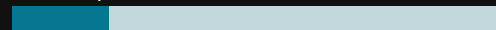
Personnalité

Manuel, débrouillard
Très bon sens de l'orientation
Excédé par la circulation en IDF
Son VU est un simple outil
Maîtrise technique / marché



Technologies

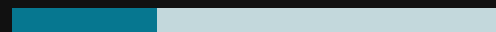
Desktop



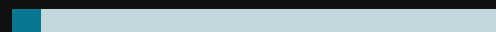
Mobile



Réseaux Sociaux



Progiciels



Exemple de parcours (persona #2)



Philippe
Électrotechnicien

En tant que conducteur VU je souhaite accéder aux services partenaires. Pour cela, je dois :

Me connecter au site F2ML

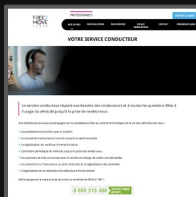
Accéder à la rubrique "Espace conducteur"

Appeler un numéro de téléphone

Page d'accueil



Page Services Conducteurs



Attente téléphonique



Objectif : Gérer sa flotte

Chercher des partenaires de services



Points positifs :

Espace conducteur mis en avant...

Points de difficultés:

...mais pas de réel espace conducteur; Dropdown "Espace client" de la nav avec seulement les éléments inférieurs qui donnent sur une page; Impasse proposant d'appeler le service client

Retours utilisateurs:

Difficulté à se repérer dans le site; Désintérêt pour l'espace conducteur

Recommandations :

Chaque élément de la navigation devrait donner sur une page type "one page"; Créer un espace conducteur.

Persona #3



Ricardo
45 ans – Argenteuil (95)

Indépendant du bâtiment,
depuis 27 ans

“Pour bâtir haut,
il faut creuser profond.”
Proverbe Mongol



Biographie

Commence à travailler dans la PME
familiale, qu'il reprend par la suite

Utilise des véhicules dont sa société est
propriétaire (remplacement locatif en cas de
panne)



Besoins

Suivre son contrat simplement

Gérer son entretien / véhicule

Pouvoir facilement faire évoluer son contrat
ou développer une flotte

Répondre à des besoins temporaires
(surcroît d'activité)



Freins

Manque de connaissances sur le leasing

Craintes coût (doit voir les économies)

Interfaces complexes et gestion
administratives rébarbatives



Personnalité

Honnête et droit dans sa gestion

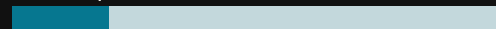
Très bon relationnel et sens commercial

Pragmatique

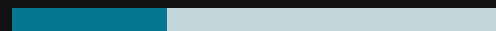


Technologies

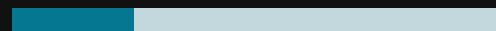
Desktop



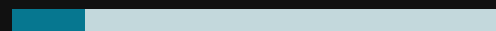
Mobile



Réseaux Sociaux



Progiciels



Exemple de parcours (persona #3)



Ricardo
Indépendant du bâtiment

En tant que client conducteur, je souhaite souscrire à un premier contrat au meilleur prix. Pour cela, je dois :

Me connecter au site F2ML

Choisir une offre exclusive

Accéder aux caractéristiques du véhicule

Choisir une couleur

Choisir un service additionnel

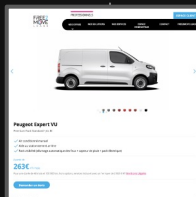
Remplir un formulaire

Attendre d'être rappelé

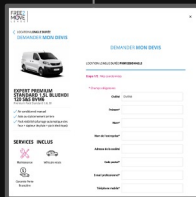
Page d'accueil



Offre facile à trouver



Formulaire de demande de devis



Ricardo attend d'être recontacté



Objectif : RDV entretien

Souscrire un contrat au meilleur prix



Points positifs :

Offre simple; Prix

Points de difficultés :

Impossibilité de configurer un véhicule;
Impossibilité de comparer deux VU

Retours utilisateurs :

Un chat en direct et la possibilité de finaliser un dossier en ligne seraient appréciés

Recommandations :

Ajouter des options de contact (call-back, chat, hotline...); Permettre de finaliser le dossier en ligne pour gagner du temps

Les epics du backlog

L'audit de l'existant et la recherche utilisateurs permettent de définir un périmètre, dont voici les epics et thématiques :

Site vitrine

Configurateur - offres

Parcours d'inscription

Header - Menu de navigation

RGPD / CGV

Internationaux

Taggage Analytics / SEO

Back Office

Espace clients

Widgets Conquête

Footer

Financement

Accessibilité web

PageSpeed Insight

Dettes/Etude technique

Exemple d'EPIC & construction du backlog (1/2)

Site vitrine

HP-F2ML

Carousel

Nos solutions

Nos services

Responsive points de rupture

Page contact

Espace conducteur

MVP Prio 1

- ✓ en tant que prospect je peux accéder au site F2ML sur mobile, tablette, desktop (responsive)
- ✓ en tant que prospect je peux accéder au parcours d'inscription pour demander un devis.
- ✓ en tant que prospect je peux découvrir des offres éphémères F2ML (Bons plans, nouveautés...)
- ✓ en tant que prospect je peux accéder à la présentation des offres F2ML
- ✓ en tant que prospect je peux accéder aux caractéristiques d'une offre F2ML
- ✓ en tant que prospect je peux choisir la couleur de ma voiture avant de demander un devis
- ✓ en tant que prospect je peux choisir des services additionnels (Interparc)
- ✓ en tant que prospect je peux contacter par email et par téléphone le service F2ML
- ✓ en tant que prospect je peux accéder à la présentation des solutions de Free2Move Lease
- ✓ en tant qu'abonné Free2Move je peux accéder à mon espace client
- ✓ en tant que prospect je peux accéder au réseaux sociaux F2ML.

Prio 2

- ✗ en tant que client particulier je peux acheter un véhicule en ligne +1
- ✗ en tant que prospect je peux prendre rendez vous dans un PDV +4
- ✗ en tant que prospect je peux accéder à une FAQ +2
- ✗ en tant que prospect je peux réserver un Test Drive +1
- ✗ en tant que prospect je souhaite connaître les avis d'autres clients et de la presse +3

Légende :

✓ Déjà existant

? Inconnu

✗ Inexistant

+X Valeur ajoutée

Exemple d'EPIC & construction du backlog (2/2)

Parcours d'inscription

Formulaire

CGV

Besoin d'aide ?

Confirmation

Prise de RDV

Choix du store

Voir le stock

Call back

Réseaux sociaux

Chatbot

MVP Prio 1

- ✓ en tant que prospect je dois remplir un formulaire pour obtenir un devis.
- ✓ en tant que prospect je dois cocher les CGV de Free2Move pour pouvoir m'inscrire.
- ✓ en tant que prospect je peux appeler un n° de téléphone pour avoir de l'aide.
- ✓ en tant que prospect je dois recevoir un email de confirmation après mon inscription

Prio 2

- ✗ en tant que prospect je peux partager mon offre sur les réseaux sociaux **+4**
- ✗ en tant que prospect je peux prendre un RDV dans un PDV **+4**
- ✗ en tant que prospect je peux échanger par chat (live ou bot) **+4**
- ✗ en tant que prospect je peux pré-remplir mes informations avec Google, Facebook... **+3**
- ✗ en tant que prospect je peux me faire rappeler **+2**

Prio 3

- ✗ en tant que prospect je peux consulter le store locator de tous les points de vente **+4**
- ✗ en tant que prospect je peux voir si le stock VN/VO est disponible **+2**
- ✗ en tant que client je souhaite bénéficier d'une identification sécurisée aux normes bancaires **+1**

Légende :

✓ Déjà existant

? Inconnu

✗ Inexistant

+X Valeur ajoutée

Benchmark Technique

[illegible]

Choix techniques

Drupal™



Magento™



AVANTAGES

- Populaire : une large communauté et donc de l'aide.
- Puissant : Un outil plus puissant que ses concurrents pour concrétiser tous vos besoins.
- Sécurisé : Parce qu'il est Open Source et largement utilisé dans le milieu professionnel, son code est relu et sans cesse amélioré.
- Multi-plateforme : Drupal tourne sous tous types de plateformes: WMP, LAMP, MAMP, XAMP, etc..
- Out of the Box : de nombreux mécanismes et configurations sont disponibles "out of the box".
- Modulaire : il existe plus de 7200 modules pour Drupal 7
- Framework : Plus qu'un CMS, on oublie que Drupal est également un Framework de développement complet.



INCONVÉNIENTS

- Lourdeur : sa souplesse et son évolutivité le rendent parfois un peu lourd et gourmand en ressources.
- Lenteur : en raison de sa modularité extrême, l'installation de modules parfois mal optimisés peut rendre Drupal plus lent que la moyenne de ses concurrents.
- Connaissance : une courbe d'apprentissage plus longue que celle de ses concurrents, en raison de la puissance des concepts manipulés notamment.



AVANTAGES

- Une grande flexibilité.
- Permet de créer de vastes catalogues de produits
- Gère de forts trafics sur le site (fort volumes de ventes)
- Magento permet aussi de s'ouvrir sur le marché international et permet de créer un site multilingue ou bien de développer plusieurs sites afin qu'ils s'adaptent à chaque marché. Tout est géré depuis le même back-office.

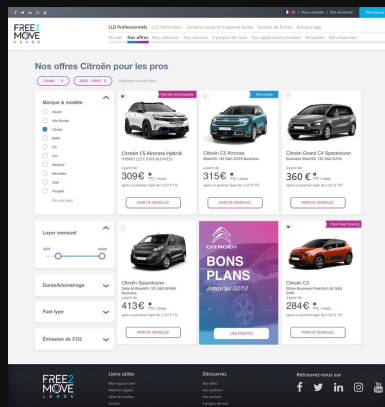
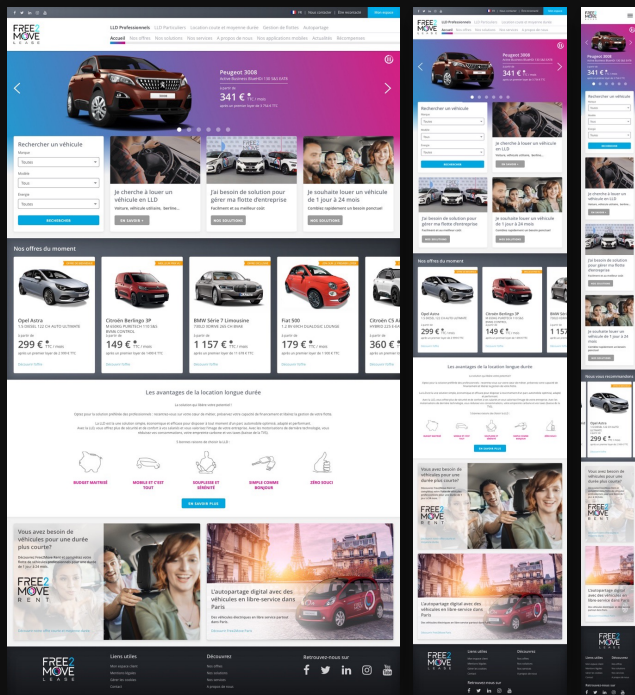


INCONVÉNIENTS

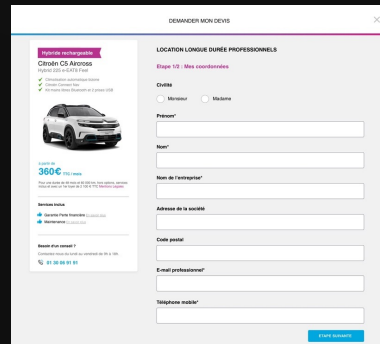
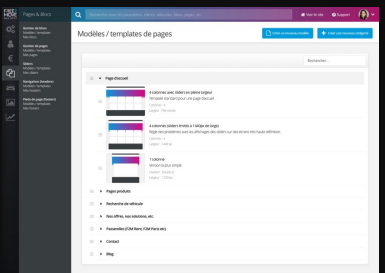
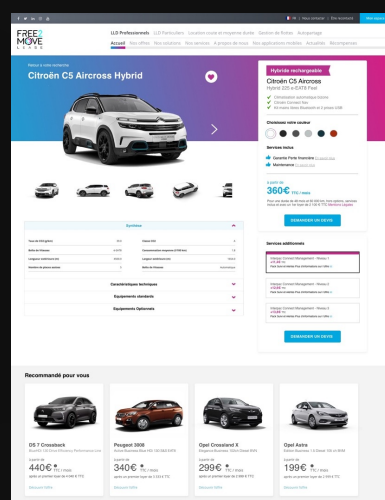
- Magento connaît un défaut : l'ergonomie de son back-office (dur à prendre en main)
- Magento nécessite un savoir informatique pour pouvoir profiter pleinement de ses capacités.

Prototypage agile

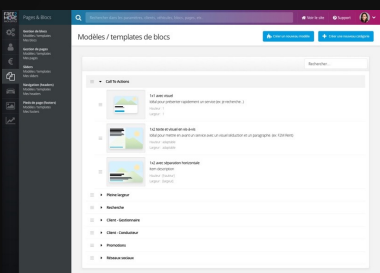
Un site intégralement responsive (front comme back!), avec une home page modulable en fonction de chaque cible, qui permet de démarrer des parcours fluides.



Des offres clairement mises en avant, des pages modulables.



Un tunnel simplifié.



Un back-office simple de prise en main et adapté aux besoins des équipes de Free2move Lease.

Delivery

Organisation et ressources mobilisées

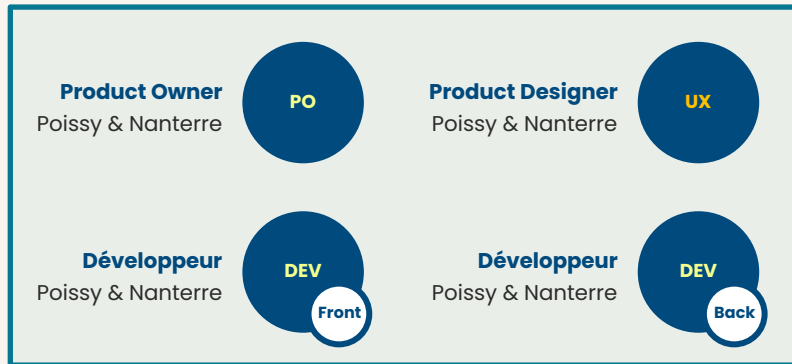
Accompagnement chez le client :

- **Réunion de lancement projet**
- **Point de suivi projet bimensuel en alternance avant le rituel agile en rétrospective**
 - Pour le suivi des risques et plans d'actions
 - Pour une coordination fonctionnelle et technique
 - Pour le suivi de l'avancement des différentes phases projet
- **Comité de pilotage bimensuel**
 - Suivi des indicateurs
 - Suivi des risques et plans d'actions
 - Suivi des écarts
 - Suivi qualité
 - Suivis contrat et fluctuations
- **Rituels Scrum et coaching agile**
 - Facilitation du développement
 - Suivi des délais (6 mois)

Client | Free2Move Lease



Feature team





Merci pour votre intérêt

Il s'agissait ici d'un projet fictif, réalisé en une petite semaine de travail intensif, à deux.

Par conséquent, la qualité des livrables (personae, maquettes) n'est pas le reflet de ce qui aurait été réalisé dans une situation réelle.



What else?

Mini-bio, expériences clés, coordonnées...

Axel EGOLF | Lead Product Designer

12 années d'expérience

Expériences clés



A propos de moi

Fort de 12 années d'expériences aussi riches que variées, je suis capable de mener à bien des travaux d'UX Research, de concevoir des parcours et interfaces (basse ou haute fidélité), de piloter une équipe de designers et de gérer le backlog de mon équipe. Je suis aussi à même de promouvoir les pratiques UX et défendre les intérêts des utilisateurs auprès des Comités de Direction, par exemple.

Je souhaite aujourd'hui relever de nouveaux challenges. L'idéal serait une mission me permettant d'intervenir de bout en bout de la chaîne de valeur, au fil des projets, afin de mettre à votre profit mon expérience sur des applications métiers, B2B ou B2C. Enfin, j'aimerais vous faire bénéficier de mes compétences en IA, afin de permettre aux projets et métiers d'accélérer, tout en évangélisant les bonnes pratiques.

Design Thinking

UX/UI design

SCRUM

Figma

IA

Expériences clés



GOYARD

Lead UX e-commerce & personnalisation

Conception des parcours e-commerce du site Goyard.com, refonte de l'application dédiée au Marquage et création d'une application dédiée à la personnalisation des sacs en peaux précieuses.

Parcours Client

Prototypage

Lean UX

2023 - 25

22 mois



EDF - DMEX

Designer de Services & coach méthodologie

Création d'une méthodologie Design de Service et d'une boîte à outils spécifiques (29), adaptées au contexte d'EDF, avec des modèles et fiches outils, ainsi que des formations (de 2J ou 2H selon les besoins et profils métiers).

Evangélisation

Accompagnement

Formation

2022 - 23

12 mois



GPSA - BCF

UX/UI designer Senior

Design intégral de la chaîne sinistre du BCF (système carte verte des assurances) et de l'ensemble des parcours métiers, ainsi que de l'accompagnement au changement. Particularité : une web app multi-screen.

Transformation

Design Thinking

Animation d'ateliers

2020 - 21

10 mois

Et si on travaillait ensemble ?

Axel Egolf | Lead Product Designer

06 43 06 11 26 | axel@egolf.me