

PAYLESS

OLIVIER
BOCQUET

ARTHUR
ESTABLET

JOFFREY
SAADA

FING

« Si j'ai une donnée sur vous, vous l'avez aussi. Et vous en faites... ce qui a du sens pour vous ! »

À travers cette phrase, la FING fixe plusieurs objectifs :

- Réutiliser les données acquises par les entreprises
- Recréer la confiance entre les entreprises et les utilisateurs
- Nouer une relation entre les entreprises et les utilisateurs
- Créer une véritable expérience utilisateur

SECTEUR

Aujourd'hui les données les plus réutilisées par les entreprises sont les données chiffrées. Nous retrouvons d'ailleurs beaucoup de données bancaires dans celles de MesInfos.

Seulement, nous avons privilégié le secteur choisi plutôt que le jeu de données. Nous avons choisi de travailler les données d'un secteur qui nous intéressait vraiment et qui nous concerne, à savoir l'achat en ligne promotionnel.

L'achat en ligne promotionnel est un secteur vaste allant des sites de ventes privées aux sites discount en passant aussi par l'emailing promotionnel.

Nous en avons dressé un bilan pour diriger l'axe de notre projet.

CONSTAT

Nos promotions sont décentralisées. Pour avoir accès aux promotions existantes, nous devons aujourd'hui visiter plusieurs sources : nos e-mails, les sites de ventes privées, les sites discounts. Cette veille s'avère longue et fatigante pour peu de promotions trouvées finalement.

Les sites spécialisés ne sont pas personnalisés. Ces sites proposent un maximum de contenu promotionnel sans véritable cible.

L'e-mailing s'apparente à du spam. Avec des promotions quotidiennes, nous ne prêtons plus attention au contenu de ces mails. Sans une bonne attention, nous pouvons manquer certaines promotions intéressantes.

OBJECTIFS

D'après le bilan dressé et les enjeux de MesInfos, nous avons pu fixer les objectifs de notre projet.

Des promotions centralisées : réunir toutes nos promotions sur une seule et même plateforme.

Des promotions personnalisées : réunir uniquement des promotions susceptibles de nous intéresser.

Des données personnelles contrôlées : confier les accès des données aux utilisateurs

PROJET

Pour répondre à tous nos objectifs, nous avons imaginé une plateforme web appelée PayLess, sur laquelle les internautes trouvent des promotions qui les concernent.

PayLess est l'intermédiaire entre les entreprises proposant des promotions et les utilisateurs.

Entreprises : PayLess est en partenariat avec des entreprises ou marques qui mettent à disposition leurs produits en promotion

Utilisateurs : chaque utilisateur possède son propre compte, le configure pour se voir proposer des promotions personnalisées

FONCTIONNEMENT

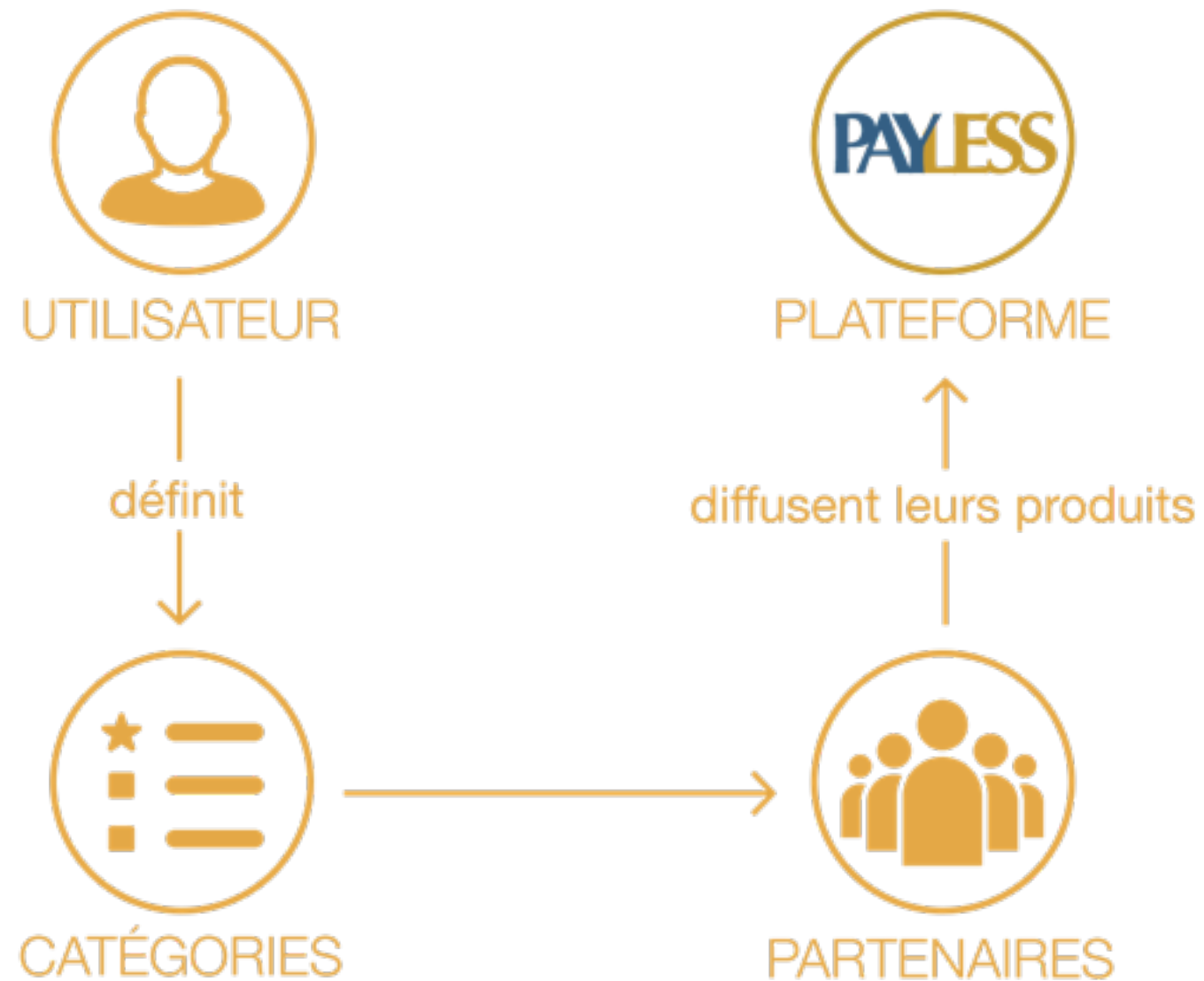
La plateforme PayLess propose une sélection de promotions basée sur certains filtres :

Catégories : l'utilisateur sélectionne les catégories de produit qui l'intéressent. La plateforme propose ensuite uniquement les promotions des catégories sélectionnées.

Suggestions : en fonction de données récoltées, la plateforme propose des promotions ultra personnalisées

Social : l'utilisateur retrouve ses contacts des réseaux sociaux comme Facebook sur PayLess. La plateforme affiche les achats de ses amis. Ces articles pourraient intéresser l'utilisateur

CATÉGORIES

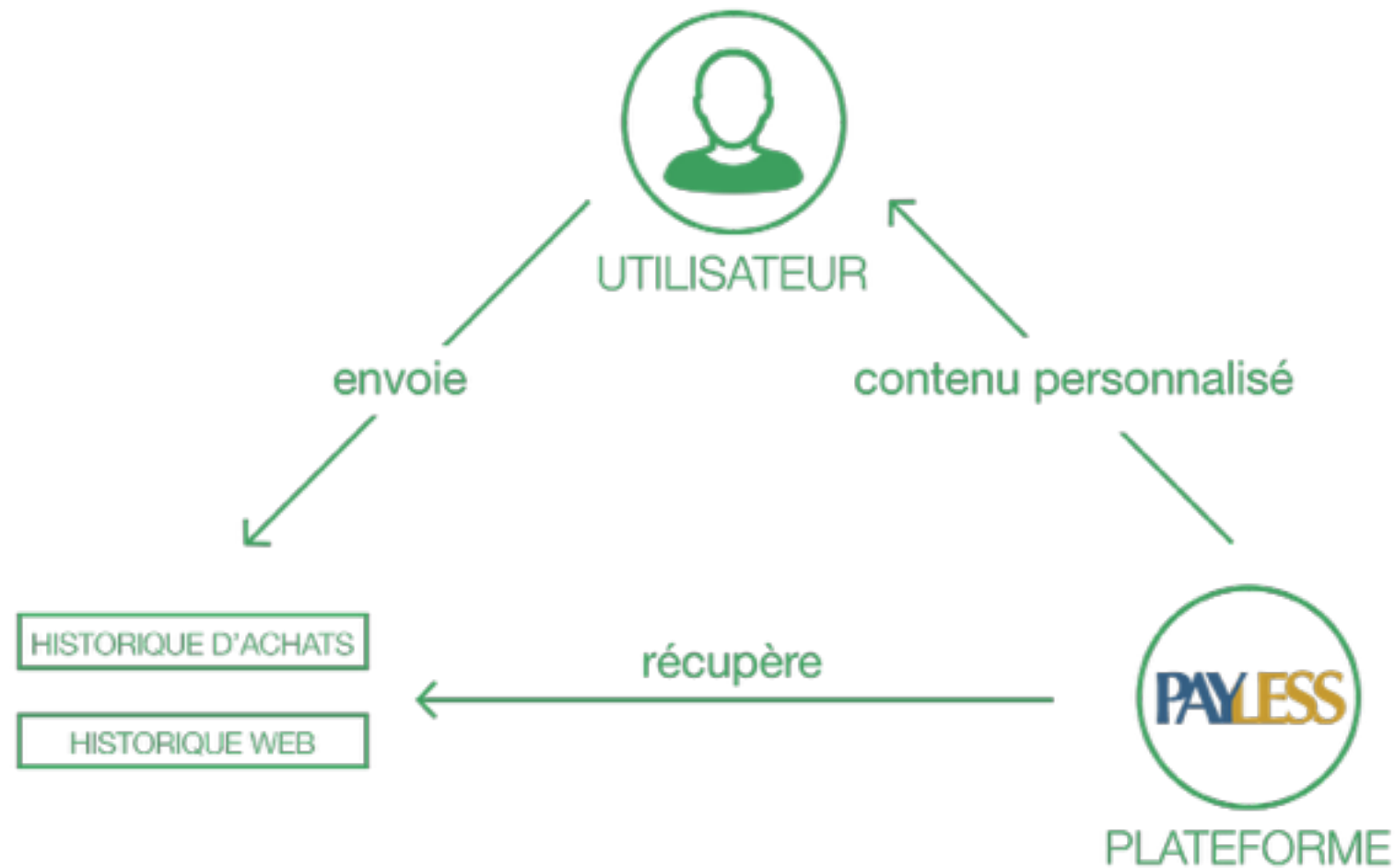


Le filtre par catégorie est le seul filtre qui fonctionne sans données récoltées.

Lors du partenariat avec les entreprises, ces dernières rangent leurs promotions par catégorie.

Sur la plateforme, l'utilisateur sélectionne les catégories qui l'intéressent. Il a ensuite accès aux promotions de ces catégories.

SUGGESTION

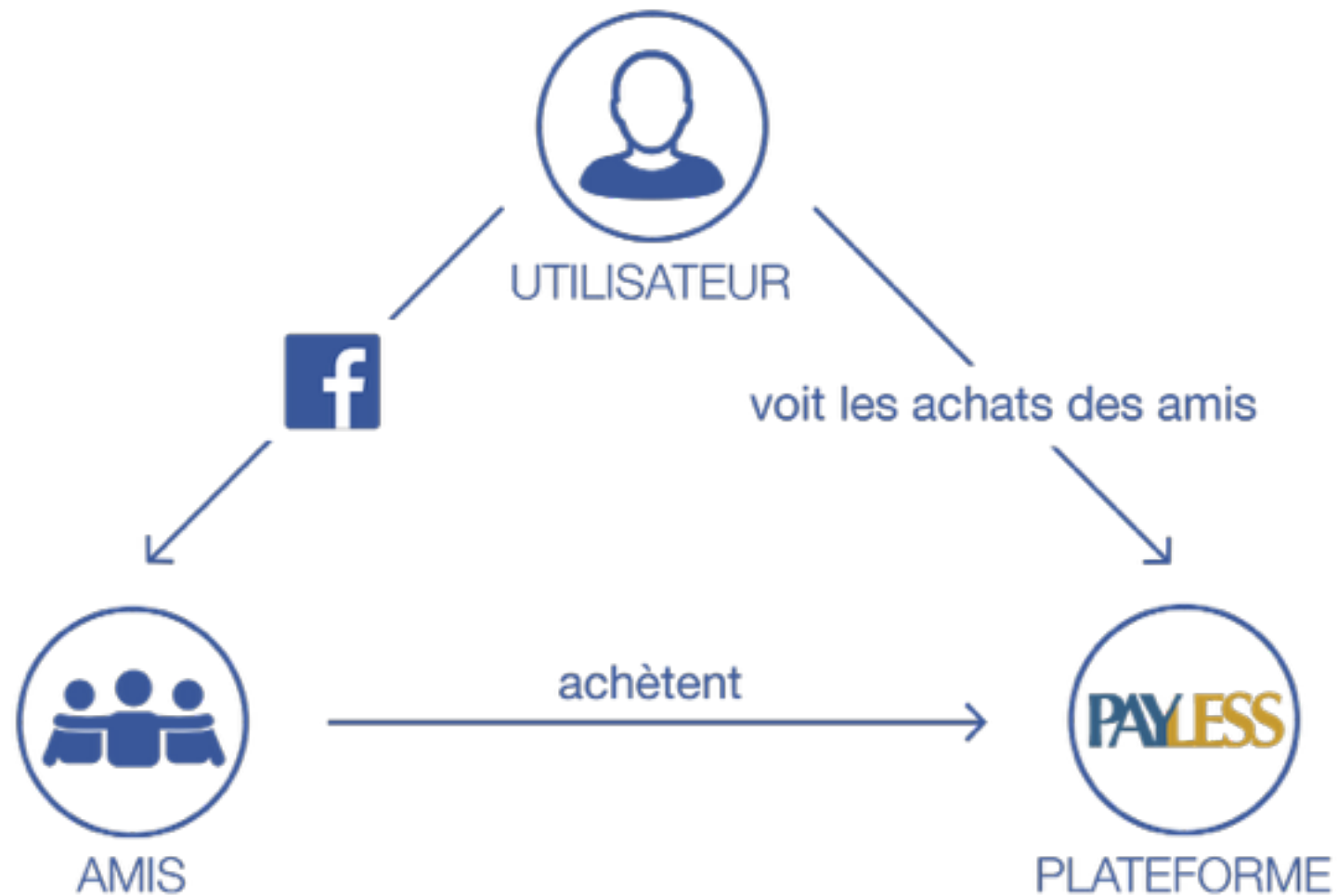


Le filtre par suggestion dépend des données récoltées auprès de l'utilisateur. Ces données sont :

L'historique d'achat (sur la plateforme Payless) : en fonction des achats effectués, la plateforme propose des promotions similaires

L'historique web : en fonction des types de produits consultés sur des pages e-commerce, la plateforme propose des promotions similaires

SOCIAL



Le filtre social est facultatif et fonctionne avec une connexion via le compte Facebook.

La plateforme récupère le compte des amis Facebook de l'utilisateur et lui affiche leurs achats.

L'utilisateur a ainsi accès aux achats de ses amis qui peuvent peut-être l'intéresser.

DONNÉES

La plateforme PayLess peut utiliser plusieurs données différentes :

Historique Web : Privowny

Historique d'achat : Orange VOD (la VOD pourrait faire partie des promotions proposées)

Social : Facebook

CROQUIS

The wireframe illustrates the layout of an Amazon.fr user interface. It features a dark navigation sidebar on the left and a main content area on the right.

Navigation Sidebar:

- Header: **Bienvenue Pierre Clamart** with a link for **Paramètres du compte**.
- Menu items: **> Accueil**, **> Informatique**, **> Livres**, **> Vidéos**, **> Audio**, **> Vestimentaire**, **> Electromenager**, **> Services**, **> Hifi**.
- Recent purchases section: **Joseph C. a acheté Le Seigneur des anneaux : les deux tours sur Amazon.fr à 14 €.**, **David S. a acheté BOSH Lave-vaisselle MT56KH sur darty.fr à 347 €.**, **Julien D. a acheté Abonnement Freebox offre spéciale limitée Noël appels inclus tout illimité et TV comprise sur ventresprivé.fr à 3 €.**, **Joseph C. a acheté La nuit des temps sur frac.fr à 6 €.**
- Footer: **▼ voir plus**

Main Content Area:

- A 2x4 grid of product recommendations. Each item is a placeholder for a BOSH Lave-vaisselle MT56KH à condensation eco digital A+ with a price tag of **499 €** and a button **Acheter sur Amazon.fr**.

MISE EN SITUATION

Pierre est un étudiant de 20 ans habitué aux achats en ligne et avide de promotions sur le net.

Il se connecte comme tous les soirs à la plateforme PayLess. S'étant connecté via Facebook, il voit qu'aujourd'hui, son ami Paul a acheté en promotion à -20% le dernier livre Game of Thrones.

Cela donne envie à Pierre de se l'acheter aussi. Il l'achète dans la minute, l'offre allait prendre fin. Sachant, que Game of Thrones est un thème Héroïque/Fantaisie, la plateforme PayLess propose à Pierre une promotion unique pour la soirée : le film Seigneur des Anneaux - Le Retour du Roi en Blu-Ray à -40%, sur la VOD Orange.

Pierre en est satisfait, il l'achète. Il va ensuite visionner son film via la VOD Orange.

CONCLUSION

Malgré le fait que les données proposées par Fing - MesInfos comporte très peu de données liées à des achats en ligne (seulement Orange - VOD), nous proposons tout de même ce projet.

En imaginant des partenaires importants à la plateforme, les utilisateurs pourraient trouver en PayLess un moyen simple et pratique d'avoir accès à des promotions intéressantes et personnalisées.

Nous vous remercions.

Arthur Establet, Joffrey Saada, Olivier Bocquet.