

# ERIC GASSAN

## Use Case Design

Optimisation de l'onboarding  
pour véhicule électrique

07/06/2024





Beev<sup>®</sup>

L'électrique simple, clair, au meilleur prix

Time for electric





# CONTEXTE

Beev est actuellement en train de mutualiser ses deux sites internet (beev.co et app.beev.co).

Notre objectif est de conserver uniquement l'espace personnel de nos utilisateurs sur app.beev.co

Dans le cadre de cette mutualisation, nous allons redévelopper prochainement notre tunnel de prise de demande de véhicule (particulier et pro) que nous appelons "Onboarding" et qui se trouve sur app.beev.co

Nous souhaiterions profiter de cette opportunité pour améliorer ces onboarding avec pour objectif : d'avoir une meilleure conversion de génération de leads que nos leads soient mieux qualifiés pour permettre à nos sales de gagner en efficacité avant de les contacter par téléphone ou email

# BRIEF

Ta mission en tant que Product Designer chez Beev est de réfléchir à la meilleure approche pour améliorer notre processus d'onboarding de véhicule pour nos utilisateurs professionnels.

Identifier les points faibles et propose des améliorations significatives pour optimiser l'expérience utilisateur.

# PROBLÉ MATIQUE

Comment pourrions-nous améliorer le processus d'onboarding BEEV pour transformer efficacement les utilisateurs en prospects qualifiés et recueillir des informations qui maximisent l'efficacité des équipes de vente avant le contact direct ?

## ETAPE 0

# APPROCHES D'ANALYSE

**Analyse de la situation actuelle :** Étudions en détail le processus d'onboarding existant pour identifier les points faibles, les inefficacités et les opportunités d'amélioration.

**Recherchons les bonnes pratiques :** Examinons les meilleures pratiques de l'industrie et les tendances actuelles en matière d'onboarding de véhicules pour s'inspirer de solutions innovantes.

**Définition des objectifs :** Clarifier les objectifs spécifiques que vous souhaitez atteindre avec l'amélioration du processus d'onboarding, tels que l'augmentation du taux de conversion, le taux d'abandon, le taux de rétention, la satisfaction des users.

**Cartographie du processus actuel :** Créons une cartographie détaillée du processus actuel pour visualiser chaque étape du parcours utilisateur. Utilisons des outils comme le diagramme de flux, les cartes de parcours client (customer journey maps) et les analyses SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces).

**Solliciter les parties prenantes au bon moment :** Il est judicieux de solliciter les parties prenantes dès le début de l'analyse de la problématique pour recueillir leurs retours. Identifions des stakeholders clés / Clients pros, sales, marketing, support etc.. Construisons les personae et leur besoins (frustrations, solutions) par un mapping global.

## ETAPE 1

# PROPOSITION DE STRATÉGIE

Prioriser nos opportunités business et craquer les problèmes rencontrés par les users ! Pour analyser et améliorer l'onboarding et mesurer l'impact, une approche itérative en plusieurs étapes serait recommandée d'un point de vue stratégique :

**En to end :** Réduisons les frictions dans le tunnel de location. En optimisant chaque étape du processus, de l'inscription à la gestion post-location, créons une expérience utilisateur cohérente et agréable, augmentant ainsi la rétention des utilisateurs professionnels (inscription et profilage rapide, recommandations personnalisées, réservation simplifié, support client pro actif, gestion et suivi facile, offres et programmes de fidélité)

**Étude qualitative :** Organisons des entretiens avec des utilisateurs professionnels pour recueillir leurs retours d'expérience.

'Continuous Discovery ' : validons nos hypothèses en Observant et discutant directement avec les utilisateurs régulièrement avec eux pour identifier les frictions et les obstacles qu'ils rencontrent, leurs frustrations et leurs suggestions d'amélioration. Mettons en place un outil pour recueillir du feedback (ex getfeedback, content square)

**Test et itération :** Mettons en place d'une stratégie de test, type AB tasty  
Itérons en fonction des retours obtenus jusqu'à ce que le processus soit optimisé, en amélioration continue

**Analyse quantitative :** Examinons les données d'utilisation des utilisateurs professionnels pour identifier les points de friction dans le processus. Cela peut inclure des taux d'abandon, des temps de complétion et d'autres métriques pertinentes. Mettons potentiellement aussi en place un outil pour recueillir du feedback type Hotjar



# Persona

Ceci est un proto persona



## JONATHAN DAVIS

"Chez Innovatech Solutions, notre engagement envers la durabilité est au cœur de notre stratégie. L'utilisation de véhicules électriques professionnels via BEEV nous permet non seulement de réduire notre empreinte carbone, mais aussi de montrer l'exemple dans notre industrie."



42



Master



IS Nantes



Non-Binary



CEO



Single

## PERSONNALITÉ

Introvert —●— Extrovert

Analytical —●— Creative

Busy —●— Time rich

Messy —●— Organized

Independent —●— Team player

## BIO

Jonathan est un leader visionnaire avec plus de 20 ans d'expérience dans le secteur de la technologie durable. Il est passionné par l'innovation et l'impact environnemental positif. Après avoir obtenu un MBA en gestion durable, Jonathan a dirigé plusieurs entreprises vers des modèles d'affaires plus écologiques. Il est un fervent défenseur de la responsabilité sociale des entreprises et intègre des pratiques durables dans tous les aspects de son travail.

## CARACTERE

PASSIONNE

EMPATIC

CURIEUX

PUGNACE

## OBJECTIFS

- Réduire l'empreinte carbone de l'entreprise.
- Promouvoir des pratiques durables et écologiques au sein de l'industrie technologique.
- Améliorer l'efficacité opérationnelle et réduire les coûts liés à la flotte de véhicules.
- Être reconnu comme un pionnier dans l'adoption de technologies vertes.
- Assurer un avenir durable pour les générations futures.
- Réduire les coûts à long terme grâce à des solutions énergétiques efficaces

## CHALLENGES

- Convaincre les parties prenantes de l'importance de l'investissement initial dans des technologies durables.
- Gérer la transition vers des opérations plus écologiques sans perturber les activités quotidiennes de l'entreprise.
- Variabilité de l'autonomie : Les facteurs comme la température extérieure et l'utilisation de la climatisation ou du chauffage peuvent affecter l'autonomie des véhicules électriques.

## FRUSTRATIONS

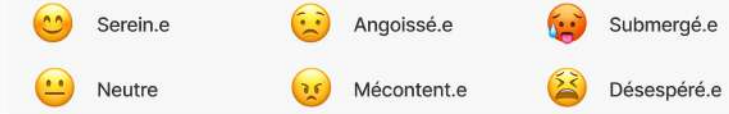
- Les bornes de recharge sont souvent occupées ou hors service, rendant difficile la planification des trajets professionnels.
- L'autonomie des véhicules électriques peut être limitée, surtout pour les longs trajets professionnels.
- Le coût d'acquisition initial des véhicules électriques est souvent plus élevé que celui des véhicules thermiques
- Le réseau de maintenance et de réparation pour les véhicules électriques est encore en développement.
- Les employés peuvent manquer de formation ou de connaissances sur l'utilisation optimale des véhicules électriques.





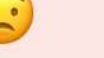
## SOLUTIONS

- Adoption de véhicules électriques professionnels via BEEV pour toutes les opérations logistiques et de transport.
- Mise en place de politiques de durabilité strictes et engagement dans des initiatives écologiques.
- Intégrer l'utilisation de véhicules électriques dans la stratégie de responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) pour renforcer l'image positive auprès des clients et des partenaires.
- Maintenir une veille active sur les évolutions réglementaires et fiscales concernant les véhicules électriques pour anticiper les changements et ajuster les stratégies en conséquence.



# Journey Map



Phases	Contact/ Analyse besoin	Proposition/ Negociation	Option essai	Validation/ Signature	Livraison/ Formation	Suivi/ Support
Ressentis						
Actions	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formulaire de contact en ligne à remplir avec des informations de base (nom, entreprise, coordonnées...)</li> <li>Une prise de contact initiale peut également se faire par téléphone ou par email.</li> <li>Un conseiller BEEV prend contact pour comprendre les besoins spécifiques de l'entreprise</li> <li>Un questionnaire peut être envoyé pour recueillir des informations plus précises sur les besoins et les préférences.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sélection des véhicules : Le conseiller propose une sélection de véhicules électriques adaptés aux besoins identifiés.</li> <li>Options de financement : Présentation des différentes options de financement disponibles (achat, location, leasing, etc.).</li> <li>Services complémentaires : Information sur les services supplémentaires tels que l'installation de bornes de recharge, maintenance, etc.</li> <li>Envoi d'une proposition commerciale détaillée incluant les coûts, les conditions de financement, et les services associés.</li> <li>Ajustement des termes de l'offre en fonction des besoins de l'entreprise.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Signature du contrat : Signature du contrat de vente ou de location.</li> <li>Revue et validation des spécifications du véhicule électrique requis par le professionnel.</li> <li>Évaluation de la disponibilité des véhicules électriques demandés</li> <li>Vérification de la compatibilité avec les infrastructures existantes.</li> <li>Confirmation des délais de livraison et des modalités de paiement.</li> <li>Finalisation de la documentation contractuelle</li> <li>Attribution d'un numéro de commande ou de suivi pour le suivi ultérieur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Préparation des véhicules pour la livraison.</li> <li>Organisation de la livraison des véhicules à l'entreprise.</li> <li>Formation des utilisateurs sur les caractéristiques et l'utilisation des véhicules électriques.</li> <li>BEEV devrait fournir un soutien continu tout au long du processus de transition, depuis la phase de planification jusqu'à la mise en œuvre et au-delà. Cela peut inclure un support technique, une assistance logistique et des conseils sur la gestion du changement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suivi régulier pour s'assurer de la satisfaction et du bon fonctionnement des véhicules.</li> <li>Support technique : assistance en cas de problèmes techniques ou de questions.</li> <li>Organisation de la maintenance et des services après-vente selon les termes du contrat.</li> </ul>
Points de contact	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formulaires</li> <li>Mails</li> <li>Téléphone / Visio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formulaires</li> <li>Mails</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Formulaires</li> <li>Mails</li> <li>Magasin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Videos</li> <li>In situ</li> <li>Alertes mail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Forums</li> <li>Newsletters</li> <li>In Situ</li> </ul>
Points de friction	<ul style="list-style-type: none"> <li>Complexité du formulaire trop long ou complexe à remplir.</li> <li>Absence de feedback immédiat : manque de confirmation ou de suivi instantané après la soumission du formulaire.</li> <li>Appel téléphonique ou email : temps d'attente :</li> <li>Délais dans la réponse initiale</li> <li>Disponibilité des conseillers</li> <li>Manque de clarté des besoins du client : Les clients professionnels peuvent avoir des besoins variés et complexes, et il peut être difficile de les identifier avec précision dès le premier contact.</li> <li>Les besoins spécifiques des professionnels (comme l'autonomie, le type de véhicule, les fonctionnalités spécifiques) peuvent ne pas correspondre parfaitement avec les véhicules disponibles chez BEEV.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les professionnels peuvent manquer de connaissance sur les avantages, les spécificités techniques, et les différences</li> <li>Perception erronée du prix des e-véhicules</li> <li>Les entreprises peuvent être préoccupées par la disponibilité et l'accessibilité des bornes de recharge, tant sur site qu'en déplacement</li> <li>L'investissement initial pour l'installation de bornes de recharge peut être un obstacle.</li> <li>Les craintes concernant l'autonomie des véhicules électriques et la nécessité de recharges fréquentes</li> <li>La durée nécessaire pour recharger un véhicule électrique</li> <li>Offre de véhicules électriques peut ne pas répondre entièrement aux besoins.</li> <li>Les options de financement, de leasing ou de location longue durée peuvent ne pas être claires ou attractives</li> <li>Compréhension insuffisante des subventions et aides disponibles</li> <li>Un manque de transparence ou de clarté dans les offres peut entraîner des hésitations ou des retards.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Les formalités administratives peuvent être complexes et prendre du temps, ce qui peut décourager les clients.</li> <li>Les documents nécessaires à la validation</li> <li>La nécessité de signatures physiques</li> <li>Les retards dans les réponses de BEEV ou des clients eux-mêmes peuvent prolonger la durée du processus de validation et de signature</li> <li>La coordination entre plusieurs départements ou partenaires externes peut entraîner des délais supplémentaires</li> <li>Les clients peuvent avoir des difficultés à comprendre les termes des contrats, notamment les aspects financiers, les engagements à long terme, et les conditions de service.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les retards dans la chaîne d'approvisionnement peuvent entraîner des délais de livraison plus longs.</li> <li>Des inefficacités dans le processus logistique, telles que des problèmes de transport ou de gestion des stocks, peuvent retarder la livraison.</li> <li>Les véhicules peuvent ne pas être conformes aux spécifications demandées par le client, nécessitant des ajustements ou des échanges.</li> <li>La formation fournie peut ne pas être adaptée aux besoins spécifiques des professionnels, manquant de pertinence ou de profondeur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La perception ou la réalité d'un réseau de maintenance et de réparations limité pour les véhicules électriques peut être un frein</li> <li>Les inquiétudes concernant la disponibilité et les délais d'obtention des pièces détachées pour les véhicules électriques.</li> <li>Des réponses peu rapides qui peuvent augmenter la frustration des clients et retarder le processus.</li> <li>Les questions ou préoccupations des clients concernant la transition vers les véhicules électriques peuvent nécessiter des explications détaillées et personnalisées.</li> <li>Un suivi inadéquat après la formation peut laisser les professionnels sans soutien lorsqu'ils rencontrent des difficultés.</li> <li>Ressources : L'absence de ressources continues (guides, FAQ, support technique) peut entraver l'adoption et l'utilisation efficace des véhicules électriques</li> </ul>
Opportunités	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier les différents types de professionnels (PME, grandes entreprises, indépendants) et adapter l'approche en fonction de leurs besoins spécifiques.</li> <li>Utiliser des techniques d'écoute active pour bien comprendre les exigences et les préoccupations spécifiques des clients.</li> <li>Envoyer un questionnaire préalable pour recueillir des informations essentielles avant l'entretien.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En abordant ces points de friction de manière proactive, BEEV peut mieux préparer ses propositions commerciales et négociations pour convaincre les professionnels des avantages des véhicules électriques.</li> <li>Mettre en place des suivis réguliers après la signature pour s'assurer de la satisfaction du client et pour anticiper d'éventuels besoins supplémentaires.</li> <li>Offres Spéciales : proposer des promotions ou des offres spéciales pour les premiers clients ou pour des contrats de longue durée.</li> <li>Offrir des essais de véhicules pour permettre aux clients de se familiariser avec les VE et de constater leurs avantages.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Utiliser des plateformes de signature électronique pour accélérer le processus et faciliter la documentation.</li> <li>Mettre en place des suivis réguliers après la signature pour s'assurer de la satisfaction du client et pour anticiper d'éventuels besoins supplémentaires.</li> <li>Conseil personnalisé : lors de la validation, il est possible de proposer des solutions sur mesure en fonction des besoins spécifiques des clients (taille de la flotte, types de trajets, etc.).</li> <li>Proposer des contrats de maintenance et de gestion de flotte pour rassurer les clients sur la gestion des VE.</li> <li>Assurer un support technique robuste pour répondre aux questions et résoudre les problèmes rapidement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Optimisation des processus de gestion des stocks et des chaînes d'approvisionnement pour réduire les délais de livraison.</li> <li>Utilisation de technologies de suivi pour offrir une meilleure transparence sur l'état et le suivi des livraisons.</li> <li>Mise en place de systèmes de communication plus robustes pour tenir les clients informés en temps réel.</li> <li>Optimisation de la formation du personnel de support pour mieux gérer les attentes et les préoccupations des clients (personnalisées et modulaires)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mise en place de systèmes de support post-formation, incluant des sessions de suivi régulières et des ressources en ligne accessibles.</li> <li>Création de communautés ou forums où les utilisateurs peuvent partager des expériences et des solutions.</li> <li>Recueillir les retours des clients pour améliorer le processus et les services offerts.</li> <li>Utiliser les données collectées lors de la validation pour mieux comprendre les besoins des clients et ajuster les offres futures</li> <li>Maintenir une communication ouverte et transparente tout au long du processus pour renforcer</li> </ul>



Nous allons obtenir une amélioration de l'onboarding si l'utilisateur professionnel peut obtenir une offre ciblée avec ce principe d'algorithme de matching selon un profil ultra renseigné

Nous allons obtenir un onboarding plus fluide si le professionnel peut obtenir une offre ciblée avec une interface utilisateur intuitive

Notre obtiendrons une effet de rétention des users et des leads plus qualifiés si l'expérience est end to end

En intégrant des options de personnalisation telles que la durée de location, les préférences de charge, et les fonctionnalités spécifiques des véhicules électriques, nous anticipons une meilleure adéquation entre l'offre de BEEV et les attentes des utilisateurs professionnels, ce qui se traduira par une plus grande satisfaction utilisateur et une fidélisation accrue.

# NOS HYPOTHÈSES

En remplaçant le processus de demande standard par un questionnaire interactif basé sur les besoins spécifiques des utilisateurs professionnels, nous prévoyons de réduire la friction dans le processus d'onboarding et d'améliorer la correspondance entre l'offre de véhicules électriques de BEEV et les besoins des utilisateurs

En intégrant un processus de demande de véhicules électriques professionnels plus intuitif et personnalisé sur la plateforme BEEV, nous anticipons une augmentation significative de l'engagement des utilisateurs professionnels et une réduction du temps nécessaire pour finaliser une réservation

En utilisant des fonctionnalités de filtrage avancées et des recommandations personnalisées basées sur les réponses au questionnaire, nous anticipons une augmentation du taux de conversion des demandes en réservations effectives.

En qualifiant mieux nos leads nous pouvons obtenir une offre plus ciblée qui facilitera la démarche de nos commerciaux

**Pourquoi ne pas mettre en place un principe de recommandation et de match selon le profil renseigné ?**

**S'il existait des forums ou autre cela permettrait d'engager la comu**

**J'aurai besoin d'un feedback immédiat après la soumission du formulaire**

**Beev pourrait offrir des essais de véhicules pour permettre aux clients de se familiariser avec les VE**

**Mise en place de solutions sur mesure en fonction des besoins spécifiques des clients**

**Mieux qualifier nos leads permet d'adresser une offre plus ciblée**

**Besoin important de plus de simplicité et conseils**

**Les véhicules peuvent ne pas être conformes aux spécifications demandées**

**Pourquoi recevoir la proposition par mail et non directement ?**

**Les retards dans les réponses de BEEV peuvent prolonger la durée du processus de validation et de signature**

**On ne sait pas souvent comment trouver de vrais réponses à nos besoins**

**Possibilité de proposer des promotions pour les premiers clients ou pour des contrats de longue durée**

**Besoin D'être accompagné tout au long de l'ondboarding**

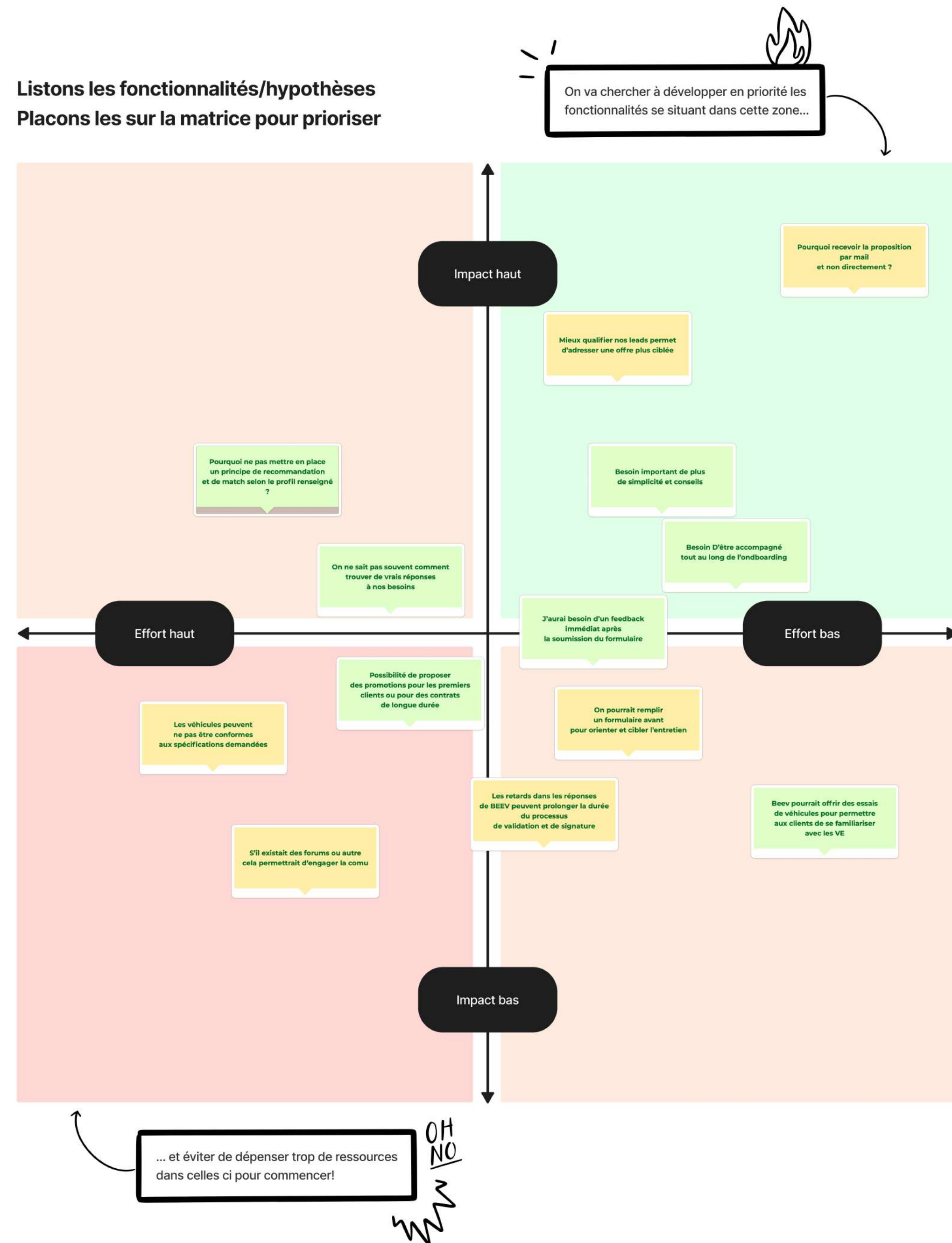
**On pourrait remplir un formulaire avant pour orienter et cibler l'entretien**



# MATRICE DE PRIORISATION

La matrice impact-effort est une technique pour prioriser les tâches et les problèmes à résoudre

Listons les fonctionnalités/hypothèses  
Placons les sur la matrice pour prioriser



## ETAPE 2

# PROPOSITION 1 D'AMÉLIORATIONS

Sur la base des informations recueillies lors de l'étape précédente, voici quelques propositions d'amélioration pour *le processus d'onboarding* des véhicules pros :

### **Intégrer un processus en to end de la qualification jusqu'à la confirmation de réservation**

Augmentation du taux de conversion en réduisant le taux d'abandon généré dans le process 'As is' par l'envoi du mail pour réduire le taux d'abandon utilisateur dans un processus de réservation de véhicule et favoriser la rétention sans avoir à attendre un e-mail de confirmation qui permettra un rendez-vous;

### **Identification rapide et profilage :**

- Utilisons des méthodes d'identification rapide comme l'authentification via des comptes professionnels existants (Google, Microsoft).
- Posons quelques questions clés pour comprendre les besoins spécifiques de l'utilisateur (type de véhicule, usage principal, budget).

### Recommandations instantanées :

- Affichons immédiatement une sélection de véhicules adaptés aux réponses fournies par l'utilisateur.
- Mettons en avant les caractéristiques clés et les avantages de chaque véhicule recommandé.

### Processus de réservation simplifié :

- Offrons la possibilité de réserver en quelques clics directement depuis la page des recommandations, sans autres étapes
- Utilisons des options de paiement rapide et sécurisé.

### Confirmation instantanée sur la plateforme :

- Affichons une page de confirmation instantanée une fois la réservation effectuée, avec tous les détails pertinents.
- Proposons de télécharger ou d'imprimer le récapitulatif de la réservation directement depuis la plateforme.

### Assistance en temps réel :

- Intégrons un système de chat en direct ou un chatbot pour répondre aux questions des utilisateurs et les aider

### Engagement post-réservation :

- Proposons immédiatement après la réservation des informations utiles, telles que des guides d'utilisation des véhicules, des conseils d'entretien, et des informations sur les stations de recharge à proximité.
- Envoyons des notifications push ou des rappels par SMS pour confirmer la réservation et fournir des informations complémentaires.

En simplifiant et en rendant le processus de réservation aussi fluide que possible, et *en fournissant des informations pertinentes et utiles immédiatement après la réservation*, améliorons l'expérience utilisateur et réduisons le taux d'abandon !



## ETAPE 3

# PROPOSITION 2 D'AMÉLIORATIONS

**Meilleur qualification du lead :** Améliorerons la précision de la qualification des leads et permettons à nos commerciaux de proposer des services plus adaptés aux besoins spécifiques de nos clients professionnels.

Quelques suggestions :

**Formulaire de qualification détaillé :**

- Demandons des informations spécifiques sur les besoins de l'entreprise (nombre de véhicules, type de trajet, budget, fréquence d'utilisation).
- Incluons des questions sur les critères de sélection des véhicules (autonomie, marque, type de recharge).
- Analysons les données et scoring des leads :
- Utilisons des outils d'analyse pour attribuer des scores aux leads en fonction de leur potentiel de conversion.
- Priorisons les leads avec des besoins urgents ou des budgets plus élevés.

**Segmentation des leads :**

- Segmentons les leads en fonction de leur secteur d'activité, taille de l'entreprise et type d'utilisation des véhicules.
- Permettons aux commerciaux de personnaliser leur approche en fonction de ces segments.

**Intégration CRM :**

- Intégrons les données collectées dans un système CRM pour un suivi efficace.
- Automatisons les rappels et les tâches de suivi pour ne manquer aucune opportunité.

**Personnalisation des propositions :**

- Utilisons les données collectées pour envoyer des propositions personnalisées et pertinentes.
- Incluons des informations sur les services additionnels (maintenance, assurances, recharge).

**Feedback et optimisation :**

- Recueillons des feedbacks sur le processus de qualification et ajustez les questions pour mieux cibler les besoins.
- Analysons les taux de conversion et ajustez les critères de qualification en conséquence.

Améliorerons la précision de la qualification des leads et permettons à nos commerciaux de proposer des services plus adaptés aux besoins spécifiques de nos clients professionnels.

## ETAPE 1

— **AS IS**

# Vous souhaitez être accompagné dans votre choix

Ce formulaire nous aidera à définir vos besoins afin de trouver le véhicule électrique qui vous convient !

Voici les prochaines étapes :



Durée du formulaire : 10 min

Commencer →



# Vos besoins

À quelle fréquence souhaitez-vous utiliser votre nouvelle voiture ?\*

2 à 3 jours par semaine

De quelle autonomie avez-vous besoin au quotidien ? (Facultatif)

Veillez sélectionner

Quand souhaitez-vous recevoir votre nouvelle voiture ?\*

Veillez sélectionner

Choisir un véhicule électrique →

# Votre véhicule électrique

Quel(s) type(s) de véhicule pensez-vous avoir besoin ?

Citadine Compacte

SUV Berline

Utilitaire Van

Je ne sais pas

Choisir un financement →

# Votre financement

Savez-vous déjà comment vous allez financer votre véhicule ?

Oui Non

Comment souhaitez-vous financer votre véhicule ?

Crédit classique

Quelle durée de contrat vous intéresse ?

durée de 60 mois

Quel est votre budget

(en moyenne, le budget moyen mensuel d'un véhicule électrique est de 500€)

Maximum

€ 1 000+

Obtenir des recommandations →

# Informations enregistrées !

Notre expert va étudier votre demande et vous recontactera dans les plus brefs délais afin d'affiner votre demande d'accompagnement



MAIL



## Nous sommes ravis de vous compter parmi nous !

Je suis Léonard, votre conseiller **Beev** dédié. Je suis ravi de faire votre connaissance !  
Tout d'abord, je tiens à vous féliciter pour ce premier pas vers une mobilité plus verte.

Chez Beev, on vous accompagne dans votre transition vers l'électrique avec une **solution clé en main**. De la voiture électrique à la borne de recharge, on trouve pour vous la meilleure offre et tout ça, **gratuitement** !

Je vous contacterai dans les plus brefs délais par téléphone. Si vous avez un emploi du temps chargé, ce que je peux comprendre, je vous invite à prendre directement rendez-vous avec moi selon vos disponibilités en cliquant sur **le lien ci-dessous** !

Prendre un rendez-vous

# À propos de

Nous avons besoin de quelques renseignements afin de vous partager nos recommandations et conseils d'experts.

Nom\*

Prénom\*

E-mail\*

Numéro de téléphone\*

Obtenir votre futur véhicule en tant que : \*

Choisir

M'inscrire à la newsletter de Beev

J'accepte la politique de [traitement des données](#) de Beev\*

CHOISIR L'HEURE VOS INFORMATIONS



Votre projet de mobilité électrique ⚡

< juin 2024 >

LUN.	MAR.	MER.	JEU.	VEN.	SAM.	DIM.
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
1	2	3	4	5	6	7

Durée du rendez-vous

15 min

Quelle heure vous convient le mieux ?  
Affichage des heures pour 10 juin 2024

Europe/Paris

10:45

11:00

11:15

14:45

15:00

15:15

15:30

## ETAPE 2

# — *TO BE*

Ici une proposition de profil ultra renseignée qui va générer un principe de match optionnel.

Le user flow est réduit, l'appel s'il est conservé se fera après le paiement.





## Profil / Besoin / Financement

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur sit amet consectetur ?  
 Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur sit amet consectetur ?  
 Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur sit amet consectetur ?  
 Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur sit amet consectetur ?  
 Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur sit amet consectetur ?  
 Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.



## Les propositions

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur



## Réservation / paiement

< REVOIR VOTRE RÉSERVATION
Total : **641,95 €**  
Détails du prix

### Qui va conduire ?

Entreprise (optionnel)

Prénom  Nom de famille

Adresse e-mail

Pays  +33  Numéro de téléphone

J'ai 25 ans ou plus

Les conducteurs doivent avoir leur permis de conduire depuis au moins 7 an(s) pour ce véhicule

**Mercedes-Benz EQS**  
ou similaire | Berline  
4 jours de location

Prise en charge  
Paris 07 Saxe Invalides  
mer., 12 jun. 2024 | 12:30  
Retour  
Paris 07 Saxe Invalides  
dim., 16 jun. 2024 | 08:30

**Aperçu de votre réservation :**

- Assurance au tiers
- Assistance dépannage 24/7
- Système de navigation
- 1000 km sont inclus, chaque kilomètre supplémentaire coûte 2,17 €
- Option de paiement. Meilleur prix - Payez maintenant, annulez et modifiez moyennant des frais



## ETAPE 2

# — TO BE

Ici un exemple de réalisation avec résumé des complétions qui permet de diviser le processus d'onboarding en étapes modulaires plus petites et fournir un feedback instantané à mesure que l'utilisateur avance dans le processus et la modification rapide des informations saisies

**CLIQUEZ** dans l'appareil !





**ANNEXE**

**MÉTHODOLOGIE**

APPROCHE

# CRÉER, ACCOMPAGNER, & FAIRE GRANDIR

Utiliser des méthodes de start-ups anglo-saxonnes pour créer des points de contact forts entre des utilisateurs avec votre produit & service.

Accompagner les équipes pour que le produit ou service reste sur une ligne claire et forte lors de son évolution.

Faciliter l'onboarding et l'utilisation par les clients et les sales.





1



2



3



4



1



2



3



4



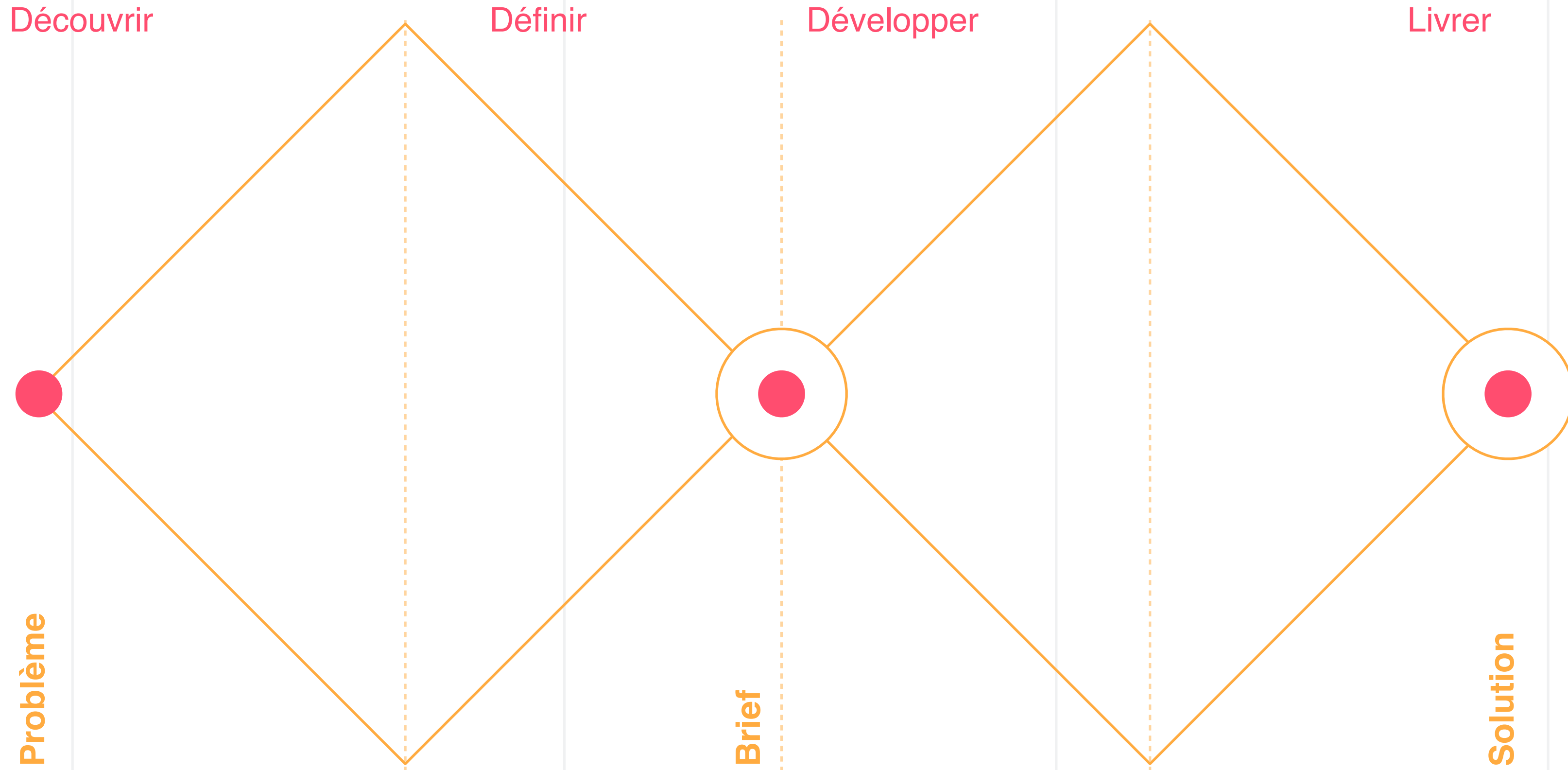
5



MÉTHODOLOGIE LEAN UX

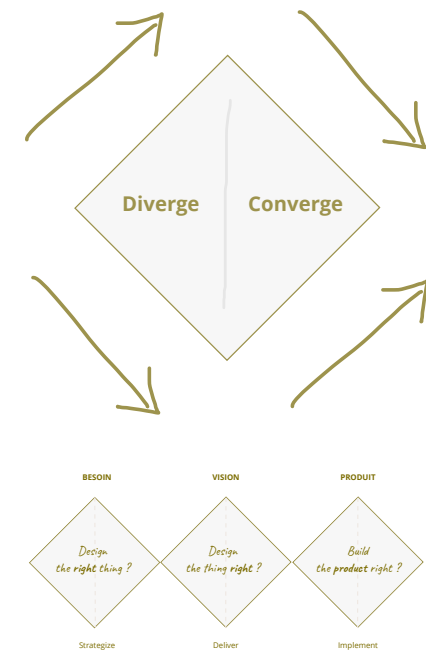
# UN JOUR = UN ATELIER + UNE RESTITUTION

Pour répondre aux références du projet, je vous propose un accompagnement de proximité. Articulé selon une série de rencontres et d'ateliers, dont le principe sera de concentrer l'énergie des membres du groupe de travail coeur. Cette méthodologie permet d'obtenir une première version de l'application au plus vite. L'un des plus gros avantages est de pouvoir tester un prototype rapidement et l'améliorer en continu.





# Méthodo



## Méthodo

Talent Place

### Pour le point orga / Kick Off long :

je propose de rentrer dans le détail du brief de l'orga pour le cadrage et le planning de la suite

#### Objectif

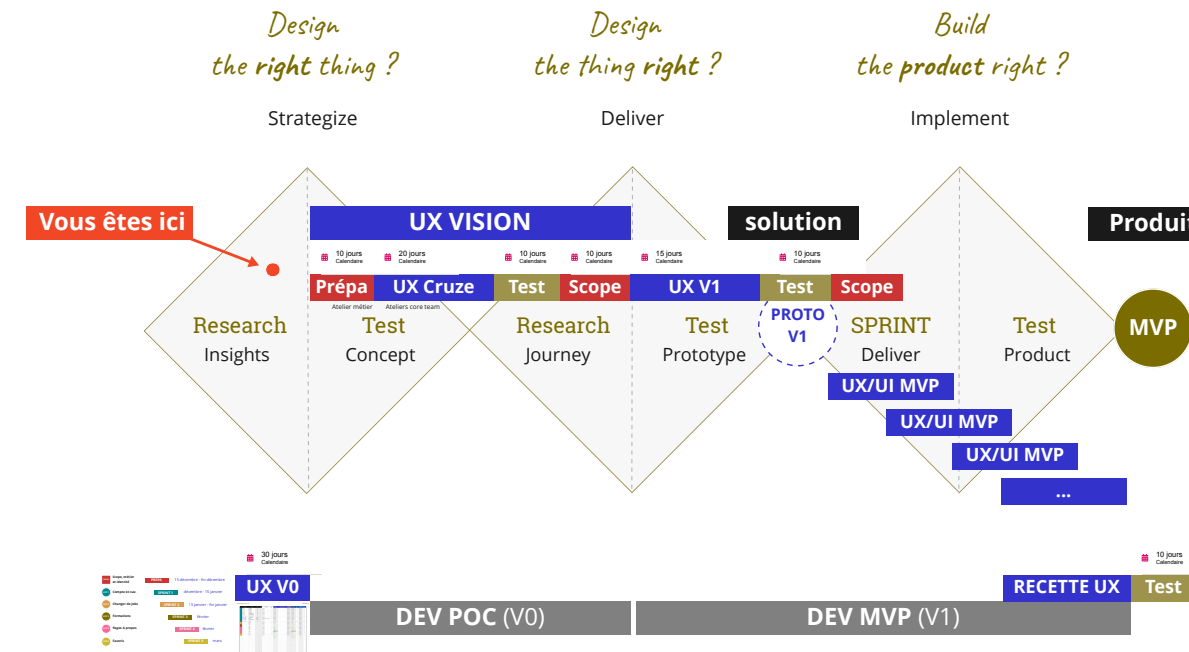
- repartir du brief, des accès aux docs importants et à l'environnement de travail
- la méthode de production, les livrables, l'équipe et les rôles
- les grands jalons du cadrage et de la conception détaillée UX/UI des 3 briques
- dates des prochains ateliers
- structurer le Miro
- mapping des parties prenantes
- définir les challenges du projet

### Atelier cadrage 1 - 3h

Effectuer un "mapping" des solutions et des parties prenantes

- réaliser un mapping Miro du service et de ses différents briques (contenus et fonctionnalités) d'un point de vue Utilisateur
- définir les utilisateurs cibles et les rôles dans le système
- identifier les grandes épics
- identifier les principaux parcours pour prototyper un lot 0

VISION - Méthodo UX/UI Test & Learn pour MVP V1	
<b>Phase</b>	<b>Objectifs (Pré-UX)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adresser besoins &amp; attentes</li> <li>Adresser besoins des utilisateurs</li> <li>Adresser besoins des clients</li> <li>Adresser besoins des partenaires</li> <li>Construire</li> </ul>
<b>Phase</b>	<b>Design Create (Vision user)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Préparer des ateliers design</li> <li>Adresser (UX/UI)</li> <li>Prototypage (Sketches pour test et itérations)</li> <li>Coordination</li> </ul>
<b>Phase</b>	<b>Test Recueil d'insights</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Test rapide (4 de 10)</li> <li>Préparation (Sketches)</li> </ul>
<b>Phase</b>	<b>Deliver</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Résolution et arbitrages (SCOPE)</li> </ul>
<b>Phase</b>	<b>UX/UI</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prototypage par étapes - basé à 5 étapes - 10 écrans (2 écrans)</li> <li>Team UX</li> </ul>
<b>Phase</b>	<b>Test utilisateur</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Test rapide (4 de 10)</li> <li>Adaptation pour les tests</li> <li>Adresser pour l'atelier</li> </ul>
<b>Phase</b>	<b>Conseil après test</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arbitrage et Roadmap - 3 Ateliers de 3h</li> <li>Prototypage continu</li> </ul>



## Todo

Qui fait quoi ?

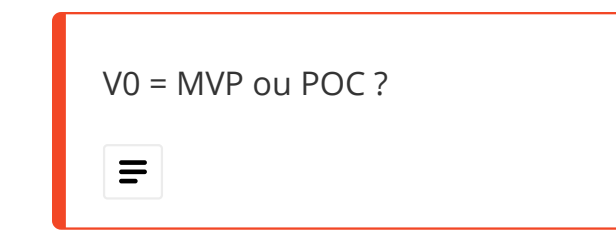
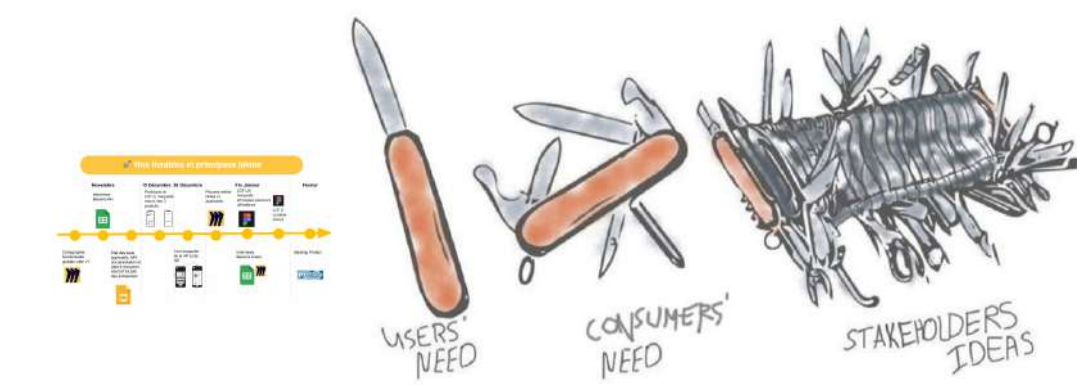
### Point orga / Kick Off long :

- accès aux docs importants et à l'environnement de travail
- la méthode de production, les livrables, l'équipe et les rôles
- les grands jalons du cadrage et de la conception détaillée UX/UI des 3 briques
- dates des prochains ateliers
- structurer le Miro
- définir les challenges du projet

### Atelier cadrage 1 - 3h

### Atelier cadrage 2 - 3h

### Atelier cadrage 3 - 2h



## Livrables UX/UI

liste des templates à produire en UX/UI

V0

WM\_Inventaire TP\_POC\_V0

Talent Place V0

LOTS	Espace	Ecran	TEMP	Qté	Remarques	Stat	STATUS UX	Remarques UX	STATUS UI	HTML	Stat Front	RECETTE	Stat Backoffice
1	Transverse	HP non logué	HP	1	Remarque	...	En attente		En attente	En attente	...	En attente	...
1	Transverse	HP logué	HP	1	Remarque	...	En attente		En attente	En attente	...	En attente	...
1	Transverse	NAV Générale	NAV	1	Remarque	...	En attente		En attente	En attente	...	En attente	...
1	Transverse	NAV Compte	NAV	1	Remarque	...	En attente		En attente	En attente	...	En attente	...
1	Transverse	Comment ça marche	POP	1	Remarque	...	En attente		En attente	En attente	...	En attente	...
1	Transverse	Mise d'identification	ID	1	Remarque	...	En attente		En attente	En attente	...	En attente	...
1	Compagnon candidat	Créer un compte mine	ID	1	Remarque	...	En attente		En attente	En attente	...	En attente	...
1	Compagnon candidat	Créer un compte	FORM SPC	1	Remarque	...	En attente		En attente	En attente	...	En attente	...
1	Compagnon candidat	Bienvenue	POP SPC	2	Avant à après création de compte	...	En attente		En attente	En attente	...	En attente	...
1	Compagnon candidat	Mes infos de connexion	FORM SPC	1	Remarque	...	En attente		En attente	En attente	...	En attente	...
1	Compagnon candidat	Mon profil	ID	1	Remarque	...	En attente		En attente	En attente	...	En attente	...
2	Loren				Remarque	...	En attente	A faire	En attente	A faire	...	En attente	...
2	Loren				Remarque	...	En attente	A faire	En attente	A faire	...	En attente	...
3	Loren				Remarque	...	En attente	En cours	En attente	En cours	...	En attente	...
3	Loren				Remarque	...	En attente	En cours	En attente	En cours	...	En attente	...
4	Loren				Remarque	...	En attente	A valider	En attente	A valider	...	En attente	...
4	Loren				Remarque	...	En attente	A valider	En attente	A valider	...	En attente	...
4	Loren				Remarque	...	En attente	A corriger	En attente	A corriger	...	En attente	...
4	Loren				Remarque	...	En attente	Validé	En attente	Validé	...	En attente	...
4	Divulgué				Remarque	...	En attente	Non reçu	En attente	Non reçu	...	En attente	...
4	Loren				Remarque	...	En attente	Fail	En attente	Fail	...	En attente	...
4	Loren				Remarque	...	En attente	Fail	En attente	Fail	...	En attente	...
5	Loren				Remarque	...	En attente	Fail	En attente	Fail	...	En attente	...
								Suggestion		Suggestion			
								Merci message		Merci message			
								Autre		Autre			

**MERCI !** Améliorons ensemble l'expérience !  
Aidons à la décarbonation !

**THANK YOU !**

Je suis Beev !