

## VII. TRAVAIL DEMANDÉ

**CONSIGNES :** Pour effectuer ce travail, vous n'avez besoin d'aucun outils numérique, d'aucun document papier (calculatrice inutile mais autorisée).

Rappelez-vous ce célèbre acronyme : tl;dr ... soyez précis, bref, direct voire brutal. Remplissez TOUS les tableaux. S'il y a peu de place, c'est que la réponse tient en peu de mots.

Recopier les tableaux au brouillon avant de remplir les originaux. Vous rendrez le sujet entier à la fin.

### 1/ Recherche, étude NOAPI

Vous déterminerez deux cibles différentes représentées par des personas (un persona BtoC un persona BtoB).

Ensuite vous établirez quelques user story par persona sous le thème : « Quel est le principal problème (pain point) du persona 1 ? » idem avec le persona 2.

Pour chacun des personas vous établirez les types de recherches à conduire (questions à poser pour connaître les besoins, mode d'administration des questions, données à collecter, données disponibles...).

Tableaux persona 1 et 2, recherche et user story à remplir.

### 2/ Analyse du parcours de l'utilisateur NOAPI

En prenant un exemple, vous identifierez les principales étapes du parcours

utilisateur (interaction ou point de contact ou touchpoint) pour le persona BtoC. Pour chaque point de contact, il convient de mentionner l'interaction du client, le canal, le type de réponse de l'entreprise et le niveau de satisfaction.

Tableau parcours client et Timeline à remplir

### 3/ e-Marketing NOAPI

Vous marketez le produit en choisissant :

- un nom différent du nom de projet donné dans l'énoncé (un nom pour le produit, le brevet et un nom pour l'entreprise)
- un modèle d'affaires (business model : pricing et méthode de rentabilisation pour l'API),
- un positionnement (les marchés visés : pays, secteurs, type d'entreprise)

Pour cette partie, vous pouvez vous référer à une définition simple et courte du marketing puis vous l'adaptez à la situation de ce cas.

### 4/ Communication digitale BtoC

Quels outils de communication allez-vous utiliser ? Quels médias digitaux vous paraissent adaptés à la situation ?

Vous remplirez le tableau de communication, avec les noms d'opération, les outils utilisés, les avantages de ce choix et une approximation du prix HT.

### 5/ Vente – e-commerce BtoB

Comment allez-vous commercialiser cette offre ? Avec quelle force de vente ? Avec quel argumentaire ?

Vous remplirez le tableau en partie 5/..

DOSSIER À REMPLIR - 1/ Recherches, tableau persona et user story pour NQAPI

## Persona 1 (BtoC)

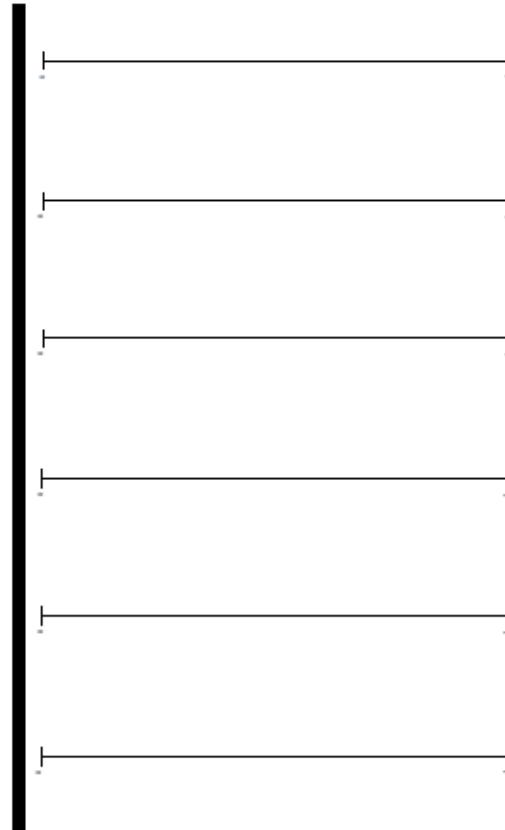
For more information about the study, please contact Dr. [REDACTED] at [REDACTED].

Nom  
Age  
Vie à  
Avec  
Enfant  
JOB  
Education

CV

Passionné par

### Pain Point / Point de friction / Problème



## USER STORY :

#### Commentaires :

Quelles sont les questions à poser et le mode d'administration (méthode d'enquête) pour connaître les besoins (avant de lancer le produit) et la satisfaction (après utilisation du produit en réel ou en test) ? Quelles sont les données déjà existantes à recueillir, quelles sont les données qu'il faudrait obtenir ? Quels sont les avantages des données par rapport aux déclarations des cibles ?

**RECHERCHE, INFORMATION, BUSINESS INTELLIGENCE :**

Données existantes :

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

BESOINS : Avant lancement du produit ?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Données à obtenir :

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

SATISFACTIONS : Après lancement du produit, à l'usage ou en test ?

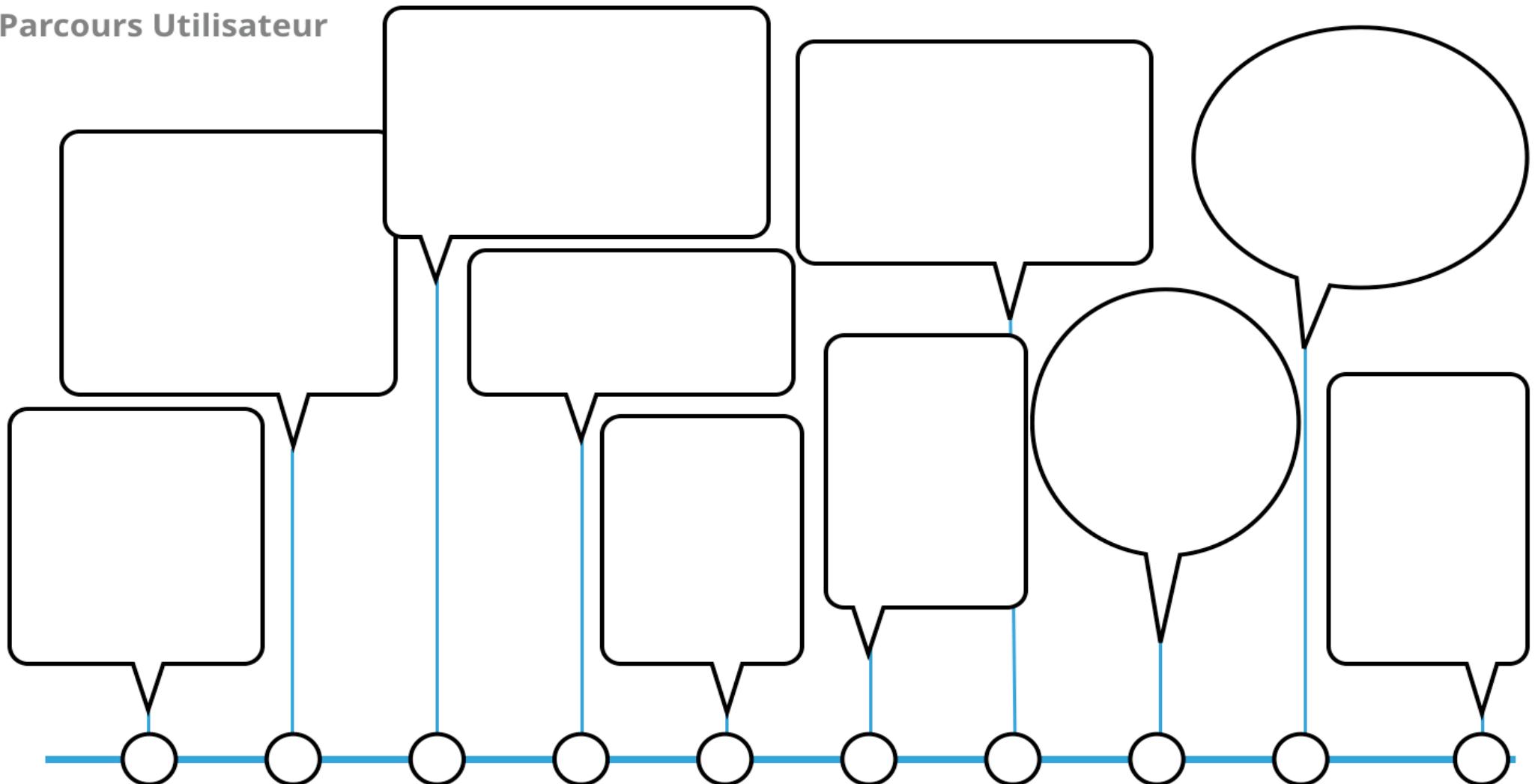
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## 2/ A/ Parcours client (customer journey map) : point de contact du persona BtoC

Nom du Touchpoint / Point de contact	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Channel / Canal									
Interaction du client									
Interaction de la marque									
Avis du client perçu par le client									
Décalage avec le positionnement voulu									
Solutions et propositions d'amélioration									

## 2/ B/ Timeline à remplir pour les « pain points » du parcours utilisateur

### Parcours Utilisateur



Commentaires :

### 3/ e-marketing NQAPI

Nouveau nom du : 1 produit 2 entreprise		
Secteur (s), pays, industrie (s)		
Positionnement et/ou Promesse		
Business Model BtoBtoC		
Définitions du marketing	Définition générale, courte et simple du marketing	Adaptation de cette définition pour ce cas de BtoB

#### 4/ Communication digitale BtoC (persona 1)

Nom opération	Outils utilisés	Avantages Utilités	Date ou période	Budget HT

Nom opération	Outils utilisés	Avantages Utilités	Date ou période	Budget HT

## 5/ Vente - e-commerce BtoB (persona 2)

Cible	Responsable	Outils utilisés	Argumentaire	Date ou période	Budget HT