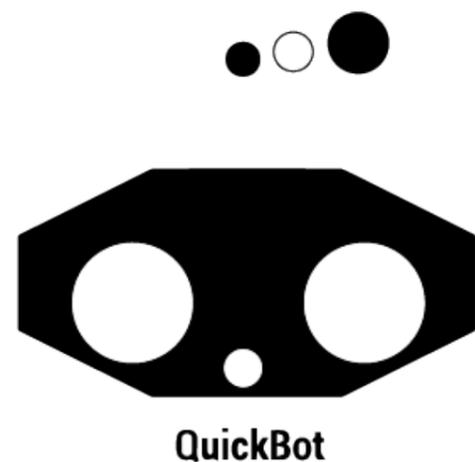


# QuickBot, l'information en tout temps et en tous lieux



Nous sommes l'agence Avenir et nous sommes une agence de communication. Ces 3 dernières années nous nous sommes concentrés sur le secteur audiovisuel car nous y avons constaté un réel besoin.

Après une étude minutieusement menée par toute l'équipe, nous avons eu l'idée de mettre au point un chatbot exclusivement réservé aux community manager des chaînes télévisées. Nous nous sommes rendus compte des innombrables tâches que doit effectuer un community manager au sein des chaînes. Ils sont submergés par leur travail de veille continue sur les réseaux sociaux, de publication permanente et de gestion de l'image de l'entreprise et en plus de cela, ils doivent répondre aux questions des téléspectateurs.

C'est pourquoi nous avons repensé les moyens de communication et leurs méthodes de travail, ce qui nous a amené à développer un chatbot capable de répondre aux questions des téléspectateurs et des auditeurs sur des questions concernant les programmes télévisés et autres options comme l'enregistrement d'émission et la mise en place d'alertes.

Méryline Wahnyamalla - **Directrice et Cheffe de projet web/mobile**

Crée en 2013, Avenir est une agence de communication spécialisée dans l'innovation numérique devenue en très peu de temps, une référence en matière d'innovation numérique et de service. Spécialisée dans l'innovation numérique et des services, Avenir repousse sans cesse ses limites et développe continuellement ses processus d'élaboration afin de répondre au mieux aux exigences de la clientèle garantissant ainsi la satisfaction de nos clients et une excellente qualité de nos services. Nous nous sommes longtemps intéressés au secteur agricole car avec l'arrivée des nouvelles technologies de l'information et de la communication, le secteur agricole entrait dans sa troisième révolution dite «numérique». Voici les 3 enjeux principaux sur lesquels les besoins de nos clients du secteur agricole se fondaient : **Accroître la compétitivité et la productivité des exploitations, Optimiser la qualité et la traçabilité des productions agricoles et améliorer la qualité de vie des agriculteurs et rendre ainsi le métier plus attractif.** Nos clients ont été satisfaits et conquis par nos travaux et les résultats ont eu des repercussions positives pour notre agence. Puis, nous avons voulu élargir nos horizons et nous sommes focalisés sur le secteur audiovisuel. C'est pourquoi, notre équipe a mené une étude acharnée sur une période de 3 ans au sein des chaînes télévisées. Nous avons centré nos recherches au sein du territoire calédonien car c'est dans ce territoire que le projet se développera et parce qu'il s'agit d'un territoire en pleine expansion économique et en phase de devenir indépendante (tout dépendra du référendum). Nous avons décidé de mener notre étude au sein des chaînes suivantes : NCl1ère, Caledonia, Radio Rythme Bleu, Radio Rythme Bleu et NRJ Nouvelle-Calédonie.

# L'ÉQUIPE

Afin de mener à bien ce projet, notre équipe est constituée de personnes aussi compétentes les unes que les autres. Chacun porte une casquette et la porte bien d'ailleurs. Nous venons de différents horizons, détenons de nombreuses compétences et expériences mais nous ne visons qu'un seul objectif : INNOVER.

Nous sommes très diversifiés au niveau de nos compétences et c'est justement cela qui fait notre richesse et la qualité de nos travaux.



**Méryline**



**Stéphanie**



**Jean**



**Patrick**



**Enorah**



**Méryline**

**Cheffe de projet**

- 24 ans
- Master en Design de Communication
- A travaillé en tant que community manager à NCl a 1ère



**Jean**

**Designer d'expérience et d'interface**

- 32 ans
- Master en WebDesign
- Ancien développeur web chez Apple
- Développe un nouveau jeu vidéo (en parallèle)



**Stéphanie**

**Spécialiste marketing mobile**

- 25 ans
- BTS Marketing
- a été stagiaire chez Sony



**Patrick**

**Développeur web**

- 27 ans
- Licence de Math
- A travaillé en tant que développeur freelance pendant 2 ans



**Enorah**

**Webdesigner**

- 37 ans
- Licence de Droit
- Ancienne professeure de Design de communication à Science Po Paris

NOTRE  
VISION

QUI SOMMES-NOUS ?

**AVENIR** se positionne comme une agence qui apporte conseils et accompagne les entreprises dans leur transition numérique. L'ensemble de nos collaborateurs, quelles que soient leurs compétences, partage une réelle culture de l'innovation et prône le changement.

Nous adaptons nos produits, nos services en fonction des besoins et des attentes de nos clients, afin de les encourager et les pousser dans cette nouvelle ère. Tout au long, Avenir reste à l'écoute et est proche de ses clients par un service de qualité et de proximité par :

- => Notre engagement sans faille
- => La garantie des compétences
- => Notre esprit d'équipe

**Nombre de clients en 2019 : 5 entreprises**

**Effectif moyen en 2019 : 6 personnes**

**10 000 euros de chiffres d'affaire prévisionnel en 2019**

UN PRODUIT

DES SERVICES

UN PROJET

### GÉO-LOCALISATION

Où que l'on se trouve, QuickBot fournit l'information en fonction de votre zone géographique à condition d'activer la géolocalisation  
Ce serait dommage de ne pas le faire.

### MÉSSAGERIE INSTANTANÉE

Discutez avec QuickBot via la plateforme Messenger.  
Vous pouvez lui parler de tout.

### ENREGISTRMENT

Il enregistre des émissions ou les JT du soir.  
Y'a juste à demander.

**QUICKBOT => Chatbot**

### ACTIF H24 ET 7J/7

QuickBot vous répond à n'importe quel moment de la journée.  
N'ayez pas peur de le réveiller.  
Il est toujours debout.

### ALERTE

Mise en place d'une alerte pour vous informer de chaque émission télé et radio de votre choix.  
Plutôt pratique, n'est-ce pas ?

# MON PROJET

Mon projet professionnel consiste à créer un chatbot qui sera un outil de travail exclusivement réservé aux community manager des chaînes télévisées. Le chatbot répond au nom de QuickBot et sera directement intégré à la plate-forme Messenger de la chaîne télévisée ou de l'émission radio. QuickBot sera un compagnon quotidien, fidèle et garanti pour les téléspectateurs et auditeurs car son objectif principal consiste à répondre à leurs questions. Il s'agit de questions principalement basées sur les horaires des émissions et des programmes télévisés. Là, est la problématique principale des professionnels de la communication et précisément des community manager des chaînes télévisées. Il s'agit d'un fait redondant que les community manager se doivent d'exécuter. C'est pourquoi, nous voyons QuickBot comme une solution pour ces professionnels de la communication qui apporte un gain de temps pour les community manager ainsi que pour les téléspectateurs et auditeurs. Il représente également un gain d'argent pour les entreprises.

A cela, se rajoutent de nombreuses autres options comme l'enregistrement d'émission, principalement destiné aux téléspectateurs. Ils pourront directement faire la demande d'enregistrement via QuickBot et le visionneront après. Le chatbot propose des informations en fonction de la zone géographique de l'utilisateur à condition que la géolocalisation du portable soit activée au préalable. De plus, QuickBot alerte les utilisateurs lorsqu'un nouvel article de presse sort ou lorsque leur émission favorite sera bientôt diffusée et c'est le téléspectateur qui décide le délai de l'alerte (1h avant, 30 min avant, ...)



ILS NOUS FONT  
CONFIANCE



Tous les secteurs d'activité sont sur la marche du numérique. Je m'intéresse notamment au secteur audiovisuel. Nombreux sont les métiers qui ont vu le jour grâce au numérique et notamment le community management. Ce métier est 100% lié aux réseaux sociaux, à internet, au numérique et c'est précisément sur les community manager travaillant dans les chaînes télévisées que je me focalise car plus tard je souhaite exercer ce métier. QuickBot est un projet à destination aussi bien des professionnels que des clients. Le chatbot permet d'alléger et d'aider le community manager dans ses tâches quotidiennes et apporte une solution pour les téléspectateurs et auditeurs à la recherche d'un service rapide et efficace.

Le projet se focalise sur deux cibles principales à savoir d'une part, les community manager et d'autre part, les téléspectateurs et auditeurs. Ces cibles sont diverses et constituent des groupes hétérogènes car nous avons des professionnels et des abonnés. QuickBot vise les deux parties d'un guichet, d'un côté nous avons le professionnel et de l'autre, le client.

Dans ce cas ci, le client à savoir le téléspectateur souhaite avoir un service rapide et clair. Il ne souhaite plus attendre des lustres pour recevoir une réponse. Nous remarquons une forte exigence de la part des internautes de nos jours, ceci causée par l'abondance de ressources dont dispose notre société actuelle à savoir la 4G, le câble, etc. Il faut plus d'informations, plus de contenus, plus de détails et nous nous efforçons de répondre aux mieux à leurs attentes. C'est pourquoi, QuickBot a été fondé sur ces exigences, ces attentes et ces besoins.

L'internaute n'est plus passif comme il y a 10 ans, il est désormais actif. Il faut leur offrir un service plus performant, diversifié et permanent. Le numérique façonne de nouveaux usages et la génération actuelle en fait les frais ainsi que celles d'avant. De nouveaux usages amènent à de nouvelles pratiques et donc des innovations.

L'une des cibles principales de ce projet sont les téléspectateurs et auditeurs : nous entendons par téléspectateurs et auditeurs, des personnes âgées de 12 à 60 ans et plus, les personnes possédant un compte sur les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram et LinkedIn), les travailleurs(euses), les femmes au foyers, la boulangère du quartier à la maîtresse d'école.

L'autre cible sont les community manager. Cette cible est large. J'englobe dans cette cible tous les professionnels de la communication car il s'agit de potentiels acteurs : les community managers, chef(fe) de projet, chargé(e) de com, directeur(trice) de com, rédacteur(trice) en chef, responsable de la communication, responsable de la stratégie digitale, journaliste, reporter image.

Je vise également les structures en elle même car ce seront les structures d'accueil et les foyers du projet.

- Chaînes télévisées (NCl1ère et Calédonia)
- Émissions radios (Radio Djiido, Radio Rythme Bleu et NRJ Nouvelle-Calédonie)



## Scénario 1: point de vue du téléspectateur (sans QuickBot)



Un homme est devant sa télé et ne fait que zapper



Il se demande ce qu'il y aura ce soir comme émission



Il envoie un message à la chaîne télévisée pour leur demander via Messenger



Il attend la réponse. Il ne recevra finalement aucune réponse.

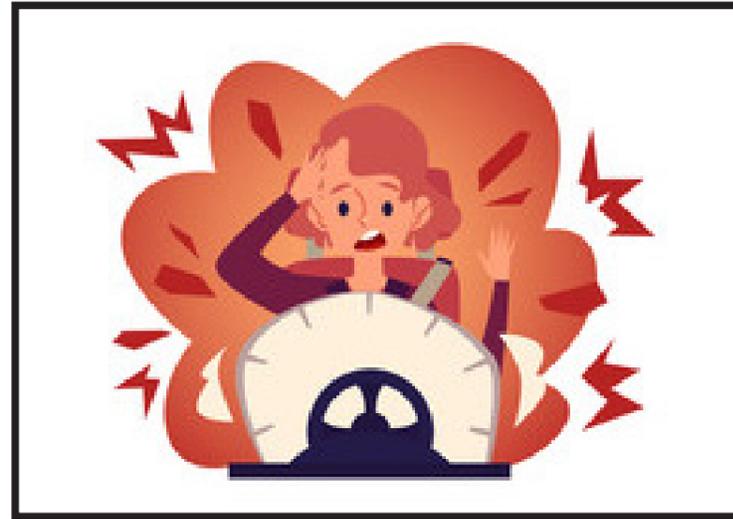
Ce scénario retrace le parcours typique d'un téléspectateur qui a le réflexe de poser la question à la chaîne télévisée au lieu de se rendre sur le site internet ou les réseaux sociaux pour trouver l'information.

C'est sur cette problématique que le chatbot va se fonder.

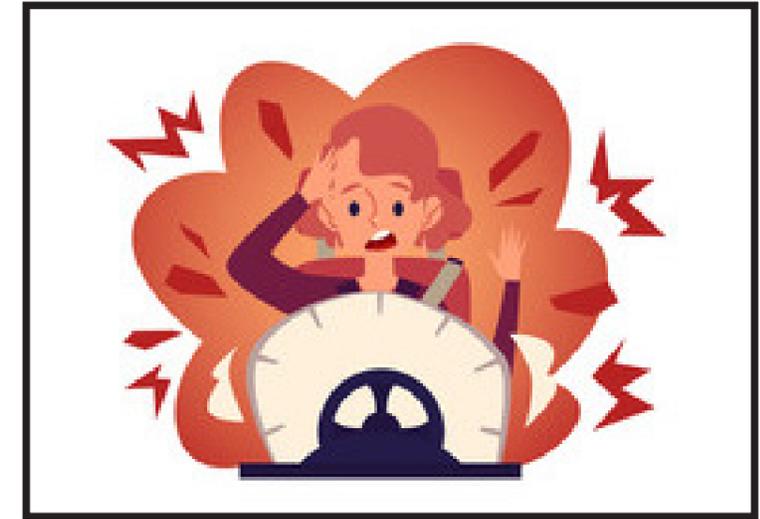
## Scénario 2 : point de vue du téléspectateur (sans QuickBot)



Une infirmière se rend au travail



Soudain, elle se rappelle d'un documentaire qu'elle voulait absolument regarder ce soir.



Malheureusement elle est de garde ce soir et a oublié de l'enregistrer avant de partir de chez elle.

Cette mise en scène illustre un autre point dont les téléspectateurs désirent à savoir l'enregistrement d'émission.

Ce sera une des options dont dispose QuickBot.

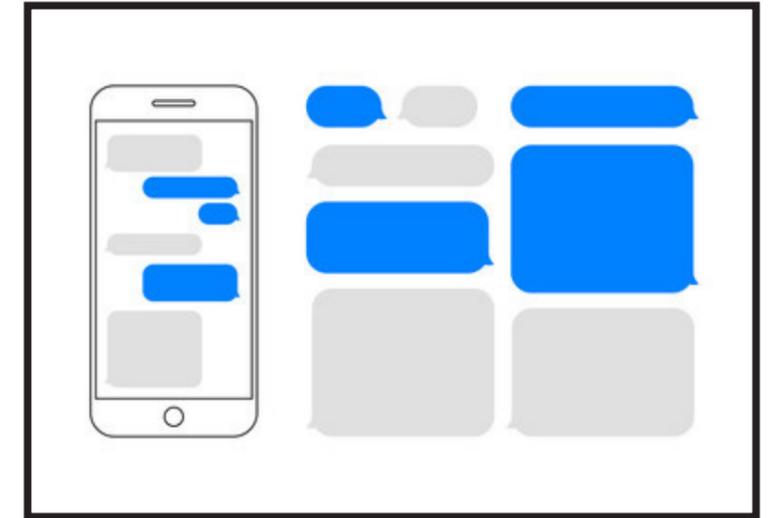
### Scénario 3 : point de vue du community manager (sans QuickBot)



Nous avons là un community manager submergé dans ses tâches quotidiennes



À côté de cela, il doit gérer les messages redondants des téléspectateurs concernant principalement les horaires des émissions et des programmes TV.



Via essentiellement Messenger



Il n'a plus de temps à consacrer à d'autres tâches car il se doit de répondre aux questions des téléspectateurs et parfois n'a pas le temps de répondre à tout le monde

Avec l'afflux de moyens techniques dont nous disposons, la proximité géographique est importante et qu'il faut privilégier les contacts inter-personnels. En effet, en phase de création d'une technologie, l'information est par définition peu stabilisée et perd de sa valeur à mesure de sa « transportabilité » dans le temps. Ce qui signifie que les échanges physiques entre les acteurs sont primordiaux. Socialiser un projet c'est l'enrichir.

Le type de réseau que je souhaite mettre en place est de type réseau intégré. Les acteurs de mon projet se trouvent en Nouvelle-Calédonie. La Nouvelle-Calédonie est un petit territoire de 18 575 km<sup>2</sup> et compte 271 000 habitants. Les acteurs sont à la fois proches géographiquement et électroniquement. En terme de nouvelles technologies, le territoire est un poil en retard. La 4G a commencé à y être déployée en 2016 mais ne couvre pas l'ensemble du territoire et la 3G non plus. Néanmoins, tous les acteurs primaires, à savoir les entreprises, sans exception, se trouvent sur la capitale et les capacités technologiques y sont favorables. Des réseaux de communication performants conduisent à la diffusion rapide de l'information et permettent des interactions permanentes. Les réseaux Internet facilitent la constitution de bases de données, l'accès à l'information par les moteurs de recherche et accélèrent la circulation des données entre entreprises. Ce type de réseau permet de coordonner le travail de chacun par une organisation bien ficelée par la multiplication de rencontre physique ou virtuelle et les échanges via les plateformes d'interactions.

J'ai choisi ce territoire car c'est mon pays natal et parce que je souhaite contribuer à l'avancée, de manière générale de mon pays. Il s'agit d'un pays en pleine mutation numérique et en plein développement économique. Nombreuses sont les initiatives prises par le territoire pour traverser la transition numérique. Nous avons par exemple, « Territoires

d'«Innovation ». La Nouvelle-Calédonie compte parmi les lauréats de cet appel projet lancé en 2017 par Grand Plan d'Investissement. Les objectifs de cette action sont la réduction de la consommation d'énergie et du tonnage de déchets, le développement de nouvelles formes de mobilité ou encore le déploiement de nouvelles solutions numériques au bénéfice des populations. Dans mon cas, il ne s'agit pas d'un appel à projet mais plutôt d'une contribution au déploiement des solutions numériques au bénéfice des populations.

C'est pourquoi, je compte mettre en relation les entreprises telles que NCl1ère, Caledonia, RRB et Radio Djiido pour ce projet . Il s'agit là de deux chaînes télévisées et de deux antennes radio. Ou, encore la collectivité provinciale, la Province Sud. La Nouvelle-Calédonie est un petit territoire divisé en trois provinces : la province Sud, Province Nord et Province des îles. J'intègre la Province Sud comme partenaire potentiel. Il s'agit d'une collectivité provinciale qui a pour mission, le développement rural et maritime, l'insertion professionnelle des jeunes et le développement économique. Je vois là, une opportunité d'accompagnement sur tout l'ensemble du territoire calédonien en commençant par le coeur, Nouméa sa capitale, et qui permettra une légitimation du projet envers les autres partenaires.

### **NCLa1ère : (acteur principal)**

NCLa1ère est la chaîne de télévision généraliste publique française de proximité de France Télévisions diffusée dans la collectivité territoriale de Nouvelle-Calédonie.

### **Caledonia :**

Caledonia, est une chaîne de télévision généraliste privée de proximité diffusée en Nouvelle-Calédonie.

### **Radio Djiido :**

Radio Djiido est une radio privée française généraliste de catégorie B et diffusée en Nouvelle-Calédonie.

### **RRB :**

Radio Rythme Bleu (RRB) est une radio privée française généraliste diffusée en Nouvelle-Calédonie.

### **Province Sud :**

Collectivité provinciale

### **NRJ Nouvelle-Calédonie :**

NRJ Nouvelle-Calédonie est une radio privée française à diffusion locale en Nouvelle-Calédonie

De nombreux rassemblements se feront afin que plusieurs acteurs puissent rejoindre ce projet :

- Le coworking : Gallieni COWORKING (espace de coworking en Nouvelle-Calédonie)
- Organisation de meetups, petits déjeuner
- Ateliers thématiques

## Démarche centrée-usagers

Nous comptons à ce jour 5 membres dans notre équipe. Une équipe pluridisciplinaire et compétente qui, à mon avis, remplit les critères nécessaires pour effectuer ce processus d'innovation. Après les entretiens via le téléphone, les réseaux sociaux ou par mail effectués avec les potentiels acteurs, il nous a semblé nécessaire d'organiser des rencontres physiques. C'est pourquoi, nous, l'Agence Avenir, avons invité au préalable, 2 téléspectateurs (Jean et Mary) et 2 professionnels de la communication (Jason et Suzanne)

Jean : abonné à NCl1ère - 29 ans - comptable à la Province des îles

Mary : abonnée à NCl1ère, RRB et Radio Djiido - 16 ans - lycéenne au lycée Blaise Pascal

Jason : abonné à Radio Djiido et France Ô - 42 ans - journaliste radio à Radio Djiido

Suzanne : abonnée à RRB et Calédonia - 37 ans - community manager à Caledonia

Au cours de cette rencontre, ils participeront au design du chatbot et de son logo. Ils assisteront à nos réunions d'équipe et pourront nous proposer des idées supplémentaires pour l'élaboration du chatbot. Il s'agit là d'investir davantage l'utilisateur dans notre processus d'innovation. De plus, au cours de cette visite, nous leur exposerons nos objectifs, nos valeurs, notre organisme afin qu'ils incorporent nos idées et c'est un excellent moyen de les convertir en porte-parole des usagers.

Nous allons passer par 4 phases pour élaborer notre processus d'innovation à savoir l'anticipation (1), la conception (2), l'adaptation (3) et l'adoption (4).

## **Phase 1 : ANTICIPATION**

Au cours de cette première phase nous allons organiser un grand meetup afin de rencontrer les futurs utilisateurs du chatbot mais également aller à la rencontre de nouveaux acteurs. Durant cette phase, nous allons privilégier les designers pour être les portes paroles du projet dans la mesure où ils sont les plus armés pour animer les ateliers créatifs et produire des supports graphiques et réflexifs. À côté de cela, le reste de l'équipe ainsi que les 4 usagers que nous avons invité au préalable, qui sont par la suite devenu des leads-users, allons nous occuper de la partie sociologique en faisant des états de l'art des différentes thématiques qui ont été abordées.

Avant cela, nous avons évidemment, établi un profil de chaque participant que nous voulions avoir.

## **Phase 2 : CONCEPTION**

Nous passons à la phase où nous concrétisons les idées.

Sur le plan sociologique : la majorité des utilisateurs que nous visons sont à l'aise avec les nouvelles technologies.

Une cible allant de 12 à 60 et +. Leur rapport au numérique est favorable au développement du chatbot sur le territoire calédonien.

De plus, Facebook figure en première place comme réseau social le plus utilisé en Nouvelle-Calédonie et plus de la majorité de la population détient un compte Facebook.

Au cours de cette phase, nous allons organiser un second meetup. Nous serons avec des utilisateurs qui testeront le prototype. Nous mettrons à leur disposition des tablettes, des ordinateurs et téléphones portables pour qu'ils

puissent tous le tester sur différents supports. De plus, nous leur exposeront les différents scénarios pour qu'ils les évaluent, critiquent et amendent.

### **Phase 3 : ADAPTATION**

Il est temps ici de mettre en scène le prototype. Nous devons nous écarter du rapport homme-machine. Tout en restant dans le registre de l'utilisabilité, il est nécessaire de quitter le domaine de l'exploration et d'entrer dans celui de l'expérimentation. C'est pourquoi, nous allons demander à un utilisateur de reproduire le scénario 1. Nous aménagerons un espace «salon» dans nos locaux afin que l'utilisateur puisse être complètement immergé dans la scène. D'ailleurs, cela est très utile car les autres compétences du design s'avèrent utiles dans l'aménagement d'espace, créer des signalétiques ou encore des « ambiances ». Nous faisons d'une pierre deux coups en aménageant nos locaux pour l'occasion et nous pourrions par la suite le réutiliser pour d'autres projets. Ce serait un espace de « situations d'usage ».

Nous observons la manière dont l'utilisateur mobilise le dispositif technique. Puis, nous identifions les fonctions qui lui font défaut. Nous prenons en compte les capacités de l'utilisateur, son environnement, son rapport au numérique. À la fin de cette phase, nous avons pour objectif, d'améliorer non seulement la « prise en main » du prototype pour en proposer une nouvelle version plus aboutie, mais aussi de mieux appréhender la « mise en contexte » de son usage. Et c'est dans la dernière phase que nous allons voir cela.

## **Phase 4 : CONSOLIDATION**

Cette fois, nous quittons le domaine de l'utilisabilité pour entrer à nouveau dans l'usage. Nous laissons aux utilisateurs s'approprier le chatbot mais nous sommes conscients que cela se fera véritablement une fois la mise sur le marché. Cette phase est comme un déploiement non commercial mais « grandeur nature ». Nous laissons à l'utilisateur une certaine marge de manoeuvre.

Au cours de cette phase, nous enverrons des questionnaires ou encore passerons des appels téléphoniques ou visio pour nous rendre compte des résultats du chatbot.

Pour résumer, dans cette phase, nous déployons le pilote (l'utilisateur) dans un contexte « grandeur nature ». Puis, nous étudions les manières de faire et pratiques de résistances des usages. Enfin, nous identifions les nouvelles configurations d'usage.





Stéphanie Dupont  
30 ans  
Seine et Marne  
Community Manager

#### Contraintes

- Difficultés à gérer les outils numériques
- Manque de temps dans la gestion de ses mails
- Mauvaise gestion de l'actualité
- Se perd dans ses tâches quotidiennes
- Difficultés dans la gestion de la surabondance des informations liées à son domaine

#### Réseaux sociaux utilisés



#### Attentes

- Meilleure gestion dans son emploi du temps
- Consacrer plus de temps à des contenus pour augmenter la valeur ajoutée comme des storytelling
- Gain de temps

#### Loisirs

- Natation
- Futsal



Patrick  
27 ans  
Nouméa  
Abonné à NClà1ère

#### Contraintes

- Pas le temps de regarder ses émissions et programmes favoris
- Des réponses peu précises et trop lentes de la part des chaînes télévisées

#### Attentes

- Souhaite avoir l'information à n'importe quel moment de la journée
- Des réponses rapides et claires
- Pouvoir regarder ces émissions favoris
- Communiquer avec la chaîne télévisée à n'importe quel moment

#### Réseaux sociaux utilisés



La constitution des chaînes télévisées est un énorme mélange de compétences, de qualités, de tâches où nous y trouvons des journalistes, des rédacteurs en chef, des mixeurs son, vidéo, image ou encore des community manager. Le community manager, il s'agit là du métier que je souhaite exercer plus tard. Mon projet professionnel se base principalement sur le community management. Mon projet consiste à créer un chatbot exclusivement réservé aux community managers des chaînes télévisées et qui sera quotidiennement utilisé par les téléspectateurs et auditeurs. Sa principale fonction sera de répondre à leurs questions concernant principalement les horaires et les programmes télévisés.

### ***Pourquoi un tel projet ?***

Ce projet s'est affiné avec l'expérience que j'ai eu lors de mon stage au sein de la chaîne télévisée NCl1ère. Au cours de cette période, j'ai occupé le poste de community manager et j'ai pu expérimenter ce métier. Un community manager est multitâche, il porte la casquette de graphiste, de journaliste ou encore de webdesigner. Il doit gérer le contenu des réseaux sociaux et les alimenter et doit entretenir une veille continue sur tous les types de supports de communication. À cela s'ajoute une tâche mais qui n'est pas des moindres à savoir répondre aux questions des téléspectateurs et des auditeurs. En plus de ses nombreuses tâches quotidiennes, il se doit de répondre aux questions des internautes alors que la plupart des réponses qu'attendent les téléspectateurs se trouvent soit sur le site internet soit sur les réseaux sociaux. L'internaute cherche la facilité, la rapidité et des réponses claires

et précises. Durant ce stage, j'ai pu expérimenter ce métier et c'est pour cette raison que j'ai voulu créer QuickBot. D'une part, QuickBot se présente comme une solution aux community manager qui veulent être allégés d'un poids mais également de pouvoir consacrer leur temps à d'autres tâches à forte valeur ajoutée. QuickBot est de nature, facile d'utilisation car il sera intégré à la plateforme Messenger de la structure d'accueil. De nos jours, tout le monde détient un compte Facebook, le téléspectateur n'aura qu'à se rendre sur la page FB de la chaîne et dialoguer avec QuickBot via Messenger. C'est simple, efficace et pratique. Le community manager n'aura plus à se soucier des innombrables questions des internautes car QuickBot est là pour s'en charger.

Et d'autre part, QuickBot répond aux attentes et besoins des téléspectateurs et auditeurs souhaitant avoir des réponses rapides et claires. Le chatbot apparaît comme une ouverture vers un nouveau type de service. Avec ce projet, le professionnel de la communication se voit faciliter une des nombreuses tâches redondantes mais c'est comme un nouveau départ pour le téléspectateur qui a toujours communiqué de manière simple et monotone avec la chaîne. QuickBot offre une nouvelle forme de relation client : la relation-téléspectatrice

Les acteurs concernés :

- les community managers et autres professionnels de la communication submergés par leurs tâches quotidiennes
- Les community manager à la recherche de tâches à plus forte valeur ajoutée
- Les téléspectateurs et auditeurs souhaitant des réponses plus rapides et vraies

Il est important de spécifier que ce projet est à destination de deux cibles principales, les community manager et

les téléspectateurs et auditeurs.

L'agence a donc effectué des entretiens téléphoniques ou sur place et des questionnaires tout le long de son étude adaptés à chaque type d'acteur.

1ère phase —> Contextualisation : Au travers des questionnaires que nous avons envoyé à chaque acteur, nous avons lu, entendu et pris en compte les attentes, besoins et demandes de tous.

2e phase —> Problématisation : il s'agit là d'explorer toutes les issues possibles. Nous cherchons sur quels supports le projet va être développé. Nous réfléchissons aux nombreuses options qu'il pourra contenir et qui satisferont chaque acteur. Après prise en compte de chaque proposition de chacun, nous avons établi plusieurs scénarios possibles :

- Nous avons tout d'abord pensé à créer un forum exclusivement réservé aux téléspectateurs et auditeurs d'une chaîne télévisée donnée. Cela s'est avéré pas très pratique.
- Nous avons ensuite, crée un site internet qui se nommerai QuickBot. Le cheminement de ce site internet était plutôt lent car il nécessitait une inscription et une navigation pas très rapide sachant que cette solution est destinée à des acteurs à la recherche de rapidité et de facilité.
- Nous nous sommes penchés sur les chatbots, ces robots dotés d'intelligence artificielle qui, un jour, prendront la place de l'homme. Cette idée fut validée par l'ensemble des acteurs.

3e phase —> Prototype : Après avoir rendu l'idée concrète et avant de le lancer sur le marché, nous essayons le prototype à chaque acteur et évaluons les réussites et les échecs.

4e phase —> Consolidation : Il est question ici d'impliquer d'autres acteurs dans ce projet et de rechercher d'autre soutien possible. Il s'agit ici, d'élargir notre réseau.

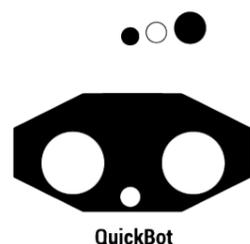
De nombreux secteurs d'activités ont été touchés par le numérique, l'internet, les réseaux sociaux mais je me suis focalisée sur le secteur de l'audiovisuel et précisément sur les chaînes télévisées d'information. L'audiovisuel entre dans la quatrième phase de son histoire, celle d'un système bouleversé et dominé par des services comme YouTube ou Netflix, c'est-à-dire des services mondiaux fondés sur un nouveau socle technique, le streaming, soit la distribution de vidéos par Internet, où les programmes sont acheminés à mesure qu'ils sont regardés. (Le Diberder A. (2019). La nouvelle économie de l'audiovisuel). La première phase du secteur audiovisuel concernait le cinéma et ses salles. Cette économie se limitait, d'une part, à la production de films et d'une autre part à la production des salles de cinéma. Puis, en 1950, la télévision a propulsé le secteur de l'audiovisuel dans la seconde phase. Le public dans les salles de cinéma a fortement diminué en vingt ans mais n'a néanmoins pas changé son économie. En 1980, nous entrons dans la troisième phase, celle de l'ère des cassette vidéos, du câble, du satellite et de la télévision payante. En France, cette transition s'est déroulée de manière brutale car moins de 10% de la population détenait un magnétoscope et personne n'avait le câble.

L'accès à l'information pour les citoyens est le plus souvent immédiat et se fait sur internet, et via, de plus en plus, les smartphones. C'est un fait, depuis l'arrivée des smartphones et des tablettes, les téléspectateurs ne consomment plus la télévision de la même manière et les chaînes télévisées ont dû se remettre en question et revoir leur façon de communiquer. La décennie 2000 a été marquée par le développement des réseaux socio-numérique

dont les pionniers sont Facebook et Twitter, lancés en 2006. Ces deux plateformes et d'autres comme Youtube, Instagram ou encore Snapchat vont conduire à des modifications dans les pratiques des journalistes et au sein des rédactions. Ces changements et l'intégration de nouveaux dispositifs vont entraîner un bouleversement au sein de ces organisations qui ont été fondées sur des normes spécifiques. (PIGNARD-CHEYNEL N. et AMIGO L. (2019). Le chargé des réseaux sociaux au sein des médias. La découverte « Réseaux », 213, 139-172). Pour les chaînes, il est donc nécessaire de se conformer à ces nouvelles technologies et de s'adapter à ce nouveau public hyperconnecté pour ne pas qu'il s'échappe. Les chaînes incitent donc les téléspectateurs à utiliser leurs autres écrans pour interagir avec elles. Cette nouvelle tendance appelée la "social TV" ou "télévision sociale" est de plus en plus forte. Dans ce cas-ci il est intéressant de se poser la question sur le lien entre la science et le discours télévisuel pour expliquer la fonction sociale des médias comme moyen de diffusion du savoir et comme moyen d'opérer une gestion de l'opinion publique. Ou, devrions-nous plutôt parler de « confrontation de la science et de la télévision » nous les appréhendons des deux côtés. (BABOU I. (2001) Science et télévision : la vulgarisation comme construction historique et sociale). Les chaînes télévisées ne sont pas épargnées par les évolutions car avec l'expansion de la "télévision sociale" apparue grâce à Facebook et Twitter, les groupes audiovisuels se doivent d'être très actifs sur les réseaux sociaux. C'est notamment Lasorsa qui a souligné le fait que les réseaux socio-numérique ont modifié les pratiques des cadres professionnels préexistants en montrant que la norme journalistique était menacée par ces espaces plus libres et moins encadrés que les médias traditionnels. (Lasorsa et al., 2012).

## Fiche technique du matériel à réserver

|                                   | QUANTITÉ | TYPE        | OÙ                    | A FAIRE LE           | FAIT LE | BUDGET |
|-----------------------------------|----------|-------------|-----------------------|----------------------|---------|--------|
| <b>A l'entrée</b>                 |          |             |                       |                      |         |        |
| ordinateur (pour prompteur)       | 1        | le mien     |                       |                      |         |        |
| affiches A3                       | 3        | Imprimeur   | Corep                 | une semaine avant    |         | 3 €    |
| tableau blanc                     | 1        | Prêt        | Iram                  | deux semaines avant  |         |        |
| stabilo                           | 3        | Prêt        | Iram                  | deux semaines avant  |         |        |
| table ronde                       | 1        | Prêt        | Iram                  | deux semaines avant  |         |        |
| brosse à effacer                  | 1        | Prêt        | Iram                  | deux semaines avant  |         |        |
| <b>Pour le plateau télé</b>       |          |             |                       |                      |         |        |
| chaises                           | 5        | Prêt        | Télécom Saint Etienne | le jour J            |         |        |
| tables                            | 4        | Prêt        | Télécom Saint Etienne | le jour J            |         |        |
| tissus 1mètre                     | 3        | Achat       | Action                | 1 mois avant         |         | 30 €   |
| scotch                            | 2        | Achat       | Action                | 4 à 3 semaines avant |         | 1€20   |
| paquet de punaise                 | 1        | Achat       | Action                | 3 à 4 semaines avant |         | 1 €    |
| caméra                            | 3        | réservation | Iram                  | 3 à 4 semaines avant |         |        |
| trépied                           | 3        | réservation | Iram                  | 3 à 4 semaines avant |         |        |
| télévision                        | 1        | réservation | Iram                  | 3 à 4 semaines avant |         |        |
| Bouteille d'eau                   | 6        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 3€50   |
| micros                            | 5        | réservation | Iram                  | 3 à 4 semaines avant |         |        |
| spots lumières                    | 3        | réservation | Iram                  | 3 à 4 semaines avant |         |        |
| <b>Pour le coin buffet</b>        |          |             |                       |                      |         |        |
| table                             | 1        | Prêt        | Télécom Saint Etienne | J-J                  |         |        |
| tissu                             | 1        | Achat       | Action                | 3 à 4 semaines avant |         | 10 €   |
| canapé                            | 2        | Prêt        | Télécom Saint Etienne | J-J                  |         |        |
| tapis                             | 1        | Achat       | Action                | 3 à 4 semaines avant |         |        |
| Paquets de gâteaux                | 2        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 15 €   |
| Boissons                          | 3        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 10 €   |
| Assiette en plastique (lot de 10) | 2        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 10 €   |
| Boîte de cure dent                | 1        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 1 €    |
| gobelet (lot de 25)               | 5        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 1€19   |
| paquet de pain de mie             | 1        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 1 €    |
| Boîte de cornichon                | 1        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 2€95   |
| pâté                              | 1        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 1€90   |
| TOTAL DE LA SOUTENANCE            |          |             |                       |                      |         | 91€74  |



## **LE CHATBOT POUR TÉLÉSPECTATEURS(TRICES)**

**Nous avons conçu un chatbot  
pour vous, chers(es)  
télé spectateurs(trices) et  
professionnels de la communication**

**Nous vous invitons le 15 mai à 14h à la  
soutenance de ce projet qui  
se déroulera à TÉLÉCOM SAINT ETIENNE**

### **CONTACTEZ-NOUS**

#### **Agence Avenir**

Tél: 02 45 67 87 67

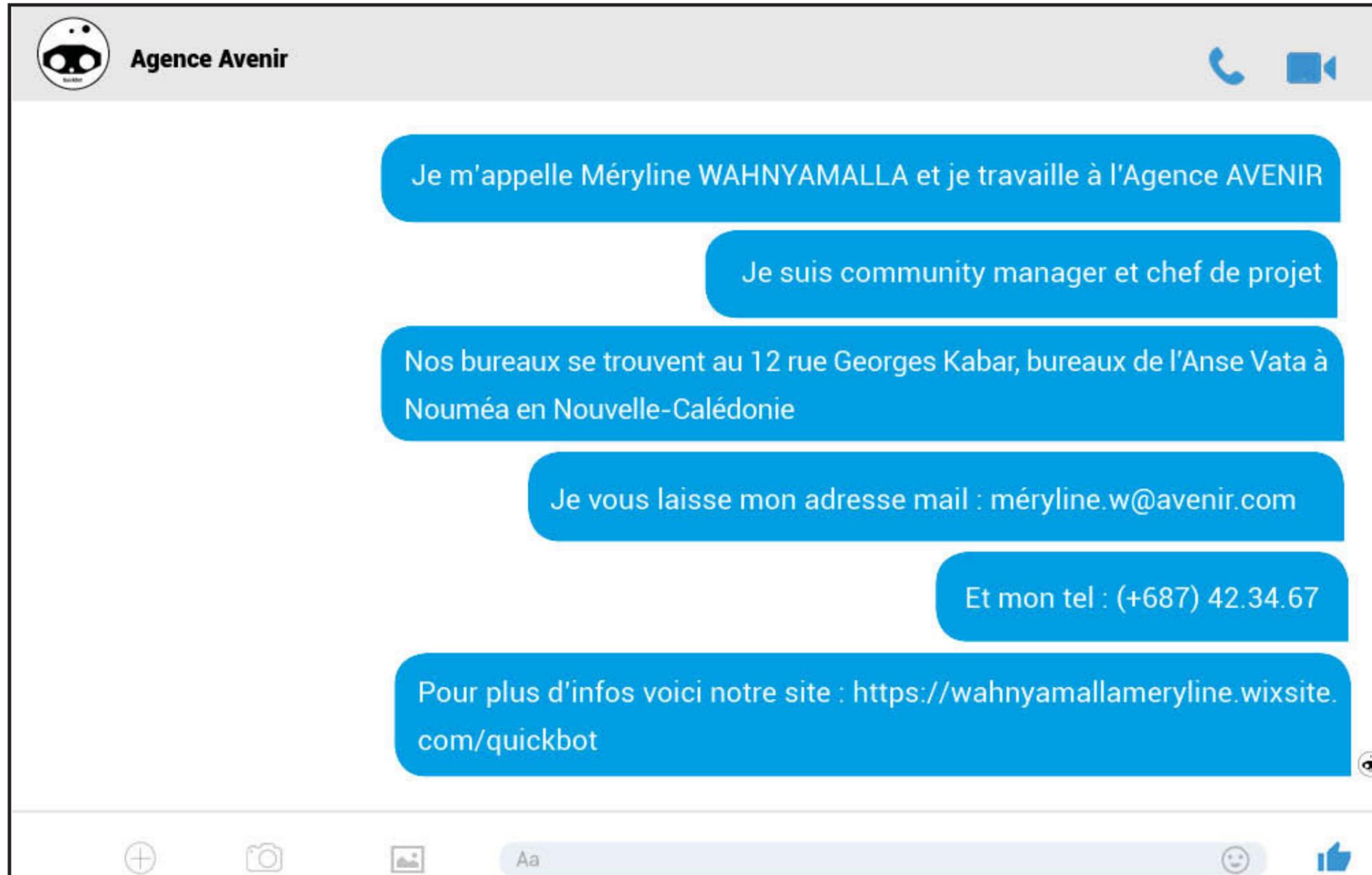
Mail : [agenceavenir@gmail.com](mailto:agenceavenir@gmail.com)

Adresse : 72 rue Georges Kabar



Site web : [wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot](http://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot)

# Carte de visite





30 Avril 2020

### L'AGENCE AVENIR ANNONCE LA SOUTENANCE DE SON PROJET

Le 15 mai 2020 à 14h se tiendra la soutenance du projet QuickBot à Télécom Saint-Etienne. Vous aurez l'occasion de tester le prototype, de rencontrer l'équipe-projet et connaître en détail le chatbot.



Nommé QuickBot, le chatbot sera officiellement lancé le 1 juin en Nouvelle-Calédonie mais avant cela, nous vous invitons à la présentation du projet qui se tiendra à l'école Télécom Saint-Etienne le 15 mai à 14h.

QuickBot est un outil de travail exclusivement réservé aux community manager travaillant dans le secteur audiovisuel et qui sera quotidiennement utilisé par les téléspectateurs. Le principe de ce chatbot est la mise en relation des téléspectateurs et de la structure télévisée par un service actif H24 et 7j/7. Notre objectif est d'offrir aux téléspectateurs une nouvelle relation-client : la relation-télespectatrice.

De plus, afin de mener à bien ce projet, nous avons lancé une campagne de financement participative sur la plateforme KissKissBankBank afin de nous aider à développer le design du chatbot et élargir ses options car finalement nous ne le créons pas uniquement pour vous mais avec vous.

Retrouvez notre page de financement participative sur [kisskissbankbank.com](https://kisskissbankbank.com) où nous vous proposons de superbes contreparties.

*L'équipe Avenir vous remercie !*

#### Contact Presse

Mail : [agence.avenir@gmail.com](mailto:agence.avenir@gmail.com)

Tel : 06.87.98.76.54

Site web : [quickbot-com.webnode.fr](https://quickbot-com.webnode.fr)

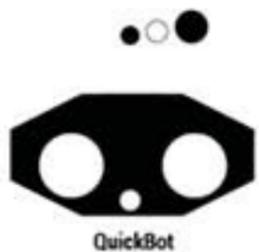
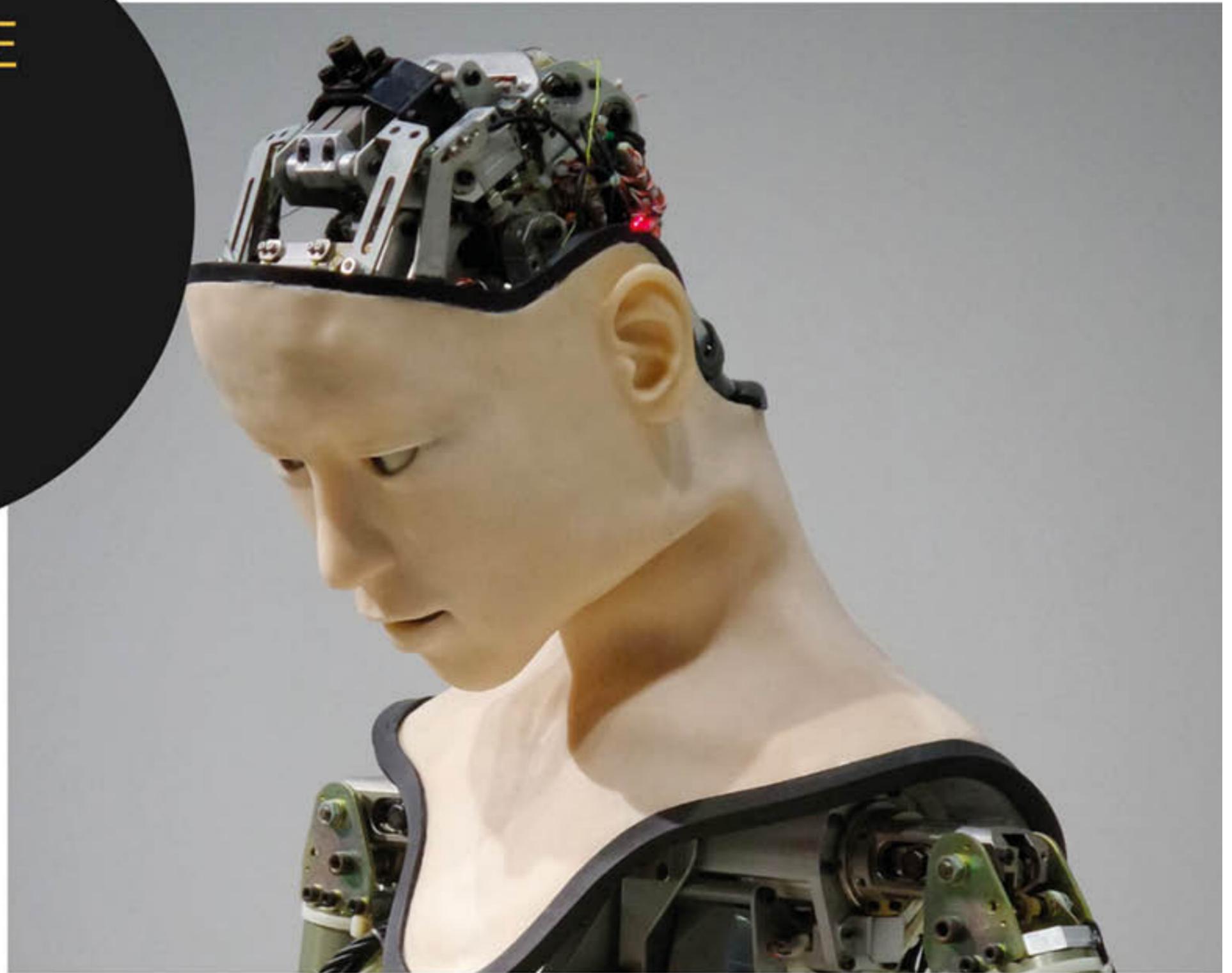


Dossier de presse (10 pages)

# DOSSIER DE PRESSE

Avril 2020

Rédigé par l'agence *Avenir*



« L'art de la conversation : même pour un bot, ça s'apprend ! »

# SOMMAIRE

## I - PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

Activités  
Valeurs

## II - PROJET

Produit  
Services

## III - REVUE DE PRESSE

A hand is shown holding a glowing, abstract, blue and red structure that resembles a network or a complex system. The structure is composed of many thin, interconnected lines and nodes, creating a complex, web-like pattern. The colors transition from deep blue on the left to bright red on the right, with a bright white light source on the right side. The background is dark, making the glowing structure stand out.

I - PRÉSENTATION  
DE L'ENTREPRISE

## QUI SOMMES-NOUS ?

Crée en 2015, Avenir est une agence de communication devenue en un très peu de temps, une référence en matière d'innovation numérique et de service. Vue sa récente création, notre agence répond parfaitement aux exigences des clients et aux lois du marché.

Spécialisée dans l'innovation numérique et des services, Avenir repousse sans cesse ses limites et développe continuellement ses processus d'élaboration afin de répondre aux mieux aux exigences de la clientèle garantissant ainsi la satisfaction de ses clients et une excellente qualité de ses services, ce qui permet de maintenir et alimenter une réputation fiable auprès des différents marchés conquis. Nous comptons aujourd'hui 4 salariés. Nous avons 1 designer de service, 1 spécialiste marketing mobile et 2 développeur web.



**Stéphanie**



**Patrick et Alain**



**Enorah**



## QUI SOMMES-NOUS ?

**AVENIR** se positionne comme une agence qui apporte conseils et accompagne les entreprises dans leur transition numérique. L'ensemble de nos collaborateurs, quelles que soient leurs compétences, partage une réelle culture de l'innovation et prône le changement.

Nous adaptons nos produits, nos services en fonction des besoins et des attentes de nos clients, afin de les encourager et les pousser dans cette nouvelle ère. Tout au long, Avenir reste à l'écoute et est proche de ses clients par un service de qualité et de proximité par :

- => Notre engagement sans faille
- => La garantie des compétences
- => Notre esprit d'équipe

**Nombre de clients en 2019 : 5 entreprises**

**Effectif moyen en 2019 : 5 personnes**

**10 000 euros de chiffres d'affaire prévisionnel en 2019**



II - PROJET

**UN PRODUIT**

**DES SERVICES**

**UN PROJET**

### **LOCALISATION**

*Où que l'on se trouve, QuickBot fournit l'information en fonction de votre zone géographique à condition d'activer la géolocalisation. Ce serait dommage de ne pas le faire.*

### **MÉSSAGERIE INSTANTANÉE**

*Discutez avec QuickBot via la plateforme Messenger. Vous pouvez même lui parler de votre journée.*

### **ENREGISTRMENT**

*Il enregistre des émissions ou les JT du soir. Y'a juste à demander.*

**QUICKBOT => Chatbot**

### **ACTIF H24 ET 7J/7**

*QuickBot vous répond à n'importe quel moment de la journée. N'ayez pas peur de le réveiller. Il est toujours debout.*

### **ALERTE**

*Mise en place d'une alerte pour vous informer de chaque émission télé et radio de votre choix. Plutôt pratique, n'est-ce pas ?*



ILS NOUS FONT  
CONFIANCE



## LE MOT DE LA DIRECTICE

« Je me suis centrée sur le secteur de **l'audiovisuel** car il est en pleine mutation. Ce secteur entre dans sa phase 4. Du cinéma et ses salles (phase 1) à la cassette vidéo (phase 2) en passant par la télévision (phase 3) puis des réseaux sociaux (phase 4), mon projet entre parfaitement dans cette dernière phase. Avec ce projet je souhaite participer au développement de cette nouvelle ère. Cela ne s'est pas fait en un claquement de doigt. Je me suis intéressée à ces **professionnels de la communication**, j'ai écouté et entendu leurs besoins. QuickBot représente un gain de temps pour les téléspectateurs et un gain d'argent pour les entreprises.

Méryline **Wahnyamalla** - Directrice ~~et cheffe de projet web/mobile~~

# CONTACTEZ-NOUS

---

Bureau de l'Anse-Vata

15 rue Georges Kabar de la Guillotière

98800 NOUVELLE-CALÉDONIE

Tel : 01 23 45 67 89

Mail : [agence.quickbot@gmail.com](mailto:agence.quickbot@gmail.com)

Site : <https://quickbot.com.webnode.fr>



# Feuille d'émargement du public attendu

| NOM             | PRÉNOM   | Institution ou entreprise | Fonction  | Contact           | Mail                                 |
|-----------------|----------|---------------------------|---|-------------------|--------------------------------------|
| deLaBourdonnaye | Gonzague | NClalère                  | Responsable de la communication et de la stratégie digitale | (+687) 23 99 37   | gonzague.delabourdonnaye@francetv.fr |
| Etiembre        | Loïc     | Télécom Saint Etienne     | Professeur - Membre du jury                                 | +33 4 77 91 57 79 | loic.etiembre@univ-st-etienne.fr     |
| Labarthe        | Fabien   | Télécom Saint Etienne     | Professeur - Membre du jury                                 | +33 4 77 91 58 98 | fabien.labarthe@univ-st-etienne.fr   |
| Henon           | Vincent  |                           | Soutien moral   |                   |                                      |
| Henon           | Maguy    |                           | Soutien moral   |                   |                                      |
| Gauthier        | Aude     | France Ô                  | Chef de projet  | +33 6 6825 51 13  | aude.gauthier@francetv.fr            |



**L'accès à l'information pour les citoyens est le plus souvent immédiat et se fait sur internet, et via, de plus en plus, les smartphones. C'est un fait, depuis l'arrivée des smartphones et des tablettes, les téléspectateurs ne consomment plus la télévision de la même manière et les chaînes télévisées ont dû se remettre en question et revoir leur façon de communiquer. La décennie 2000 a été marquée par le développement des réseaux socio-numérique dont les pionniers sont Facebook et Twitter, lancés en 2006. Ces deux plateformes et d'autres comme YouTube, Instagram ou encore Snapchat vont conduire à des modifications dans les pratiques des journalistes et au sein des rédactions. Ces changements et l'intégration de nouveaux dispositifs vont entraîner un bouleversement au sein de ces organisations qui ont été fondées sur des normes spécifiques.**

La plupart des médias se sont imaginés calquer leurs activités initiales sur le Web. Ce fut fatal pour eux car ils ont commencé à voir des pages de leurs journaux sur le Web. La numérisation a modifié l'essence même de ces médias car «entre 2005 et 2015, quasiment tous les médias ont subi des crises d'identités, des restructurations, voire des faillites ». Il était préférable de séparer les équipes Web des journalistes papiers. Le Web était perçu comme un repoussoir et c'est pour cette raison que les rédactions ont freiné

la transition numérique de leurs entreprises. Les journalistes ont très tôt intégré ces nouvelles pratiques dans leurs tâches quotidiennes à la différence des médias qui ont eux, mis un peu plus de temps à l'inclure dans leur stratégie éditoriale.

Dans le cadre de mon mémoire, je m'intéresse à la frontière entre la télévision et internet qui est en train de disparaître. Pour développer mon travail, j'ai choisi de m'intéresser à la manière dont les chaînes télévisées s'adaptent aux réseaux sociaux de façon générale. De nos jours, avec le numérique qui a conduit à la délinéarisation de la consommation média, le téléspectateur n'est plus passif mais bel et bien actif et grâce à l'arrivée des réseaux sociaux, il peut donner son avis, commenter ou encore liker. Je me focalise particulièrement sur le community management au sein d'une chaîne télévisée car c'est dans ce milieu que je souhaite m'insérer professionnellement. C'est l'opportunité, pour moi, d'étudier de près cet environnement et de le comprendre et je me pose plusieurs questions sur les réels enjeux que représente le community manager pour une chaîne télévisée. À l'heure où les médias ont intégré les réseaux sociaux au sein de leurs locaux je me demande **comment les chaînes télévisées s'adaptent-elles aux réseaux sociaux numériques ?**



Community Manager

MÉRYLINE  
WAHNYAMALLA

ÉTUDIANTE MASTER 2  
DESIGN DE  
COMMUNICATION

SOCIABLE

CURIEUSE

AMBITIEUSE

ORGANISÉE

☎ 07 87 87 28 35

in Méryline Wahnyamalla

✉ wahnyamallameryline@gmail.com

🏠 72 rue Antoine Durafour  
42000 SAINT ETIENNE

LANGUES

Anglais B2  
Espagnol B2

LOISIRS

Football  
Volley-ball  
Futsal  
Cricket  
Cinéma

## EXPERIENCES

- **Avril-Juin 2018 : Stage de 2 mois à NC1ère** (chaîne TV d'information de la Nouvelle-Calédonie)  
Création de posts sur les réseaux sociaux - Création de contenus visuels (affiches, vidéos, images)
- **2018 : Workshop au parc de Solaure (Saint-Etienne)**  
Conception d'une maquette - Conception d'un poster - Captation et montage vidéo
- **Mars 2017 : Finaliste au Challenge de la pub à Bordeaux**  
Conception d'une nouvelle communication pour JouéClub
- **2017 : Stage de 2 mois à l'ISPA** (Institut Supérieur de Plasturgie d'Alençon)  
Création de plaquettes publicitaires - Organisation du Gala annuel - Développement des contenus pédagogiques - Création de flyers et d'affiches
- **Avril 2016 : «Nuit de la Créa»**  
Renouvellement total de la communication de l'office du tourisme de la ville de Chaussey
- **Mars 2016 : Ambassadrice de la formation au salon de l'étudiant de Caen**
- **Automne 2016 : Membre des organisateurs de l'exposition d'art d'Art(ifs)Act à Caen**
- **2016 : Stage d'observation de 2 semaines à l'Agence de publicité Rose et Piment à Saint-Quentin**  
Création de contenus visuels via les logiciels Adobe - Élaboration de stratégie digitale
- **Avril 2015 : Stage d'observation de 2 semaines à RNC 1ere** (Radio de la Nouvelle-Calédonie 1ere)  
Rédaction de brèves - Suivi des journalistes sur le terrain
- **Été 2014 - 2018 : Job d'été à la médiathèque de Wé** (Nouvelle-Calédonie)  
Gestion de l'accueil - Gestion de la salle informatique - Rangement des livres en rayon

## FORMATIONS

- 2018-2020 : **MASTER Design de Communication Innovation et Médiation du Numérique** à Télécom Saint-Etienne
- 2017-2018 : **L3 Information-Communication** à l'Université de Rennes 2
- 2015-2017 : **DUT Information-Communication option publicité** à l'IUT de Caen
- 2014-2015 : **L1 Droit** à l'Université de la Nouvelle-Calédonie

## COMPÉTENCES

Graphisme   

Vidéo  

Bureautique   

# LES NEWLETTERS ( dans l'ordre chronologique)



# QuickBot

ANNONCE L'ARRIVÉE DE SA CAMPAGNE



**Objet :Petit à petit l'oiseau fait son nid** Mars 2020

Salut Patrick ,

Tu entends parler de mon projet de créer un chatbot pour téléspectateurs et auditeurs depuis deux semaines maintenant sur les réseaux sociaux.

J'ai besoin de soutien, j'ai besoin d'être vu et d'être entendu et c'est pourquoi je sollicite ton aide tant sur le plan moral que physique. Dans 2 semaines, je vais lancer ma campagne de financement participatif sur la plateforme KissKissBankBank mais avant ça, il faut que je réunisse assez de personnes et de contacts pour lancer les premiers jours de ma campagne. Si je n'atteins pas la somme de 20000€, autant te dire que ce sera un échec.

Pourrais-tu parler de mon projet autour de toi ? Je fais appel à la solidarité, c'est un défi pour moi ce projet et j'ai absolument besoin de soutien.

Je te laisse le lien du site internet pour plus de détails et te conforter dans ton choix : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>

Je te tiens informé de l'évolution du projet.

Bien à toi.

**Méryline.**

Mail : [agence.avenir@gmail.com](mailto:agence.avenir@gmail.com)  
Tel: 07.89.65.45.67  
Site : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>

[f](#) [t](#) [in](#)



# QuickBot

EST À J-5 DU LANCEMENT



**Objet : C'est dans 5 jours** Avril 2020

Salut Jean,

On y est presque ! Tu entends énormément parler de mon projet ces derniers jours, un peu plus que d'habitude. C'est normal car on est à 5 jours du lancement de la campagne de crowdfunding.

Je souhaite mener à terme QuickBot et pour cela j'ai plus que jamais besoin de votre soutien. À la fin de cette campagne, vous pourrez y gagner beaucoup car je propose de superbes contreparties. Je vise la somme de 20000€ et c'est grâce à vous avant tout que je vais les obtenir. Le but de cette démarche est de financer le design du chatbot et développer les nombreuses options que proposent QuickBot.

Si tu n'a pas encore visité mon site, ce serait l'occasion idéale : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>.

Ce projet est un aboutissement, une fierté pour une jeune entrepreneuse comme moi mais avant d'aller plus loin, je sollicite mes proches.

Je te remercie pour ton soutien et n'hésite à en parler autour de toi.

A' bientôt.

**Méryline**

Mail : [agence.avenir@gmail.com](mailto:agence.avenir@gmail.com)  
Tel: 07.89.65.45.67  
Site : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>

[f](#) [t](#) [in](#)



# QuickBot

LANCE SA CAMPAGNE DE CROWDFUNDING



**Objet : On y est presque !**

Avril 2020

Salut Suzanne,

Ça fait plusieurs semaines que je te parle de mon projet, celui de créer un chatbot pour les téléspectateurs et auditeurs et le lancement est prévu pour mi-juin et ça commence sérieusement à prendre forme.

Aujourd'hui on vient de lancer notre campagne de financement participatif sur la plateforme KissKissBankBank. Nous cherchons à obtenir des fonds pour développer davantage le design du chatbot et ses nombreuses options. On cherche à obtenir la somme de 20000€ en 45 jours donc nous avons besoin d'un maximum de soutiens et de partages pour atteindre cet objectif. Si nous n'arrivons pas à cette somme nous ne gagnerons rien.

Pour avoir plus d'informations, je t'invite à te rendre sur la page de crowdfunding : [kisskiss-bankbank.com](http://kisskiss-bankbank.com)

Serais-tu prête à contribuer à mon projet ? Nous développerions ce chatbot pour vous et grâce à vous et surtout, vous laisserez votre empreinte dans l'histoire de QuickBot.

N'hésite pas à soutenir notre initiative (on propose pleins de chouettes contreparties en échange des contributions !) et à partager le lien de notre collecte autour de toi, par mail et/ou via les réseaux sociaux.

On s'est fixé d'atteindre les 30% de notre objectif d'ici 5 jours et on compte sur tous nos proches pour relever ce défi !

Mille mercis pour ton soutien. Je reviens vers toi sous peu pour te partager les avancées de cette belle aventure !

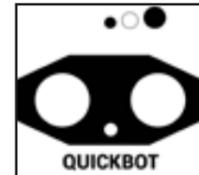
Bien à toi

**Méryline**

Mail : [agence.avenir@gmail.com](mailto:agence.avenir@gmail.com)

Tel: 07.89.65.45.67

Site : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>



# QuickBot

EST À 1 SEMAINE DE LA FIN DE SA CAMPAGNE



**Objet : On a encore besoin de vous**

Avril 2020

Bonjour Mr Dupont,

Nous touchons presque à la fin de notre campagne de crowdfunding mais nous n'avons pas encore atteint notre objectif. C'est pourquoi nous vous sollicitons pour concrétiser ce projet.

Il y a 3 semaines, nous avons lancé la campagne de financement participatif sur la plateforme KissKissBankBank où vous y trouverez de formidables contreparties. Nous sommes à deux doigts d'y arriver car nous nous trouvons à 80% de la somme finale. Cette campagne a pour but de réunir la somme de 20000€ afin de développer le design de QuickBot et les nombreuses options qu'il propose.

Nous pouvons le faire, nous y croyons fortement, nous voulons atteindre cet objectif et pour se faire nous avons besoin de vous.

Je vous laisse ici le lien vers notre campagne de crowdfunding : [kisskissbankbank.com](http://kisskissbankbank.com)

Nous vous remercions et n'hésitez pas à en parler à votre entourage.

À bientôt.

**Toute l'équipe de l'Agence Avenir.**

Mail : [agence.avenir@gmail.com](mailto:agence.avenir@gmail.com)

Tel: 07.89.65.45.67

Site : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>



# Courrier de réservation de la salle

Wahnyamalla Méryline  
72B rue Antoine Durafour  
42000 Saint-Etienne  
0787872835

Jacques Fayolles  
25 rue du Dr Remy Annino  
42000 Saint-Etienne, FR

**30 avril 2020**

**Objet : réservation de salle pour la soutenance**

Monsieur Fayolles,

En vue de ma soutenance, je serai désireuse en tant qu'étudiante de Télécom Saint-Etienne de pouvoir bénéficier de la salle Newsplex. Ma soutenance de fin d'étude se tiendra le 15 mai 2020 à 14h.

En ce qui concerne le matériel, j'y ai employé mes propres ressources et nécessite quelques appareils électroniques de la part de l'école. C'est pourquoi vous trouverez, joint au courrier, un cahier des charges techniques et la liste de matériel dont j'aurai besoin. Vous y trouverez également une fiche de présentation de mon projet professionnel.

Je me tiens à votre disposition pour tous renseignements complémentaires qui vous seront utiles.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Directeur, l'expression de mon profond respect.

Méryline Wahnyamalla.

Dans le cadre de ma soutenance, je vais prendre une démarche directive, je serai l'hôtesse et je guiderai les visiteurs tout au long de l'exposition. Je vais rester dans une ambiance sérieuse et stricte.

Durant ma soutenance, les membres du jury et les autres visiteurs entreront par la porte d'entrée principale de la salle Newsplex. Ils se dirigeront directement vers le fond où est situé le rétroprojecteur gauche (pointillés bleu). A cet endroit, se trouvera un coin salon où j'aurai installé des canapés et une petite table afin de créer une ambiance conviviale. Dans le coin salon, je vais expliquer aux visiteurs mon projet professionnel et expliquer l'intérêt de ce chatbot. Ensuite, j'ai prévu de faire 2 petites scènettes. Au cours de la première scènette (pointillés rose), nous voyons un téléspectateur devant sa télé n'ayant pas QuickBot. Nous voyons qu'il est en difficulté. Puis, dans la seconde (pointillés vert), nous voyons un utilisateur utilisant QuickBot et tout lui paraît plus facile et rapide. Je compte utiliser le robot de la salle Newsplex qui représentera QuickBot. Enfin, nous retournons dans le coin salon où je leur expliquerai en détail les autres services et options que proposent le chatbot. Pour les deux scènettes, je vais faire appel à deux de mes camarades pour jouer les rôles des deux utilisateurs. Concernant le décor des deux scènettes, je vais aménager l'endroit en sorte que nous voyons qu'ils se trouvent dans un salon devant leurs télévisions.

Concernant la décoration générale de la salle Newsplex je n'ai pas encore d'idée précise mais je compte rester très neutre. Je vais utiliser les 2 écrans du côté droit en guise de télévision. Enfin, à la fin, nous nous dirigerons au buffet (pointillés jaune) qui se trouve à gauche de la salle Newsplex, en face du coin salon.

***\*Les écrans feront office de télévision***

***\*La scènette sera jouée par une camarade de classe***

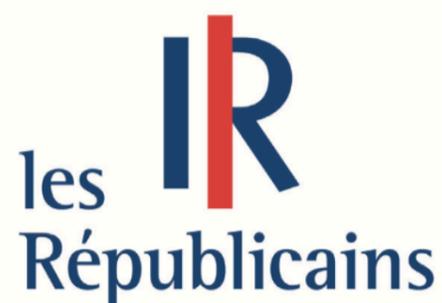
***\*Coin salon : endroit où je vais placer les membres du jury pour présenter mon projet à savoir la genèse, à quel problème mon bot répond et autres***

***\*Le logo représente QuickBot et ce sera le robot de la salle Newsplex qui sera à cette place pendant la soutenance***

# Liste de matériel pour la soutenance

|                                   | QUANTITÉ | TYPE        | OÙ                    | A FAIRE LE           | FAIT LE | BUDGET       |
|-----------------------------------|----------|-------------|-----------------------|----------------------|---------|--------------|
| <b>A l'entrée</b>                 |          |             |                       |                      |         |              |
| ordinateur (pour prompteur)       | 1        | le mien     |                       |                      |         |              |
| affiches A3                       | 3        | Imprimeur   | Corep                 | une semaine avant    |         | 3 €          |
| tableau blanc                     | 1        | Prêt        | Iram                  | deux semaines avant  |         |              |
| stabilo                           | 3        | Prêt        | Iram                  | deux semaines avant  |         |              |
| table ronde                       | 1        | Prêt        | Iram                  | deux semaines avant  |         |              |
| brosse à effacer                  | 1        | Prêt        | Iram                  | deux semaines avant  |         |              |
| <b>Pour le plateau télé</b>       |          |             |                       |                      |         |              |
| chaises                           | 5        | Prêt        | Télécom Saint Etienne | le jour J            |         |              |
| tables                            | 4        | Prêt        | Télécom Saint Etienne | le jour J            |         |              |
| tissus 1mètre                     | 3        | Achat       | Action                | 1 mois avant         |         | 30 €         |
| scotch                            | 2        | Achat       | Action                | 4 à 3 semaines avant |         | 1€20         |
| paquet de punaise                 | 1        | Achat       | Action                | 3 à 4 semaines avant |         | 1 €          |
| caméra                            | 3        | réservation | Iram                  | 3 à 4 semaines avant |         |              |
| trépied                           | 3        | réservation | Iram                  | 3 à 4 semaines avant |         |              |
| télévision                        | 1        | réservation | Iram                  | 3 à 4 semaines avant |         |              |
| Bouteille d'eau                   | 6        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 3€50         |
| micros                            | 5        | réservation | Iram                  | 3 à 4 semaines avant |         |              |
| spots lumières                    | 3        | réservation | Iram                  | 3 à 4 semaines avant |         |              |
| <b>Pour le coin buffet</b>        |          |             |                       |                      |         |              |
| table                             | 1        | Prêt        | Télécom Saint Etienne | J-J                  |         |              |
| tissu                             | 1        | Achat       | Action                | 3 à 4 semaines avant |         | 10 €         |
| canapé                            | 2        | Prêt        | Télécom Saint Etienne | J-J                  |         |              |
| tapis                             | 1        | Achat       | Action                | 3 à 4 semaines avant |         |              |
| Paquets de gâteaux                | 2        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 15 €         |
| Boissons                          | 3        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 10 €         |
| Assiette en plastique (lot de 10) | 2        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 10 €         |
| Boîte de cure dent                | 1        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 1 €          |
| gobelet (lot de 25)               | 5        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 1€19         |
| paquet de pain de mie             | 1        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 1 €          |
| Boîte de cornichon                | 1        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 2€95         |
| pâté                              | 1        | Achat       | Auchan                | J-1                  |         | 1€90         |
| <b>TOTAL DE LA SOUTENANCE</b>     |          |             |                       |                      |         | <b>91€74</b> |

ÉTAT DE L'ART



## Description

Le robot a été développé par TYC, une start-up de la « civic tech », basée à Station F. Ce chatbot est accessible sur la page Facebook de LR en cliquant sur « envoyer un message » ou sur l'application Facebook Messenger. Ce chatbot de Les Républicains permet à l'internaute de consulter le programme, de se renseigner sur les événements prévus près de chez lui ou de suivre les dernières actualités de François-Xavier Bellamy par exemple, la tête de liste du parti. Un quiz sur l'Europe a été également intégré dans le chatbot.

On retrouve l'actualité du parti, le projet européen et les candidats qui les portent, nous retrouvons des quizz afin de tester les connaissances sur L'Europe. Il y a également le programme détaillé du parti ainsi que les événements près de chez nous.

## Son univers visuel

- Univers neutre
- Utilisation d'émojis

## Objectifs

L'objectif principal de ce chatbot est d'attirer une cible plus jeune pour les élections européennes.

## Cibles

- Le but étant de toucher une cible plus jeune. Donc le coeur de cible est très jeune.
- Les électeurs du parti «Les Républicains»



## Live aus München

### Description

Il s'agit de la radio très populaire de Munich, «Munich Radio Arabella». La radio mise sur l'engagement des auditeurs par Messenger. Les auditeurs ont la possibilité d'alerter la rédaction sur des embouteillages, accidents, radars et actualités de Munich ou d'exprimer des souhaits musicaux. La chaîne offre aussi la possibilité aux auditeurs de consulter des actus, activées par mots clé, sur des rendez-vous et événements spécifiques consultables en un clin d'œil.

### Objectifs

- Informer les auditeurs
- Volonté d'impliquer davantage les auditeurs

### Cibles

Principalement les auditeurs de Munich

# franceinfo:

**C'est un concurrent direct**

## **Description**

Le bot de FranceInfo sur Facebook Messenger est une interface de conversation. Elle permet aux utilisateurs de recevoir des alertes personnalisées et de converser directement avec FranceInfo depuis leur application de messagerie.

Lorsque nous ouvrons la messagerie, nous voyons un message automatique : «Bonjour Méryline ! Je suis le bot de franceinfo, je peux vous envoyer des alertes personnalisées à l'heure qui vous convient le mieux».

## **Cibles**

Les téléspectateurs et auditeurs abonnés à la page Facebook de la chaîne télévisée.

## **Son univers visuel**

- Univers neutre
- Utilisation d'émojis
- Vouvoiement (règle éditoriale)

## **Objectifs**

Le bot de FranceInfo permet :

- d'être informé des actualités de dernière minute,
- de recevoir régulièrement les principales informations à retenir de l'actualité
- de s'abonner à une sélection d'articles de la rédaction et des blogueurs franceinfo sur un thème particulier, selon ses centres d'intérêts. Ce bot permet uniquement la personnalisation d'alerte.

## Description

La chaîne télé « Télé Loisirs » a lancé un Live Bot. Il s'agit d'un chatbot qui répond aux questions des téléspectateurs concernant les émissions de télé et leurs horaires de diffusion. Prisma Media a lancé sur la page Facebook de Télé Loisirs une fonctionnalité de « Bot Live ». Cette fonctionnalité est accessible à partir du bouton « contacter » et dans la fenêtre qui s'ouvre, l'internaute pose sa question sur les programmes de la soirée, d'une ou de plusieurs chaînes. Le Live Bot apporte la réponse à travers une image ou une série d'images, sur lesquelles figurent le nom du programme, celui de la chaîne et l'horaire de diffusion. En cliquant sur le visuel, il est redirigé sur la page programme du site fixe ou mobile de programme-tv.net.



## Cibles

Les téléspectateurs et auditeurs abonnés à la page Facebook de la chaîne télévisée.

## Objectifs

- Informer les téléspectateurs en temps réel à propos des émissions et des programmes télévisés.
- Rapidité de l'information
- Veille continue
- Plus de trafic sur le site internet (call to action du chatbot)

## Son univers visuel

- Univers neutre
- Utilisation d'émojis
- Vouvoiement (règle éditoriale)

## C'est un concurrent direct



**Your.MD**

## **Description**

Your.MD est une société de santé numérique qui utilise l'intelligence artificielle pour fournir aux utilisateurs des informations de santé personnalisées via un chatbot. Elle a été fondée à Oslo, en Norvège, en 2013 et a maintenant son siège à Londres, en Angleterre.

## **Cibles**

Tout le monde

## **Objectifs**

Ce chatbot fournit des conseils médicaux en fonction des symptômes que nous décrivons afin de nous permettre de prendre de meilleures décisions en matière de santé, à tout moment, n'importe où, gratuitement et sans nécessairement aller voir un médecin. Ce chatbot se rapproche des objectifs de mon chatbot c'est-à-dire qu'il donne des informations aux internautes de manière précise et rapidement et en un clic. Le service qu'il offre est similaire à mon projet, pas seulement parce que c'est un chatbot, mais il fournit des informations sur un thème précis sans qu'un community manager s'en charge.



## Description

La Société Générale expérimente SoBot. Le chatbot est directement connecté aux comptes courants du client, permettant ainsi de lui apporter des réponses personnalisées, de manière simple, 24/7. Le chatbot, va pouvoir effectuer des recherches d'opérations par date, libellé et montant, restituer le solde ou encore agréger des opérations par catégorie. SoBot est accessible depuis l'Appli Lab1, une application lancée en 2014 par la banque pour co-construire et tester avec ses clients les futurs services innovants de l'Appli Société Générale.

## Cibles

Principalement les clients de la Société Générale

## Objectifs

La Société Générale a lancé son propre chatbot sur Facebook Messenger. Ce chatbot permet de recevoir des conseils et réponses sur des questions financières, allant de la gestion de son budget à la recherche d'emploi en passant par le logement.

Ce chatbot rejoint mon projet car il est directement implanté au Facebook Messenger de la Société Générale



**C'est un concurrent direct**

### **Description**

H&M dispose d'un chatbot qui apprend à connaître le style de l'utilisateur. Lorsque les clients interagissent avec lui, ils sont interrogés sur le type de vêtements qu'ils préfèrent. Une fois que le bot dispose de suffisamment d'informations, il recommande alors des tenues personnalisées et adaptées aux goûts du client. Ce chatbot concerne le secteur de la mode mais rejoint une des options que propose mon projet. Quick-Bot, demandera des informations concernant les internautes afin de personnaliser la conversation.

### **Cibles**

Cible jeune : 12-30 ans

### **Objectifs**

- Personnaliser la relation avec les clients
- Enrichir l'expérience client de H&M
- Se rapprocher de la clientèle

# Dior

## Description

Dior a lancé un chatbot via Facebook Messenger, appelé "Dior Insider". Ce chatbot répond aux consommateurs qui lui posent des questions concernant un produit. Le service délivre des conseils et des informations de beauté en fonction de plusieurs réponses aux questions lors de la première connexion. Outre les conversations personnalisées, les visiteurs peuvent également accéder aux interviews exclusives de la marque, aux gifs, aux vidéos et aux publications des réseaux sociaux présentant les dernières tendances.

Ce chatbot se rapproche de QuickBot de par le service principal proposé à savoir donner des informations sur les programmes télévisées et leurs horaires.

## Cibles

- Principalement les clients de Dior
- Hommes et femmes 25-50 ans et +

## Objectifs

- Personnaliser la relation avec les clients
- Enrichir l'expérience client de Dior
- Renforcer le lien de proximité avec la clientèle



# Le Parisien

## Description

Le Parisien lance également son chatbot. Lors des dernières élections présidentielles, le titre de presse laissait la possibilité aux lecteurs de converser avec un chatbot par messages privés sur ses comptes Twitter Le Parisien et Le Parisien Politique. Pour connaître les propositions des candidats sur différents sujets et thématiques, les utilisateurs n'avaient qu'à poser une question et recevaient une réponse instantanément.

## Cibles

- Principalement les électeurs du parti
- Hommes et femmes 25-50 ans

## Objectifs

- Attirer plus d'électeurs
- Recherche d'un électorat plus jeune

# SEPHORA

## Description

Grâce au chatbot «Beauty Bot», Sephora converse avec ses clients en manque d'inspiration pour Noël, afin de leur recommander une sélection de cadeaux personnalisée. En effet, ce chatbot va permettre aux clients de découvrir les produits et d'obtenir des recommandations personnalisées. Après quelques questions, le client n'a plus de secret.. Il ne reste plus qu'à proposer les bons produits et conseils.

À travers le chatbot « Beauty Bot» , Sephora aide ses clients en manque d'inspiration à trouver un cadeau grâce à des suggestions de produits sélectionnés en fonction des réponses de l'utilisateur.

## Cibles

- Principalement les clients de Sephora
- Public large : 12-50 ans

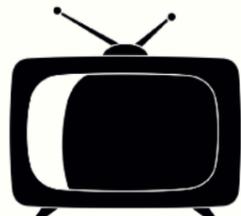
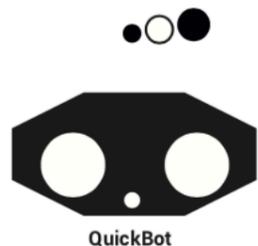
## Objectifs

- Proposer une expérience similaire à un conseil en boutique
- Enrichir et améliorer l'expérience client
- Se rapprocher de la clientèle
- Sephora souhaite s'affirmer en tant que pionnière en digitale

Méryline  
Wahnyamalla

# Charte graphique de QuickBot



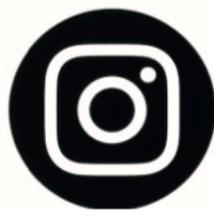
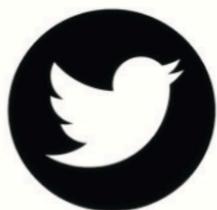


## Présentation du projet



Mon projet se nomme QuickBot. Il s'agit d'un chatbot exclusivement réservé aux community manager des chaînes télévisées.

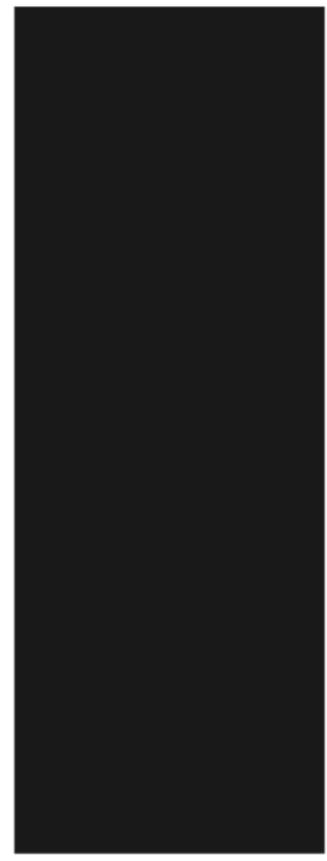
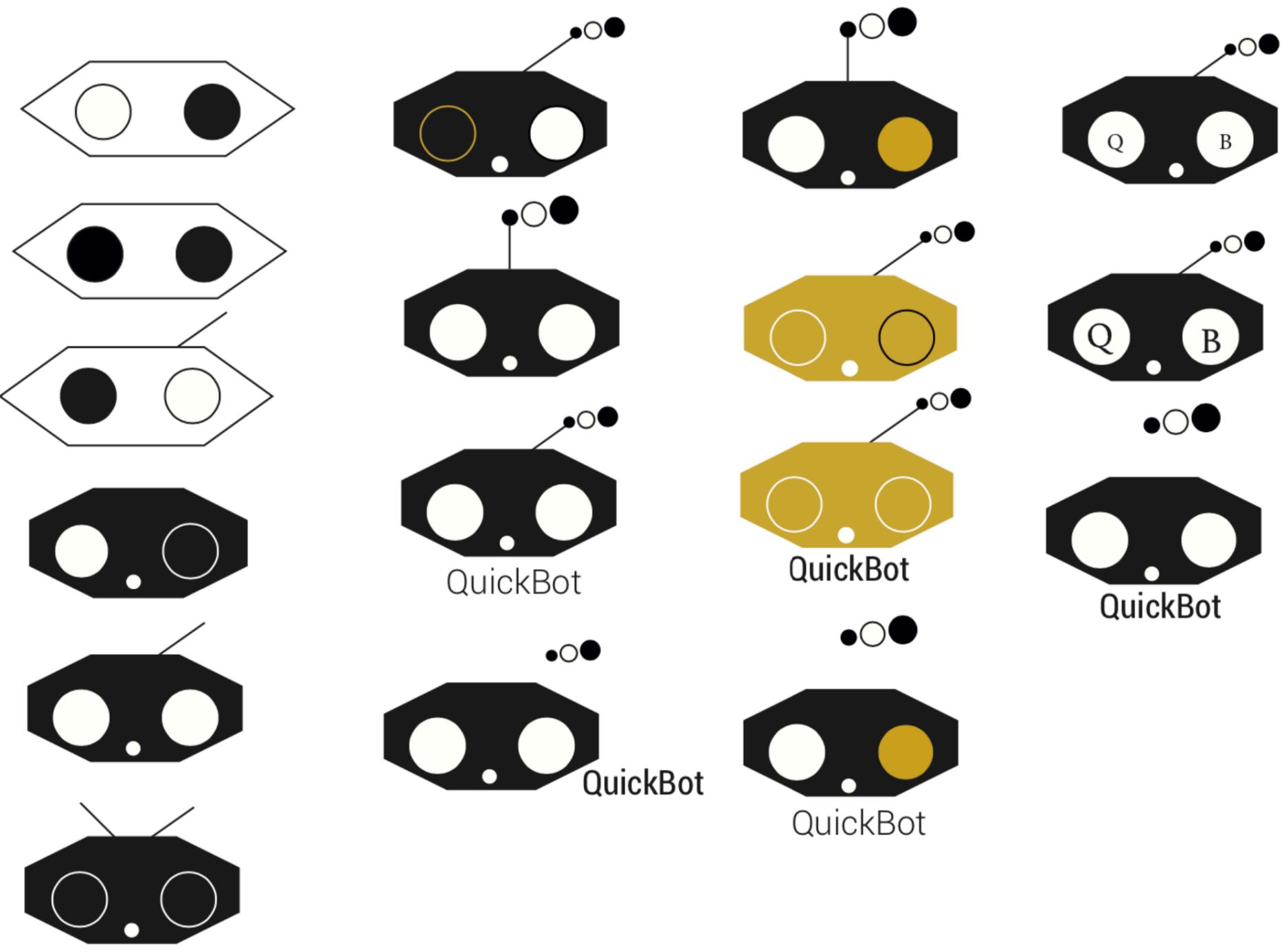
L'objectif principal de QuickBot est de répondre à des questions concernant les programmes TV ou les heures de diffusion. Des questions simples de la part des internautes suivies de réponses courtes et précises de QuickBot.



Le community manager d'une chaîne comme tout autre community manager de n'importe quelle structure doit se trouver sur plusieurs réseaux sociaux. Quotidiennement, les community manager reçoivent des messages de la part d'internautes de ce genre : à quelle heure passe cette émission ? Quelle émission sera diffusée ce soir ? Il s'agit de questions toutes simples alors qu'ils peuvent bien trouver ces informations sur le site web de la chaîne.

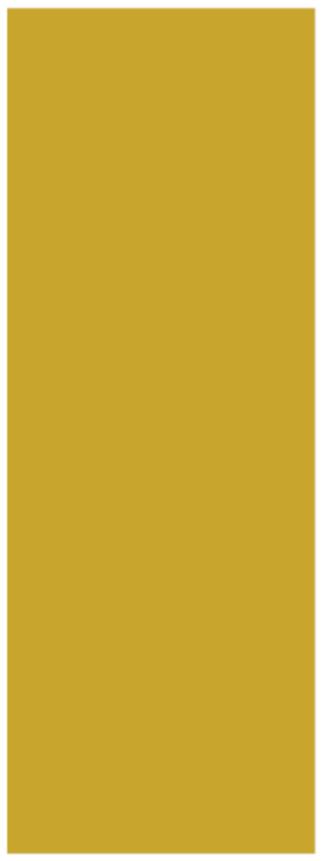


De plus, l'élément important à ne pas négliger est l'aspect humain de ce chatbot c'est-à-dire qu'il aura une assistance venant d'une personne physique. Lorsque QuickBot ne pourra répondre à une question précise comme par exemple : pourquoi y'a t-il plus de femmes dans cette émission plutôt que dans une autre ? QuickBot enverra automatiquement un message à un community manager pour qu'il y réponde.



#000000

#ffffff



#d8ad06

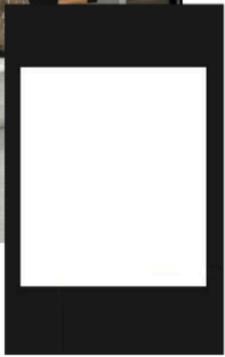
# MOODBOARD



the  
**LIGHT  
FONT**

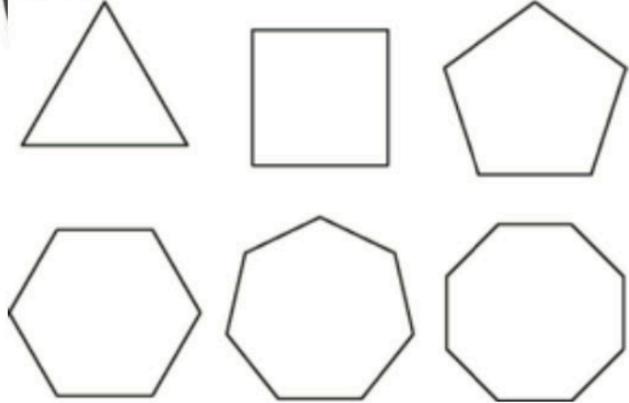


|                        |                        |
|------------------------|------------------------|
| WALD<br>Roboto         | LA<br>Merr             |
| Droid Serif<br>Poppins | A<br>Re                |
| ALEGRYA<br>Open sans   | MONTSERRAT<br>Vollkorn |



\_Roboto

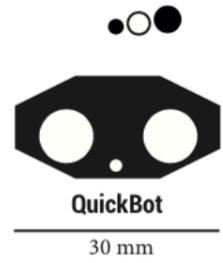
android



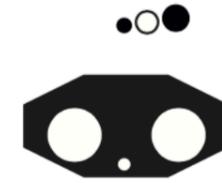
**LUMINA**  
a modern sans serif

# Taille

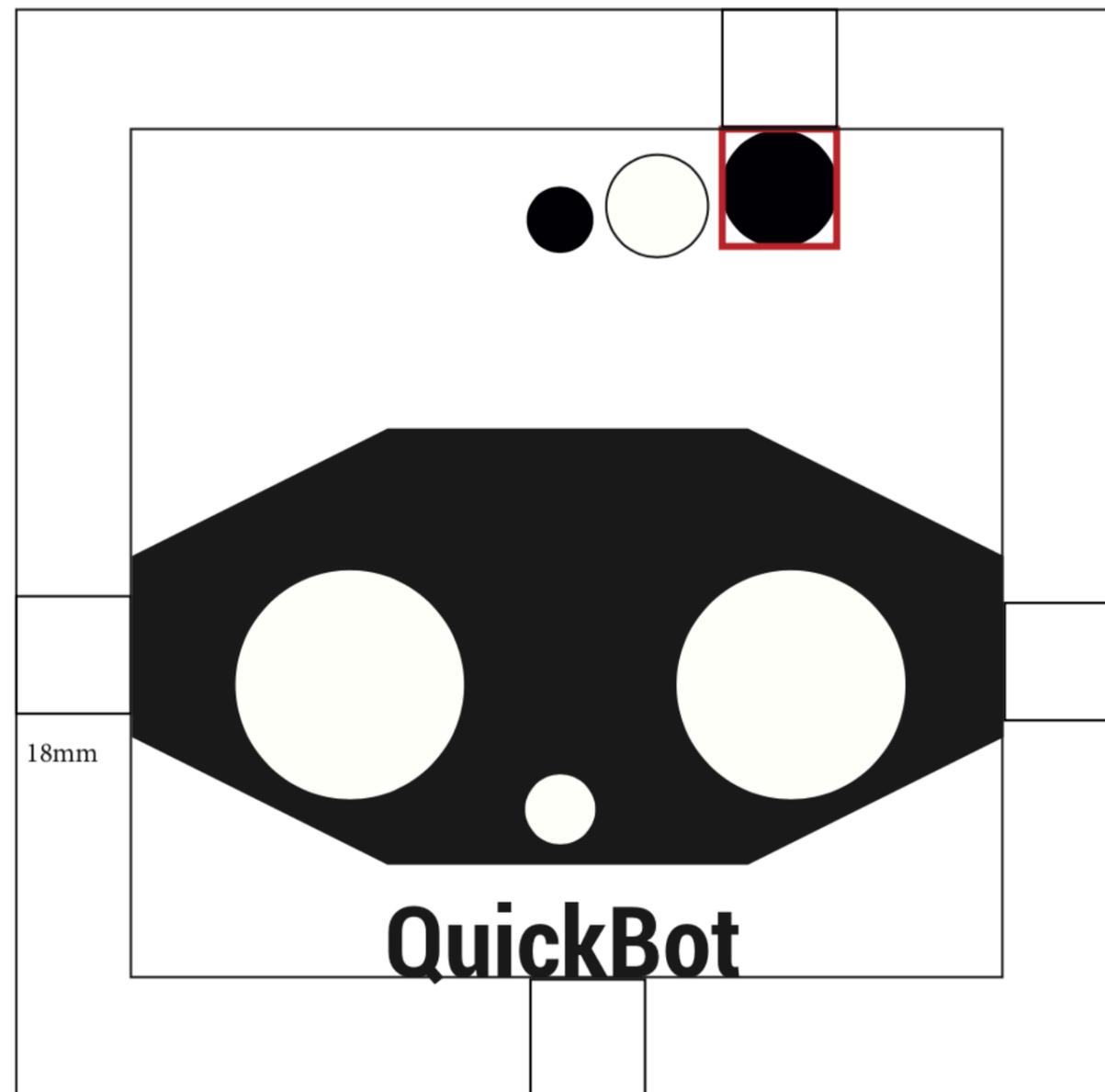
Taille minimale du logo



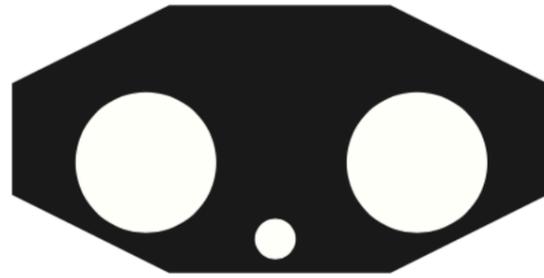
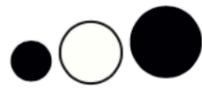
Autre utilisation du logo



Zone de dégagement

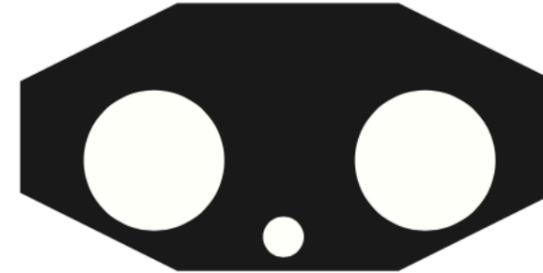


1/3 de l'écran sur écran d'ordinateur  
1/3 de l'écran sur écran de smartphone

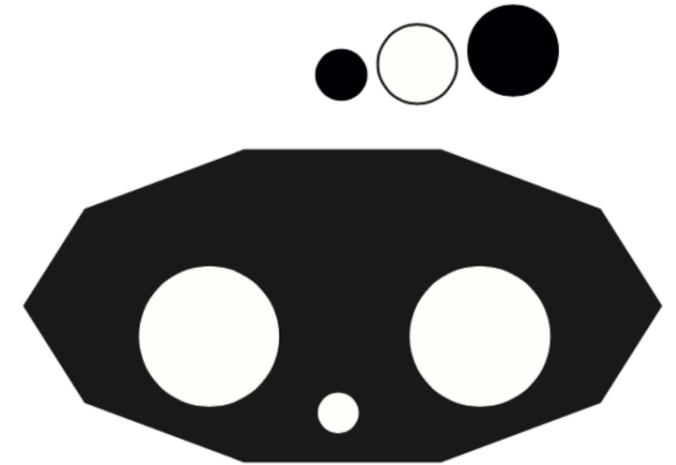


**QuickBot**

Choses à ne pas faire avec le logo



**QuickBot**



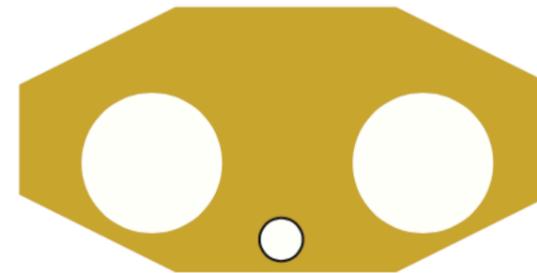
**QuickBot**

- Ne pas enlever les trois ronds sur la tête du robot car ils représentent la bulle de discussion dans les messageries instantannées. Il s'agit là de la principale fonction de QuickBot.

- Ne pas modifier la forme du visage du logo (polygône à 8 côtés)

- Ne pas modifier la taille des ronds

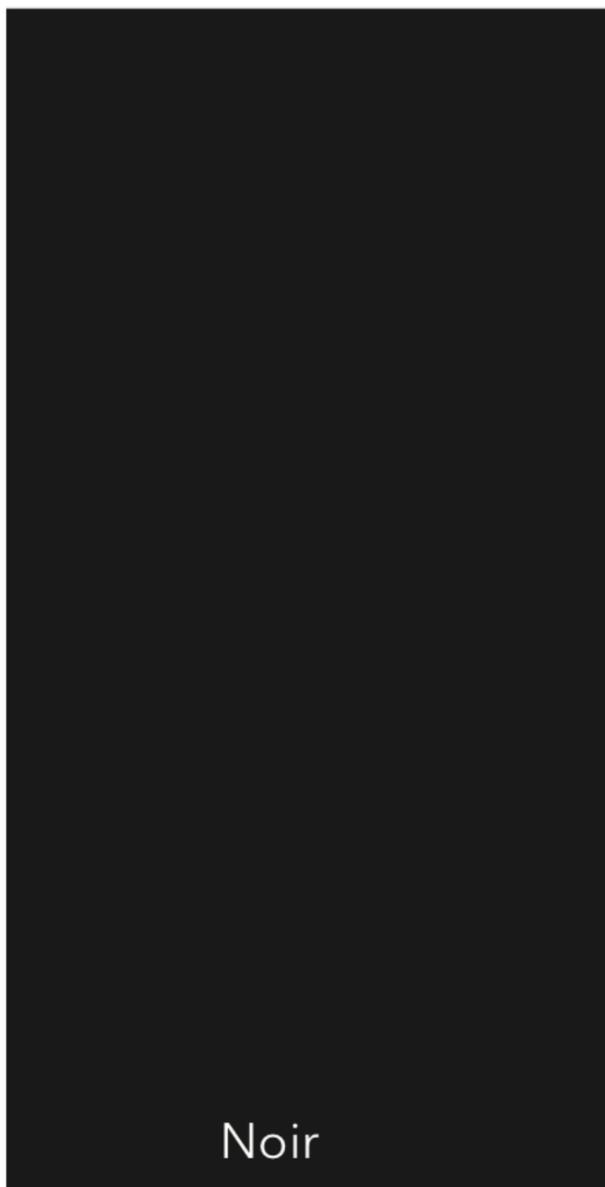
- Ne pas changer les couleurs noir et blanc car elles transmettent les valeurs de QuickBot.



**QuickBot**



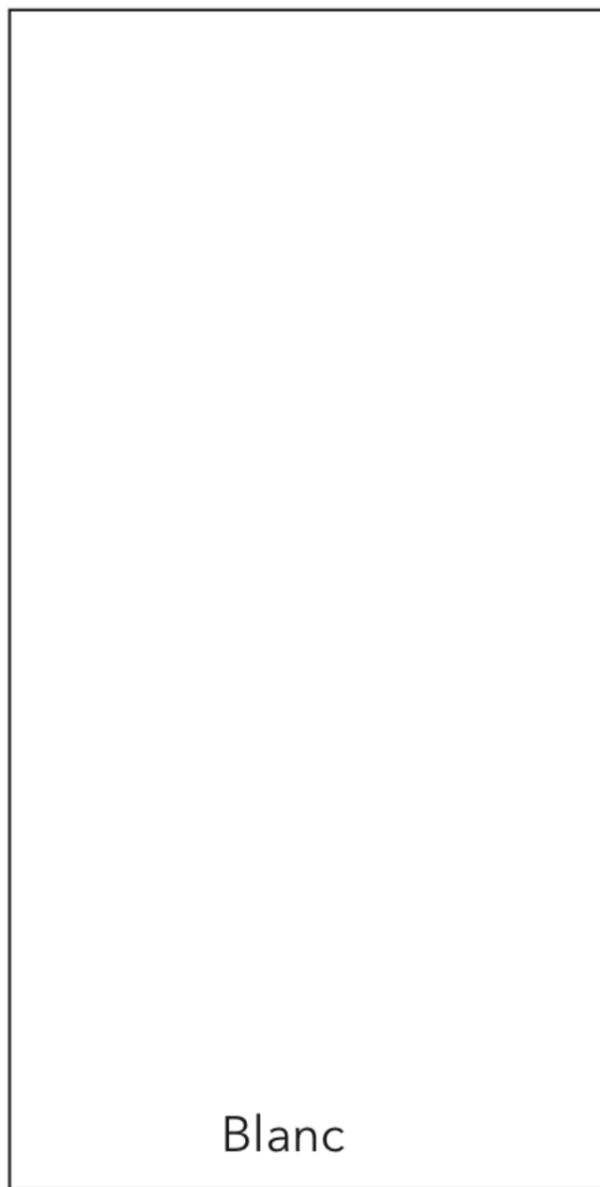
**QuickBot**



Noir

Valeurs CMJN  
0%, 0%, 0%, 100%

Valeurs RVB  
0, 0, 0



Blanc

Valeurs CMJN  
0%, 0%, 0%, 0%

Valeurs RVB  
255, 255, 255



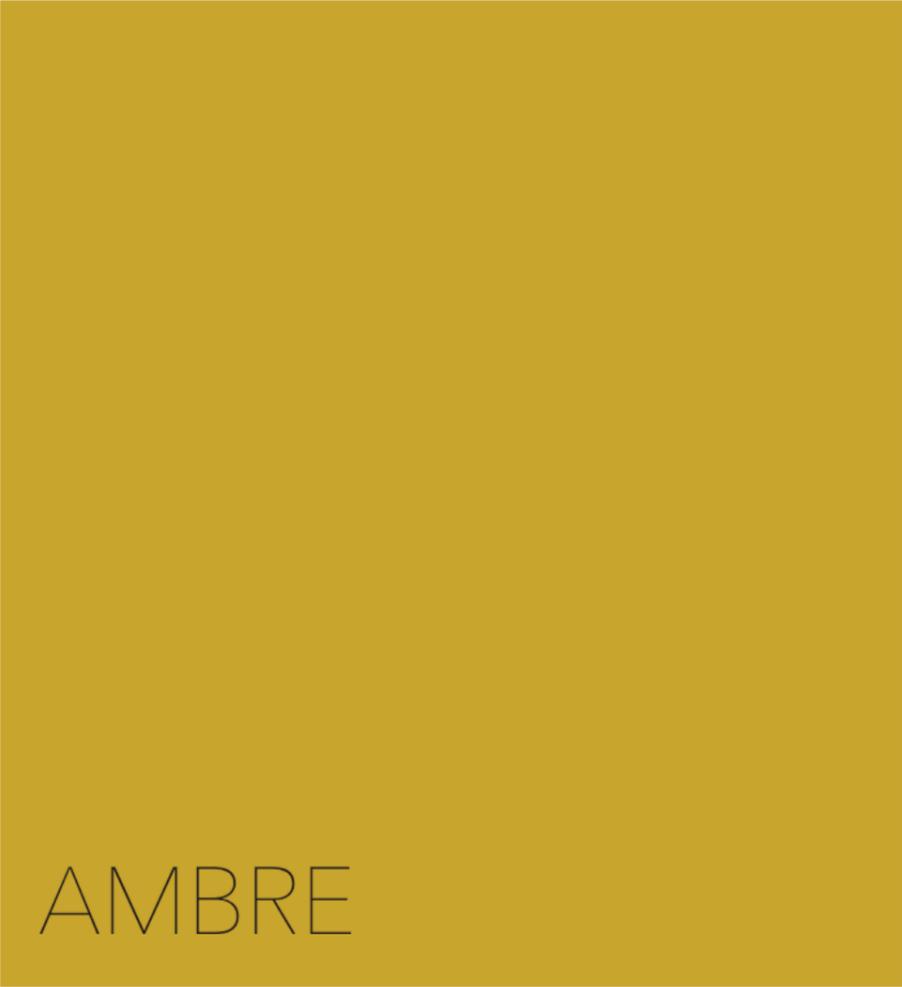
Ambre

Valeurs CMJN  
0%, 19%, 100%, 6%

Valeurs RVB  
240, 195, 0

# PALETTE DE COULEURS DES PLATEFORMES





AMBRE

Mon logo est composé de deux couleurs uniquement, du noir et du blanc. J'ai choisi deux couleurs simples et neutres parce que, avant tout, ces couleurs reflètent les valeurs de QuickBot mais aussi pour qu'il s'intègre facilement sur les plateformes car je compte intégrer une troisième couleur, l'ambre, dans ma charte graphique.

L'ambre est une couleur chaude, une couleur qui varie entre le jaune et le orange. J'ai voulu rajouter cette couleur afin de donner un côté convivial et chaleureux à Quickbot. Vous pouvez le voir ci-dessous avec la version sur mobile et celle sur ordinateur.

# POLICE DE CARACTÈRE

Roboto

Thin

*Thin Italic*

Light

*Light Italic*

**Regular**

***Regular Italic***

**Medium**

***Medium Italic***

**Bold**

***Bold Italic***

**Black**

***Black Italic***

J'utilise la police **Roboto Bold** pour le logo

J'utilise la typographie « ROBOTO » pour le nom de mon logo. « QuickBot » qui apparaît sous le logo est écrit avec la typographie « ROBOTO » car c'est une police sans empattements, qui a une apparence stricte et qui suit la même logique des formes de mon logo. Mon logo est simple, il s'agit d'une superposition de différentes formes, ronds et polygone à 8 côtés et la police « ROBOTO » est une traduction imagée de mon logo.

# RÈGLES ÉDITORIALES

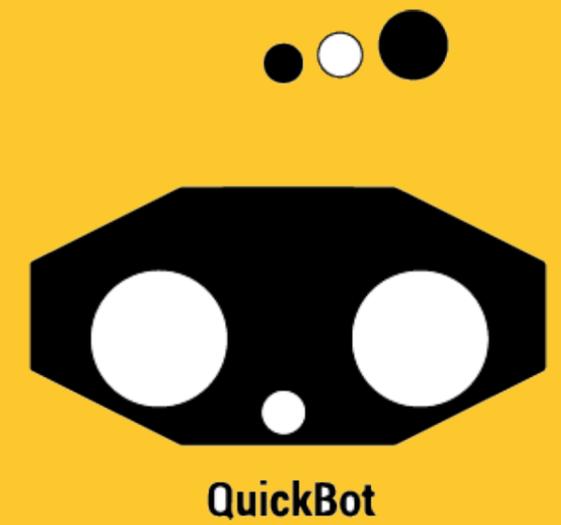
La cible principale de QuickBot sont les téléspectateurs et internautes qui suivent la chaîne télévisée sur les réseaux donc une cible large **15-60 ans**

**Ton neutre** : vouvoyer les utilisateurs parce qu'il s'agit de la communauté d'une chaîne télévisée donc il faut employer un discours neutre et simple et la principale fonction de QuickBot est d'informer.

**Réactivité et rapidité** : QuickBot est toujours disponible et répond rapidement aux questions car c'est une de ses principales fonctions d'où le «Quick» dans le nom du logo.

**Aller droit à l'essentiel** de l'information

**Réponses courtes et brèves**



MERCI DE VOTRE  
ATTENTION