

Customer journey St-Luc

Mardi 3 septembre 2019



Marion Rohrbach

Emilie Roemer

Alexandra Fadeev

Sierre, le 08.10.2019

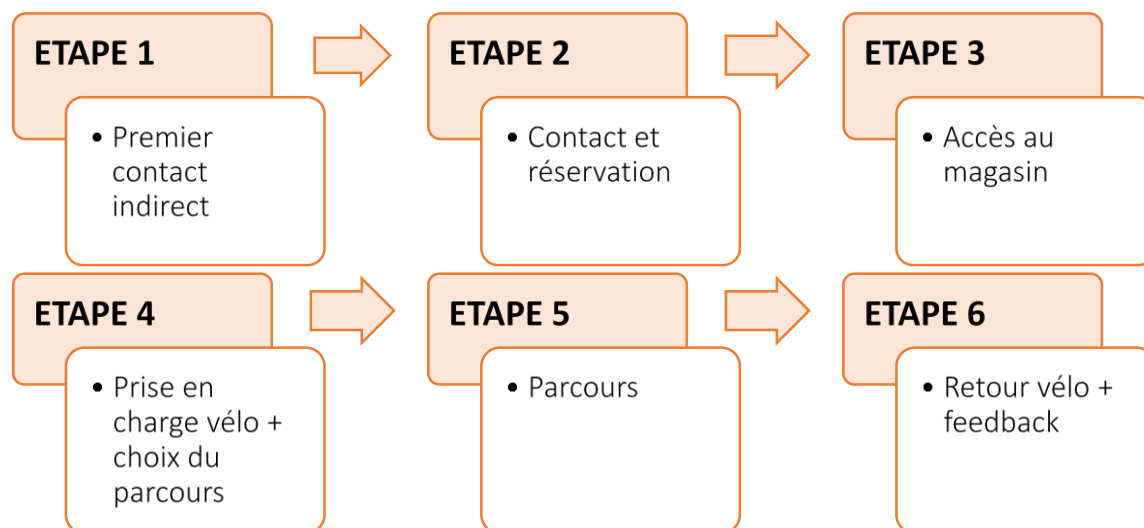
Table des figures

Figure 1 : Magasin "Sport 4000 ".....	2
Figure 2 : GPS E-Bike district avec le choix du parcours.....	3
Figure 3 : Photo du vélo lors d'une pause	3
Figure 4 : Chemin caillouteux et très raide	4
Figure 5 : Les différents chemins en descente	4
Figure 6 : Évolution de la motivation à travers les étapes de la customer journey	11

Table des matières

Table des figures	i
Table des matières	ii
Déroulement de notre expérience	1
Pré-activité	1
1. Premier contact indirect.....	1
2. Contact et réservation	1
3. Accès au magasin	2
4. Prise en charge des E-Bike et choix du parcours	3
5. Parcours.....	3
6. Retour vélo et feedback.....	5
Post-activité, répétition de l'expérience.....	5
Synthèse des points positifs de l'activité E-Bike à St-Luc:.....	6
Problèmes identifiés lors de notre expérience E-Bike et nos propositions d'amélioration : ...	7
Tableau de synthèse.....	10
Evolution de la motivation à travers les étapes de la customer journey.....	11

Déroulement de notre expérience



Pré-activité

Lors de la présentation du sujet et de la proposition d'aller tester ce sport, nous étions vraiment enchantées et très motivées. En effet, nous sommes sportives et aimons aller en montagne faire de la marche et du vélo. Aller tester le E-Bike était donc pour nous une véritable opportunité.

1. Premier contact indirect

Au mois de mai, lorsque nous avons pris connaissance du sujet de travail pratique pour le semestre, nous nous sommes directement rendues sur le site internet d'Anniviers tourisme afin de découvrir l'offre. Nous avons tout de suite essayé d'imaginer ce que nous allions pouvoir faire afin de rendre un peu plus tangible ce qui allait nous attendre cet été.

À ce moment-là, il faut admettre que nous avons été relativement déçues car le site internet ne présentait ni cartes avec les parcours indiqués, ni photos des vélos ou de personnes effectuant un parcours. De ce fait, nous avons eu de la peine à nous imaginer quel tour nous allions faire. Nous avons simplement trouvé une liste avec les contacts des magasins de sport qui possèdent des E-Bikes, sans savoir que faire. Ces magasins de sport ont eux-mêmes un site internet mais sur ceux-ci, nous n'avons pas non plus trouvé d'informations concernant les locations de ces vélos. Nous avons vite compris qu'à moins de téléphoner ou de s'y rendre, nous ne n'allions pas pouvoir obtenir d'informations sur les prix, ni sur les tours, et encore moins sur les modèles des vélos.

2. Contact et réservation

Nous sommes allées tester les E-Bikes le mardi 3 septembre. Le jour d'avant, nous avons essayé une fois de plus de nous renseigner sur le site internet des magasins de sport. Premièrement pour choisir entre les deux magasins du village de St-Luc qui proposent des E-Bikes et deuxièmement, pour en savoir plus sur les conditions de locations. Ces deux informations n'étaient malheureusement pas disponibles sur leur site internet.

À la suite de cela, nous avons effectué la réservation de deux vélos par téléphone auprès du magasin de sport "Sport 4000". Le contact avec le propriétaire du magasin s'est très bien passé. Il était au courant du projet et a pris la réservation sans problème pour le lendemain

entre 10h et 11h. Il s'est également renseigné sur nos caractéristiques physiques afin de nous mettre à disposition le vélo qui correspondrait le mieux à notre taille et à notre condition physique.

3. Accès au magasin

Le mardi matin à 9h30, départ en voiture de Zinal en direction du magasin Sport 4000 à St-Luc. Nous avons utilisé google maps pour nous guider jusqu'au magasin. L'accès au centre du village de St-Luc est restreint pour les voitures, ce qui rend l'accès de cette manière un peu compliqué. De plus, nous ne savions pas où parquer notre voiture dans les environs du magasin sans risquer d'avoir une amende ou de retrouver notre voiture à la fourrière. Nous avons tout de même décidé de la laisser sur une place qui n'était pas privée et de faire les derniers mètres à pieds.

Le magasin de sport est facilement reconnaissable car son nom est marqué sur les vitrines. Il n'y a aucune affiche ou annonce à propos de la location des E-Bikes ou même des VTT dans ce magasin.



Figure 1 : Magasin "Sport 4000 "

À notre arrivée, l'employée du magasin nous a gentiment reçues et nous a demandé de remplir le contrat de location. Elle était au courant que nous venions louer les vélos, cependant, elle ne savait pas que nous ne devions pas payer la location car nous avions des bons. Heureusement, cela n'a posé aucun problème car elle nous a dit qu'elle regarderait elle-même avec le propriétaire. Elle nous a par la suite emmenées au local à ski et c'est là que nous avons découvert les vélos que nous allions utiliser pour notre première expérience en E-Bike.

4. Prise en charge des E-Bike et choix du parcours

Le magasin Sport 4000 possède quatre E-Bike, deux duos de tailles différentes. Après l'attribution des vélos nous nous sommes également équipées de casques ainsi que du GPS. Ils n'en possèdent qu'un seul qui se loue également en supplément du E-Bike. Etant donné que c'était la première fois que le magasin le louait, il nous a fallu quelques minutes pour l'allumer et comprendre son fonctionnement.

Nous avons ensuite fait les démarches sur le GPS pour trouver les parcours disponibles à partir de St-Luc. Malheureusement, nous n'avons trouvé qu'un seul parcours qui répondait à notre attente principale qui était de faire plus de 2h de vélo. En effet, les autres parcours étaient plus courts (entre 60 et 90 minutes) et comme la location se fait à la journée ou à la demi-journée, nous voulions rentabiliser cette location. Malheureusement, avec le filtre ">3 heures" aucun parcours n'était proposé dans le Val d'Anniviers. Grâce à l'application du GPS, qui était très facile d'utilisation, nous avons également coché diverses attentes comme "belle vue", "endroit pour pique-niquer" ainsi que "borne de chargement".

Après les explications données par l'employée du magasin ou encore le réglage des selles, nous avons pu prendre la route en direction l'hôtel Weisshorn.

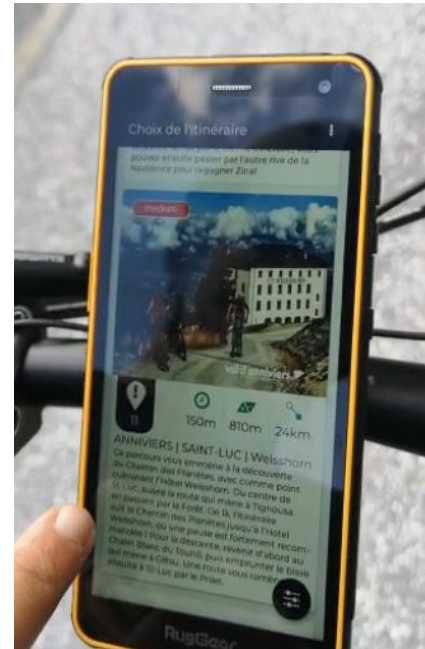


Figure 2 : GPS E-Bike district avec le choix du parcours

5. Parcours

Le début du parcours se situait au centre du village, tout près du magasin de location. Grâce à la précision du GPS, nous avons rapidement trouvé notre chemin. Avec un chemin très pentu dès le début de l'itinéraire, nous avons pu tester toutes les fonctionnalités du E-Bike et donc, nous adapter rapidement aux différentes vitesses des vélos.

Nous avons donc commencé notre ascension direction l'hôtel Weisshorn. Les routes étaient agréables et accessibles à tous les niveaux. En revanche, sans GPS, aucune indication n'était disponible le long du parcours (panneau d'indication, signaux, etc.). De plus, les seules indications disponibles étaient en haut des remontées mécaniques et étaient destinées aux marcheurs. Nous avons rapidement atteint l'hôtel-restaurant du Weisshorn. Sur place, nous avons voulu faire une pause au restaurant mais rien n'était fait pour accueillir des vélos. En effet, il n'y avait ni parc à vélo, ni bornes de chargement. Nous avons donc laissé nos vélos contre une barrière car ceux-ci ne possèdent pas de pieds.

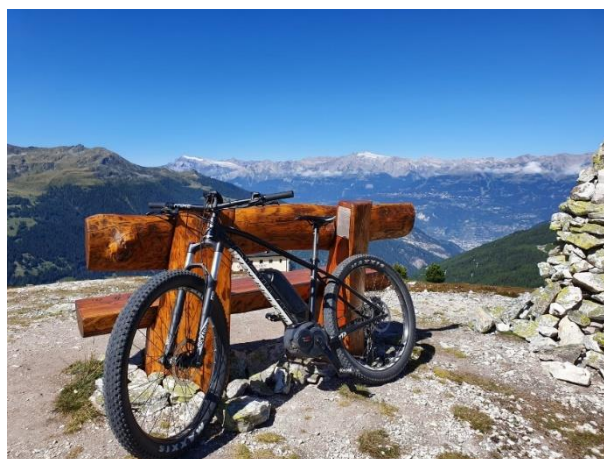


Figure 3 : Photo du vélo lors d'une pause

Après notre pause, nous sommes remontées sur nos vélos mais là, à notre grande surprise, le GPS était en surchauffe et ne nous montrait donc plus notre itinéraire. Nous avons dû patienter et tenter de le faire fonctionner durant une dizaine de minutes avant de pouvoir repartir.

Pour la fin de la boucle, les sentiers étaient différents. Quelques fois, nous avons rencontré des chemins blancs et caillouteux. Pour l'une d'entre nous étant habituée à faire du VTT, ce n'était pas un problème, cependant pour la deuxième cycliste, il a fallu descendre du vélo à plusieurs reprises soit car la pente était très raide, soit car les virages étaient trop serrés ou encore à cause du sol caillouteux.



Figure 4 : Chemin caillouteux et très raide

La deuxième moitié de la descente était quant à elle très agréable. Nous aimons toutes les deux la vitesse et nous avons pu en profiter sur de belles routes facilement praticables. De plus, grâce au compteur présent sur chaque vélo, nous pouvions savoir en direct à quelle vitesse nous allions.



Figure 5 : Les différents chemins en descente

6. Retour vélo et feedback

De retour au village à 14h, nous avons malheureusement trouvé le magasin de sport fermé et cela jusqu'à 14h30. Nous n'avions pas pensé à cela et l'employée ne nous avait pas prévenues non plus. Nous avons donc dû attendre 30 minutes pour pouvoir rendre les vélos. Durant ce temps-là, nous avons fait des tours dans le village.

Une fois l'employé de retour, la remise du matériel s'est faite très simplement et nous avons également pu échanger quelques mots sur notre expérience avec elle.

Post-activité, répétition de l'expérience

Pour terminer nous n'irons pas réitérer l'expérience. En effet, étant étudiante c'est une activité vraiment au-dessus de nos moyens. C'est dommage car l'expérience nous a plu et avec d'autres itinéraires, plus longs et plus variés, nous pourrions envisager de refaire l'expérience. Pour le moment, nous estimons qu'il existe d'autres possibilités plus attrayantes et meilleures marché de faire des journées sportives pour des jeunes sportives qui aiment faire des journées à l'extérieur comme nous.

Synthèse des points positifs de l'activité E-Bike à St-Luc:

Étape	Points positifs	Utilisation des points positifs à bon escient
1. Premier contact indirect	<ul style="list-style-type: none"> • Onglet E-Bike 	Il y a un onglet E-Bike, donc il faudrait le développer et ajouter toutes les informations nécessaires décrites précédemment
2. Contact et réservation	<ul style="list-style-type: none"> • Agréable et sympathique contact par téléphone 	Continuer de recevoir les réservations avec de l'entrain et de s'informer sur les caractéristiques des clients pour leur fournir le meilleur service que possible
3. Accès au magasin	<ul style="list-style-type: none"> • Le nom du magasin est inscrit sur les vitrines, donc on peut le reconnaître • Sympathique accueil de la vendeuse 	Mettre des panneaux d'indication du magasin dans le village et pourquoi pas des oriflammes vers la porte d'entrée
4. Prise en charge du vélo, choix du parcours	<ul style="list-style-type: none"> • Explication de la vendeuse • État des vélos et performance 	Les vélos sont performants et neufs, le magasin de sport devrait donc utiliser cet avantage pour vendre le produit sur leur site internet par exemple.
5. Parcours	<ul style="list-style-type: none"> • État des routes • Utilisation du GPS 	Dans l'application du GPS, expliquer plus précisément le type de route que l'on peut rencontrer lors de l'itinéraire
6. Retour des vélos, feedback	<ul style="list-style-type: none"> • Discussion agréable avec la vendeuse lors du feedback 	Continuer à s'informer directement sur le ressenti des clients et pourquoi pas faire un questionnaire de satisfaction pour gérer des idées d'améliorations













Problèmes identifiés lors de notre expérience E-Bike et nos propositions d'amélioration :

Problèmes	Propositions d'amélioration
Très peu d'information sur les sites internet et donc impossible de nous plonger dans l'aventure	<p>Présenter une carte avec tous les parcours possibles sur le site d'Anniviers Tourisme.</p> <p>Poster des photos et/ou des vidéos des vélos.</p> <p>Afficher une liste de prix des locations du E-Bike et des accessoires.</p> <p>Lier les sites internet des magasins de sport et d'Anniviers Tourisme.</p> <p>Donner des recommandations sur l'utilisation, réservation à l'avance, équipement à prévoir, etc.</p> <p>Proposer une liste des itinéraires.</p>
Difficulté d'accès au magasin en voiture	Indiquer sur le site internet comment s'y rendre et/ou se parquer, puis guider les clients jusqu'au magasin à pied grâce à de la signalisation
Aucune information sur la possibilité de louer des E-Bikes ou des vélos dans le magasin (juste une liste de prix à la caisse)	Mettre des affiches ou des images des E-Bikes en vitrine
Prix de la location à CHF 70.- la journée et cela n'inclut rien dans le prix	Adapter les prix à la clientèle (clientèle cible à mettre au clair également) et faire du Yield management sur les prix.
Casque et GPS peuvent être loué mais en supplément	Proposer un prix d'ensemble ou octroyer un rabais sur la location du casque ou du GPS si le E-Bike est loué dans le magasin

Problèmes	Propositions d'amélioration
<p>Signer une déclaration d'assurance qui dit qu'on est responsable de tout dégât sur le vélo</p>	<p>Proposer de payer une assurance lors de la location</p>
<p>Choix et durée des parcours.</p> <p>Peu de choix de parcours différents dans la station de St-Luc Chandolin. De plus, la durée des itinéraires proposés est inférieure à 3h et lorsqu'on loue un vélo pour une journée on souhaiterait amortir l'investissement fourni.</p> <p>Il faut également noter qu'un tour en E-Bike de 2h ne demande pas le même effort qu'un tour en VTT. Il faut donc penser à faire des parcours plus longs pour que les gens ne restent pas sur leur fin après le tour.</p>	<p>Créer des parcours dans chaque destination de plus de 3h.</p> <p>Lier des parcours entre eux afin de les allonger.</p> <p>Par exemple, proposer un tour "Tour du Val d'Anniviers".</p> <p>L'OT propose une carte avec des parcours, donc les ajouter au GPS.</p> <p>Adapter les itinéraires aux publics cibles, donc en faire plus et différents les uns des autres.</p>
<p>Le GPS a uniquement une fonction d'orientation mais ne donne aucune autre information</p>	<p>Ajouter des fonctions sur le GPS, comme le pourcentage du parcours déjà effectué, la différence de dénivelé qu'il nous reste, s'il y a des restaurants ou des activités à faire ou voir sur le parcours, etc.</p>
<p>Pas de parc à vélos ni de bornes de chargement</p>	<p>Installation de parc à vélo et d'au moins une borne de chargement vers les endroits propice à faire une pause (exemple avec l'hôtel Weisshorn).</p>

Problèmes	Propositions d'amélioration
<p>Passages relativement techniques qui ne sont pas adaptés à des novices à VTT</p>	<p>Redéfinir le segment, trop cher pour des jeunes et terrain pas adapter à des personnes âgées.</p> <p>Proposer des parcours qui incluent des passages sur la route ou qui suivent des chemins blancs par exemple.</p> <p>Entretien des chemins prévus pour le E-Bike, le pneu arrière patine facilement lorsqu'il y a trop de cailloux.</p>
<p>Diminution de l'aide électrique donne une impression que le vélo est freiné</p>	<p>Donner des recommandations d'utilisation de l'aide par rapport à la pente sur laquelle on est dès que l'on donne le vélo aux clients</p>
<p>Les pédales ne tiennent pas du tout sous les chaussures et sont trop petites</p>	<p>Remplacer les pédales existantes par des meilleurs modèles qui ont les petits pics qui permettent de tenir sous les chaussures</p>
<p>Utilisation de vélos privés, comment faire ?</p>	<p>Acheter une application qui nous permet d'avoir les itinéraires sur notre propre téléphone.</p> <p>Louer un GPS dans un des magasins de sport ou avoir une carte avec tous les parcours.</p> <p>Baliser les parcours et signaler les intersections.</p>

Tableau de synthèse

	Etape 1	Etape 2	Etape 3	Etape 4	Etape 5	Etape 6
Actions clients	Prendre des informations sur les sites internet	Contact avec le magasin et réservation des vélos	Accès au magasin	S'équiper (vélo casque) et actionner le GPS	Effectuer l'itinéraire proposé par le GPS	Retour en vélo au magasin de sport
Prestataires touristiques influençant l'action client	Sites internet : <ul style="list-style-type: none"> • Anniviers Tourisme • Sport 4000 • Chabloz sport 	Sites internet de Sport 4000 et Chabloz sport. Propriétaire de sport 4000 (téléphone)	Magasin et commune pour indiquer des places de parc	Magasin de sport (vendeuse) et Energy Bike District	Energy Bike District Commune (entretien des routes)	Magasin de sport Sport 4000(vendeuse)
Usage / Satisfaction Energy Bike District	Peu d'informations étaient disponibles, pas de cartes, photos, prix ni réservation 	Téléphone avec le propriétaire, réservation des vélos  Les sites internet des magasins de sport n'ont pas de pages sur les conditions de location 	Accès difficile en voiture et pas de place de parc indiquée  Accueil au magasin 	Explication et équipement par la vendeuse  Choix du parcours  S'habituer aux vélos 	Utilisation simple et rapide du GPS  Surchauffe du GPS  Etats des routes 	Le magasin était fermé (pause de midi) 
Témoignages clients	"On voudrait pouvoir s'imaginer sur nos vélos, connaître les prix de la location et puis savoir où nous allons pédaler"	"On apprécie pouvoir réserver simplement nos vélos par téléphone"	"On aurait voulu savoir où se parquer et comment se rendre au magasin" "On apprécie l'accueil chaleureux de la vendeuse"	"On voudrait des parcours de plus longue durée »	"On adore la sensation du vélo à la descente"	"On patiente 30 minutes dans le village avant de pouvoir rendre le matériel"

Evolution de la motivation à travers les étapes de la customer journey

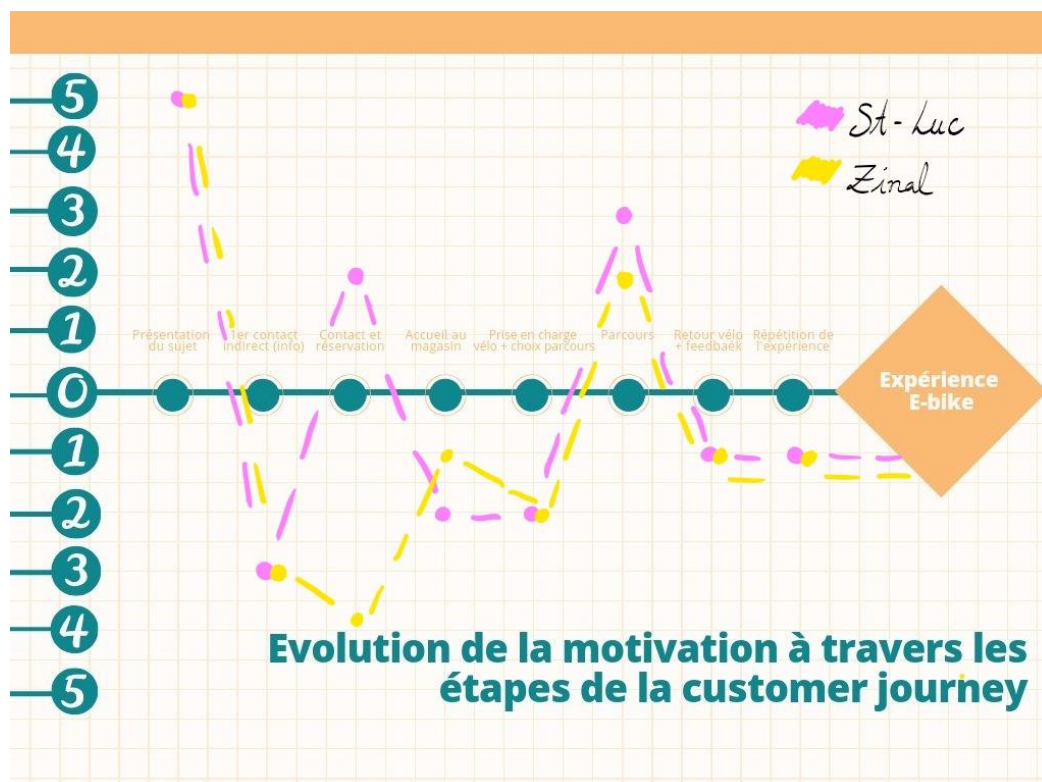


Figure 6 : Évolution de la motivation à travers les étapes de la customer journey

Étant la seule du groupe à ne pas avoir pu aller tester le E-Bike, j'ai essayé de récolter autant d'information que possible auprès des membres du groupe. Je voulais notamment connaître la motivation et la satisfaction de mon groupe quant à leurs expériences respectives. Pour ce faire, j'ai décidé de créer un modèle de comparaison identique pour les deux destinations afin de voir là où l'expérience différait d'une destination à l'autre et là où elle était similaire. J'ai ainsi divisé l'expérience en 8 étapes différentes : de la prise de connaissance du sujet et de l'expérience à mener, à la volonté des participants à répéter l'expérience. Entre deux, la customer journey se divise en 6 étapes :

1. 1^{er} contact indirect avec l'entreprise : reconnaissance du lieu et visite du site web
2. Contact et réservation : appel téléphonique et/ou e-mail pour obtenir renseignement et réserver
3. Accueil au magasin : gentillesse de l'interlocuteur, clarté des explications, ponctualité
4. Prise en charge du vélo et choix du parcours : type et caractéristiques du vélo, accessibilité du matériel, choix en termes de caractéristiques et de nombres de parcours
5. Parcours : déroulement de l'expérience du E-bike à proprement parlé et qualité du parcours emprunté
6. Retour du vélo et feedback : présence et ponctualité du magasin de sport, échanges sur l'expérience avec le magasin

Visuellement, ce graphique nous indique tout de suite que l'expérience fut mitigée pour les deux groupes. En effet, on y voit une grande variation d'avis d'une étape à l'autre. Globalement, les deux expériences sont plutôt similaires à l'exception du contact et réservation, de l'accueil au magasin et du parcours. Là où il y a une nette différence entre les deux parcours c'est concernant le contact et la réservation, où on s'imagine qu'il y a eu un léger problème de communication avec le magasin pour l'un des groupes. Les deux autres points diffèrent que très peu, c'est donc difficile de tirer des conclusions.

Concernant la motivation, il est surprenant d'observer que la majorité des étapes ont été négatives voire très négatives. On part de beaucoup de motivation à réaliser l'expérience à une mauvaise communication qui va tout de suite impacter sur la satisfaction du client. On observe ensuite un regain de motivation concernant le parcours, ce qui montre que l'expérience en tant que telle a été appréciée. Finalement, on comprend rapidement que les points positifs concernent l'expérience du E-Bike en tant qu'activité, mais que l'expérience avec la station et le magasin de location a plutôt été mauvaise ce qui résulte à une satisfaction globalement négative.