

ENGLISH VERSION 



*La Planète est votre terrain de jeu*

# Telecom Paris

INFSES344

Rationalisation des documents clients

Cécile de Mauroy

Ralph Elhélou

Charles Letaillieur

Nathalie Salgado



Introduction .....	5
1.  Sujet .....	5
2.  Contexte .....	5
3.  Objectif .....	5
4.  Périmètre .....	5
5.  Plan du rapport .....	6
Analyse de l'existant.....	7
1.  Système d'information (lié aux documents clients).....	7
1.  Etat de base.....	7
2.  Transformations .....	7
3.  Limites.....	8
2.  Données métiers.....	8
1.  Inscription et envoi des documents clients : processus actuel .....	8
2.  Contenu des différents documents clients étudiés lors de ce projet :.....	9
3.  Les limites et faiblesses du processus actuel .....	10
4.  Inventaire des informations que l'UCPA doit fournir DANS TOUS LES CAS au client, indépendamment des documents actuels : vers une remise à plat des règles de gestion ..	11
Etude du besoin .....	12
1.  Récapitulatif des limites de l'existant.....	12
1.  Système d'information.....	12
2.  Documents Clients .....	12
3.  Processus d'envoi .....	12
4.  Modifications des documents .....	12
2.  Charte des recommandations .....	12
1.  Définition des documents .....	12
2.  Contenu et mise en page .....	13

3.	Mode d'envoi.....	13
3.	Modification des documents.....	13
1.	Redéfinition des documents .....	13
2.	« Reçu » et conditions générales de vente.....	13
	Problèmes soulevés .....	14
	Propositions.....	14
3.	« Informations pratiques » .....	15
	Gestion de la typologie de clientèle.....	15
	Information pratiques pour un adulte : Mise en page sans modification de la pagination actuelle .....	15
	« Informations pratiques » pour un adulte : Mise en page avec modification de la pagination actuelle :.....	16
	« Informations pratiques» pour KJT .....	17
4.	Informations transport .....	18
	Situation :.....	18
	Proposition :.....	18
	Autre proposition :.....	19
5.	Processus de modification.....	20
	Modifications du contenu .....	20
	Evolution du système d'édition de docs clients .....	21
4.	Mode d'envoi .....	21
	Priorisation .....	22
1.	Ordonnancement des propositions .....	22
2.	Priorisation des propositions .....	23
1.	Propositions réalisables rapidement et assez facilement.....	23
2.	Propositions réalisables avec la mise en place de l'outil CRM.....	24
3.	Propositions à réaliser plus tard, notamment avec l'arrivée de la médiathèque .....	25

4. Autres, au cas par cas, présentant un plus en terme de qualité et de relation client....	25
Conclusion .....	26
1. Travail accompli.....	26
2. Difficultés Rencontrées .....	26

# Introduction

---

Dans le cadre de l'UE INFSES344, nous avons été amenés à réaliser un projet en conseil SI pendant la période Mai-Juin 2007. Cette section introductive précise le sujet sur lequel nous avons travaillé ainsi que le contexte, le périmètre et le plan de notre livrable.

## 1. Sujet

Durant notre mission de conseil SI, nous avons travaillé avec l'UCPA (Union nationale des Centres Sportifs de Plein Air). L'UCPA répond à trois missions, qui se déclinent en trois métiers, au service de l'ensemble des jeunes européens, âgés de 7 à 39 ans. Les vacances sportives, les loisirs sportifs de proximité, la formation professionnelle aux métiers du sport. Notre équipe est intervenue sur le projet de « **rationalisation des documents clients** » de l'UCPA.

## 2. Contexte

Aujourd'hui, l'UCPA utilise un outil d'édition (KSL) pour concevoir ses documents clients sortant du système de réservation « Logitours » et d'une base de données décrivant les produits, SI2P.

Dans le cadre de l'évolution de son système d'information, l'UCPA met en avant plusieurs projets d'évolution : Gestion de la Relation Client (CRM E-deal), Médiathèque (gestion de contenu, référentiel produit).

Dans ce contexte, l'UCPA souhaiterait :

- Editer à terme les documents clients à partir de l'outil CRM s'appuyant sur le futur référentiel produit (médiathèque)
- Proposer systématiquement une version électronique
- Sécuriser les flux sortants (édition, impression, envoi)

## 3. Objectif

Proposer un plan d'action afin de préparer la bascule des documents clients sortant du système d'information de base vers le système d'information évolué (CRM et médiathèque)

## 4. Périmètre

Ce projet devrait prendre en compte les documents clients principaux appartenant à la section « vacances » qui sont : la facture, la confirmation d'inscription, les informations pratiques et le carnet de voyage.

D'autre part, ce projet se limite à la catégorie des clients individuels. Les groupes et collectivités sont hors-périmètre.

De plus, ce projet englobe les documents de divers formats (Word, texte, pdf, ...) ainsi que différents modes d'envoi à définir.

## **5. Plan du rapport**

Notre livrable a la structure suivante : après cette introduction, une première section résume l'analyse de l'existant que nous avons effectuée pour débiter notre projet, qui porte sur le système d'information, les documents clients, leur processus d'envoi ainsi que leur processus de modification. La deuxième section propose des solutions pour chacune de ces fonctionnalités. Une troisième présente un plan d'action de mise en œuvre des solutions.

# Analyse de l'existant

---

## 1. Système d'information (lié aux documents clients)

### 1. Etat de base

La section du système d'information de l'UCPA qui gère l'édition des documents clients se base sur 3 « modules » :

#### **LOGITOURS :**

Logitours est l'outil de vente de l'UCPA (de la section « vacances »). Toutes les informations concernant la réservation des séjours (date, nature, prix, transport, participants au voyage...) sont extraites de la base de données de ce logiciel.

#### **KSL :**

KSL est l'outil d'édition utilisé par la section « vacances » de l'UCPA. Cet outil permet :

- De réaliser l'ensemble des programmes d'édition quel que soit la nature des documents (listes plus ou moins complexes, formulaires...)
- De développer et maintenir rapidement les programmes d'édition

Les règles de gestion des documents clients spécifiés dans les différents cahiers de charge sont programmées dans cet outil d'édition.

#### **SI2P :**

SI2P est une base de donnée Access qui contient les différents textes standardisés concernant les séjours UCPA (descriptions de centres, matériel, ...). L'outil d'édition fait appel à ces textes.

### 2. Transformations

En août 2004, l'UCPA a mis en place un nouveau schéma directeur SI, où plusieurs chantiers ont été identifiés. Deux de ces chantiers, le CRM et la médiathèque, auront un effet direct sur les documents clients, d'où la nécessité de refondre ces documents clients pour tenir compte du nouvel système d'information :

#### **CRM :**

Comme noté dans la première section, le système de base ne contenait pas d'outil de CRM. Donc toutes les informations clients de l'UCPA étaient stockées dans la

base de données de LOGITOURS. Bien que ces données clients soient archivés, cet outil ne permet pas un marketing ciblé des clients de l'UCPA. A l'heure de la rédaction de ce rapport, la première phase du CRM a déjà été mise en place.

### **MEDIATHEQUE :**

La médiathèque, contrairement au CRM, est un projet qui est en cours de conception (d'ailleurs, un des groupes de l'unité d'enseignement INFSES344 travaille dessus). Cette médiathèque, relativement aux documents clients (car ce projet à une envergure beaucoup plus large), devrait remplacer SI2P et offrir un contenu plus varié (textes plus adaptées, photos, logos...)

### **3. Limites**

Ces nouveaux chantiers dans le SI de l'UCPA ont poussé la DSI à revoir, en parallèle, l'édition des documents clients. Par contre, ce projet n'est pas sans limites. Le CRM et la médiathèque sont deux entités nouvelles et encore incertaines. Pour cela, une étude très approfondie des documents clients s'avère être assez difficile, car le contenu exact de ces deux outils, surtout de la médiathèque n'est pas encore défini. Par contre, notre projet pourrait offrir des idées de déploiement intéressantes pour ces deux chantiers. L'évolutivité du SI est donc la principale limite à laquelle nous sommes confrontés.

## **2. Données métiers**

### **1. Inscription et envoi des documents clients : processus actuel**

Les inscriptions des clients individuels ont lieu en agence (25%), par téléphone par le biais d'un centre d'appel (50%) ou par Internet (25%). Les clients de l'UCPA sont appelés, selon le jargon de l'association à très grande tradition orale, « stagiaires ». Les stagiaires peuvent être des mineurs ou des adultes de moins de 39 ans.

Si le stagiaire s'inscrit en agence, on lui remet aussi une Confirmation d'inscription. Lors des inscriptions à Paris, on lui remet une facture ce qui permet de ne pas avoir à gérer des stocks de documents associés sur le point de vente : le vendeur remet une facture (une page au client) et lui commande immédiatement pour envoi centralisé par courrier le lendemain une Confirmation d'inscription.

Quel que soit le canal par lequel l'inscription est faite, le stagiaire verse les arrhes à l'inscription correspondant à 30% du coût du voyage (si inscription à plus d'un mois du départ, sinon, paiement intégral à l'inscription).

Le stagiaire reçoit alors, sous 15 jours, le dossier complet comprenant :

- une **confirmation d'inscription**
- les «**informations pratiques**»



-le contrat d'assurance Elvia

-la **fiche de liaison (sanitaire et administrative)** pour les mineurs

A trente jours du départ, le stagiaire doit payer le solde du séjour. Si le stagiaire n'a pas soldé son séjour, il recevra alors une **lettre de relance**.

Entre 7 et 15 jours avant le départ, le stagiaire reçoit le «**carnet de voyage**», qui contient les données mises à jours par les transporteurs.

### **Factures (et autres documents édités à la demande du client et à la demande de certains clients)**

Les **factures** sont éditées dans les cas suivants : au solde du dossier ou en cas de règlement partiel, en cas de modification sans changement de programme terrestre, en cas d'ajout de transport, en cas de changement de date, en cas d'annulation partielle ou totale du dossier, en cas de demande de remboursement.

**Facture acquittée** : demandée par les clients qui veulent se faire subventionner

**Attestation de stage** : demandé par le service d allocations familiales ou des services sociaux. Edité à la demande du client

**La lettre chèque de remboursement** : envoyée en cas d'annulation du séjour

**Facture récapitulative** : Utilisée pour la facturation mensuelle des inscriptions des Collectivités en compte (ex : Comité d'entreprise)

## **2. Contenu des différents documents clients étudiés lors de ce projet :**

**Confirmation d'inscription/ facture** : Après un texte court texte générique, un encadré indique le programme et le nom du participant, ainsi que le montant payé et le montant restant à payer.

«**Informations pratiques**» : Elles comprennent toutes les informations propres au séjour. Les différentes rubriques sont : votre contact, votre séjour, les formalités, les infos pratiques.

«**Carnet de voyage**» : Il contient tous les détails du voyage et notamment les détails concernant le transport (horaires et lieu de rendez-vous de départ).

La première page donne un récapitulatif des horaires et indique que les horaires des cars sont aussi disponibles sur Internet et au téléphone (vérification indispensable dans les 72 heures précédant le départ afin de gérer les éventuels changement de dernière minute).

Le carnet contient aussi les « bons d'échange transport » et le « bon d'échange stage »

Son édition est plus complexe et varie avec les mises à jour de Surf :

- une partie est produite par des traitements batch planifiés,
- une autre partie est produite ponctuellement par le Service Courrier dès que le Service Transport a donné son OK sur la mise à jour des horaires d'un ou d'une série de transports.

**La fiche de liaison :** Elle doit être remplie par les parents des mineurs. Elle comporte entre autres une photo d'identité de l'enfant, une proposition d'assurance rapatriement, une autorisation de prise en charge du mineur, une autorisation de voyage non accompagné, et une autorisation de prendre les enfants en photo, un règlement interne, un certificat médical, les renseignements complémentaires, la personne à contacter en cas d'urgence, et enfin l'autorisation de soins médicaux.

**Factures :** fonction au cas par cas :

1 - au solde du dossier ou en cas de règlement partiel :

# confirmer au client la bonne réception de son paiement, l'informer sur les modalités d'envoi du « carnet de voyage ».

2 – en cas de modification sans changement de programme terrestre, en cas de changement de date, d'ajout de transport :

# confirmer au client la prise en compte de la modification, confirmer le montant restant du et la date du paiement du solde, l'informer sur les modalités d'envoi du « carnet de voyage ».

3 – en cas d'annulation partielle ou totale du dossier :

# Identifier le(s) programme(s) annulé(s), Identifier le(s) passager(s) annulé(s), Identifier les pénalités appliquées.

4 – en cas de demande de remboursement, confirmer la prise en compte de la demande de remboursement, son montant et le bénéficiaire

A noter : les conditions générales de vente sont inscrites au dos de chaque feuille de papier sur lequel le document client est édité, puis envoyé.

### **3. Les limites et faiblesses du processus actuel**

Abondance et redondances dans les informations :

Le nombre de documents reçus par le stagiaire paraît très important. Une dizaine de pages pour un séjour. D'autre part, il peut arriver que certains documents tels que les « informations pratiques » soient envoyés en double.

L'utilité du « carnet de voyage » peut par exemple être remise en cause : seulement les bons d'échanges de transport des cars de transfert entre les gares ou aéroport et

les centres ont une réelle utilité (pour les autres cas, le personnel de l'UCPA a toujours à disposition des listes). D'autre part, les informations de dernière minute sont aussi disponibles sur Internet, ou par téléphone.

Mode d'envoi (courrier):

Tous les documents sont envoyés par courrier. Ces informations peuvent être redondantes avec les informations données par Internet. Le mode d'envoi par courrier peut paraître obsolète à l'heure où beaucoup de transactions, notamment en matière de voyages, ont connu une dématérialisation totale des documents papiers, y compris des billets.

D'autre part, la clientèle étant jeune, a priori « numérisée », les documents au format électronique peuvent être plus appréciés que des documents papiers.

Peu de richesse dans le contenu :

Le contenu reste très formalisé, et la mise en page simplifiée au maximum, laissant apparaître des traces d'éditions automatique.

D'autre part la nomenclature n'est pas forcément significative. La notion de facture par exemple semble ambiguë, et le document n'a pas la fonction de facture au sens comptable.

#### **4. Inventaire des informations que l'UCPA doit fournir DANS TOUS LES CAS au client, indépendamment des documents actuels : vers une remise à plat des règles de gestion**

Nous nous intéressons ici aux documents suivants : facture/confirmation d'inscription, « informations pratiques », « carnet de voyage » et fiche de liaison.

-Présence écrite des conditions générales de vente.

-L'inscription et le paiement des arrhes doit être acquitté.

-Le stagiaire doit avoir à disposition les données pratiques du séjour.

-La fiche de liaison pour les mineurs.

-Lorsque l'UCPA effectue le transport, le stagiaire doit être informé des horaires entre 7 et 15 jours avant le départ.

-Si il y a transport en car (transfert gare-centre), le stagiaire doit avoir un bon d'échange transport au format papier. ( dans le cas où il n'y a pas de personnel UCPA présent avec des listes d'appel)

# Etude du besoin

---

## 1. Récapitulatif des limites de l'existant

### 1. Système d'information

Le système d'information à l'état actuel est en chantier. Pour cela, la refonte des documents clients prendra en compte le système cible. Un CRM sera mis en place pour un marketing ciblé, ainsi qu'une base de contenu (médiathèque) pour contenir les informations multimédia. La limite actuelle est dans l'incertitude liée à ce nouvel Système d'Information dont le rôle exact reste à définir.

### 2. Documents Clients

Nous voyons que les 5 documents actuels (Confirmation d'inscription, Facture, Facture acquittée, Facture récapitulative, et «carnet de voyage») contiennent de nombreuses redondances, notamment entre la confirmation d'inscription et la facture, entre la facture et le «carnet de voyage», et entre les 3 types de facture. L'idée serait donc de repenser l'organisation de ces documents en redistribuant leur contenu.

### 3. Processus d'envoi

Le stagiaire de l'UCPA sent qu'il reçoit trop de documents, et ne prend pas toujours la peine de les lire. D'autre part, le système SURF à l'état présent ne contrôle pas l'émission des documents clients, d'où une redondance d'impression du même document au même stagiaire.

### 4. Modifications des documents

Les processus de modifications des données, issus de la tradition « orale » de l'UCPA, ne sont pas formalisés. Ces processus formels doivent être organisés autour de pivots régulateurs de ces modifications, ayant une vision transversale, pour être garant de la cohérence globale des contenus.

## 2. Charte des recommandations

### 1. Définition des documents

- Réduction du nombre de documents envoyés aux clients afin de limiter les redondances. La « confirmation d'inscription » et la « facture » fusionnent pour former le « reçu ». Les « informations pratiques » deviennent indépendantes et sont personnalisées en fonction du client (adulte/KTJ : Kids, Teens, Juniors, correspond aux stagiaires mineurs). Le contenu du «carnet de voyage» est allégé.

- Simplification de la diffusion des conditions générales de vente (CVG) : les conditions générales de ventes ne sont plus imprimées au dos de papier pré imprimé. Elles seront imprimées à part et rajoutées au « reçu » si version papier, ou consultables sur Internet si version électronique. Préférence pour les CGV sur le net (à caractère contractuelle).
- L'archivage des échanges devrait être mis en place pour éviter la redondance des envois (qui pourrait devenir plus accentué avec les nouveaux canaux de communications)

## 2. Contenu et mise en page

- Quel que soit le mode d'envoi, les documents sont identiques.
- Le contenu des «informations pratiques» est personnalisé en fonction du stagiaire. *(Il faut des informations simplifiées et adaptées pour les KTJ, seuls leurs parents auront les «informations pratiques» complètes, comme les autres stagiaires adultes.)*

## 3. Mode d'envoi

- Définir un mode d'envoi préféré (email ou courrier) avec un champ nouveau dans le CRM. Pousser à l'utilisation du mode d'envoi par email.
- Lors de l'inscription, pousser l'utilisateur à donner à un numéro de mobile plutôt qu'un numéro de fixe (pour des campagnes SMS).

## 3. Modification des documents

### 1. Redéfinition des documents

Nous avons imaginé la mise en place de 3 documents principaux en remplacement de tous les documents clients édités aujourd'hui :

- Des « Reçus » uniformisés en remplacement des différents types de factures.
- Des « Informations pratiques » avec un contenu et une mise en page mieux adaptés à la typologie des clients.
- Des « Informations transports » en remplacement du carnet de voyage, qui ne seront envoyé que pour informer des horaires de transport inconnues longtemps à l'avance.

### 2. « Reçu » et conditions générales de vente

### Problèmes soulignés

- Gaspillage de papier lié à l'inscription au verso de chaque doc des conditions générales de vente
- L'envoi au format papier à chaque fois de la confirmation d'inscription et des factures

### Propositions

- Suppression des conditions générales de vente au dos de chaque document client, qui entraîne un gaspillage de papier à chaque renouvellement : Les conditions générales de vente seront alors soit envoyées par e-mail, soit approuvées par click, soit remises au client qui s'inscrit en agence, soit envoyées avec le « reçu ». Il y a alors 2 solutions : soit elle est imprimée au recto, avec le « reçu », soit elle est sur un autre papier. On doit alors rajouter à la table E DEAL un champ « conditions générales de ventes » pour les documents déjà envoyés au client. (NB, inutiles si automatiquement ajoutées au premier « reçu »)
- La suppression des conditions générales de vente au dos de chaque feuille envoyée rend possible l'impression recto verso des documents. Ceci permet une économie de papier qui apporte des bénéfices « écologiques » et permet une réduction des frais d'envoi »
- Adoption du nom « reçu », qui acquitte tout paiement, remplaçant la confirmation d'inscription et la facture. Il est utilisé à chaque fois qu'il y a une modification dans l'inscription entraînant le paiement d'une donnée « financière ». Le « reçu » est envoyé selon le mode d'envoi choisi et décrit dans la charte les orientations générales (paragraphe précédent). Il est utilisé à chaque fois qu'il y a une modification dans l'inscription entraînant le paiement d'une donnée « financière ». Ce document contiendra le récapitulatif de ce qui a été payé, et date du prélèvement du solde, ou date où l'on doit envoyer le solde.
- NB : le nom « reçu » nous paraît le plus adapté, mais ne semble pas forcément pouvoir être adopté par UCPA qui semble légèrement préférer le terme « confirmation ».
- Lorsque le paiement sont effectués par carte bancaire, le solde est automatiquement prélevé si l'inscription sur Internet. Si l'inscription a lieu par téléphone ou dans une agence, le prélèvement automatique du solde 30 jours avant le départ est proposé, mais n'est pas systématique.
  - i. Si la force de vente reçoit comme directive l'incitation au prélèvement automatique du solde, ceci permettrait une diminution

du processus de relance (et une diminution du nombre d'envoi de lettres de relance).

- ii. Il paraîtrait judicieux de mettre en place une alerte SMS lors du prélèvement du solde, ce qui augmenterait réellement une valeur ajoutée en termes de processus de paiement.

### 3. « Informations pratiques »

#### Gestion de la typologie de clientèle

On distingue 3 types de lecteurs potentiels des « informations pratiques » :

- Adulte stagiaire
- Parent d'un enfant stagiaire
- Enfant stagiaire (catégorie KTJ)

On peut donc former 2 cas d'utilisation des « informations pratiques » :

- L'adulte stagiaire va utiliser les « informations pratiques » pour son propre séjour, et les lira à titre personnel
- Le parent d'un enfant stagiaire va utiliser les « informations pratiques » pour préparer le séjour de son enfant. On pourra alors imaginer 2 versions des « informations pratiques ». La première, identique à celle envoyée pour un adulte stagiaire serait à destination du parent qui aurait ainsi toutes les informations concernant le séjour de son enfant. Le deuxième serait une version « enfant » destiné à l'enfant stagiaire. Dans ce cas, il serait primordial de s'assurer de la complémentarité des informations entre ces deux documents et de limiter leur redondance.

#### Information pratiques pour un adulte : Mise en page sans modification de la pagination actuelle

##### Séjour :

- On envisagera d'ajouter en haut de page à côté du titre du séjour, une image symbolisant ce séjour. Par exemple, un skieur s'il s'agit d'un séjour hivernal à la montagne, etc.
- On pourra également ajouter des images pour illustrer le lieu de séjour du stagiaire. Par exemple, une photo de l'hébergement ou du complexe sportif.

##### L'accès au site :

- On pourra ajouter de petites images illustrant les modes de transport afin de rendre le document plus attractif visuellement.
- on ajoutera une catégorie « Autres modes de transport » contenant les informations concernant les taxis et le transport aérien.
- On pourra envisager l'ajout de plans pour l'accès au site suivant les différents modes de transport, voire même un plan du site.

#### **Formalités :**

- Si le stagiaire n'a pas souscrit de service de transport, on précisera que les « informations pratiques » constituent le seul document qu'il recevra, et qu'il devra se présenter, muni d'une pièce d'identité, au personnel de l'UCPA directement sur le lieu de son stage.
- Si le stagiaire a souscrit un service de transport, on précisera qu'il recevra environ 15 jours avant le début de son stage un document « Informations transport » précisant le détail de son transport. On rappellera qu'il devra se présenter, muni d'une pièce d'identité, au personnel de l'UCPA.

#### **« Informations pratiques » pour un adulte : Mise en page avec modification de la pagination actuelle :**

Il y aura 4 catégories d'informations :

#### **Où ?**

- Contact sur place
- Description du site
  - i. Hébergement
  - ii. Restauration

#### **Quand ?**

- Arrivée
- Départ
- Emploi du temps « journée type »

#### **Quoi ?**

- Description de l'activité
- Encadrement



- Niveau

#### **Comment ?**

- Accès au site
  - i. Voiture
  - ii. Bus
  - iii. Train
  - iv. Autres modes de transport (avion, taxi, ...)
- Equipement
  - i. Fourni par l'UCPA
  - ii. « Kit de survie » à votre charge
- Formalités
  - i. Administratives
  - ii. Assurance-Assistance

#### **« Informations pratiques » pour KJT**

Ces « informations pratiques » seraient une version simplifiée du document précédent et destiné à l'enfant stagiaire. Exemple : information pratique simplifiée pour KTJ à partir du modèle avec modification de la pagination actuelle. (En vert, les éléments modifiés, en rouge les éléments supprimés, en bleu les nouveaux éléments)

#### **Où ?**

- **Contact sur place – SUPPRIME**
- **Description du site : Version simplifiée et reformulée à destination des KTJ**

#### **Quand ?**

- **Arrivée : Horaire et point de rendez-vous**
- **Départ : Horaire et point de rendez-vous**
- **Emploi du temps « journée type » : Version simplifiée et reformulée à destination des KTJ**

## Quoi ?

- Description de l'activité : Version simplifiée et reformulée à destination des KTJ, incluant quelques règles de sécurité propres à l'activité choisie
- Encadrement – SUPPRIME (informations simplifiées contenues dans l'item Emploi du temps )
- Niveau – SUPPRIME

## Comment ?

- Le trajet – NOUVELLE CATEGORIE : Description simplifiée du mode de transport, incluant quelques règles de sécurité propres à ce mode de transport
- Accès au site – SUPPRIME (informations à destination des parents)
- Equipement – SUPPRIME (informations à destination des parents)
- Formalités – SUPPRIME (informations à destination des parents)

## Au secours !!!

- Contacts chez moi : On laissera un espace typographique pour que les parents indiquent leurs coordonnées
- Contact sur place : On indiquera les numéros d'urgence et le nom du responsable de centre

## 4. Informations transport

### Situation :

Le carnet de voyage a une double utilité aujourd'hui :

- Informer le client des horaires des transports de son voyage, lorsque celles-ci deviennent disponibles
- Délivrer au client un certain nombre de bons à échanger pour les différentes prestations du séjour.

### Proposition :

La priorité semble **d'éliminer TOUS les bons (stages, transports,...)** en les remplaçant par des listes de participants à fournir aux prestataires. Le client n'aura qu'à donner son nom au moment du transport ou à l'arrivée au centre.

Le carnet de voyage tel qu'il est étudié actuellement devient inutile pour tous les clients qui ne réservent pas leurs transports via l'UCPA. Le responsable

utilisateur estime qu'il s'agit d'une part très importante : entre 40 et 50% des réservations. Dans les autres cas, une nouvelle version du carnet de voyage (sans aucun bons) serait envoyé par mail ou par courrier selon le mode d'envoi choisi par le client, entre 7 et 15 jours avant le départ.

Dans le cas de changements d'horaire après l'envoi décrit ci-dessus, on doit chercher à **limiter les campagnes d'appel téléphonique « à la main »** au cas où aucun autre moyen n'est possible. Pour cela, l'idée est de faire communiquer les systèmes d'Amadeus (utilisés par la SNCF et les compagnies aériennes) automatiquement avec un système d'envoi de mail ou de SMS (avec demande de confirmation au service transport). D'après la DSI, ceci peut se faire, sans trop de difficulté, au moment du passage par SURF. Indépendamment, de ces envois automatiques, et si l'on considère le simple renvoi d'un document « infos transports » en cas de changements d'horaires, le nouveau format permet une présentation beaucoup plus claire.

#### **Autre proposition :**

Nous avons étudié plus précisément les transports utilisés par l'UCPA et un autre type de changements semble possible.

En effet, les séjours de l'UCPA utilisent trois types de moyens de transport: le train, le car et l'avion. Mais nous classerons ces moyens de transports selon 2 groupes :

- Ceux dont les réservations sont « fixes », c'est-à-dire que les horaires sont fixés 2 à 3 mois avant le départ et, sauf cas exceptionnel, ne changent pas :
  - i. Les compagnies aériennes régulières dont les réservations se font via le GDS (Global Distribution System) d'Amadeus
  - ii. Le train SNCF dont les réservations se font aussi via le système d'Amadeus
- Ceux dont les réservations sont « variables » :
  - i. Les compagnies charters par téléphone auprès des grossistes concernés.
  - ii. Les cars via une dizaine de compagnies.

Les réservations, pour une saison, ne sont ouvertes que 6 mois à l'avance, et une majorité de clients réserve autour de 2 à 3 mois avant le départ. A ce moment là, il est possible d'avoir des informations assez fiables sur les réservations « fixes ». Nous avons donc imaginé **supprimer le « carnet de voyage », dans les cas où le transport fait l'objet d'une réservation « fixe », pour toutes ces réservations**

**faites au plus tôt 3 mois avant le départ.** Dans ces derniers cas, les horaires des transports seraient envoyés avec les autres « infos pratiques ».

Pendant, il semble que le service transport de l'UCPA ne soit pas prêt à réaliser un tel changement. Le nombre de cas où cela aurait un grand intérêt est trop limité par rapport aux complications que cela engendrerait par ailleurs.

## 5. Processus de modification

Les modifications peuvent portées sur les contenus et sur le système d'édition.

### Modifications du contenu

Dans les solutions imaginées, on garde le découpage en 4 types de données modifiables dans les documents clients :

Pour les textes invariants (textes d'introduction, formules de politesse,...), il semble important que tous les textes soient paramétrables dans une base de données (qui d'après la DSI peut être facilement intégré à l'outil d'édition Kalisto (KSL)). Pour mettre à jour ces textes, on peut imaginer une interface intra-UCPA très simple qui présente les textes actuels et propose à chaque bloc un champ pour les modifier. Dans la présentation de cette interface, il faut que l'utilisateur ait l'impression de proposer une modification comme si il le faisait, dans un couloir de l'UCPA, en discutant directement avec le responsable utilisateur. Pour autant le processus est automatisé. Le responsable peut facilement accepter ou rejeter (avec champ « explication ») la proposition. Le demandeur est averti de la décision automatiquement.

Pour les textes descriptifs (de centre, d'activités, etc.), la Direction Marketing pilote le « cycle » de programmation qui aboutit aux offres mises en vente. L'outil SI2P lui sert de support référentiel à toutes ces offres programmées (qui sont ensuite envoyées dans SURF - en fait ressaisies aujourd'hui - pour pouvoir être vendues). Il apparaît important pour l'UCPA que ce soit eux qui continuent d'assurer la cohérence du descriptifs d'offre lorsqu'elle celle-ci sera contenu dans la médiathèque. On peut imaginer une interface sur le même schéma que la précédente. Pour les centres ou des sites en sous-traitance qui ne sont pas gérés par l'UCPA, il conviendra de penser à eux dans la conduite du changement

Pour les données réservations (horaires, transport,...), il faut revenir à la proposition de remplacement du « carnet du voyage » et aux modifications que cela entraîne.

Pour les données clients, il prévu, dans e-DEAL (CRM) avec envoi automatique dans SURF, d'effectuer des changements (d'adresse par exemple) dans le CRM.

Ici il faut une interface simple car le plus grand nombre doit pouvoir effectuer ces changements. Il ne paraît pas utile d'avoir un système de validation.

Il faut aussi prévoir une connexion de ucpa.com vers e-DEAL.

#### **Evolution du système d'édition de docs clients**

La nouvelle organisation doit être suffisamment souple pour faciliter les évolutions du système. Il ne paraît utile d'imaginer des processus de demande de modifications différents de ceux actuels.

### **4. Mode d'envoi**

Une multi canalisation du mode de transport devrait être mise en vigueur. Nous imaginons quatre principaux modes d'émission de documents clients :

- Le courrier
- L'email
- Les SMS
- Page Web personnelle

Les trois nouveaux modes de transport permettront alors d'atteindre le client plus rapidement que le courrier traditionnel, et pourrait engendrer une réduction des coûts d'impression à l'UCPA.

Les SMS serviront à notifier l'utilisateur des changements ou mises jours critiques concernant son séjour (modification de date, numéro de vol...) et à leur indiquer lorsque leur compte bancaire sera prélevé du solde du paiement du séjour

La page Web personnelle de l'utilisateur pourra contenir une liste de toutes les activités auxquelles il est inscrit. Il pourra aussi consulter sur cette page, tous les documents clients qui lui sont attribués, ainsi que voir les modifications importantes relatives à ses séjours (mêmes priorités que les SMS).

# Priorisation

---

## 1. Ordonnancement des propositions

Les différentes propositions faites dans la partie 2 présentent des contraintes de mise en œuvre graduelles : certaines peuvent être difficiles à réaliser techniquement, d'autres nécessitant une conduite du changement qui peut s'avérer difficile, où enfin certaines dépendent des modifications en cours du système d'information actuel.

Nous avons donc classé les différentes mesures selon 4 catégories :

- Propositions réalisables rapidement et assez facilement
- Propositions réalisables avec la mise en place de l'outil de CRM
- Propositions à réaliser plus tard, notamment avec l'arrivée de la médiathèque
- Autres, à étudier au cas par cas, présentant un « plus » en terme de qualité et de relation client, ne dépendant pas forcément du système d'information.

Nous avons d'autre part réalisée une estimation des économies réalisées sur les frais d'expéditions.

Suivent les différentes données sur lesquelles nous nous sommes basés pour les calculs.

<b>Canaux de réservation et réservations</b>	
% en agence à paris *	25%
% par tel *	50%
% interne *t	25%
<b>Mode d'envoi préféré</b>	
Estimation de la proportion choisissant le mail comme mode d'envoi préféré (parmi les personnes ne réservant pas sur Internet) **	50%
<b>Transport</b>	
% de séjours pour lesquels l'UCPA assure le transport *	55%
<b>modes de paiements</b>	
CB en agence *	50%
estimation part de prélèvement de solde automatique (agence et centre d'appel) l***	80%

\*Données UCPA

\*\*On considère que les personnes réservant par Internet choisissent automatiquement l'envoi par mail. Cette estimation est réalisée en supposant que les vendeurs incitent à l'envoi par mail.

D'autre part, un grand nombre de personnes réservant par centre d'appel se renseignent sur Internet, mais sont donc a priori favorables à l'envoi de mails.

\*\*\*On suppose ici encore que la force de vente incite les clients au prélèvement bancaire automatique.

	20g	20-50g	50-100g
Coût affranchissement unitaire	0,48 €	0,64 €	0,78 €

## 2. Priorisation des propositions

### 1. Propositions réalisables rapidement et assez facilement

- Impression recto-verso, inscription des conditions générales de vente sur le premier reçu : décision réalisable immédiatement, indépendante du changement de système d'information.
- Réflexion sur carnet de voyage possible tout de suite, car aussi indépendante du changement de système d'information.

Impact sur la conduite du changement : Pour éliminer TOUS les vouchers des bons en transport en les remplaçant par des listes, il faut traiter avec les transporteurs et les centres. Il faut attacher un soin tout particulier aux transporteurs et aux centres qui ne sont pas dépendant uniquement de l'UCPA.

- Incitation au prélèvement bancaire automatique.

Il s'agit de sensibiliser les vendeurs pour inciter les personnes qui réservent à utiliser cette pratique.

### Impact économique de cette première phase pour la réduction des frais d'expédition.

	Confirmations/infos pratiques				factures				lettres de relance				carnet de voyage			
	20g	20-50g	50-100g	Total	20g	20-50g	50-100g	total	20g	20-50g	50-100g	total	20g	20-50g	50-100g	total
nb d'envois de référence	6 000	145 000	5 500	156 500	65 000		0	65 000	37 000	0	0	37 000	84 000	34 000		118 000
Suppression des envois par mail	6 000	145 000	5 500	156 500	65 000		0	65 000	37 000	0	0	37 000	84 000	34 000		118 000
prélèvement bancaire automatique du solde									18 500							
suppressions du carnet de voyage (sans transports)													46 200	18 700		64 900
Impression recto verso*	122000	34500	0	156 500									61160	3740		64 900
<b>Nb d envois</b>	<b>122000</b>	<b>34500</b>	<b>0</b>	<b>156500</b>	<b>65 000</b>			<b>65 000</b>	<b>18 500</b>				<b>61160</b>	<b>3740</b>		<b>64900</b>

\*On considère que les impressions recto verso permettent à 80% des envois entre 20 et 50g à passer en dessous de 20g, et tous les documents entre 50g et 100g à passer dans la catégorie 20-50g.

coûts d'expédition actuels, base 1 an	193 250 €
---------------------------------------	-----------

<b>coûts d'expédition avec le système adopté</b>	143 590 €
--	-----------

<b>economies réalisée</b>	49 660 €
<b>% coût initial</b>	74%

## 2. Propositions réalisables avec la mise en place de l'outil CRM

Le passage au CRM va permettre de mettre en place le « mode d'envoi préféré » et l'historisation sur Edeal.

Parallèlement à ces modifications, on pourra procéder à l'envoi de tous les documents clients par mail pour les cas prévus (inscription par mail, mail comme mode d'envoi préféré).

Impact sur la conduite du changement :

Ces procédures s'accompagneront du processus de mise en place du CRM. Il faudra donc intégrer ces aspects à la formation de la force de vente qui aura lieu avec la mise en place du CRM

Impact économique :

	Confirmations/infos pratiques				Factures				lettres de relance				carnet de voyage			
	20g	20-50g	50-100g	total	20g	20-50g	50-100g	total	20g	20-50g	50-100g	total	20g	20-50g	50-100g	total
nb d'envois de référence	6 000	145 000	5 500	156 500	65 000		0	65 000	37 000	0	0	37 000	84 000	34 000		118 000
Suppression des envois par mail	2 250	54 375	2 063	58 688	24 375		0	24 375	13 875	0	0	13 875	31 500	12 750		44 250
prélèvement bancaire automatique du solde									6 938							
suppressions du carnet de voyage (sans transports)													17 325	7 013		24 338
Impression recto verso	45750	12937,5	0	58 688									22935	1402,5		24 338
<b>Nb d envois</b>	<b>45750</b>	<b>12937,5</b>	<b>0</b>	<b>58688</b>	<b>24 375</b>			<b>24 375</b>	<b>6 938</b>				<b>22935</b>	<b>1403</b>		<b>24337,5</b>

<b>coûts d'expédition actuels, base 1 an</b>	193 250 €
<b>coûts d'expédition avec le système adopté</b>	53 846 €

<b>economies réalisée</b>	139 404 €
<b>% coût initial</b>	28%



### **3. Propositions à réaliser plus tard, notamment avec l'arrivée de la médiathèque**

Enrichissement des informations pratiques à l'aide de la médiathèque. Elles apparaissent comme une conséquence directe du travail actuellement porté sur ce projet.

De plus on pourra effectuer à ce moment les différenciations entre les documents destinés aux parents et aux enfants.

### **4. Autres, au cas par cas, présentant un plus en terme de qualité et de relation client**

- Envoi du SMS lors du prélèvement automatique du solde
- Réflexion sur l'uniformisation des factures
- Réflexion générale sur le nom des documents clients. Notre proposition serait :
  - « confirmation pour les reçus »
  - « informations pratiques », inchangé
  - « informations transports », qui remplace le carnet de voyage.

Remarque générale quant à la conduite du changement : sensibiliser la force de vente à ces changements, afin qu'elle prévienne la clientèle.

---

# Conclusion

---

En guise de conclusion, nous allons résumer notre travail accompli, les difficultés rencontrées et l'apport individuel de ce projet dans le cadre d'une formation en système d'information et management.

## 1. Travail accompli

Notre projet consistait à mettre en œuvre un plan d'action de refonte des documents clients de la section vacances de l'UCPA. Pour réaliser cet objectif, nous avons fait une analyse de l'existant par le biais de rencontres avec différents collaborateurs de l'UCPA (techniques et fonctionnels) et de cahiers de charges et études préalables. Suite à cette étude, nous avons trouvé diverses solutions implémentables pour rationaliser ces documents. En dernier lieu, nous avons pris en considération le contexte actuel de l'UCPA pour prioriser la réalisation de ces solutions, ainsi que des propositions de conduite du changement avec une analyse économique pour montrer l'avantage financier de nos propositions.

## 2. Difficultés Rencontrées

Durant ce projet, nous avons rencontrés quelques difficultés que nous avons pu surmonter et qui ont été, en fin de compte, très formatrices. En premier lieu, nous avons eu un peu de mal à vraiment cerner les attentes de l'UCPA, notre périmètre d'intervention et une distanciation par rapport aux solutions techniques pour avoir une réflexion plus fonctionnelle de haut niveau.

D'autre part, nous avons été face à un problème humain car un membre du groupe avait du mal à s'investir dans le projet à cause de problèmes personnels. Mais sa sincérité nous a permis de mener notre projet à bout.

## 3. Apports du projet

Ce projet à été bénéfique pour le groupe, car nous avons pu travailler pour une entreprise et approfondir nos techniques de réunion et présentation. De plus, cette expérience de conseil était une première pour une partie d'entre nous, donc nous avons pu découvrir ce domaine et élargir nos perspectives de carrière.