

Le bus de 8h52

Michèle Frichement

David Passegand

Guillaume Leduc

1. Problématique

1. Problématique

Le temps de transport est souvent vécu comme une contrainte (versus si bonne condition de « confort » comme un lieu de ressourcement / une bulle).

- C'est à la fois un moment de solitude et un lieu de promiscuité
- C'est pourtant un moment propice à la relation, l'échange, au partage (unité de lieu et de temps)
- Des inconnus se croisent tous les jours sans s'adresser la parole alors que le trajet est déjà un premier « commun »

2. Directions

2. Directions

- Voyageurs faisant régulièrement le trajet et disposant d'une dizaine de minutes à minima
 - Être acteur de son propre voyage
 - Rendre l'expérience collective du transport palpable.
 - Ramener la masse des voyageurs à une somme d'entité humaines individuelles, dotées de pensées, d'émotions et vivant une expérience commune.
 - Créer une expérience du transport partagée
 - En devenant acteur de son trajet, le voyageur enrichit son expérience individuelle et l'expérience collective
 - Ecrire l'histoire d'un ligne + un horaire > une mémoire
- Ce n'est pas un réseau social, ni un #lebusde8h52

3. Hypothèse

3. Hypothèse

- Collecter la mémoire des usagers habituels d'une ligne, les amener à alimenter une histoire commune.
 - Créer un outil conversationnel permettant d'agrèger des contenus produits par les usagers
 - Créer une mémoire de la ligne, à une tranche horaire donnée.
- Le bus de 8h52 devient une capsule spatio - temporelle qui s'enrichit chaque jour de nouvelles histoires.
- Le bus de 8h56 forme une capsule différente.

4. Engager l'utilisateur

4. Engager l'utilisateur

Quelques hypothèses pour générer le premier contact :

A. Notification sauvage

Beacon associé à l'app TCL ou Pass urbain

Envoi d'une notification (premier contact) directement sur le smartphone du passager X minutes après la montée dans le bus, ou présence détectée à l'arrêt de bus.

B. Guérilla marketing

QR code / NFC

Dispositif de guerilla marketing : nombreux stickers discrets partout dans le bus (barres, surfaces planes, sol, places assises, abribus, arrêt) reprenant le visuel d'une affiche d'accroche.

4. Engager l'utilisateur

C. Objet physique

QR code / NFC

Avatar du bus / Personnage type cars

Créer un appel surprenant, susciter la curiosité "Laissez votre trace..."

D. Matériel marketing traditionnel

QR code / NFC

Affiches / Écrans du bus-tramway / ...

Diffuser un « teaser » sur écrans du bus/tramway (message présentant plusieurs personnes utilisant la proposition) .

Hey psst ...



Ahah



Quelle histoire !



OMNIGLASS
TEMPERED
E 943 R - 004882



J'en ai une bien bonne...

Tu sais quoi ?



en
world

MAS DU TAUREAU



On cause ?





HDR



RALENTI

VIDÉO

PHOTO

CARRÉ

PANO



8:52

100%

BUS **27** 8h52



Bonjour, je suis le bus de 8h52



5. Typologies d'interactions

5. Typologies d'interactions

A. Sentiments

Produire les
questions-réponses

- Comment vous sentez-vous ?
 - au top de ma forme
 - bien et vous ?
 - ça pourrait aller mieux
 - vivement la fin de journée
- Quelle est votre météo intérieur ?
 - pluvieux
 - grand soleil
 - orage / tempête
 - brouillard
- Est-ce que tu as souri depuis ton réveil ?
 - oui
 - non

5. Typologies d'interactions

B. Actions

- Lire
 - Livre
 - BD
 - Journal
- Écouter
 - Musique
 - Podcast
- Regarder
 - Youtube
 - Série
 - Photos
- ...

Produire les
questions-réponses

5. Typologie de contenu

C. Identité

- Age
- Hobbie, activité principal
- Prénom / Pseudo ?
- Ligne «favorite»
- Vous montez souvent à cet arrêt ?
- Quelle est votre destination
- ...

Produire les
questions-réponses

5. Typologie de contenu

D. Histoire

- Dernier fou rire sur cette ligne ?
- Personne marquante ? Rencontre ?
- ...

Produire les
questions-réponses

5. Typologie de contenu

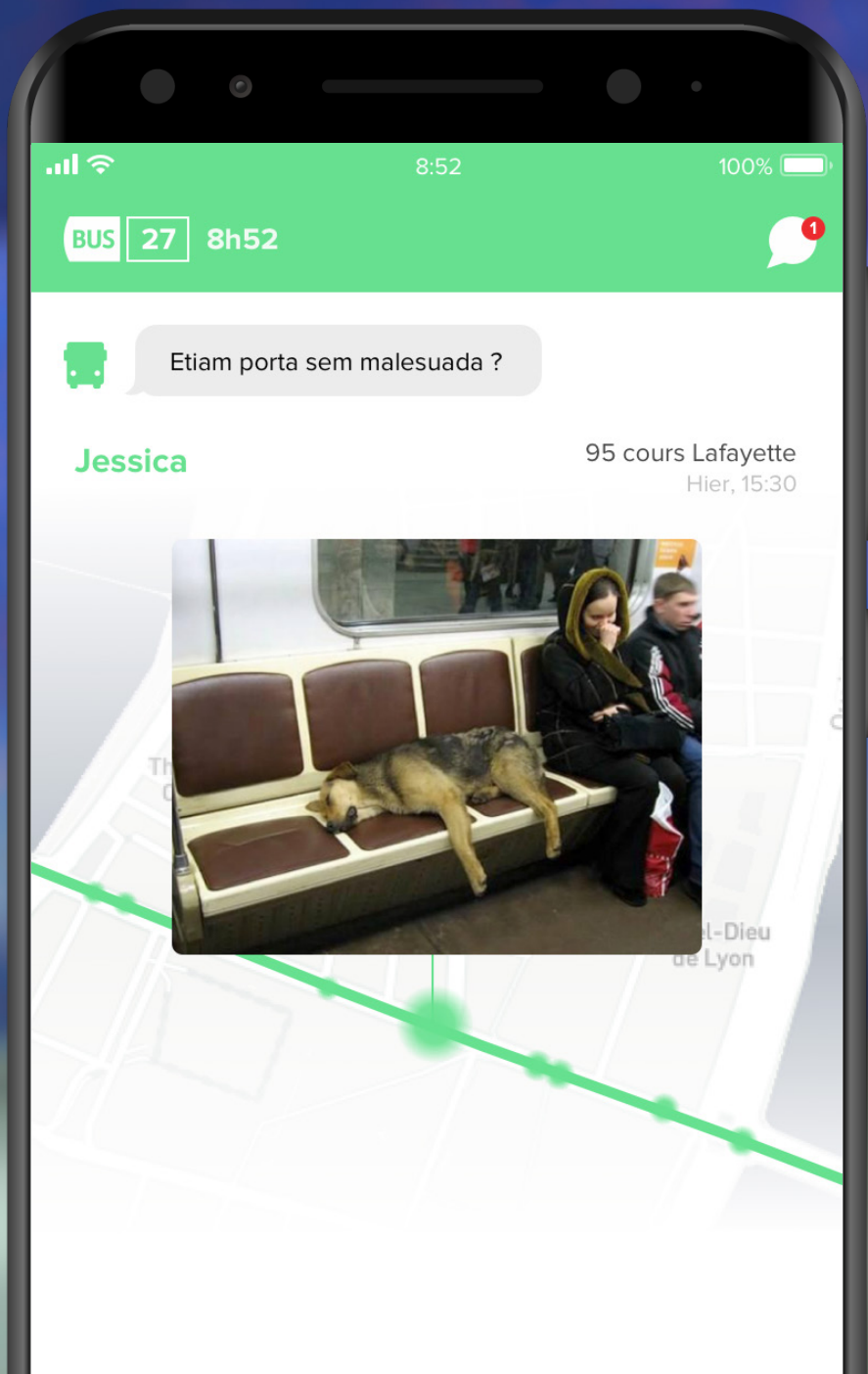
E. Lifestyle

- Point d'intérêt
- Bon plan

Produire les
questions-réponses

5. Typologie de contenu

- Mise en scène des contenus
 - Fond de carte
 - Trace du trajet
 - Trace des autres médias
 - Le média
 - Pseudo utilisateur
 - Date / Heure / Arrêt ou emplacement



8:52 100%

BUS 27 8h52



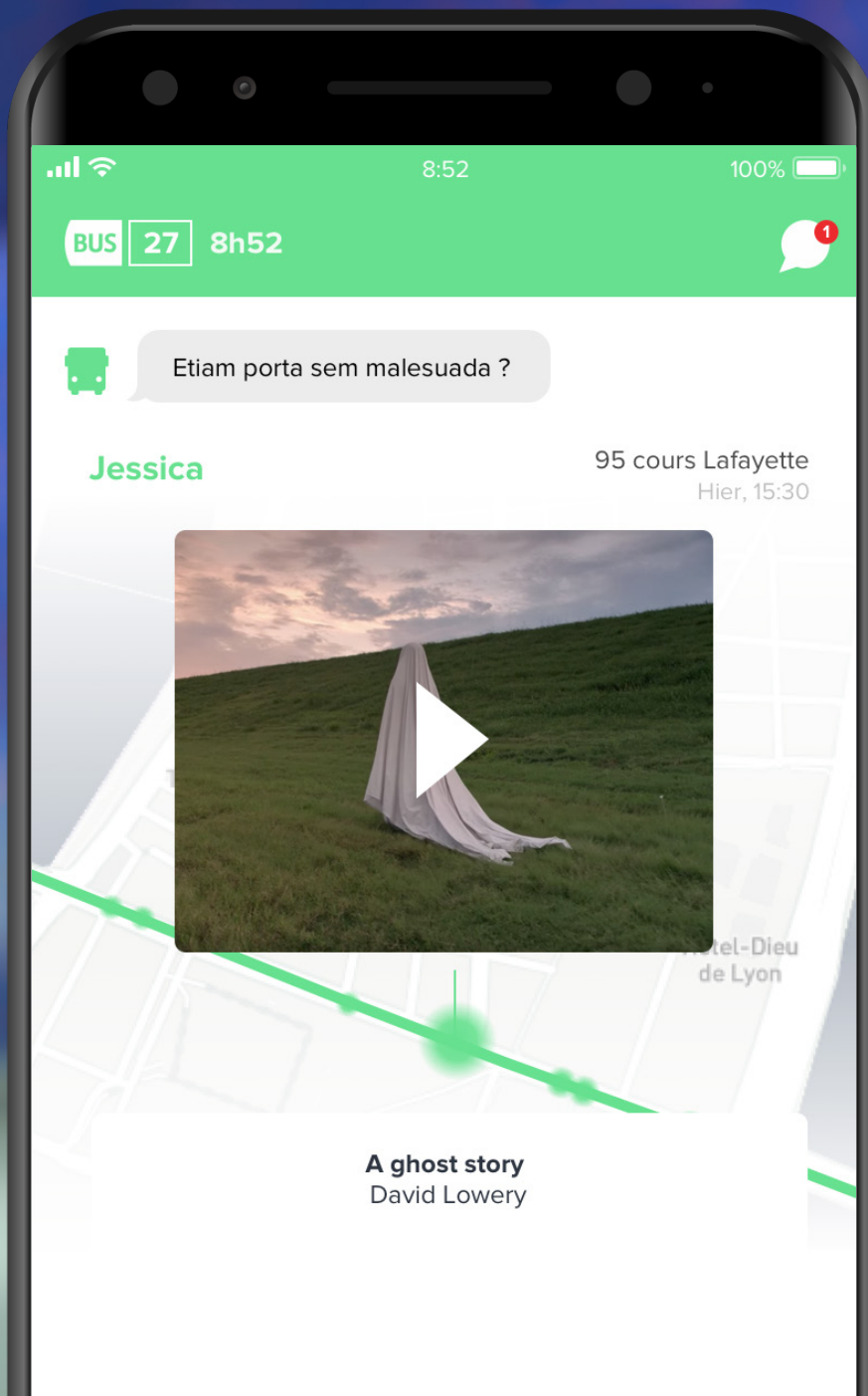
Etiam porta sem malesuada ?

Jessica

95 cours Lafayette
Hier, 15:30



l-Dieu
de Lyon



BUS 27 8h52



Etiam porta sem malesuada ?

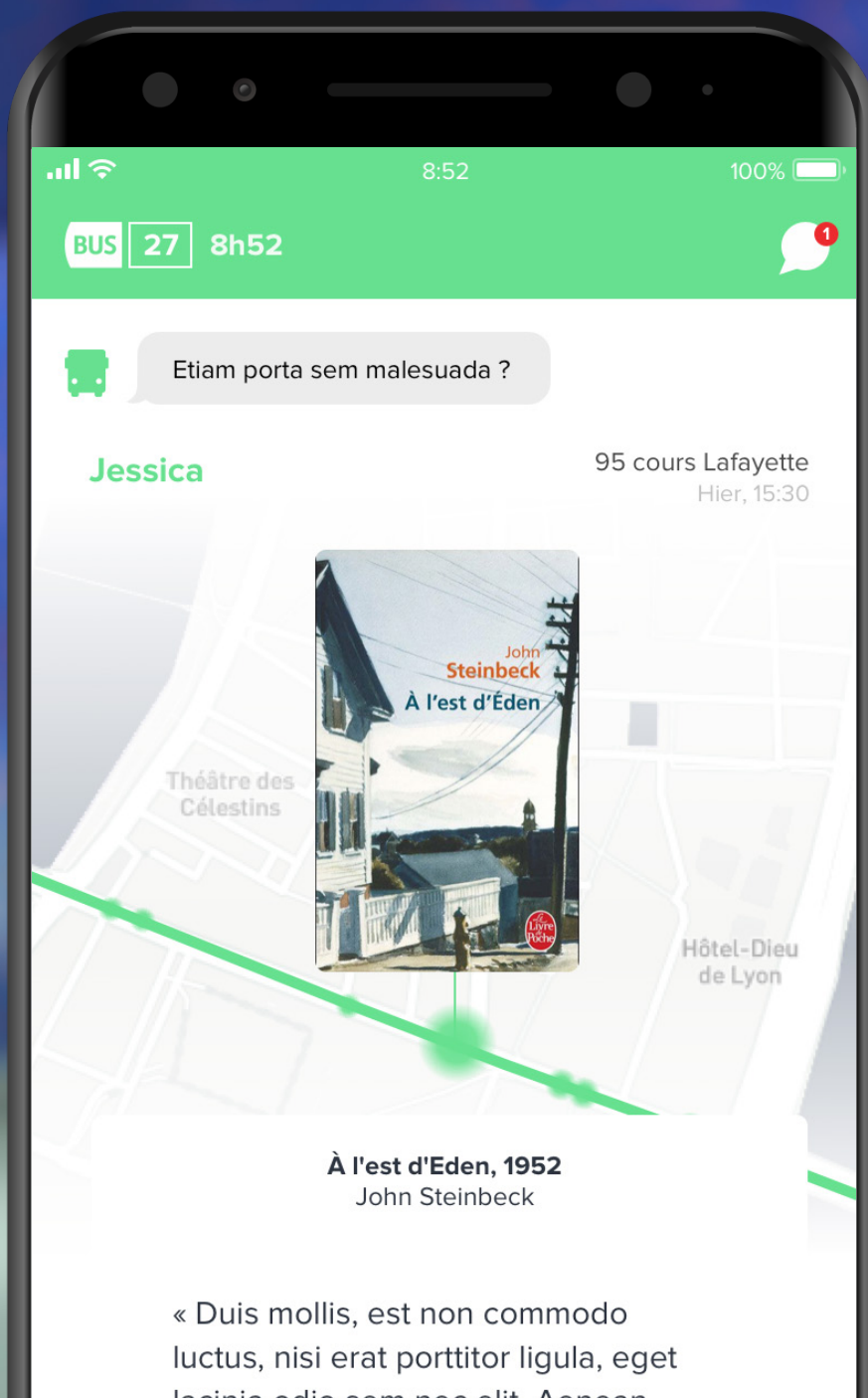
Jessica

95 cours Lafayette
Hier, 15:30



Hotel-Dieu
de Lyon

A ghost story
David Lowery



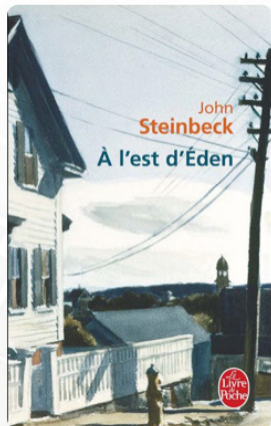
BUS 27 8h52



Etiam porta sem malesuada ?

Jessica

95 cours Lafayette
Hier, 15:30

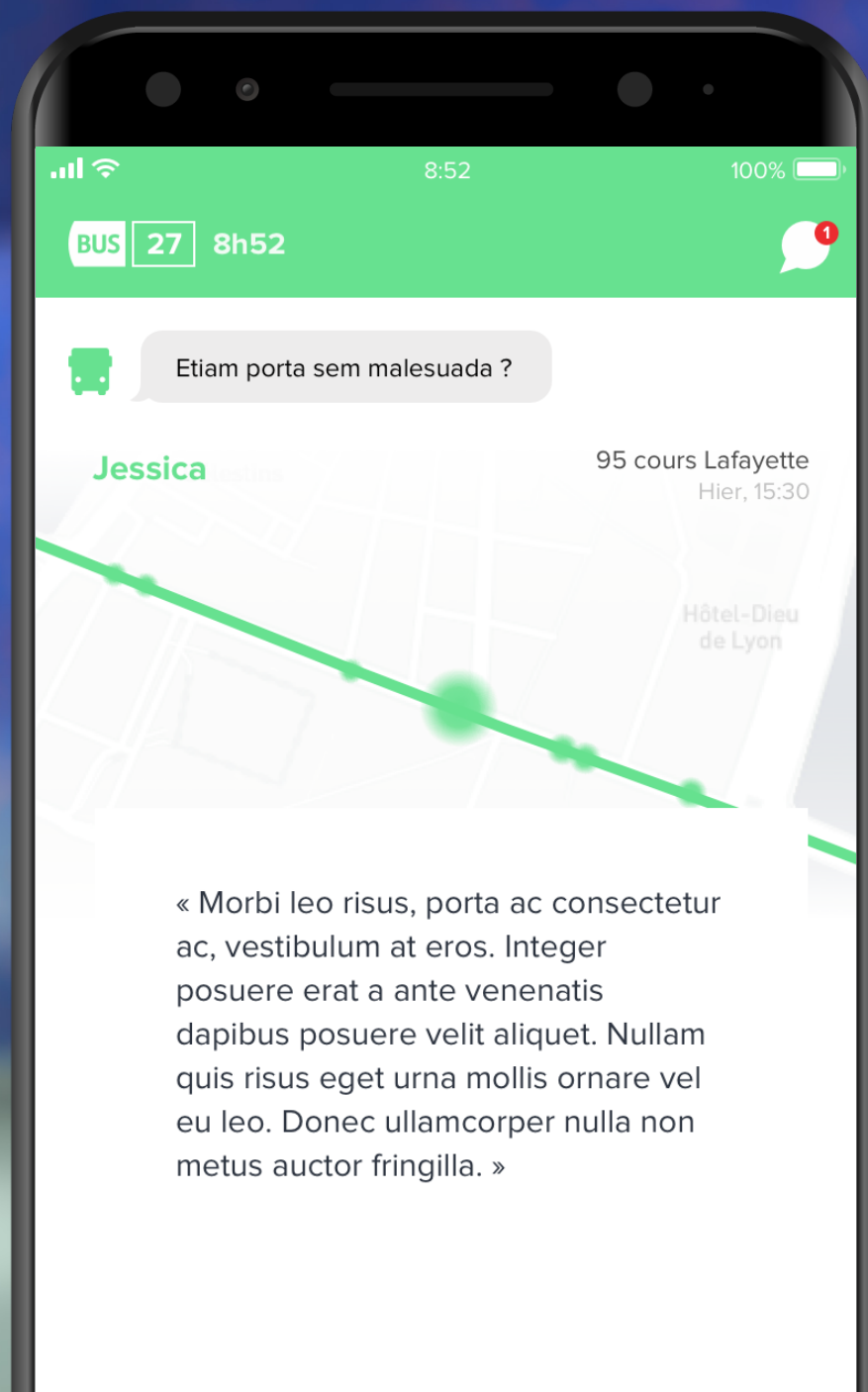


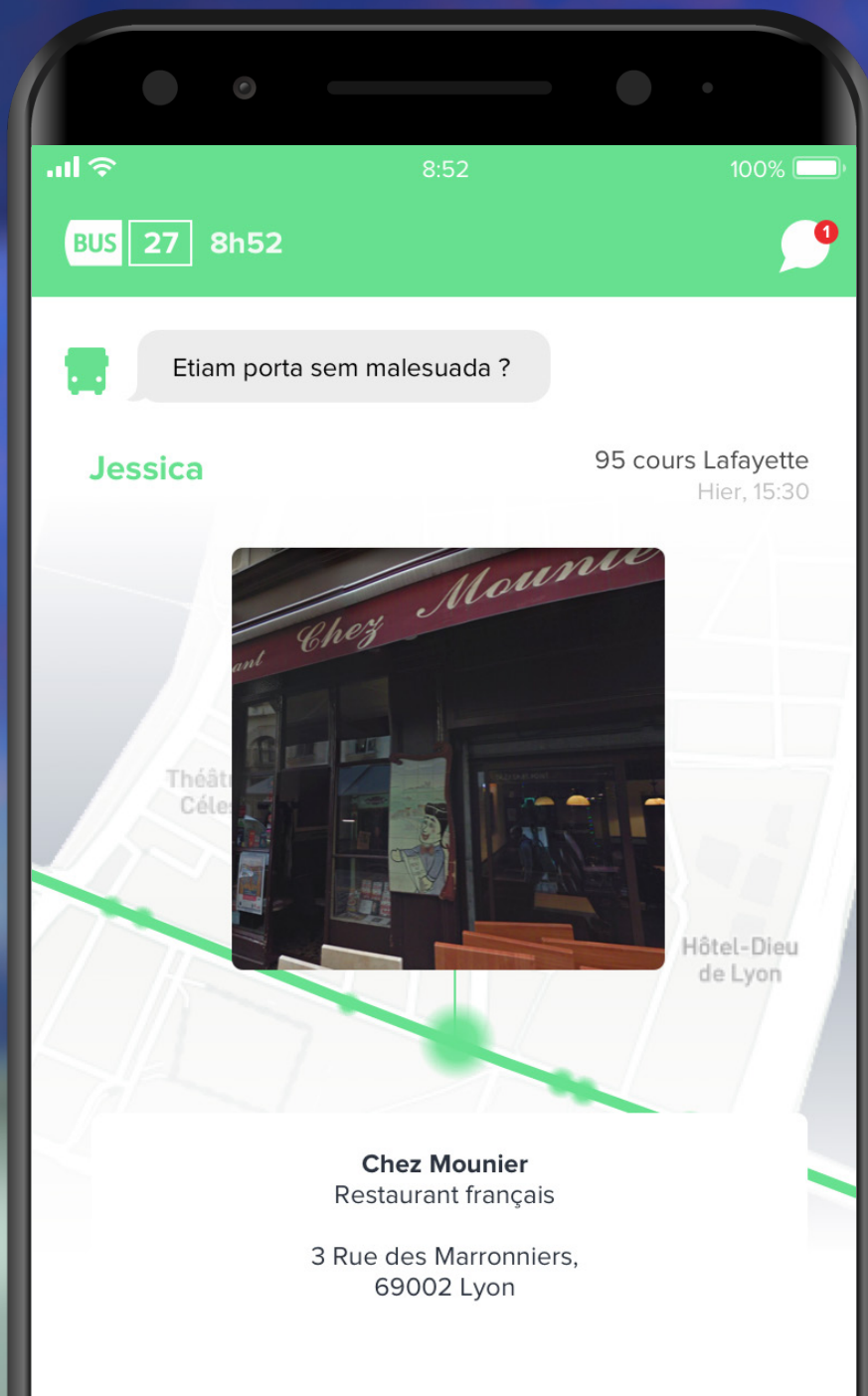
Théâtre des
Célestins

Hôtel-Dieu
de Lyon

À l'est d'Éden, 1952
John Steinbeck

« Duis mollis, est non commodo
luctus, nisi erat porttitor ligula, eget
lecinis edis com nec elit. Aenean





BUS 27 8h52



Etiam porta sem malesuada ?

Jessica

95 cours Lafayette
Hier, 15:30



Théât
Céle

Hôtel-Dieu
de Lyon

Chez Mounier
Restaurant français

3 Rue des Marronniers,
69002 Lyon

6. Chatbot

6. Chatbot

A. Personnalité

- Il est identifié en tant que ligne (bus, tram, métro, Ter, ...)
- Il n'est pas la représentation du réseau, la voix de l'opérateur
- Il est proche et complice

- Il peut réagir en fonction de:
 - L'arrêt (fréquentation, d'autres lignes)
 - La météo
 - L'heure (j'ai eu du mal à me lever)
 - Les conditions de trafic (tout à pris sa voiture ce matin, ça n'avance pas)
 - ...

6. Chatbot

B. Réponses

Définir les réponses aux questions (types insultes, sollicitations)

- ...

7. Restitution

7. Restitution

A. Application

- Un prototype d'application fonctionnelle
- Quelques arbres de contenu pour le chatbot
- Quelques typologies de contenus

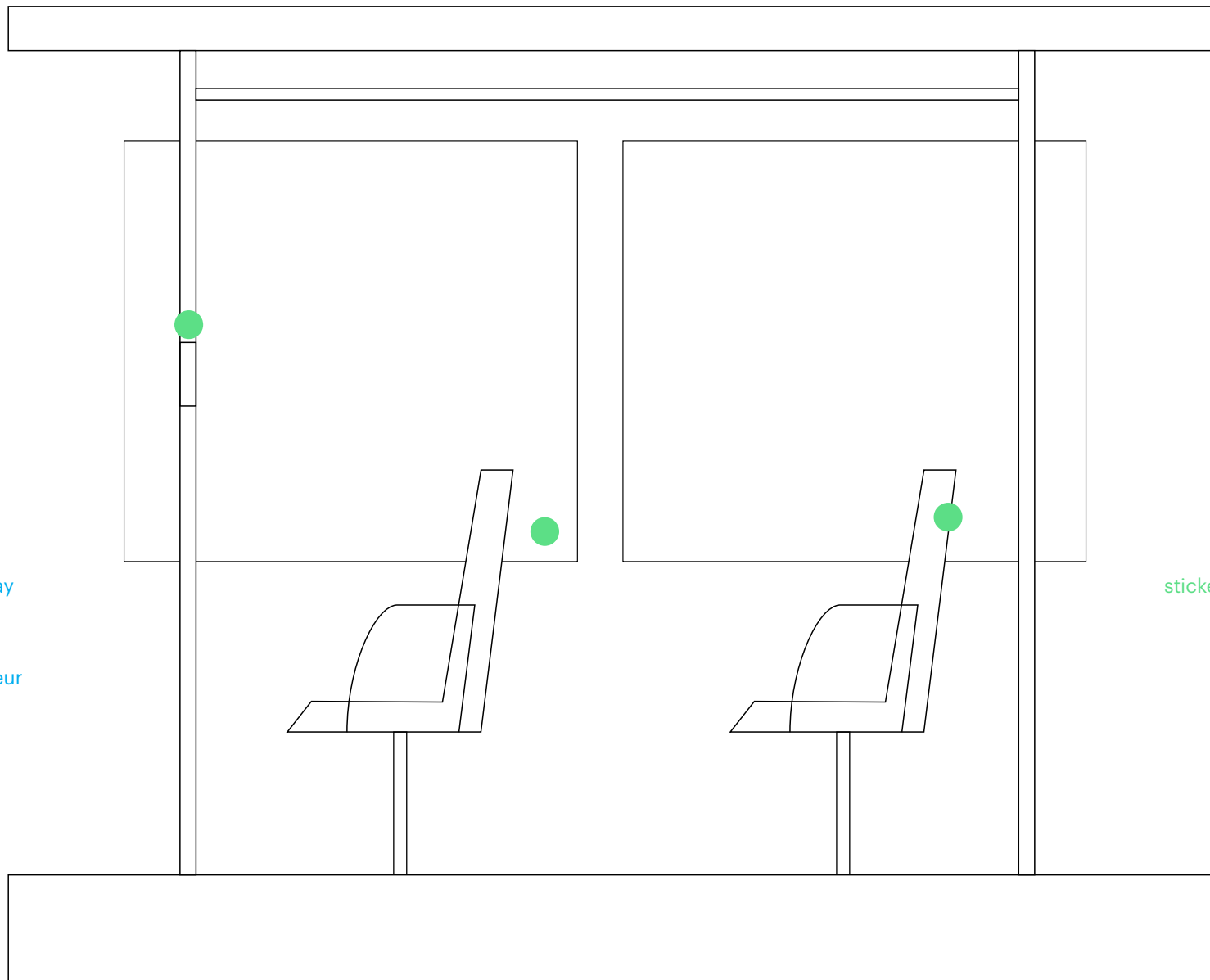
B. Vidéos

- Mise en scène du trajet
- 2-3 exemples de discussion

C. Installation

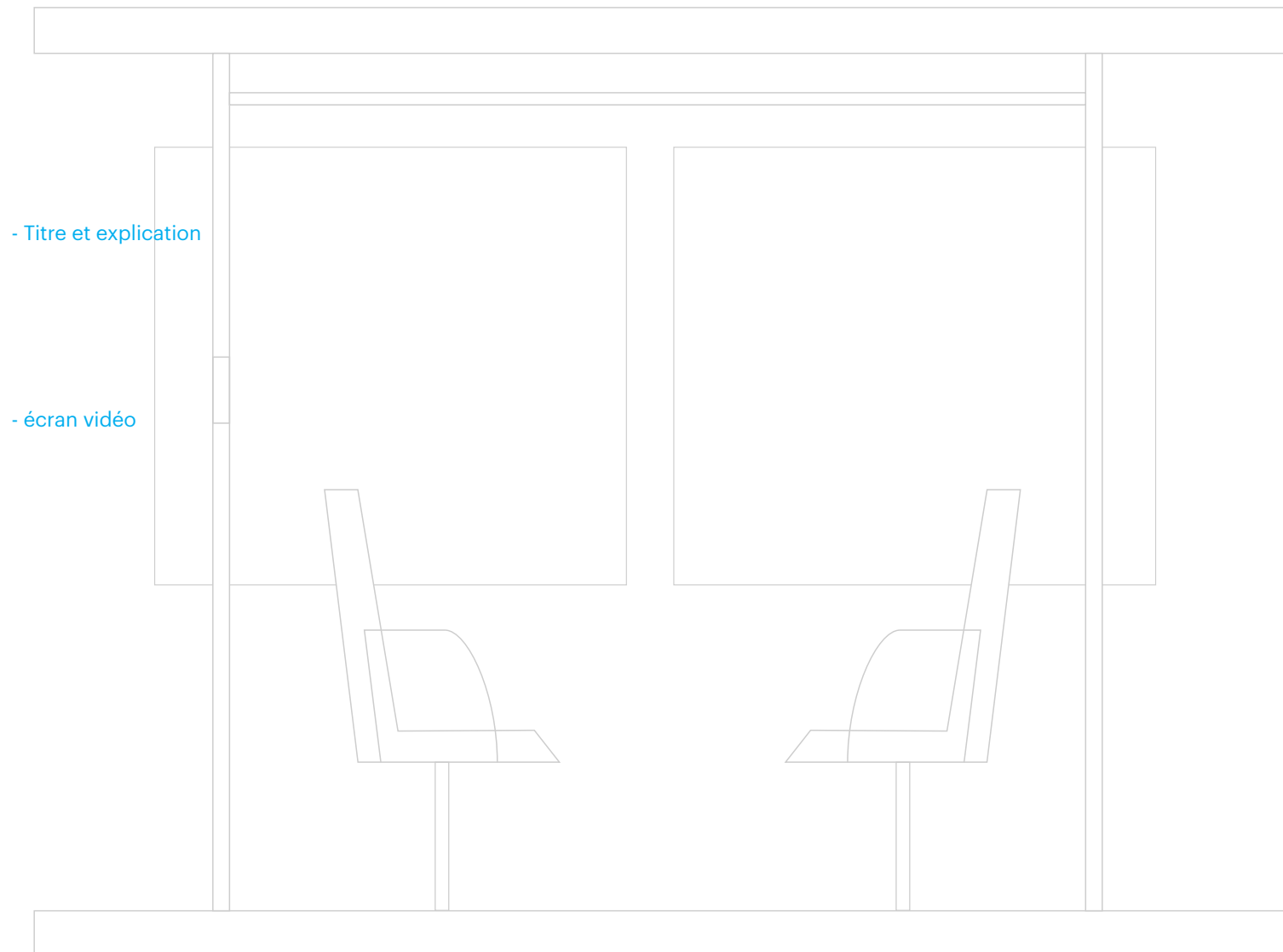
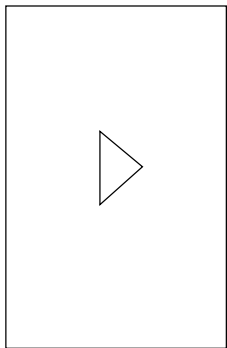
- Représentation d'une ligne en miniature ? Poteau d'arrêt de bus ?
Fauteil de bus ?
- Écran pour vidéo
- Impression grand format

- Environnement bus ou tramway
- 2 ou 4 siège en carré
- Un poteau d'arrêt
- 2 fenêtres (visuel sur l'extérieur photos ou vidéos ?)



stickers

le bus de 8h52

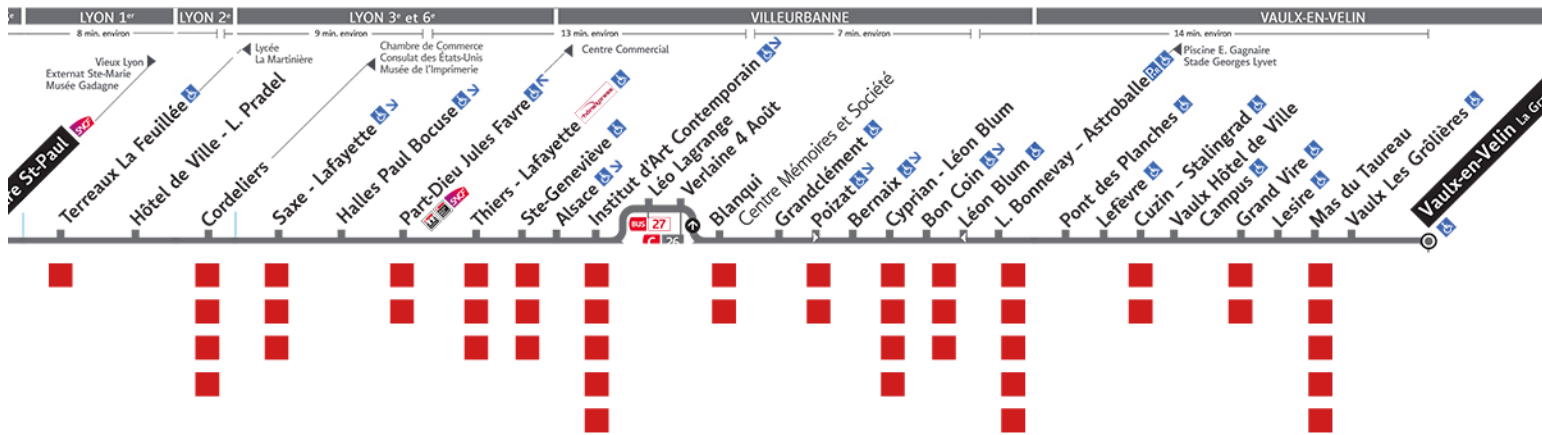


7. Restitution

8. En plus

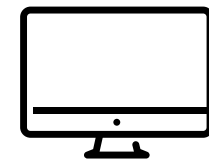
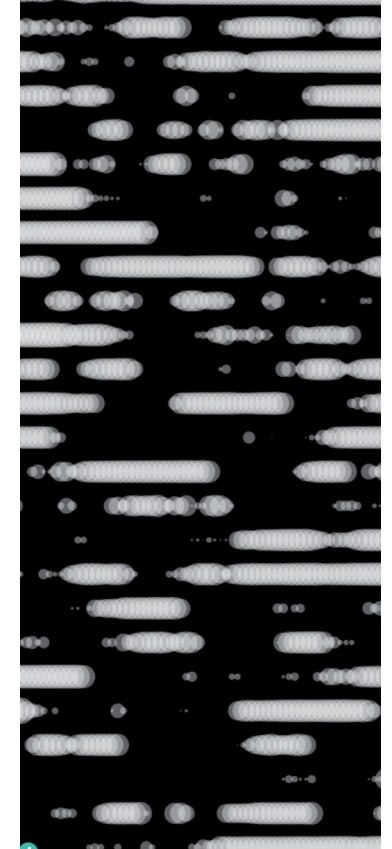
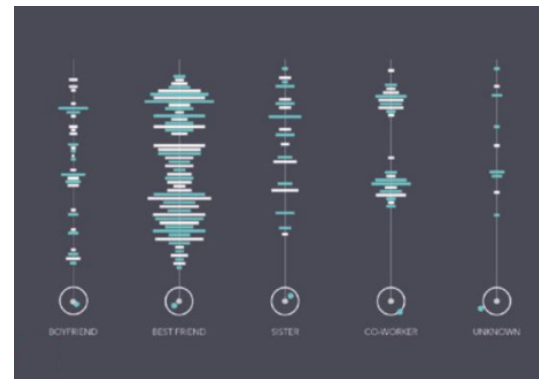
8. En plus

C 3



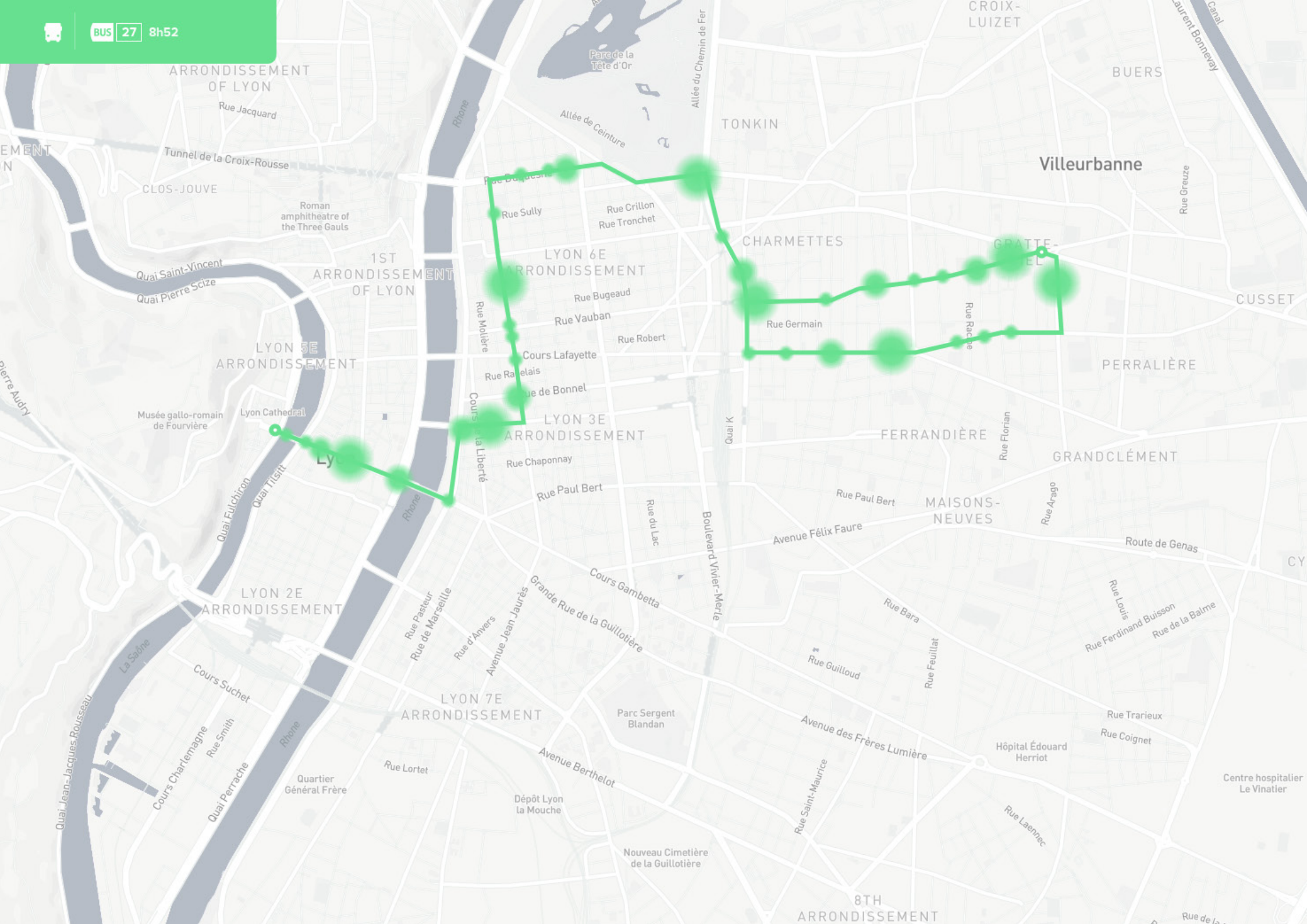
Visualisation de la ligne post trajet :

- voulez-vous voir le résultat en rentrant chez vous ce soir ?
- À quelle heure ?
- = consultation desktop ?



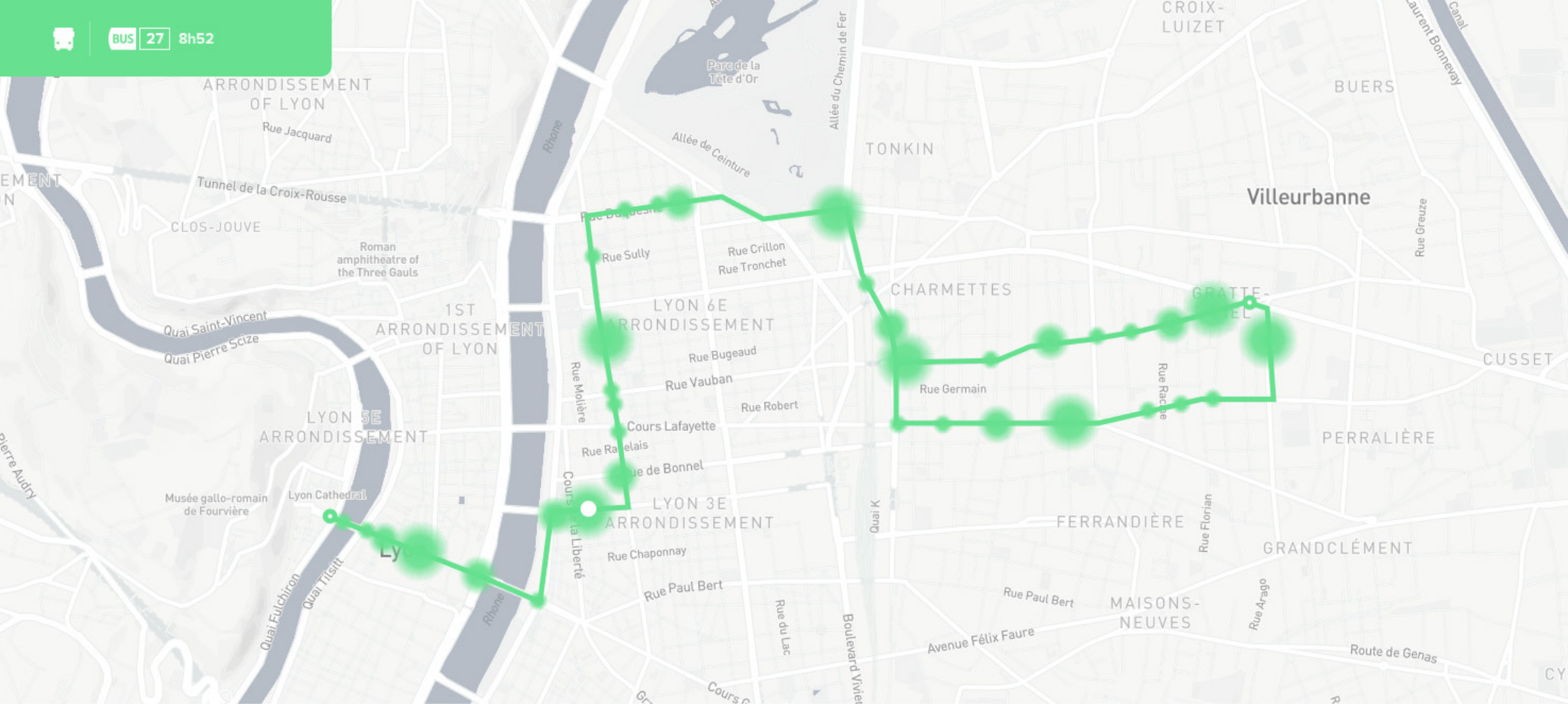


BUS 27 8h52





BUS 27 8h52



Yohan

6 mars 2018,17h37

« Je viens de terminer le Gang des Rêves.Très cinématographique, chaque phrase génère immédiatement une image dans le cerveau. Un pur bonheur. D'ailleurs je crois qu'une adaptation ciné est en cours. »

Yohan

6 mars 2018,17h37

« Je viens de terminer le Gang des Rêves.Très cinématographique, chaque phrase génère immédiatement une image dans le cerveau. Un pur bonheur. D'ailleurs je crois qu'une adaptation ciné est en cours. »

Yohan

6 mars 2018,17h37

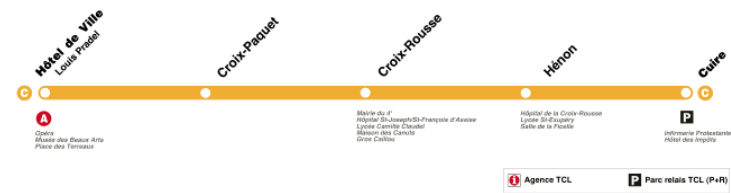
« Je viens de terminer le Gang des Rêves.Très cinématographique, chaque phrase génère immédiatement une image dans le cerveau. Un pur bonheur. D'ailleurs je crois qu'une adaptation ciné est en cours. »

Yohan

6 mars 2018,17h37

« Je viens de terminer le Gang des Rêves.Très cinématographique, chaque phrase génère immédiatement une image dans le cerveau. Un pur bonheur. D'ailleurs je crois qu'une adaptation ciné est en cours. »

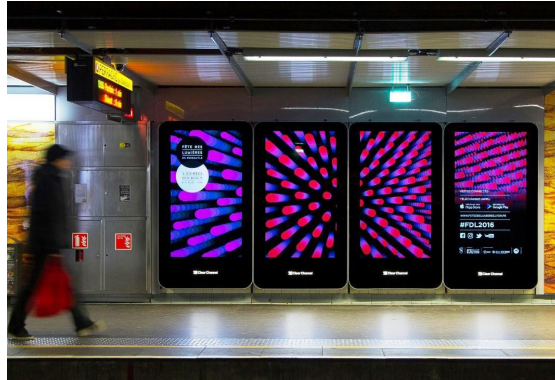
8. En plus



Visualisation de la ligne directement sur la plan en RA avec Museo pic



8. En plus



Diffusion des contenus les plus intéressants dans les écrans du réseau

9. Limites

9. Limites

- Modération
- Couverture réseau. Souterrain ?
- Place du conducteur
- Business modèle

10. Perspective

10. Perspective

- Assistant virtuel pour les exploitants
- Bigdata récupération des données par l'exploitant des ressentis, des lectures, des commentaires . Outils de mesures quali
- Déclinaison sur d'autre public (touristes)
- Déploiement possible dans des lieux autres que les transport (lieux d'attente et collectifs) par exemple un hôpital. lieu anxiogène, de stress

Michèle Frichement
David Passegand
Guillaume Leduc