

SANS A _

Super Flash Mission #1

Noémie PERRIN



SOMMAIRE

I) Un peu « d'histoires »

II) Petit Robot deviendra grand

III) Formats éditoriaux

IV) Remerciements

V) Annexe

I) Un peu d'histoires

Sans A_ est un « média d'impact » qui cherche à « rendre visible les invisibles » lancé en 2015. Raconter l'histoire de toutes ces personnes invisibles, donner la parole aux « Sans Abris, Sans Attention, Sans Amour, Sans Argent, Sans Avenir », c'est l'objectif que s'est fixé Sans A_. Des sans-abris, des personnes avec des troubles psy, des travailleurs nocturnes mais aussi des migrants ont ainsi pu raconter leur histoire sans peur d'être jugés. Chaque mois a son thème, qui correspond à une saison.

En 2016 l'équipe de Sans A_ a eu l'idée de mettre en place un chatbot sur Messenger dans le but de relayer les actualités du média et répondre aux questions des internautes. Arthur est un petit robot qui grandit au fur et à mesure des demandes que les utilisateurs lui font.

Le but de la super flash mission est de continuer à éduquer Arthur et de tester son parcours utilisateur tout en proposant en parallèle des formats éditoriaux pour améliorer l'impact des contenus proposés.

« Un Chatbot est un robot logiciel pouvant dialoguer avec un individu ou consommateur par le biais d'un service de conversations automatisées effectuées en grande partie en langage naturel »

Source : définitions marketing

II) Petit Robot deviendra grand

Pour mener à bien cette mission, j'ai testé et fait tester la version bêta d'Arthur à un groupe d'étudiants, ce qui m'a permis de faire une analyse de son fonctionnement. J'ai ensuite comparé avec d'autres chatbots (Sucre Daddy, OUI.sncf, Chatfuel, Jam, Technokrate et Burberry). Plusieurs remarques ressortent de cette étude.

Tout d'abord, Arthur est beaucoup moins synthétique : il envoie de longs messages en grosse quantité, ce qui est susceptible d'agacer l'utilisateur. Ce dernier peut avoir l'impression de recevoir des spams. A l'inverse, les autres bots vont droit au but. Arthur utilise 355 signes pour se présenter contre 97 signes pour Technokrate.

Ensuite, certaines expériences peuvent frustrer les utilisateurs. Par exemple si une recherche n'aboutit pas, il faut relancer soi-même le chatbot. L'internaute peut rapidement perdre patience et quitter le chat. A l'inverse, Jam explique très rapidement qu'il n'a pas compris et fournit une liste de propositions.

Il est vrai qu'Arthur insiste sur sa dimension d'apprenti : il a besoin de l'utilisateur pour grandir, car il s'améliore au fil des demandes. Mais en échangeant régulièrement avec lui, j'ai constaté qu'il ne tenait pas compte de mes réponses antérieures.

Les + à ajouter :

- Jam, un peu comme Arthur, offre la possibilité de s'abonner à différents types de services, (peut-être trop). Cependant l'utilisateur peut gérer à tout moment ses abonnements puisqu'il a à disposition un bouton qui lui permet de les modifier. Il serait intéressant de retrouver cette option chez Arthur celui-ci ayant pour vocation de remplacer la newsletter.

Si l'internaute peut se désabonner facilement, il aura un meilleur souvenir du chatbot et pourra potentiellement revenir. En revanche, s'il se retrouve à cliquer sur plusieurs liens pour ne plus recevoir les actualités de Sans A_, l'utilisateur aura tendance à déconseiller à son entourage de s'abonner au chat.

- H&M a mis en place un chatbot styliste, il s'adapte en fonction des demandes des clients et ne montre que ce qui est susceptible de leur plaire. Puisqu'Arthur insiste sur sa dimension d'apprenti robot, il est important que l'utilisateur voie son évolution. Ainsi, en enregistrant ses préférences par rapport à une histoire ou un thème, le robot montrerait qu'il grandit au fur et à mesure que l'internaute découvre Sans A_.
- Le chatbot de Technokrate propose une liste de mots clés lorsqu'une recherche n'aboutit pas. En effet, c'est assez fréquent d'employer des termes qui ne sont pas reconnus par le programme du chatbot. Une question qui reste sans réponse est une expérience frustrante pour l'utilisateur, c'est important de ne pas le laisser avec cette sensation et donc de lui montrer ce à quoi le robot peut répondre. La liste de mots clés peut être assez longue mais ce n'est pas un problème si aucun message n'est envoyé derrière.

C'est arrivé plusieurs fois qu'Arthur ne comprenne pas ce que je lui demande, et c'est normal puisque nous n'avons pas tous la même manière de nous exprimer. Mais le message « d'erreur » est assez long et sous-entend que c'est à l'utilisateur de relancer la conversation. Or c'est au robot de proposer autre chose, l'internaute est assez frustré de voir sa demande sans réponse, il est préférable de lui faire oublier ce qui n'a pas fonctionné.

III) Formats éditoriaux

Sans A_ est un média qui propose des articles, des vidéos, des BD pour raconter l'histoire des Invisibles. Il serait intéressant de réaliser une vidéo pour montrer ce qu'Arthur apporte aux personnes qui l'utilisent. La vidéo serait à publier sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram) sous un format carré, pour une meilleure adaptation aux différents écrans.

Exemple :

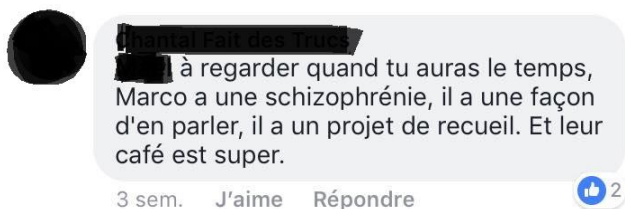
Hugo a 25 ans. Il a découvert Sans A_ au fil d'une conversation avec Arthur. Grâce à lui, il a pris conscience du monde caché qui l'entourait. Mais voir ne lui suffisait pas, il voulait aider, donner du sien pour améliorer la vie d'une personne oubliée, recluse. Alors Arthur lui a envoyé tous les projets que soutenait Sans A_ et qui pourrait l'intéresser. C'est ainsi qu'Hugo a pu permettre à Sophie, une ouvrière travaillant la nuit et interviewée par Sans A_, de partir un weekend à Disneyland avec sa famille. Et vous, quelle est votre histoire ?

Formats éditoriaux pour Sans A_

Pour ce qui est Sans A_, des vidéos teasing peuvent être produites.

Une première vidéo pour résumer une histoire.

J'ai remarqué que sur Facebook, les récits étaient publiés tel quel, en plusieurs parties. Les textes sont longs et les internautes n'ont pas forcément le temps de tout lire, comme le montre ce commentaire.



La vidéo aurait pour but de résumer l'histoire afin de permettre une viralité plus immédiate et un contenu plus percutant. Les internautes auront toujours la possibilité de venir sur le site lire l'histoire en entier pour avoir plus de détails, via

un lien disponible dans la description. La vidéo durerait entre 30s et 2min grand maximum, une musique de fond et essentiellement du texte.

Une seconde vidéo pour résumer une saison.

Chaque fin de saison peut se clôturer par une vidéo récapitulative. Dans la même optique que la première, elle serait disponible sur les réseaux sociaux, sous un format carré et court, avec du texte essentiellement.

Exemple :

*« J'aime pas dire normale, parce que la normalité, ça ne veut rien dire » Marie- Aude.
« Et on ressent, c'est ça le pire » Marco
« La première bouffée délirante, je m'en rappelle bien » André
« Nous ne sommes pas des caricatures... juste des gens normaux qui par moments ont besoin de se retrouver pour se resituer » Jean-Marie
Fous Alliés, la nouvelle saison de Sans A_.*

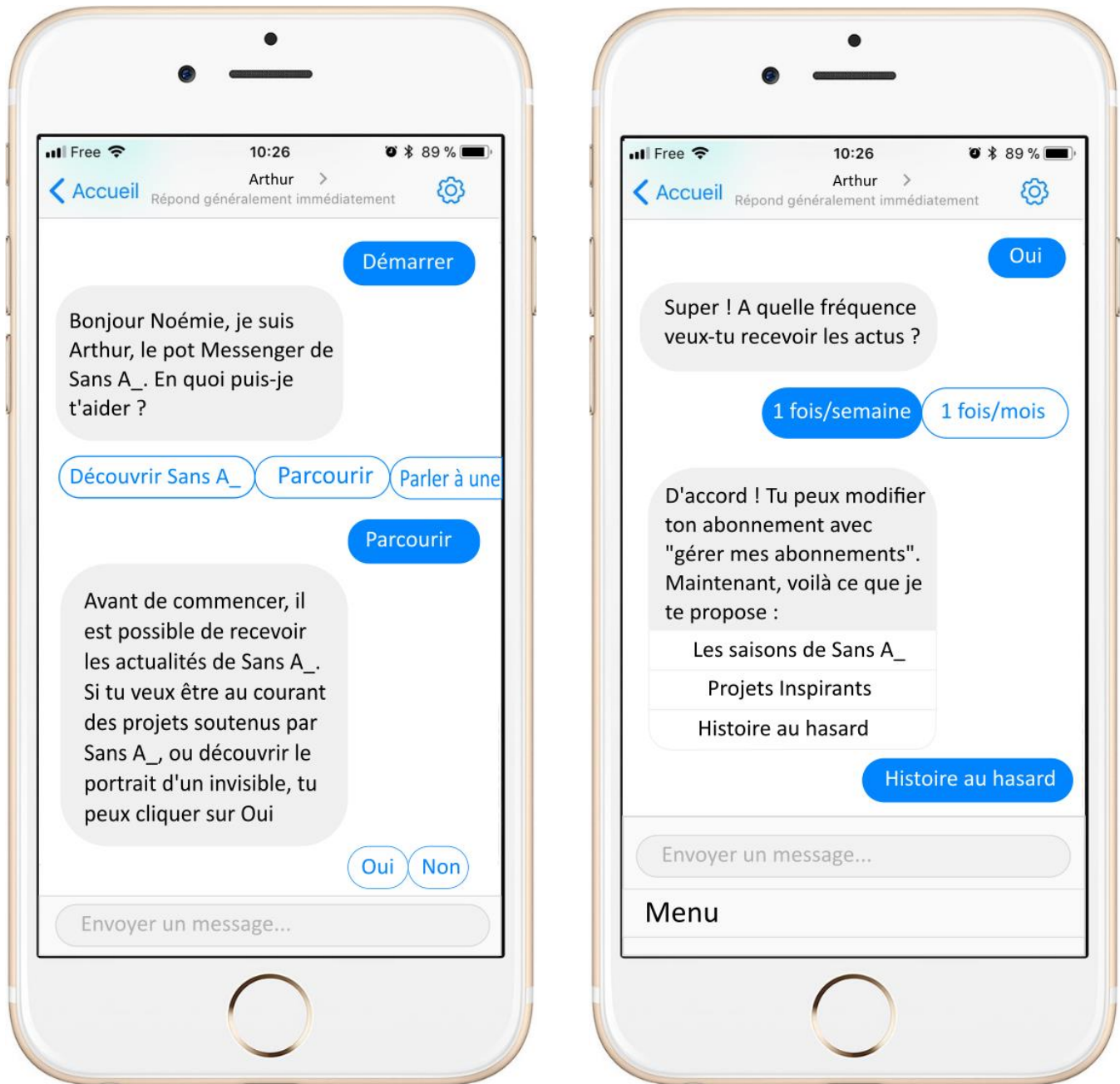
Tous ces formats peuvent être intégrés dans le programme d'Arthur et sont une possibilité de faire découvrir Sans A_ de manière plus ludique.

Je souhaite poursuivre ce projet sur le mois de Janvier.

IV) Remerciements

Je tiens à remercier Sophie Sachnine pour ses conseils, son écoute et son temps, Martin Besson, pour avoir patiemment répondu à toutes mes questions, ainsi que Robin Korda pour m'avoir aidé à structurer mes idées.

V) Annexe



Voilà à quoi pourrait ressembler une conversation avec Arthur après modifications.