

Etude thématique Groupe - UX DATA

Dans le monde de la mobilité, la data est au cœur de l'expérience des voyageurs.

Personnalisation, simplicité, immédiateté, la qualité de l'expérience utilisateur est directement liée à l'utilisation des données personnelles.

L'équipe Innovation Keolis a identifié 4 comportements universels dépendant du niveau de confiance, de maîtrise et d'utilisation de la donnée et les a déclinés en 4 profils data.

Les datas confiants voient avant tout les bénéfices d'usage.

Early Adopters, ils testent avec enthousiasme de nouveaux services et acceptent volontiers de partager leurs données si cela peut faciliter leur expérience.

Les datas sécurisées préfèrent conserver la maîtrise de leurs données personnelles et savent ce qu'il faut faire pour se protéger.

Méfiant et protecteur, il ne partage ses données que si cela est pleinement nécessaire.

Ils veulent en garder la maîtrise et connaître en détail l'usage qui en sera fait.

Les data contraints subissent l'usage de leurs données personnelles.

S'ils souhaitent profiter de services innovants, ils les adoptent en général après les datas confiants.

Ils manquent de connaissances techniques ou de maîtrise des outils technologiques pour protéger leurs données.

Les data parano préfèrent renoncer à un service plutôt que d'avoir à y partager leurs données.

Ils sont méfiants, voire angoissés et font peu confiance aux entreprises.

Ils préfèrent éviter les services personnalisés.

Pour améliorer l'expérience de chacun, il est important de redonner confiance en l'usage de la data en communiquant clairement auprès des voyageurs sur l'usage qui est fait de leurs données et en les rassurant sur les mesures de sécurité mises en place pour les protéger.

En expliquant simplement les bénéfices d'expérience de ce partage en termes de personnalisation, de fluidité de l'offre de transport et de déploiement de services innovants.

En prêtant assistance aux utilisateurs afin qu'ils gardent la maîtrise complète de leurs données et ce tout au long de leur expérience.

Communiquer et redonner confiance est aujourd'hui une priorité pour offrir aux voyageurs une expérience unique en toute sérénité.