

Qu'est-ce que l'Impact Mapping ?

Technique de planification stratégique

Ne pas s'égarer durant les phases de dev

Identification des hypothèses

Aligner les dev avec les objectifs métiers principaux

Permet de construire la feuille de route.

Dessiner une carte d'impact

Visualisation du périmètre et des hypothèses

Créées par la direction, l'équipe technique et les métiers ensemble

Mindmap qui répond à plusieurs questions

GOAL

ACTOR

IMPACT

DELIVERABLE

**GROW
MOBILE
ADVERTISING**

**SUPER-FANS
WITH MOBILE
DEVICES**

**CONCERT
ORGANISERS**

**ARTIST AGENTS
AND PROMOTERS**

**COME BACK MORE
FREQUENTLY**

STAY LONGER

VIEW MORE ADS

PUSH UPDATES

SPECIAL OFFERS

FORUMS

CHATS

BETTER PAGINATION

STORY1

STORY2

...

...

Pourquoi ?

Qui ?

Comment ?

Quoi ?

Pourquoi ?

Pourquoi faisons-nous ce que nous faisons?

C'est l'objectif que nous voulons atteindre.

Qui ?

Qui peut provoquer le changement attendu ?

Qui peut l'empêcher ?

Qui sont les clients ou utilisateurs de notre produit ?

Qui sera impacté par celui-ci ?

Ce sont les acteurs qui peuvent influencer les résultats

Comment ?

Comment le comportement des acteurs doit-il changer?

Comment peuvent-ils nous aider à atteindre notre objectif?

Comment peuvent-ils empêcher l'objectif de se réaliser?

Ce sont les impacts que nous voulons créer.

Quoi ?

Que pouvons-nous faire, en tant qu'entreprise ou équipe de livraison, pour encourager ses impacts ?

Ce sont les livrables, les caractéristiques du logiciel ou les activités de l'entreprise.



Qui sont les acteurs ?

Définir les acteurs du système

Catégoriser les utilisateurs en
fonction de leurs interactions et
de leurs objectifs

Comprendre leurs enjeux



F**k market studies,
That's bullshit.

Etudier les acteurs

L'étude des besoins du client est primordiale

Acquérir une bonne connaissance client pour éviter les hors-sujets (45% fonctionnalités inutilisées)

Comprendre leurs enjeux

L'Empathy Map

Outil structurant le profil client par catégorie.

Acquérir une meilleure compréhension de son environnement, comportement, ses préoccupations et aspirations.

Avantages

Utiliser l'empathie afin d'améliorer la perception client

Centré sur le client

Partir du problème client et non de la solution

PARTICIPANTS

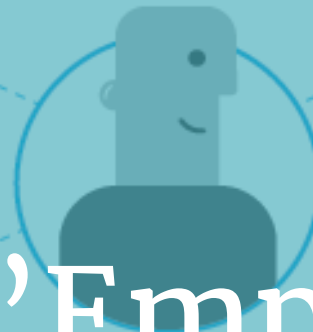
CARTE D'EMPATHIE

DATE

ENTENDS
DU PATRON
DE MES AMIS
DE MES PARTIES PRENANTES

PENSE ET RESSENS
MES PRÉOCCUPATIONS
MAJEURES

VOIS
DU MARCHÉ
DE MES AMIS
DE MON ENVIRONNEMENT



DIS ET FAIS
MON APPARENCE
MON COMPORTEMENT
MON ATTITUDE EN PUBLIC

PROBLÈMES
PEURS // FRUSTRATIONS // OBSTACLES

BESOINS
ENVIES // MESURES DU SUCCÈS

Modèle d'Empathy Map

Carte Détaillée



Que **pense**-t-il et que **ressent**-il ?

Ce qui est vraiment important
Préoccupations majeures
Inquiétudes et aspirations



Qu'**entend**-il ?

Ce que disent ses amis
Ce que dit son chef
Ce que disent les personnes
qui comptent



Que **dit**-il et que **fait**-il ?

Comportement vis-à-vis d'autrui
Attitude en public
Apparence



Que **voit**-il ?

Environnement
Amis
Ce que le marché propose



Souffrance

Peurs
Frustrations
Obstacles



Gain

Désirs/Besoins
Critères de réussite
Obstacles



