

Résumé de l'épisode

Lunii

Construire la vision produit via le Product Vision Sprint



Pour être tenu·e au courant de la sortie des prochains épisodes et recevoir les ressources de mes invité·e·s, [inscris-toi ici](#)

Résumé de l'épisode et points clés

Présentation de Lunii

Capucine Borghese est Head of Product chez Lunii.

Lunii souhaite placer l'imagination au cœur du développement de l'enfant, et ce grâce à une conteuse audio (la Fabrique à Histoires) sur laquelle l'enfant peut écouter des livres audio interactifs, en faisant des choix qui influencent directement le déroulé de l'histoire qu'il écoute. Et pour nourrir la conteuse, de nombreux livres audio interactifs, publiés par leur maison d'édition en interne, peuvent être ajoutés sur la Fabrique à Histoires.

Le challenge produit de Capucine

Mettre en place une vision produit chez Lunii en une semaine, en déroulant une méthode originale : le Product Vision Sprint.

Contexte

Product Vision Sprint : un sprint d'une semaine, bloqué à l'avance, avec des membres clefs de l'entreprise mis autour de la table pour aboutir à une vision produit.

Avant de mener le Product Vision Sprint, il existait une vision stratégique de l'entreprise chez Lunii, mais pas réellement de vision produit. La vision produit vient concrètement répondre à "ce que l'on espère atteindre sur le long terme, l'impact que l'on veut avoir". Ils ont décidé de la placer à 3 ans.

Afin de construire cette vision produit, il a d'abord fallu convaincre les cofondateurs. Naturellement, ils sont très attachés à leur vision et ne font pas forcément la différence entre une vision stratégique (quelques phrases : raison d'être, savoir-faire et ambition chiffrée) et une vision produit : notamment que l'une découle de l'autre et va lui être fidèle. Une fois que tout le monde a été aligné, la préparation du Product Vision Sprint a pu démarrer...

Préparation du Product Vision Sprint

Pour la préparation, un quatuor a été formé : la Head of Product et le Head of Design en organisateurs principaux, et deux animatrices/facilitatrices Product Designers pour apporter toute leur expertise sur l'animation d'ateliers.

Une fois que le noyau dur a été créé, il a fallu identifier les "key members", qui sont les participants au Product Vision Sprint. Ils ont été choisis pour : • leur connaissance développée du produit

- leur capacité à être innovants et penser avec des idées "out of the box"
- une approche user centric

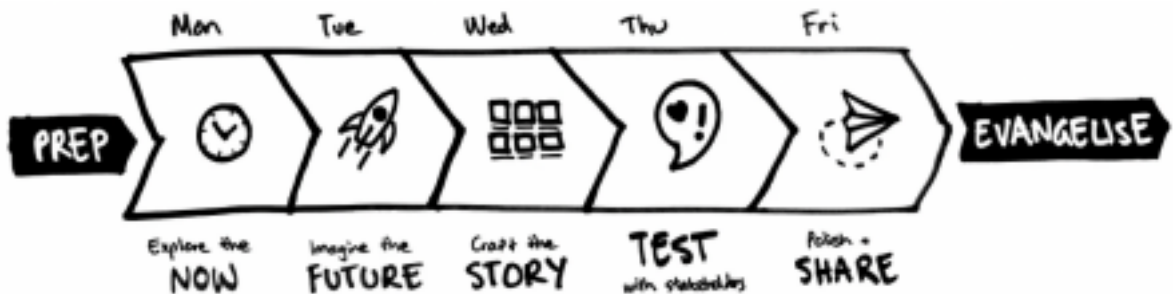
Enfin, un espace Notion a été créé, ouvert à la globalité de l'entreprise. Il est possible d'y retrouver notamment le contexte, l'explication de ce qu'est une vision produit, le planning du Product Vision Sprint, la liste des "key members", et une Vision Room (agrégation de tous les concepts et pistes produit étudiés par le passé chez Lunii, qu'ils aient vu le jour ou non, pour mettre tout le monde à niveau sur les réflexions existantes).

Les livrables attendus

Dans l'exercice du Product Vision Sprint, deux livrables sont attendus, qui repartent de la raison d'être de l'entreprise (chez Lunii : "Mettre l'imaginaire au cœur du développement de l'enfant.") :

- **la Stated Vision** : courte déclaration qui articule l'objectif du produit et l'image d'un avenir meilleur qu'il espère contribuer à créer.
- **la Tangible Vision** : représentation visuelle de la "Stated Vision". Tangible, impactante et mémorable → L'impact émotionnel doit être élevé afin de mémoriser et évangéliser la vision produit.

Format du Product Vision Sprint :



Jour N°1 : mapper l'existant

Matin : Premier atelier avec les "key members".

Format : User Journey Map au mur qui permet de visualiser de manière chronologique l'expérience utilisateur existante chez Lunii.

Sous la forme d'une timeline visuelle, les participants viennent énumérer les différentes phases et actions des utilisateurs. Pour chaque action, ils cherchent à identifier les besoins et motivations correspondants, mais également les différents

points de contact (digital et physique), ainsi que les irritants qui dégradent l'expérience.

Après-midi : Synthèse avec l'équipe organisatrice du Product Vision Sprint (les 4 personnes citées ci-haut) et la cofondatrice.

Objectifs :

- Regrouper les idées similaires
- Harmoniser le niveau de détail des post-its
- Analyser les irritants des utilisateurs pour comprendre ce qui pose le plus de problèmes

Six grandes thématiques à partir desquelles avancer sont dégagées de ce travail.

Jour N°2 : réfléchir sur le futur

Matin : Deuxième atelier avec les “key members”.

Format : Brainstorming autour des six thématiques de la veille, d’abord individuellement puis en groupes.

Après-midi : Synthèse réalisée par l’équipe organisatrice du Product Vision Sprint.

Objectifs :

- Converger les idées du matin
- Les mettre au même niveau de granularité
- Se timeboxer pour écrire une Stated Vision. Puis ensuite, l’équipe organisatrice met en commun les différents brouillons de Stated Vision pour aboutir à un résultat final. Reprendre les idées et les synthétiser est un exercice difficile, d’où l’idée de timeboxer pour ne pas y passer trop de temps.

Jour N°3 : façonner la vision

Matin : Réflexion entre l’équipe organisatrice et l’équipe créa (groupe de designers choisis pour participer au sprint et faisant partie des “key members”) pour repartir de la Stated Vision et créer une Tangible Vision.

Format : Brainstorming, en gardant en tête le besoin d’être impactant et mémorable, et d’arriver à un livrable qui puisse être simple, manipulable et visible.
→ Suite au brainstorming, il est décidé de matérialiser la vision Lunii par un set de cartes (type serious game avec de grandes familles). 4 grandes familles qui regroupent chacune plusieurs cartes concept.

Après-midi : Mise en forme de la Tangible Vision. Les tâches sont réparties entre l’équipe organisatrice et l’équipe créa.

Soir : Point d’étape avec les cofondateurs : il est important de les embarquer tout au long de la démarche, et de les garder dans la confiance.

Jour N°4 : tester la vision

Matin : Présentation aux “key members” de la Stated Vision & Tangible Vision, car ils ont participé aux ateliers le lundi et mardi matin, mais ils n’ont pas encore vu le résultat, travaillé les après-midi... ! Les feedbacks sont précieusement écoutés, et notés.

Après-midi : Même présentation réalisée, mais auprès des membres de la direction cette fois-ci. Encore une fois, les feedbacks sont récoltés !

Jour N°5 : peaufiner

Toute la journée : itération et derniers ajustements suite aux retours de la veille.

À noter :

La vision produit est la première étape pour découler derrière un travail autour de la stratégie produit et roadmap plus cadré. Donc après le Product Vision Sprint (la semaine qui suit), il est primordial de montrer aux équipes comment ce travail intense mené sur une semaine va concrètement s’orchestrer dans leur quotidien derrière. Lunii recommande donc une restitution du Product Vision Sprint à l’échelle de l’entreprise, avec notamment un plan concret d’action pour la suite.

Apprentissages suite au Product Vision Sprint

Les points positifs :

- Importance du format hyper concis :
Cela permet d’avoir rapidement une vision produit consolidée qui, autrement, peut s’étaler sur plusieurs mois. La vision produit n’étant de toute façon pas figée et allant nécessairement bouger avec le temps, il vaut mieux ne pas passer trop de temps à la cadrer. En une semaine, le résultat est époustouflant !
- Cohésion des équipes :
Beaucoup de positif est ressorti de cette semaine. Co-construire le futur avec les équipes est très engageant et créer beaucoup d’émulation. Il a été prouvé que l’intelligence collective était hyper alignée avec la vision des

cofondateurs. Désormais, la vision produit établie va pouvoir faciliter l'arbitrage des décisions dans les projets du quotidien. En ce qui concerne la Vision Tangible établie chez Lunii (jeu de cartes), le format est particulièrement intéressant grâce à son côté maniable et qui se divise. Il est possible de venir tirer du jeu une carte spécifique lors d'une réunion pour aiguiller la direction à prendre.

- **Facilité d'évangélisation :**

La vision produit (notamment sous sa forme tangible) est pratique pour embarquer les individus dans les communications de Lunii (recrutements, onboarding...)

Les points à améliorer / ce que Lunii aurait pu mieux faire :

- L'équipe organisatrice du Product Vision Sprint avait tout préparé et cadré en amont. En réalité, au fur et à mesure que le sprint avance, il prend des tournures un peu différentes en fonction de ce qui ressort des ateliers. L'équipe organisatrice a dû réajuster tous les soirs un peu au fil de l'eau, voire même parfois en live. Il est donc préférable de noter qu'on ne peut, hélas, pas tout prévoir ;-). C'est un exercice qui vit !
Ainsi, lors de la préparation en amont du Product Vision Sprint, cela ne sert à rien de trop border, c'est une perte de temps. Mieux vaut cadrer de grandes lignes directives et ajuster le déroulé concret des ateliers au fil de l'eau.

Ressources

- Article original de [Product Coalition](#) sur la méthodologie du Product Vision Sprint.
- [Exemples de cartes](#) tirées de la Vision Tangible établie par Lunii.