

# Évangéliser l'administration d'accueil

---

Sophie et Aliaume

2020-10-15

## Demande et besoin

---

## Une tension entre deux envies

1. « Jeter des paillettes dans les yeux »
2. « Établir une stratégie pérenne pour répondre au besoin »

**La clef** Comprendre pourquoi le défi a été proposé, pourquoi est-ce que les paillettes sont importantes.

**Sophie** Création d'un pôle data dans son administration, donc le mentor veut se positionner en proposant des projets rapides et visuels. **La demande:** faire des démonstrations. **L'objectif:** se faire bien voir et trouver plus de financements.

**Aliaume** Il y a eu un gros investissement dans le projet en demandant un investissement considérable aux usagers (annotation de plus de 2000 lettres, création des ontologies, etc...). **La demande:** avoir un truc à montrer le plus vite possible, que ce soit des visualisations, améliorer les performances d'apprentissage, mais quelque chose de très visuel. **L'objectif:** ne pas s'aliéner les usagers de l'outil, en faisant la part belle au biais cognitif du « j'ai déjà beaucoup investi donc il faut continuer ».

1. Les responsables métiers sont vraiment au top, mais manquent de vision globale.
2. Il ne faut pas se laisser emporter.
3. Il ne faut pas freiner des quatre fers.

## Outils de communication

---

**Ce que l'on veut dire** Il faut une stratégie globale, vous traitez mal vos données...

**Ce qu'il faut dire** Vous avez des données *hyper* intéressantes, et les valoriser va *réellement* vous servir.

**Un exemple de production:** Faire une fiche « avant/après » sur la manière dont les gens travaillent avec leurs données.



**De la résistance au changement** Le plus possible montrer que la valorisation des données et leur structuration peut se faire *sans douleur*. Cela va se heurter à un véritable stress post-traumatique des méthodes actuelles où « valoriser » signifie ajouter des champs dans un formulaire qui en contient déjà 250.

**Un exemple pour apprivoiser un utilisateur** Certaines données sont redondantes, et plutôt que de fusionner tous les formulaires en un seul, proposer du pré-remplissage, avoir des fonctions qui simplifient et *régularisent* le remplissage sur les champs déjà existants. L'utilisateur passe *moins de temps* et la donnée est de *meilleure qualité*.

## Vous n'êtes pas seuls (DATA)

1. D'autres gens ont essayé de formater les données (DSI, statisticiens)
2. D'autres gens voient l'intérêt de le faire (gain de temps, de qualité de travail)
3. Les usagers peuvent voir l'intérêt de formaliser des référentiels et des schémas de données (même en échange de tableaux excel).

**L'objectif:** Avoir une base de personnes plus ou moins bien placées qui n'attendent que cette transition! Et cette base existe.

**Une phrase clef:** « Passer de l'archivage au traitement de la donnée ».

1. Leur montrer que c'est partout pareil, c'est normal que le chemin semble long!
2. Leur montrer que d'autres gens font une transition vers la data!

**L'objectif:** Rassurer!

**Exemple:** utiliser des présentations et des usages dans d'autres administrations et entreprises.

1. On ne peut pas avoir de l'IA sans avoir une data.
2. « Shit in, shit out. » on a rien sans rien.

**Long Term** Structure pérenne de gouvernance de la donnée. Qui contient, des schémas, qui centralise et purifie les informations, qui permet sa mise à jour et sa compréhension.

**POC** Faire *une* application qui valorise clairement les données.

**Quick Win** Proposer des choses faciles qui répondent à un besoin d'un utilisateur très particulier.

- Long Term** C'est la transition de fond qui doit s'opérer avec une échelle de temps plus longue: on pose les jalons d'une transition qui doit *se poursuivre*.
- POC** C'est généralement ce sur quoi on nous sélectionne dans les EIG. Il faut le voir comme une vraie application, mais dont le but est de faire comprendre que le *long term* est utile et nécessaire.
- Quick Win** Par exemple automatisation d'une petite tâche, simplification de saisie de donnée, le tout en une journée ou deux.

Conclusion ?

## Il faut bien choisir sa communication

1. **Individuelle** et **personnalisée** pour obtenir des *défenseurs* du projet, qui resteront même après notre départ.
2. **Globale** et **factuelle** pour obtenir l'adhésion des utilisateurs et faire une « preuve de vie » du projet.

## Il faut maintenir une position saine

1. D'une part, rester humble et ouvert: ne pas venir avec une casquette d'expert, mais justement de « nouvel arrivant » qui veut se rendre utile.
2. D'autre part, ne pas accepter sans broncher des choix techniques/politiques qui semblent aller à l'encontre du bien-être des usagers.



Certaines des remarques s'appliquent toujours. Un petit point rapide sur

**L'autorité et la confiance** Avoir une entité externe qui appuie vos demandes/propos est d'une plus value incommensurable. Cela débloque pas mal de situations, et rassure énormément les mentors et le personnel de l'administration d'accueil quant à l'issue du projet.