

steps →  
details →

# EXPLORER VOS PRODUITS POUR LE BONHEUR DE TOUS



Stéphane BACHELET & Nils LESIEUR  
Agile France 2018 – 14 & 15 Juin 2018



@Nils\_Back & @StephanLaBiz

# Hello ;-)

Stéphane

#PassionAgile

#ScrumMaster

#Photo

#Nexeo

Nils

#PassionAgile

#CoachAgile

#Rugby

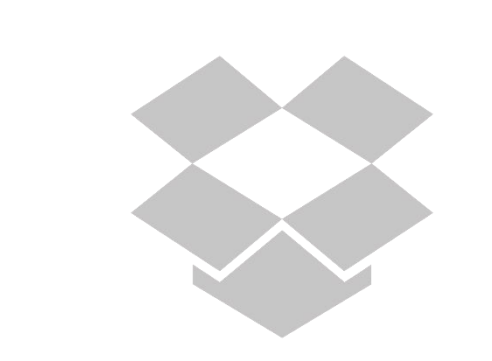
#BeNext

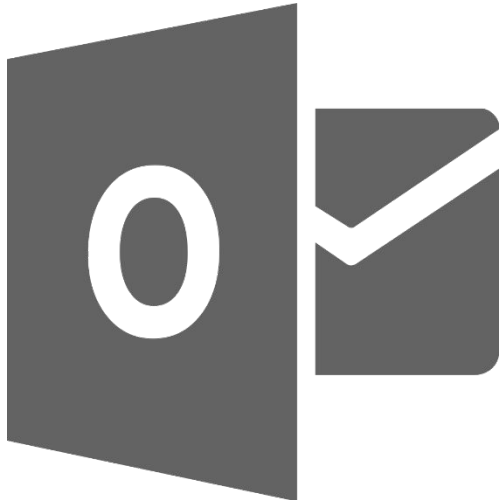
#FlowCon

Le but de l'utilisation des stories est  
la **compréhension mutuelle**

(Utilisateurs, BA, Dev, Testeurs, ...)

Le partage de document **ne favorise pas**  
la compréhension mutuelle





Hello,

I would like to order a cake  
Could you write « So long Alicia » in  
purple?  
And put stars around?

Best Regards

Nils





« *Discover the whole story,  
Build the right product* »

- Jeff Patton -

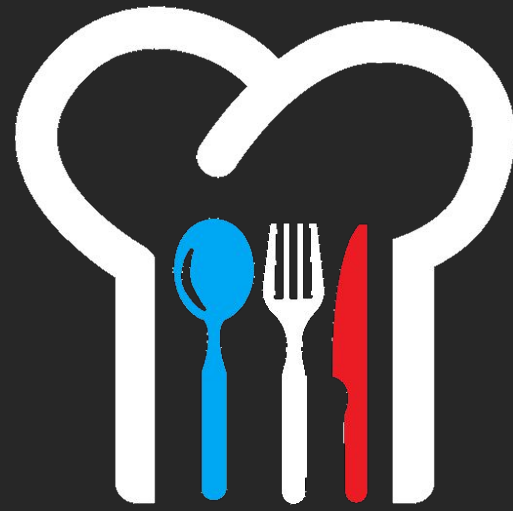


**deliveroo**



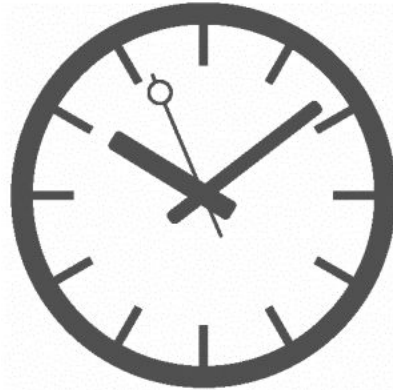
*foodora*





***FAST***ronomie

# Nos Valeurs



# Une Persona



Alice  
34 ans - PARIS  
CIRCACIENNE - Chargé de com'  
du XV de France

## SA VIE / SON HISTOIRE / SON TRAVAIL



- Vient d'une famille de Rugby
- Agrandi en Haute - Garonne
- Travaille depuis 3 ans comme chargé de com' du XV de France
- Passe sa vie avec un écran sous les yeux (Smartphones, Mac)

## SES BUTS



- Se rappeler le bon goût des produits du Sud-Ouest
- Bien manger en ayant souvent peu de temps

## SON UTILISATION



- Utilise tous les jours Foodora / Uber Eats

## LES FREINS, FRUSTRATIONS POTENTIELLES



- Pas de mode offline

## CE QUI PEUT L'INFLUENCER



- Des produits du Sud-Ouest à portée de main
- Qualité

## LA BONNE SURPRISE

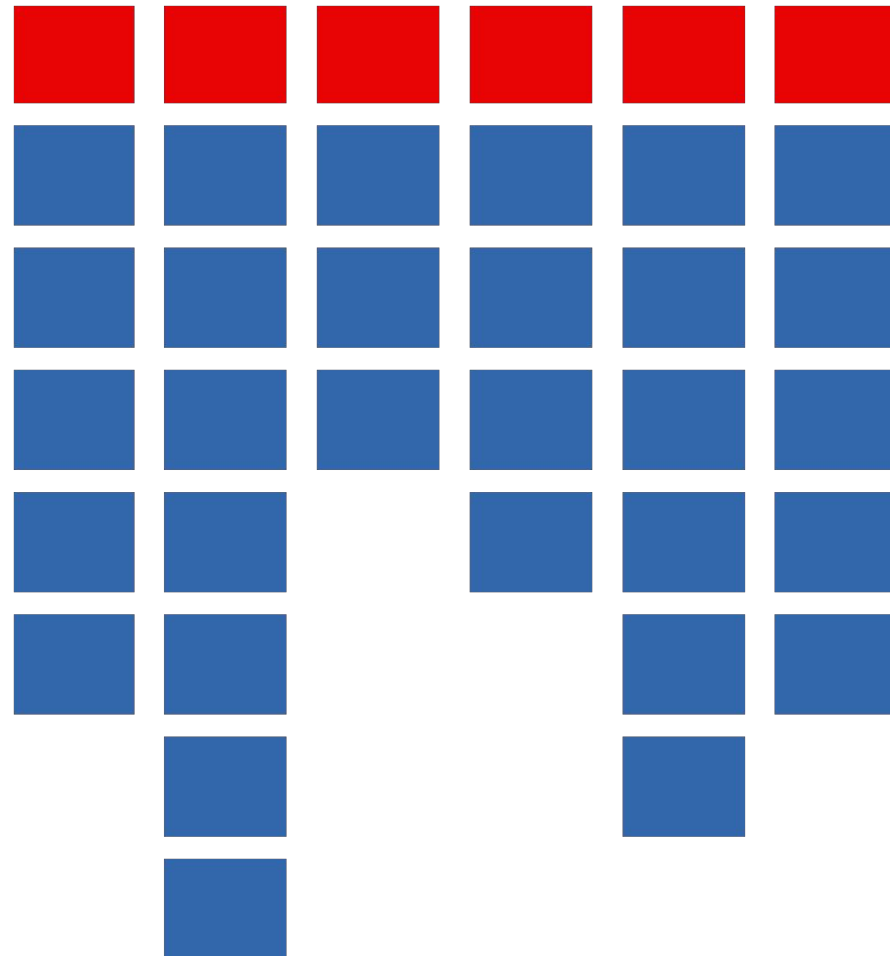


- Pouvoir recevoir un e-mail contenant ...
- Pouvoir commander un repas au hasard livré en 10 minutes

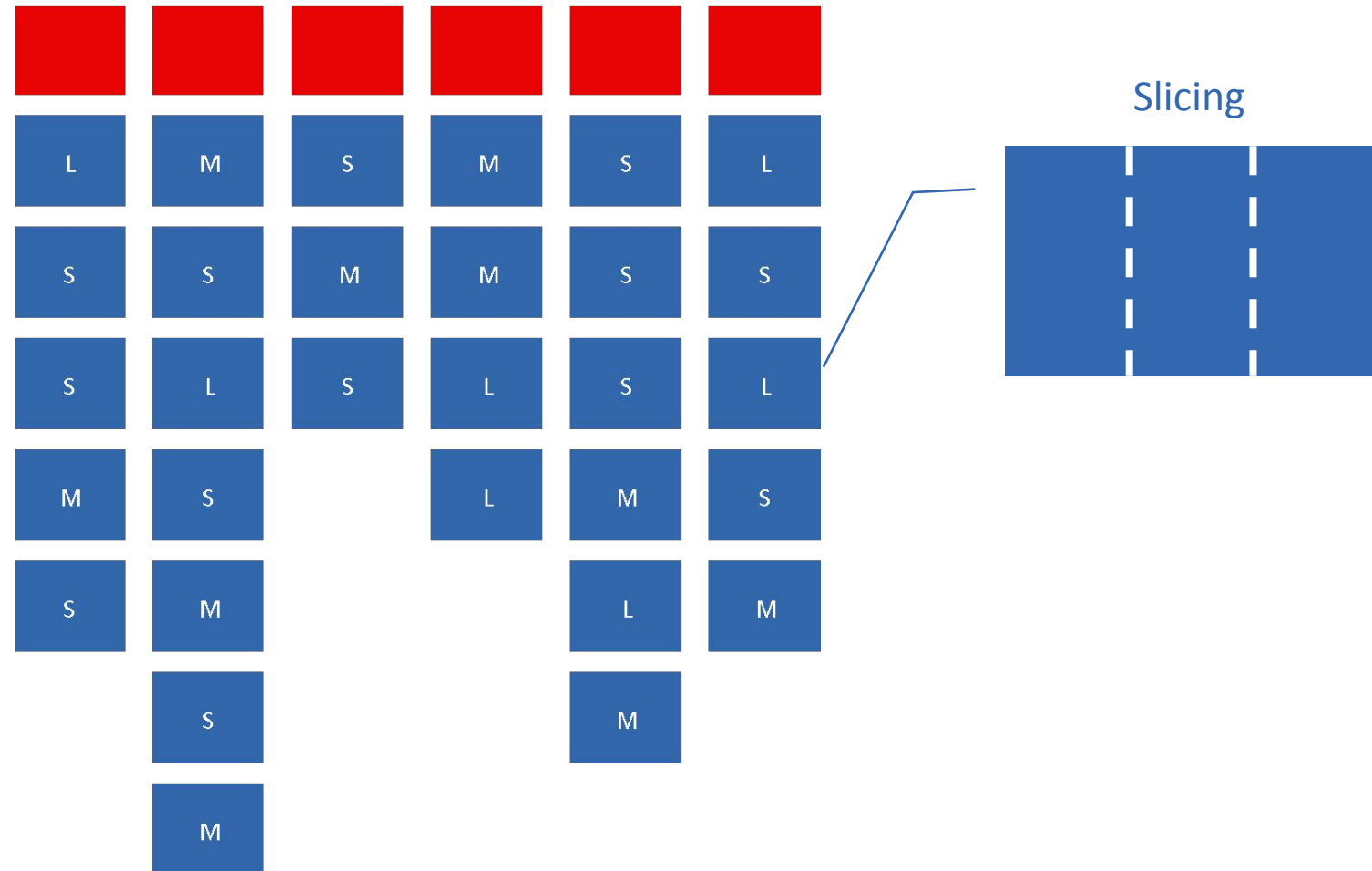
# Chaîne de valeur



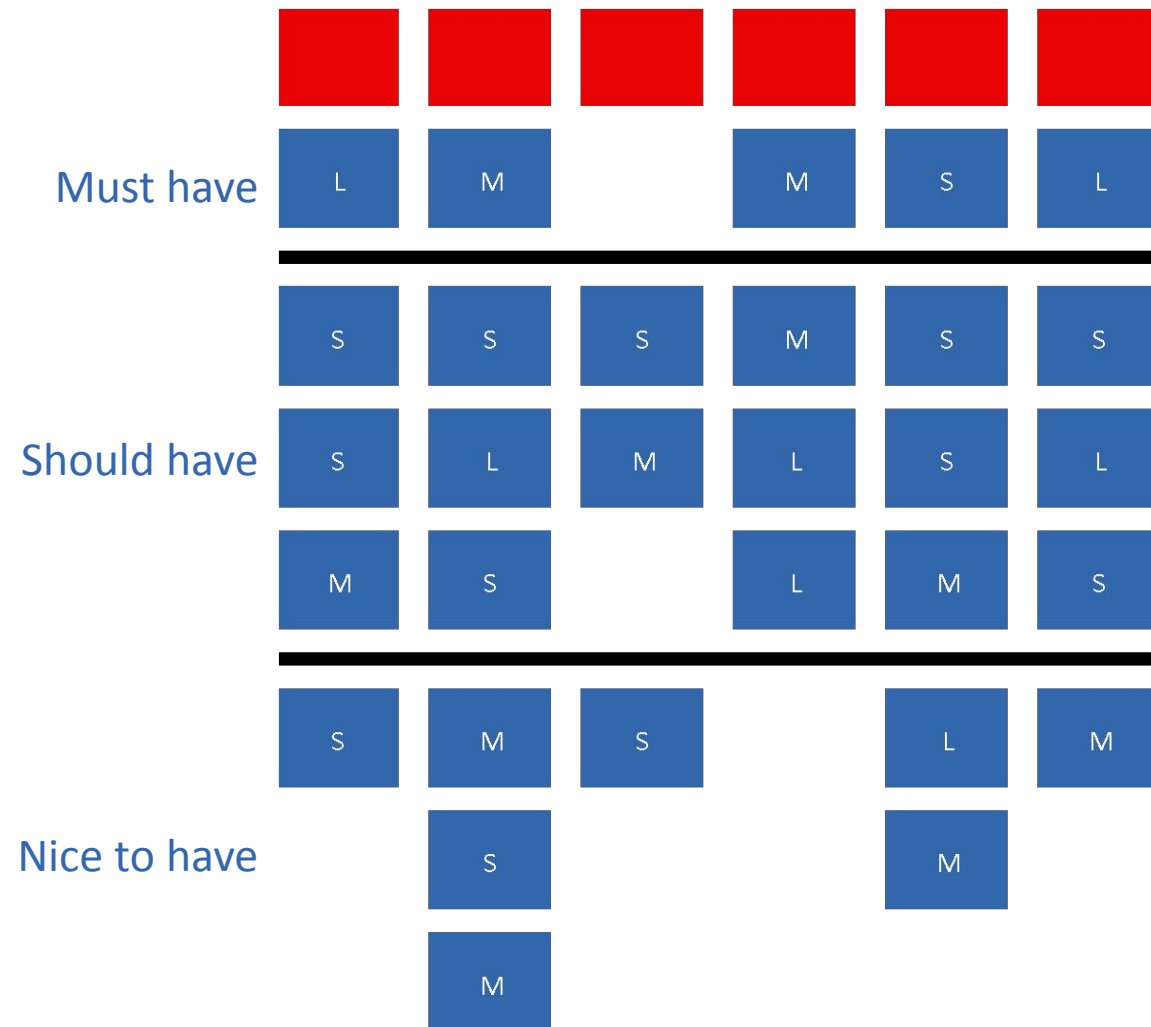
# User stories



# Complexité



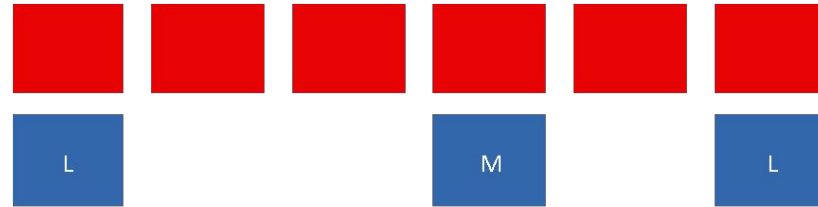
# Business Value





# Business Value – Final Step

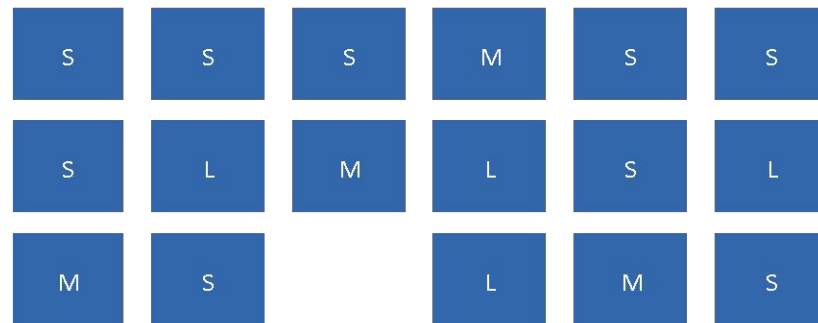
Ca fait mal mais ça marche !



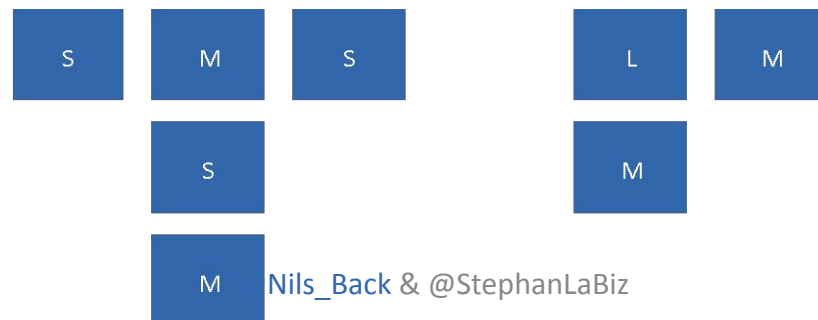
Must have



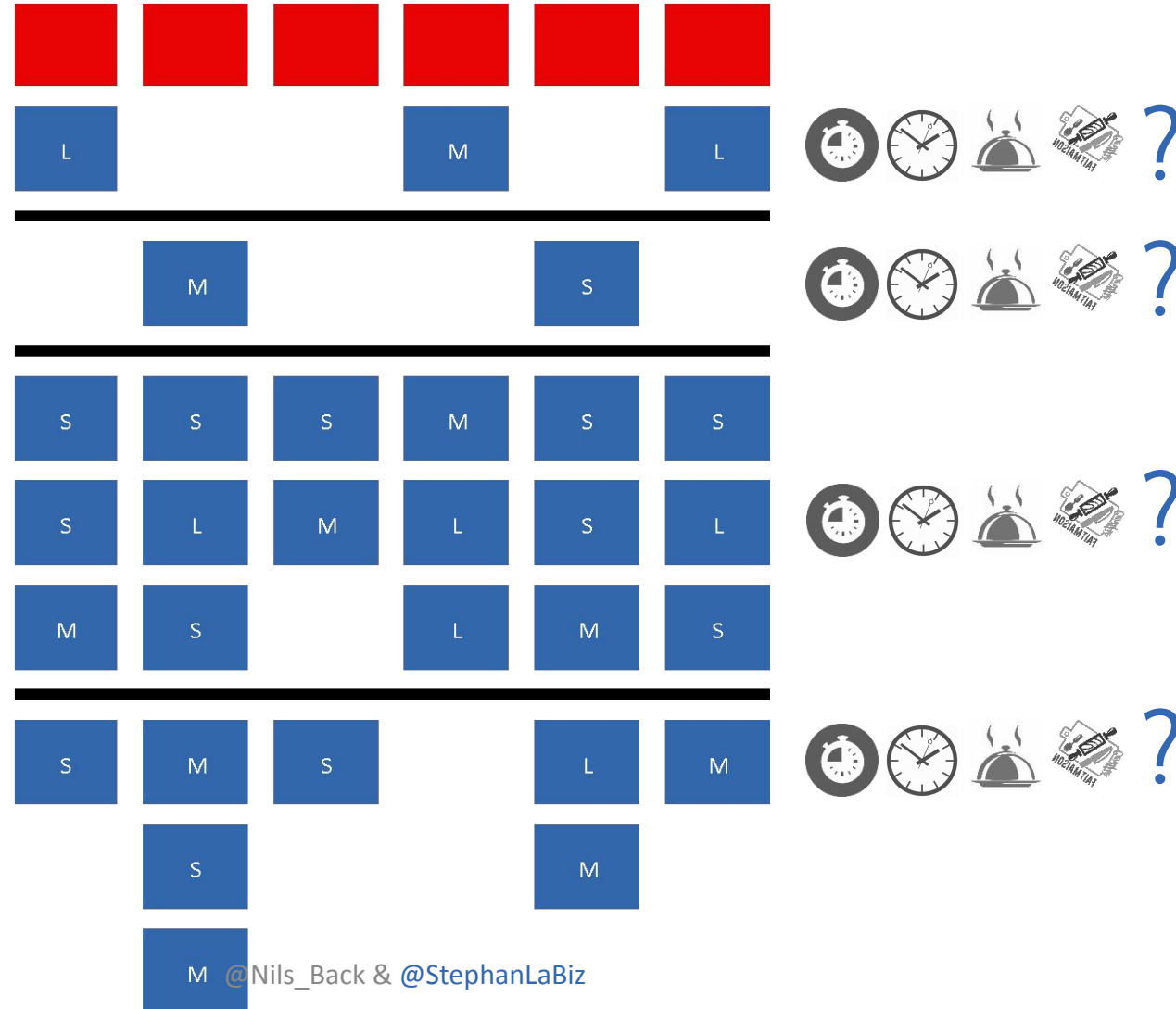
Should have



Nice to have



# Business Value vs Nos Valeurs



Minimiser l'effort,

Maximiser l'outcome et les feedbacks

15  
Décembre

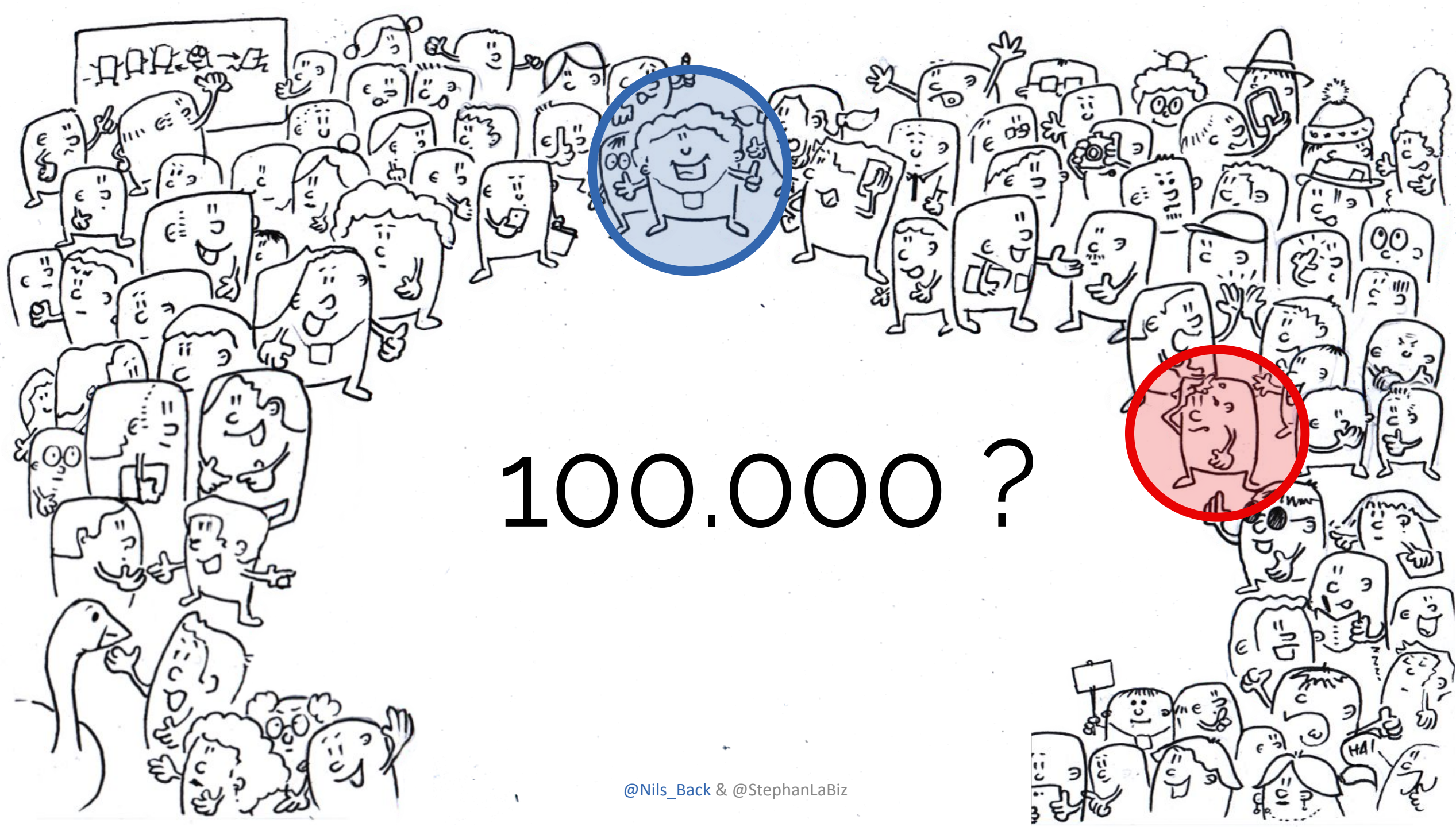
**BRAVO !**

Nous avons  
notre 10,000<sup>e</sup> client









100.000 ?

Maintenant, nous avons  
notre **pourquoi** !  
notre **but** !



# WHY

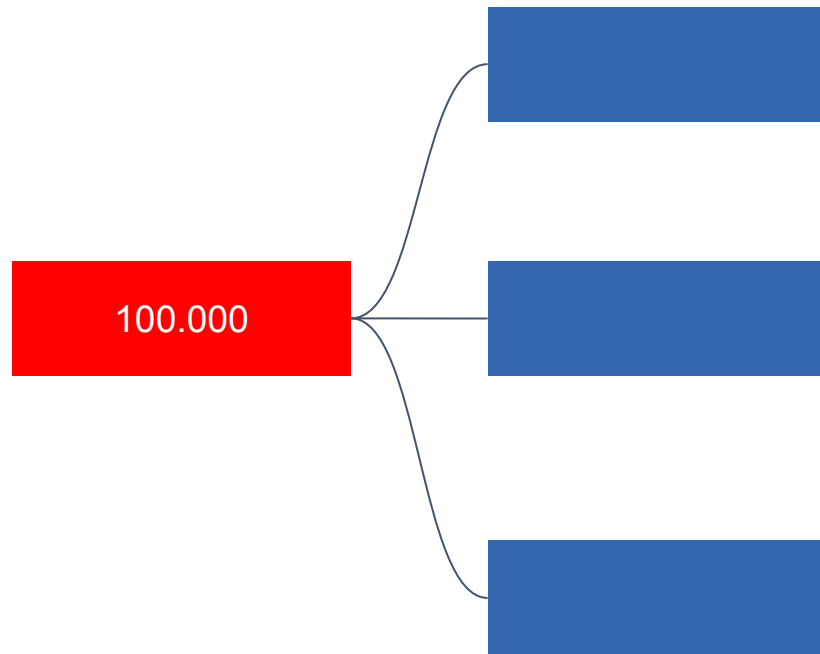
100.000

Indicateur ?

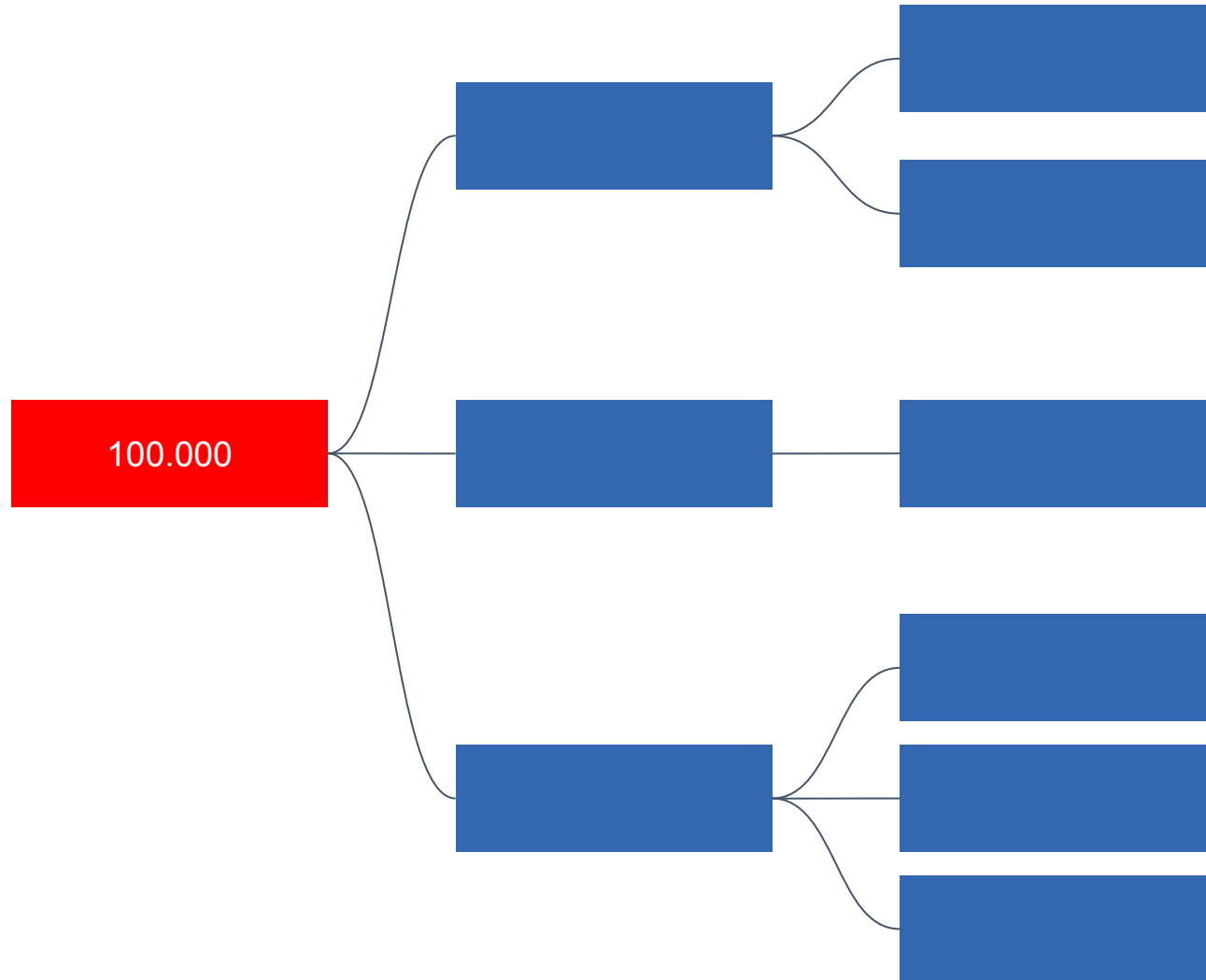
Définir de bons indicateurs de mesure  
Puis définir notre 1er milestone

Si nous respectons les indicateurs  
clés avec périmètre non prévu,  
aura-t-on réussi ?

# WHO



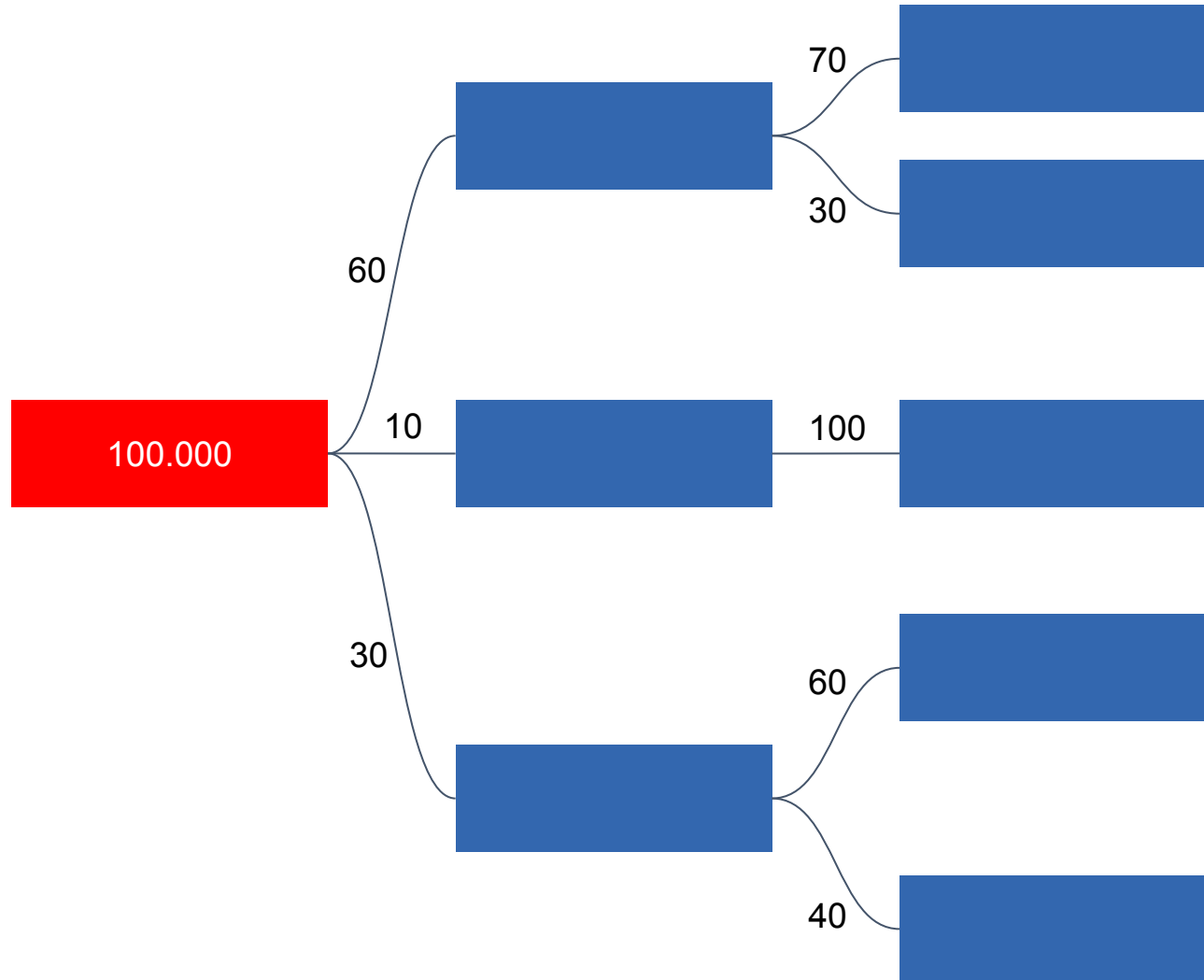
# HOW



Ne tentez **pas**  
d'implémenter **toute la carte**

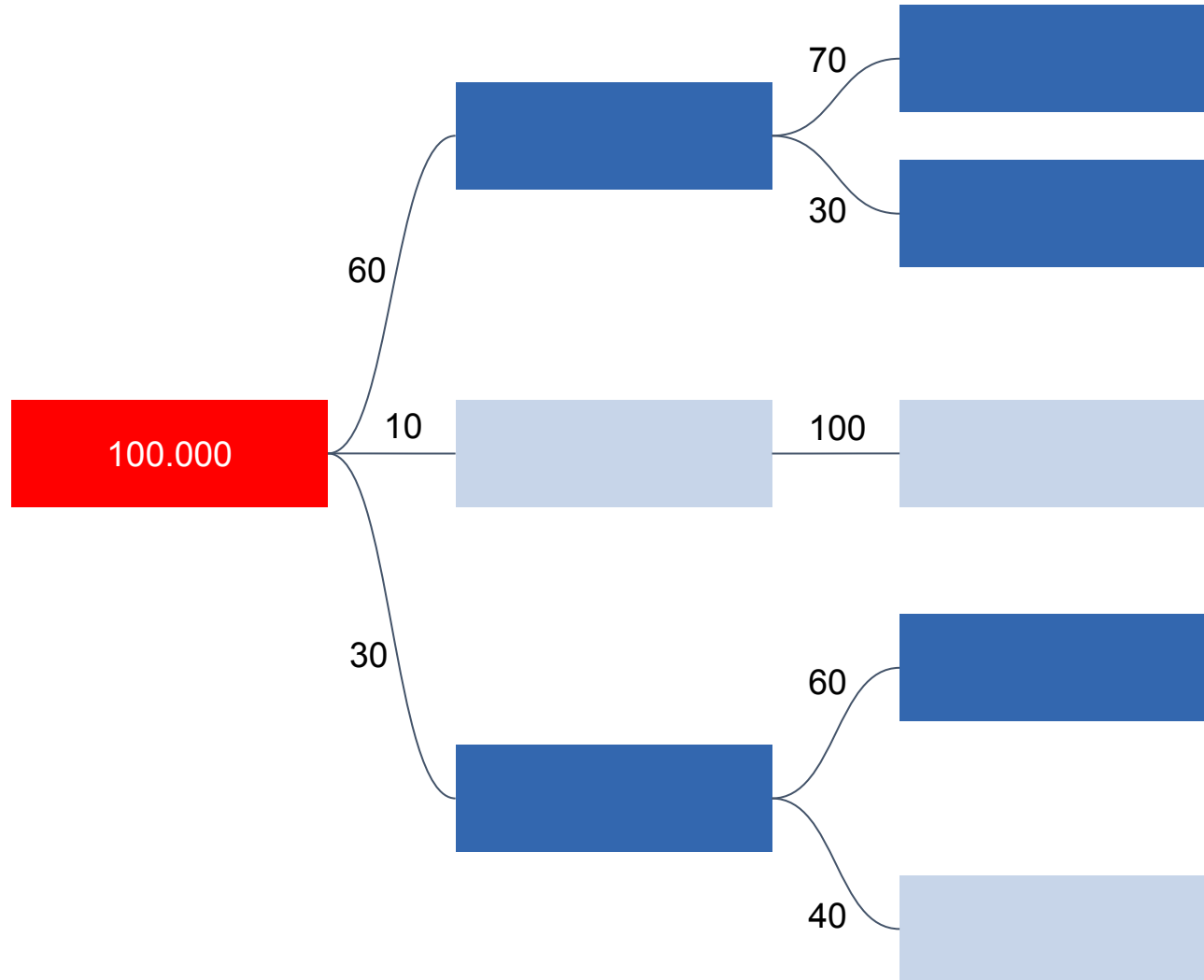
Trouvez le **chemin le plus rapide** pour  
arriver à votre but

# Poids

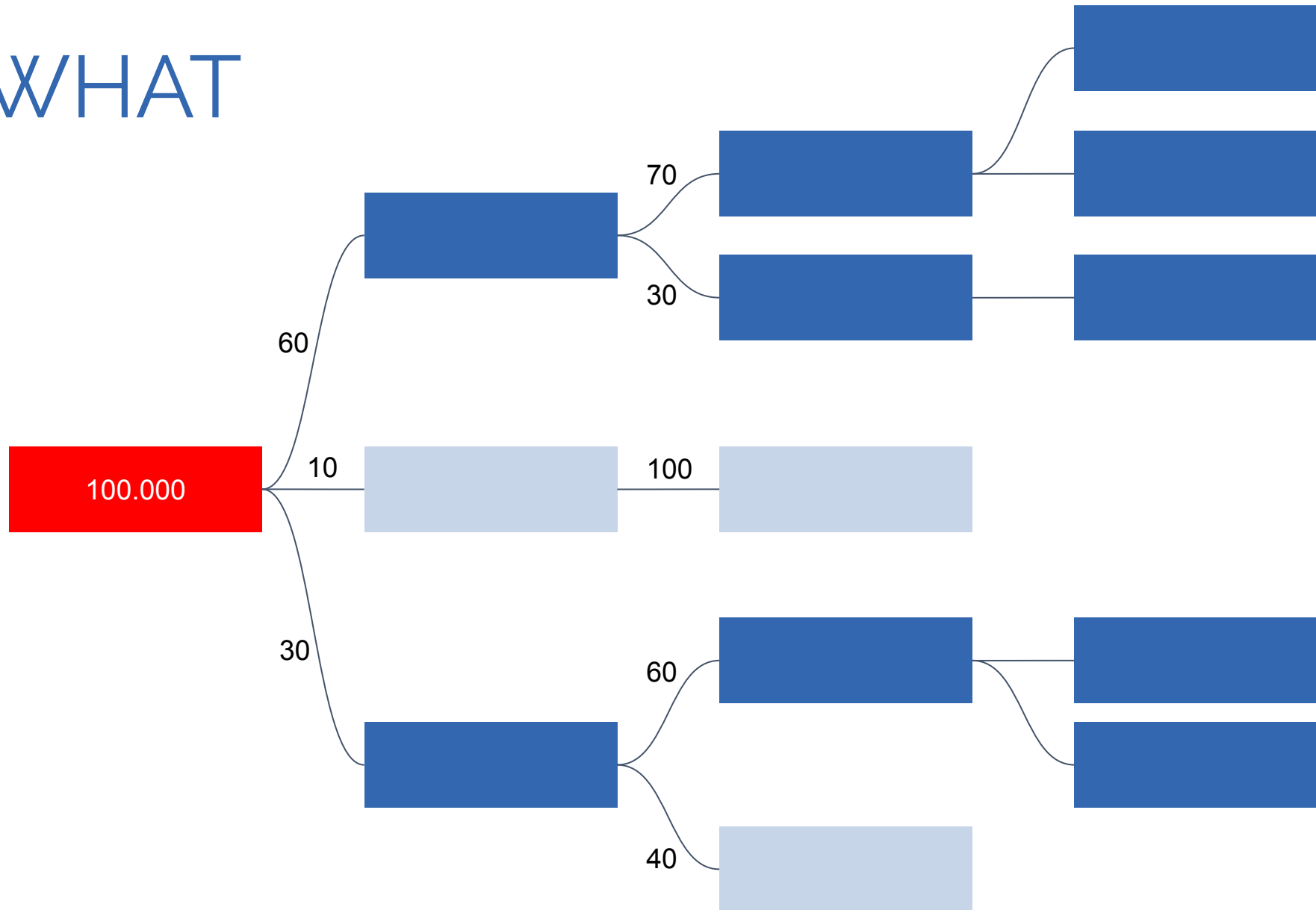




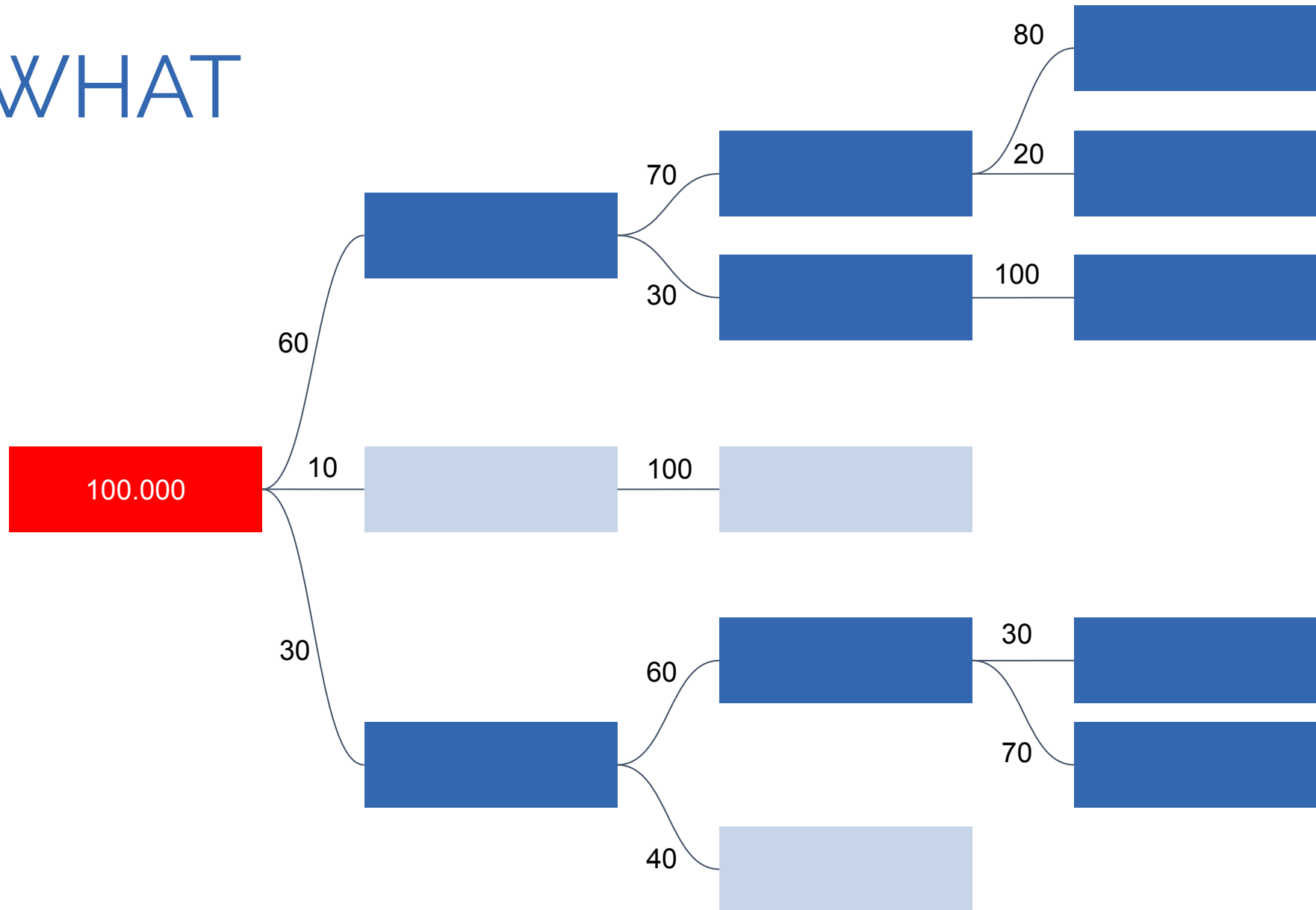
# Poids



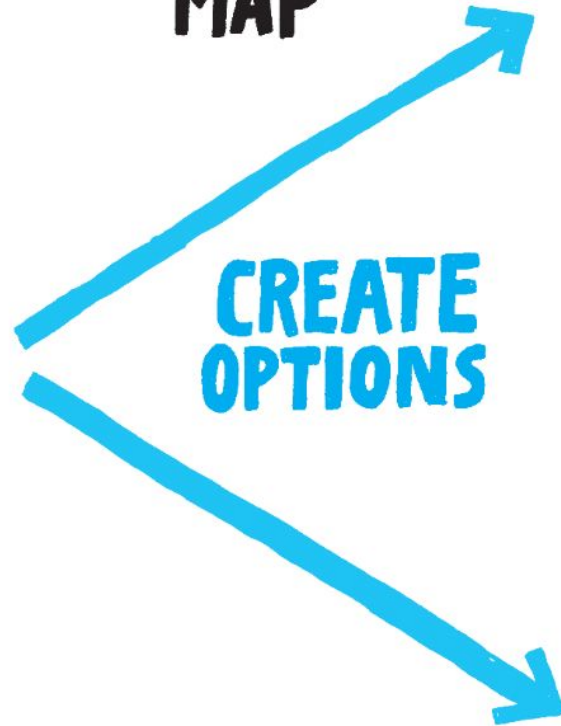
# WHAT



# WHAT



**DIVERGENT:  
GROW  
MAP**



**DIVERGENT:**  
**GROW**  
**MAP**

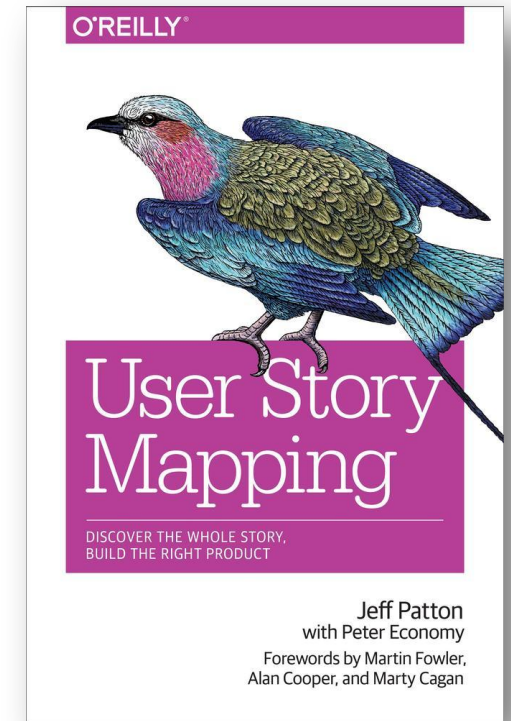
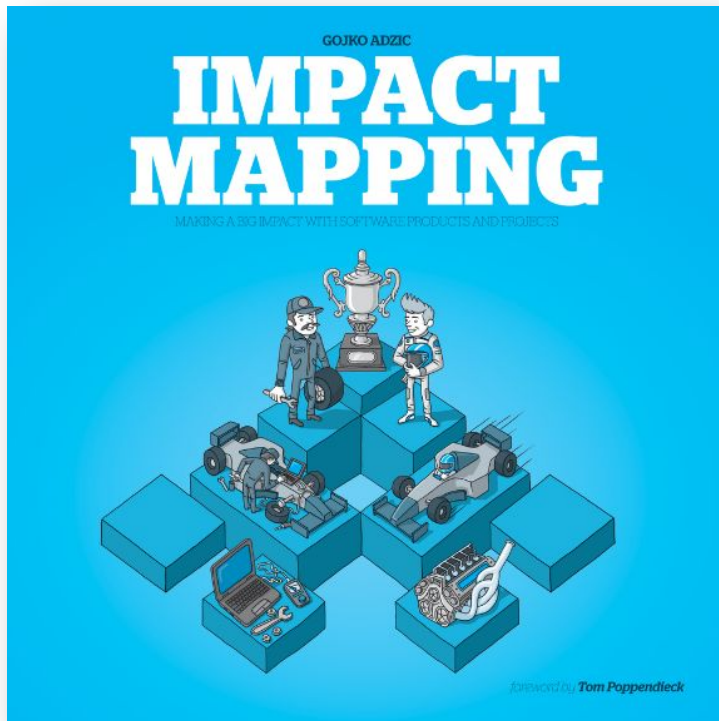
**CONVERGENT:**  
**PRIORITISE**  
**MAP**

**CREATE**  
**OPTIONS**

**MAKE**  
**CHOICES**

**Discuter** des hypothèses  
**Créer** des plans  
**Aligner** tous les intervenants

# Pour aller plus loin





# Quelques liens

User story map

<https://jpattonassociates.com/user-story-mapping/>

<https://www.areyouagile.com/2017/01/cartographie-plan-action/>

Impact map

<https://www.impactmapping.org/fr/>

<https://www.areyouagile.com/2017/02/cartographie-strategie-impact-mapping/>

Outils

<https://coggle.it/?lang=fr>

<https://www.featuremap.co/fr>



THANK  
YOU