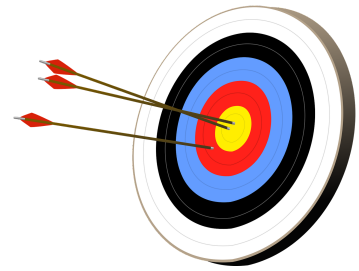


A la découverte de vos clients

Serious game d'initiation au Lean Startup



Objectifs

Ce serious game a pour objectif de présenter les différents concepts liés au Lean Startup.

Bien qu'étant un jeu, il est structuré comme une formation, aussi les libertés d'actions des joueurs y sont très limitées. Les phases de jeu sont organisées pour favoriser le "fail" et l'apport de concepts au fur et à mesure.

Il faudra faire attention à gérer les personnes qui auraient déjà une appétence pour les pratiques de découverte d'un marché. Si par exemple ceux-ci :

- Demandent une étude de marché dès la 1ère phase : leur expliquer que la demande a été faite, que le travail est en cours, mais que les résultats ne sont pas encore connus...
- Demandent à interviewer des utilisateurs dès les 1ères phases : leur expliquer qu'un mail de demande a été envoyé à Veronica, et qu'elle en prendra sûrement très vite connaissance...

A contrario, il ne faut pas être trop restrictif, par exemple :

- Au tour 1, on peut observer une pièce jointe au mail de Veronica, mais celle-ci n'est donnée qu'au second tour : si un groupe le demande, il peut disposer de cette pièce jointe dès le 1er tour (mais sans les explications liées à celle-ci)

Remerciements

Ce serious game fut créé dans le cadre de la préparation d'un événement sur la culture produit. A ce titre, nous tenons à remercier toutes les personnes nous ayant donné leur feedback lors des différents tests de la version beta, notamment toute la team SOAT Agile.

Bon jeu à tous,



Pascal POUSSARD
Coach Agile



Grégoire QUENTIN
Coach Agile

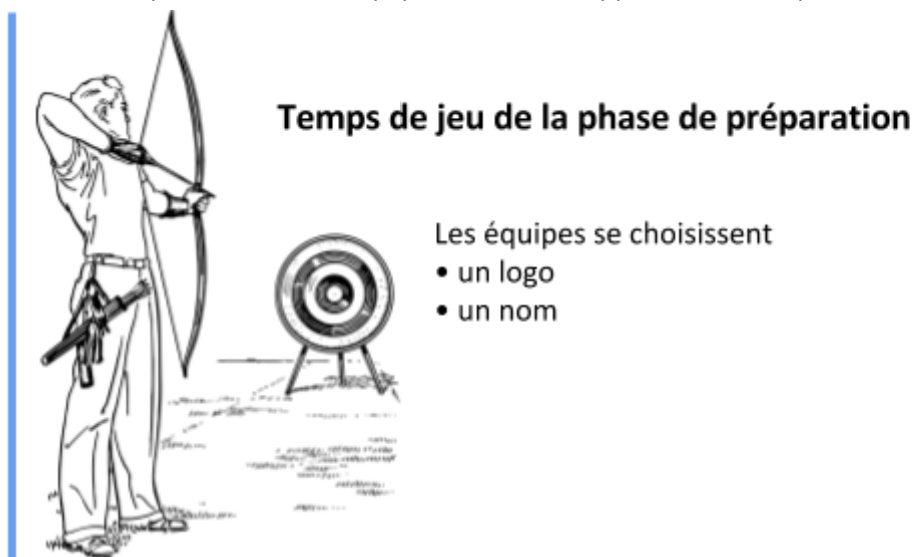
Préparation

Vous faites parti de Meridian Dynamics®, start up montante dans le monde du disruptif. Elle se distingue entre autres par ses idées atypiques, voir même improbables, qui lui permettent de rafler des marchés insoupçonnées... Veronica son CEO en est sans nul doute la source ; elle est d'ailleurs crainte et respectée par ses pairs qui s'accordent à dire que sous ses airs ingénus se cache un dangereux génie...

Matériel : Wireframe de smartphone

C'est le support de jeu permettant aux équipes de présenter l'état de leur produit

Votre équipe, elle, est en charge de la division mobile de Meridian Dynamics®, et tout le monde sait bien, en interne, que c'est votre travail de fond qui permet vraiment de faire la différence, en transformant les idées de Veronica en produit viables, voir même, en réussites incroyables. D'ailleurs, en parlant de votre équipe, comment s'appelle-t-elle, et quel est son logo ?



Phase 1

Veronica viens tout juste de vous envoyer un mail dont elle a le secret...

Matériel : Mail de Véronica

"E-mail : Courrier devenu électronique, mais pas plus intéressant pour autant." [Luc Fayard]

Votre budget se compose de ces jetons de temps, vous pourrez les investir dans des actions, ou juste le perdre : c'est du temps, il n'est donc pas possible de le stocker

Matériel : 6 jeton de temps

"Ai-je bien utilisé mon temps ?" [Titus]

Votre mission, si vous l'acceptez... sera de trouver d'imaginer, de sélectionner les fonctionnalités qui permettront à ce produit de trouver son marché. Pour cela, vous disposez d'une équipe qui vous soumettra au fur et à mesure le résultat de leurs ateliers d'idéations, à vous de faire les bons choix parmi ces idées. Voici donc ces premières idées.

Matériel : Cartes de fonctionnalités de la phase 1

"Le client n'est pas la source de l'innovation." [Joseph Schumpeter]

Achat de matériel Coût de 3 jetons • amateur 😐 😐 • compétiteur 😊 😊	Fiche de profil Coût de 3 jetons • amateur 😊 😐 • compétiteur 😊 😐	Score calculé par photo Coût de 4 jetons • amateur 😐 😐 • compétiteur 😐 😐
Conseil de posture Coût de 3 jetons • amateur 😐 😐 • compétiteur 😐 😐	Carte blanche Coût de 2 jetons	Carte blanche Coût de 2 jetons

Vous pouvez remarquer à droite de ces cartes, une jauge plus ou moins grande de jeton de temps. Celle-ci correspond au nombre de jeton de temps qu'il vous faudra investir si vous décidez d'implémenter la fonctionnalité correspondante. Vous pouvez aussi remarquer la présence d'une carte vierge. Celle-ci vous offre l'opportunité de, vous-même, proposer une fonctionnalité autre que celles déjà à votre disposition. Veronica a toute confiance en vous, aussi ne la décevez pas. C'est à vous de jouer, vous avez 6 minutes !



Top ! C'est fini, nous allons à présent mettre en production votre 1ère réalisation, et nous pourrons ainsi en découvrir le résultat obtenu.

Matériel : Fiche de score

"La victoire sur soi est la plus grande des victoires." [Platon]

Votre produit ne semble pas avoir trouvé son marché. En effet, réaliser un produit à l'aveugle est risqué et, sauf coup de chance, est une entreprise vouée à l'échec. Il a tout de même le mérite d'exister. En effet, son utilisation sera l'un des meilleurs indicateurs qu'il pourra exister, bien plus que toute supposition et/ou projection sur l'avenir.

Quels concepts avons nous découvert lors de cette première phase ?

Concept : Pitch de haut niveau

Exemple du film Alien

Concept : le MVP & la stratégie de Fail fast

"L'erreur est humaine. Persévérer est diabolique."

Concept : les Prototypes

Exemples de Palm Pilot, IBM Speech-to-Text

Phase 2

Comme les chiffres ont pu vous le montrer, la réussite n'est pas encore au RDV... Le manque d'information sur votre marché est un de vos problèmes, raison pour laquelle une étude marketing vient d'être lancée ; étude que vous attendez avec impatience. En attendant, vous pouvez porter votre attention sur la pièce jointe présente sur le mail de Veronica. Celle ci vous présente le profil d'un des membres de son club de tir, Jean-Charles. Celui-ci, compétiteur de haute volée, à la mesure de votre start up, semble représenter le profil type de votre marché cible, et il serait donc intéressant de prendre en compte ses attentes.

Matériel : Fiche Persona de Jean-Charles

"Gnõthi seautón / Connais-toi toi-même" [Socrate]

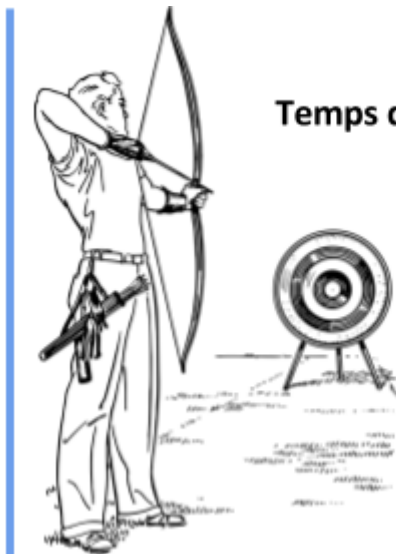
C'est ce qu'a fait votre équipe, et voici le résultat de leurs réflexions.

Matériel : Cartes de fonctionnalités de la phase 2

"Imite, assimile, et ensuite innove..." [Clark Terry]

Planifier une compétition Coût de 3 jetons • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊	Comparatif entre 2 tireurs Coût de 3 jetons • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊	Agenda des compétitions Coût de 4 jetons • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊
Badges de réussite Coût de 3 jetons • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊	Lancer un défi Coût de 2 jetons • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊	Classement Coût de 2 jetons • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊

Faites vos jeux, vous avez 6 minutes !



Temps de jeu de la phase 2

Top ! C'est fini.

Avant d'analyser les différents scores, il semble que l'on vient de recevoir les résultats de l'étude marketing. Je vous propose de les observer ensemble.

Matériel : Résultats de l'étude de marché

Statistiques issues d'une étude réalisée par l'équipe marketing

Qu'observons nous en lisant cette étude ?

Il semble que notre marché ne soit pas celui des professionnels, mais plutôt des amateurs. Nous nous sommes donc possiblement fourvoyés en prenant Jean-Charles comme cible. Ce problème de ciblage explique probablement pourquoi notre produit ne rencontre toujours pas le succès espéré malgré l'ajout de nouvelles fonctionnalités.

Quels concepts avons nous découvert lors de cette seconde phase ?

Concept : les Personas

Exemple de la ménagère de moins de 50 ans

Concept : Étude de marché

Phase 3

Afin de compléter les informations à votre disposition, vous allez désormais pouvoir profiter de nouveaux moyens de découvrir votre marché. Vous pouvez désormais pour 2 jetons de temps disposer d'avis d'utilisateurs.

Matériel : Avis d'utilisateurs ; coût : 2 jetons de temps

"Autant de têtes, autant d'avis." [Jean de La Fontaine]

Vous pourrez de même, pour 4 jeton de temps, avoir l'opportunité de discuter avec l'un de ces deux utilisateurs :

- Jean-Charles, ce sportif aguerri a accepté à la demande de Veronica de vous accorder de son temps pour vous aider à parfaire votre application.

- Janine, elle, est la tante de l'un de vos stagiaire. Pratiquant le tir-à-l'arc dans ses moments de détente a elle aussi accepté de passer voir vos équipes.

Matériel : Interviews ; coût : 4 jetons de temps

"Celui qui sait écouter deviendra celui qu'on écoute." [Vizir Ptahhotep]

Ces actions vont vous coûter du temps précieux, mais bonne nouvelle : convaincue de la réussite future de ce produit, Veronica a débloqué de nouveaux budgets pour vous permettre de le mener à bien.

Matériel : 5 jeton de temps additionnels ($6 + 5 = 11$)

"Le temps : matière première la plus importante." [Stanislaw Jerzy Lec]

Vous pouvez donc dès à présent analyser les dernières idées de vos équipes, et gérer au mieux vos investissement pour parfaire votre application. Il est à noter que pour des contraintes technique, votre application est limitée à 8 fonctionnalités. Vous pouvez cependant, pour 1 jeton de temps, retirer l'une des fonctionnalités déjà implémentée pour optimiser votre application.

Matériel : Cartes de fonctionnalités de la phase 3

"Une personne qui n'a jamais commis d'erreurs n'a jamais tenté d'innover." [A. Einstein]

<p>Liste de contacts</p> <p>Coût de 3 jetons</p> <ul style="list-style-type: none"> • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊 	<p>Inscription à une compétition</p> <p>Coût de 3 jetons</p> <ul style="list-style-type: none"> • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊 	<p>Carte des salles</p> <p>Coût de 4 jetons</p> <ul style="list-style-type: none"> • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊
<p>Liste des inscrits d'une compétition</p> <p>Coût de 3 jetons</p> <ul style="list-style-type: none"> • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊 	<p>Indicateurs de niveau</p> <p>Coût de 2 jetons</p> <ul style="list-style-type: none"> • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊 	<p>Groupes de contacts</p> <p>Coût de 2 jetons</p> <ul style="list-style-type: none"> • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊



Temps de jeu de la phase 3

Top ! C'est fini, voyons l'évolution de notre application sur le marché...

Avoir du feedback de ses utilisateurs est d'une grande aide, et permet d'améliorer son produit en évitant les aprioris. Des aprioris qu'il est d'ailleurs bon de savoir abandonner, en effet, garder une mauvaises fonctionnalité peut être autant dommageable que de ne pas encore avoir inclus toutes les bonnes.

Concept : Retrait de fonctionnalités

Exemples de Uber et Haifa

Pour cela, il faut par ailleurs avoir prévu de pouvoir mesurer les activités de ses utilisateurs.

Concept : Mesures

Concept : Interviews

Phase 4

Les instruments de mesure ayant été mis en place, vous allez pouvoir tester différentes versions de vos fonctionnalités sur différents utilisateurs. L'idée est simple, vous aurez la possibilité de mettre en production 2 versions en simultanée de vos fonctionnalités, et ceci vous permettra de savoir laquelle des 2 rencontre le plus l'adhésion de votre public.

Matériel : Version B des fonctionnalités (phase 4) ; coût : 1 jetons de temps en plus

"Encouragez l'innovation. Le changement est notre force vitale, la stagnation notre glas." [Ogilvy]

<i>Fiche de profil</i> B Profil sportif <ul style="list-style-type: none">• amateur  • compétiteur  	<i>Conseil de posture</i> B Conseils pour débutants <ul style="list-style-type: none">• amateur  • compétiteur  	<i>Comparatif entre 2 tireurs</i> B Comparatif annuel <ul style="list-style-type: none">• amateur  • compétiteur  
<i>Agenda des compétitions</i> B Agenda des événements <ul style="list-style-type: none">• amateur  • compétiteur  	<i>Indicateurs de niveau</i> B Badges multi-niveaux <ul style="list-style-type: none">• amateur  • compétiteur  	<i>Lancer un défi</i> B Proposer un RDV <ul style="list-style-type: none">• amateur  • compétiteur  

Classement B Classement par critères • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊	Planifier une compétition B Planifier un événement • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊	Liste de contacts B Liste de rivaux • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊
Inscription à une compétition B Inscription à un événement • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊	Carte des salles B Cartographie des clubs par critères • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊	Liste des inscrits d'une compétition B Joueurs fréquents • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊
Fiche de profil B Profil géolocalisé • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊	Groupes de contacts B Rejoindre un groupe • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊	Badges de réussite B Statistiques • amateur 😊 😊 • compétiteur 😊 😊

Comme vous pouvez le voir, vous disposez désormais de versions “B” des fonctionnalités déjà imaginées. Si une fonctionnalité est déjà installée, vous pouvez pour 1 jeton mettre sa version “B” en production. A la fin du tour, nous vous dirons laquelle des 2 versions a le mieux marché, et vous pourrez donc choisir laquelle vous souhaitez laisser activée.

Si la fonctionnalité n’a pas encore été implémentée, il vous faudra payer le coût de ladite fonctionnalité + 1 pour pouvoir faire votre A/B test.



Top, c’est fini !

Comme on peut le remarquer, ces A/B test vous ont permis, à faible coût, d’améliorer votre application en éprouvant vos hypothèses par leur utilisation réelle.

Phase 5

Afin de mieux comprendre la façon dont vos utilisateurs utilisent votre application, et surtout pourquoi certaines fonctionnalités semblent ne pas être utilisées, des sessions d'observation ont été planifiées. Vous allez pouvoir visiter 2 clubs :

- le club de Nîmes, dont les adhérents sont des compétiteurs de niveau national
- le club de Châteauneuf-les-Fossés dont les adhérents sont plutôt amateurs

Matériel : Observation utilisateurs ; coût : 3 jetons de temps

“Une once d'observation raisonnée vaut plus qu'une tonne de songes.” [Marguerite Yourcenar]

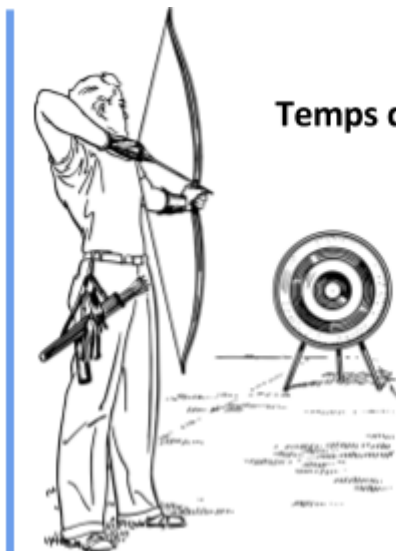
Suite à ces observations vous aurez sûrement de nouvelles idées disruptives, aussi voici quelques cartes blanches pour vous permettre de les exprimer.

Matériel : Cartes de fonctionnalités de la phase 5

“Innovate, ce n'est pas avoir une nouvelle idée mais arrêter d'avoir une vieille idée.” [E. H. Land]

<p>Carte blanche</p> <p>Coût de 2 jetons</p>	<p>Carte blanche</p> <p>Coût de 2 jetons</p>	<p>Carte blanche</p> <p>Coût de 2 jetons</p>
----------------------------------------------	----------------------------------------------	----------------------------------------------

A vous de jouer !



Temps de jeu de la phase 5

Top, c'est fini !

Ceux qui ont pu observer leur utilisateurs ont pu remarquer des comportements que ni les phases d'idéation, ni les mesures n'avaient pu détecter.

Concept : Observation

Ce retour d'expérience du terrain a même amené certains à changer le concept même de leur produit pour le transformer en quelque chose de tout à fait nouveau... C'est ce l'on appelle un pivot.

Concept : Pivot

Exemple de Pixar

Débriefing final

Les chiffres ne trompent pas : Meridian Dynamics® vient à nouveau de sortir un produit qui a su trouver son marché et ses utilisateurs. Veronica est fière de vous, et vous envoie ses félicitations. Elle n'a malheureusement pas pu venir vous féliciter en personne, s'étant trouvée une nouvelle passion : le speedflying... qui sait vers quels cieux cette nouvelle lubie vous embarquera ?

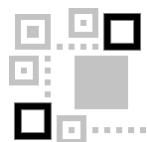
Annexe : Formule de calcul du nombre d'utilisateurs

Points par cartes de fonctionnalité

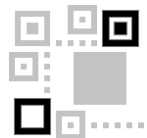
Chacune des cartes fonctionnalité dispose d'un moyen mnémotechnique pour savoir quel segment de marché se trouve touchée par celle-ci.

En haut à droite de chaque carte fonctionnalité se trouve un faux QR-code. Seul y sont important les carrés (en bas à gauche & en haut à droite)

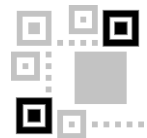
Ils se lisent ainsi :



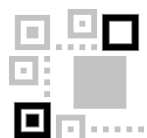
Si les **2 carrés sont vides**, la fonctionnalité ne trouve pas son marché
⇒ **0 points**



Si **seul le carré en haut à droite** est rempli, la fonctionnalité touche le **marché de niche**
⇒ **2 points**



Si **les 2 carrés sont remplis**, la fonctionnalité est utilisées par tous, sans convictions
⇒ **5 points**



Si **seul le carré en bas à gauche** est rempli, la fonctionnalité touche le **marché principal**
⇒ **10 points**

Bonus de cohérence de marché

Si vous avez **5 fonctionnalités ou plus**, et que **toutes touchent le même marché** (uniquement marché de niche, ou uniquement la marché principal), alors vous avez un **bonus de 20 %**

Calcul du nombre d'utilisateurs par phase de jeu

Phase 1 : le nombre d'utilisateur est égale à la somme des points (bonus inclus)

Phase 2 : le nombre d'utilisateur est égale à la somme des points (bonus inclus)

Phase 3 : le nombre d'utilisateur est égale à la somme des points (bonus inclus) **x 10**

Phase 4 : le nombre d'utilisateur est égale à la somme des points (bonus inclus) **x 10**

Phase 5 : le nombre d'utilisateur est égale à la somme des points (bonus inclus) **x 20**