

ATELIER PRATIQUE

CADRAGE 360

Atelier 1 : Vision

½ journée

En groupe de 4 :






1. Le pattern "QQOQCP" – Qui, Quoi, Où, Quand, Comment, Pourquoi

Brainstormer, posez vous des questions.

<https://blog.zenika.com/2019/03/07/qqoqcp-ou-comment-cadrer-sa-vision-produit/>

2. Le Product Vision Board

Le Product Vision Board est un canvas dérivé du Business Model Canvas pour définir rapidement une vision simple d'un produit.

 Vision			
 Target Group	 Needs	 Product	 Business Goals

ref: <https://www.jeremyjarrell.com/strategic-agile-planning/>

- Qui sont les utilisateurs qui utilisent le produit ou l'offre ? (direct, indirect)
- Quels sont les besoins principaux des utilisateurs clés de l'application ?
 - Quelle est ma proposition de valeur ?
- Quelles sont les fonctionnalités principales du produit qui permettent de répondre aux besoins
- Quelles sont les critères de succès ?

Vision

Quand les 4 colonnes sont complètes, il vous faudra remplir la partie vision du Product Vision Board en une phrase complète.

Livrable : Qualifier votre produit en une seule phrase.

Le but sera de pouvoir vous aider de cette phrase pour pitcher votre produit.
Grâce au Product Vision Board, vous pourrez partager facilement votre vision.

Atelier 2: Personas/Parcours utilisateurs



En groupe de 4 sur ½ journée :

Livrable : Créer 2 personas :

- Un persona primaire qui définit l'archétype pour lequel la solution est conçue et qui doit être totalement satisfait par cette dernière.
- Un persona secondaires qui se satisfait de la solution même si elle ne répond pas exactement à ses attentes

Maintenant que nous avons définis nos personae, il est conseillé de faire leur user-journey. Ils vont montrer le parcours type de nos deux types d'utilisateurs clés de notre application

Livrable : Définir un parcours utilisateur pour chaque persona.

Un pour le mobile et un pour le desktop ;)

Les fiches de personas doivent permettre de répondre à ces trois questions :

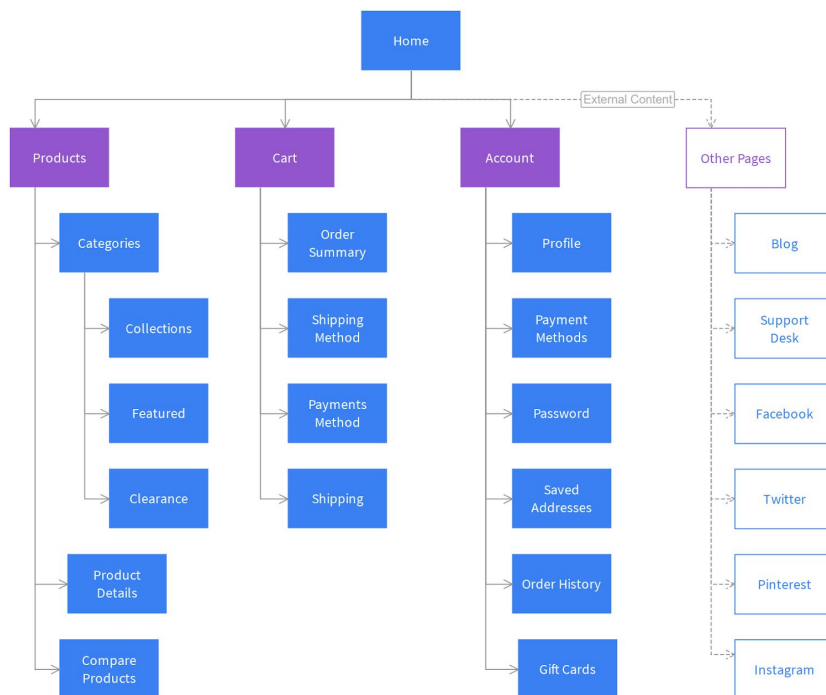
- Qui va utiliser mon service? (Cible)
- Que veut-il faire ? (But)
- Comment va t-il faire ? (Parcours Utilisateur)

Nous vous remercions de nous envoyer votre vision board par email dès mardi soir afin que nous validions.

Atelier 3 : Zoning, Storyboard, Sitemap

1

1. SiteMap



Les plans de site sont très utiles :

1. Ils montrent comment la navigation doit être structurée
2. Ils aident à identifier où se trouvera le contenu et ce qui doit être produit
3. Ils aident à montrer la relation entre les différentes pages
4. Ils fournissent une structure sur laquelle commencer les estimations pour le développement
5. Ce sont les premiers livrables tangibles montrant ce que vous allez créer

Outils pour créer des sitemap :

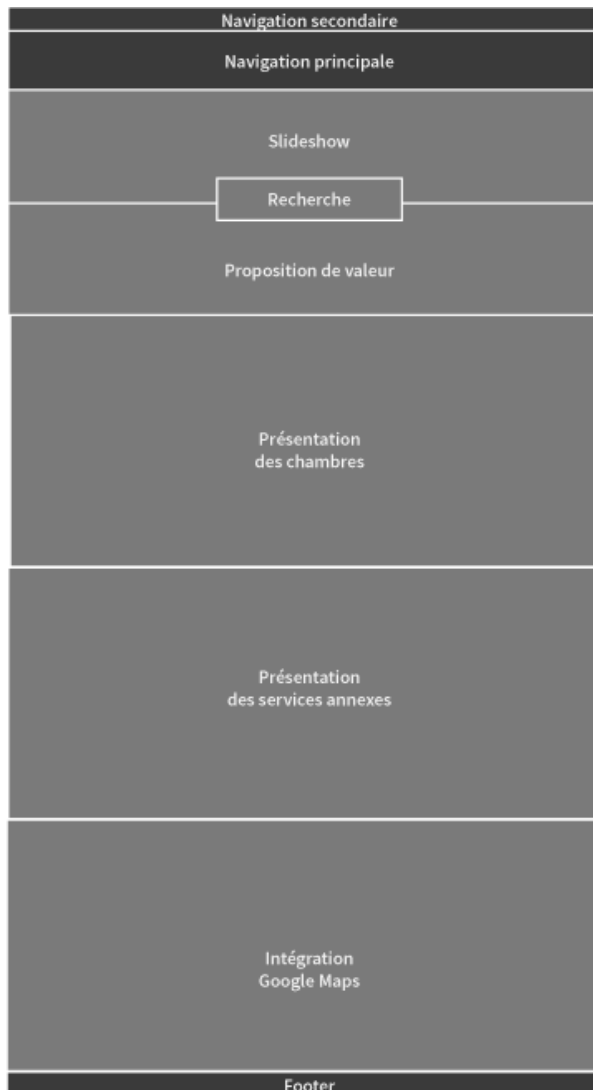
<https://www.gloomaps.com/>

<https://flowmapp.com/>

Livrable : Créer le sitemap de votre site.

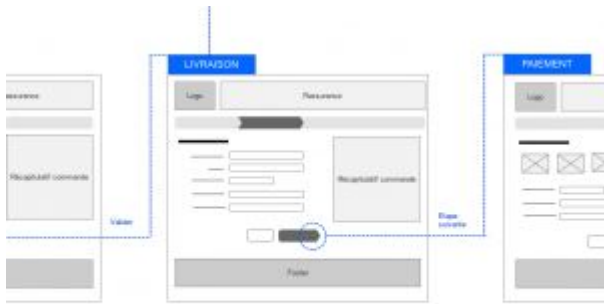
2. Zoning

Le zoning est une technique de maquettage qui permet d'organiser le contenu d'une page web en la divisant en différentes zones.



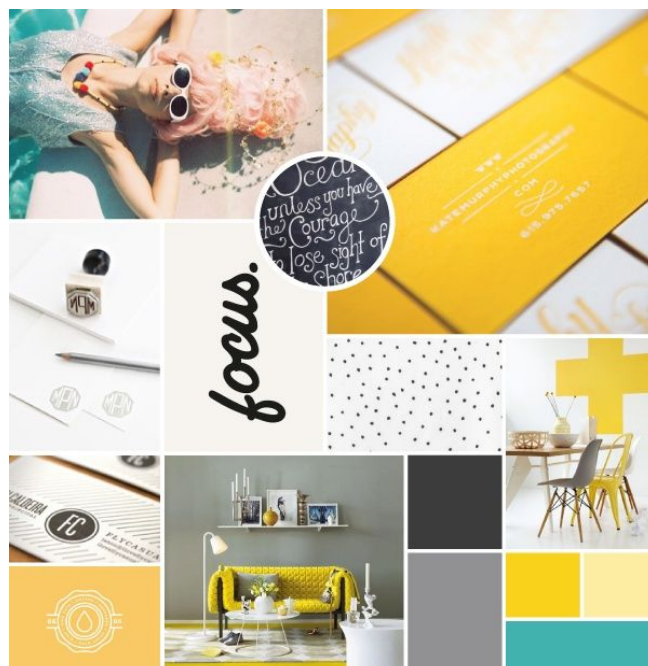
Livrable : Effectuer un zoning de votre produit, la homepage et ses principaux écrans selon les parcours utilisateurs

3. StoryBoard



Le storyboard est une représentation synthétique bien souvent sous forme de zoning mettant en relation les enchaînements entre chaque écrans, définis lors des parcours utilisateurs

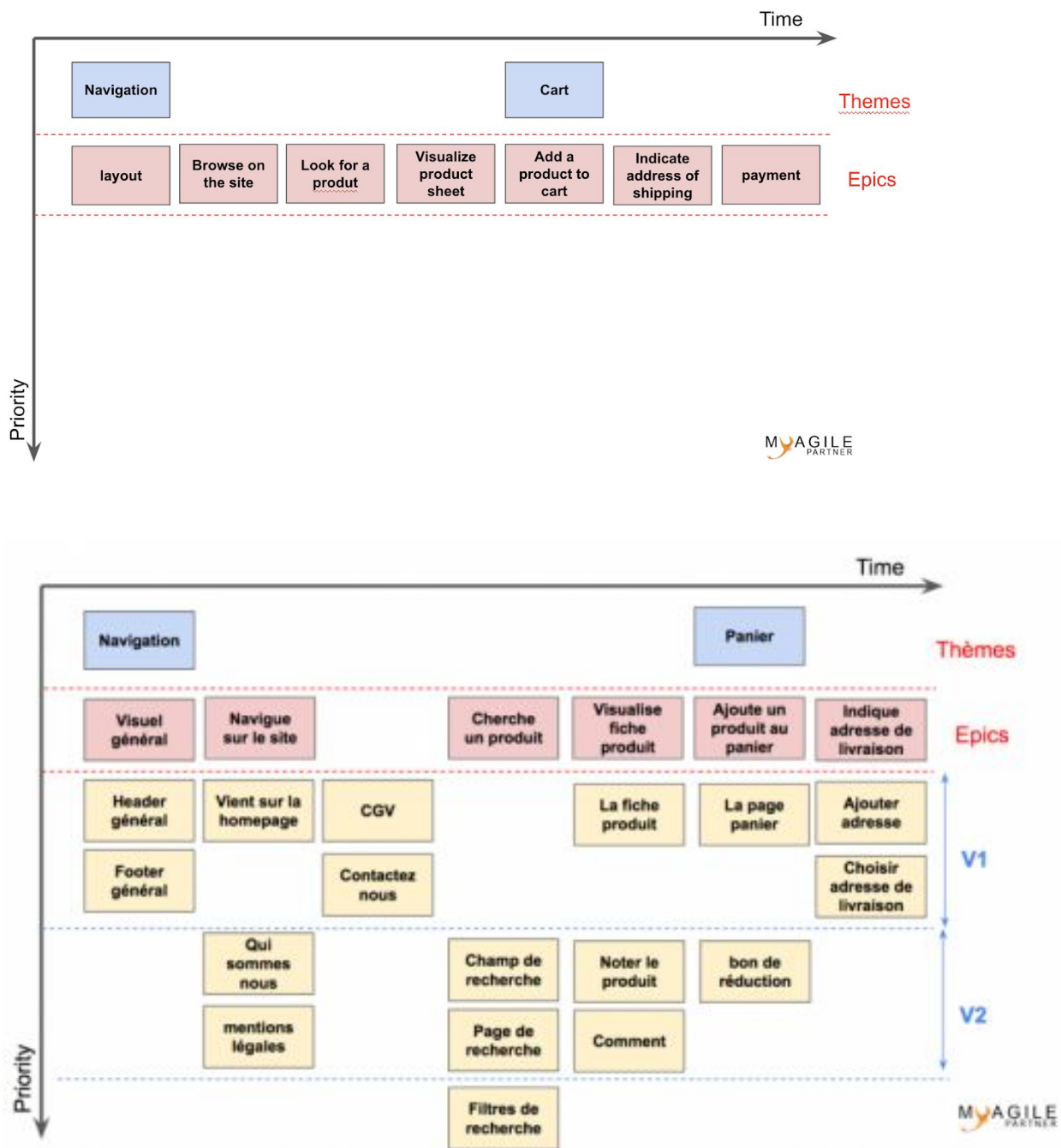
Livable : Effectuer les storyboard avec les zoning précédemment réalisés des deux parcours utilisateurs.



Atelier 5: User stories & Story Mapping / Backlog

1 jour

User stories & Story mapping (priorisation des US)



US (User story)

Les récits d'utilisateurs sont de brèves descriptions simples d'une fonctionnalité racontées du point de vue de la personne qui souhaite la nouvelle fonctionnalité, généralement un utilisateur ou un client.

Ils suivent généralement un modèle simple :

En tant que <type d'utilisateur>, je veux <un objectif> afin que <une raison>.

Le story mapping permet de classer les user stories selon deux dimensions indépendantes.

Il organise les activités des utilisateurs le long de l'axe horizontal par ordre approximatif de priorité ou l'ordre dans lequel vous décririez les activités pour expliquer le comportement du système.

Sur l'axe vertical, il représente une sophistication croissante de la mise en œuvre.

La première rangée horizontale représente une version simple mais utilisable du produit.

Le travail sur les lignes successives enrichit le produit avec des fonctionnalités supplémentaires.

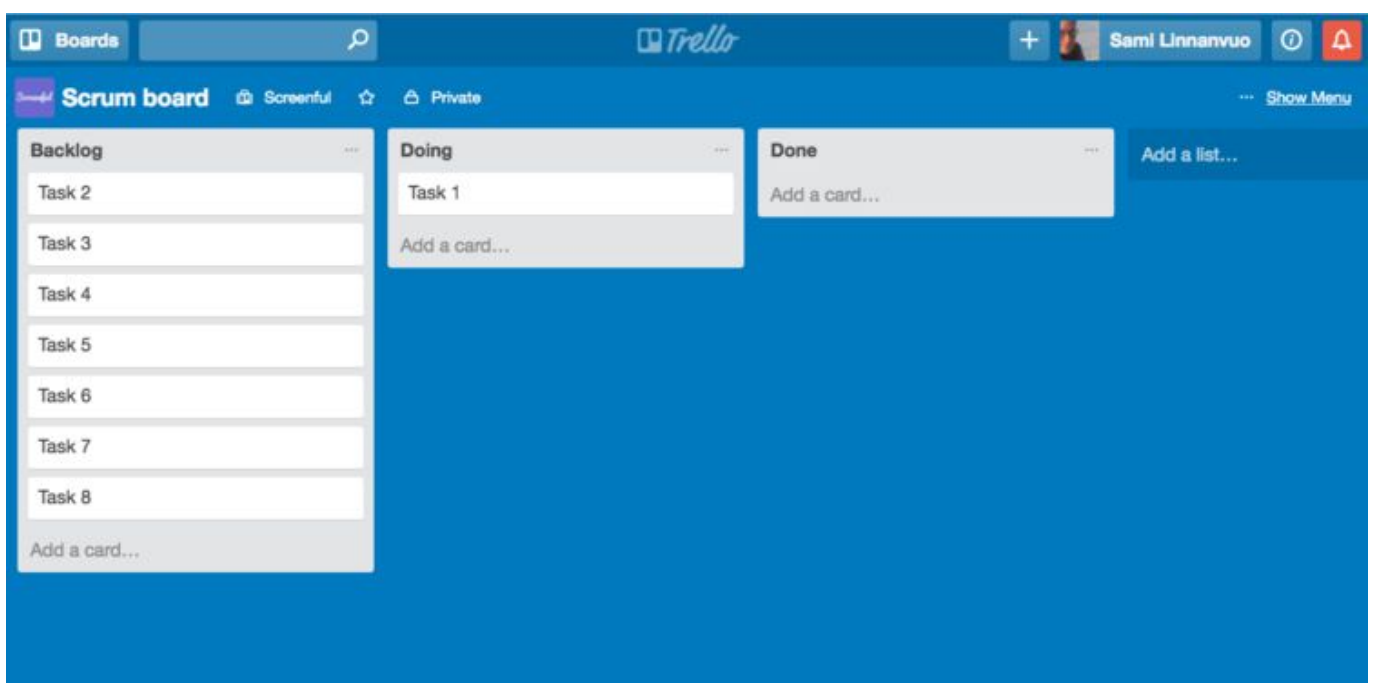
<https://thedigitalbusinessanalyst.co.uk/storymapping-3a3f0d67d681>

Livrables :

- Users Stories
- Story mapping (priorisation des US)

Conseil : La priorisation suit un parcours utilisateur complet de bout en bout

Backlog Trello



Livrables :

A l'aide de trello, outil de management visuel, et de la priorisation via le story mapping, construisez votre backlog avec vos user stories.

Deadline :

Envoyer votre vision board par email à Sandro et Lysa dès mardi.

Pour après les vacances :

Synthèse des ateliers

Présentation avec slides

Début de rédaction du dossier projet (au - les checklists de ses idées) selon le canevas du RCV2

<https://www.banque.di.afpa.fr/EspaceEmployeursCandidatsActeurs/EGPResultat.aspx?cr=dev&cd=&ct=01280m03&type=t>

Les maquettes devront être prêtes pour les sprints après stage :)

Ressources :

<https://blog.octo.com/le-cadrage-360-preparez-vos-projets-de-delivery-agile/>

<https://github.com/iblasquez>

<https://blog.myagilepartner.fr/index.php/2019/06/12/travailler-la-vision-du-produit/>

<https://business-builder.cci.fr/guide-creation/le-business-model/agir-definir-votre-business-model>

<https://theuxreview.co.uk/sitemaps-the-beginners-guide/>