

PlaniPref

Atelier de recueil des besoins utilisateurs de la préfecture de la Seine-Saint-Denis (93)

Auteurs : Marie Juille et Nicolas Patriarca
Version : 1.0 du 17 juillet 2019



Programme



15h00 Début

10 min	Introduction
10 min	Présentation des enjeux (Manager)
10 min	Objectif
10 min	Questionnaire
1h 20 min	Atelier
10 min	S'améliorer
20 min	Q/R

17h30 Fin

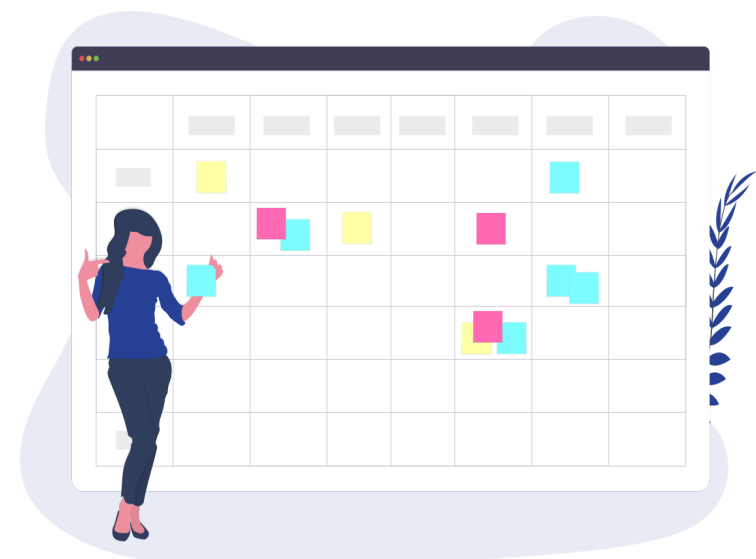
**A quoi sert le module
de RDV et comment
peut-on l'améliorer ?**

Quel atelier ?



**Analyse de l'outil
de gestion des RDV**

OU



**Cerner les besoins / attentes :
Usager, Gestionnaire, Pilote
et Agent d'accueil**

Le questionnaire

Votre poste :

Quelques mots sur votre activité

Noter le module de prise de RDV actuel

1. Très Bien

2. Bon

3. Passable

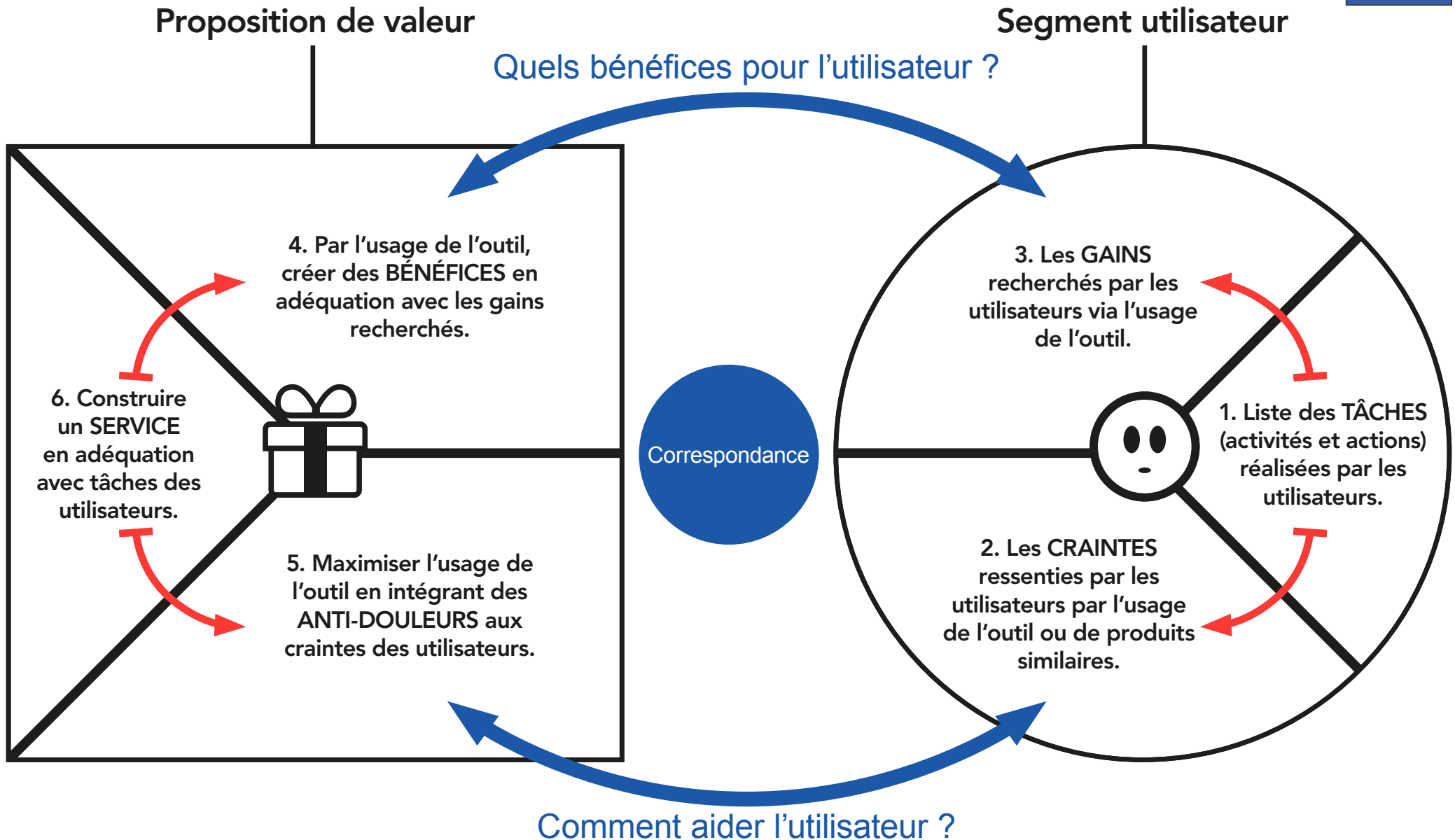
4. Mauvais

Ecrire deux (2) exemples pour justifier votre note

Atelier le modèle canvas

pour allier le besoin des utilisateurs et des agents

La méthode CANVAS



Bénéfices
Pourquoi ?

Services
Quoi ?

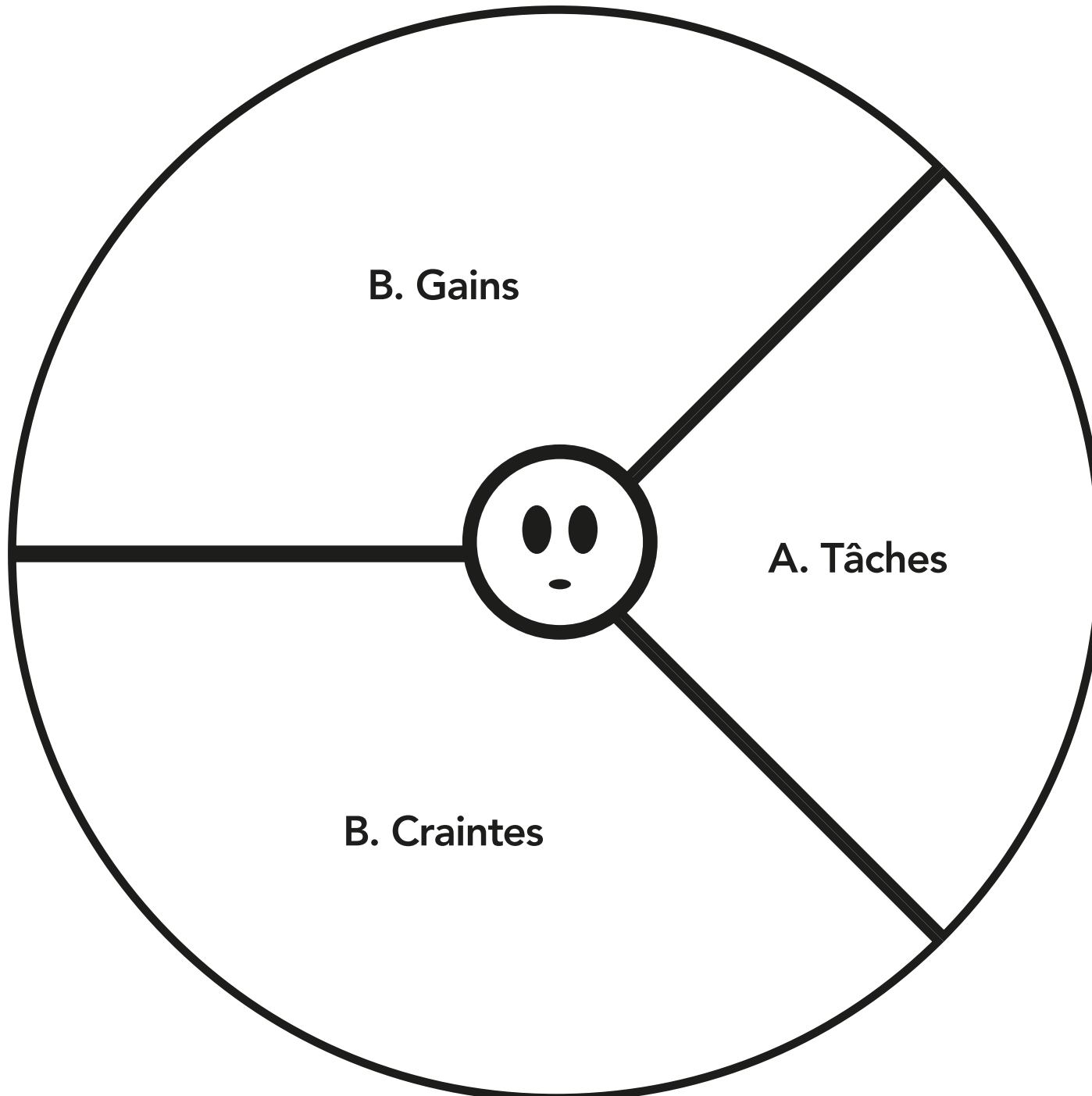


Anti-douleurs
Comment ?

Carte de valeur

Est une méthode de design-thinking qui a pour but de répondre à une question dont la valeur est en correspondance avec la carte d'empathie. A son terme, la carte décrit les caractéristiques détaillées d'un produit autour de 3 axes de réflexions :

- La liste des **services** de ce que vous proposez à vos utilisateurs pour effectuer des tâches fonctionnelles, sociales, affectives ou à satisfaire leurs besoins élémentaires.
- Les **bénéfices** sont la somme des gains utilisateurs. Ils énumèrent la manière dont le service produira les résultats attendus et les avantages souhaités par les utilisateurs. Exemple : l'utilité fonctionnelle, les gains sociaux, les émotions positives et les économies de coûts, de temps, etc
- Les **antidouleurs** atténuent les difficultés spécifiques des utilisateurs. Ils décrivent avant, pendant ou après, comment le service éliminera (ou réduira) les choses qui gênent ou empêchent les utilisateurs, d'accomplir leurs tâches.



La carte d'empathie

Méthode de design-thinking permettant de tracer le ressenti d'un client dans une situation donnée. Cette empathie, composée de 3 segments, est en correspondance avec la carte de valeur.

Les **Gains** listent les avantages auxquels vos utilisateurs s'aspirent et les surprises qui vont les ravir. Exemples : les émotions positives, les facilités, l'utilité d'une fonction, les acquis sociaux, et les économies.

Les **craintes** listent les problèmes rencontrés par l'utilisateur pendant et après l'exécution des tâches. Exemples : les émotions négatives, les risques, les obstacles, les imprévus, les surcoûts, etc.

Les **Tâches** sont ce que les utilisateurs essaient d'accomplir. Les problèmes qu'ils souhaitent résoudre et des besoins qu'ils cherchent à satisfaire. Exemples : les émotions positives, les réussites, les facilités, les surprises, les économies, etc.

**Voulez-vous
participer aux ateliers
suivants ?**

S'améliorer avec le ROTI* agile



Inutile

J'ai perdu mon temps
en venant



utile

la rencontre était utile
mais j'ai quand même
perdu un peu de temps
en étant présent.



Moyenne

J'ai n'ai pas perdu mon
temps mais
je n'ai pas trouvé un
véritable intérêt à venir.



Bonne

c'était plutôt pas mal,
je ne suis pas venu perdre
mon temps en venant
bien au contraire



Excellent

c'était un grand moment
et j'aurais clairement
regretté de ne pas avoir
participé.

Merci