CGDD / Ecedi

Design sprint - Jour 1

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Entrepreneurs d'Intérêt Général

PRÉSENTATION DU DESIGN SPRINT

Déroulé du Design Sprint

Définition et idéation

Jour 1

Donner à tous les participants les mêmes bases de connaissance

Définir le positionnement du site et ses objectifs

Définir le parcours utilisateur

Définir la marque et la tonalité

Génération d'idées

Idéation et prototypage

Jour 2

Génération d'idées

Organisation du prototypage (périmètre, tâches, équipe dédiée)

Prototypage et tests

Jour 3

Finalisation du prototypage Tests
Experts reviews

Objectifs

1 Validation de la marque & raison d'être

2 Parcours utilisateurs

3 Prototypage

Quelques règles

- Nous sommes dans un cadre bienveillant, tout le monde s'écoute parler et respecte l'avis de chacun.
- Personne ne sait tout donc veillez à être suffisamment explicites dans vos propos et n'hésitez pas à exprimer vos difficultés et impressions, qu'elles soient positives ou négatives
- Parlez sans gêne, essayez de ne pas vous laisser influencer.
- Rebondissez sur les idées des autres pour les fertiliser.
- Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse : ce sont vos avis qui nous importent, donc exprimez-vous.

Nous sommes là pour vous aider !

PRÉSENTATION DU DESIGN SPRINT

Déroulé de la journée

9h30	11h15	11h30	12h30	14h00	15h35	15h45	17h30
15 min	15 min	1h	1h30	1h35	10 min	1h45	
Contexte Objectifs Principes	Pause	Parcours utilisateurs	Déjeuner	Marque et positionnement	Pause	Idéation	Fin de l'atelier

PRÉSENTATION DU DESIGN SPRINT

Brisons la glace !

1

Choisissez 5 images qui illustrent votre vision du service

2

Collez-les au mur et inscrivez votre nom + un mot clé sur un post it

3

Gardez cette étoile polaire en tête !

Ma vision du service

La première impression est souvent la bonne !

Nous confronterons chacune de ces visions, façonnées par notre ressenti propre, les unes avec les autres, mais elles nous serviront également tout au long du déroulé du sprint de vérifier si cette vision évolue ou si elle est pérenne.

Lightning talks

COMPRÉHENSION

Contexte du projet

L'offre de services /

De l'information capitalisée au service de l'usager.

Le portail est conçu pour être le **point d'accès national** (PAN) à l'information liée à l'environnement et au développement durable (cf. convention d'Aarhus pour un accès simplifié à l'information environ.).

Etant complémentaire du site institutionnel du Ministère (MTES) - centré sur l'action publique et gouvernementale - le site doit constituer **la ressource de référence pour comprendre les enjeux environnementaux et du développement durable.** Il donnera, en s'y substituant, une nouvelle ampleur aux sites jusqu'à présent développés pour fédérer l'information issue du MTES mais aussi des autres producteurs ministériels (santé, agriculture, etc.) et être **le repère public des citoyens en quête d'information environnementale.**

Le portail sera progressivement le site leur permettant d'**aller de la connaissance à la mise à disposition de services au travers d'un parcours usager adapté à leurs besoins et attentes.**

1

Des fiches thématiques présentant les enjeux environnementaux.

Conçues avec différents niveaux de lecture, les fiches des 60 thèmes, permettront à chaque usager de comprendre les enjeux.

2

Une base de plus de 20 000 ressources en ligne.

Les fiches permettront à l'usager de fonder chaque information sur des documents publics gratuits disponibles en ligne.

3

Une actualité pour comprendre les enjeux.

Une offre d'actualité permettra d'éclairer des événements par une valorisation des ressources et fiches thématiques du site.

4

Un accès à des services ciblés.

Le portail permettra de prolonger le parcours usager vers les « services » utiles à sa recherche (sur le site ou partenaires).

Contexte

Le contexte /

- **65% des français** se déclarent intéressés par une information fiable et « officielle » sur les sujets environnement et développement durable (1).
- Le paysage web public et MTES est **éclaté en des dizaines de sites** pour la plupart méconnus de l'ensemble des publics.
- La politique interministérielle privilégie **les grands sites thématiques d'information** avec une approche usagers et non producteurs (2).

(1)Etude panel Cocedal Nov. 2019 - CGDD

(2)Politique du SGG et SIG depuis 2000 (service-public.fr, légiférante.gouv.fr, etc.)

L'approche usagers /

Depuis 2018, une dizaine d'ateliers '**design thinking et UX**' ont été menés pour qualifier les cibles et leurs besoins d'usages. Une douzaine de personae ont été établis définissant les besoins des futurs usagers en terme d'information et de services afin de leur offrir des parcours complets et cohérents.

Quelques exemples de personae :

« Julien, l'expert engagé »

« Imane, l'information éclairée »

« Jacques et Liliane, l'environnement proche de nous »

« Nolan, la transition écologique ? »

COMPRÉHENSION

Recherche utilisateur

Etude quantitative

Un questionnaire a été envoyé à un panel de 2000 utilisateurs grand public via l'outil du prestataire Cocedal.

Ce questionnaire a eu pour but de nous **informer quant au profil des utilisateurs cibles identifiés en amont et en savoir d'avantage quant à leurs besoins et attentes** en terme de diffusion d'information liée à l'environnement et au développement durable.

Etude qualitative

Une trentaine d'utilisateurs aux profils variés (ONGs, associations, bureaux d'étude, chargés de mission etc.) ont été interviewés en suivant une trame de questions communes.

Ces dernières permirent de **dégager des attentes plus précises et comprendre leur parcours usager en terme de consultation et de réutilisation des informations** liées à l'environnement et au développement durable.

Ateliers usagers

Deux séries de deux ateliers - dans un premier temps de récolte des besoins puis d'idéation - permirent de rassembler des utilisateurs aux profils ciblés en fonction de la synthèse des résultats des études quanti et quali.

Ces moments de co-conception nous permirent d'obtenir **l'expression de leurs besoins et attentes sous la forme d'offre de parcours, de services détaillées et de fonctionnalités.**

L’offre de services en détails

Capter l’attention des utilisateurs pour les inciter à visiter le site et à y revenir en proposant une identité unique, de nouveaux supports éditoriaux et une diffusion sur les réseaux sociaux.

Réseaux sociaux

- **Facebook :** pages évents. avec lien vers le site, , infos. dans le feed, communautés
- **Instagram :** mini vidéos, images avec lien vers le site
- **Youtube :** influenceurs donnant leur avis quant à l’utilisation du site

Cible jeune

- **Spots TV** : message et support ludique adapté aux enfants
- Diffuser des **supports pédagogiques** pour les étab. scolaires (tous niveaux)
- **Toucher les parents** par le biais des enfants

Proposer un point d’accès unique à l’information liée à l’environnement et au développement durable ainsi que des contenus fiables et rationalisés.

Source fiable

- Fiabilité due à l’**URL : .**
- Accès aux **données brutes et au document d’origine** (lien ou ressource traduite)
- **Source précise** : auteur, date de rédaction, publication et de mise à jour du contenu
- Lien vers des **sites officiels**

Structure du contenu

- **60 thématiques et sous-thématiques** avec des ressources associées (20 000)
- **Sujets d’actualité** directement liés aux thématiques et ayant une valeur ajoutée
- Mise à disposition de **services ciblés** (annuaire, carte etc.)

*“Il faudrait que le futur site soit **la seule source de données**, que tout soit au même endroit et que **les données soient régulièrement mises à jour**. Cela serait plus facile.”*

*“J’aimerais avoir accès à tout type de support d’information, que ce soit des synthèses, du détail, des retours d’expérience, des chiffres. **Tout ce qui peut m’informer au maximum et me rassurer quant à la fiabilité de l’information.**”*

*“J’ai besoin d’analyses synthétiques, les rapports c’est trop long à lire et compliqué. Je veux des formes plus simples, comme des témoignages par exemple. Après si je veux voir le détail et les ressources **je vais dans ‘pour aller plus loin’**.”*

L’offre de services en détails

« Outiller » le débat public sur les questions de DD et d’environnement (bonnes pratiques, retours d’expérience, accès aux acteurs….).

Actions du quotidien & responsabilité

- Permettre aux utilisateurs d’**agir à leur échelle** (particuliers, assos, pros etc.)
- Mise à disposition d’**astuces et de micro gestes** (tutos, RETEX, astuces du jour etc.)
- Transparence sur les **actions quotidiennes** (ex : recyclage)
- Mise en évidence d’un **plan d’action** et des **responsabilités** de chaque acteur
- Mise à disposition de **faits/ informations** mais aussi de pistes positives et actions constructives sous la forme de retours d’expérience
- Proposer un **annuaire d'acteurs engagés** liés aux thématiques
- **Comparatifs** entre régions et pays

Faciliter l’accès à l’information locale liée à l’environnement et au développement durable.

Info. géolocalisée

- **Comparatifs** de zones territoriales
- **Cartographie** par degré de proximité
- **Filtres par territoire** : données locales, régionales, nationales etc.
- **Recherche d’info. localisée** : acteurs, initiatives, retours d’expérience, législation etc.

Typologie d’usager

- Possibilité de créer un **espace** personnel (particulier, pro etc.)
- Plusieurs **niveaux de lecture** (vulgarisé à «aller plus loin»)
- Sauvegarder dans ses **favoris** et **historique** des recherches
- **Fiche pratique** que l’on peut composer/personnaliser en assemblant des contenus

“Enfin il est primordial de diffuser des astuces pour les gestes du quotidien pour permettre à tout le monde d’agir ou tout au moins de prendre conscience de notre impact.

*On fait parti des flèches du logo recyclage : **‘Premiers concernés mais surtout dans l’action.’** ”*

*“Il faut vraiment sensibiliser aux gestes simples du quotidien. C’est bien de donner des informations de fond mais il faut **savoir comment agir à notre échelle** pour contribuer à la préservation de notre planète. ”*

L’offre de services en détails

Faciliter les démarches et **favoriser la prise de décision** ainsi que la conduite de projets en donnant accès à l’information légale et admin., l’identification des aides et financements publics et de référentiels.

Télé service

- Liens vers des **sites officiels**
- **Fiche méthode** afin de comprendre comment effectuer une démarche admin.
- **Pas à pas** sur le site permettant de réaliser une démarche
- **Annuaire** de mise en relation avec des acteurs

Outils

- Mise à disposition de **simulateurs et d’études d’impact**
- **Objectivité** dans l’information divulguée (3 pour / 3 contre)
- Diffusion de **tout type de sujets**, « même ceux qui fâchent (lobbying) »
- Diffusion des **mesures de l’Etat et de la législation à jour**

Soutenir et contribuer à l’**éducation à l’environnement** et au DD (soutien et valorisation des pédagogies innovantes, des démarches, et des initiatives locales).

Pédagogie

- **Données éducatives** : quizz, DIY, BDs, supports pour exposés, kits pédagogiques
- **Glossaire et iconothèque** : liens dans le texte
- **Guide/repère** pour introduire les contenus experts
- Sur le contenu expert renvoyer les novices sur du contenu plus pédagogique

Participation citoyenne

- **Agenda des initiatives** organisées en France
- **Forums** : retours d’XP, échanges entre usagers
- Contribuer à la **boite à idées**
- Créer des **groupes de travail** par domaine / sujet
- Poser des **questions à une expert** (chatbot)

> *On ne trouve jamais les initiatives en rapport avec l'environnement et le développement durable autour de chez nous, c'est dommage. (...)* ***Un système de carte ça peut être pratique pour les situer.***

> *J'aimerais bien avoir un annuaire aussi pour* ***retrouver des personnes en rapport avec un sujet précis*** *au lieu de les chercher sur internet et ne pas les trouver ou ne pas être sûre que ce soit des sources fiables.*

> *Je pense que cela serait utile d'avoir une application permettant de signaler des choses comme par exemple un lieu où il faudrait ramasser des déchets et le signaler ou savoir quoi faire. En bref* ***un outil collaboratif pour récolter de la donnée, se retrouver dessus entre utilisateurs pour échanger.***

Chaque geste compte

Participation à des actions de sensibilisation avec son association ainsi qu'à des groupes de travail.

Julien

24 ans
Célibataire
Paris (Ile-de-France)

Licence en Sciences et Master Sciences Politiques de l'Environnement à la Sorbonne

Usage quotidien ordinateur et smartphone : réseaux sociaux, communauté associative, information média, musique et films en streaming

> *« Il est important de sensibiliser les citoyens et de leur donner les outils pour se faire leur propre avis quant aux informations qui leur sont délivrées notamment par les médias. »*

PROBLÉMATIQUE

Julien consulte quotidiennement de l'information liée à l'environnement et au développement durable que ce soit pour connaitre l'évolution des grands enjeux de la transition écologique ou des réseaux d'actions citoyennes en région Ile-de-France.

Il y a 3 ans Julien s'est intéressé de près au phénomène du green washing. Il a créé un groupe Facebook *Les rapporteurs* avec un groupe d'amis dans le but d'éclairer d'autres jeunes quant à ces dérives marketing. Il s'agit aujourd'hui d'une association qui compte près de 300 citoyens qui se rencontrent autour de débat et actions.

Cette année Julien a décidé de se présenter aux municipales de son arrondissement sur la liste jeune Environnement.

ATTENTES / BESOINS

- Agenda des initiatives en France
- Réseau de personnes engagées
- Actualités sur les réseaux sociaux (Linkedin, Facebook et Instagram)
- Outils de participation citoyenne et zones de débat
- Mise à disposition d'un guide de bonnes pratiques (ex : Ademe et son guide anti green washing)
- Plateforme ludique et information accessible
- Législation à jour et accessible
- Données brutes et sources fiables
- Formats réutilisables et pédagogiques

FREINS / FRUSTRATIONS

- Peu de visibilité des initiatives en France
- Difficulté de connecter des réseaux de personnes engagées
- Aimerait pouvoir sensibiliser plus de citoyens par le biais d'une plateforme unique
- Actuellement pas de source unique d'information proposant à la fois des informations globales, des sujets d'actualités et des actions locales et concrètes.

CONSULTE

Spots TV / Vidéos Youtube influenceurs

Veille sur les réseaux sociaux (feed FB, Instagram, Twitter)

Données en temps réel (chiffres clés / actualités)

« Info du jour » : article phare résumé

Format résumé des articles

Responsabilité des acteurs et état actuel « Que reste t'il à faire ? »

INTERAGIT

Moteur de recherche du site

Agenda / Cartographie interactive des initiatives en France et par région

Boite à idées

Liens URL / Visualisation des ressources

Outils de participation citoyenne / groupes de travail et débat

Chat avec des experts

Espace perso. avec favoris

RÉUTILISE

Partage de contenu sur les réseaux sociaux (feed et communautés FB et Twitter)

Suggestion de contenus

Supports pédagogiques (kit, vidéos etc.)

On est tous concernés

Prise d'information sur les logis éco-responsables et gestes du quotidien.

Jacques et Liliane

69 ans et 67 ans
Mariées
3 enfants et 4 petits enfants
Giberville (Calvados)

Retraités (Ingénieur BTP et aide soignante)

Faible usage basique : recherches Internet, correspondent par téléphone et sms avec leur famille et également par emails pour échanger des photos et des articles à leurs connaissances

> *« C'est une fois retraités que nous nous sommes installés dans le Calvados et avons pleinement pris conscience de l'importance de nos actes au quotidien, quels qu'ils soient. »*

PROBLÉMATIQUE

Jacques et Liliane se sont installés il y a maintenant près de 4 ans dans le Calvados après avoir passé près de 35 ans en région parisienne.

Tous deux sont sensibles à l'impact que peuvent avoir leur actes du quotidien sur l'environnement. Ils ont pour projet de concevoir un gite ou des chambres d'hôte éco-responsables pour PMR et familles nombreuses. Ils souhaiteraient utiliser des matériaux non polluants, bons pour la santé et durables. Ils sont également à la recherche d'un label 'éco-logis'.

D'autre part, le terrain qu'ils aimeraient acheter juxtapose un terrain agricole et ils sont inquiets quant à l'usage des pesticides et leurs conséquences sur la santé et environnement.

ATTENTES / BESOINS

- Source unique d'information
- Personnalisation de l'information (thème / région)
- Annuaire d'artisans près de chez eux
- Glossaire et iconothèque (et labels)
- Retours d'expérience
- Forum avec des citoyens et experts
- Informations globales sur la pollution (pesticides)
- Information facilement accessible et évaluation des connaissances (défis et jeux)
- Risques pour la santé
- Contribution, commentaires et partage

FREINS / FRUSTRATIONS

- Acteurs dans le secteur du bâtiment éco-responsables difficilement identifiables
- Peu de retours d'expérience sur la construction de gites ou chambres d'hôte éco-responsables
- Actuellement pas d'informations par rapport à un label 'éco-logis' même sur le site du MTES
- Pas de site de référence pour les gestes du quotidien à adopter (ex : recyclage)
- Pas de site de référence pour consulter les conséquences des pesticides sur la santé
- Besoin d'aide dans les démarches administratives

CONSULTE

Source officielle d'information

Astuces sur les gestes du quotidien

Retours d'expériences / Témoignages

Infos. sur les risques santé

Vidéos d'intervenants locaux

Guide dans démarches administratives

Statistiques sous forme de camemberts

INTERAGIT

Notifications par email (MAJ article)

Eléments de qualification rapide de contenu (temps de lecture et niveau d'expertise)

Annuaire d'acteurs locaux (artisans, coopératives, centres hospit., labos etc.)

Forum experts et usagers / FAQ

Groupes de discussion et travail par sujet

Cartographie intéractive avec des filtres (acteurs, législation, pollution etc.)

Glossaire

Données éducatives (quizz, BD, DIY etc.) avec suivi dans espace perso

RÉUTILISE

Partage de contenu sur les réseaux sociaux, via SMS, emails et bouche à oreille

Informations pour agir au quotidien

L’information près de chez vous

Rédaction d’articles de vulgarisation sur les enjeux environnementaux au regard de l’actualité nationale et internationale.

Imane

38 ans
Mariée
2 enfants
Bordeaux (Gironde)

Journaliste au Sud Ouest Républicain, rubrique environnement (récemment affectée)

Formation scientifique et Master 2 en journalisme à l’EFAP

Outil de travail numérique quotidien, veille sur les réseaux sociaux

> *“Je pense que ces numéros spéciaux vont aider les lecteurs à mieux comprendre les enjeux de la transition écologique en leur donnant des informations locales et donc plus concrètes pour eux.”*

ATTENTES / BESOINS

- Compréhension du contexte et des enjeux
- Veille documentaire (réseaux sociaux et newsletter ciblée)
- Sites de référence et newsletter ciblée
- Information synthétique et retours d’expérience
- Formats réutilisables et ouverts
- Information territorialité et locale
- Annuaire de contacts et experts
- Législation et plan d’action accessibles
- Accès à des sources fiables
- Comparatifs régionaux, nationaux et internat.

PROBLÉMATIQUE

La rédactrice en chef du Sud Ouest Républicain a décidé d’une opération spéciale « grand débat ».

Elle a confié plusieurs numéros spéciaux à Imane pour faire comprendre les enjeux de la transition écologique des lecteurs en renforçant leur ligne éditoriale *L’information près de chez vous*.

Les perspectives d’évolution et de comparaison régionale, nationale et internationale doivent contribuer à mesurer les enjeux de la transition écologique. De ce fait, 4 pages tous les 15 jours jusqu’en Septembre 2019 sont programmées.

En tant que vecteur d’informations, l’édition spéciale rédigée par Imane se doit d’être d’une neutralité impartiale pour éclairer au mieux les lecteurs sans les influencer dans leur appropriation de l’information.

FREINS / FRUSTRATIONS

- Pas de source unique d’information
- Informations des régions peu accessibles
- Peu de comparatifs entre régions et pays
- Pas d’identification d’acteurs sur un thème précis
- Aimerait avoir plus d’information quant aux responsabilités des acteurs (particuliers, professionnels, public etc.)
- Législation et mesures prises par l’Etat peu mises en avant

CONSULTE

Veille sur les réseaux sociaux (feed Twitter et Linkedin)

Flash actu sur la page d’accueil

Données en temps réel et à jour

Tout type de donnée synthétique et détaillée

Accès aux données brutes et sources

Données internationales et comparatifs

Chronologie plan d'action et responsabilité des acteurs (privé, public et citoyens)

INTERAGIT

Newsletter thématique mensuelle

Annuaire de contacts experts

Cartographie interactive avec filtres (zones territoriales, législation, données brutes etc.)

Chatbot

Espace perso. Permettant de retrouver ses favoris, documents sauvegardés et fiches pratiques composables et personnalisables

RÉUTILISE

Partage de contenu sur les réseaux sociaux

Rédaction d’articles

L’accès aux données est la clé

Pas de mise à disposition des données mais publication des méthodes.

Sophie

42 ans
Divorcée
2 enfants
Rodez (Aveyron)

Responsable Environnement en bureau d’études
Présidente de l’association « Seine et Propre »

Ecole de commerce

Usage quotidien sur mobile
Réseau pro. important dans le monde industriel

> *“Actuellement il y a un gros manque de transparence et de traçabilité de la donnée, c'est deux termes étant indissociables l'un de l'autre.”*

ATTENTES / BESOINS

- Données géolocalisées
- Contextualisation des informations
- Veille technique, réglementaire et outils financiers
- Connaissance des aides possibles
- Recherche de contacts
- Retours d’expérience
- Information fiable
- Transparence des méthodologies
- Informations directes sans passer par Google
- Dimension européenne
- Faire valoir son expertise

PROBLÉMATIQUE

Travaillant sur la plan de prévention des inondations d’Aguessac dans l’Aveyron, Sophie souhaite pourvoir croiser les cartes de risques avec les cartes d’habitats d’espèces protégées.

Elle souhaite également utiliser la méthode d’analyse multicritères des projets de prévention des inondations.

Enfin, elle voudrait échanger avec des personnes qui ont déjà utilisé cette méthode et transmettre son retour d’expérience.

D’autre part elle souhaiterait pouvoir accéder à la source, aux données brutes ainsi qu’à la méthodologie d’extraction des données de plusieurs ressources qu’elle a trouvées en ligne. En effet, sans ses informations, ces ressources sont inexploitables.

FREINS / FRUSTRATIONS

- Ne parvient pas à trouver la source des articles ou ressources qu’elle consulte
- Peu d’accès aux informations brutes
- Peu mise en relation entre experts
- Pas ou peu de comparatifs entre régions
- Souhaiterait pouvoir créer des groupes de travail ou d’échanges sur des sujets précis
- Compliqué de copier des tableaux ou des graphiques

CONSULTE

Moteur de recherche du site

Navigation dans l’arborescence (thématique, type de contenu, territoires)

Téléchargement du fichier des données et des méta données associées

Source et méthodologie d’extraction de la donnée

INTERAGIT

Retour d’expérience sur le site et échange avec d’autres utilisateurs

Identification de communautés externes au site

Identification des producteurs de la méthode ou des contenus

Carte interactive et données géolocalisées

RÉUTILISE

Etudes d’impact

Publication de méthodes et retours d’expérience

Suggestion de nouveaux contenus

Ce sont eux qui nous sauveront

Mise en place d'une semaine de cours DD ainsi que d'une classe verte chaque année selon les moyens du collège.

Mathias

33 ans
Marié
2 enfants
Gaillard (Haute-Savoie)

Professeur en SVT

Usage quotidien
Fan de jeux en ligne

> *Selon moi il est essentiel de sensibiliser les jeunes générations car ils représentent l'avenir et sont un très bon moyen de faire passer le message à leurs parents et grands-parents qui ne sont pas toujours à l'écoute.*

PROBLÉMATIQUE

Mathias souhaite sensibiliser des collégiens aux sujets liés à l'environnement et au développement durable.

Il décide ainsi de faire un cours pour ses élèves de 4ème et de 3ème sur les risques naturels et de ce fait trouver des cartes de risques à jour et commentées.

Il souhaiterait également que ces dernières soient directement réutilisables pour son cours.

Il veut s'appuyer sur ce travail pour préparer une classe verte avec ses élèves autour du sujet des risques naturels.

ATTENTES / BESOINS

- Interface ludique et accessible
- Personnalisation de l'information
- Contenus réutilisables pour vulgarisation
- Supports pédagogiques
- Glossaire et iconothèque
- Jeux et suivi des compétences
- Supports adaptés aux scolaires
- Fiche pratique permettant d'agréger des articles (créer un cours / exposé)

FREINS / FRUSTRATIONS

- Pas de supports adaptés pour des cours en collège
- Pas ou peu de fiches pédagogiques (cf. MNHN)
- Sites peu attractifs pour des jeunes (tant dans le fond que dans la forme)
- Manque d'outils permettant aux scolaires de travailler directement à partir du site

CONSULTE

Fiche synthétique

Formes éditoriales adaptées à des scolaires (vidéos pédagogiques, schémas simples, images etc.)

Glossaire et iconothèque

INTERAGIT

Contenu pédagogique (kits, MOOC, fiches, vidéos etc.)

Espace perso. Permettant de retrouver ses favoris, documents sauvegardés et fiches pratiques composables et personnalisables

Ressources réutilisables (Excel, PPT etc.)

Jeux et défis à faire en classe avec suivi de la progression

RÉUTILISE

Constitution d'un cours

Support de présentation / exercices pour la classe

Apprentissages

Ce que nous avons appris :

1. Le contexte du projet et ses attendus
2. Qui sont les utilisateurs potentiels
3. Leur représentation via les personæ

Définition du projet

DÉFINITION

Jobs to be done

1 Prenez connaissance des personnæ

2 Listez un maximum de JTBD

3 Regroupez les idées similaires

4 Votez pour votre top 3

Déroulé

“Les gens n’ont pas besoin de perceuses. Ils ont besoin de trous dans les murs !”

CONTEXTE *Quand…,*

MOTIVATION *je veux…,*

RÉSULTAT *afin de… »*

DÉFINITION

Design principles

1. Lister un maximum de principes
2. Regroupez les idées similaires en thématiques
3. Déduisez les principes fondamentaux sous-jacents
4. Votez pour votre top 3

Déroulé

- **Simples et efficaces**
  Les principes énoncés sont-ils courts et précis ?
  Décrivent-ils une seule idée ?
  S'il vous semble qu'il y a plusieurs idées en cours, divisez-les en parties plus petites.

- **Pertinents**
  Passez en revue vos principes de conception et assurez-vous qu'ils couvrent les aspects clés de votre solution. Modifiez ceux qui ne le font pas.

- **À consolider**
  Les principes de conception évolueront lors de la phase de prototypage. Certains ne se dévoileront pas avant d'avoir réellement conçu quelque chose, mais une fois que vous les aurez repérés, ils deviendront rapidement essentiels.

Ce que nous avons appris :

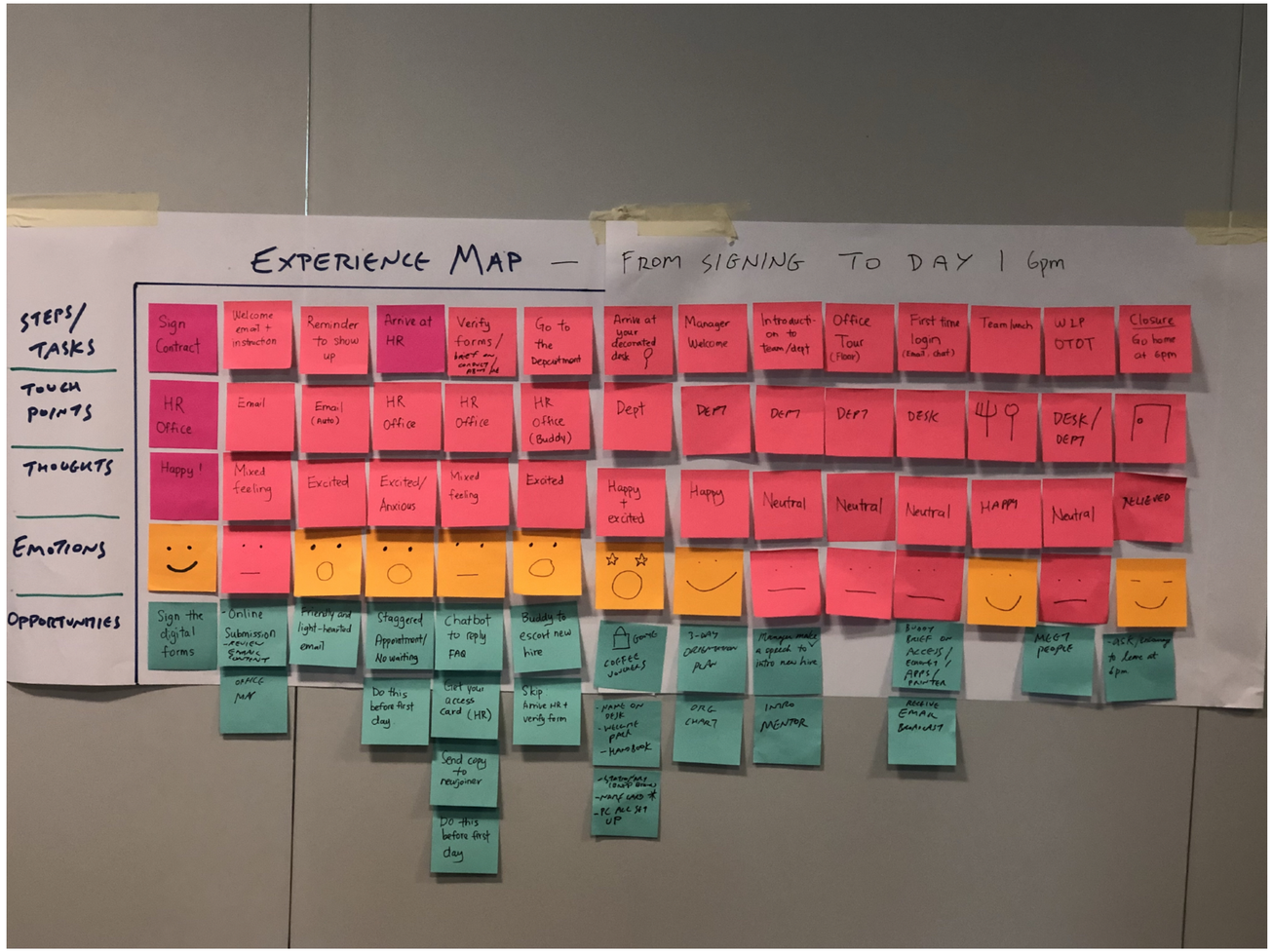
1. Les besoins utilisateurs
2. Les principes fondateurs du service

Pause

→ 11h30

DÉFINITION

Parcours utilisateurs



Déroulé

- **Partir d'un *Job to be done***
- **Étape par étape**
  Identifier la première étape, puis ajouter autant d'étapes que nécessaire jusqu'à l'accomplissement de la tâche.
- **Décrire**
  Décrire les actions de l'utilisateur, le point de contact, les questions qu'il est amené à se poser et son ressenti.
  Identifier les points de friction et les leviers que nous pouvons activer pour y remédier.
- **Mutualiser**
  Identifier les segments de parcours communs (fonctionnalités et gabarits) aux différents JTBD, ou si un même composant peut/doit servir plusieurs besoins / parcours.

Ce que nous avons appris :

1. Les différents parcours utilisateurs à prévoir dans le site

Déjeuner

→ 13h50

La marque

DÉFINITION

Restitution étude SEO / concurrence / social

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur ac pulvinar mauris, ut consectetur risus. Vivamus fermentum ultrices libero, et ultricies eros consequat vitae. Vivamus dapibus elit eget ante aliquam pretium placerat in neque. Vestibulum blandit vestibulum posuere.

Phasellus a tempor libero. Aenean id ullamcorper enim. Etiam suscipit consectetur ligula sagittis tempus. Ut sed scelerisque purus, eu eleifend enim.

Nulla ac enim et enim placerat consectetur. Cras id leo vel dui placerat pellentesque vitae ac nibh. Nunc eu turpis eu massa semper dictum ac et lorem. Pellentesque ac molestie mauris, non tincidunt quam. Quisque eget lobortis arcu.

Quoi ?

Elit eget ante aliquam pretium placerat in neque. Vestibulum blandit vestibulum posuere.

Comment ?

Elit eget ante aliquam pretium placerat in neque. Vestibulum blandit vestibulum posuere.

DÉFINITION

La marque

Dévoiler ici les grands principes sans dévoiler les noms. + inspiration

Phasellus a tempor libero. Aenean id ullamcorper enim. Etiam suscipit consectetur ligula sagittis tempus. Ut sed scelerisque purus, eu eleifend enim.

Nulla ac enim et enim placerat consectetur. Cras id leo vel dui placerat pellentesque vitae ac nibh. Nunc eu turpis eu massa semper dictum ac et lorem. Pellentesque ac molestie mauris, non tincidunt quam. Quisque eget lobortis arcu.

Quoi ?

Elit eget ante aliquam pretium placerat in neque. Vestibulum blandit vestibulum posuere.

Comment ?

Elit eget ante aliquam pretium placerat in neque. Vestibulum blandit vestibulum posuere.

DÉFINITION

Votre vision de la marque

1

Choisissez la catégorie qui vous semble la plus pertinente

2

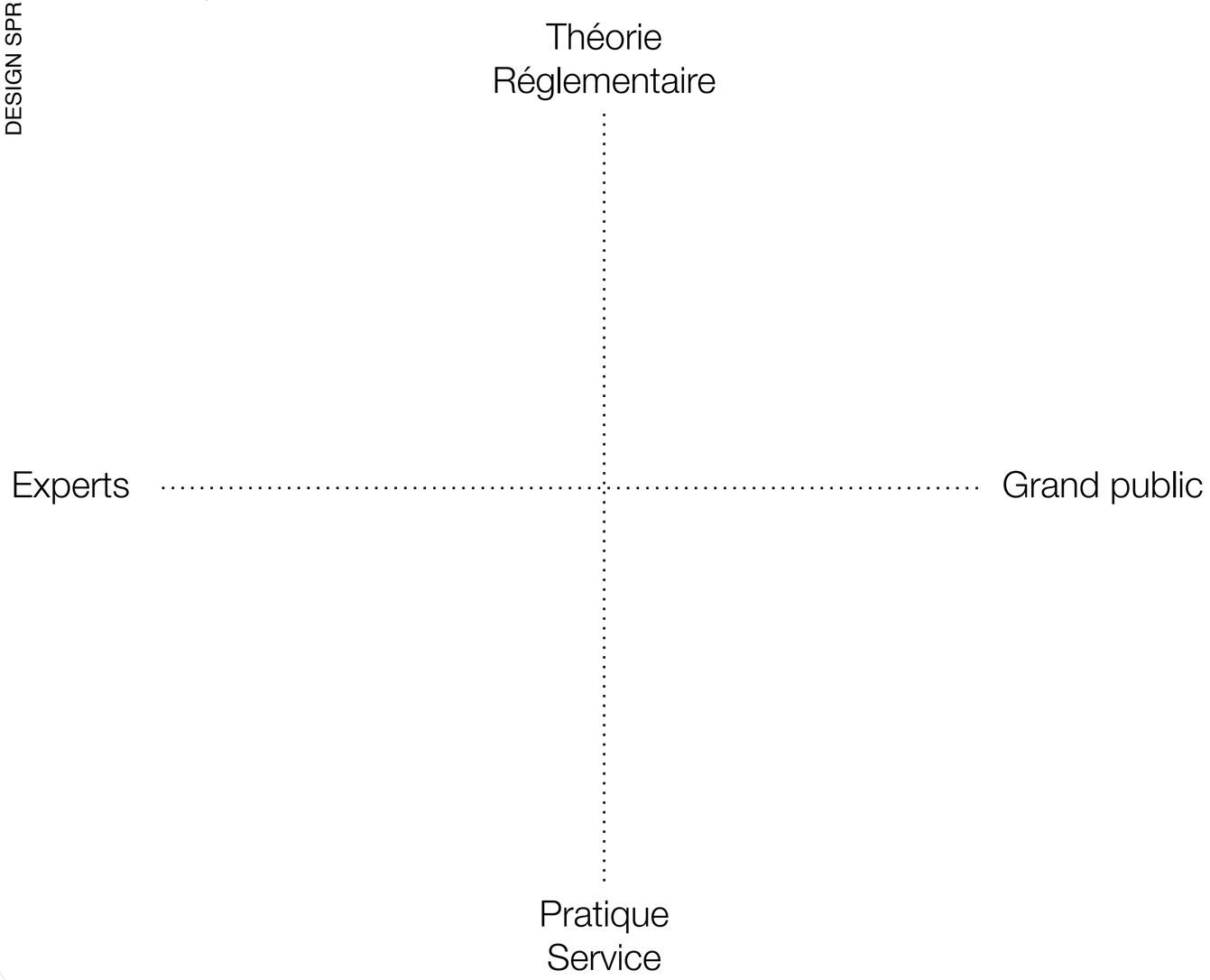
Découvrez les noms associés. Apposez une gommette si un nom vous convient.

3

Votez pour votre top 3. Apposez une croix sur les propositions rédhibitoires

DÉFINITION

La marque



Positionnement

- Placer les différents noms de marque sur la matrice
- Positionner les plateformes concurrentes
- Identifier les noms de marque au regard des personæ
- Comparez à vos étoiles polaires !
- PO : à vous de trancher

DÉFINITION

La marque

1 Nom de la marque

2 Nom de la marque

3 Nom de la marque

Faire mieux ?

Réfléchissez en groupe à la manière d’améliorer ces 3 concepts.

Ces noms sont-ils applicables à l’ensemble des JTBD et des personæ définis précédemment ?

Quels sont les champs sémantiques s’y rapportant ?

Quelles sont les images que l’on peut y associer ?

Ce que nous avons appris :

1. Le contexte concurrentiel
2. Le positionnement de la marque et sa promesse

Pause

→ 15h45

Génération d’idées

GÉNÉRATION D'IDÉES

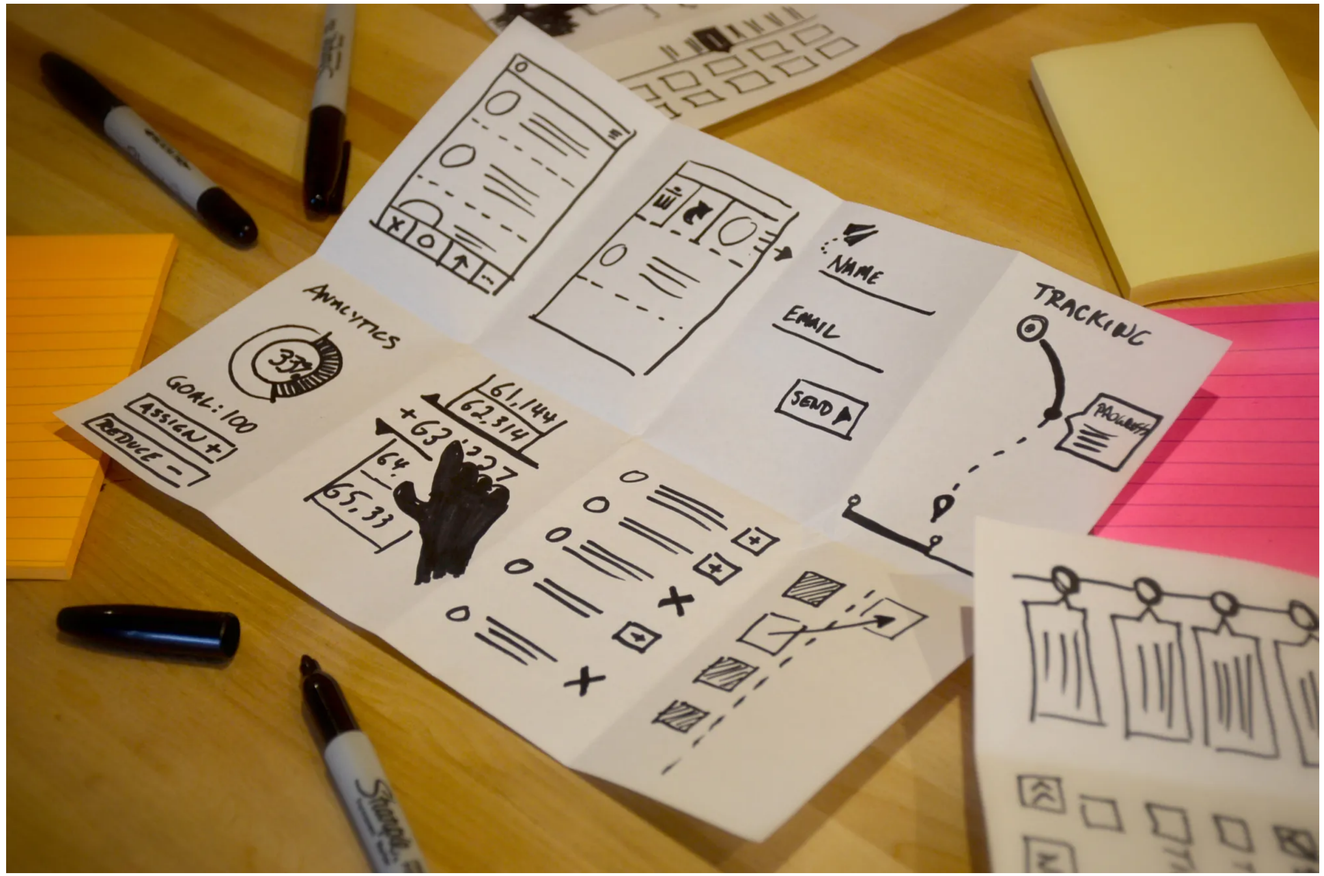
Boot up notes

Déroulé

- Prenez le temps de passer en revue l'ensemble des post-it
- Complétez éventuellement avec de nouvelles idées
- Notez les concepts que vous souhaitez explorer

GÉNÉRATION D'IDÉES

Crazy eight



Déroulé

- A partir des problématiques définies en amont, chaque participant va générer des idées de fonctionnalités, de parcours, d’interfaces ou d’interactions.
- Il s’agit d’ébaucher 8 idées distinctes en 8 minutes.
- L'objectif est d'aller au-delà de votre première idée, qui n'est souvent pas la plus innovante et de générer une grande variété de solutions.
- Pas de barrières, soyez fous !

GÉNÉRATION D'IDÉES

Restitution crazy eight

1 Présentez chacune de vos idées au groupe

2 Quels sont les 2 ou 3 objectifs que je tente d'atteindre ?

3 Comment mon concept permet-il d'atteindre ces objectifs ?

Quelques règles

- 3 minutes par personne
- Tout le monde écoute
- Personne n'interrompt !

GÉNÉRATION D'IDÉES

Organisation et priorisation

1

Supprimez les doublons

2

Regroupez les idées similaires. Nommez les regroupements.

3

Votez pour votre top 5

GÉNÉRATION D'IDÉES

Benchmark fonctionnel

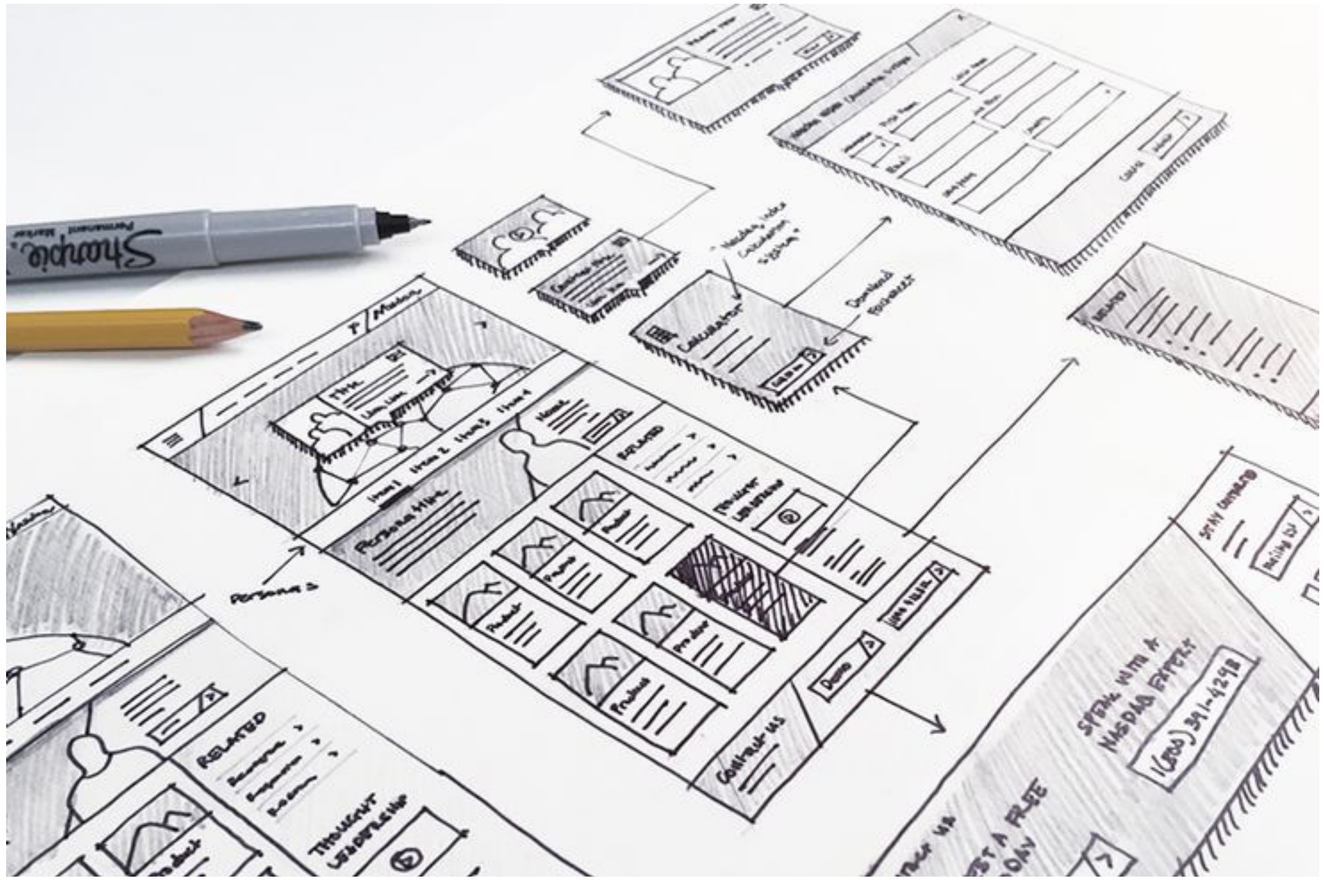
Déroulé

- À problème comparable, solution équivalente !
- Chinez des idées dans d'autres industries ou domaines liés aux fonctionnalités et besoins évoqués précédemment.
- Chaque personne disposera ensuite de 3 minutes pour partager ses exemples avec le groupe.

Sketching

GÉNÉRATION D'IDÉES

Sketching



Déroulé

- Choisissez un partenaire
- Nous mettons à votre disposition des exemples de fonctionnalités qui vous permettront de composer votre page.
- Pas besoin d'être un artiste, vous pouvez matérialiser vos idées en définissant des zones que vous décrirez.
- Découpez, collez, assemblez !
- Testez des variantes, vous déciderez plus tard.

Ce que nous avons conçu :

1. Un pool de fonctionnalités
2. Une matérialisation des interfaces

Merci !

À demain, 9h15 !

CGDD - Design UX

Design sprint - Jour 2

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Entrepreneurs d'Intérêt Général

Objectifs

1 Idéation

2 Organisation du prototypage

3 Prototypage

PRÉSENTATION DU DESIGN SPRINT

Déroulé de la journée

9h30	9h45	11h20	11h30	12h30	14h00	14h30	17h30
15 min	30 min	10 min	1h	1h30	30 min	2h00	
Épisode précédent	Finalisation du sketching	Pause	Storyboard	Déjeuner	Organisation des tâches	Prototypage	Fin de l’atelier

Résumé des épisodes précédents

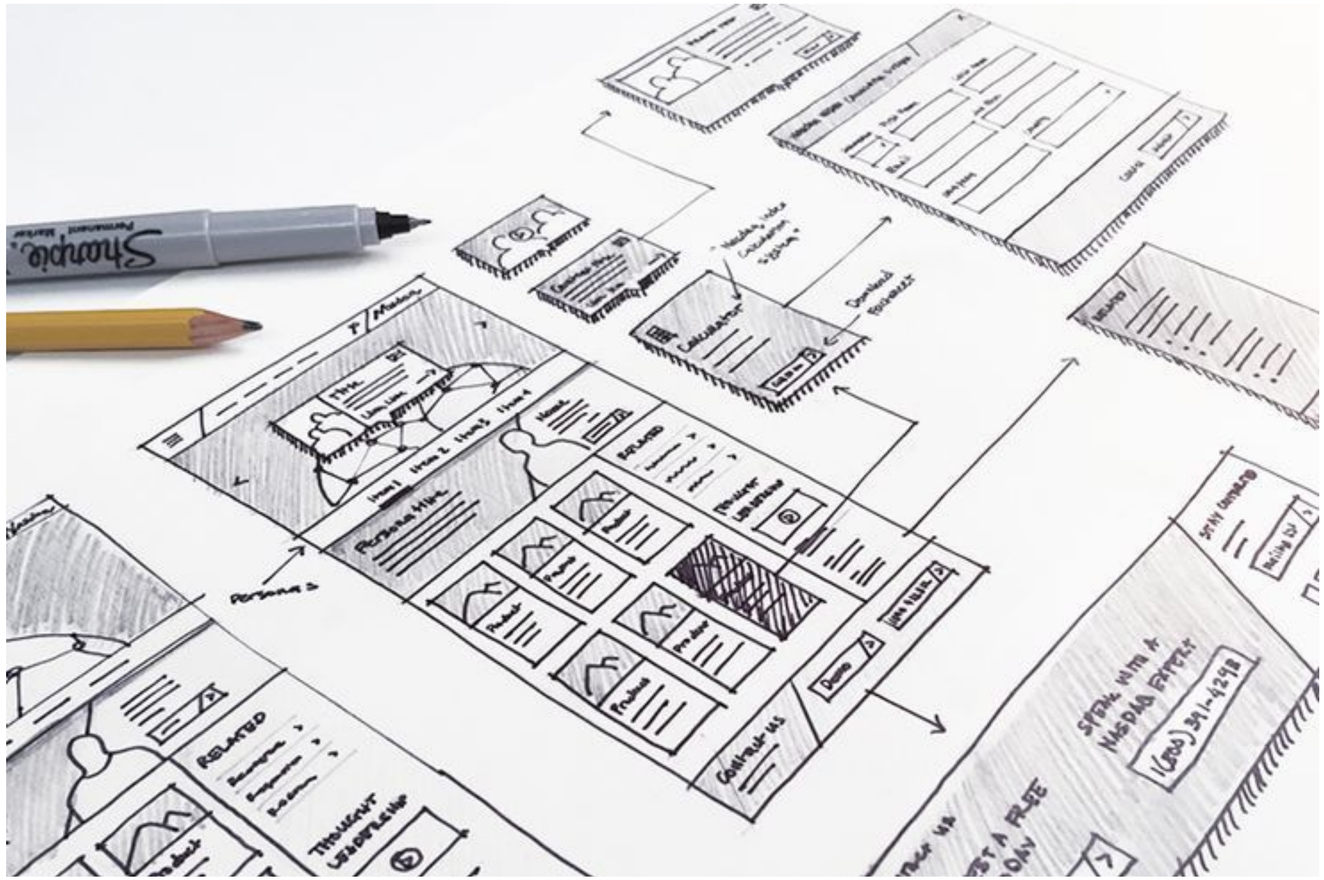
Qu’ai-je accompli hier
et quelle est mon humeur du jour ?

1 minute par personne !

Sketching

GÉNÉRATION D'IDÉES

Sketching



Déroulé

- Prenez le temps de revoir vos sketchings et de les affiner

GÉNÉRATION D'IDÉES

Restitution sketching

1 Présentez chacune de vos idées au groupe

2 Quels sont les 2 ou 3 objectifs que je tente d'atteindre ?

3 Comment mon concept permet-il d'atteindre ces objectifs ?

Quelques règles

- 3 minutes par personne
- Tout le monde écoute
- Personne n'interrompt !

GÉNÉRATION D'IDÉES

Organisation et priorisation

1 Votez en silence pour votre top 5

2 Expliquez à chacun votre choix

3 Proposez des axes d'amélioration

Faire mieux ?

Réfléchissez en groupe à la manière d'améliorer les sketchings priorisés.

Ces fonctionnalités sont-elles applicables à l'ensemble des JTBD et des personæ définis précédemment ?

Sont-elles spécifiques à une typologie restreinte d'utilisateurs ?

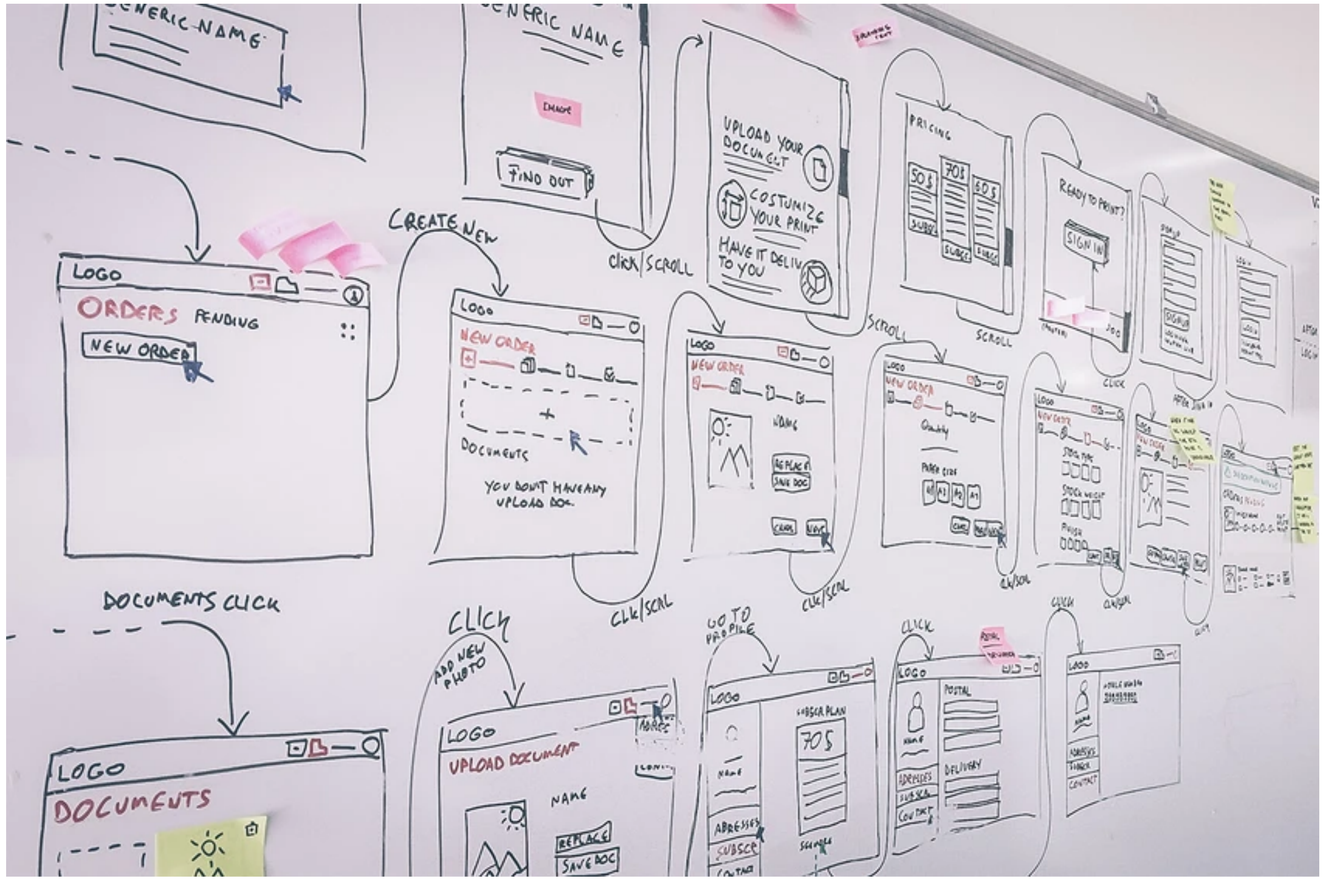
Sont-elles coûteuses en terme de conception, de développement, de maintenance et d'administration ?

Présentent-elles un bénéfice utilisateur défini ?

Définition du storyboard

DÉFINITION

Storyboarding



Déroulé

- Déterminez l’enchaînement des gabarits au regard des JTBD et des parcours utilisateurs définis hier
- Vous n'avez pas besoin d'esquisser chaque flux utilisateur ou cas d'utilisation. Concentrez-vous simplement sur ce que vous devez créer pour tester un prototype pertinent
- Mappez le flux que vous utiliserez dans le script d'interview de l'utilisateur
- Déterminer quels moments peuvent être ébauchés et lesquels doivent être bien définis

Déjeuner

→ 13h50

Prototypage

DÉFINITION

Organisation du prototypage

1 Découvrez votre groupe

2 Définissez les rôles de chacun

3 Définissez les tâches et assignez-les à chacun

Déroulé

- Écriture du guide d’interview
- User flow
- Design system / Design des interfaces
- Recherche iconographique
- Textes
- Review fonctionnelle
- Review stratégique

DÉFINITION

Prototypage

Déroulé

- Déterminez l’enchaînement des gabarits au regard des JTBD et des parcours utilisateurs définis hier
- Vous n'avez pas besoin d'esquisser chaque flux utilisateur ou cas d'utilisation. Concentrez-vous simplement sur ce que vous devez créer pour tester un prototype pertinent
- Mappez le flux que vous utiliserez dans le script d'interview de l'utilisateur
- Déterminer quels moments peuvent être ébauchés et lesquels doivent être bien définis

Merci !

À demain, 9h15 !

CGDD - Design UX

Design sprint - Jour 3

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Entrepreneurs d'Intérêt Général

Objectifs

1 Finalisation du prototype

2 Tests

3 Experts reviews

PRÉSENTATION DU DESIGN SPRINT

Déroulé de la journée

9h30	9h45	10h00	12h30	14h00	14h45	15h30	17h30
15 min	15min	2h30	1h30	0h45	45 min	3h00	
Épisode précédent	Prototype playback	Finalisation du prototype	Déjeuner	Tests utilisateurs	Présentation des prototypes et priorisation	Experts reviews	Fin de l'atelier

Résumé des épisodes précédents

Qu’ai-je accompli hier
et quelle est mon humeur du jour ?

1 minute par personne !

Prototypage

DÉFINITION

Prototype playback

Déroulé

- Décrire le prototype du point de vue de l'utilisateur en 3 minutes
- Identifier toutes les tâches connexes et identifier les révisions nécessaires.
- Noter les révisions et déléguer les tâches
- Identifier les lacunes ou les éléments manquants qui sont nécessaires pour créer une expérience haute fidélité.

DÉFINITION

Finalisation du prototypage

Déroulé

- Déterminez l’enchaînement des gabarits au regard des JTBD et des parcours utilisateurs définis hier
- Vous n'avez pas besoin d'esquisser chaque flux utilisateur ou cas d'utilisation. Concentrez-vous simplement sur ce que vous devez créer pour tester un prototype pertinent
- Mappez le flux que vous utiliserez dans le script d'interview de l'utilisateur
- Déterminer quels moments peuvent être ébauchés et lesquels doivent être bien définis

Déjeuner

→ 13h50

- Tests

VALIDATION

Tests utilisateurs

1 Comment pensez-vous accomplir la tâche qui vous est confiée ?

2 Décrivez les actions que vous effectuez.

3 Lorem

Déroulé

- Définissez 2 testeurs, 2 interviewers et 2 scripts par groupe.
- Créez 4 groupes : 1 testeur groupe A, 1 interviewer et 1 script du groupe B et inversement
- L'interviewer se base sur le protocole de test
- Le testeur verbalise toutes ses actions et ressentis
- Le script note les actions et ressentis utilisateur

DÉFINITION

Présentation des prototypes

Déroulé

- Chaque product owner présente et décrit son prototype
- Tout le monde écoute, personne n’interrompt

VALIDATION

Stakeholder review

Déroulé

- Chaque product owner évalue les prototypes
- Répondent-ils aux objectifs fixés initialement ?
- Sont-ils en phase avec le périmètre du projet ?
- Sont-ils réalisables au regard des phases de développement, de production de contenus et d'administration ?
- Lister les points de vigilance et améliorations à apporter

VALIDATION

Tech review

Déroulé

- Les experts tech et accessibilité évaluent les prototypes
- Répondent-ils aux objectifs fixés initialement ?
- Sont-ils en phase avec le périmètre du projet ?
- Sont-ils réalisables au regard des phases de développement, de production de contenus et d’administration ?
- Lister les points de vigilance et améliorations à apporter

Pause

→ 16h00

VALISATION

Évaluation des prototypes

1 Votez en silence pour votre top 5

2 Itérez en groupe

3 Proposez des axes d'amélioration

Faire mieux ?

Ces parcours correspondent-ils à l'ensemble des JTBD et des personæ définis précédemment ?

Sont-ils utilisables en changeant de contexte d'utilisation (niveau de connaissance, device, modalité de consultation) ?

Sont-ils pertinents lors d'une navigation discontinue ?

Présentent-ils un bénéfice utilisateur défini ?

Correspondent-ils à votre étoile polaire ?

DÉFINITION

Prochaines étapes

Déroulé

- Définir les prochaines étapes
- Attribuer les tâches
- Définir les livrables

CONCLUSION

Résumé des épisodes précédents

Qu’avons-nous accompli au cours de ces trois jours ? Comment vous sentez-vous ?

1 minute par personne !

Merci !

À bientôt