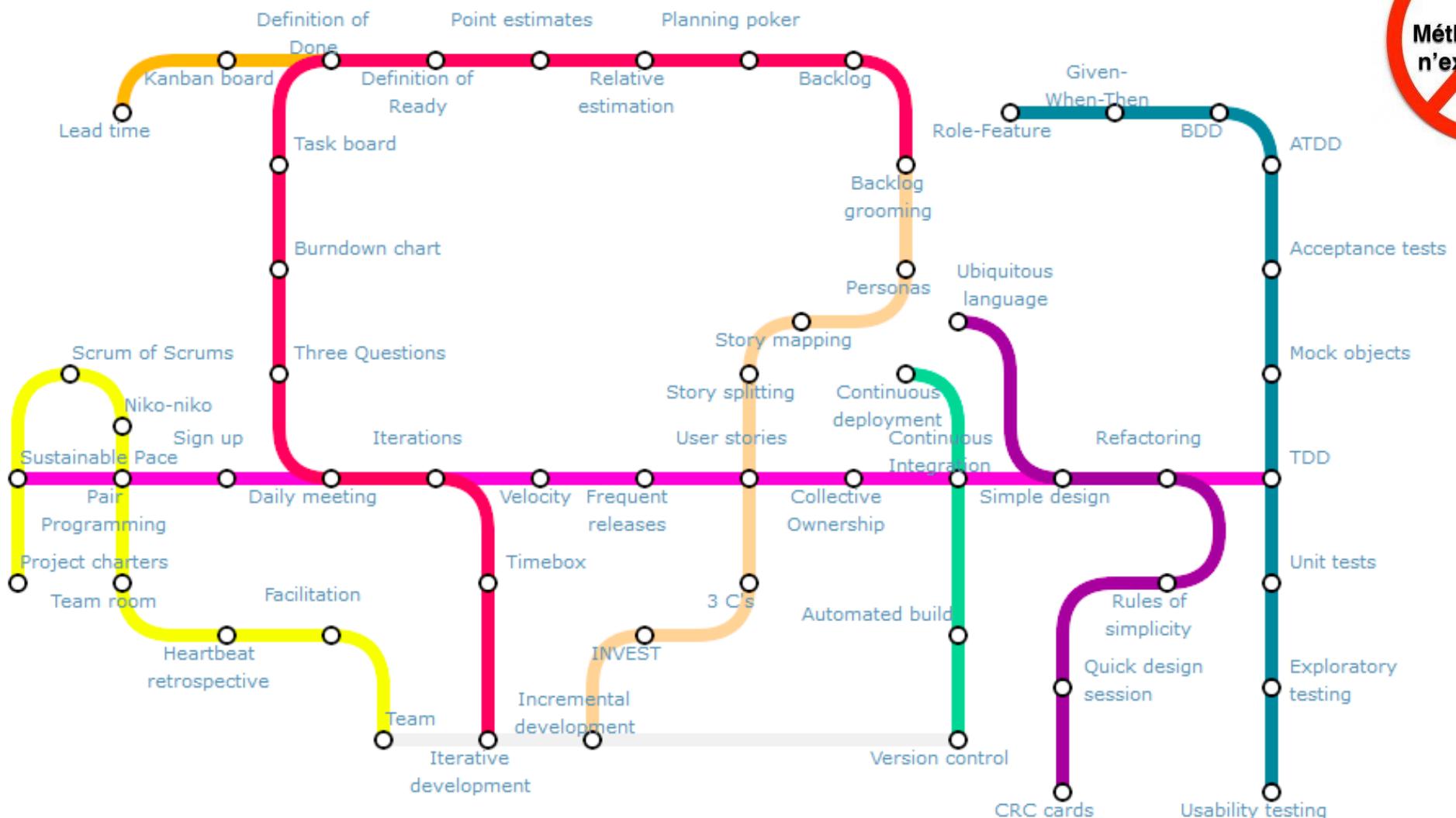
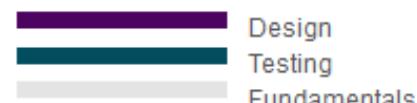


Le développement logiciel agile, C'est quoi ?

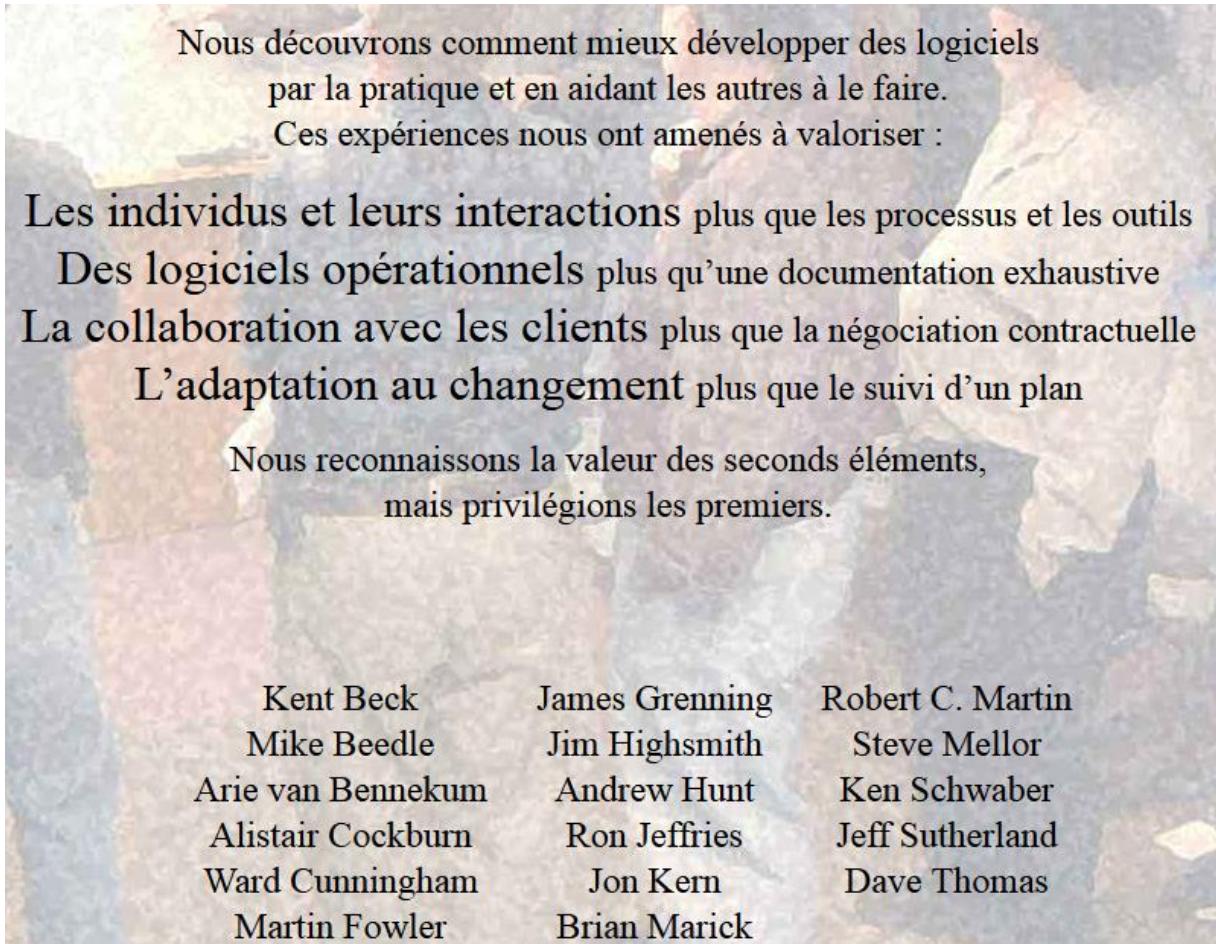
Ecosystème des techniques et pratiques agiles...



Lines represent practices from the various Agile "tribes" or areas of concern:

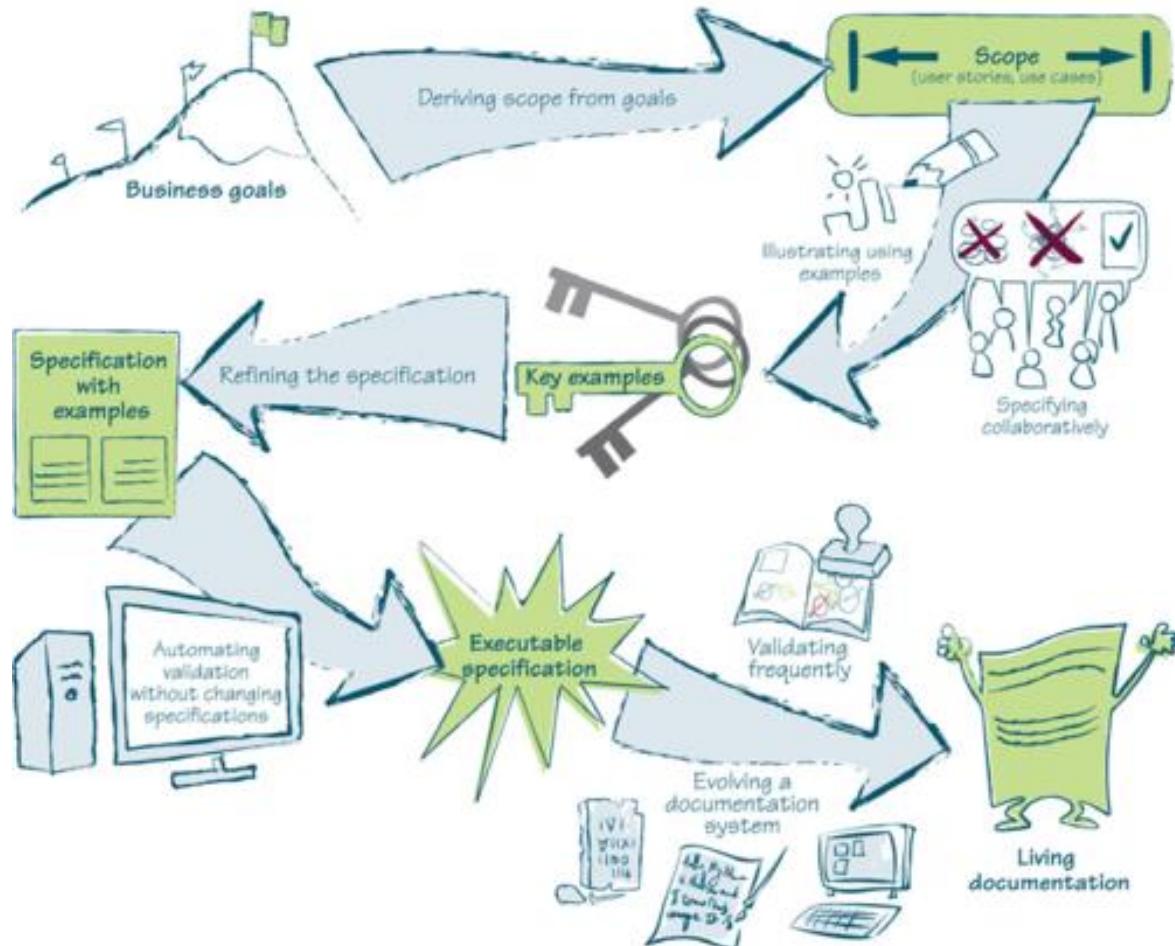


qui implémentent les valeurs et principes du manifeste agile ...

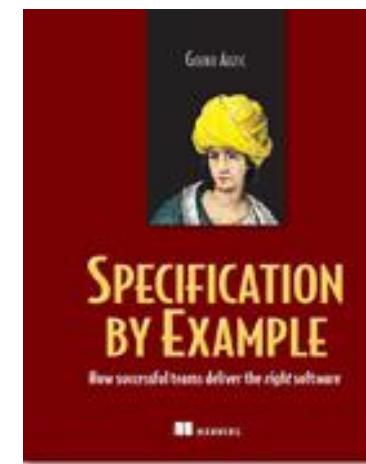


... pouvant être complété par une approche de spécification par l'exemple ...

Key process patterns of Specification by Example



Cheminement de l'**objectif** (métier)
à une **documentation vivante**
au travers d'un ensemble de 7 patterns,
qui permet de s'assurer que
le « bon » produit (right product)
sera effectivement livré.



Specification by example (SBE) is a collaborative approach to defining **requirements** and **business-oriented functional tests** for software products based on capturing and illustrating requirements using **realistic examples** instead of abstract statements.

Un développement agile de qualité

C'est avant tout

Travail collaboratif

Développement dirigé par les tests

ATDD

TDD

Un bon produit
(*right Product*)

Un produit
correctement écrit
(*product right*)

eXtreme Programming

Mise en avant des tests

Excellence Technique

mouvement Software Craftsmanship

R2.01
R2.03
R3.04
R4.02
R5.07
R5.08

Exigences agiles :

User Story

Spécification par l'exemple



Un produit vite fait
et bien fait

(livraison fréquente d'un logiciel
opérationnel avec une forte valeur métier)

Scrum
Kanban

Responsabilité
collective

Démarche itérative incrémentale

R3.10

Dans la ressource R3.03 ...



Objectif

L'objectif de cette ressource est de conforter les capacités d'analyse de l'informaticien, en étant capable de comprendre les exigences d'un client et de les formaliser.

Les différents ateliers vont permettre de capturer de manière non ambiguë les exigences

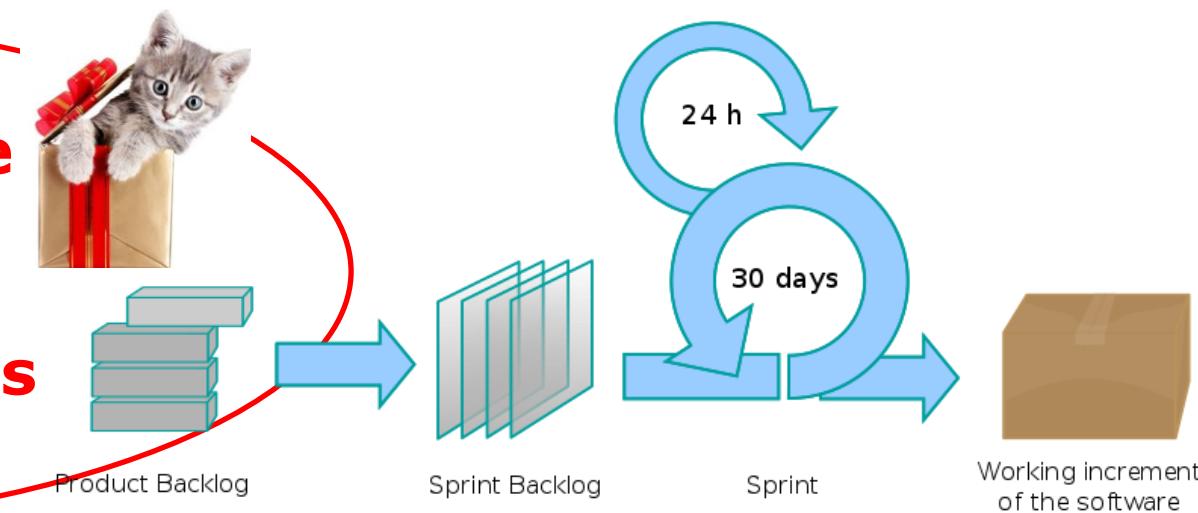
Why ? (Pourquoi ?)
(business problem)

Spécification

What ? (Quoi ?)
(explications claires sur la solution à développer)

- ✓ **Les methodologies agiles** fournissent un framework pour développer des produits et suppose l'existence d'un backlog de produit initial

Mais ... Comment construire une première version d'un "bon" backlog de produit correspondant aux exigences du client ?



A guideline to teach agile requirements,

I. BLASQUEZ – H. LEBLANC in ITiCSE 2018

(Annual ACM Conference on Innovation and Technology in Computer Science Education)

A Guideline to Teach Agile Requirements

Isabelle Blasquez

Limoges University, France

isabelle.blasquez@unilim.fr

ABSTRACT

This paper presents a specific sequence of collaborative workshops dedicated to build a first version of a product backlog. This backlog is composed by user stories refined from a first idea of the product to develop.

CCS CONCEPTS

- Social and professional topics → Software engineering education;

KEYWORDS

Agile Requirements, Collaborative Workshops, User Stories

ACM Reference Format:

Isabelle Blasquez and Hervé Leblanc. 2018. A Guideline to Teach Agile Requirements. In *Proceedings of 23rd Annual ACM Conference on Innovation and Technology in Computer Science Education (ITiCSE'18)*. ACM, New York, NY, USA, 2 pages. <https://doi.org/10.1145/3197091.3205838>

1 INTRODUCTION

In agile, like traditional software development, work begins by capturing customer requirements. The specification can also be seen as a process to bridge the gap from the business problem (why?) towards clear explanations about the solution to develop (what?). Providing relevant and unambiguous requirements specification is one of the biggest challenges in software engineering [1].

Agile methodologies (e.g. Scrum or Extreme Programming) pro-

Hervé Leblanc

IRIT, Toulouse, France

leblanc@irit.fr

This sequence of collaborative workshops was presented and practiced during a 3-days course about agile requirements for a professional Bachelor dedicated to Development and Software Quality. The objective was not to write code, but to produce a prototype with Marvel¹. Then, in the context of a supervised project in full agile development, team of 7 students proposed their own product ideas. Each team re-used these workshops to initialize their product backlog around one specific product idea during two days.

This sequence of workshops is based on our experience and inspired by Specification By Example [1] and User eXperience techniques. Each workshop will be briefly described according to its position in this sequence at the next section.

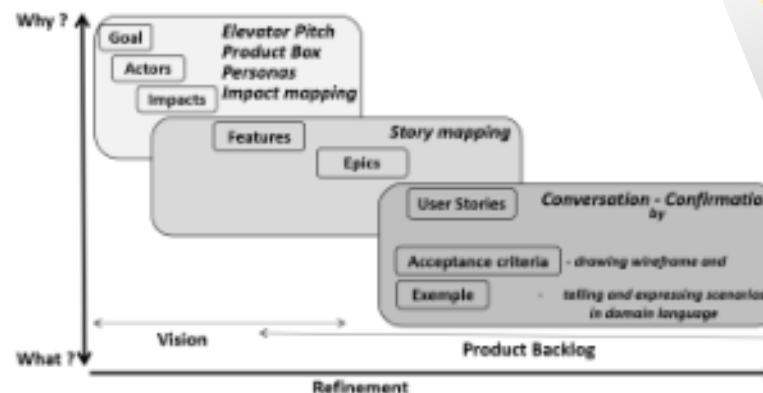


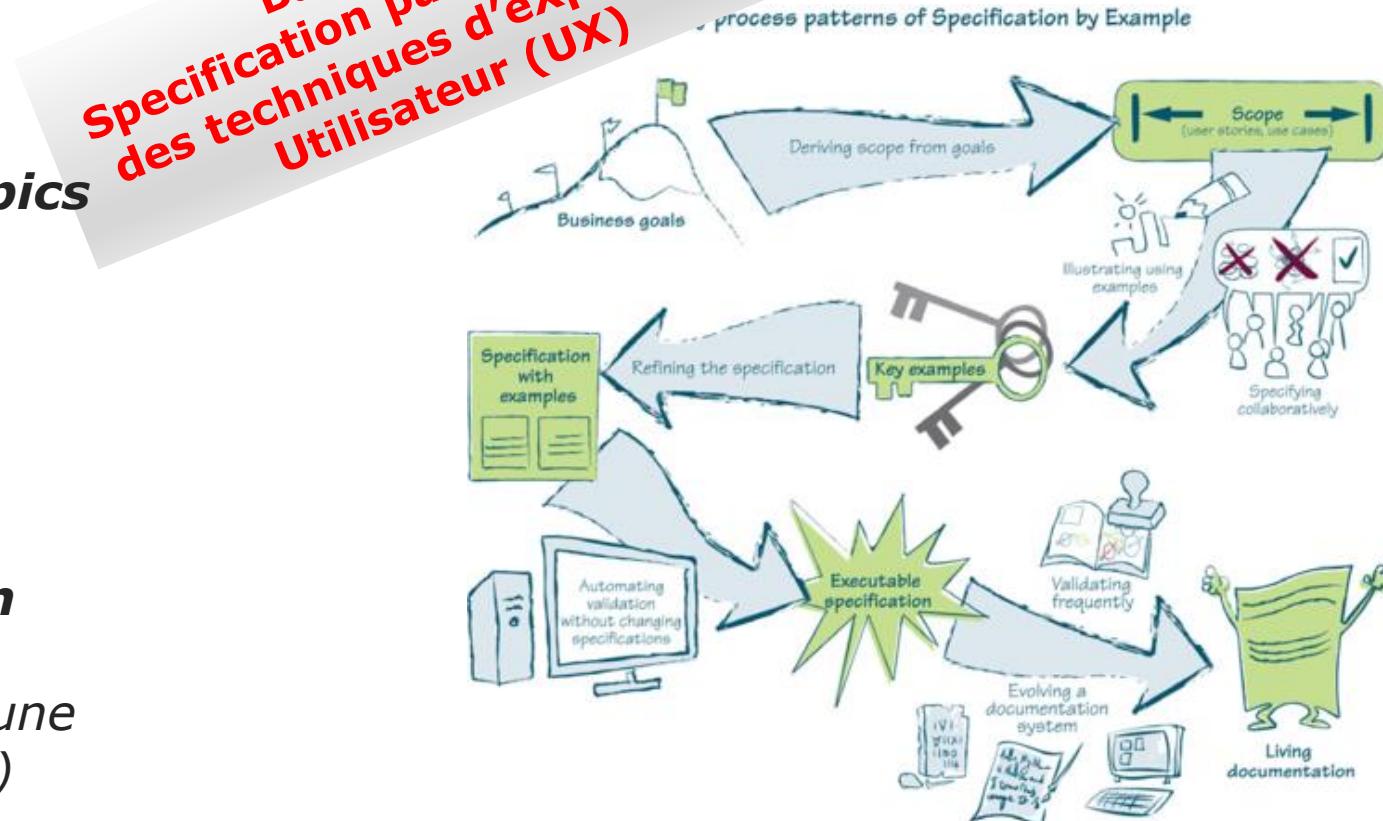
Figure 1: A guideline from vision to user stories

Dans cette ressource :
Analyse des exigences agile
Agile requirements
Appelée aussi
Cadrage agile

Une Séquence d'ateliers collaboratifs allant de la vision du produit à l'identification et la description des users stories permettant de développer le *bon* produit

- Why ? ↑
- 1. Construire la vision: De l'objectif aux premières fonctionnalités (features)**
(en découvrant le problème et identifiant les premières features)
 - 2. Affinage des features en epics et découpage en stories**
 - 3. Conversation - Confirmation**
(détailler les user stories,
partager une compréhension commune
avoir un langage métier commun)
- What ? ↓

Based sur la
Specification par l'exemple et
des techniques d'expérience
Utilisateur (UX)



Ateliers mis en œuvre sur des sujets que vous avez choisi suivant vos centres d'intérêts ...

Keep My Stuff

HappyHours

La sortie à petit prix



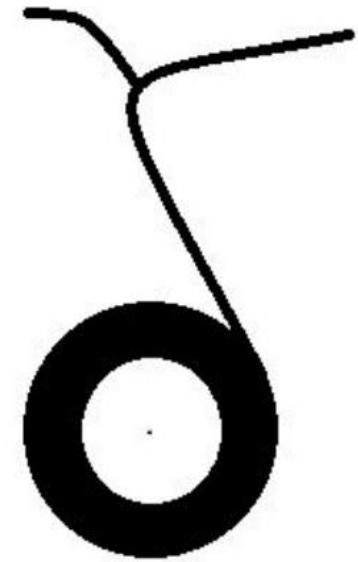
Le Verre De Trop



TIND **SOUND**



Team Segway'way



Une bonne vision pour commencer ...

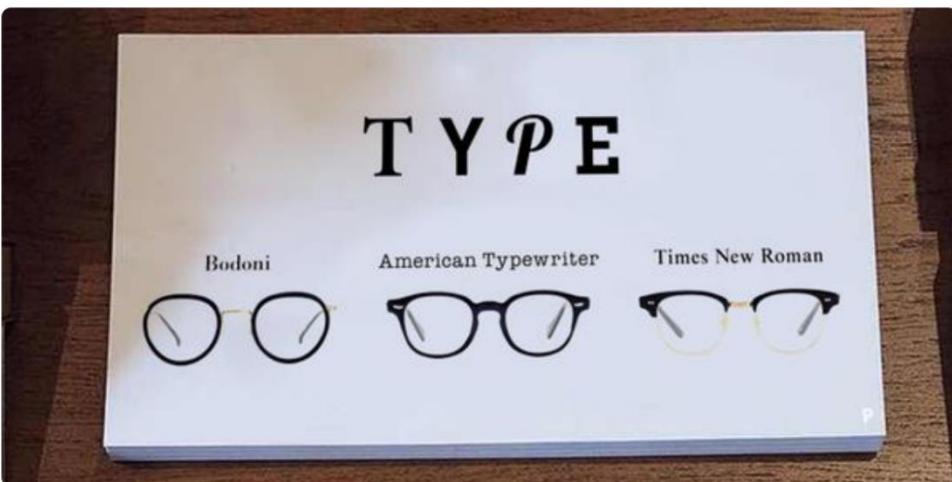


Isabelle BLASQUEZ
@iblasquez

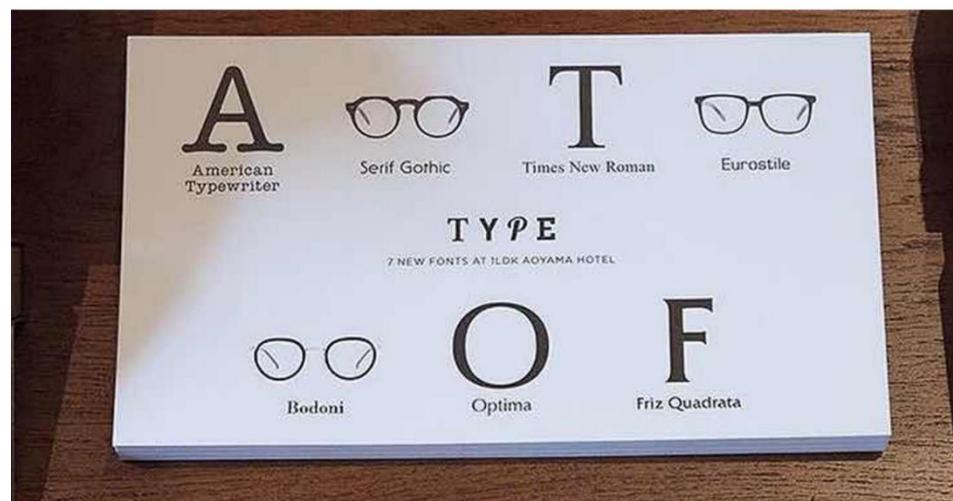


Piwee @piweeFR · 60 min

Ce fabricant de lunettes s'inspire des typographies pour créer le design de ses montures > bit.ly/1gea6cl



Retrouvez Oh My Glasses sur Instagram et Facebook / Source



Garamond

Helvetica®

<http://piwee.net/1-oh-my-glasse-lunettes-typographies-110915/>

I. Blasquez

La vision du produit



La différenciation !!!

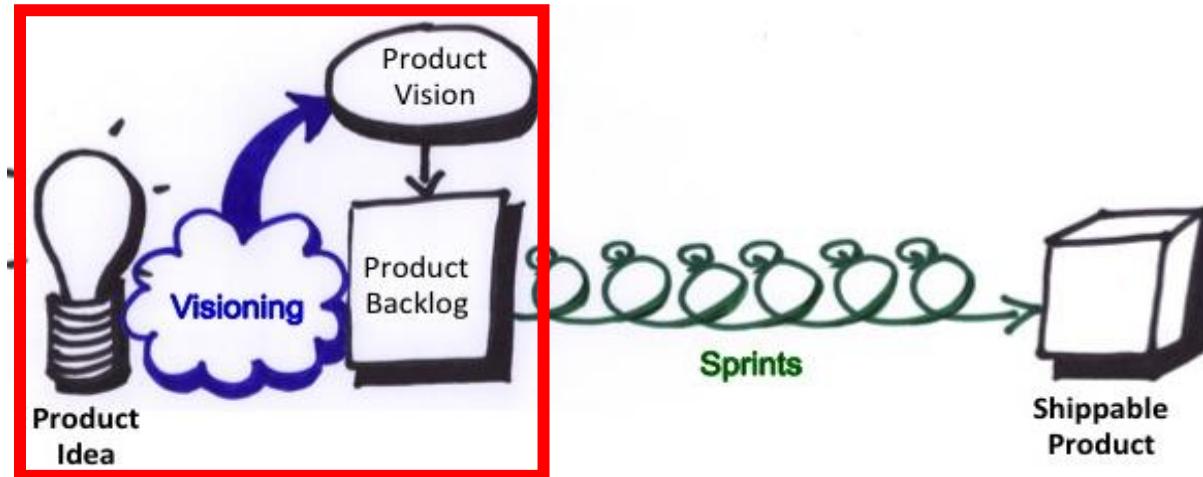


Notre produit :
le seul, le meilleur,
l'unique :
**celui qu'il faut
acheter !**

Définir **la vision de votre produit** permet
de faire émerger **la vraie valeur ajoutée** de votre projet

**La vision
fixe le cap,
donne du sens au projet
et
décrit ce qu'on entrevoit
pour le projet
à court, moyen ou long terme**

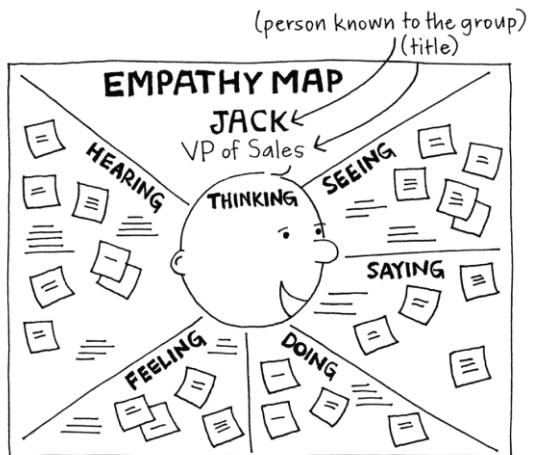
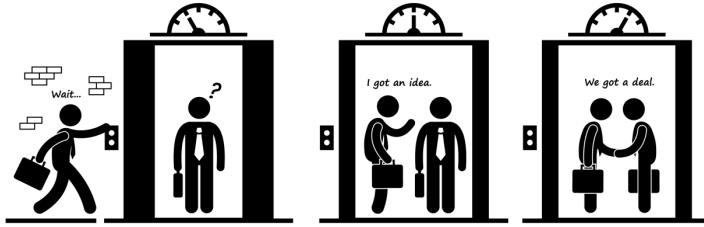
Travail collaboratif autour de la vision du produit



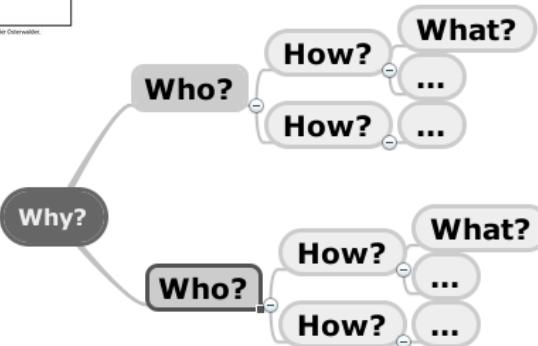
Toute l'équipe projet participe à la vision : métiers, utilisateurs, développeurs, décisionnaire, commercial, ...

La vision du produit n'aura de sens et ne sera fédératrice que si elle portée et partagée.

Quelques outils pour travailler la vision ...

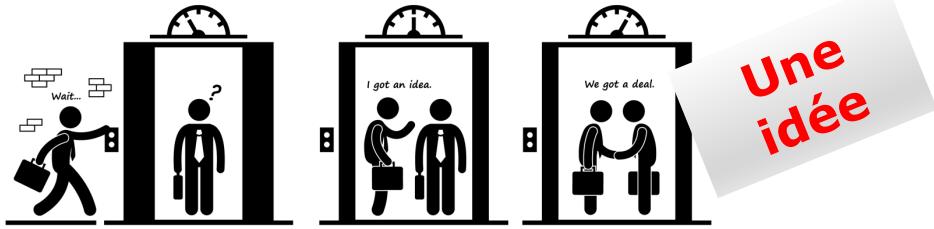


innovation games



Sources : <http://blog.katapult.co.uk/how-to-deliver-a-compelling-elevator-pitch> <http://demontiers.com/2014/03/ma-traduction-francaise-du-lean-canvas/>
<http://impactmapping.org/drawing.php>
<http://innovationgames.com/remember-the-future/> <http://innovationgames.com/product-box/> <http://wiki.ayeba.fr/Carte+de+l%27Empathie>
<http://gamestorming.com/?s=empathy> <https://www.safaribooksonline.com/library/view/gamestorming/9781449391195/ch04s06.html>

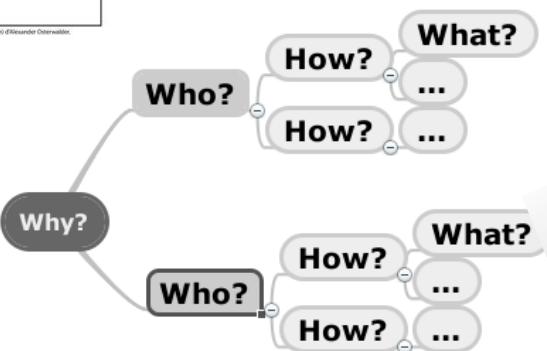
Quelques outils pour travailler la vision ...



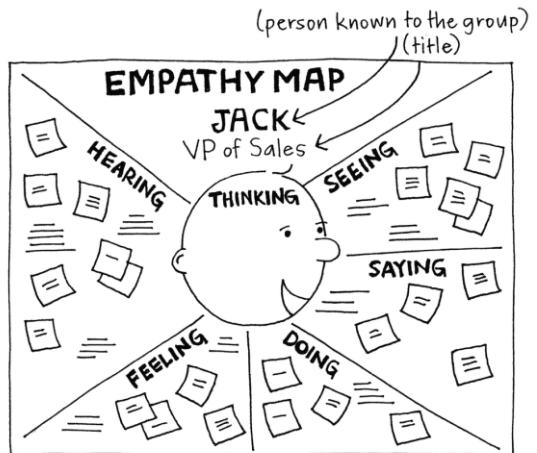
Une idée



Des hypothèses pour un premier MVP



Apparition des premières grandes fonctionnalités



innovation games



Notre Séquence d'ateliers collaboratifs allant de la vision du produit à l'identification et la description des users stories permettant de développer le *bon* produit

Why ? ↑

Elevator Pitch

~~Product Box~~

Personnas

Impact Mapping

1. *Construire la vision: De l'objectif aux premières fonctionnalités (features)*

(en découvrant le problème et identifiant les premières features)

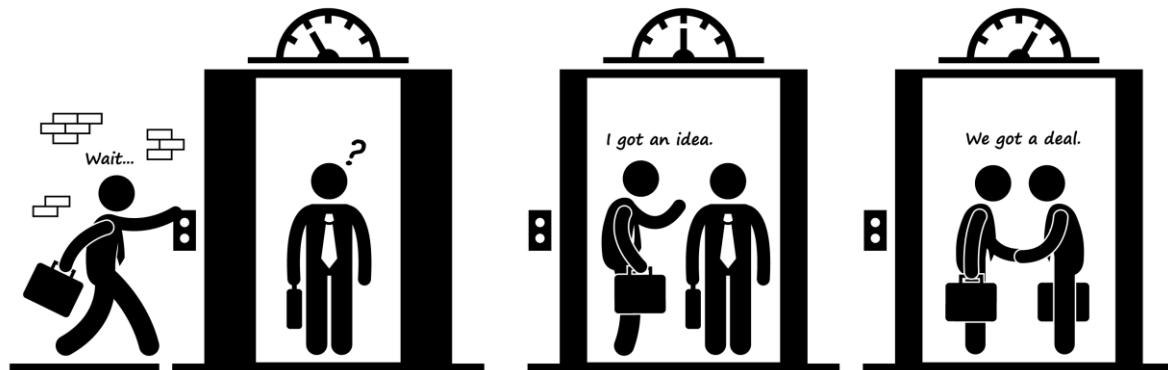
D'autres ateliers sont décrits en annexe
Si vous souhaitez compléter cette liste et enrichir votre boîte à outils ☺

What ? ↓

L'idée !

Elevator Pitch :

Let's go !



Template de l'Elevator Pitch (test de l'ascenseur)

Donner une vision synthétique du produit en moins de 2 minutes

POUR ... *utilisateurs finaux du produit*

QUI SOUHAITENT... *besoins des utilisateurs*

NOTRE PRODUIT EST... *un résumé du produit*

QUI... *bénéfice majeur et utilité du produit*

Faire une petite recherche sur
<http://alternativeto.net/>
peut vous aider ...

A LA DIFFÉRENCE DE... *pratique(s) actuelle(s), produits concurrents*

PERMET DE... *éléments differentiateurs majeurs*

Elevator Pitch : Exemple



POUR les étudiants francophones de Bac-2 à Bac+8

<http://www.nuitdelinfo.com/>

QUI SOUHAITENT partager une expérience collective, mettre en œuvre leur connaissance, créer des contacts, se dépasser et découvrir de nouveaux concepts.

(NOTRE PRODUIT EST) La Nuit de L'Info est un concours informatique national avec un sujet principal autour duquel des partenaires lancent des défis qui se déroule la nuit du jeudi au vendredi de la première semaine de décembre (heures fixées par le lever et coucher du soleil à Strasbourg)

QUI de par les rencontres, les échanges et l'entraide qu'il suscite, vise à nouer des liens entre des étudiants et des entreprises.

A LA DIFFÉRENCE DE des enseignements académiques classiques

La nuit de l'Info PERMET DE toucher selon ses envies à un ou plusieurs domaines d'un projet informatique : développement, graphisme, marketing, communication, ...
Le tout le temps d'une seule nuit et bien sûr dans une ambiance festive !

Elevator Pitch : Exemple SMARTRIP (projet étudiant 2016)



POUR les voyageurs, les touristes, les gens qui se promènent

QUI SOUHAITENT s'informer sur les monuments/lieux célèbres, se cultiver, découvrir leur ville, rencontrer des gens en effectuant des visites

NOTRE PRODUIT est une application mobile

QUI permet, grâce à l'appareil photo du dispositif, de reconnaître le lieu/monument auquel l'utilisateur fait face, et ainsi de donner des informations pertinentes (nom, histoire...) et éventuellement conseiller l'utilisateur concernant les visites à faire

A LA DIFFÉRENCE DES navigateurs web ou guide touristiques tels que MONA, Google goggles

PERMET d'éviter d'effectuer une recherche internet et ainsi d'avoir les informations que l'on recherche le plus rapidement possible. Permet aussi d'obtenir des suggestions concernant les visites à faire, mais également de programmer des parcours de visites avec d'autres utilisateurs de l'application.

Elevator Pitch : Exemple CONSO'MATIC (projet étudiant 2016)



POUR toutes les personnes qui gèrent les consommations de leur ménage

QUI SOUHAITENT automatiser cette tâche répétitive et ne plus avoir à s'en soucier

NOTRE PRODUIT est un site web

QUI permet de créer une liste de produit et de se faire livrer à intervalle régulier de façon automatisée

A LA DIFFÉRENCE DE Chronodrive, Amazon, Intermarché

PERMET de se faire livrer, à domicile, au bon moment, juste à temps en s'adaptant de façon intelligente.

Elevator Pitch : Exemple BouleMate (projet étudiant 2021)



POUR tous les joueurs de pétanque

QUI SOUHAITENT trouver un spot et des partenaires de pétanque

NOTRE PRODUIT une application web intitulée *BouleMate*

QUI permet de géolocaliser des terrains de pétanque, rencontrer des amateurs de pétanque, et organiser des parties de pétanque

A LA DIFFÉRENCE DE PétanqueLive qui présente les résultats, matchs, classements, actualités de la pétanque professionnelle

PERMET à tout le monde, pas seulement les professionnels, d'organiser et de trouver des parties avec la possibilité d'organiser un apéro après la partie

Elevator Pitch : T'as Pas L'OEIL (projet étudiant 2021)



POUR L'équipe pédagogique, les étudiants du département informatique de l'IUT du Limousin ainsi que l'équipe de l'OEIL.

QUI SOUHAITENT Consulter ou commander les produits de l'OEIL pour les clients ou gérer les commandes, le stock ainsi que la boutique pour l'équipe de l'OEIL

NOTRE PRODUIT Une application web de vente en ligne composée d'une partie pour les clients et d'une partie pour les administrateurs (OEIL)

QUI par la vente de produits, permet au client d'avoir un vêtement que ce soit en tant que souvenir ou pour le plaisir et pour l'OEIL cela permet de faire connaître l'association et de récolter de l'argent pour les divers projets.

A LA DIFFÉRENCE DE Grands sites de ventes en ligne tels qu'Amazon ou eBay

PERMET DE

- Choisir quel projet nous souhaitons soutenir avec nos achats
- Avoir la possibilité de payer soit en carte bancaire soit en espèces à la réception de la commande
- Avoir la possibilité de bénéficier de réduction si l'on s'implique dans la vie de l'association ou que l'on est adhérent
- Avoir un suivi de commande personnalisée
- Pouvoir personnaliser ses produits

Elevator Pitch : A vous de jouer !



Toute l'équipe doit participer.

Il faut être synthétique, et expliquer en 30 secondes voire 1 minute maximum, pourquoi choisir votre produit plutôt que celui d'un concurrent.

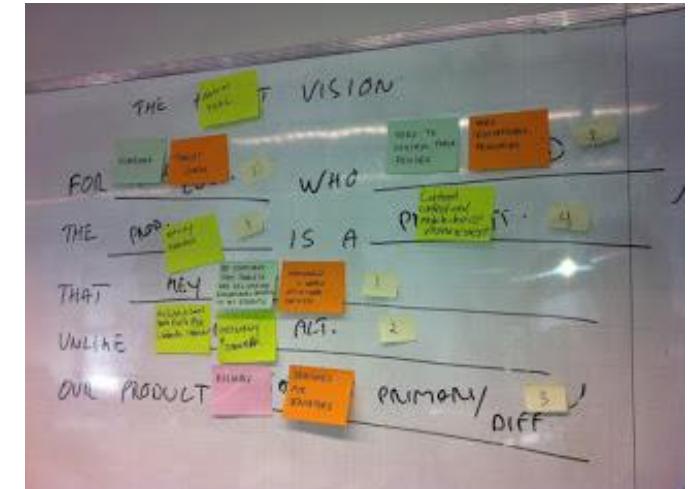
Quelques liens sur l'elevator Pitch :

<http://www.qualitystreet.fr/2009/07/29/la-vision-du-produit/>

<http://lyon.clubagilerhonealpes.org/activites/activites-passees/saison-2011-2012--preparer-votre-transition-agile/fil-rouge/atelier-1-definir-sa-vision-produit>

<http://www.conseilsmarketing.com/e-marketing/comment-reussir-son-elevator-pitch>

<http://www.agilaction.com/team-building-la-vision-collaborative-du-produit/>



Elevator Pitch : Démo !

- **DEMO** : *chaque équipe présente son elevator Pitch*
- **FEEDBACK** : *de la part des autres équipes*
- **2ème itération en tenant compte des feedbacks**

... et pourquoi pas aller jusqu'aux Personas ...

Pour essayer de répondre aux questions suivantes :

Cible

Qui va utiliser mon projet ?

But

Que veut-il faire/découvrir avec ce projet ?

Parcours client

Comment va t-il faire ?

Personnas : Notion vue dans une ressource précédente

Course Home

< >

TD1 - les Personas

Travaux Dirigés

 Télécharger le cours n°1 en PDF (3Mo)

Les Personas

Nous avons vu dans le premier cours que les Personas sont à la base de tout projet numérique. En effet, connaître l'utilisateur à qui va s'adresser le produit final permet de bien cerner les fonctionnalités de celui-ci, mais permet également de créer des interfaces adaptées au public que l'on cherche à séduire.

Voici ci dessous un exemple de ce à quoi peut/doit ressembler une fiche de Persona.



Source : <https://www.flickr.com/photos/shambasuri/7999215216>

Takako Kimura
28 ans, professeur d'Histoire à Kyoto

Apprendre toujours plus et
partager mes connaissances.

Anonce
numérisée : 
Expertise
demandée : 
Fréquence
d'usage : Plusieurs fois
pendant le séjour

Takako est une jeune femme qui enseigne l'Histoire dans un collège de Kyoto ; son travail la passionne.

Pour la première fois, elle et son compagnon Haru vont aller visiter Paris. Ils ont réservé leurs billets d'avion et un hôtel sur Internet. Takako a choisi la période du 5 au 19 juillet car elle sera en congés et elle avait très envie de voir le défilé du 14 juillet.

Elle a acheté un guide de voyage pour préparer des visites. Pendant le séjour, elle préférerait utiliser une application sur son iPhone car le guide imprimé est un peu lourd à transporter.

Buts clés

- Visiter tous les lieux historiques de Paris.
- Faire certaines visites avec un guide qui parle le Japonais.
- Trouver des informations détaillées sur l'Histoire des lieux, des personnages etc.
- Conserver des traces de ses visites pour les présenter à ses élèves.

Personnalité

- Curieuse, patiente et passionnée.
- Accorde de l'importance à l'esthétique des choses.
- Achète rarement des applications sur son iPhone.

Persona vu en cours

Objectif

A la fin de ce TD, vous devrez être autonome quant à la création de plusieurs Personas pour vos projets.

Personas : en quelques mots

But : → Identifier un(des) utilisateur(s) type(s) qui permettent d'aider dans les **prises de décisions** ou les **premières orientations** du produit.

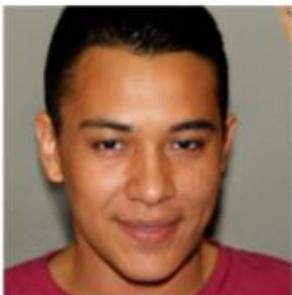
→ Offrir une **vision commune et partagée des utilisateurs** en insistant sur leurs **buts**, leurs **attentes** et leurs **freins potentiels** dans un format des plus engageants.

Principe : Créer des fiches qui permettent de donner naissance à de «vrais» personnages en les personnalisant au travers d'un **prénom**, un **titre / rôle**, un **scénario** (storytelling pour bien rentrer la vie du personnage), une **photo**, une **devise**, un **comportement**, des **objectifs**, des **fonctions** qu'ils recherchent dans notre projet, des **déclencheurs et/ou freins** qui les pourraient les inciter ou non à utiliser ce projet,...

Exemples de Personae

OLIVE Maurice

Alexandre Desroches



Biographie

Titulaire d'un bac S, Alexandre a 19 ans, il est désormais étudiant en 2^e année de DUT info, il est également membre de l'association des étudiants en informatique (L'ŒIL). Pour laquelle il est très intégré et souhaite la faire évoluer grâce à la vente de pull.

Expérience :



Buts clés :

- Avoir son DUT informatique
- Devenir développeur web
- Être actif dans la vie étudiante du département informatique
- Vendre des pulls de l'œil pour contribuer à des projets

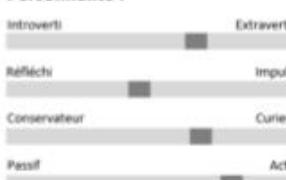
Craintes :

- Ne pas réussir ses études
- Ne pas avoir un bon avenir
- Être seul

Situation personnelle :

Âge : 19 ans
Famille : en couple
Ville : Limoges

Personnalité :



Divers :

Fan de jeux vidéo



Biographie

Maurice actuellement retraité, mais qui a passé sa vie à la gestion de son champ d'olivier familiale.

Il aime désormais pêcher ou jouer à la pétanque avec ses copains.

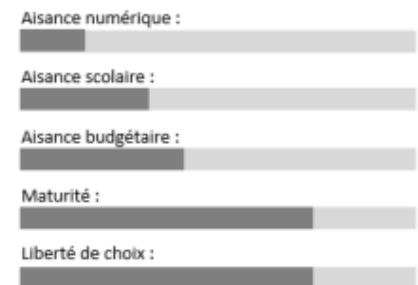
Buts clés :

- Profiter de la vie pendant sa retraite
- S'améliorer à la pétanque
- Découvrir des nouveaux lieux pour pratiquer

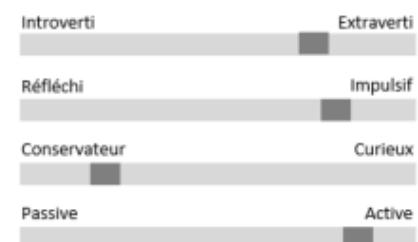
Craintes :

- Avoir la covid
- Ne pas avoir assez de temps avec ses petits enfants

Expérience :



Personnalité :



Divers :

Persona extrait du projet
Boule Mate (2021)

Persona extrait du projet
T'as Pas L'œil (2021)

Personas : Exemple

Site de rencontre pour animaux et plus si affinité !
car les gens dépensent beaucoup d'argent pour leurs petites bestioles.
Nous pourrons ainsi **vendre de l'accompagnement, des produits et des publicités.**



Peetic



Jessica & Tom
son petit brabançon



Quand

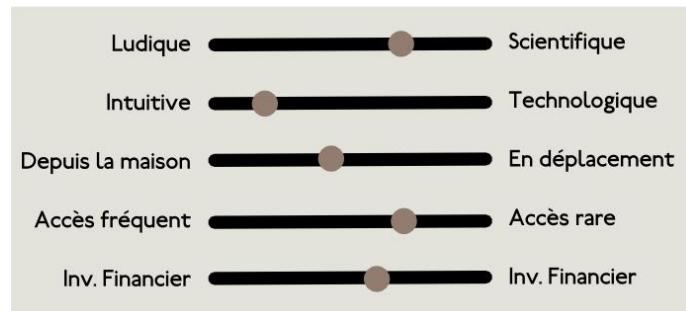
- Le matin au petit déjeuner durant le café (mobile)
- Le soir au coin du feu avec Corsair sur les genoux (tablette)

Comment

- Téléphone mobile (android)
- Tablette (android)

Pourquoi

- Trouver de la nourriture adéquat pour son tout petit animal
- Avoir des conseils pour l'entretien d'un si petit animal (notamment dans son contact avec les autres chiens ou chats)



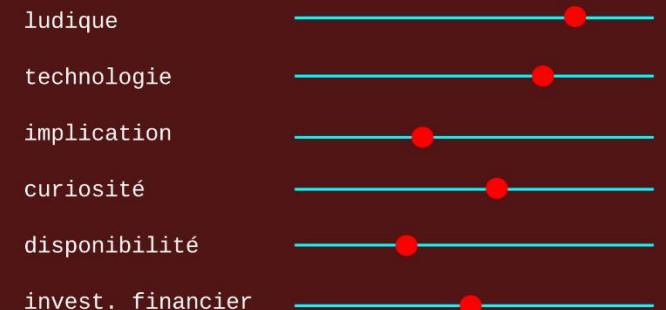
Corinne et
"corsaire"
son épagneul

*Pourquoi Peetic ?
Bien m'occuper de mon chéri (corsaire)
et lui trouver des compagnons (et comme chacun
connaît l'adage : tel maître tel chien,
je pourrais aussi en tirer parti)*

Objectifs

- + soin et mise en forme de son animal
- + rencontre d'un maître...

Comportement



Denise et
"figue"
sa chatte
siamoise

*Pourquoi Peetic ?
Trouver des amis et nous occuper de nos
animaux de compagnie :des rencontres et des
conseils pour le bonheur de figue. La présenter
aux autres, j'en suis tellement fière.*

Objectifs

- + soin de son animal
- + rencontrer des possesseurs
- + communiquer sur "figue"

Comportement



André De Sousa @_adesousa · 9 sept.

Do you need visual representations for your #Agile or #LeanUX
#personas? Here we go !

<http://www.diverseui.com/>

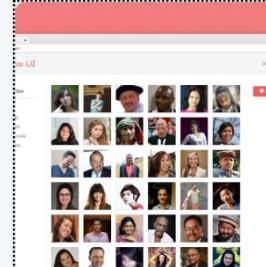
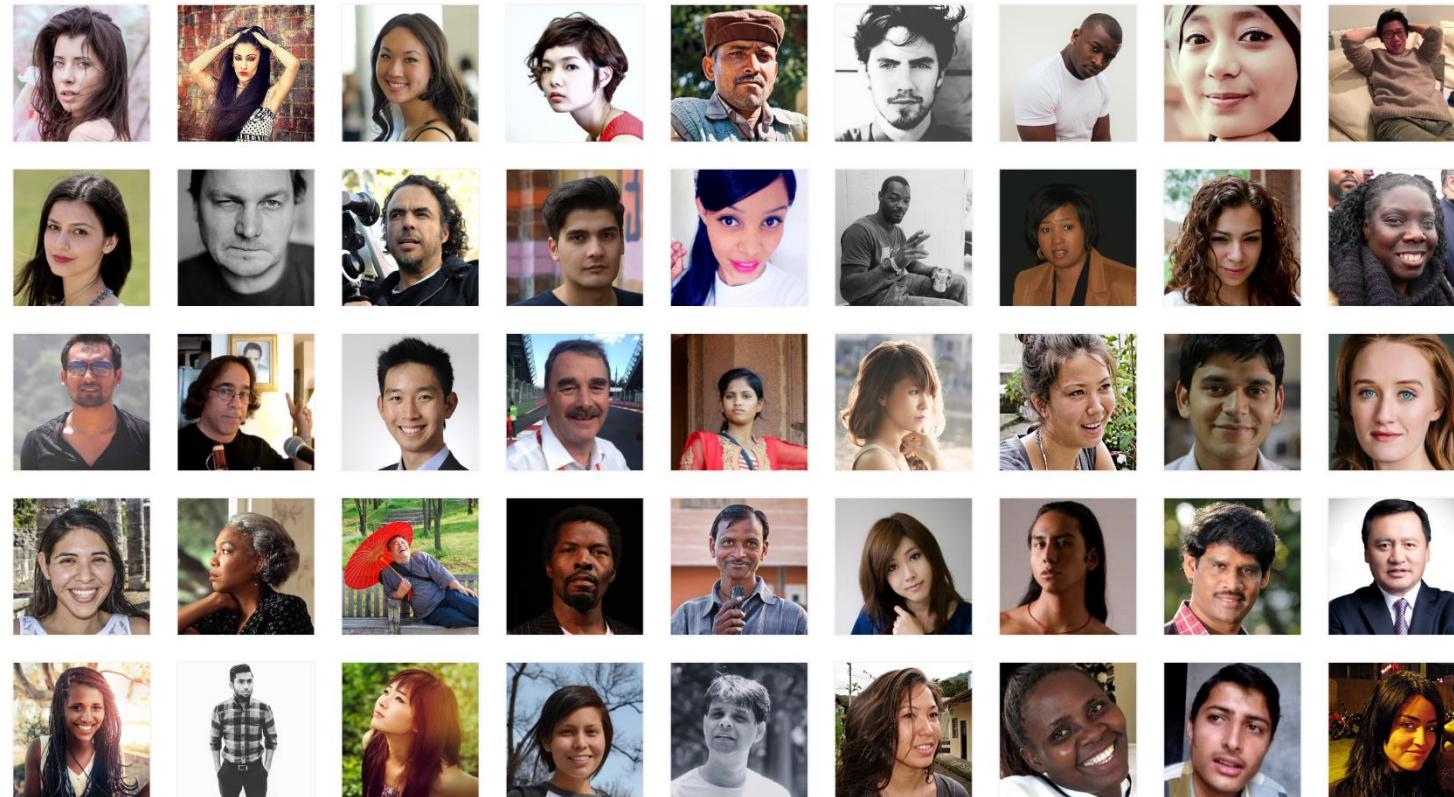
😊 Diverse UI

Size: 90px



Gender:

- All
- Female
- Male



Diverse UI

Diverse user images for UI design

diverseui.com

Aller plus loin ...

Le persona ou comment inviter vos utilisateurs dans votre atelier ?

<http://www.lifeisaseriousgame.com/persona-inviter-vos-utilisateurs-atelier/>

Design Thinking : un persona ce n'est pas ...

<http://www.qualitystreet.fr/2015/10/20/agileux-un-persona-ce-nest-pas/>

A guide to persona

<https://blog.prototypio.io/personas-74c4e1c12ee2>

Value Proposition Canvas: A Tool To Understand What Customers Really Want :

<http://blog.strategyzer.com/posts/2017/3/9/value-proposition-canvas-a-tool-to-understand-what-customers-really-want>

How to Run an Empathy & User Journey Mapping Workshop

<https://blog.marvelapp.com/run-empathy-user-journey-mapping-workshop/>

Proto-journey: A Lean UX Customer Journey Map :

<https://blog.marvelapp.com/proto-journey-lean-ux-customer-journey-map/>



Annexes

La Carte Blanche : une alternative à l'Elevator Pitch

Dans la même idée que l'Elevator Pitch, mais avec un formalisme légèrement différent, la vision peut s'énoncer de manière synthétique de la manière suivante



@heilgy + @WalterStephanie

MON PROJET EST [REDACTED], IL S'ADRESSE À [REDACTED]
[REDACTED] TYPE
[REDACTED] CIBLE [REDACTED] SE TROUVENT [REDACTED] LIEU
QUI ONT BESOIN DE / EN LEUR PERMETTANT DE [REDACTED]
[REDACTED] PROBLÉMATIQUE [REDACTED]
[REDACTED] QUAND [REDACTED]
IL EST PLUTÔT UTILISÉ [REDACTED]
Bisous, [REDACTED] NOM [REDACTED]

Pixar Pitch : une autre alternative à l'Elevator Pitch

Il était une fois _____ . **Chaque jour**,
_____. **Mais un**
jour, _____. **À cause de ça**,
_____. **À cause de ça**,
_____. **Jusqu'à ce que finalement**,
_____.

Pourquoi c'est efficace?

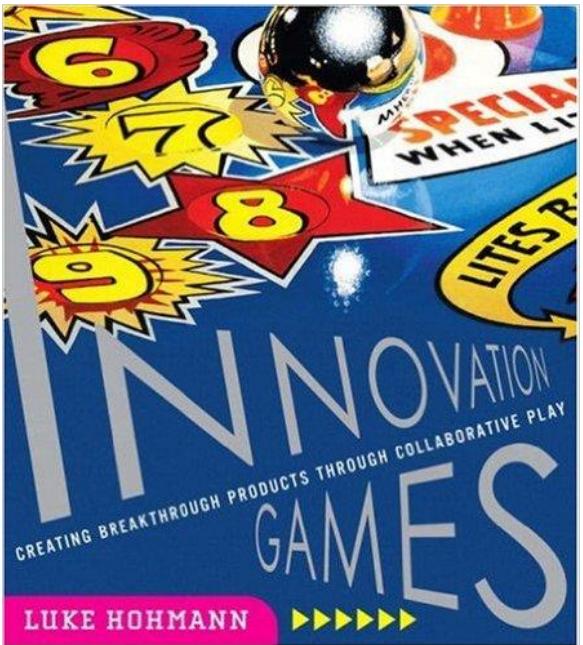
Ce qui est bien de ce modèle, c'est qu'il contextualise un problème dans le temps. Notre cerveau est fait pour détecter les objets en mouvements (vous savez... pour nous protéger des lions dans la savane il y a 15 000 ans... Bref!) et tout porte à penser que nous remarquons également davantage les idées en "mouvements". L'erreur que plusieurs personnes font dans leur pitch est de donner une vision ponctuelle de leur offre. Les gens veulent une vidéo...

Exemples de pitch: "Trouver Némo"

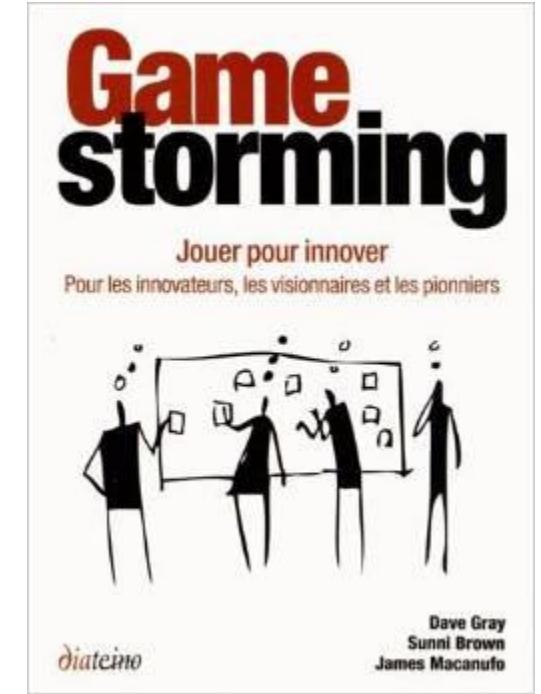
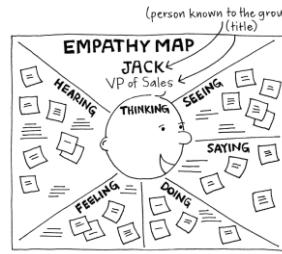
Il était une fois un petit poisson veuf qui s'appelait Marlin. Marlin était extrêmement protecteur de son fils unique : Némo. **Chaque jour**, Marlin prévenait Némo des dangers de l'océan et l'implorait de ne pas aller nager trop loin. **Un jour**, Némo, dans un acte de provocation, ignora les conseils de son père. **À cause de ça**, il s'est fait capturer par un plongeur et fini dans l'aquarium d'un dentiste à Sidney. **À cause de ça**, Marlin décida de partir à l'aventure pour retrouver Nemo. Il trouva l'aide d'une multitude d'autres créatures marines sur son chemin. **Jusqu'à ce que finalement**, Marlin et Némo se sont retrouvés et ont appris que l'amour dépend de la confiance.

**Autres ateliers pour travailler
sur une vision synthétique
du produit ...
et enrichir votre boîte à outils ☺**

Des nombreux ateliers ludiques à découvrir grâce aux *Serious games* ...



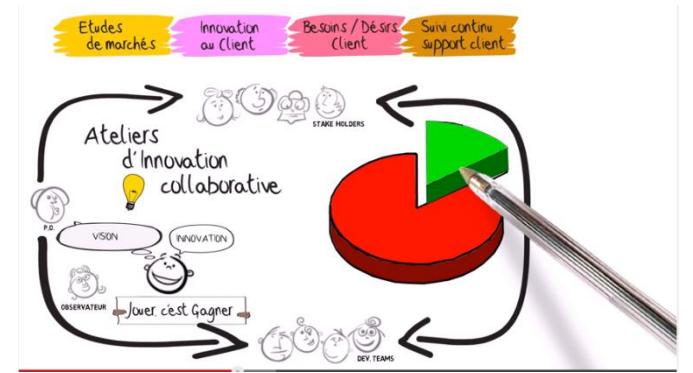
<http://www.innovationgames.com/>



<http://gamestorming.com/>

Video : Atouts des Innovations Game dans le développement agile en 2 mots (intérêt et présentation des différents jeux)

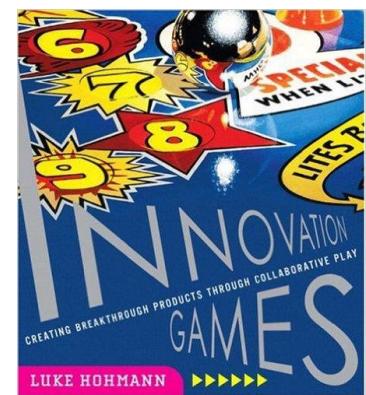
<https://www.youtube.com/watch?v=fP4QSIB-mbw>



I. Blasquez

Fédérer autour
du projet

Product Box : Let's go !



<http://innovationgames.com/product-box/>

Product Box : Présentation

But : Définir un projet et fédérer une équipe autour de sa réalisation en représentant ce projet comme une boîte de produit disponible en magasin



Toute l'équipe doit participer.

N'hésitez pas à être créatif et inventif

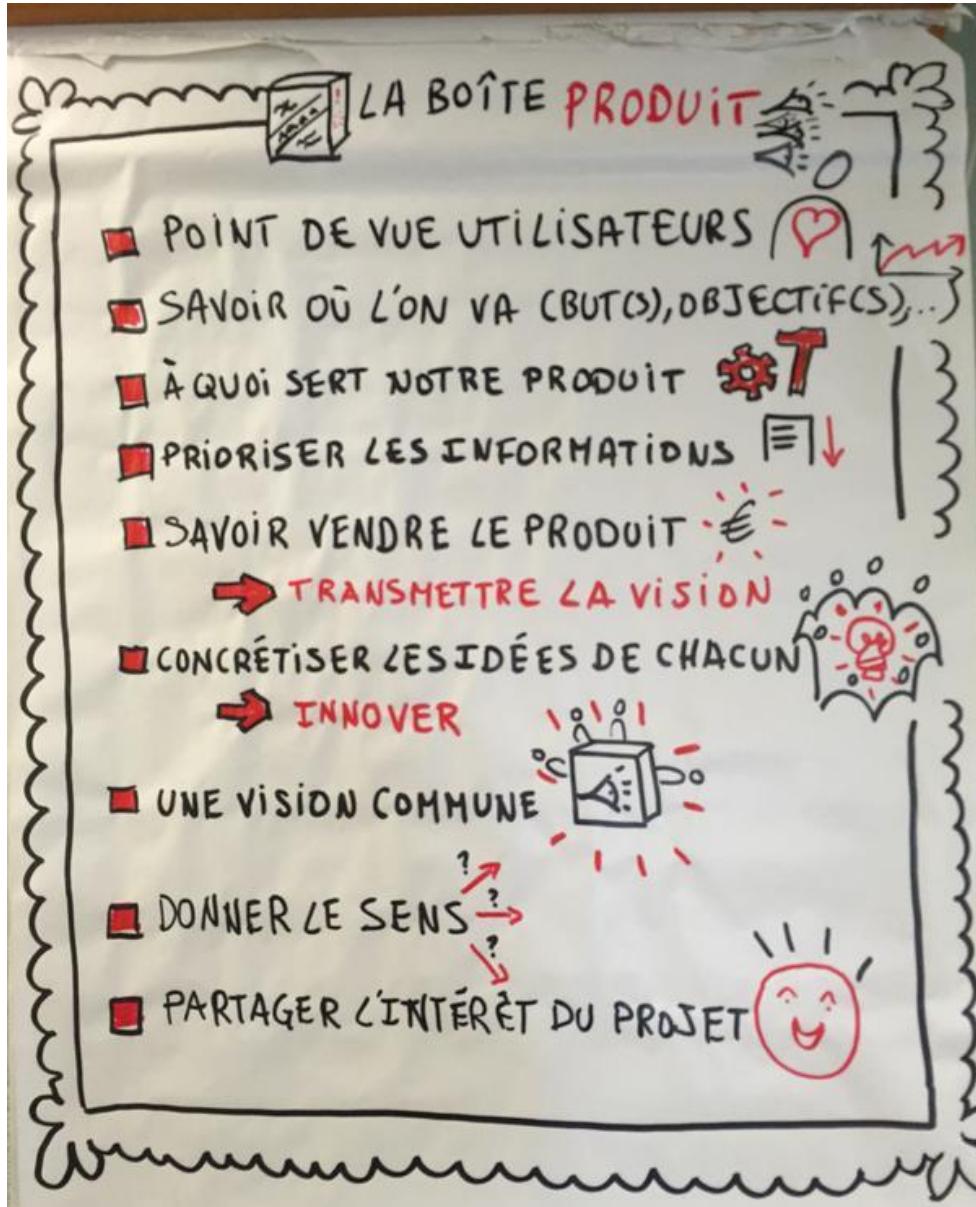
Quelques liens sur la Product Box:

<http://www.qualitystreet.fr/2009/07/29/la-vision-du-produit/>

[http://lyon.clubagilerhonealpes.org/activites/activites-passees/saison-2011-2012-- préparer-votre-transition-agile/fil-rouge/atelier-1-definir-sa-vision-produit](http://lyon.clubagilerhonealpes.org/activites/activites-passees/saison-2011-2012-- preparer-votre-transition-agile/fil-rouge/atelier-1-definir-sa-vision-produit)

<https://twitter.com/romaincouturier/status/648788168678998016/photo/1>

Product Box : Objectifs



Et bien sûr
Création d'une cohésion d'équipe

Product Box : Consignes

Vous devez **créer la boite** de vente de votre projet et **la présenter.**



La boîte est la vision partagée du projet.
Elle doit être construite par toute l'équipe, **collectivement** dans le **consensus** et la **collaboration**

La boîte devra obligatoirement intégrer sur la **face avant** :

- **le nom du projet,**
- **un logo**
- **un slogan**
- **3 ou 4 accroches (arguments)** pour vendre le projet

Vous êtes ensuite libre d'exploiter les autres faces comme elle le souhaite.

**45 minutes
pour créer**

Faites preuve de créativité !

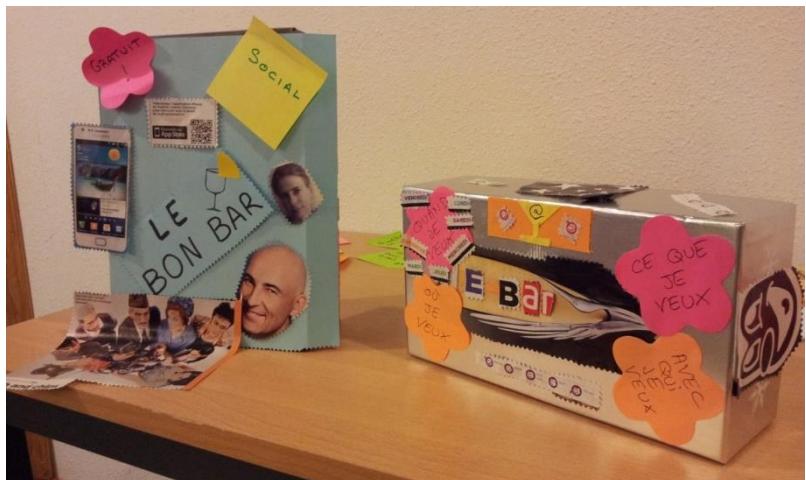
Product Box : Présentation

Chaque équipe doit présenter en quelques mots son projet.
Puis elle décrit et commente la boîte qu'elle vient de créer afin de vendre au mieux son projet.

5 minutes
Par équipe

Remarque : Un mécanisme de vote (dot Voting) pour élire la meilleure boîte peut être mis en place.

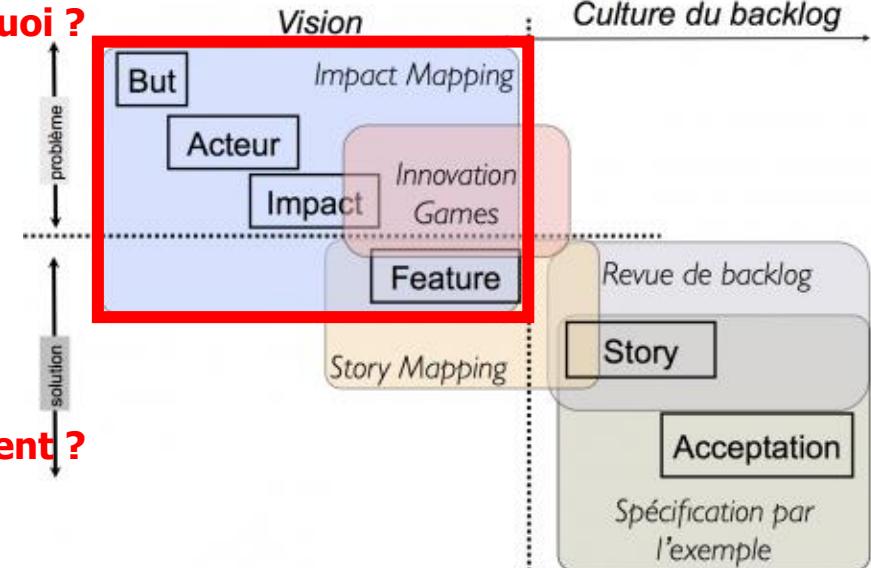
Product Box : Exemples



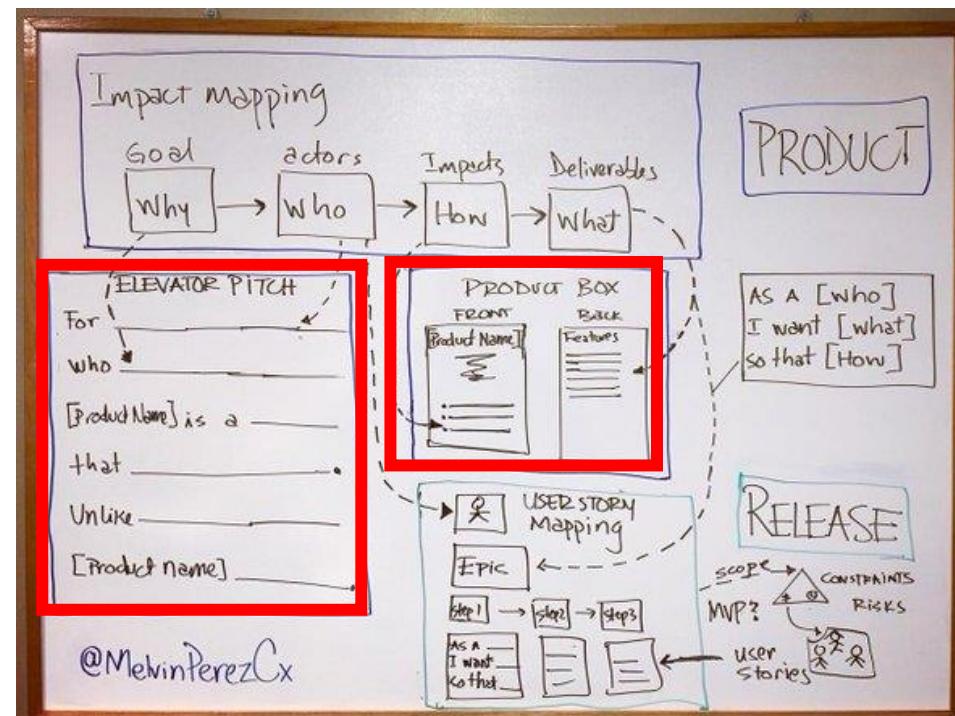
La Vision dans notre approche ...



Du PourQuoi ?



Au Comment ?



Source : Livre « Spécification by Example » de Gojko Adzic

<http://www.aubryconseil.com/post/De-la-vision-a-la-story>

<https://twitter.com/melvinperezcx/status/613765805591769088>

Remember the future



<http://innovationgames.com/remember-the-future/>

Remember the future : Présentation

But : *Identifier les critères de succès du projet en se projetant dans le futur
(Understand Your Customers' Definition of Success)*



Le jeu consiste à se projeter dans le futur,
une fois le produit livré.

On imagine que le produit est **utilisé avec succès** depuis
un certain temps (3 mois, 6 mois, 1 an, 2 an, ...)

Depuis ce point dans le futur, on remonte le temps et les évènements
qui ont permis d'arriver à ce succès.

Chaque participant liste ce qui le rend satisfait dans
le résultat obtenu en considérant que **c'est un succès**.



Toute l'équipe doit participer.

Remember the future : L'atelier (1/2)

Matériel : des notes collantes (post-its)



Rappel du contexte :

Votre produit a été mis en production début Février et il a déjà été utilisé pendant 4 mois : **c'est un succès !**

Aujourd'hui nous sommes le 1^{er} juin et nous allons regarder pourquoi ce produit est un succès.

Travail individuel de réflexion (20 minutes)

Chaque participant réfléchit individuellement et écrit au moins 3 ou 4 critères de succès, chaque critère est noté sur un post-it séparé.

Les critères de succès peuvent être considérés selon 2 points de vue:

- point de vue utilisateur
- point de vue de l'entreprise à l'origine de la demande du produit

Remember the future : L'atelier (2/2)

Travail collectif d'organisation des idées et de communication (20 minutes)

Dans un premier temps, les différentes notes sont regroupées sur une grande feuille (ou directement sur le mur).

L'équipe doit alors organiser les données produites.

Elle doit regrouper les notes similaires ou se situant dans un même domaine et supprimer les doublons.

Parmi ces notes, l'équipe commencera à identifier entre autres les **features*** du produit.

Chaque membre de l'équipe doit participer à cette organisation, donner son avis : communiquez entre vous !

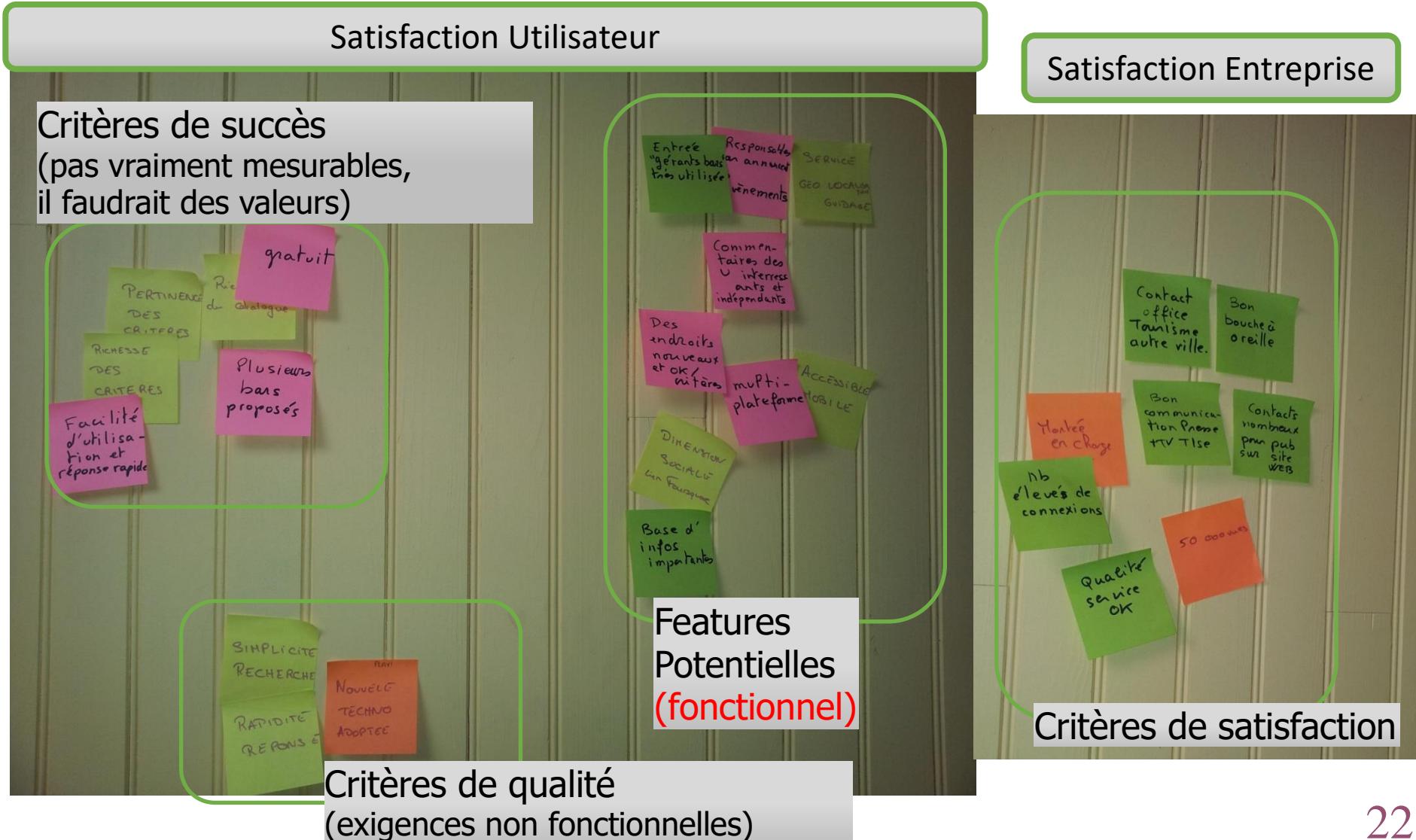
Ce sont des post-its, vous pouvez donc les déplacer facilement, ne vous en privez pas.

*Feature = ce que fait le produit

(Extrait de <http://www.aubryconseil.com/post/2007/10/04/305-features-themes-epics-et-stories>)

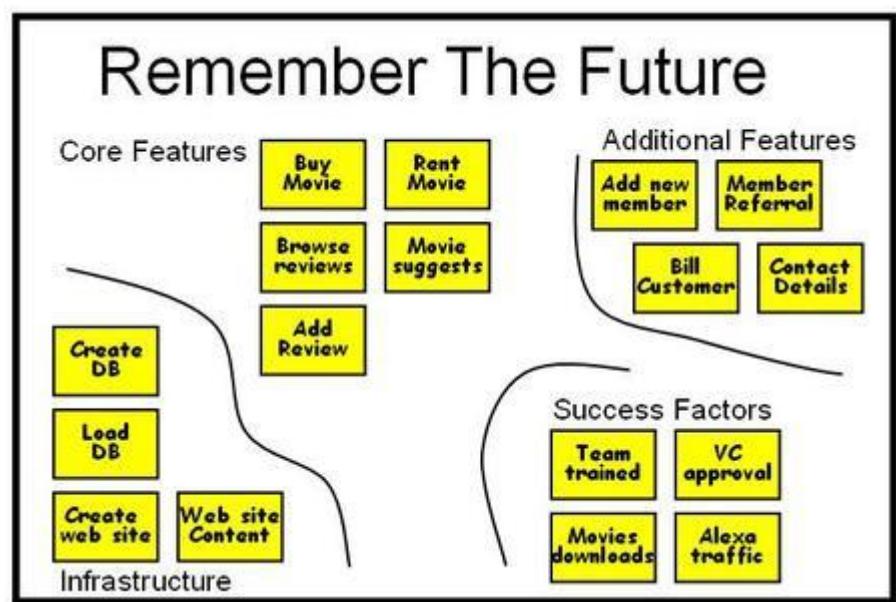
L'élaboration de la vision du produit passe par l'identification des **features**. Le terme **features** est abondamment utilisé dans le domaine de l'ingénierie [...] Une **feature** comme un service fourni par le système, observable de l'extérieur, et qui remplit directement un besoin d'une partie-prenante.

Bref, j'ai joué à « Remember the future »



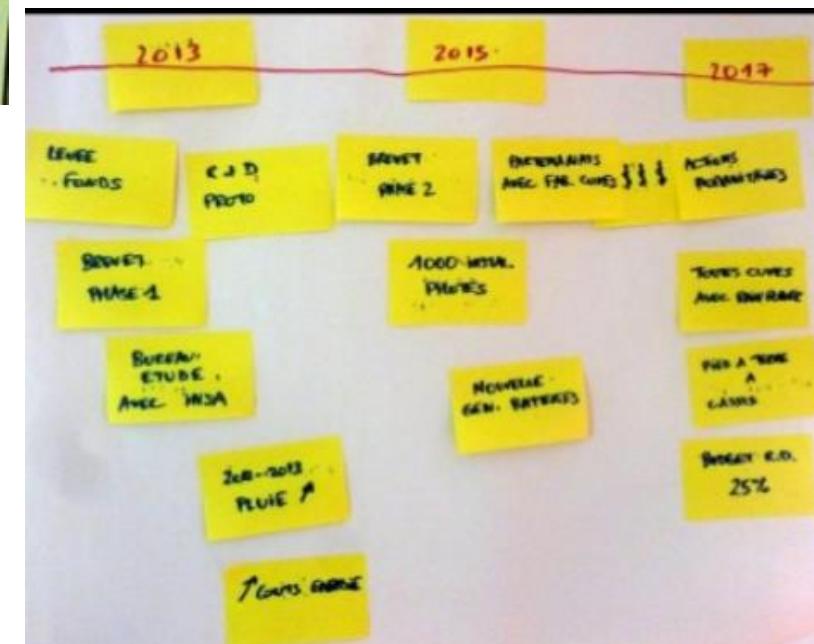
22

Remember the future : Exemples



Extrait de
http://leadinganswers.typepad.com/leading_answers/2007/03/release_and_it.html

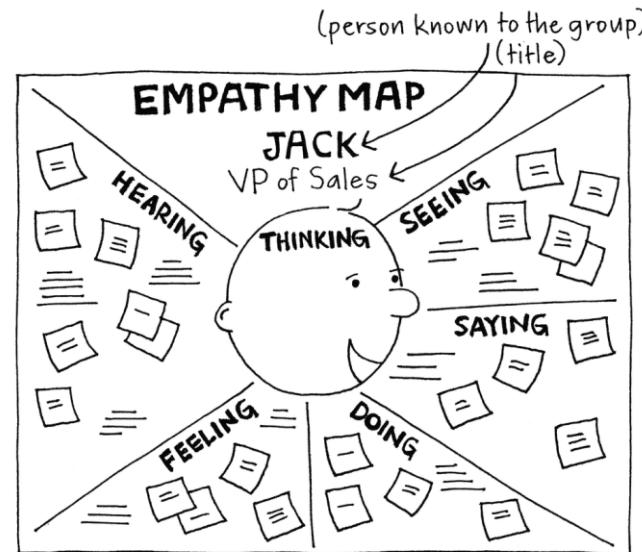
Extrait de
<http://www.aubryconseil.com/post/2007/10/29/320-souvenir-du-futur>



Extrait de
<http://agilarium.blogspot.fr/2012/09/formation-innovation-games-toulouse.html>

Approfondir la vision :
Cerner le profil des
utilisateurs du projet

Carte d'Empathie



Carte d'empathie : Présentation

L'empathie ou la capacité d'empathie signifie généralement la capacité de ressentir des émotions d'une autre personne.

Objectif : Avoir une meilleure compréhension de l'environnement, du comportement, des préoccupations et des aspirations du « client » (visiteur)

Principe : Amener les participants à entrer en « empathie » avec une cible spécifique :

Voir ce qu'elle voit,

Entendre ce qu'elle entend

Dire ce qu'elle dit

Ressentir ce qu'elle ressent

Faire ce qu'elle fait....

...

L'idée n'est pas simplement de s'imaginer, mais bel et bien d'expérimenter et de vivre les situations dans la position de l'autre ...

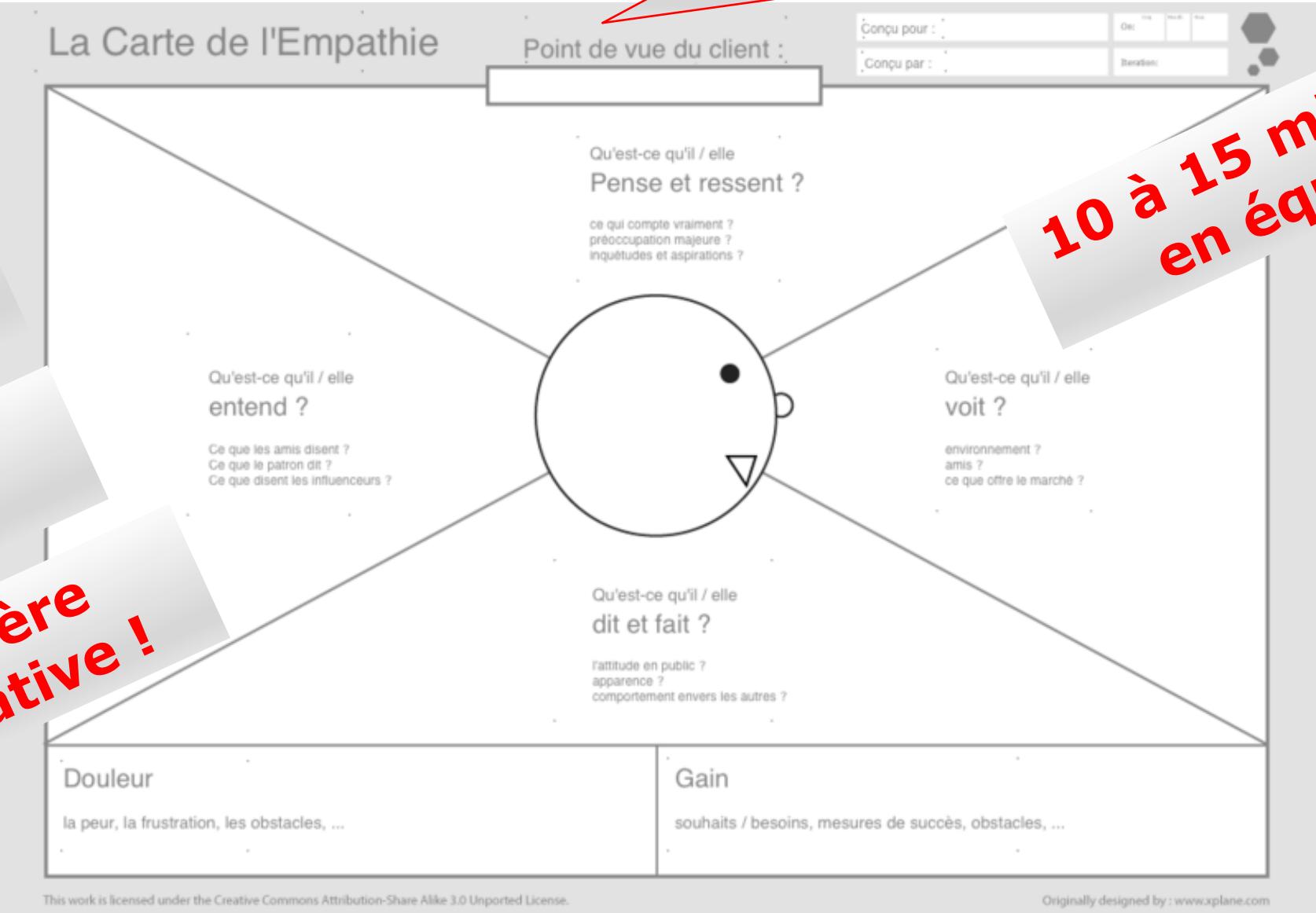
Sources :

http://fr.slideshare.net/Solvay_Entrepreneurs/fiche-toolkit-empathy-map

<http://www.qualitystreet.fr/2013/10/08/empathy-map-un-jeu-agile-pour-se-mettre-a-la-place-de-lautre/>

Une carte d'empathie

Donner un **nom** au personnage



Un poster à compléter par cible

Avec des Post-its

De manière collaborative !

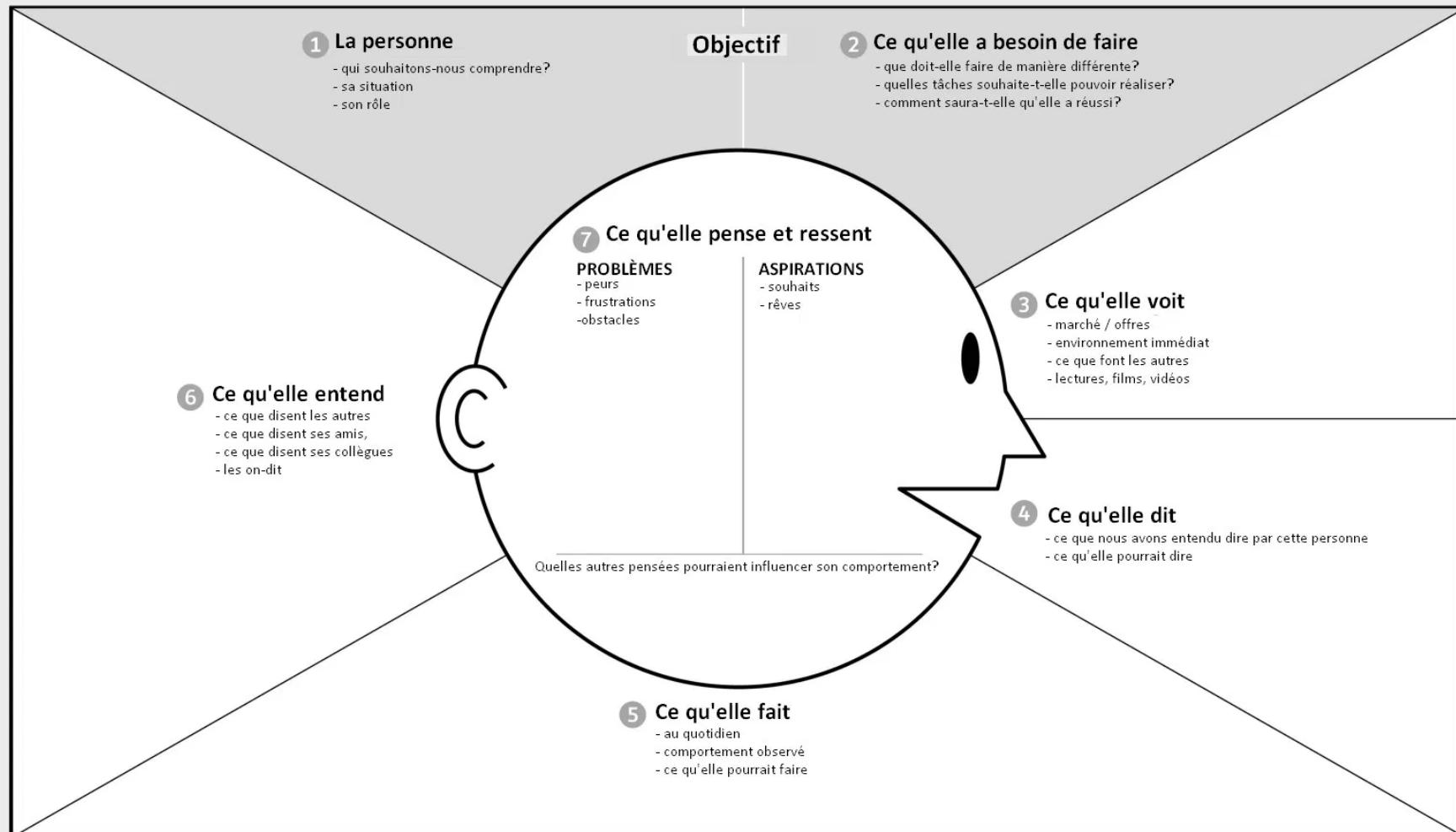
10 à 15 minutes
en équipe

Actualisation de la carte d'empathie

Carte d'empathie

Date:

Version:



<http://visual-mapping.fr/actualisation-carte-empathie/>

<http://visual-mapping.fr/wp-content/uploads/2017/07/Carte-empathie-2017-3.pdf>

Carte originale en anglais : <https://medium.com/the-xplane-collection/updated-empathy-map-canvas-46df22df3c8a>

Carte d'empathie : Ressources

Présentation de la carte d'empathie :

<https://www.safaribooksonline.com/library/view/gamestorming/9781449391195/ch04s06.html>

<http://www.qualitystreet.fr/2013/10/08/empathy-map-un-jeu-agile-pour-se-mettre-a-la-place-de-la-autre/>

<http://wiki.ayeba.fr/Carte+de+l%27Empathie>

<https://medium.com/the-xplane-collection/updated-empathy-map-canvas-46df22df3c8a>

<http://visual-mapping.fr/actualisation-carte-empathie/>

Aide à la facilitation de la carte d'empathie :

<http://fr.slideshare.net/Solvay Entrepreneurs/fiche-toolkit-empathy-map>

<https://www.safaribooksonline.com/library/view/gamestorming/9781449391195/ch04s06.html>

<http://www.modeles-economiques.eu/comment-profiler-un-client-type-grace-a-une-carte-dempathie>

<http://blog.typhonfute.fr/carte-dempathie-fiche/>

Exemples de carte d'empathie:

<http://blog.typhonfute.fr/carte-dempathie-tls/>

Business Model Canva

Modèle économique

Un modèle économique ou business model (BM) décrit les principes selon lesquels une organisation crée, capture et délivre de la valeur. Pour simplifier, on se concentre souvent sur les sources de revenus retenues par une entreprise pour dégager son chiffre d'affaires et assurer sa rentabilité.

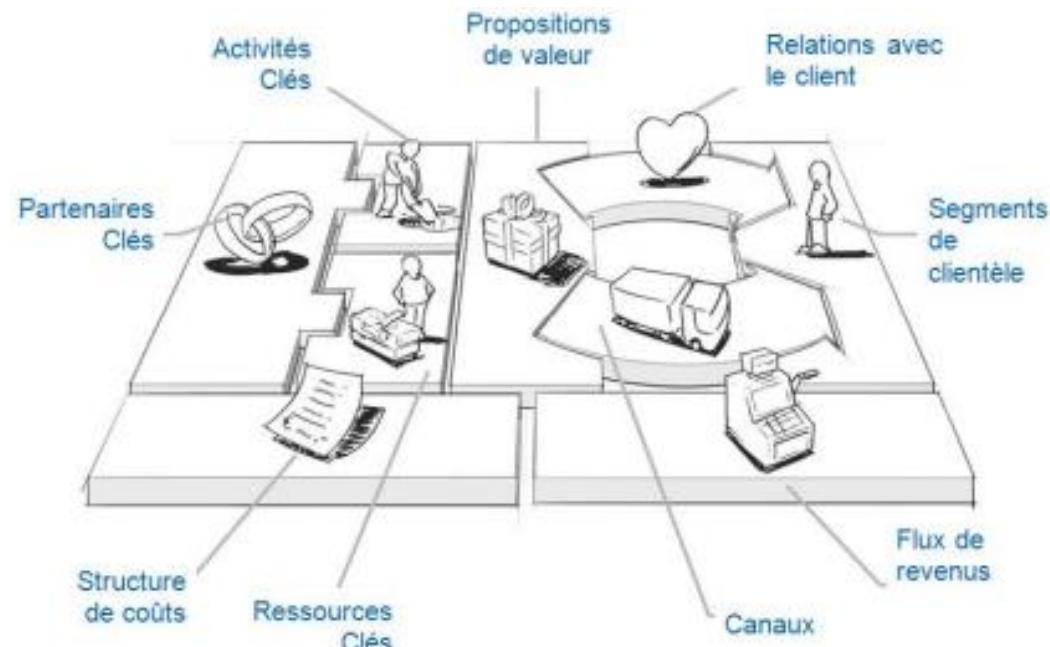
Le Business Modèle Canvas est une matrice visuelle (canvas) constituée de 9 blocs qui décrivent les 4 grandes dimensions d'une organisation :

Les clients

L'offre

L'infrastructure

La viabilité financière



Un livre et un blog associé : <http://www.businessmodelgeneration.com/>

Canvanizer
Brainstorm better concepts. Together with your team.

Un outil pour faire des canvas en ligne : <https://canvanizer.com>
Notamment des BMC : <https://canvanizer.com/new/business-model-canvas>

Business Model Canva

The Business Model Canvas



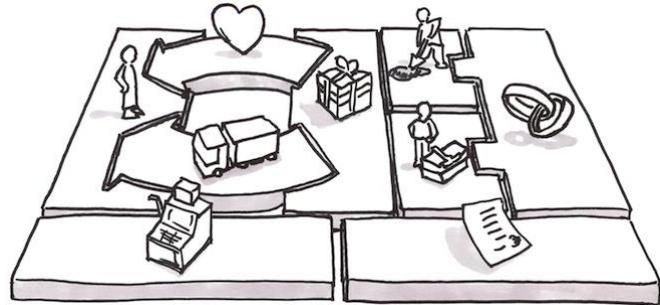
www.businessmodelgeneration.com

Traduction française proposée par
<http://www.elton-pickford.com/>

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>
or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



Extraits : <http://www.businessmodelstore.com/documents/businessmodelcanvaf.pdf>



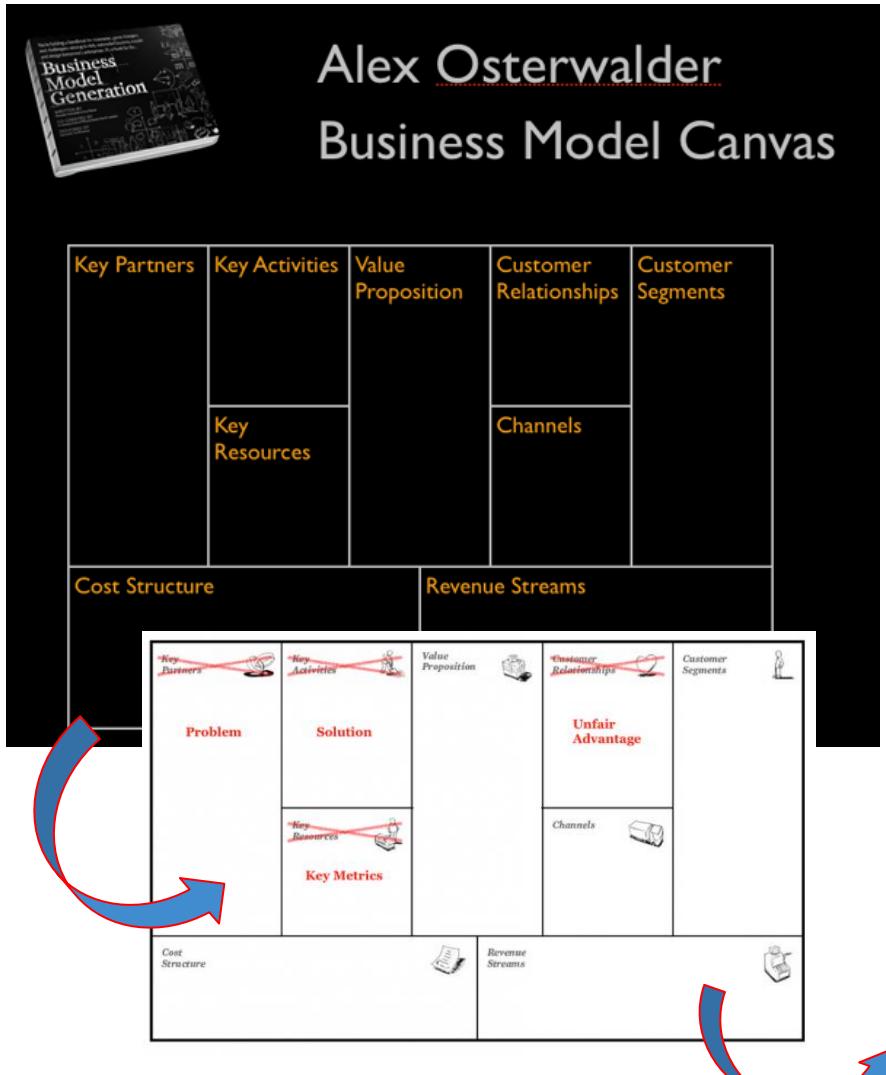
Découvrir le Canva case par case

<http://15marches.fr/business/business-model-generation>

I. Blasquez

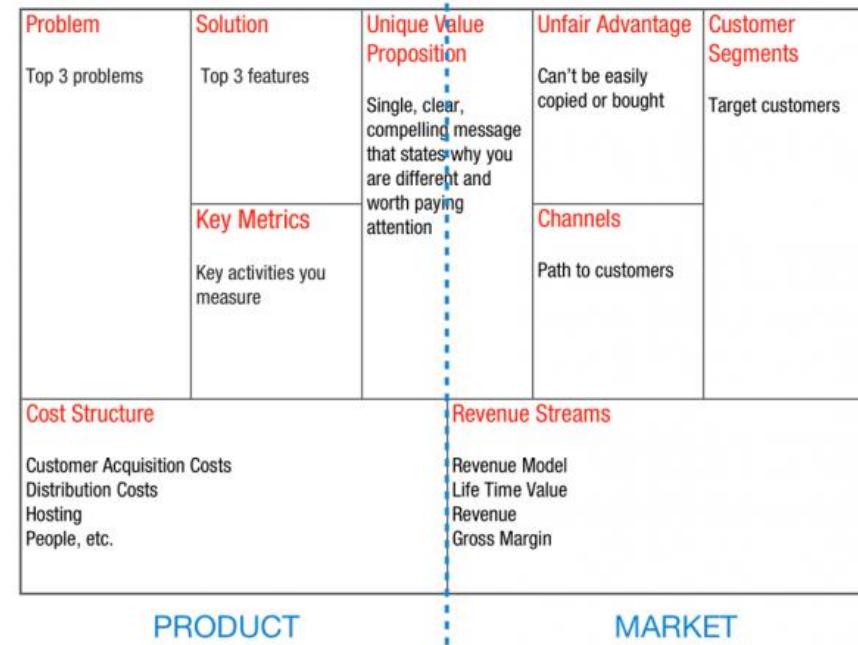
Plutôt un Lean Canva...

Business Model Canvas vs Lean Canvas ...



Alex Osterwalder
Business Model Canvas

Ash Maurya a décidé modifier la version du Business Model Canvas en **apportant dans le LEAN CANVAS** une délimitation claire entre le produit et le marché.



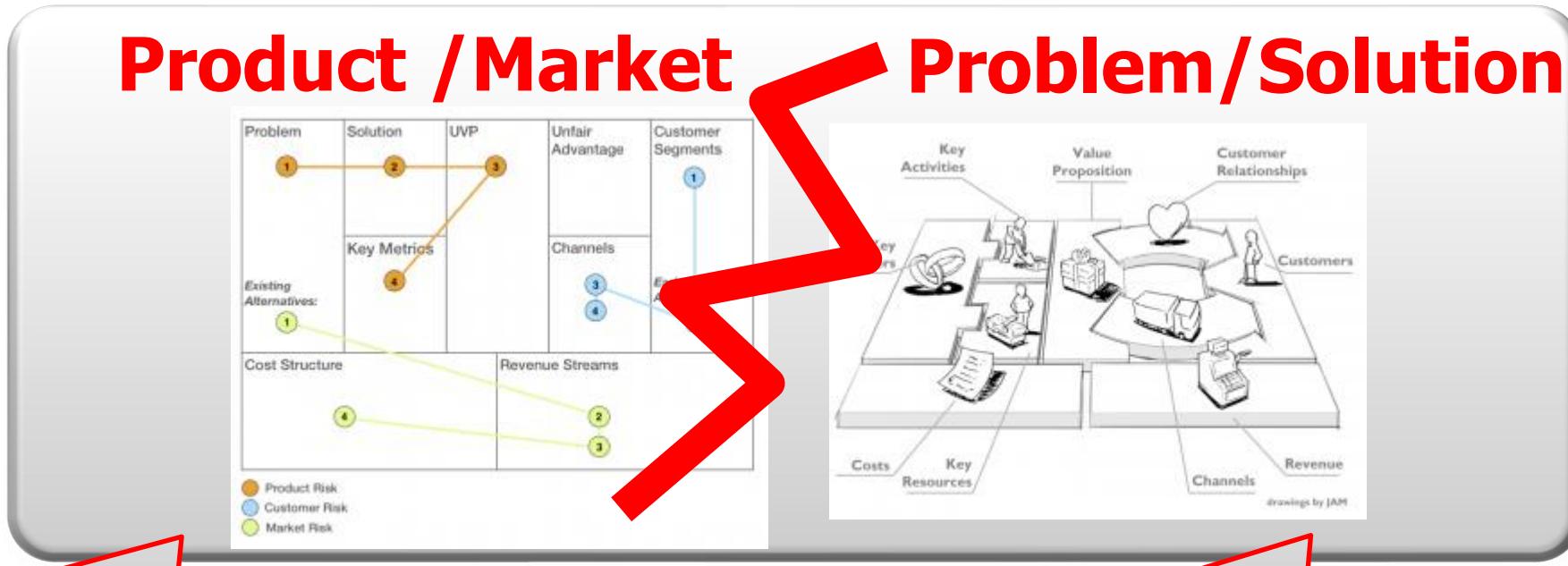
Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.

Extras

<http://leanstack.com/businessmodelcanvas/>
<http://leanstack.com/why-lean-canvas/>

I. Blasquez

Lean Canvas or Business Model Canvas : Which one shoud you use ?



Lean Canvas is perfectly adapted to develop a product where the user and the client would be the same person and when you need to bootstrap your company.

It comes with a complete methodology : **Running Lean** which completely describes what to do with this Canvas
⇒ **le business model est le produit.**

The **Business Model Canvas**, proposes an economic model. The methodology uses a lot brainstorming technics and visual communication. **The interest is in the collaborative and iterative work required to achieve it.**
The object of a BMC is a **business** (partnership, revenue and costs and not only ROI of the product).

Extrait de <http://www.sebastiensacard.fr/articles/2012/lean-canvas-or-business-model-canvas-which-one-should-you-use/> ... à consulter pour en savoir plus ...

Voir aussi : <http://leanstack.com/why-lean-canvas/>

Lean Canvas sera au cœur de la méthode Running Lean

Problème  Quels sont les 3 principaux problèmes que vous souhaitez résoudre ?	Solution  Quelles sont les 3 principales solutions apportées par votre offre pour répondre aux problèmes ou aux besoins de vos clients ?	Proposition de valeur unique  En quoi votre offre répond-elle efficacement aux besoins du marché ? En quoi est-elle différente et meilleure que les autres ?	Avantage compétitif  En quoi avez-vous une longueur d'avance sur la concurrence ? Comment vous protégez-vous d'elle ?	Segments de clientèles  Qui sont vos clients ? Peuvent-ils être segmentés ?
Indicateurs de performance  Quels indicateurs clés devez-vous surveiller en priorité pour vérifier la vigueur de votre activité ?	Canaux  Par quels canaux de communication et de distribution touchez-vous vos clients ? Quels sont les temps forts de la relation client ?	Coûts  Quels sont les coûts (ponctuels et récurrents) liés au lancement et au fonctionnement de votre activité ?	Sources de revenus  D'où vient l'argent ? Qui paie ?	

Adaptation française par Laurent Demontiers (<http://demontiers.com>) du "Lean Canvas" de Ash Maurya (www.leancanvas.com), qui est lui-même une adaptation du "Business Model Canvas" (www.businessmodelgeneration.com) d'Alexander Osterwalder.

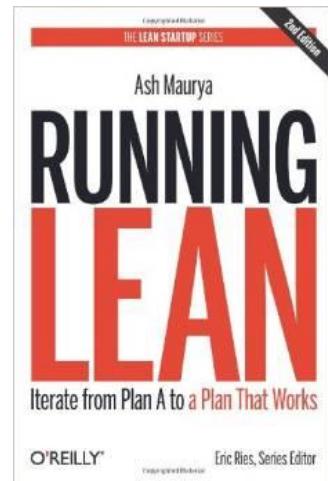
Le Lean Canvas est sous licence Creative Commons Attribution Share Alike 3.0 Unported License. Le détail de la licence est disponible ici : <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>

Lean Canva version française disponible sur :

<http://demontiers.com/2014/03/ma-traduction-francaise-du-lean-canvas/>

Un moyen simple de partager la vision d'un produit

« Gardez vos idées, testez vos certitudes »



I. Blasquez

Un exemple de Canvas : Etude de cas Peetic

PROBLEM Top 3 problems Répondre aux spécificités de son animal (alimentation, reproduction) Difficulté vie sociale en zone rurale Difficulté avoir un animal en milieu urbain	1 Top 3 features Rencontrer des possesseurs d'animaux comme le mien la garde partagée par la communauté l'expertise de la communauté (possesseurs et vétérinaires)	4 Single, clear, compelling message that states why you are different and worth buying Peetic, le meetic de l'animal	3 On n'est jamais mieux servi que par les gens comme soi une communauté de personnes avec les mêmes attentes que moi concernant mon animal de compagnie	UNFAIR ADVANTAGE Can't be easily copied or bought On a passé beaucoup de temps à travailler pour Duchesse Féline On connaît très bien les interlocuteurs + fournisseur proche	9 CHANNELS Path to customers Pub en ligne Pub papier revues spécialisées website/mobile vétérinaires fédérations	2 Target customers Personnes 20-50 ans urbaines (spécificités) Personnes 40-70 ans rurales (sociabilité) Porteur d'affaires pour : Vétérinaires, Fabricants, Eleveurs Early Adopters Jeunes femmes 20/30 ans pouvoir d'achat + spécificités aiguises
COST STRUCTURE Customer Acquisition Costs	. 7 Publicités en ligne Infrastructure et développement visites fédérations, vétérinaires , fabricant Publicités papier revues spécialisées (races, vétérinaires, fédé...)	REVENUE STREAMS Revenue Model Lifetime Value Revenue Gross Margin	6 Pub Marge sur la boutique : nourriture, tintoys, etc Abonnement/pub des vétérinaires Accès club privilège : accès contenu spécialisé Revente inscrits			

Site de rencontre pour animaux et plus si affinité !

car les gens dépensent beaucoup d'argent pour leurs petites bestioles.

Nous pourrons ainsi vendre de l'accompagnement, des produits et des publicités.