

# **Une bonne vision pour bien commencer ...**



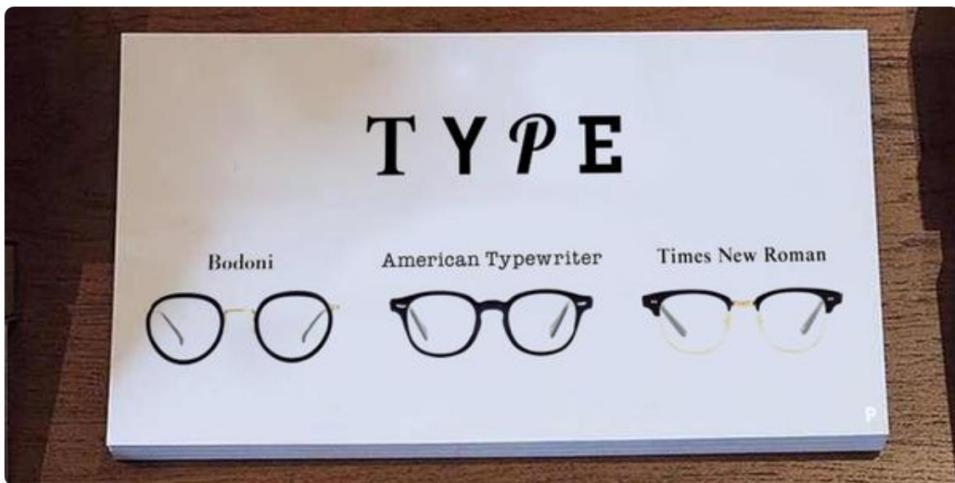
*Isabelle BLASQUEZ*  
*@iblasquez*

*Septembre 2016*

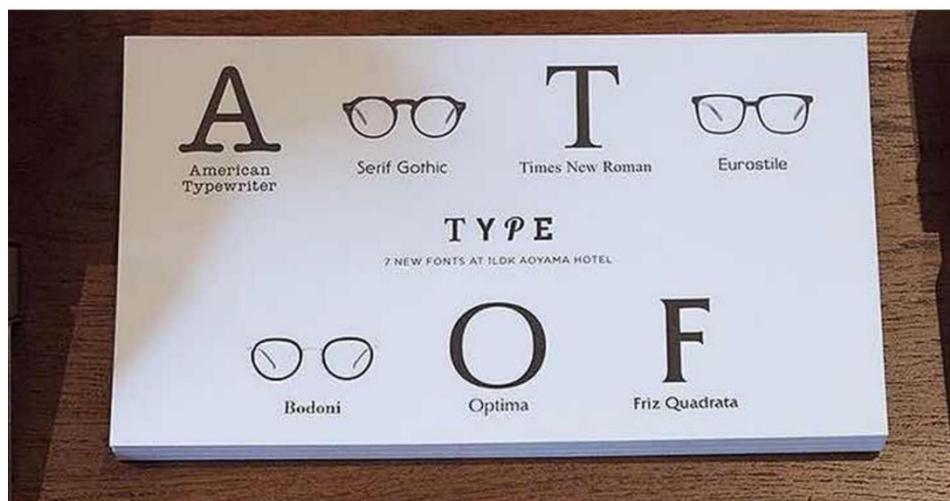
Piwee

Piwee @piweeFR · 60 min

Ce fabricant de lunettes s'inspire des typographies pour créer le design de ses montures > [bit.ly/1gea6cl](http://bit.ly/1gea6cl)



Retrouvez Oh My Glasses sur Instagram et Facebook / Source



American  
Typewriter



Bodoni



Din



Eurostile



Friz Quadrata



Futura



Garamond



Helvetica\*



Optima



Serif Gothic



Times New Roman



Garamond



Helvetica\*

# Principes de leadership pour réussir son projet

## Construire la **vision**

*Partager une vision et des buts communs et avoir la même compréhension du suivi du progrès vers cette vision sont des facteurs clefs dans le succès d'un projet et d'une équipe.*



## Nourrir la collaboration

*Le succès de projet n'est pas la somme d'accomplissements individuels.*



## Promouvoir la performance

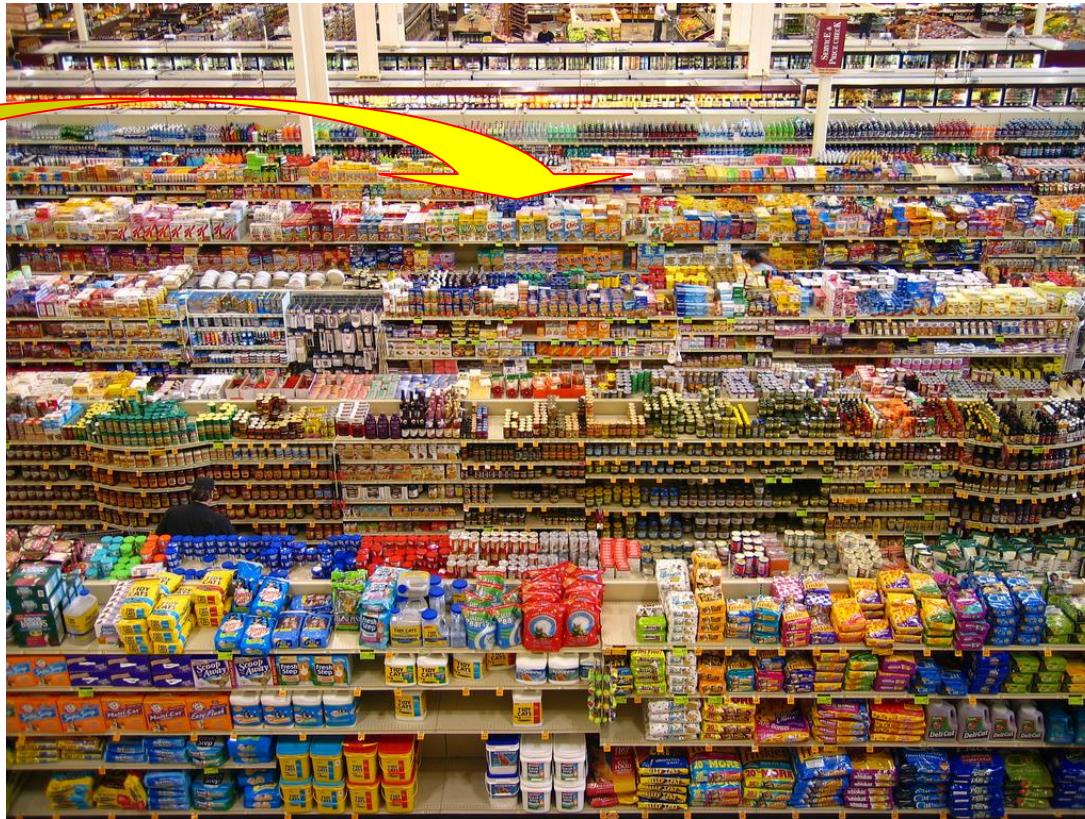
## Cultiver l'apprentissage

## S'assurer des résultats

# 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

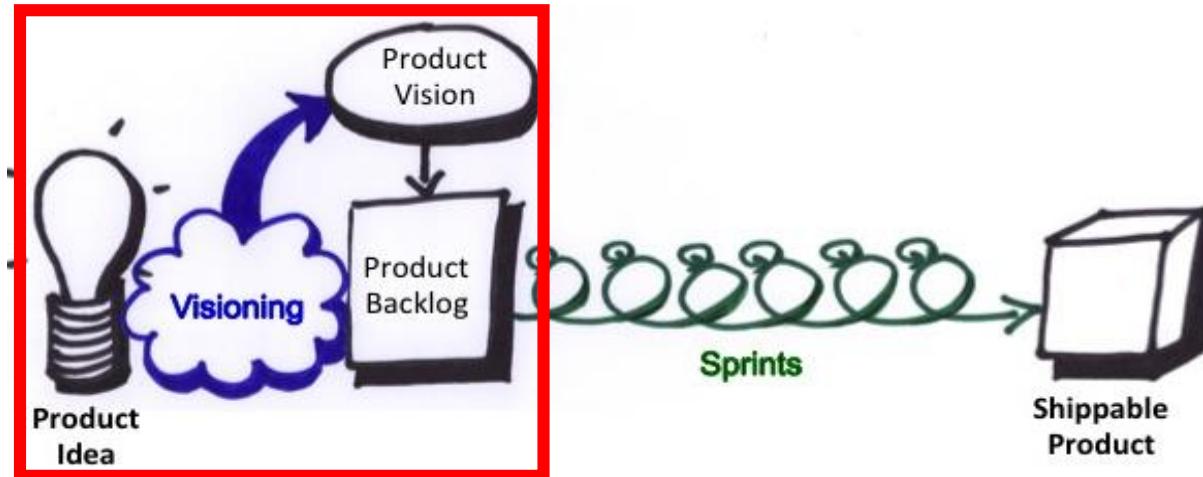
# Présentation de la vision du produit ...

Le produit doit s'inscrire dans un contexte et des enjeux. Il doit notamment répondre à différentes questions comme:

- qui va acheter le produit?
- qui va l'utiliser?
- quels besoins couvre t-il pour l'utilisateur
- quelles sont les caractéristiques du produit pour satisfaire les besoins? celles qui vont faire qu'il sera plébiscité par les utilisateurs?
- quels sont le calendrier et le budget pour réaliser et lancer le produit?
- quels bénéfices pourrons nous en retirer?

**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**

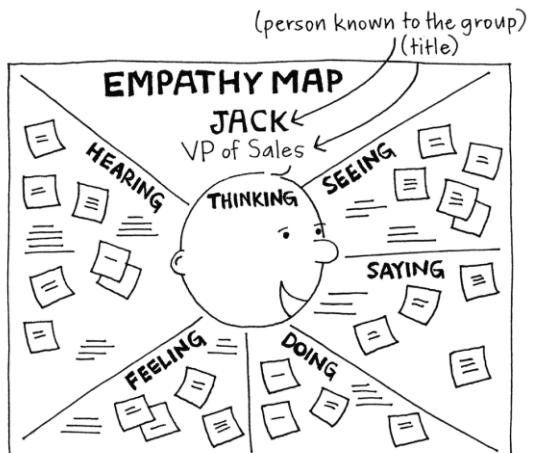
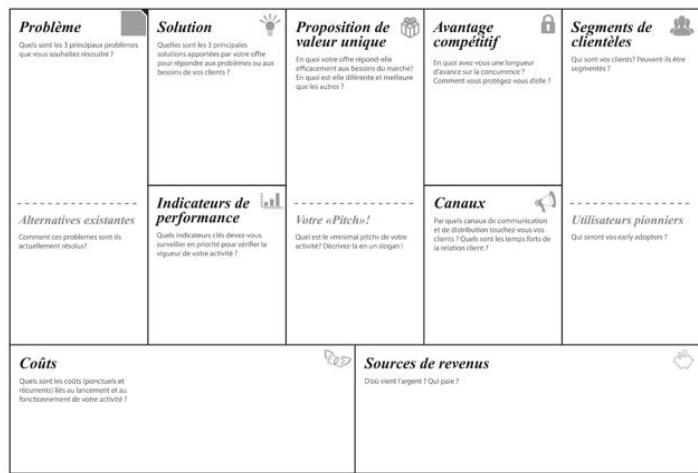
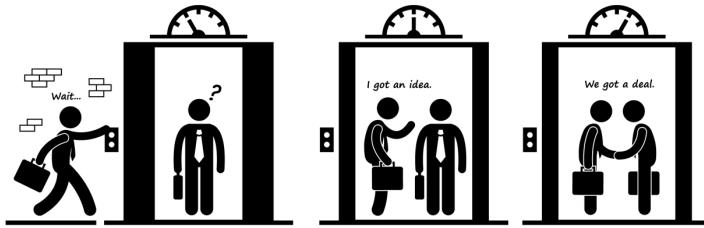
# Travail collaboratif autour de la vision du produit



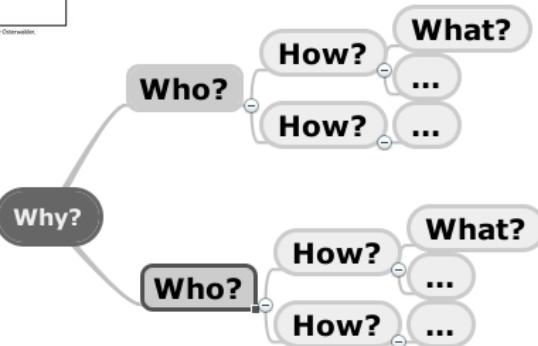
Toute l'équipe projet participe à la vision :  
métiers, utilisateurs, développeurs, décisionnaire, commercial, ...

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

# Quelques outils pour travailler la vision ...

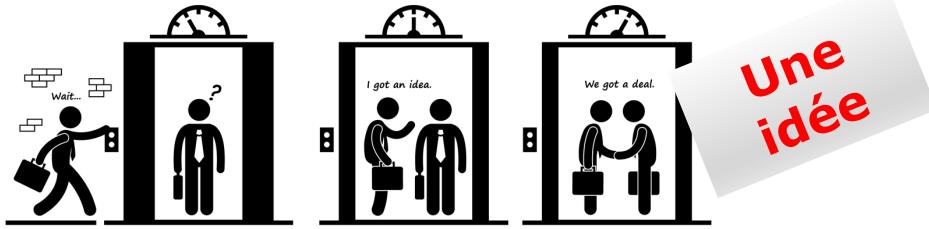


innovation games



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>

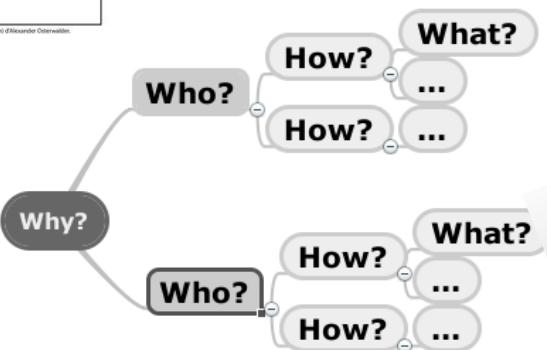
# Quelques outils pour travailler la vision ...



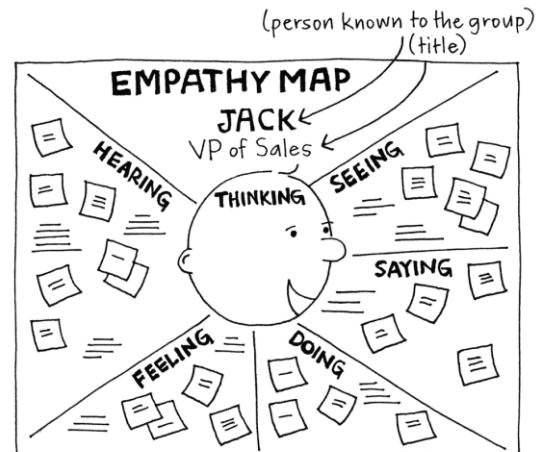
Une idée



Des hypothèses pour un premier MVP



Apparition des premières grandes fonctionnalités

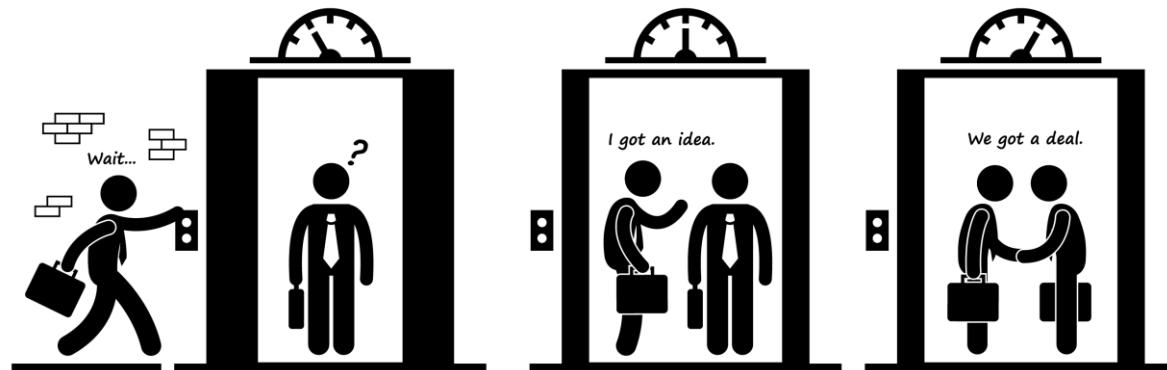


innovation games



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*

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

**PERMET DE...** *éléments differentiateurs majeurs*

# Elevator Pitch : Exemple

La Nuit de l'Info



**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

**POUR** les étudiants de deuxième année du département Informatique de l'IUT du Limousin

**QUI SOUHAITENT** découvrir, apprendre, comprendre et pratiquer une méthodologie de production d'applications pour améliorer la productivité et la qualité de leur projet tuteuré

**(NOTRE PRODUIT EST)** Le module M3301 est un module d'enseignement d'initiation, de découverte et de pratique du développement logiciel agile, enseigné de manière agile ...

**QUI** utilise de nouvelles approches pédagogiques dans le but de favoriser l'apprentissage des étudiants au travers d'un engagement et d'une collaboration plus active.

**A LA DIFFÉRENCE DE** des enseignements académiques classiques

**Le module M3301 PERMET DE** transmettre à la fois des connaissances, des compétences mais surtout un état d'esprit. S'alignant sur une pédagogie 2.0, il est axé autour de l'intelligence collective, prépare au changement de culture d'entreprise et vise à rendre le travail attrayant #happinessToWork !

# 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.*

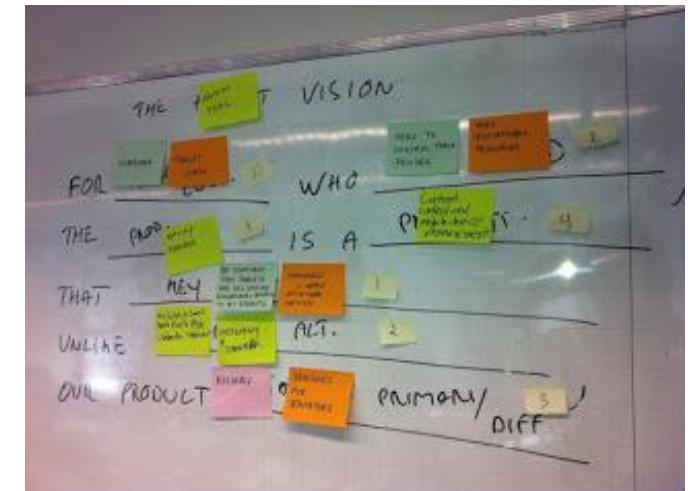
**Quelques liens sur l'elevator Pitch :**

<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/>

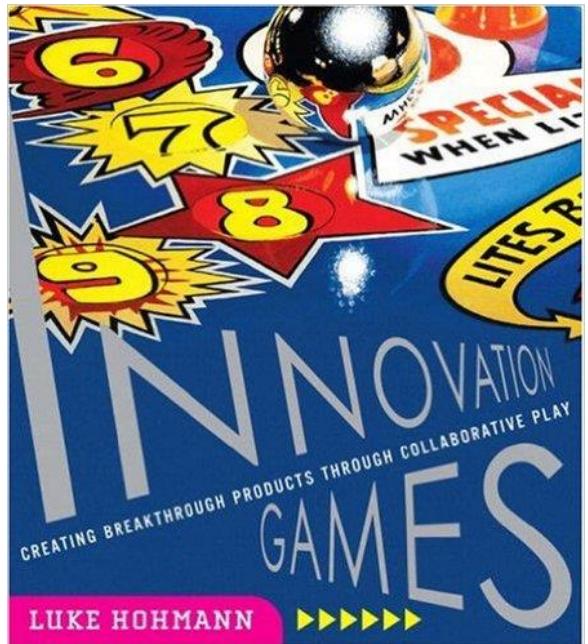


# Elevator Pitch : Démo !

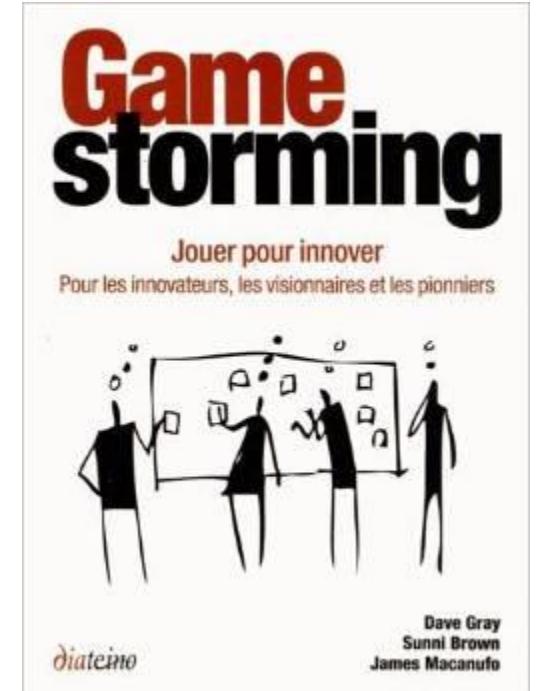
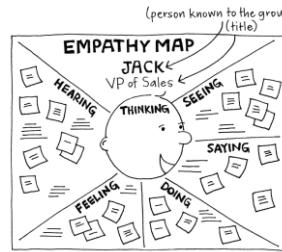
- **DEMO** : *chaque équipe présente son elevator Pitch*
- **FEEDBACK** : *de la part des autres équipes*
- **2ème itération en tenant compte des feedbacks ....**

# **Autres ateliers pour travailler sur une vision synthétique du produit ...**

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



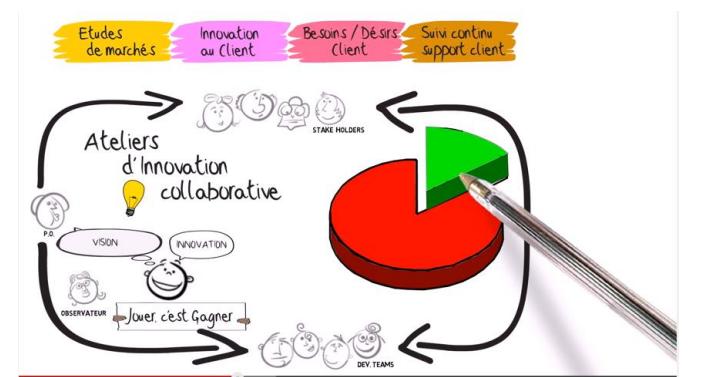
<http://www.innovationgames.com/>



<http://gamestorming.com/>

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

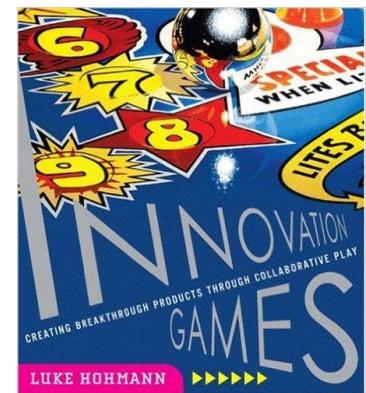
<https://www.youtube.com/watch?v=fP4QSIB-mbw>



Isabelle BLASQUEZ - 2016

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*

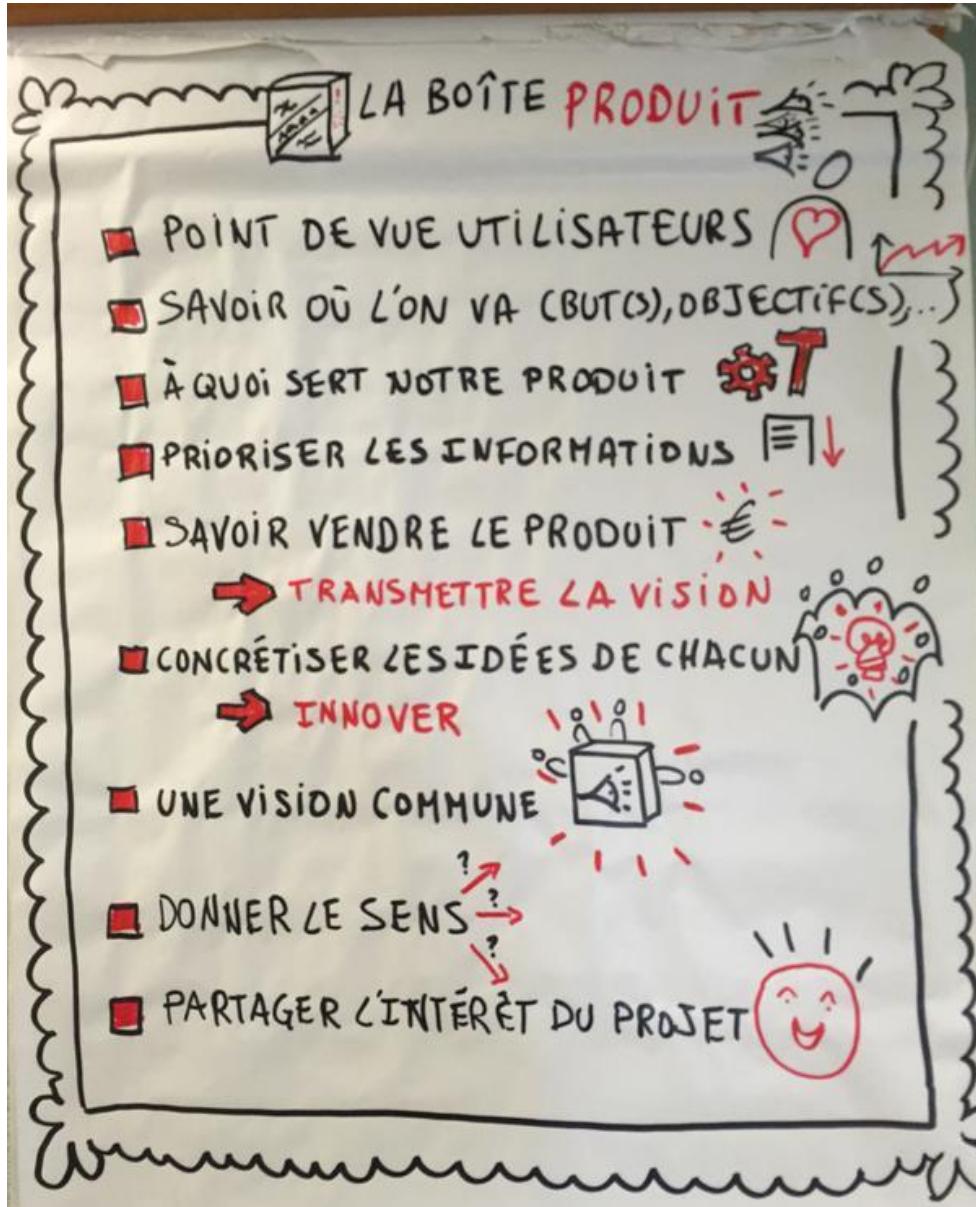
**Quelques liens sur la Product Box:**

<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** :

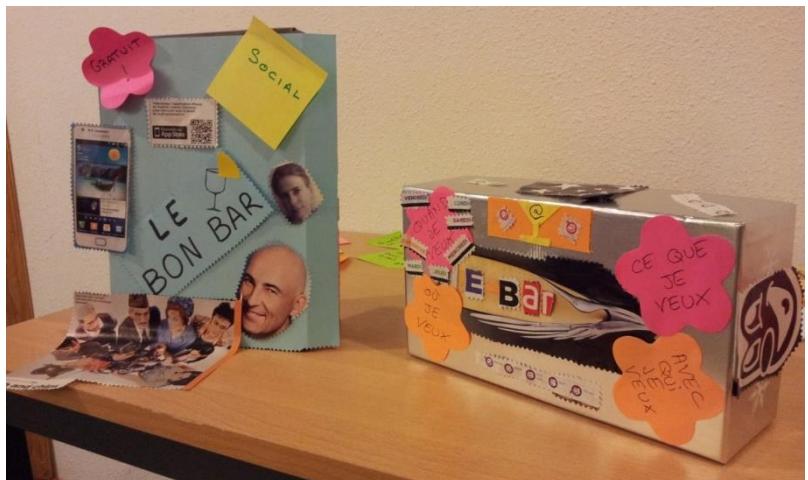
- **le nom du projet,**
- **un logo**
- **3 ou 4 accroches (arguments)** pour vendre le projet

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

**45 minutes  
pour créer**

**Faites preuve de créativité !**

# Product Box : Exemples



# 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.

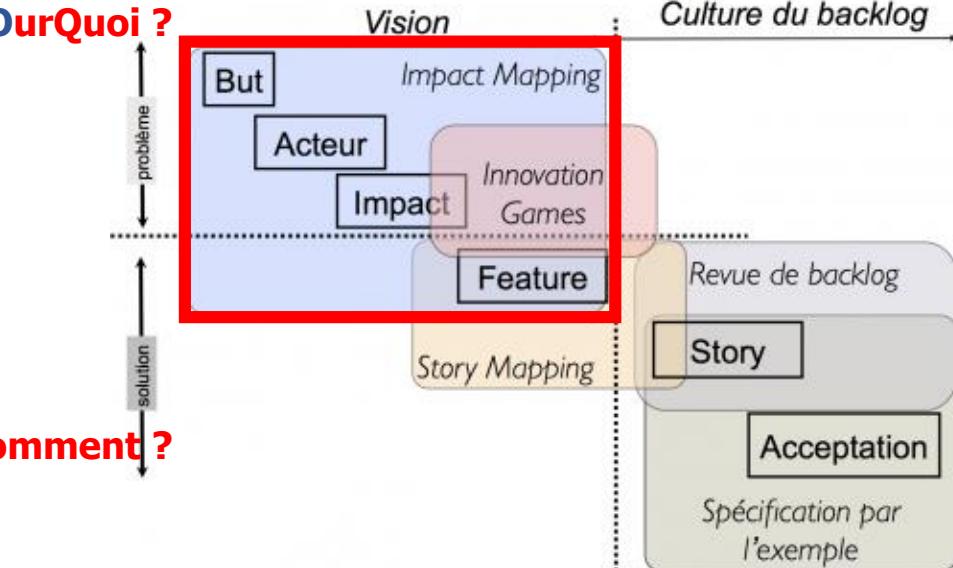
5 minutes  
Par équipe

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

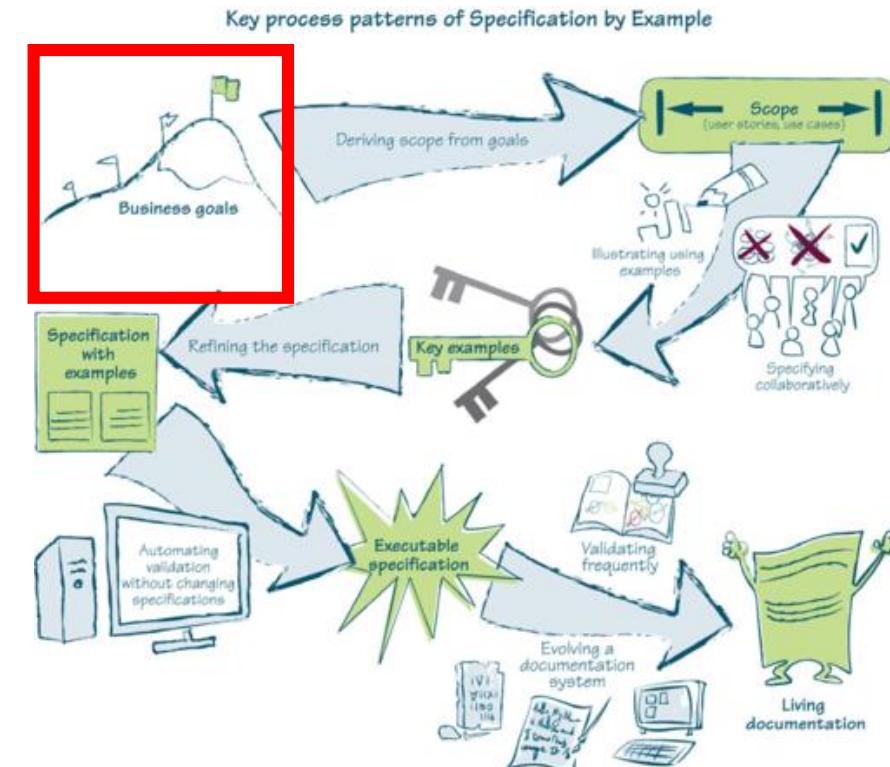
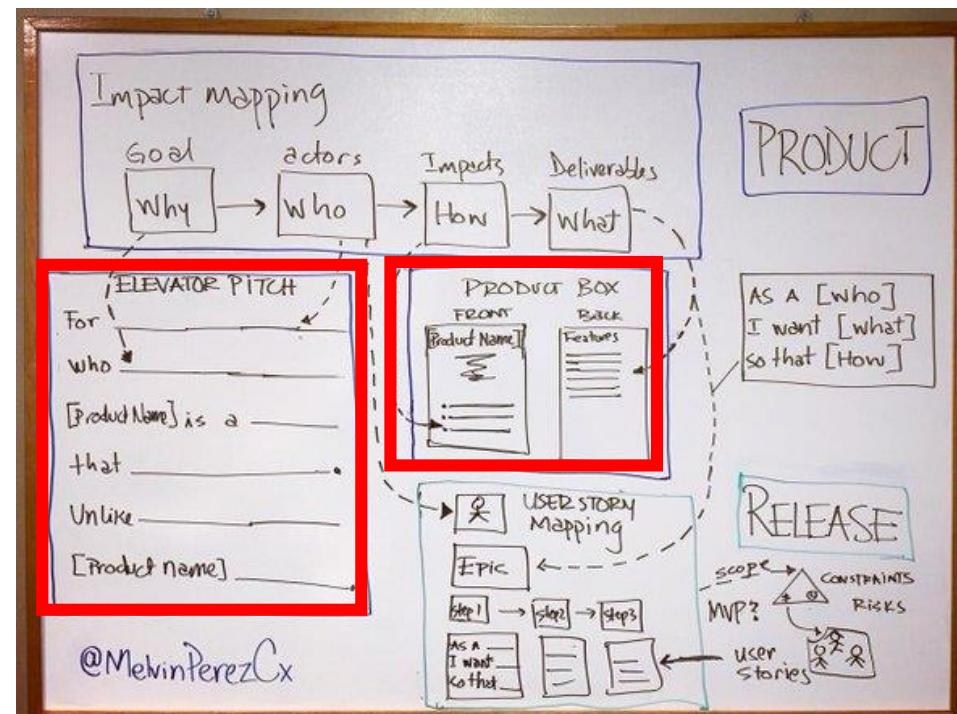
# La Vision dans notre approche ...



Du POurQuoi ?



Au Comment?

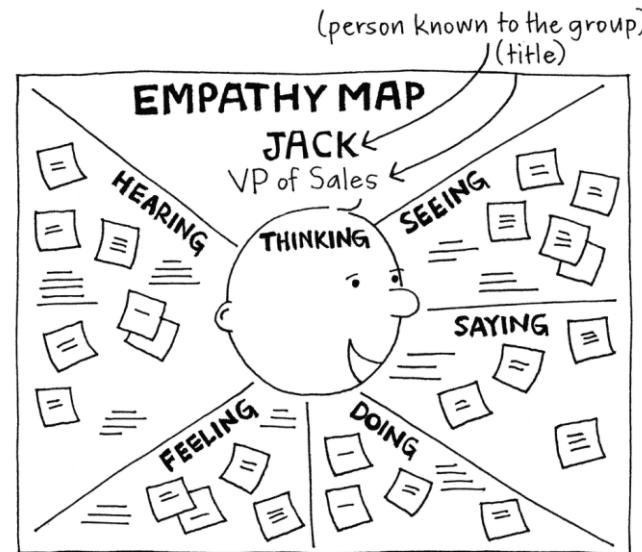


Source : Livre « Spécification by Example » de Gojko Adzic  
<http://www.aubryconseil.com/post/De-la-vision-a-la-story>  
<https://twitter.com/melvinperezcx/status/613765805591769088>

Isabelle BLASQUEZ - 2016

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 :

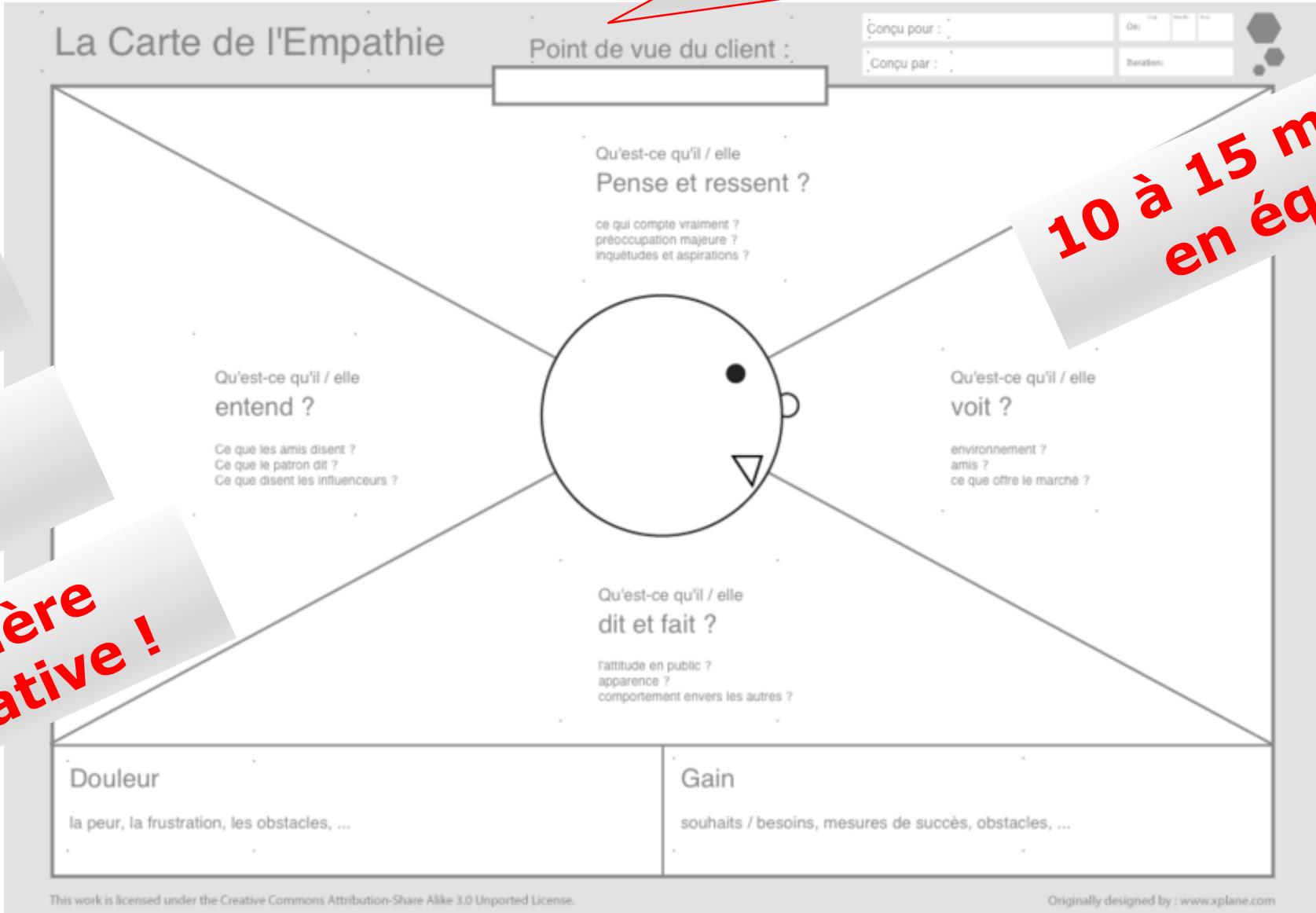
[http://fr.slideshare.net/Solvay\\_Entrepreneurs/fiche-toolkit-empathy-map](http://fr.slideshare.net/Solvay_Entrepreneurs/fiche-toolkit-empathy-map)

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

Isabelle BLASQUEZ - 2016

# Une carte d'empathie

Donner un **nom** au personnage



# 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>

## 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/>

# ... 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 ?*

# 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

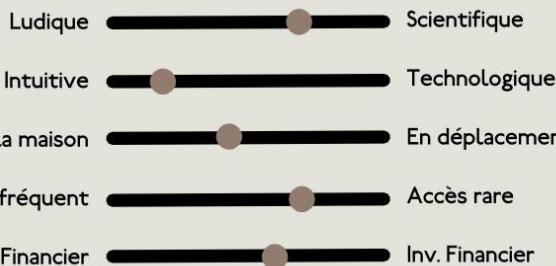
- Le matin au petit déjeuner durant le café (mobile)
- Le soir au coin du feu avec Corsair sur les genoux (tablette)

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)



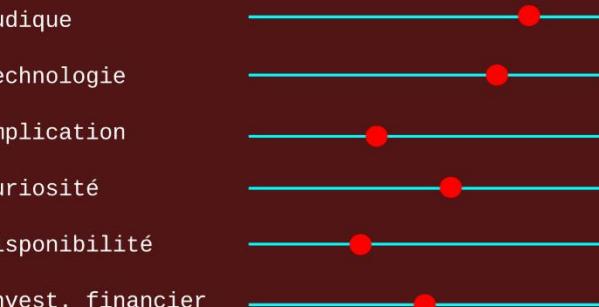
Corinne et  
"corsaire"  
son épagneul

*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



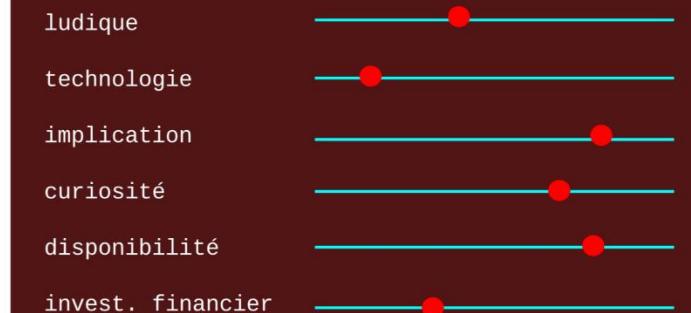
Denise et  
"figue"  
sa chatte  
siamoise

*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



# 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,...

André De Sousa @\_adesousa · 9 sept.

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

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

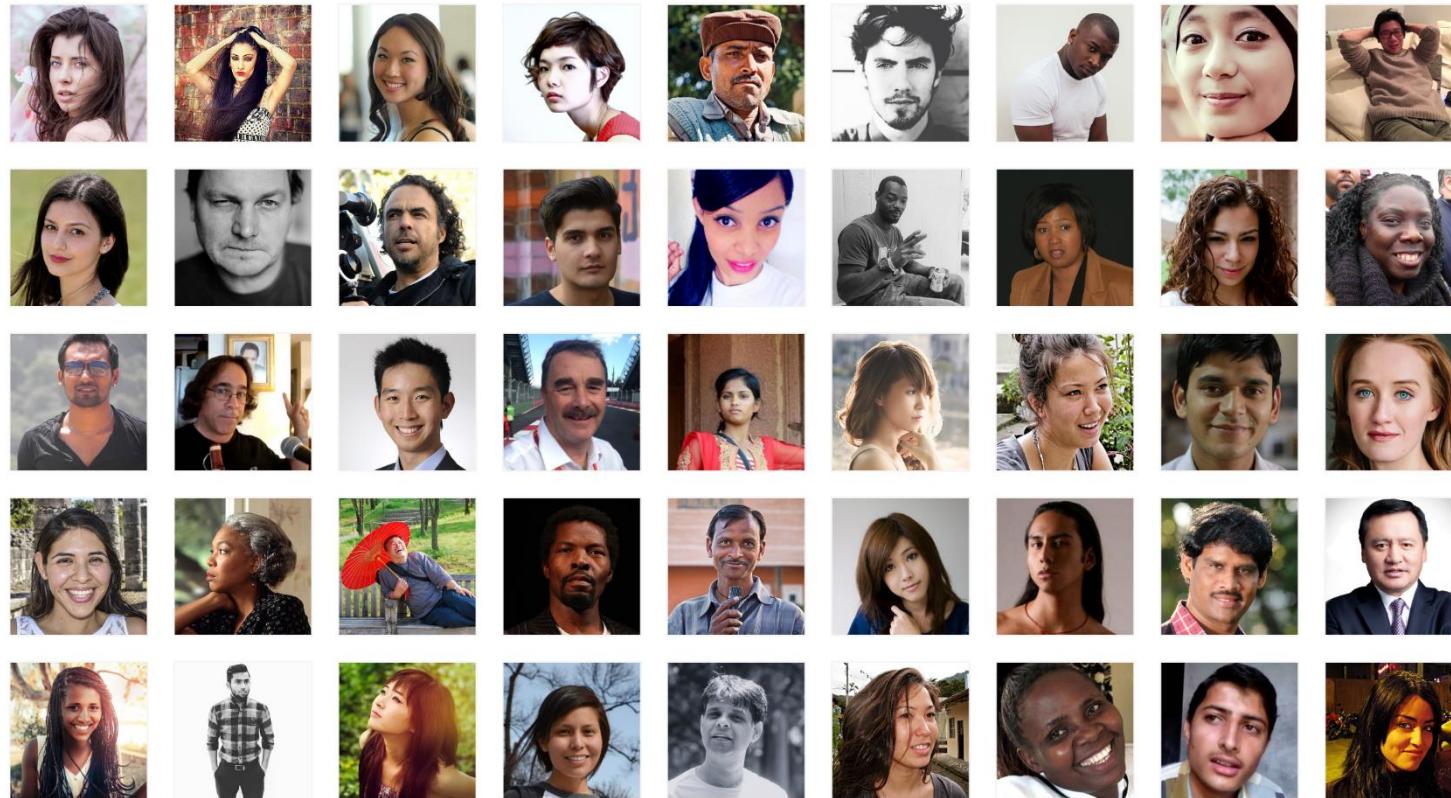
## 😊 Diverse UI

Size: 90px



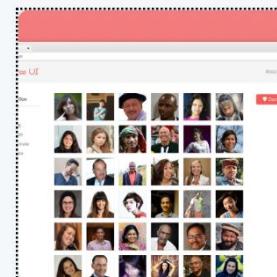
### Gender:

- All
- Female
- Male



André De Sousa @\_adesousa · 9 sept.

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



### Diverse UI

Diverse user images for UI design

[diverseui.com](http://diverseui.com)

# **Annexe**

# Petite lecture sur le sujet

Comment un Product Manager doit-il alimenter un backlog Produit ?

4 août 2015 | 488 views | 34 Likes | 1 Comment | [In](#) [F](#) [T](#)

J'ai découvert *User stories applied* en 2007, alors que je venais de quitter Yahoo! et Londres et entamais ma carrière de Product Manager indépendant à Paris. Ce qui m'a profondément marqué dans ce livre, et que je ne cesse de mettre en pratique chaque fois que je travaille sur un nouveau produit, tient en une ligne :

---

*Un récit utilisateur est une promesse de discussion.*

---

L'autre chose qui m'a marquée, mais que cette fois j'essaye **de ne pas mettre en pratique** est :

---

*Ecrivez autant de récits utilisateurs que vous pouvez.*

---

Dans cet article, je vais vous décrire une approche qui permet de réduire considérablement le nombre de récits utilisateurs dans un backlog Produit, et surtout les différencier des cas d'utilisation que l'on utilise dans la méthode UML.

## 1. Une vision pour donner le cap et créer de l'adhésion

Le Product Manager travaille sur des problématiques de délais de mise sur le marché, de concurrence et de différenciation, de retour sur investissement.

Lorsqu'il crée un nouveau produit, il doit se projeter dans un futur où le produit aura une part significative du marché, et aura déjà fait l'objet de nombreuses améliorations. Cette période se situe quelques mois ou années avant qu'il n'entame sa phase de déclin, inhérente à tout cycle de vie du produit. C'est l'âge d'or du produit, si l'on peut dire. Selon le marché en jeu, cela peut être dans 1 an (e-commerce), dans 5 ans (innovation d'usage) ou dans 20 ans (biotech, fintech, etc.).

---

*La vision du produit doit donc correspondre à cet état lointain et hypothétique de perfection, et non pas à la première livraison.*

---

Personnellement, je tente de raconter une histoire que j'écris sous forme de quelques paragraphes. Je me projette dans ce futur lointain et je décris la vie d'une personne utilisant mon produit comme s'il faisait partie de son quotidien et que son utilisation était évidente.

A lire sur :

<https://www.linkedin.com/pulse/comment-un-product-manager-alimente-backlog-produit-s%C3%A9bastien-sacard>