

Une bonne vision pour bien commencer ...



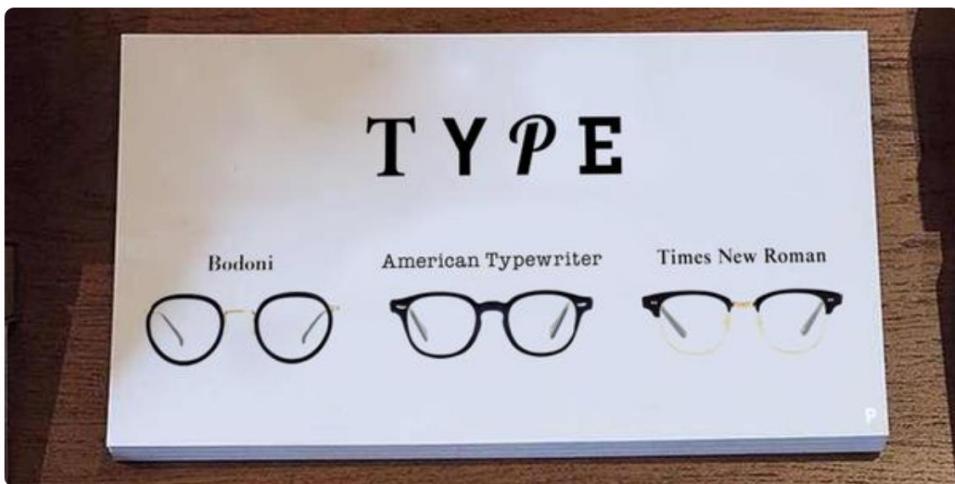
Isabelle BLASQUEZ
@iblasquez

Septembre 2016

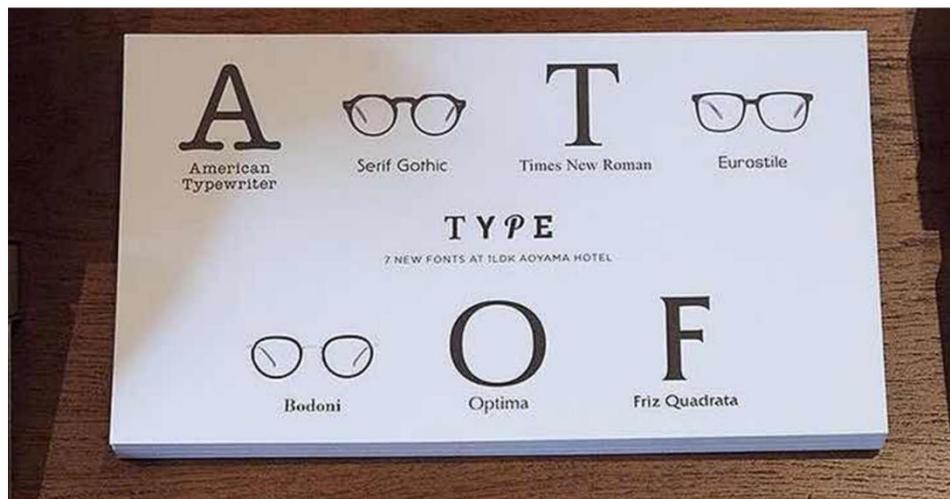


Piwee @piweeFR · 60 min

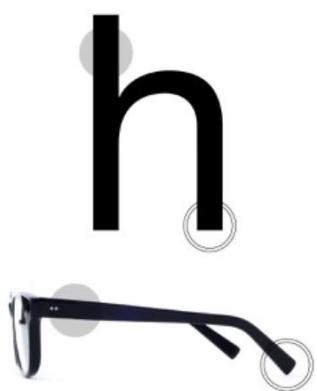
Ce fabricant de lunettes s'inspire des typographies pour créer le design de ses montures > bit.ly/1gea6cl



Retrouvez Oh My Glasses sur Instagram et Facebook / Source



Garamond



Helvetica

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

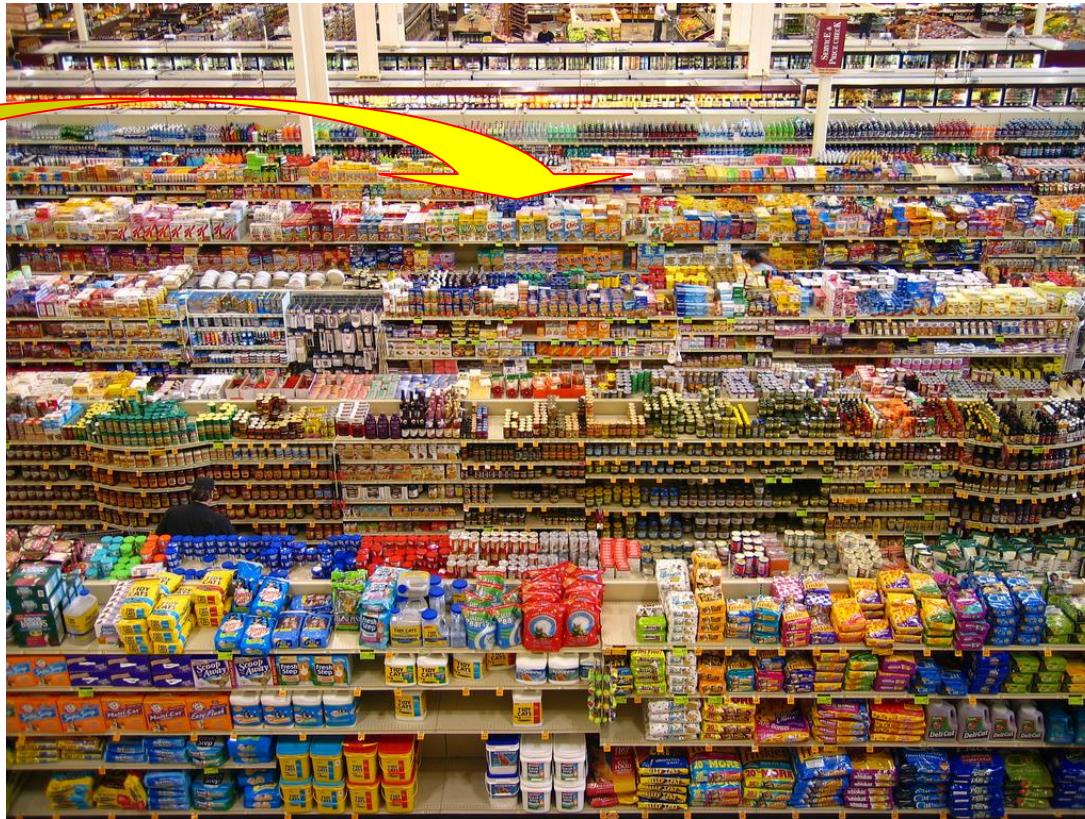
Cultiver l'apprentissage

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

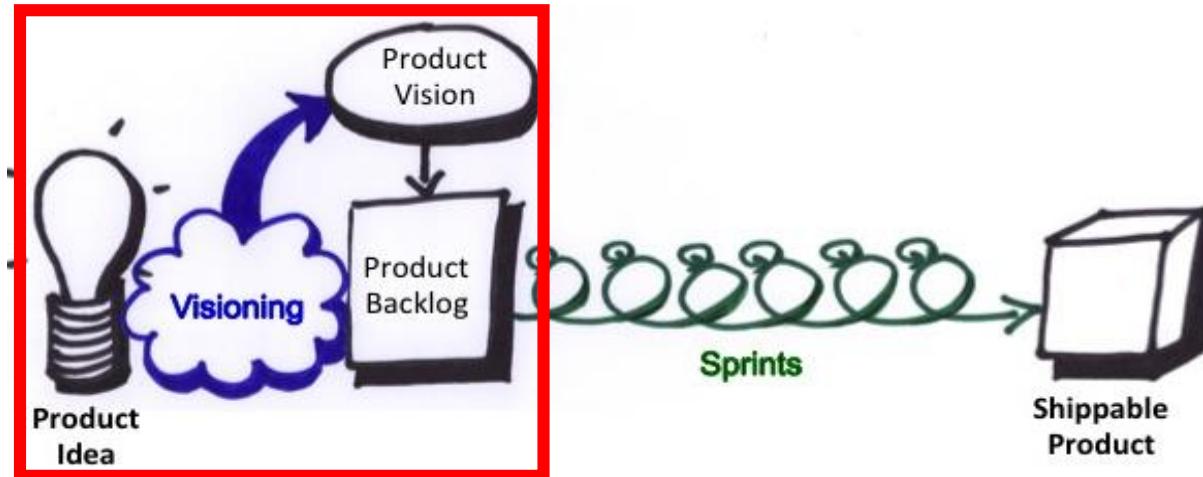
Présentation de la vision du produit ...

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**

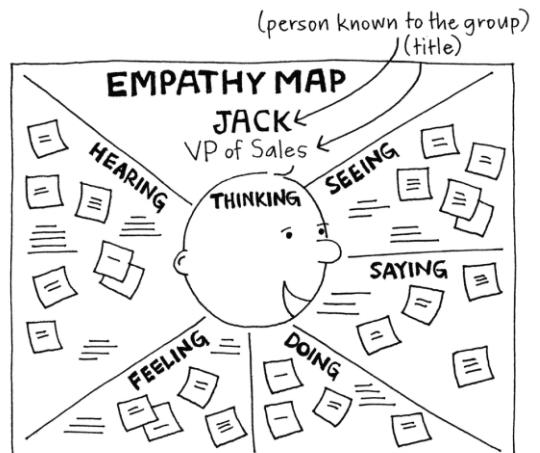
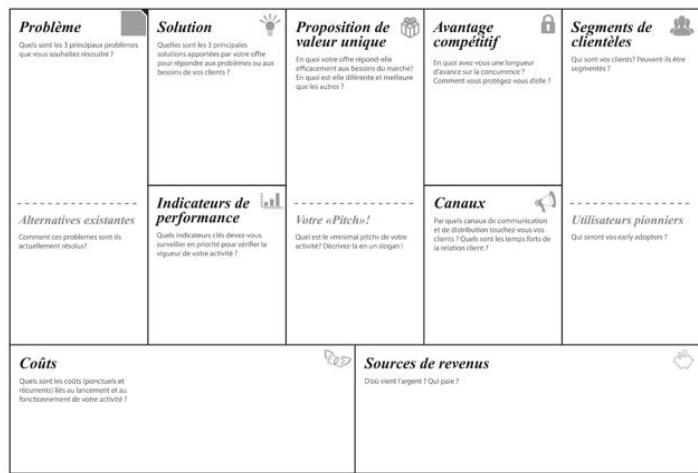
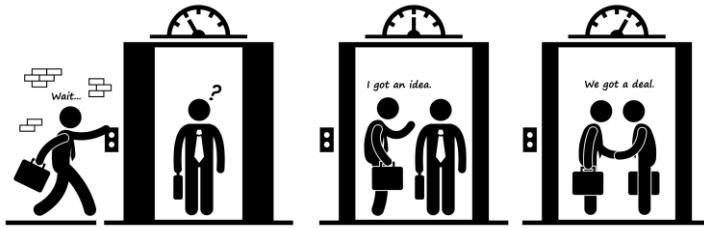
Travail collaboratif autour de la vision du produit



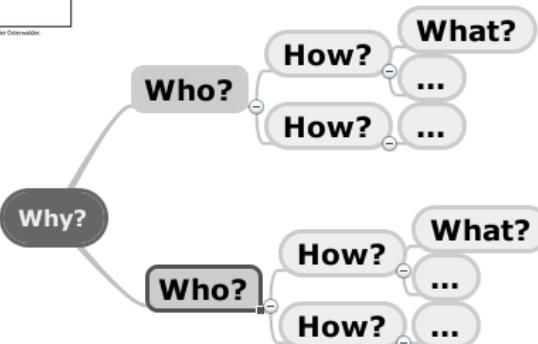
Toute l'équipe projet participe à la vision :
métiers, utilisateurs, développeurs, décisionnaire, commercial, ...

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

Quelques outils pour travailler la vision ...

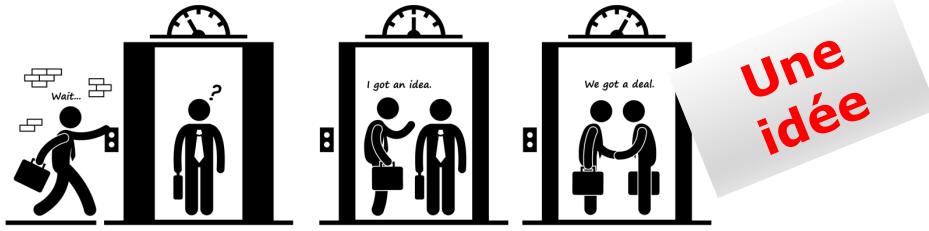


innovation games

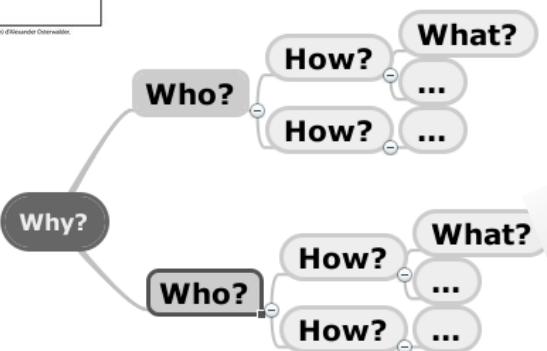


Sources : <http://blog.katapult.co.uk/how-to-deliver-a-compelling-elevator-pitch> <http://demontiers.com/2014/03/ma-traduction-francaise-du-lean-canvas/>
<http://impactmapping.org/drawing.php>
<http://innovationgames.com/remember-the-future/> <http://innovationgames.com/product-box/> <http://wiki.ayeba.fr/Carte+de+l%27Empathie>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

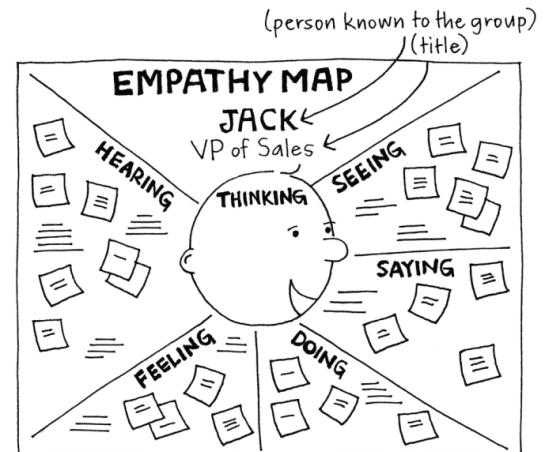
Quelques outils pour travailler la vision ...



Des hypothèses pour un premier MVP



Apparition des premières grandes fonctionnalités

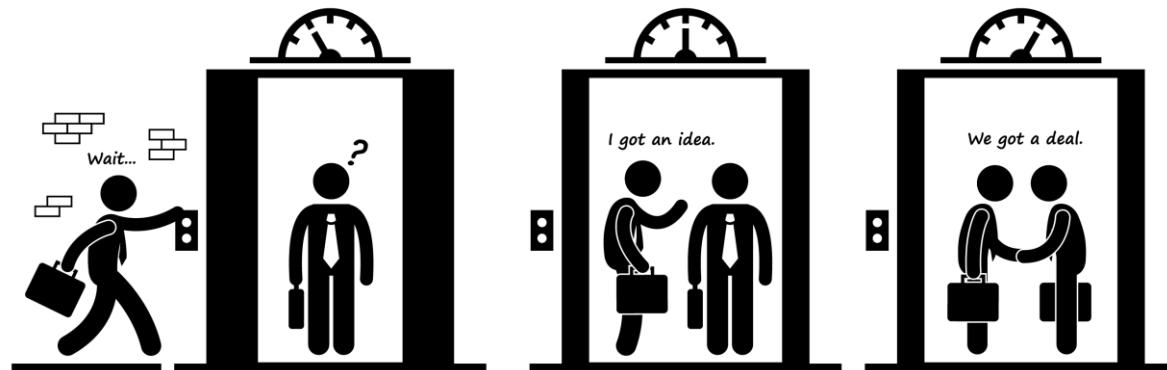


innovation games



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*

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

La Nuit de l'Info

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

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

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/tablette

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 une application et 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 : 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.

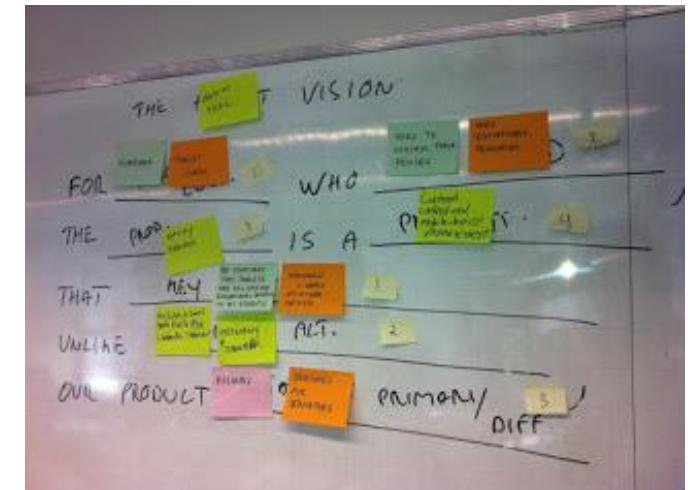
Quelques liens sur l'elevator Pitch :

<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**

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] LIEU
[REDACTED] SE TROUVANT [REDACTED]
QUI ONT BESOIN DE / EN LEUR PERMETTANT DE [REDACTED]
[REDACTED] PROBLÉMATIQUE [REDACTED]
[REDACTED] QUAND [REDACTED]
IL EST PLUTÔT UTILISÉ [REDACTED]
[REDACTED] NOM [REDACTED]
Bisous, [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?

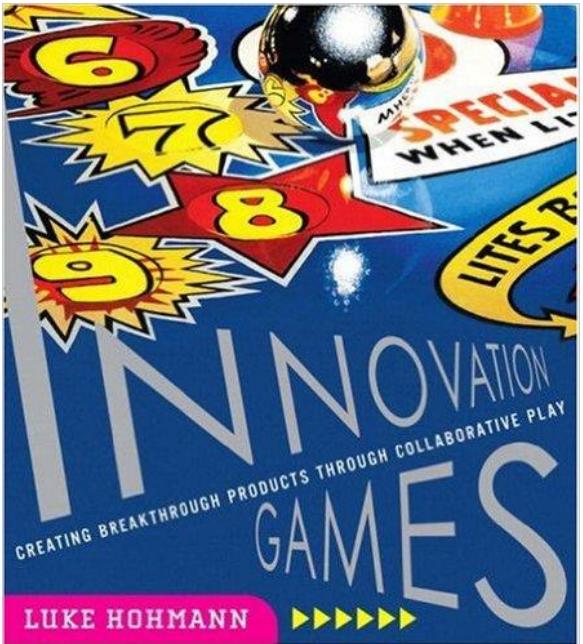
Ce qui est bien de ce modèle, c'est qu'il contextualise un problème dans le temps. Notre cerveau est fait pour détecter les objets en mouvements (vous savez... pour nous protéger des lions dans la savane il y a 15 000 ans... Bref!) et tout porte à penser que nous remarquons également davantage les idées 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"

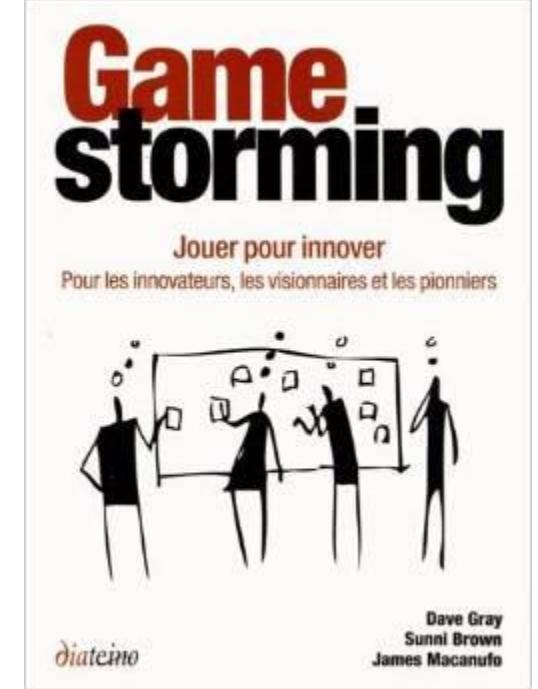
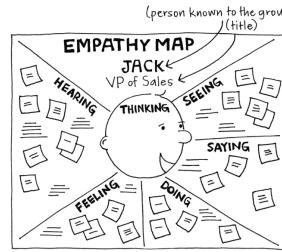
Il était une fois un petit poisson veuf qui s'appelait Marlin. Marlin était extrêmement protecteur de son fils unique : Némo. **Chaque jour**, Marlin prévenait Némo des dangers de l'océan et l'implorait de ne pas aller nager trop loin. **Un jour**, Némo, dans un acte de provocation, ignora les conseils 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 ...

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



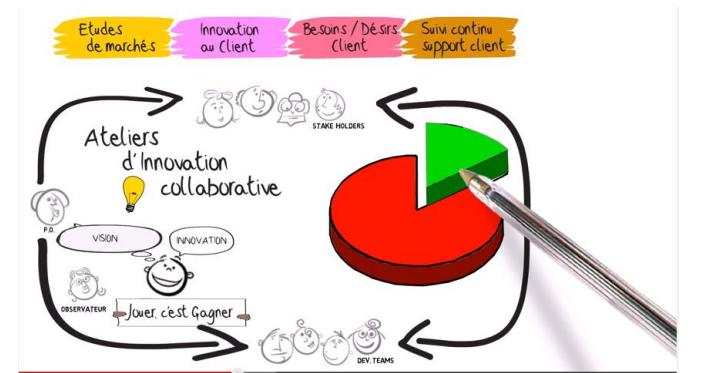
<http://www.innovationgames.com/>



<http://gamestorming.com/>

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

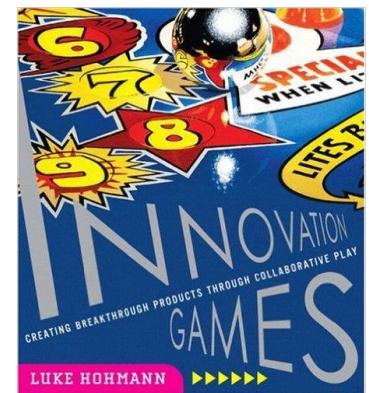
<https://www.youtube.com/watch?v=fP4QSIB-mbw>



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

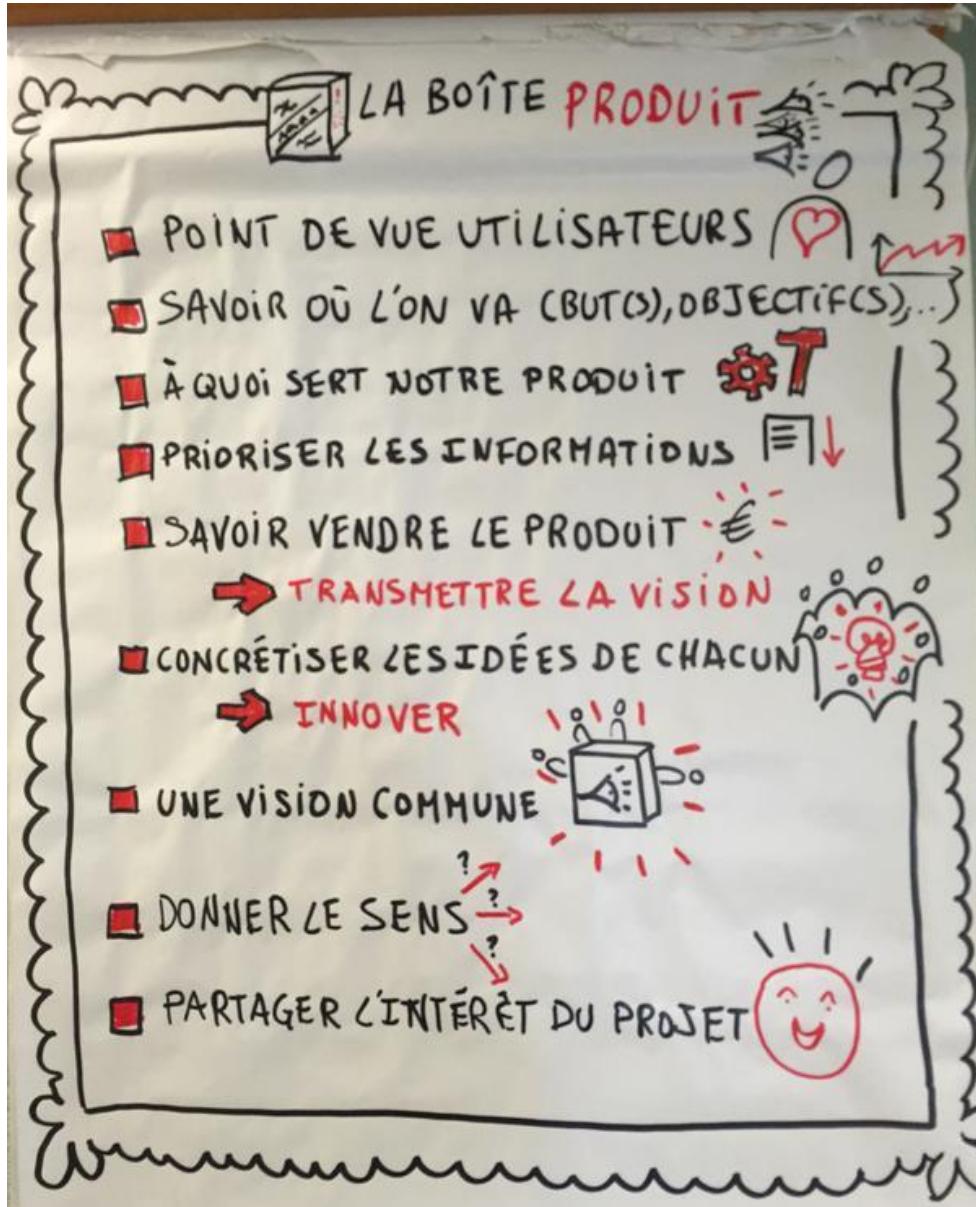
Quelques liens sur la Product Box:

<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**
- **un slogan**
- **3 ou 4 accroches (arguments)** pour vendre le projet

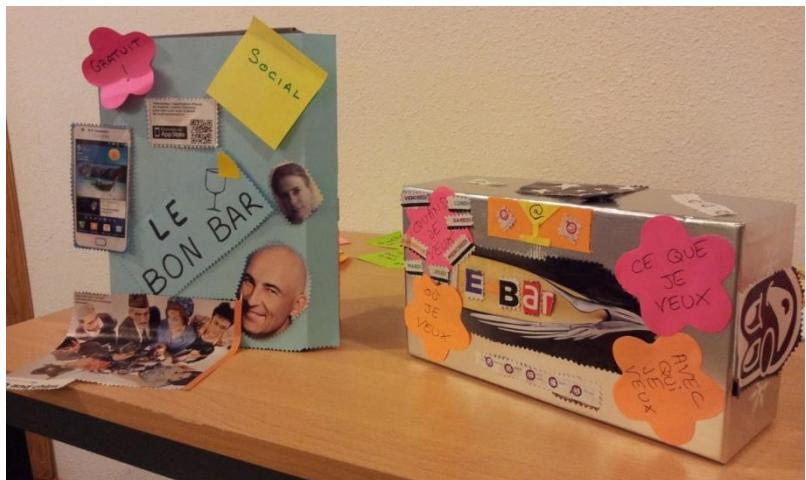
Vous êtes ensuite libre d'exploiter les autres faces comme elle le souhaite.

**45 minutes
pour créer**

Faites preuve de créativité !

Isabelle BLASQUEZ - 2016

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.

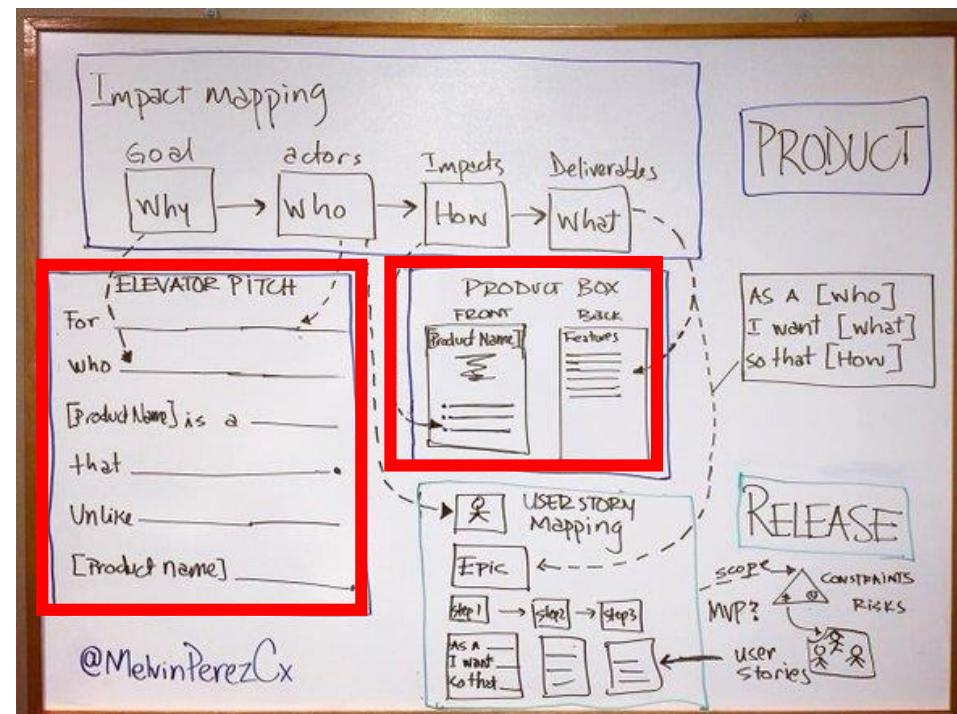
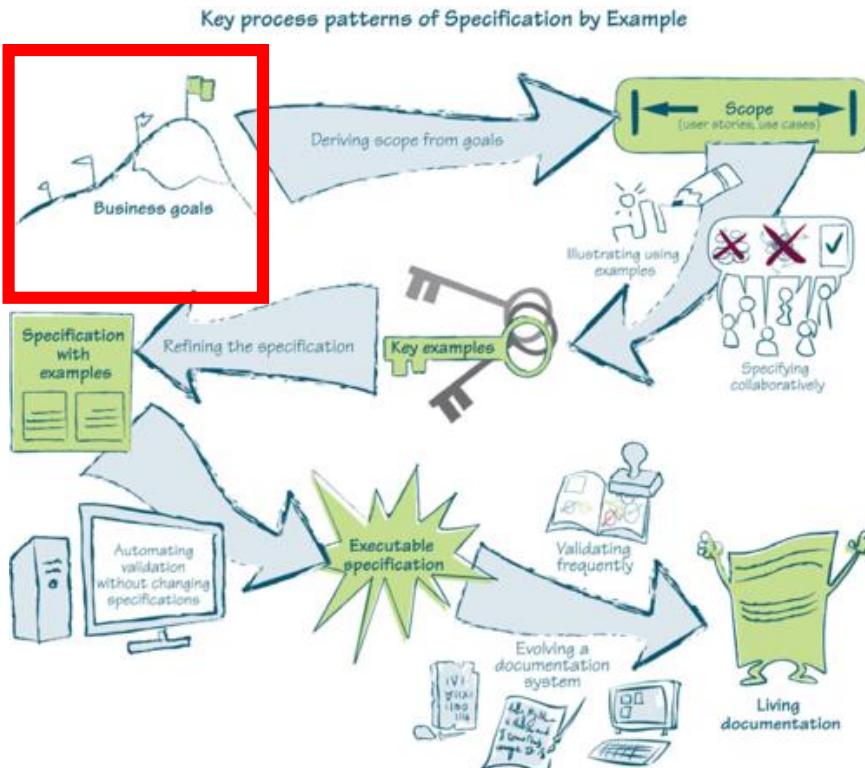
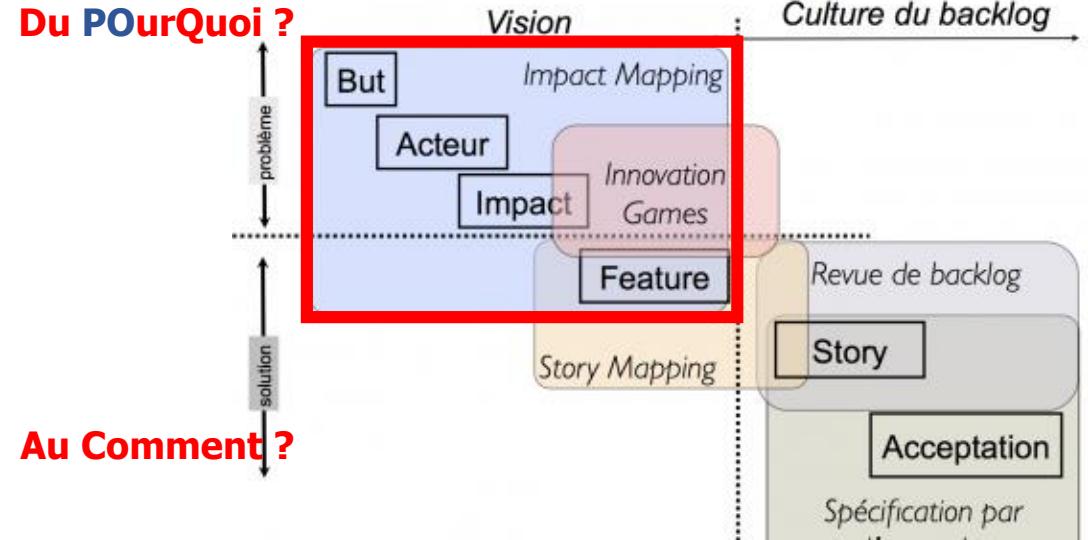
5 minutes
Par équipe

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

La Vision dans notre approche ...



Du POurQuoi ?

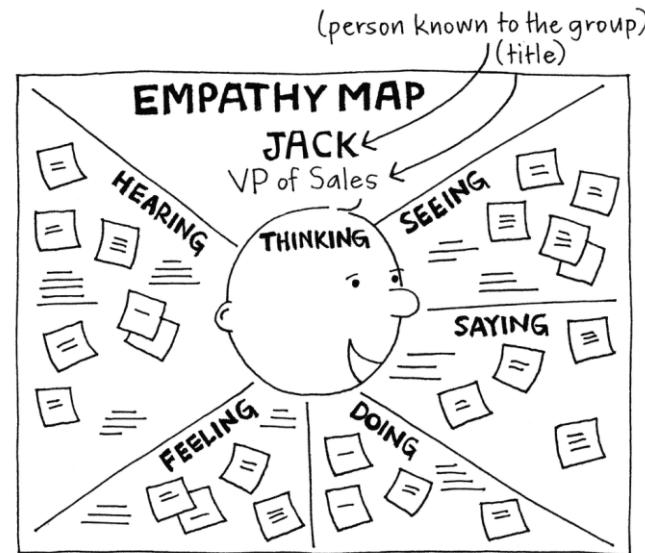


Source : Livre « Spécification by Example » de Gojko Adzic
<http://www.aubryconseil.com/post/De-la-vision-a-la-story>
<https://twitter.com/melvinperezcx/status/613765805591769088>

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 :

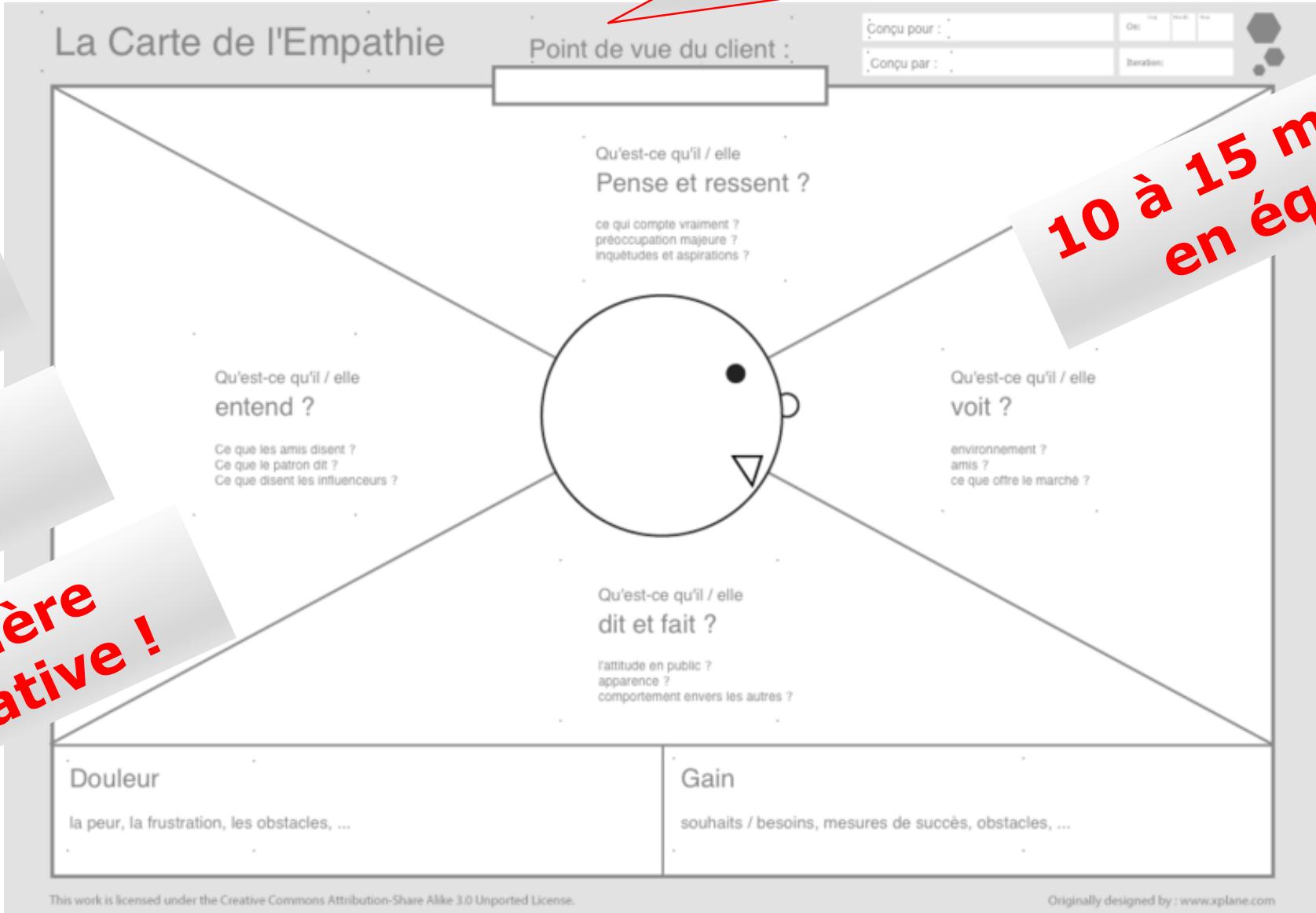
http://fr.slideshare.net/Solvay_Entrepreneurs/fiche-toolkit-empathy-map

<http://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

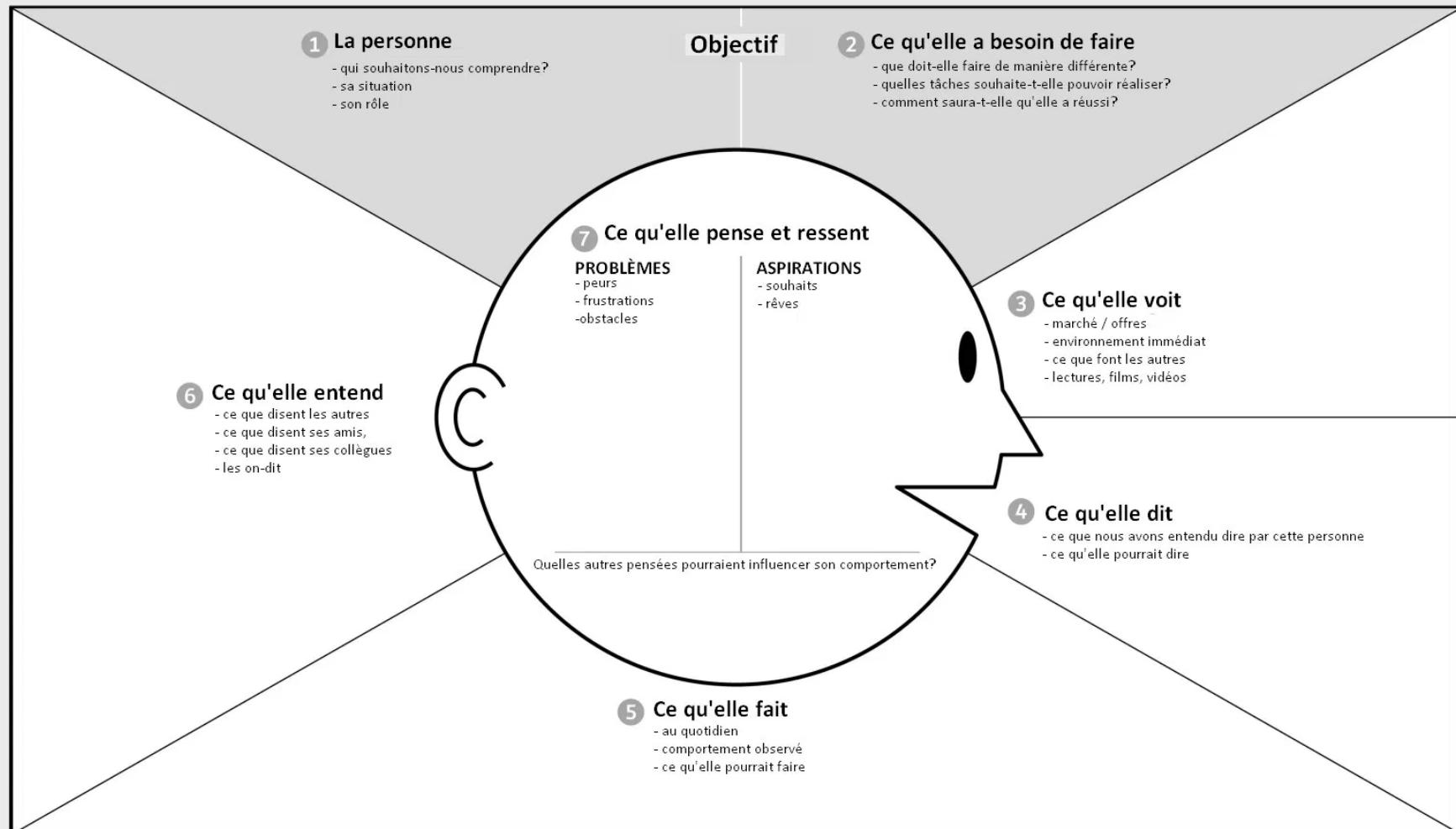


Actualisation de la carte d'empathie

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>

Isabelle BLASQUEZ - 2016

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/>

... 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)

Ludique



Scientifique

Intuitive



Technologique

Depuis la maison



En déplacement

Accès fréquent



Accès rare

Inv. Financier



Inv. Financier



Corinne et
"corsaire"
son épagneul



Pourquoi Peetic ?

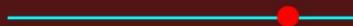
Bien m'occuper de mon chéri (corsaire)
et lui trouver des compagnons (et comme chacun connaît l'adage : tel maître tel chien,
je pourrais aussi en tirer parti)

Objectifs

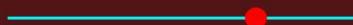
- + soin et mise en forme de son animal
- + rencontre d'un maître...

Comportement

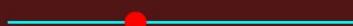
ludique



technologie



implication



curiosité



disponibilité



invest. financier



Denise et
"figue"
sa chatte
siamoise



Pourquoi Peetic ?

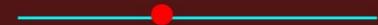
Trouver des amis et nous occuper de nos animaux de compagnie :des rencontres et des conseils pour le bonheur de figue. La présenter aux autres, j'en suis tellement fière.

Objectifs

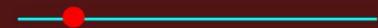
- + soin de son animal
- + rencontrer des possesseurs
- + communiquer sur "figue"

Comportement

ludique



technologie



implication



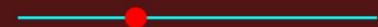
curiosité



disponibilité



invest. financier



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/>

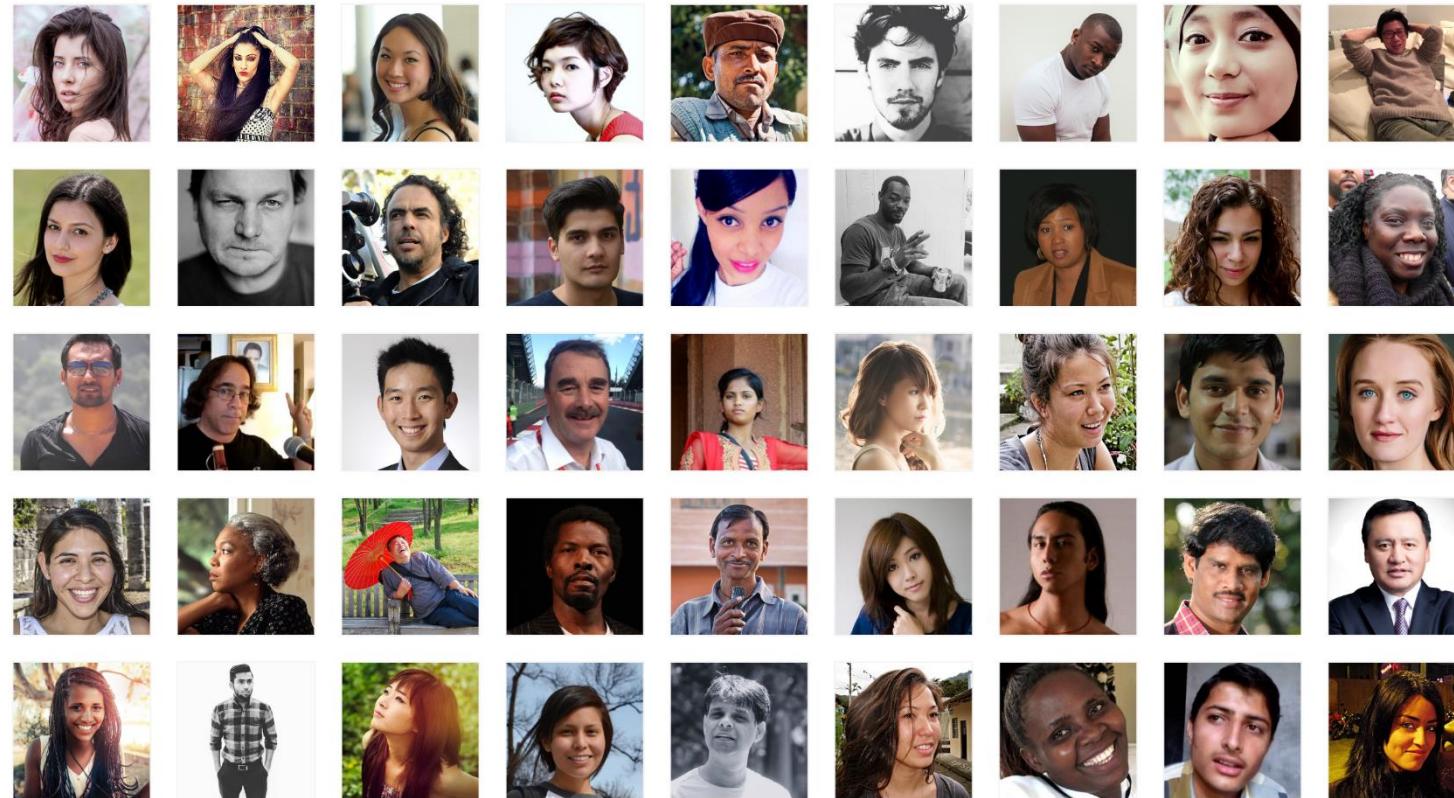
😊 Diverse UI

Size: 90px



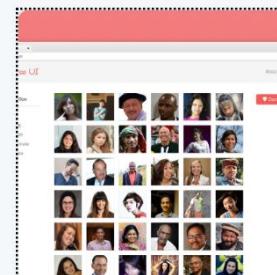
Gender:

- 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

Aller plus loin ...

Le persona ou comment inviter vos utilisateurs dans votre atelier ?

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

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/>

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>

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 !