

Vision, Valeur & Sens

Pablo Pernot
version 2013-1-1



Découverte du groupe

Constellation

Mémoire du muscle

R.O.T.I. ("return on time invested")

ou P.O.U.L.E.T. en français :

Performance Octroyée selon l'Utilité et la Légitimité du sujet En relation avec le Temps passé.



exemple :

0 doigt : totalement inutile, perte de temps

1 doigt : pas terrible, aurait facilement trouvé mieux ailleurs

2 doigts : pas mal mais cela aurait pu être mieux

3 doigts : bien, intéressant

4 doigts : super

5 doigts : le nirvana, on recommence ?

Vision, Valeur & Sens

Sommaire

Atelier "Open-ended Specification"

Sens & Cohérence, pensée Lean

Vision

Pourquoi

Valeur

Atelier "Remember the future"

Atelier "Marshmallow challenge"

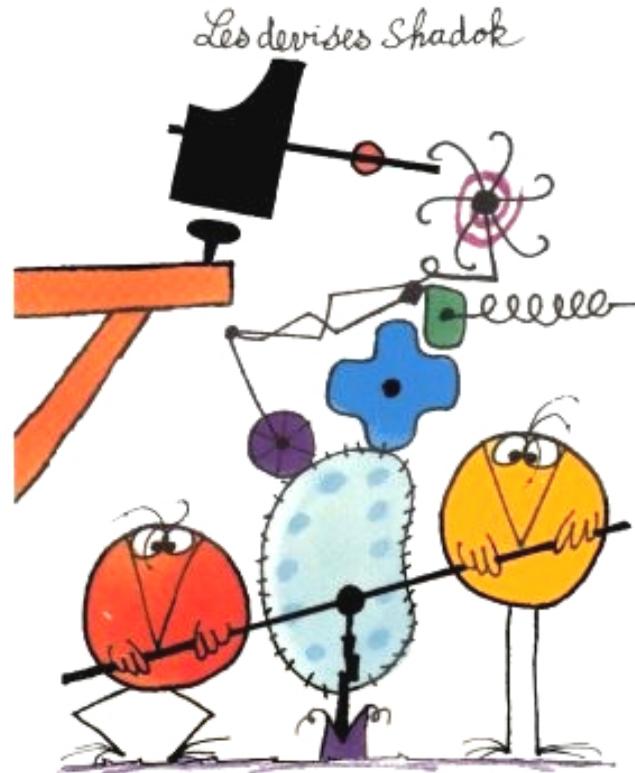
Conception émergente

Atelier "Story Mapping / Card Sorting / Impact Mapping"

Prioriser

Atelier : Open-Ended Requirements

The power of openended requirements : <http://blog.crisp.se/davidbarnholdt/2009/02/18/1234986060000.html>



POURQUOI FAIRE SIMPLE
QUAND ON PEUT FAIRE
COMPLIQUE ?!

Sens & Cohérence

Comment mener un projet sans savoir pourquoi ?

Comment créer un produit sans savoir dans quel but ?

Comment arbitrer des choix sans connaître la destination ?

Comment décider sans savoir pourquoi ?



Approche Lean

Piliers de la pensée Lean

Respect des personnes

Amélioration continue

Pourquoi faisons nous les choses ?



Edwards Deming



Taiichi Ohno

Sens & Cohérence

Gouvernance

La gouvernance c'est la mise en oeuvre cohérente de ce sens.

Dans nos métiers, nous vivons dans un contexte non prédictible

C'est le domaine du complexe et non pas du compliqué

La planification précise à moyen terme est illusoire

Aucun plan ne survit au premier contact avec l'ennemi
Helmuth Von Moltke

Vision ?

Simple, condensée

Ce qui se conçoit bien s'exprime clairement

"The elevator pitch"

"moelle substantifique" (savoir prioriser)

Avec de la valeur

De quoi serez vous fier ?

Quels sont les critères de succès ?

Pourquoi ?

Trois types de Pourquoi

Le Pourquoi accusateur

Le Pourquoi analytique

Le Pourquoi visionnaire

<http://oanasagile.blogspot.fr/2013/01/the-answer-to-why-is-ahead-of-you.html>

Pourquoi ?

On peut s'aider du pourquoi analytique pour le pourquoi visionnaire

Utilisons des outils de RCA (Root Cause Analysis)

5 pourquoi

Liste Phoenix (CIA)

Ou des approches de type "Solution Focus"

Remember the future

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

Valeur ?

Pensée lean

Le sens est associé à une notion de valeur

Quelle valeur ?

Des rentrées d'argent

Un positionnement sur le marché

Une innovation technologique

...

Outil : Business Model Canvas

The Business Model Canvas Designed for: _____ Designed by: _____ On: _____ Location: _____

<p>Key Partners</p>  <p>Who are our Key Partners? Who are our Key Suppliers? Which Key Resources are we acquiring from them? Which Key Activities do partners perform? Channels: Partners: Revenue Streams: Cost Structure:</p>	<p>Key Activities</p>  <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? Channels: Partners: Revenue Streams: Cost Structure:</p>	<p>Value Propositions</p>  <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What benefits do products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we addressing? Channels: Partners: Revenue Streams: Cost Structure:</p>	<p>Customer Relationships</p>  <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they engaged with the rest of our business model? Channels: Partners: Revenue Streams: Cost Structure:</p>	<p>Customer Segments</p>  <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers? Channels: Partners: Revenue Streams: Cost Structure:</p>
<p>Cost Structure</p>  <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? Channels: Partners: Revenue Streams: Cost Structure:</p>		<p>Revenue Streams</p>  <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How would they pay for different Revenue Streams in the overall business model? Channels: Partners: Revenue Streams: Cost Structure:</p>		

www.businessmodelgeneration.com © 2011 Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. All rights reserved. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 License.

Outil : Elevator Pitch

<http://www.alumni.hbs.edu/careers/pitch/>

- 1 - Court ! Qu'est ce que vous souhaitez que les gens retiennent le plus ?
- 2 - Déclarer une valeur, un impact, un résultat clef.
- 3 - Annoncer en quoi cette valeur vous différencie des autres.
- 4 - Décrire les premières étapes immédiates que l'on peut mettre en oeuvre. Ces étapes doivent être SMART ("Specific, Mesurable, Attainable, Relevant, Time-Bound") et potentiellement bornées dans le temps.

Atelier Remember the future

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



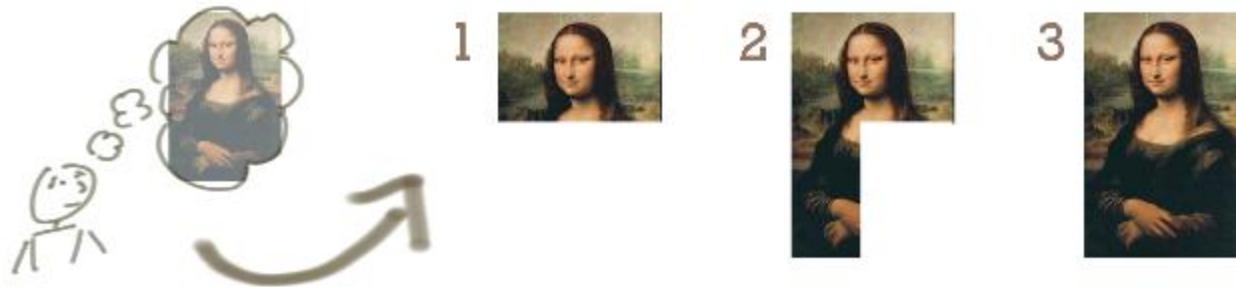
Atelier Marshmallow Challenge

<http://www.marshmallowchallenge.com>



Conception émergente

Incrémental



Itératif



http://www.agileproductdesign.com/blog/dont_know_what_i_want.html, Patton
<http://www.areyouagile.com/2013/01/le-mystere-picasso/>

Conception émergente



Story Mapping & Card Sorting

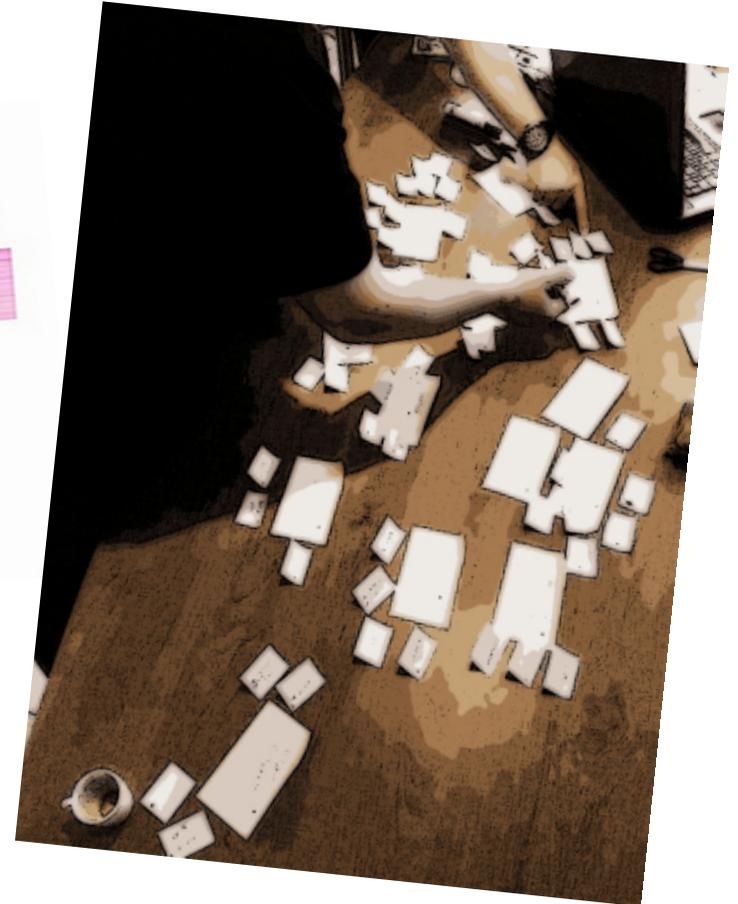
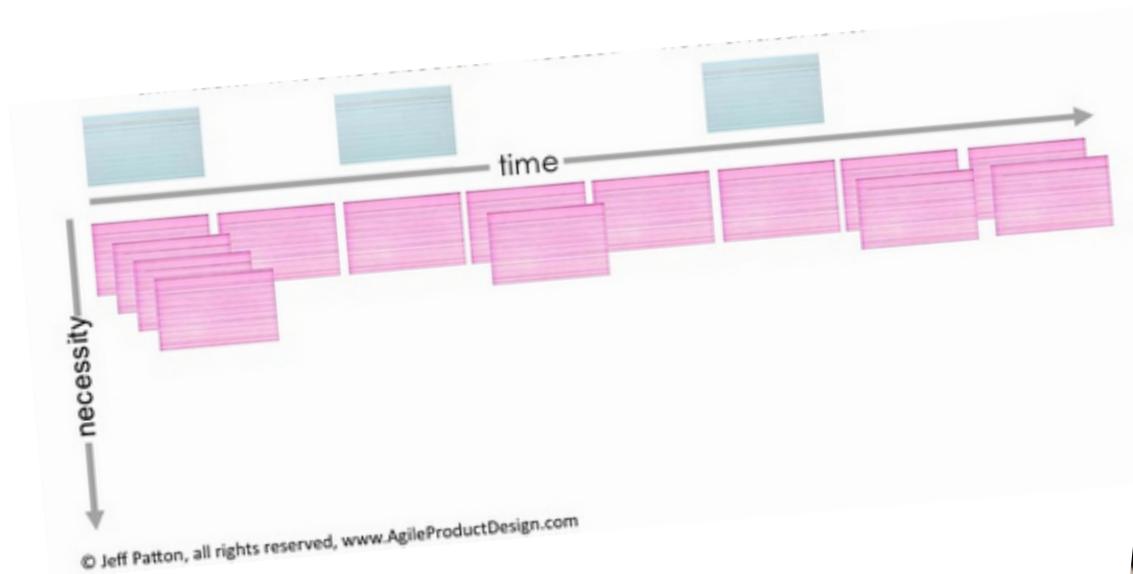
Identifier les "personas"

Décrire toutes les fonctionnalités et besoins

Regrouper par thématique

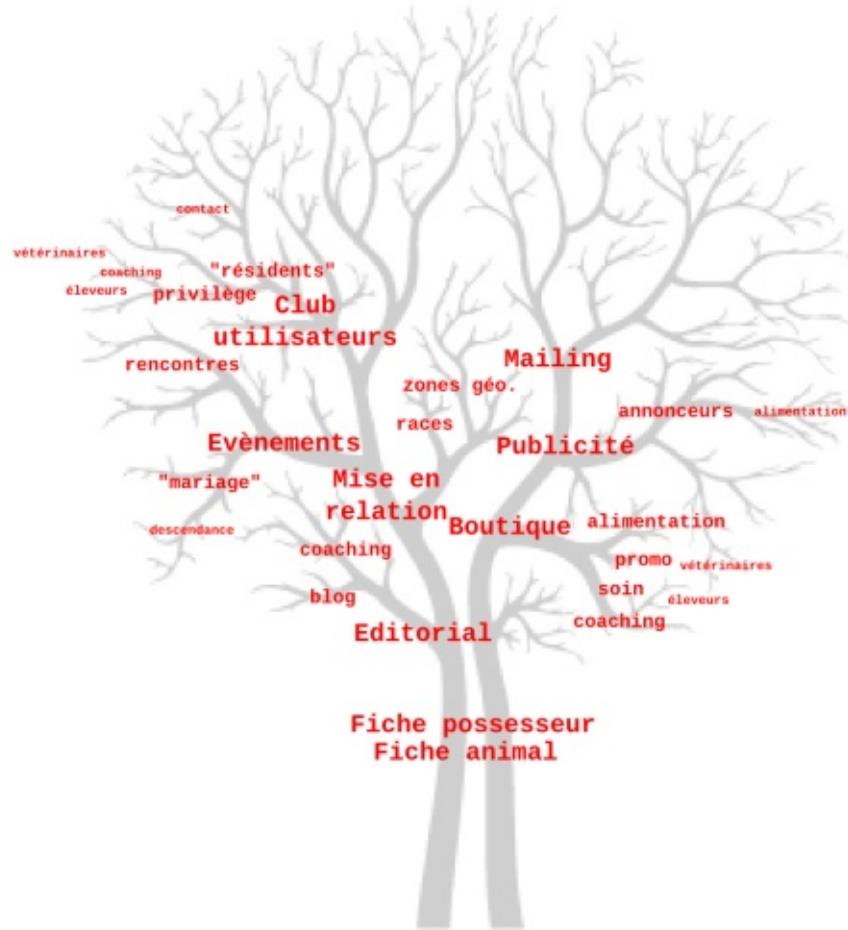
Constituer les "Minimal Marketable Feature"

Story Mapping & Card Sorting



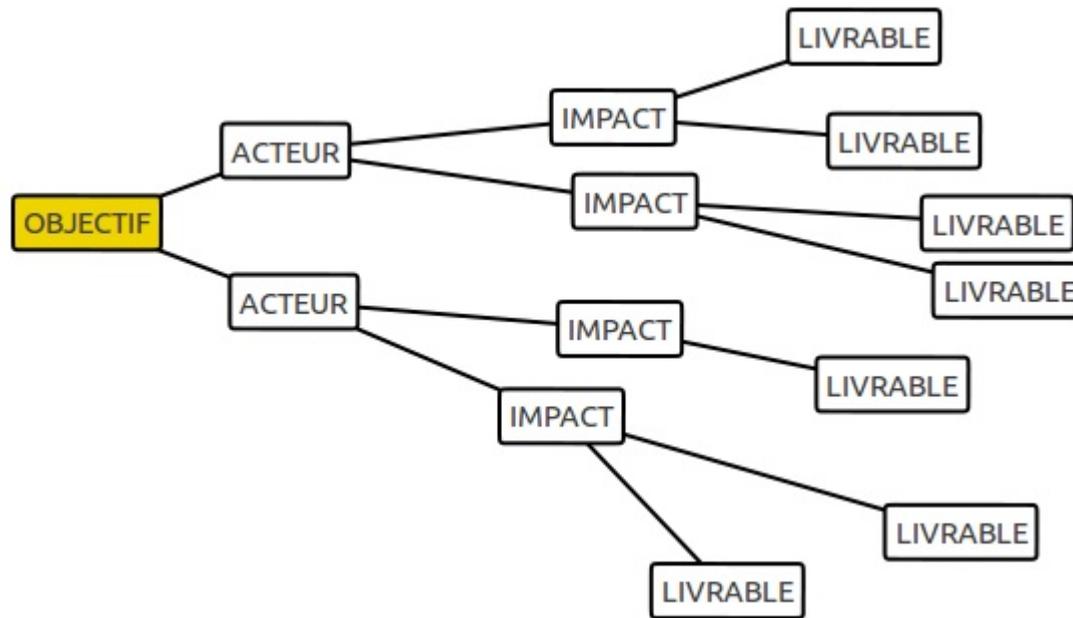
"Prune the tree" Mapping

<http://innovationgames.com/prune-the-product-tree/>



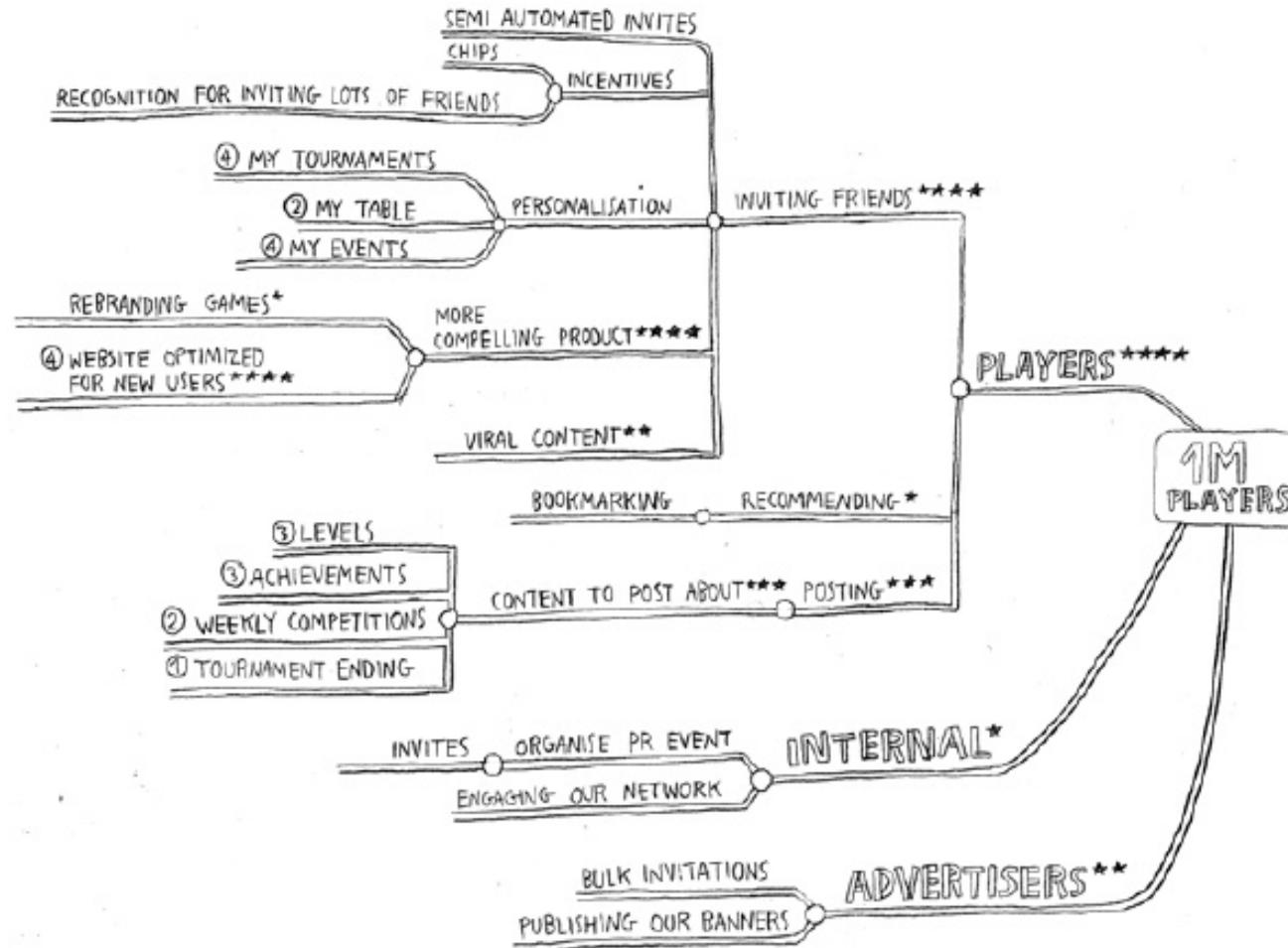
Impact Mapping

<http://www.impactmapping.org>



Impact Mapping

<http://www.impactmapping.org>



Prioriser

MoSCoW

Must Have

Should Have

Could Have

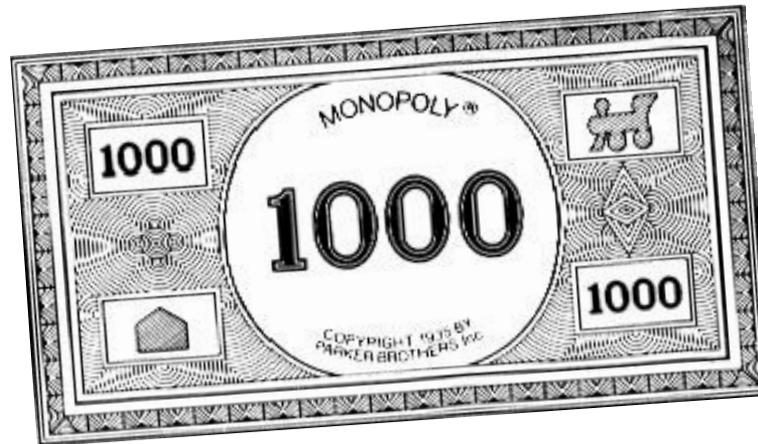
Would Have

Atelier Buy a feature

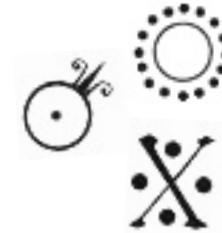
<http://innovationgames.com/buy-a-feature/>

Eviter le problème des dix priorités numéro un

Autre outil : "Dot Voting"



Pablo Pernot



twitter

@pablopernot

blog

<http://www.areyouagile.com>

société

<http://www.smartview.fr>

slides

<http://speakerdeck.com/u/pablopernot>

regroupement d'agilistes

<http://convergenc.es>