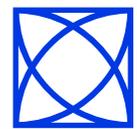
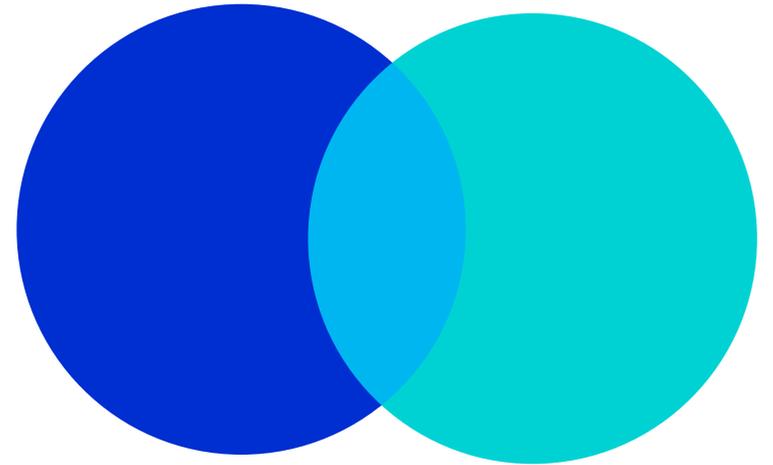


JOURNAL DE BORD

DISCOVERY MOBILE AVEC SPLIIT



ippou

Spliit



KICK-OFF 27/11/2021

LANCEMENT DU DISCOVERY MOBILE AVEC SPLIIT

L'été 2021, nous avons organisé chez Ippon un concours à destination des entreprises. La récompense est la réalisation d'un Discovery Mobile.

Un Discovery Mobile qui s'est déroulé du 27 novembre au 21 janvier 2022.

Avec le Journal de Bord, nous revenons donc sur ce Discovery qui a été remporté par Spliit et sa solution de co-abonnement.

Le journal de bord est une synthèse construite à partir :

- Des retours et écrits de nos experts revenant sur les ateliers
- Des publications LinkedIn qui mettaient en avant ce Discovery

Bonne lecture !

L'objectif du Kick-off ?

Vérifier l'alignement entre les parties prenantes sur ces sujets

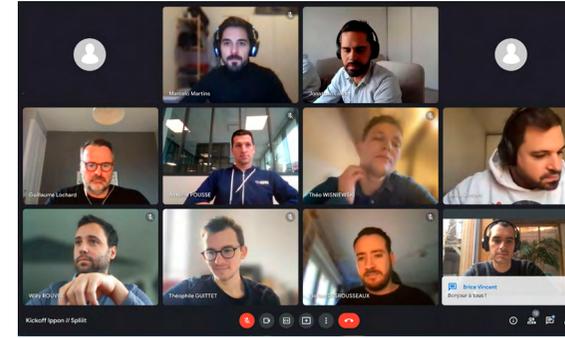
Ce qui est une étape essentielle avant de rentrer dans le détail du produit.



LE FORMAT

UN ATELIER COLLABORATIF DE 2H SUR #MIRO

pour rentrer rapidement dans le vif du sujet.



Et du côté des équipes de Spliit, rien à préparer si ce n'est de penser en amont à ces questions :

- Que veut-on accomplir ?
- Qui est la cible du produit que l'on veut construire ?
- Avez-vous des métriques en tête ?

03 ALIGNEMENT

30 minutes (25-5)

Que veut-on accomplir avec ce produit ? Objectif

Quelles cibles ? Quelle cible prioritaire ?



Que retrouverez-vous la semaine prochaine ?

Deux ateliers au même format : participatif, contribution individuelle puis vote pour converger vers une solution commune

Les sujets ?

Parcours utilisateur et Idéation...

Retrouvez-nous donc la semaine prochaine, pour découvrir la suite du Journal de bord !

ROTI* : 5/5

*Return On Time Invested.

Guillaume Lochart 11:56
5

Jonathan Lalinec 11:56
Idem 5

Marcelo Martins 11:56
5/5, au top

Brice Vincent 11:56
5,5)



PARCOURS 01/12/2021

LES ATELIERS UI/UX

Découvrez les ateliers de la 2ème semaine du #DiscoveryMobile avec Spliit.

L'important n'est pas tant le livrable de la carte que l'alignement qu'il permet de trouver.

Cela permet aussi de prioriser les activités sur le sujet le plus important. Ici, le moment cible s'est révélé être le début de l'expérience.

Cette décision est prise grâce à la confiance acquise par l'équipe à travers sa connaissance des utilisateurs (interviews, support client) et des datas qui parlent en ce sens.

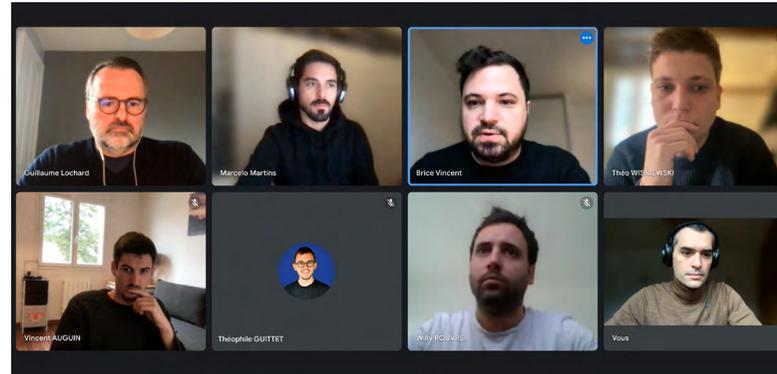
La prochaine étape consistera donc à imaginer des solutions pour savoir comment pourrions-nous créer les meilleures conditions pour bien démarrer avec le nouveau produit.

MORGAN IZQUIERDO

#UX Lead/Manager



DES ATELIERS MENÉS PAR :
MORGAN IZQUIERDO, #UX LEAD/MANAGER



Et comme toujours accompagnés par une équipe pluridisciplinaire :

- Théo Wisniewski, #Product Owner
- Willy ROUVRE, Directeur de l'expertise #Mobile
- Vincent Auguin, Lead dev Mobile

ATELIER : LE PARCOURS UTILISATEUR #UX #UI

Les objectifs ?

- Comprendre son expérience de bout-en-bout.
- Se mettre d'accord en équipe sur le moment le plus important de ce parcours (et ainsi consacrer le plus d'efforts).



LE DESIGN STUDIO #SKETCHING

Le #Design Studio ou sketching est une activité qui consiste à dessiner une solution.

L'objectif ?

- Converger vers une combinaison de solutions (qu'il faudra encore consolider avec une étape de synthèse).
- Ce n'est qu'un début, la réussite des solutions dépendra bien-sûr à la fois, de son exécution, mais aussi de son adéquation aux besoins utilisateurs.

L'avantage du dessin

Il est rapide à produire et facile à jeter.

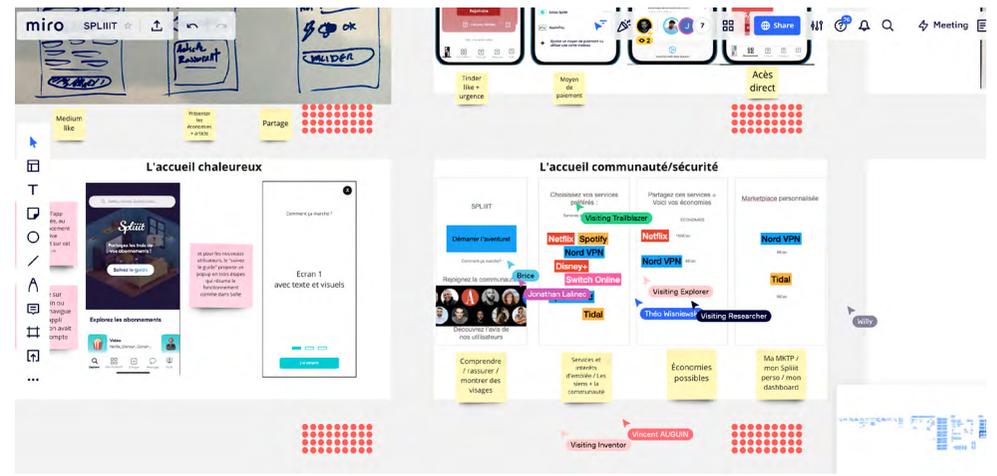
De plus, il est plus facile d'abandonner une idée si l'on y a pas investi trop de temps et d'argent.

Le cadre ?

Chacun (du CEO aux contributeurs les plus opérationnels) a une chance d'exprimer sa solution.



Les résultats après les 45 minutes de 'croquis'



Synthèse et combinaison de solutions

Que retrouverez-vous la semaine prochaine ?

L'Acculturation des Technologies Mobiles

Les #OKR (Objective & Key Results), pour faire converger l'équipe vers des objectifs et une stratégie commune pour le produit.

Découvrez les ateliers de la 3ème semaine sur l'acculturation mobile & OKR !

OKR & ACCULTURATION MOBILE 03/12/2021



QUE S'EST-IL PASSÉ DURANT CETTE 3ÈME SEMAINE ?

Cette semaine c'est Willy Rouvre et Théo Wisniewski qui ont animé des ateliers !

Les objectifs se veulent volontairement ambitieux, afin d'inciter l'équipe à viser des cibles qu'elle ne pensait pas atteindre, du moins pas de suite, tout en demeurant dans le même temps réalistes : ils doivent être durs à atteindre, mais pas au point de se démotiver.

Dans notre cas, nous avons adapté l'atelier OKR au contexte, en déclinant seulement des objectifs stratégiques dans un premier temps, qui pourront par la suite être complétés par des objectifs tactiques.

Comme disait Larry Page, cofondateur de Google : "I'd rather have the objective be to go to Mars, and if we fall short, we'll get to the moon. This is how you make moonshots."



L'ambition de l'atelier ?

Faire converger l'équipe vers des objectifs et une stratégie commune pour le produit, mais également d'acculturer l'équipe à penser impact !
Et ainsi de décliner la stratégie de Spliit pour le #produit en actions claires et mesurables.

Pour l'équipe de Spliit, les vertus des OKR sont nombreuses, car :

- Tout le monde s'approprie la stratégie de l'entreprise,
- Tout le monde sait sur quoi se focaliser,
- Tout le monde se voit embarqué dans un collectif qui a du sens.

ATELIER : DÉFINITION DES #OKR AVEC THÉO !

Les OKR (Objectives & Key Results) sont la symbiose entre 2 notions :

LES OBJECTIFS :

Ils indiquent où l'entreprise souhaite aller, comment elle se projette, quelle est sa vision.

LES RÉSULTATS CLÉS :

Ils indiquent si l'entreprise y est parvenue et, dans le cas contraire, cela permet de comprendre pourquoi et d'y remédier.

POUR CONCLURE...

Si les OKR ne doivent être en aucun cas considérés comme une recette magique applicable à tout contexte, cela s'y prêtait tout particulièrement ici.
Suivre leur progression tout au long de l'année 2022 permettra de prioriser les développements plus sereinement, ainsi que d'identifier les actions qui n'ont aucun impact sur nos Key Results (et qui ne nous aident donc pas à atteindre nos objectifs) pour pivoter en conséquence.

Le cap est donné, maintenant il nous faut continuer notre voyage !

The screenshot shows a presentation slide with the following content:

- 1-1. Les OKR, ... 1-2. Les OKR, ... 1-3. Définitions 2-1. Qu'est-ce... 2-2. Qu'est-ce... 2-3. Choisir le... 3. Enjeux des... 4. Définition des objectifs... 5. Définition des KR pour...
- Agenda:
 - 10h00 : Accueil
 - 10h05 : Contextualisation et présentation du concept OKR
 - 10h20 : Définition des objectifs
 - 5mn : réfléchir à un ou plusieurs objectifs
 - 15mn : mise en commun des contributions, présentation et échanges
 - 3mn : vote de l'équipe
 - 2mn : vote des décideurs (si nécessaire)
 - 10h45 : Définition des key results pour chaque objectif
 - 5mn : rappel des bonnes pratiques de définition d'un KR, création des rooms
 - 5mn : réflexion en équipe de 2 à plusieurs résultats clés pour un objectif donné, sans les chiffrer
 - 5mn : réflexion individuelle libre à un ou plusieurs résultats clés pour n'importe quel objectif, sans les chiffrer
 - 5mn x2 : présentation des key results pour chaque objectif et échanges
 - 5mn : vote de l'équipe
 - 5mn x3 : chiffrage en équipe des KR choisis
 - 11h35 : Pourquoi suivre ses OKR et messages clés à retenir
 - 11h40 : Présentation des next steps et questions

Cet atelier a permis de consolider certaines décisions et inspirations qui avaient émergé lors de l'atelier de Morgan Izquierdo sur le parcours utilisateur.

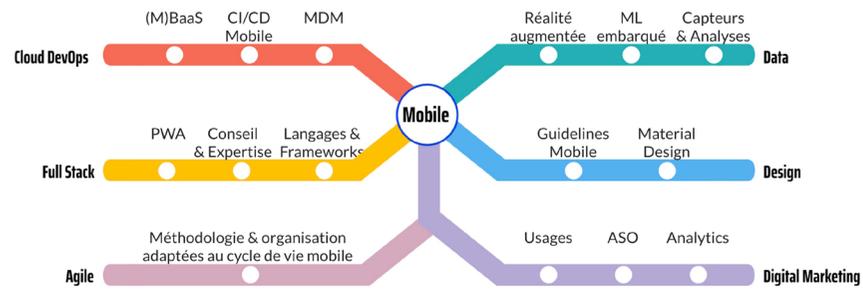
ACCULTURATION MOBILE ET VISION TECH DE SPLIT

Un atelier mené par Willy et accompagné par Vincent Auguin



VINCENT AUGUIN
Software Engineer

UN ÉCOSYSTÈME COMPLET



À LA DÉCOUVERTE DES FRAMEWORKS ...

L'étendue du Mobile

<p>Natif Adapté et dédié à chaque device</p> <p>avantages : pérennité, performances, aucune limitation contraintes : coûts, compétences techniques spécifiques</p> <p>Kotlin</p>	<p>Cross Platform Write once, run anywhere</p> <p>avantages : moteur de rendu natif, un développement pour plusieurs cibles. contraintes : performances inférieures au natif, recul nécessaire sur le choix du Framework</p> <p>React Native</p>	<p>Hybride Stack web sur les stores mobiles</p> <p>avantages : stack web, déployé sur les stores. contraintes : utilisation de webview, pas d'identité mobile, contraintes techniques, développements natifs limités et possiblement coûteux</p>	<p>Progressive Web App Site web survitaminé</p> <p>avantages : stack web contraintes : limité par le navigateur du device, pas d'identité mobile, contraintes techniques fortes</p> <p>L'EQUIPE</p>
---	---	---	--

mobile tech line

App (Google Play, App Store) | Web (Google Play)

Pourquoi ?

Pour mutualiser les connaissances et compétences, parler le même langage et surtout :

Que chacun soit force de proposition et qu'ensemble nous puissions prendre la meilleure décision.

L'objectif ?

Mettre à niveau l'ensemble des équipes sur les multiples possibilités que permettent les #TechnologiesMobiles.

Que retrouverez-vous la semaine prochaine ?

La semaine prochaine sera l'occasion de découvrir avec Théo Wisniewski un atelier autour du «Story Mapping».

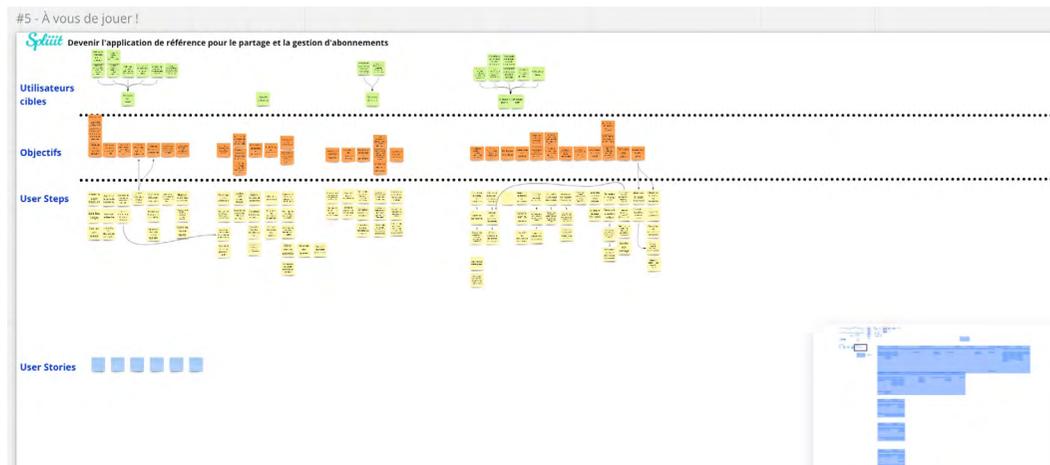
STORY MAPPING & TESTS UTILISATEURS 27/11/2021



4ÈME SEMAINE : PLACE AU STORY MAPPING

À cette étape du Discovery, il est important de passer au Story Mapping !

Le Story Mapping, c'est d'abord se poser plusieurs questions par rapport aux actions de nos utilisateurs : de quoi parle-t-on, qui le fait et quand cela se passe-t-il ?



ÉTAPE 1 : #STORYMAPPING AVEC THÉO WISNIEWSKI

L'idée ?

Donner une vision commune du produit à l'équipe.

L'objectif ?

Planifier les premiers sprints de développement qui serviront de base à notre MVP.

Son avantage ?

Proposer une cartographie visuelle du #ParcoursUtilisateur

- Pour s'assurer que rien n'a été oublié.
- Pour que la future #ExpérienceUtilisateur soit fluide.
- Pour ultimement se retrouver avec un #backlog de fonctionnalités.

Brice Vincent 12:27

Atelier génial ! 5/5 Continue comme ça :)

Jonathan Lalinec 12:27

5/5

Marcelo Martins 12:27

Top 5/5. Il fallait prendre plus de temps ...

Guillaume Lochar 12:27

Atelier intéressant. L'outil MIRO est top pour rendre interactif même à distance. On a besoin de ces objectifs communs clairs et SMART pour avancer. Merci et bravo Théo

Un backlog de fonctionnalités, qui :

- Place l'utilisateur au centre de la démarche, avec des fonctionnalités de grandes valeurs et utiles ;
- Permet de prioriser le travail à faire, en fonction de la valeur, des risques et des dépendances ;
- Apporte de la valeur ajoutée tôt dans la vie du produit, puis de manière régulière ;
- Crée un consensus au sein de l'équipe, en permettant à chacun d'avoir une vision commune, de comprendre comment fonctionne le parcours de l'utilisateur et pourquoi certaines fonctionnalités sont plus importantes que d'autres.

Dans cette première session de Story Mapping, nous avons ensemble, identifié nos utilisateurs et leurs objectifs ainsi que les grandes étapes (Epic) qui permettront aux utilisateurs d'atteindre l'objectif en question.

À ce stade, l'utilisateur n'est pas écarté du processus de construction, bien au contraire.

DESIGN REVIEW : #TESTSUTILISATEURS AVEC NOEMIE BOURGOIS

Pour s'assurer de répondre réellement aux attentes des utilisateurs, il est important de tester toute nouvelle interface à différentes étapes de sa création.

Lorsqu'on est impliqué dans un processus de création, on perd notre vision "novice" pour acquérir une vision "experte". Forts de nos connaissances, on peut passer à côté d'éléments qui s'avèrent complexes pour les non initiés, il faut donc tester.

Dans un Discovery, dès que la maquette UX de l'application commence à prendre forme, il devient possible de la confronter à ses futurs utilisateurs. L'objectif est de valider des éléments critiques du design, de tester des hypothèses, et d'observer la première prise en main de l'application par des utilisateurs.

Les tests se déroulent de la façon suivante :

- Un rendez-vous d'une demi-heure en visio conférence est pris avec l'utilisateur testé.
- Nous lui donnons accès à la maquette cliquable de l'application: ils partagent leur écran, et nous pouvons maintenant suivre leur navigation.
- Nous leur demandons de réaliser plusieurs scénarios pour atteindre des objectifs prédéfinis (s'abonner à un service, trouver une information, partager un abonnement...).

- Ils tentent d'effectuer la tâche, nous observons leurs points d'hésitation, leurs erreurs, et leurs succès
- Nous demandons aux utilisateurs de réfléchir à haute voix pour mieux comprendre leurs hésitations
- Quelques questions permettent de compléter nos découvertes !



Les objectifs

- Valider des éléments critiques du #design,
- Tester des hypothèses,
- Observer la première prise en main de l'application par des utilisateurs.

Résultats

Après quelques tests on peut déjà voir apparaître :

- Les succès du design, ses atouts,
- Les potentielles incohérences, les éléments qui créent des hésitations,
- Les éléments bloquants, qui vont créer des erreurs importantes dans l'utilisation,
- Les pistes d'amélioration,
- Tester des hypothèses,
- Observer la première prise en main de l'application par des utilisateurs.

PROTOTYPE

Proto interactif Figma

[Accéder au prototype](#)



A noter

Il s'agit de la première version d'un wireframe qui doit encore être affiné. Particulièrement **sur la partie visuelle, il s'agit d'intentions** et non pas d'un rendu final.

Dans tous les cas, nous devons encore itérer et tester auprès d'utilisateurs.

© 2020 - TITRE DE LA PRESENTATION



Les 3 premiers tests

Test 1



Test 2



Test 3



Et 4 autres dans le cadre du Discovery

Cet atelier aura permis de consolider certaines décisions et inspirations qui ont émergé lors de la définition du parcours utilisateur, tout en mettant l'accent sur de nouvelles notions qui restent à explorer.

Les nexts steps :

Définir les solutions à partir de chaque grande étape, avec une granularité assez fine pour les traduire en fonctionnalités.

Et enfin, il sera nécessaire de les prioriser et ainsi planifier les premiers Sprints de développement pour rester dans une démarche cohérente de livraison de valeur.

Retrouvez-nous la semaine prochaine, pour découvrir la suite du Journal de Bord du Discovery #Mobile !

PRIORISATION DESIGN 17/12/2021

2ÈME SESSION #STORYMAPPING

Lors de notre première session de Story Mapping, nous avons identifié ensemble et représenté visuellement le parcours de nos utilisateurs et leurs objectifs, ainsi que les grandes étapes (Epic) et features qui permettront aux utilisateurs d'atteindre l'objectif en question.

Cette semaine a eu lieu une deuxième session de Story Mapping afin de prioriser nos features selon la valeur qu'elles apportent à nos utilisateurs, tout en considérant leur impact business, et ainsi définir le périmètre de notre MVP.

Nous avons réfléchi ensemble à la meilleure priorisation, en suivant la méthode #MoSCoW. L'idée est de classer les fonctionnalités au sein de quatre groupes :

- Must have : les indispensables du produit, on ne peut pas faire sans ;
- Should have : deviendront des must-haves sur la durée ;
- Could have : optimisations et améliorations à moindre coût ;
- Won't have : non-prioritaire, nous y reviendrons plus tard.

Comme dans tout MVP, toutes les fonctionnalités peuvent vite être considérées comme prioritaires et se classer en must have. Pour éviter cet écueil, nous avons suivi le principe de Pareto, aussi connu sous le nom de la "règle 80/20". Le principe de Pareto énonce que 80% des effets d'un processus viennent de 20% des efforts qui y sont consacrés.

Transposé au domaine du Product Management, cela signifie que 80% des utilisateurs utiliseront 20% des fonctionnalités. S'il ne s'agit en aucun cas d'une vérité scientifique, cette notion permet de mettre en perspective la démarche de priorisation.

À la suite de cette séance de priorisation :

Nous avons notre backlog de fonctionnalités priorisées et les premiers Sprints de développement planifiés. Nous voilà plus que jamais embarqués dans notre démarche de livraison de valeur.





RESTITUTION

C'EST LA FIN DU #DISCOVERYMOBILE AVEC SPLIIT

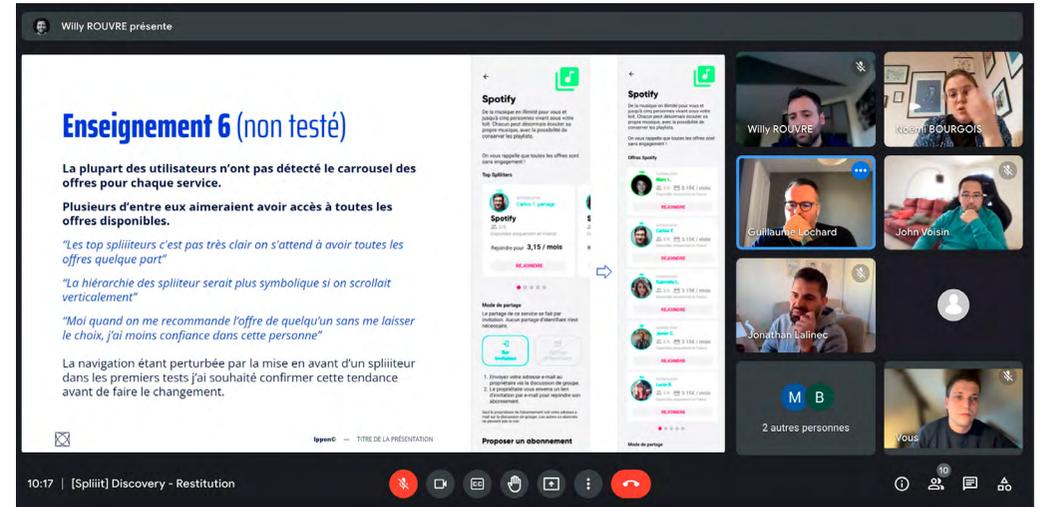
Pour rappel : Spliit avait gagné un Discovery #Mobile grâce au concours de cet été !

Et : la semaine dernière a eu lieu la restitution finale du Discovery !

Mais avant :
**Un grand MERCI aux cofondateurs
et dirigeants de Spliit !**

Jonathan Lalinec, Guillaume Locharde & Brice Vincent.

Ainsi qu'à leur équipe :
Marcelo Martins & John Voisin notamment !



**Un grand MERCI aussi à l'équipe
pluridisciplinaire IPPON :**

- Willy Rouvre, Directeur de l'expertise #Mobile
- Théo Wisniewski, #Product Owner
- Morgan Izquierdo, #UX Lead/Manager
- Noémie Bourgois, UX Designer
- Vincent Auguin, Lead Mobile

QUE RETENIR DE CE DISCOVERY ?

UN DISCOVERY QUI SE VEUT AGILE

Le Discovery a évolué au fur et à mesure des ateliers, grâce à :

- La belle collaboration avec les équipes de Spliit,
- Le challenge constant des besoins lors des ateliers,
- Les Tests Utilisateurs #UX, pour constater les succès et pistes d'améliorations (Noémie).

LES #OKR COMME POINT DE REPÈRE

En effet, tous les ateliers sont liés entre eux avec comme repère : les OKR.

L'ensemble des livrables, techniques, design et produits, reprennent ses enseignements.

ACCLTURATION MOBILE

L'objectif est de mutualiser les connaissances et les compétences autour de l'état de l'art du mobile, pour que chacun puisse être force de propositions et ainsi prendre la meilleure décision.

LES LIVRABLES CLÉS

Les équipes sont allées au delà d'un simple #MVP, ils ont défini un MMP (Minimum Marketable Product).

LE PLAN DE TAGGAGE

L'objectif ?

Déterminer les tags clés pour mesurer et suivre les OKR définis précédemment.

Pourquoi ?

Cela constitue le cœur de l'analytics, qui peut être enrichi par des informations de tracking complémentaires.

LE PRODUCT BACKLOG

L'objectif ?

Prioriser les features selon la valeur qu'elles apportent à nos utilisateurs.

Comment prioriser ?

Avec la méthode #MoSCoW :

- MUST HAVE : les indispensables du produit, on ne peut pas faire sans
- SHOULD HAVE : deviendront des must-haves sur la durée
- COULD HAVE : optimisations et améliorations à moindre coût
- WON'T HAVE : non-prioritaire, nous y reviendrons plus tard

En suivant le principe de Pareto : 80% des effets d'un processus viennent de 20% des efforts qui y sont consacrés.

L'objectif ? Éviter l'écueil de considérer toutes les fonctionnalités comme prioritaires "must have".



Le Discovery Mobile a permis d'estimer l'effort pour développer l'application et ses fonctionnalités.



www.ippon.fr
blog.ippon.fr
medium.com/ippon

contact@ippon.fr
+33 1 46 12 48 48
[@ippontech](https://twitter.com/ippontech)