

MÉTHODOLOGIE DE GESTION DES PROJETS IBUDO



AVANT-PROPOS



Ce présent livret rédigé par l'équipe IBUDO répond à un but précis. Il intervient dans un contexte de déphasage entre les réalités observées dans la conception et la mise en œuvre d'un projet et les méthodes utilisées en Afrique pour y parvenir.

Comment rattraper ce retard et apporter une réelle valeur ajoutée au continent ? Quelles sont les solutions qui peuvent être utilisées pour élaborer et mettre en place des projets innovants et pertinents ? Nous avons réfléchi sur ces différentes questions et nous avons essayé d'apporter les réponses convenables dans ce livret. Toute l'équipe d'IBUDO espère qu'il vous sera utile...

Bonne lecture !

Johanes F. Metahou

Chargé des opérations chez IBUDO

CHAPITRE 1

LA GESTION DE PROJET CLASSIQUE

Tout le monde a forcément un projet. Il peut s'agir d'un projet de vie, d'un projet pour un client, d'un programme ou d'un produit que l'on souhaite développer.

Mais comment s'assurer que votre projet soit une réussite ?

Ensemble, nous allons voir pourquoi la plupart des projets échouent et comment on peut faire pour augmenter ses chances de réussite. Les notions que nous allons aborder vont te permettre d'élaborer des projets performants et qualitatifs pour tes clients, toi-même ou ta communauté.



Vers la fin des
années 50

Une course folle vers les étoiles à lieu entre les États-Unis et l'Union soviétique. Le gouvernement américain qui est sensiblement en retard souhaite rattraper l'URSS. Pour ce faire, ils vont lancer Polaris, un programme de missiles balistiques nucléaires. Pour sa mise en œuvre et son développement, les experts estiment qu'il faudrait sept années de travail. Malheureusement, la Marine ne peut pas se permettre ce retard puisque l'Union soviétique ne fera que creuser l'écart.

Le gouvernement américain fait alors appel au cabinet de Booz Allen Hamilton pour développer une nouvelle méthodologie de travail. Résultat des courses, le programme sera achevé en quatre ans au lieu de sept au départ... **Comment ont-ils réalisé cet exploit ?**

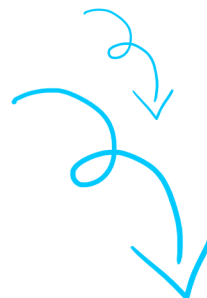
Pour réduire le délai de réalisation des travaux, les acteurs ont fait recours à un nouveau concept : travailler en « **mode projet** ». Ce dernier consiste à réunir une équipe autour d'un objectif précis à atteindre dans un temps donné avec un budget déterminé. **C'est ainsi que la culture projet est née.**

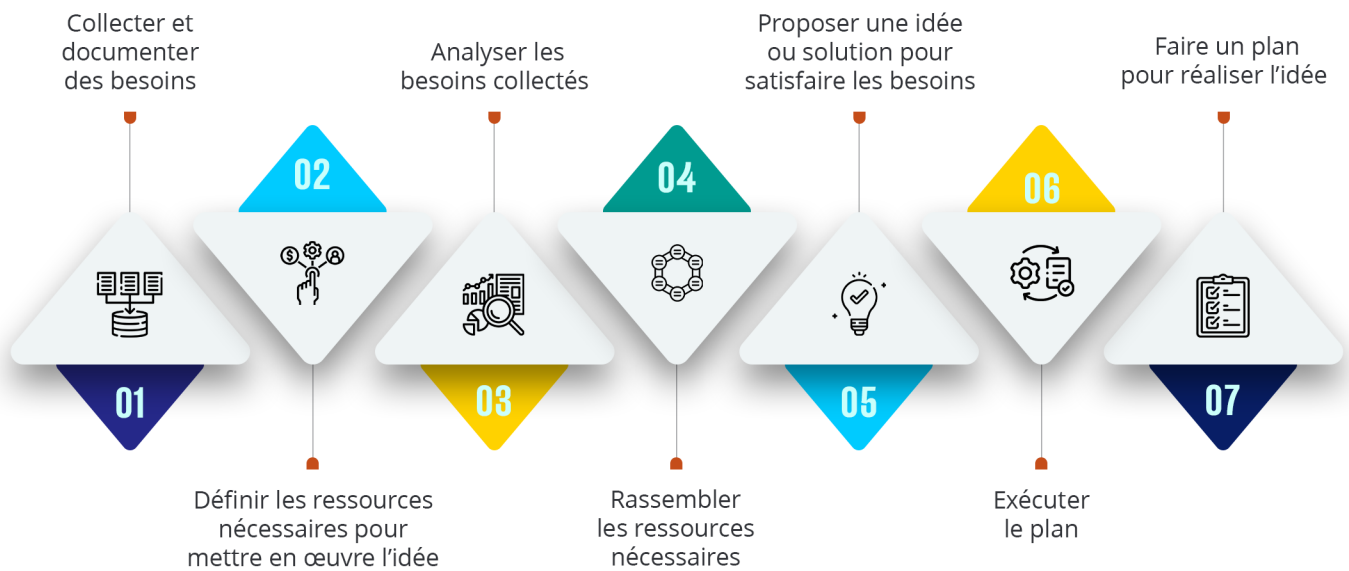
Dès lors, les institutions gouvernementales américaines vont s'intéresser à la culture de projet, c'est-à-dire comment réaliser des projets. La question qui se pose alors c'est : « **Quelle formule faut-il suivre pour mettre en œuvre un projet ?** ».

En
1956

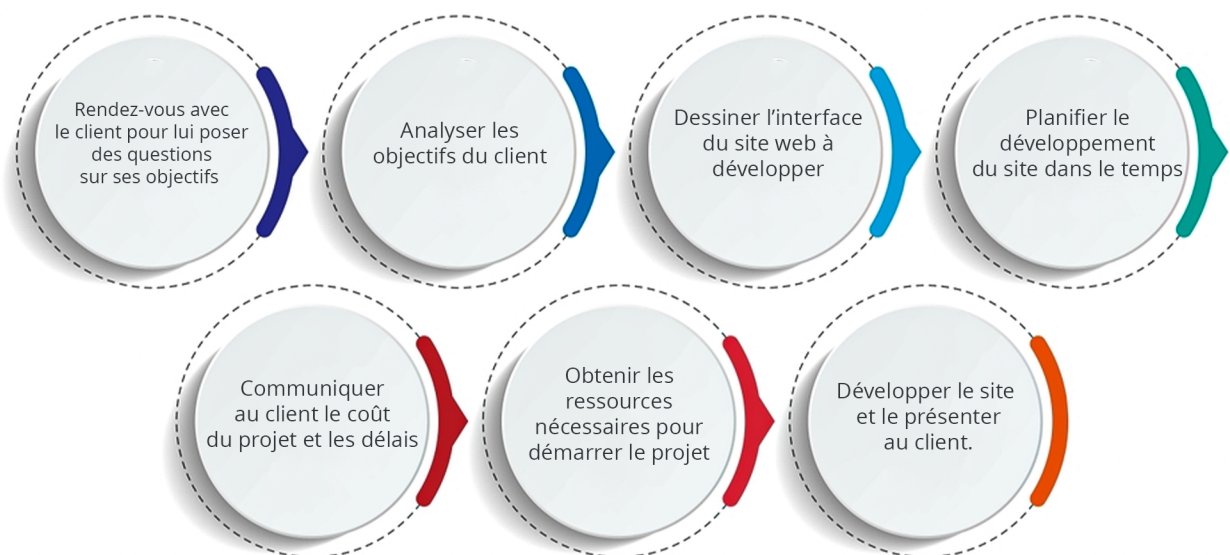
Un premier modèle sera proposé par Herbert D. Benington. C'est le modèle en cascade, plus connu sous la dénomination de Waterfall en anglais.

Plus précisément, le modèle en cascade est une formule qui décrit les différentes étapes à suivre pour réaliser un projet. Ces étapes sont linéaires, planifiées, avec la particularité que la réussite de chaque étape dépend de celle qui l'a précédé. Voici un peu comment fonctionne le modèle en cascade. Pour réaliser un projet, il faut entre autres :





► Voici par exemple comment la **méthode Waterfall** s'applique si tu veux créer un site web pour un client :



Dans le prochain chapitre, nous verrons que cette méthode présente quelques limites qui font qu'elle n'est pas toujours adaptée pour réaliser les projets qualitatifs.

CHAPITRE 2

POURQUOI AS-TU DU MAL A LANCER TON PROJET ?

Nous avons découvert dans le chapitre précédant une méthode de gestion classique des projets : la méthode Waterfall. Dans ce chapitre, nous verrons les limites de cette méthode et quelques raisons pour lesquelles les projets échouent lorsqu'elle est utilisée.



Revenons sur l'histoire du modèle en cascade

À son introduction dans les années 50, la méthode Waterfall a fait ses preuves et s'est imposée comme une référence. Elle s'est répandue si rapidement à tel point que les entreprises, les institutions et gouvernements du monde entier se l'approprient. Les gouvernements, en particulier, l'utilisent pour mettre en œuvre des projets de développement. Cette approche va toutefois montrer ces limites après quelques années.

LIMITE 1: MANQUE DE FLEXIBILITÉ

Comme nous l'avons vu, à l'étape 4 de la méthode Waterfall, on doit établir un plan. En fait, le modèle en cascade exige que toutes les activités nécessaires à la réalisation d'un projet soient planifiées avant le début du projet. Si tu as déjà rédigé un business plan ou un projet d'événement, tu connais forcément ça. On doit planifier et définir à l'avance tout ce qui doit être fait dans l'ordre chronologique : **c'est la méthode en cascade.**

Sauf que la planification à l'avance ne prend pas en compte les éventuelles contraintes et imprévus. Et que dans les faits, la réalité sur le terrain prouve que rien ne se passe comme on le prévoit sur un papier. Souvent les besoins des clients ou de la cible de votre projet changent. Cela arrive encore plus souvent dans le monde actuel digitalisé où les tendances changent rapidement. Or les besoins de votre client ou de votre client changent, votre plan aussi doit changer.

Tu es donc obligé de constamment négocier avec le client et de recommencer tout à zéro. Résultat, tu auras des retards de livraison. **Je suis sûr que beaucoup de freelances connaissent ça.** Lorsque tu livres un projet fini à ta cible alors que ses besoins ont changé, elle ne sera pas satisfaite. Le travail que tu as fait sera obsolète. Un autre problème est que les plans ne prennent généralement pas en compte les imprévus. Or ces derniers peuvent faire que le projet va demander plus de ressources que prévu. Par conséquent, tu auras des pertes d'argent et beaucoup d'autres problèmes.

Enfin, avec les approches de gestion de projet classiques, tant que tu n'as pas toutes les ressources nécessaires pour réaliser un projet, tu ne peux pas le lancer. C'est pourquoi beaucoup de jeunes sont incapables de lancer les projets qui leur tiennent à cœur dès qu'ils manquent de financement.

Ainsi, lorsqu'on applique la méthode Waterfall, les projets développés s'avèrent souvent inutiles, non pertinents, obsolètes, une fois finalisés ou difficiles à développer.

LIMITE 2 : LA LINÉARITÉ

Le deuxième problème avec le modèle en cascade est que les étapes doivent être exécutées de façon linéaire. Cela suppose que tu dois exécuter l'étape 1 (la collecte des besoins) avant l'étape 2 et ainsi de suite. Tu ne peux pas sauter d'étape comme tu le souhaites. Ainsi, tu es bloqué à un niveau, tout le projet l'est également. Cela engendre des pertes de temps. Par exemple, si ton équipe et toi, vous créez un site web et que la personne qui doit vous livrer les ressources nécessaires ne le fait pas vite, vous êtes bloqués sans d'autres issues possibles.

► Voilà quelques-uns des problèmes les plus importants de la méthode classique de gestion des projets. Ils engendrent de nombreuses conséquences.

Conséquences des limites du module en cascade	Concepts liés dans la culture startup	Solutions
Insatisfaction des clients ou de la cible	Product/Market fit	Management de la qualité
Temps d'exécution trop long	Time to market	Méthodologies agiles
Projets obsolètes		
Coûts importants et perte d'argent ou de ressource		Approches lean

Problèmes de la culture projet classique et les concepts proposés en réponse.

Ainsi, le modèle en cascade qui est aujourd'hui utilisé par les gouvernements, institutions du monde entier pour mettre en œuvre des projets de développement présentent donc des limites (notamment dues à son manque de flexibilité) qui expliquent que souvent les projets qu'ils mettent en œuvre n'ont pas l'impact escompté.

En raison de ceci, certains chercheurs se sont mis à réfléchir pour trouver de nouvelles méthodologies à appliquer pour ne pas rencontrer ces problèmes. C'est ainsi que vont naître la philosophie « **Lean** » et la **méthode agile**. Dans les prochains chapitres, nous allons voir de quoi il s'agit.

CHAPITRE 3

DE NOUVELLES APPROCHES POUR RÉUSSIR TES PROJETS

Comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent, les méthodologies de gestion des projets posent plusieurs problèmes. Pour les résoudre, un courant philosophique est né : la philosophie Lean. Celle-ci propose une solution à chacun des problèmes que pose la culture projet classique.

Problèmes de la culture projet classique	Solutions de la philosophie Lean
Besoins en ressources trop importants qui peuvent empêcher le démarrage	Lancer un MVP (Minimum Viable Product ou Produit Minimum Viable).
Temps d'exécution trop long, en raison de retards et d'imprévus	Adopter une organisation du travail flexible qui s'adapte au changement au lieu de suivre un plan
Inadéquation entre le produit/projet et les besoins/attentes de la cible/du client	Impliquer la cible au cœur du processus de conception dans une démarche collaborative.
Projet obsolète ou dépassé en raison du changement des conditions initiales.	Faire des feed-back rapides et itératifs pour valider les besoins de la cible.

La philosophie Lean a été adaptée dans divers domaines pour créer de nouvelles méthodes de gestion de projet, notamment le Manifeste Agile et le Lean Startup.
Mais de quoi s'agit-il ??

1- LE MANIFESTE AGILE

Dans le domaine du développement logiciel, la philosophie Lean a été utilisée pour développer ce qu'on appelle le Manifeste Agile. C'est une déclaration signée par des développeurs en 2001 avec pour objectif de révolutionner le processus du développement de logiciels.

La culture agile se base sur quatre valeurs et douze principes. Nous allons nous attarder sur ces derniers parce qu'ils peuvent nous être utiles quand nous travaillons avec des clients sur des projets.

Principes Agiles

1	Prioriser la satisfaction client	7	Accueillir le changement, même tard
2	Livrer fréquemment un produit opérationnel	8	Assurer une coopération équipe-client
3	Collaborer avec des personnes motivées	9	Privilégier le dialogue direct
4	Mesurer l'avancement du projet	10	Avancer à un rythme soutenable
5	Contrôler l'excellence de la réalisation	11	Privilégier la simplicité
6	Construire avec une équipe autoorganisée	12	Améliorer l'efficacité de l'équipe

2. LE LEAN STARTUP

Un autre courant qui s'inspire de la philosophie Lean est : le Lean Startup. Pour information, il s'agit d'un concept initialement développé en 2008 par Eric Ries, auteur du livre ***The Lean Startup : How Today's Entrepreneurs Use continuous Innovation to Create Radically Successful Business***, un livre très populaire sur le sujet. Ce dernier a connu un grand succès à travers le monde et est aujourd'hui considéré comme **la Bible des Startups**.

Alors, qu'est-ce que le Lean Startup ? Sur le site de Wikipedia, ce concept est défini comme suit : « Le lean start up (de l'anglais lean « maigre », « sans gras », « dégraissé ») est une approche spécifique du démarrage d'une activité économique et du lancement d'un produit. Elle repose sur le « **Validated Learning (en)** » (vérification de la validité des concepts), l'expérimentation scientifique et le design itératif.

Elle tend à réduire les cycles de commercialisation des produits, à mesurer régulièrement les progrès réalisés, et à obtenir des retours de la part des utilisateurs. Dans cette optique, les entreprises, en particulier les startups, cherchent à concevoir des produits et services qui satisfont au mieux la demande des consommateurs, avec un investissement minimal.

Le Lean Startup est donc une approche qui permet de lancer plus rapidement, des produits de qualité, en dépensant le moins possible. Cette stratégie permet donc de résoudre les trois principaux problèmes de la culture projet classique. Il faut donc retenir que les approches sont essentiellement basées sur le design itératif.

QU'EST-CE QUE LE DESIGN ITÉRATIF ?

C'est la notion que nous aborderons dans le prochain chapitre !

CHAPITRE 4

LE DESIGN POUR CONCEVOIR DES PROJETS QUALIFICATIFS ET PÉRENNES

Pour développer des projets ou produits qualitatifs, il faut parfois utiliser les méthodologies Lean qui sont essentiellement basées sur le design itératif. Dans le présent chapitre, nous allons découvrir ce qu'est le design et comment il peut aider à créer des produits, programmes et projets qualitatifs. De même, nous allons nous familiariser avec les outils du design et la démarche à suivre pour mettre en œuvre une démarche design.

DEFINITION

Étymologiquement, le mot « **design** » vient du latin *designare* qui signifie « **marquer d'un signe distinctif** ». Ce concept a en particulier donné naissance à deux mots :

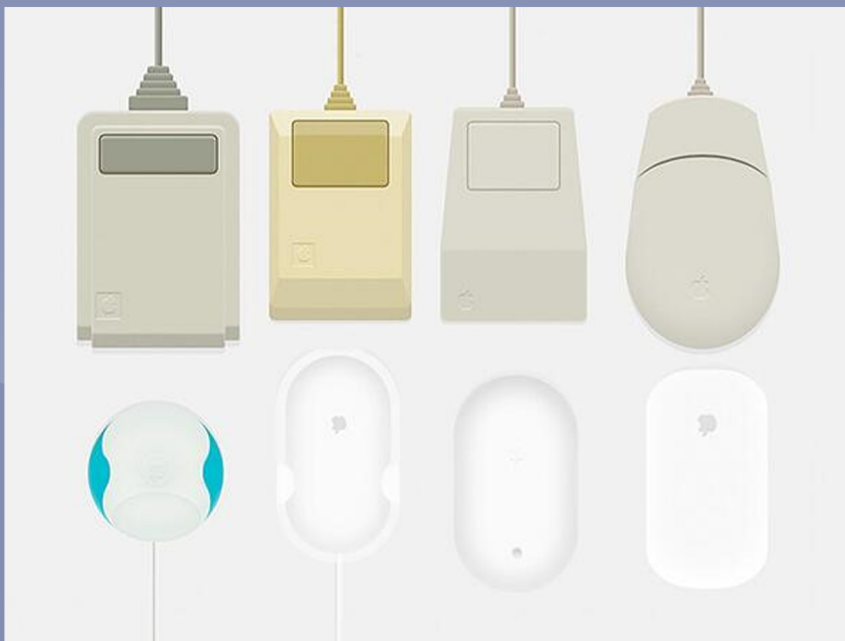
Dessein : intention, projet

Dessin : forme, modèle

Selon le WDO (**Organisation Mondiale du Design**) : « Le design est un processus de résolution de problèmes stratégiques qui stimule l'innovation, favorise la réussite commerciale et conduit à une meilleure qualité de vie grâce à des produits, des systèmes, des services et des expériences innovantes.

Le design comble le fossé entre ce qui est et ce qui est possible. C'est une profession transdisciplinaire qui exploite la créativité pour résoudre les problèmes et cocréer des solutions dans le but d'améliorer un produit, un système, un service, une expérience ou une entreprise... (...) Il relie l'innovation, la technologie, la recherche, les entreprises et les clients pour fournir une nouvelle valeur et un avantage concurrentiel dans les sphères économiques, sociales et environnementales. »

Le design est donc une démarche qui permet d'améliorer la qualité (répondre aux besoins de la cible), l'esthétique et la sécurité d'un produit, d'un projet et d'une expérience.



Évolution de la
souris chez Apple
grâce au design

UTILITÉ

Le design peut servir :

- Lors de la création d'un produit, d'un projet, d'un programme ou d'une expérience.
- Pour améliorer un produit, un projet un programme ou une expérience.
- Pour résoudre des problèmes techniques.

Lorsque le design est centré sur l'expérience on parle de **Design thinking** ou de **UX Design**. Le terme de Design UX a pour précurseur Donald Norman qui explique à ce propos : « **L'expérience utilisateur décrit toute expérience et satisfaction qu'un utilisateur peut vivre et ressentir lorsqu'il utilise un produit ou un système** ». Lorsqu'il est centré par contre sur la conception de produit, on parle de Product Design.

DÉMARCHES DU DESIGN

Maintenant que nous savons ce qu'est le design et à quoi cela sert, la question qu'il faudra se poser est : **comment la mettre en œuvre pour créer des produits, projets, programmes et expériences de qualité ?** Pour répondre à cette question, notez qu'il existe plusieurs démarches de design dont on entend souvent parler :



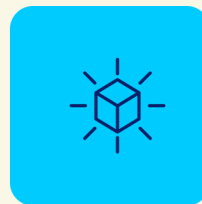
► Lean UX



► UX Design



► Design Sprint



► Product Design



► Design thinking

Chacune de ces démarches est généralement subdivisée en 4 étapes.

ÉTAPE 1 – DÉFINITION DE L'OBJECTIF

Les membres de l'équipe projet commencent par se mettre d'accord sur l'objet de l'étude de design, ses limites et l'objectif à atteindre. Si l'étude porte sur l'amélioration d'un produit existant, il faut commencer par s'assurer que les membres maîtrisent bien le produit, son cadre d'utilisation ainsi que ces caractéristiques.

ETAPE 2 – IDEATION ET INVESTIGATION

Il faut ensuite chercher des idées qui pourraient permettre d'atteindre l'objectif. Cela peut passer par deux types d'activités : un travail de créativité ou un travail d'investigation.

► Le travail de créativité

À cette phase, les membres de l'équipe essaient de trouver des idées originales.

► Le travail d'investigation

Le travail d'investigation permet de chercher et de s'inspirer d'idées déjà existantes, qui viennent d'autres produits, de découvertes récentes, de la mode, de la nature, etc.

ETAPE 3 – MATERIALISATION

Une fois que la ou les solutions retenues ont été décrites, on peut se lancer dans la matérialisation, qui se fait de trois manières :

► Maquettage

On réalise une maquette de la solution envisagée. Cela permet d'avoir rapidement un rendu concret des croquis/schémas de la solution. On peut aussi se rendre compte de l'impression que donnera le nouveau design.

► Modélisation

À l'aide d'un logiciel de modélisation en trois dimensions, on modélise la solution. On part pour cela des croquis et/ou des schémas. Une fois la modélisation terminée, on peut utiliser des modules de simulation pour tester la solution et effectuer quelques ajustements si nécessaire.

► Prototypage

On réalise une maquette avancée ou fonctionnelle de la solution. Le prototypage peut se faire avec plusieurs outils ou machines : imprimante 3D, découpeuse laser, centre d'usinage, perceuse, scie, etc., en fonction de ce qui est disponible.

REMARQUE :

Un **fablab** est un laboratoire de création/fabrication/prototypage. Le centre de Sème-City Open Park par exemple dispose d'un fablab.

ÉTAPE 4 – INTÉGRATION

Au cours de cette étape, on remplace finalement les anciens éléments matériels du produit par les nouveaux éléments issus de l'étude du design. Le travail se termine par la vérification du bon fonctionnement du produit. On s'assure aussi du fait que l'amélioration attendue est atteinte. ***Mais comment cela se déroule-t-il concrètement ? Comment utiliser le design pour concevoir des produits, expériences, services, programmes ou projets de qualité ?***

Dans le prochain chapitre, nous allons voir comment y arriver avec une démarche de design très utilisée par les startups : **le Design Sprint**.

CHAPITRE 5

LE DESIGN SPRINT POUR COCREER DES PROJETS IMPACTANTS

Qu'est-ce que c'est que le design sprint ? À quoi sert-il ? Comment le mettre en œuvre dans le cadre de la gestion d'un projet ? Nous tenterons d'apporter une réponse satisfaisante à toutes ces questions pour vous aider à vous approprier cette démarche design très populaire ces dernières années.

DEFINITION

Le **design sprint** est un processus de création conçu pour les startups ou les entreprises. Il se base sur une contrainte temporelle. En cinq jours, les équipes doivent travailler pour obtenir un premier prototype d'un produit ainsi que les retours d'expérience des utilisateurs. L'objectif étant de réduire les risques et les incertitudes liés à l'innovation. Le design sprint mélange en fait différentes techniques d'idéation, de stratégie business et de conception centrée sur l'utilisateur (user centered design).

Cette approche a été développée et popularisée par Jake Knapp, John Zeratsky et Braden Kowitz au sein de Google Ventures. Aujourd'hui, elle s'est développée et est utilisée dans presque toutes les industries pour développer des produits innovants.

Jake Knapp est un designer qui a travaillé à Google Ventures (une des sociétés du Groupe Alphabet) de 2010 à 2016. Dans l'exercice de ses tâches régaliennes, il s'est inspiré des méthodes du Design Thinking de l'entreprise et de l'Université de Stanford pour élaborer une nouvelle démarche : le Design Sprint.

Après avoir expérimenté la méthode avec près de 150 startups telles que Slack, Blue Bottle Coffee, Nest ou Uber, Knapp publie en 2016 un livre pour faire connaître la méthode.

À quoi sert le design Sprint ?

Comme toute démarche design, le Design Sprint sert à concevoir rapidement et à moindre coût des expériences qualitatives. Il peut servir dans les situations suivantes

- ▶ Tester une idée de projet ;
- ▶ Lancement d'un nouveau produit ou service ;
- ▶ Lancement d'un projet complexe demandant la collaboration étroite de plusieurs acteurs ;
- ▶ Problèmes ergonomiques ou d'ordre émotionnel affectant les ventes (par exemple, un taux élevé d'abandon du panier).

Source : WIKIPEDIA

Pourquoi utiliser la méthode du design sprint ?

Les entreprises et startups ont souvent recours au design sprint pour avoir des résultats immédiats. Cette approche permet en effet de stimuler la créativité et d'exploiter les meilleures idées dans le cadre d'un projet. De même, elle est pratique pour tester le potentiel d'un concept sans avoir à investir dans le développement.

Le design sprint est aussi efficace pour limiter les risques grâce à sa contrainte temporelle. Il sert à réorienter le projet si nécessaire et de maximiser le retour sur investissement. Par ailleurs, ces avantages incitent les investisseurs à financer et à donner vie à un projet. Avec cette méthode, le but du designer est double : accroître la productivité de l'équipe et réussir la mise sur le marché de produits innovants.

Comment se déroule un design sprint ?

Comme la plupart des démarches design, le design sprint se déroule en cinq étapes et en cinq jours. Cela signifie qu'une journée entière est consacrée à chacune des étapes. Par ailleurs, il s'agit d'une démarche collaborative, c'est-à-dire qu'elle doit s'exécuter en équipe.

LES ÉTAPES DU DESIGN SPRINT



A- COMPRENDRE (JOUR 1)

Au cours de cette étape, on pose la problématique. Cela inclut les challenges à relever, le problème majeur à résoudre ou encore l'empathie avec les utilisateurs cibles. En cinq jours, il peut sembler difficile de passer une journée à parler et écrire sur des tableaux blancs. L'idée est de perdre moins de temps en se concentrant sur le problème en lui-même.

Il est donc important de partager ces connaissances avec ses collaborateurs pour tenter de comprendre le problème et mieux l'appréhender. Une fois terminées, les membres de l'équipe choisissent une cible pour la suite des travaux. À la fin de cette étape, une carte de l'expérience client ou du processus est établie pour faciliter la mise en œuvre de l'étape 2.



B- ESQUISSEZ (JOUR 2)

À cette phase, les membres de l'équipe cherchent ensemble toutes les solutions possibles. Après une journée complète dédiée à la compréhension du problème, il faut à présent chercher à le résoudre de manière créative et positive. Le jour 2 du design sprint commence par l'inspiration. L'idée est d'élaborer une revue avec des idées existantes pour remixer et améliorer.

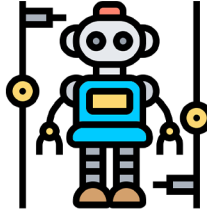
Chaque participant(e) travaille de manière indépendante et développe de manière détaillée une ou plusieurs solutions aux problèmes rencontrés. À la fin, ils exposent leurs idées (sketch) en mettant un accent particulier sur la pensée critique. Au cours du jour 2, les participants commencent par planifier la phase de test en recrutant des clients correspondants à la cible.



C- DÉCIDER (JOUR 3)

Le jour 2 permet de collecter plusieurs idées innovantes ou des solutions pratiques pour la mise en œuvre du projet. Cependant, un problème se pose : on ne peut pas tous les exploiter (prototyper et tester) faute de temps ou de ressources disponibles.

Dès lors, un nouveau défi s'impose : choisir la meilleure idée pour atteindre les objectifs initiaux. Pour ce faire, les participants auront besoin d'un plan bien solide avec l'élaboration d'un story-board. Ce dernier doit être précis et doit servir de base au prototype du jour 4.



D- PROTOTYPE (JOUR 4)

Ici, il faut construire le prototype de la solution pour avoir un POC (proof of concept – preuve de concept) réaliste. Ce dernier ne doit pas nécessairement être parfait, il doit simplement être assez bon pour être montré aux testeurs (clients sélectionnés). Ainsi, ils pourront terminer le projet le dernier jour et tirer les conclusions qui s'imposent.

La mise en œuvre de cette étape paraît plus simple dans la mesure où vous avez pris toutes les décisions importantes le jour 3. Vous avez aussi capturé ceux de votre story-board et vous êtes à même d'utiliser toutes les compétences de votre équipe. Cela suppose que vous assignez les rôles de prototypage tels que Maker, Writer, Stitcher et Asset Collector.



E- TESTS (JOUR 5)

Le jour 1, vous avez commencé avec une équipe de travail motivé et vous avez travaillé pour la mise en œuvre d'un prototype. Toutefois, vous devez aller plus loin en interrogeant les clients et en apprenant en les regardant réagir à ce dernier. Idéalement, il faut tester la solution retenue sur des utilisateurs en situation réelle.

À défaut, vous pouvez aussi le tester à distance si la situation le requiert. Le test est réalisé sur les cinq personnes les plus proches possible du public cible pour recueillir leurs impressions. La particularité avec cette étape est qu'elle rend le design sprint plus complet et intéressant. À la fin de la journée, vous saurez jusqu'où vous devez aller et vous saurez exactement quoi faire ensuite.

Les limites du Design Sprint

Même s'il s'agit d'une méthode qui fait ses preuves, le design sprint présente quelques limites notamment liées à sa durée (5 jours de collaborations). Pour cette raison, plusieurs professionnels proposent des solutions alternatives pour atteindre les objectifs plus rapidement.

Chez Ibudo par exemple, nous avons développé une version alternative du design sprint qui permet de générer des solutions innovantes et de lancer des projets en équipe dans un délai relativement très court.

CHAPITRE 6

ÉLABORER SON PROJET AVEC LA MÉTHODE IBUDO

Dans ce chapitre, tu vas découvrir la méthode mise en place par IBUDO pour élaborer rapidement des projets qualitatifs et pérennes. C'est une variante de design sprint qui est inspiré du design thinking de IDEO. Pour information, IDEO est une entreprise qui a collaboré avec Apple en 1980 pour concevoir les souris pour ses ordinateurs.

À l'époque, les souris étaient trop coûteuses et peu fonctionnelles. IDEO a réussi à les réinventer grâce au design itératif. Si toi aussi tu as envie d'élaborer des services, des produits ou des projets qualitatifs pour tes clients ou d'autres cibles, IBUDO a imaginé cinq étapes à suivre pour réussir.

Chez IBUDO, nous pensons que l'innovation et le design constituent une démarche qui consiste à améliorer les expériences. C'est pourquoi nous d'abord devons établir une cartographie d'expérience dans toutes les démarches d'innovation. Concrètement, on va partir d'une expérience quotidienne de la vie, puis on va l'illustrer pour identifier les irritants qui font qu'elle ne se déroule pas de façon satisfaisante. Il y a deux outils que tu peux utiliser pour réaliser une cartographie d'expérience : Le Journey Map et le User Persona.

Avant qu'on ne découvre ce que c'est, garde en tête que cela ne se fait pas sur un coup de tête. Pour y arriver, tu dois d'abord réaliser une user research ou recherche utilisateur. Concrètement, ça signifie que tu vas utiliser des outils comme un questionnaire ou des interviews pour accueillir le témoignage de ceux qui ont vécu l'expérience (c'est ce qu'on appelle user interview).

Cela va te permettre de mieux comprendre les End User (la cible de ton projet) et leur comportement. Une fois que tu as réalisé les user interview, condense les informations recueillies en réalisant un user persona/persona utilisateur et ton journey map/parcours utilisateur.

Le user persona est un outil qui s'appuie sur toutes les données récoltées lors d'une phase de recherche utilisateur (entretien individuel, questionnaire, observation...) pour présenter un utilisateur-type. Un persona est donc un utilisateur-type, une représentation synthétique regroupant des comportements similaires ou proches observés chez les utilisateurs cibles.



SOSSOU Edith

Age: 17 ans
Education: Classe de 1ère
Hometown: Cotonou
Family: Vit avec son père
Occupation: Élève

Je n'aime pas manquer les informations sur l'école

Objectifs	Frustrations
« Je ne veux manquer aucune des informations partagées dans le groupe de discussion de la classe »	« Y a trop de discussion dans le groupe. » « Je ne suis pas au courant lorsqu'une nouvelle information apparaît dans le groupe. »

Edith est une élève en classe de 1ère qui utilise une application de messagerie pour se tenir informée, mais elle a du mal à suivre à cause du nombre de discussions dans le groupe

Exemple de persona utilisateur

Le journey map quant à lui, est un outil qui décrit en plusieurs étapes le parcours d'un end user qui vit l'expérience que l'on veut améliorer.

PERSONA
EDITH

Action	Se connecter à l'application	Chercher le groupe des discussions	Ouvrir le groupe de discussion
Tâches			
Sentiment			
Opportunités d'amélioration			

Exemple d'un parcours utilisateur

Que ce soit le user persona ou le journey map, la particularité de ces deux outils est qu'ils permettent d'identifier et de mettre en avant, les besoins des end user (utilisateur cible), leurs objectifs et leurs frustrations. Voici donc en résumé comment réaliser une cartographie d'expérience.

Action à mener	Livrable
User research (user interview, questionnaires, observations)	Insights /Notes issues du user research
Persona utilisateur	Besoins, objectifs, frustrations/irritants
Parcours utilisateur	

ÉTAPE 2

IDENTIFICATION DE PROBLÈMES



La cartographie d'expérience te permet d'identifier les besoins, les objectifs et les frustrations des end user. Il est temps d'utiliser ces informations pour formuler le ou les problèmes à résoudre. C'est ce qu'on appelle **Point of view/point de vue (POV)**.

Pour formuler un point of view, il suffit de suivre la formule suivante :

[L'utilisateur] est un [fonction de l'utilisateur] qui a besoin de [besoin] car [insight/irritants/frustrations].

Pour réussir, tu dois donc lister les besoins et les frustrations à partir de la cartographie réalisée lors de l'étape précédente. Une fois le Point of view rédigé, tu peux maintenant le réécrire sous forme d'une ou plusieurs questions commençant par « *Comment pourrions nous...* ». C'est ce qu'on appelle un **how might we question**.

Insight	Besoin	POV	How might we

Les how might we question indiquent des challenges à résoudre. Si ta cartographie d'expérience a donné plusieurs irritants, tu peux potentiellement trouver plusieurs challenges. C'est pourquoi il peut être préférable de choisir un irritant sur lequel te concentrer. En effet, tu ne peux pas traiter tous les irritants.

ÉTAPE 3

FORMULATION D'IDÉES



À cette étape, il faut d'abord formuler librement toutes les idées possibles qui te viennent en tête pour résoudre le challenge. C'est ce qu'on appelle l'idéation libre. Toutefois, n'oublie pas de formuler un maximum d'idées avec ton équipe. Tu peux à cet effet utiliser d'autres méthodes en t'inspirant notamment de projets similaires au tien. Une fois terminée, tu dois filtrer les idées une à une en les confrontant à trois critères : Désirabilité, Faisabilité et Viabilité.

- Désirable : les idées doivent être en adéquation avec le profil et les besoins de l'utilisateur.
- Faisabilité : Tu dois pouvoir développer l'idée avec peu de ressources, les compétences disponibles et en un temps relativement court
- Viabilité : l'idée doit pouvoir durer et être viable dans le temps en rapportant par exemple suffisamment d'argent pour être maintenue.

Une fois que tu as supprimé les idées qui ne répondent pas aux trois critères, il doit te rester deux à quatre idées. Ta mission est maintenant de les croiser pour imaginer une solution ou un projet qui intègre toutes ces idées.

Un projet ou une solution est donc un ensemble d'idées faisables, désirables et viables susceptibles de répondre au challenge.

Maintenant que tu as imaginé ton projet, il faut le concrétiser. Pour cela, tu dois commencer par faire un prototype du projet. Un prototype est une matérialisation physique ou numérique de tout ou une partie du projet. Il peut se présenter sous divers formats :

- Sketching
- Dessin assisté ordinateur
- Landing page
- Affiche publicitaire
- Storyboard

Le prototype sert à tester ton projet auprès des end user pour l'améliorer si nécessaire. Tu pourras ensuite le faire progresser en un **Minimum Viable Product (MVP)** que tu vas lancer. Cela ne devrait pas être compliqué, car rappelle-toi, les idées de ton projet son faisable. Cela signifie que tu as les capacités de rassembler les ressources nécessaires à leur réalisation.

C'EST LA FIN !

J'espère que la lecture fut agréable et que ce livret te servira dans l'élaboration et la mise en œuvre de tes projets innovants.

Si tu souhaites en apprendre davantage, tester et appliquer le contenu de ce livret, je t'encourage vivement à prendre part aux activités et ateliers que IBUDO organise.

Pour rester connecté à la communauté, suis-nous sur nos différents canaux digitaux et sur notre site web officiel www.ibudohub.co :

