

VALTECH DAYS

17 MARS 2011 - PARIS

Quand Product Owner rime avec Marketeur

Hélène GRANBOULAN-BENSALEM

Consultante senior
Valtech

Jean Claude GROSJEAN

Coach Agile – Formateur – Consultant UX
Valtech



Sommaire

- 1. Nous & vous**
- 2. Agilité?**
- 3. Product Owner : un rôle Scrum... des responsabilités**
- 4. Des approches pour le marketing agile**
- 5. Synthèse**
- 6. Votre ROTI**

Vous ?

Nous



&



Agilité ?

« L'agilité est la capacité d'une organisation à créer de la **valeur** et à ravir son **Client**, tout en favorisant et en s'adaptant – à temps – **aux changements** de son environnement »

Et une réponse aux enjeux majeurs du Marketing digital

*« Le bon produit à la bonne personne,
dans le bon contexte au bon moment »*

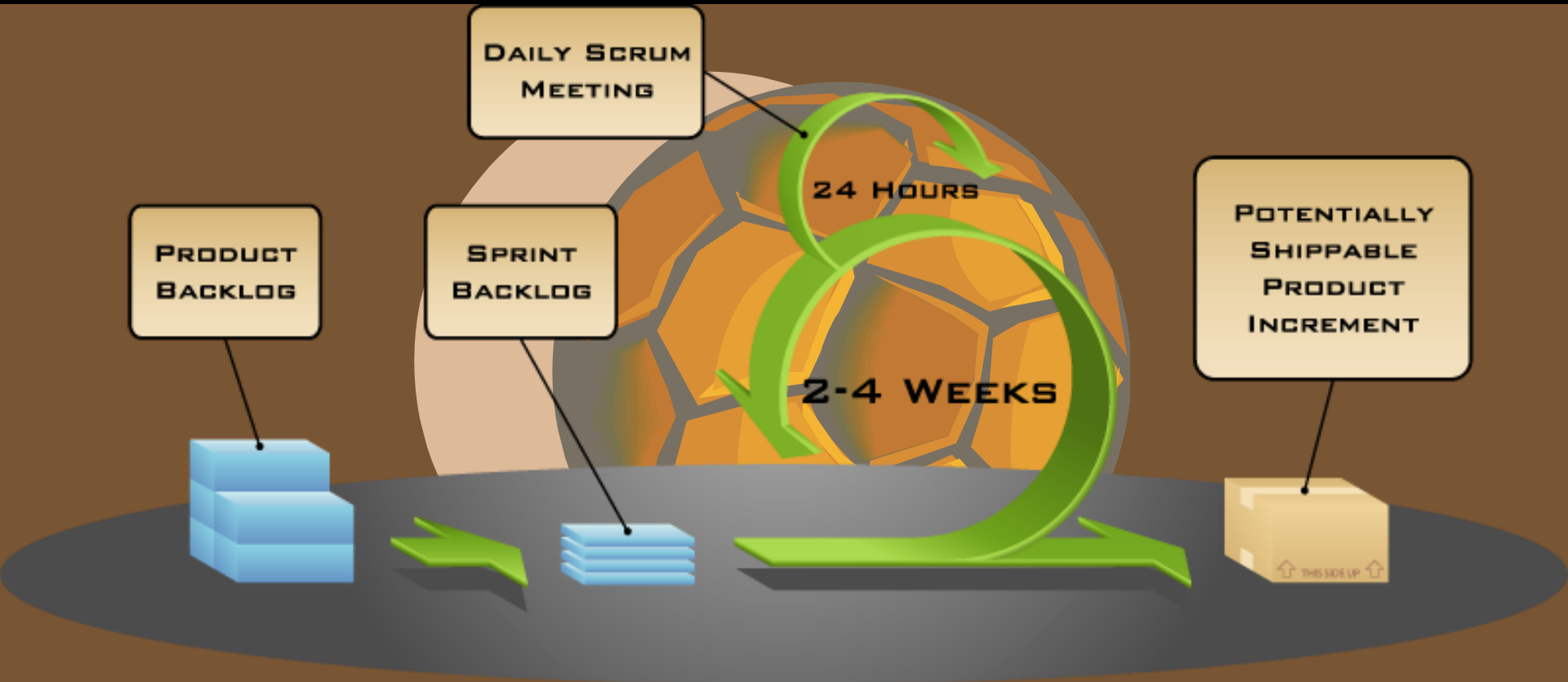
Le marketeur devient Product Owner

Des + pour le marketing...

- Alignement Business/IT sur une même vision
- Accélération des délais de livraison
- Plus grande capacité d'influence
- Plus grande visibilité
- Meilleure adaptation aux besoins

Si on joue le jeu !

Product Owner : un rôle de Scrum...



COPYRIGHT © 2005, MOUNTAIN GOAT SOFTWARE



... dans la mêlée... le président



L'équipe



Les joueurs



Le Scrum master



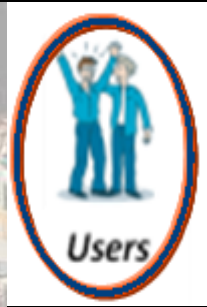
L'entraîneur



Le Product Owner



Le président



(www.realmadrid.com) (cc Jexweber.fotos)

Responsabilités du Product Owner

UNE « TO DO LIST » !

1. **Donner & communiquer la Vision**
2. **Définir et alimenter le Backlog de produit**
3. **Fixer les priorités**
4. **Expliquer finement ce que vous attendez**
5. **Ajuster les fonctionnalités et les priorités**
6. **Accepter ou rejeter les résultats régulièrement**

**Et en plus, il faut
que je sois
disponible !!**



Soutenir le Product Owner

Dans ses activités...

1. **Donner & communiquer la Vision**
2. **Définir et alimenter le Backlog de produit**
3. **Fixer les priorités**
4. **Expliquer finement ce que vous attendez**
5. **Ajuster les fonctionnalités et les priorités**
6. **Accepter ou rejeter les résultats régulièrement**



1. Donner et communiquer la vision...

« Our vision is to be earth's most customer retail centric company; to build a place where people can come to find and discover anything they want to buy online »

1. Donner et communiquer la vision...Produit

« Fits in a shirt pocket, syncs seamlessly with PC, fast and easy to use, no more than \$299 »

Pour fixer le cap!

Pour donner du sens!

1. Workshops Vision

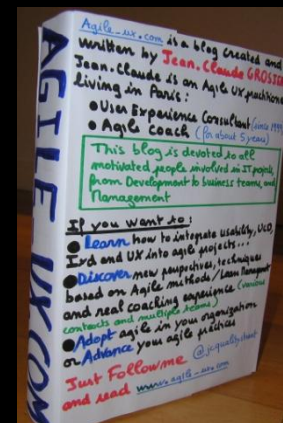
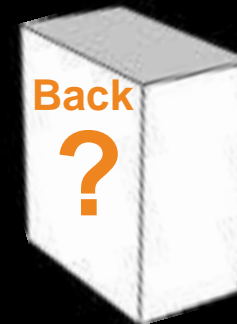
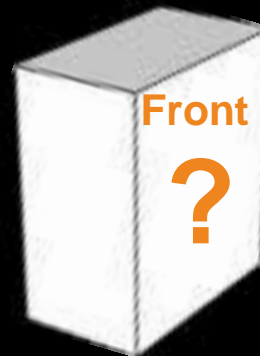
Pour...	Public concerné par le produit
Qui souhaitent ...	Formulation du besoin des cibles
Notre produit est	Ce qu'est le produit (type)
Qui offre...	Principaux apports, principales fonctionnalités
A la différence de...	Ancien système, solution alternative ou produit concurrent
Notre produit permet de...	Bénéfices clés, éléments différenciateurs

(d'après Geoffrey Moore)

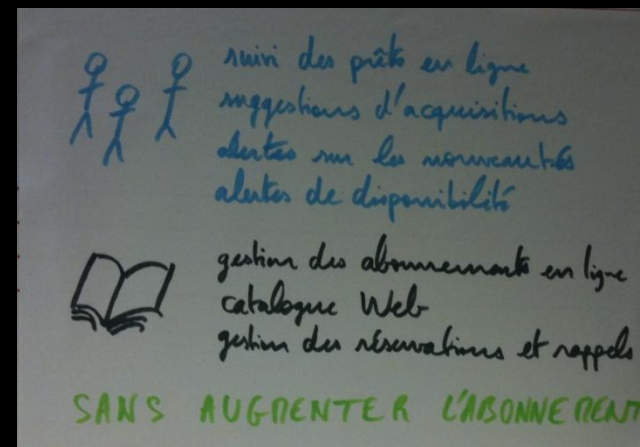
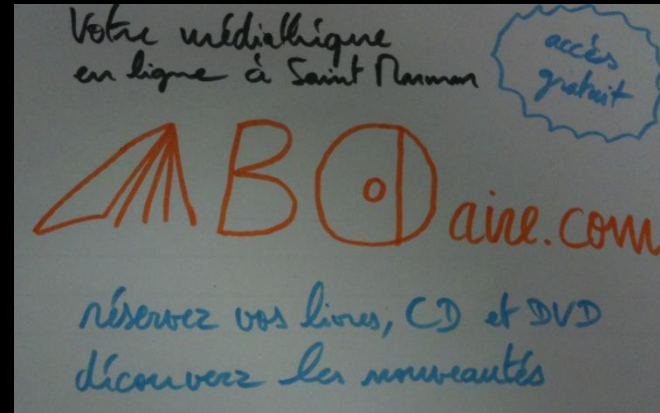


1. Workshop « Product Vision Box »

« Implique-moi et je comprendrai ! »



1. Workshop « Product Vision Box »



(www.agile-ux.com)

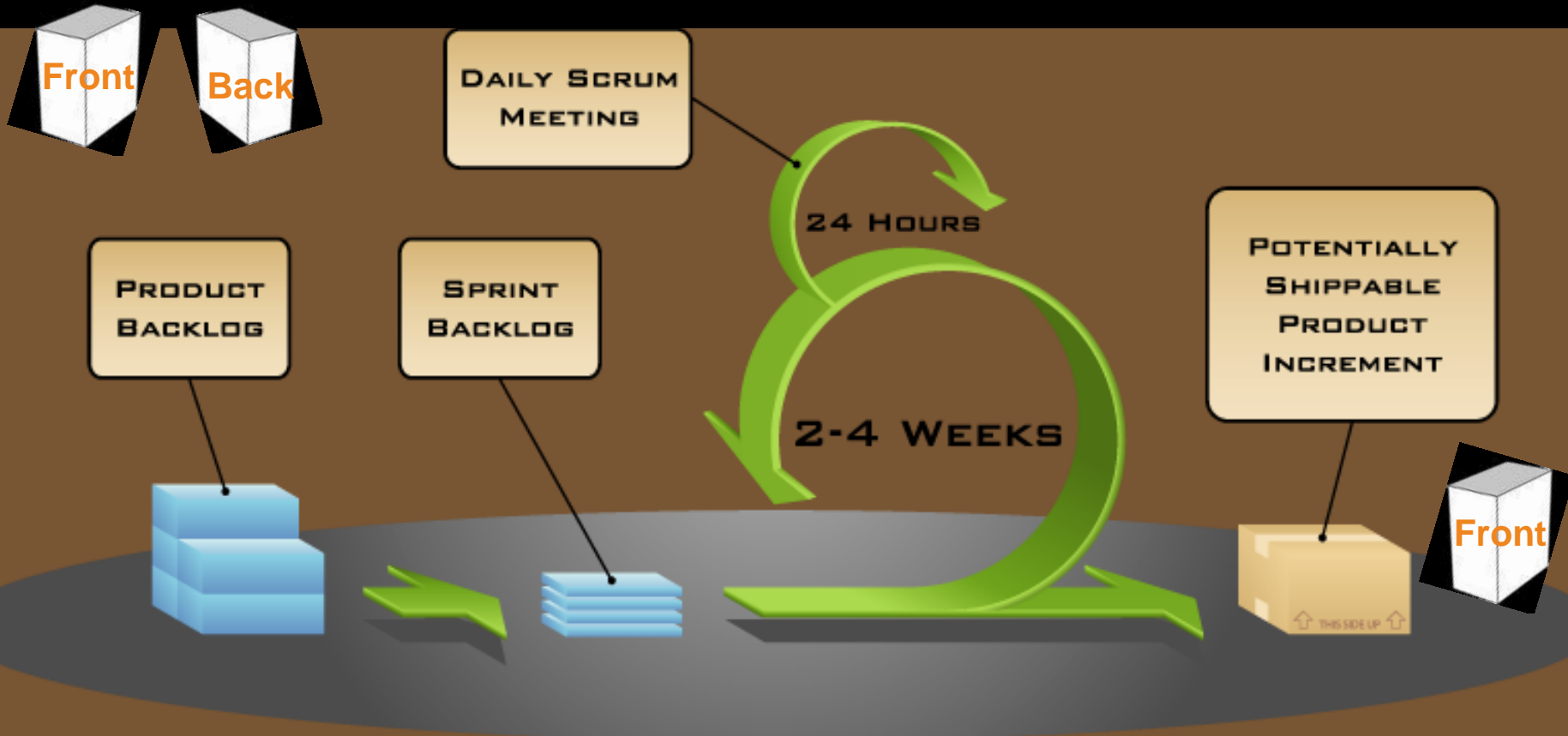
Soutenir le Product Owner

Dans ses activités...

1. Donner & communiquer la Vision
2. Définir et alimenter le Backlog de produit
3. Fixer les priorités
4. Expliquer finement ce que vous attendez
5. Ajuster les fonctionnalités et les priorités
6. Accepter ou rejeter les résultats régulièrement



2. Backlog de produit ?



COPYRIGHT © 2005, MOUNTAIN GOAT SOFTWARE

2. Dans le backlog du produit, des « user stories »

**Une nouvelle fonctionnalité pour l'application iphone
« Voir l'avancement d'une livraison »**

*L'histoire de
Mario dans l'entrepôt*



(www.wbdg.org/design/warehouse.php)



2. Des « user stories » pour définir...

* qui * fait quoi * pour quelle raison

Mario



**consulte sur son iphone
l'état d'avancement de la livraison**

**pour savoir si les produits sont en stock
sans avoir à se déplacer jusqu'à un terminal**



Soutenir le Product Owner

Dans ses activités...

1. Donner & communiquer la Vision
2. Définir et alimenter le Backlog de produit
3. Fixer les priorités
4. Expliquer finement ce que vous attendez
5. Ajuster les fonctionnalités et les priorités
6. Accepter ou rejeter les résultats régulièrement



3. Fixer des priorités... aussi avec les Personas

Votre Utilisateur-type
Un archétype...

... et un Persona
primaire qu'il vous
faudra satisfaire en
priorité!



(Ericsson Life in 2020)



3. Les Personas ne sont pas...

≠ Segments Marketing

« Les segments marketing se fondent principalement sur des données démographiques, sur les canaux de distribution ou les comportements d'achat ».

Mais ils sont un bon point de départ pour les Personas...



3. Workshops Personas

Chercher les différences qui font la différence !

Sans oublier le Storytelling...

SOPHIE, la Gestionnaire

	CONTEXTE Gère ses comptes et devenu une activité quasi-guéridienne 2 enfants - Région Parisienne Jugle entre son travail, sa vie de famille et ses loisirs qu'elle tient à conserver. Sites préférés: Vente Privé - VDM Code: 2800 euros/mois → On veut la Fidéliser → On veut la pousser à épargner → On veut Améliorer son Expérience Client
	BUTS et COMPORTEMENTS <ul style="list-style-type: none">● Utilise beaucoup Internet dans le cadre de son travail ou chez elle pour ses services préférés.● Vient 3 à 4 fois/semaine en soirée● Veut consulter ses comptes● Veut Faire des virements (y compris internationaux)● Veut échanger avec son conseiller sur des questions précises (épargne, assurance, prévoyance...)● Pourquoi pas faire une souscription simple via Internet

(www.qualitystreet.fr)



Soutenir le Product Owner

Dans ses activités...

1. Donner & communiquer la Vision
2. Définir et alimenter le Backlog de produit
3. Fixer les priorités
4. Expliquer finement ce que vous attendez
5. Ajuster les fonctionnalités et les priorités
6. Accepter ou rejeter les résultats régulièrement



4. Spécification par l'exemple

« Voir l'avancement d'une livraison »

Mario



(www.wbdg.org/design/warehouse.php)

consulte sur son iphone

l'état d'avancement de la livraison



(cc SOCIALisBETTER)

des tables en pin massif pour 8 personnes

- pour savoir si les produits sont en stock
sans avoir à se déplacer jusqu'à un terminal -



et il voit que FourniMeubles indique 3 jours de retard de livraison

4. Spécification par l'exemple

L'exemple permet à tous les intervenants
d'être sur la même longueur d'onde

3 jours de retard ⇔ Pas besoin de date dans les résultats : le délai
suffit

**Ce cas est le plus important, et il est connu de
tous**

Soutenir le Product Owner

Dans ses activités...

1. Donner & communiquer la Vision
2. Définir et alimenter le Backlog de produit
3. Fixer les priorités
4. Expliquer finement ce que vous attendez
5. Ajuster les fonctionnalités et les priorités
6. Accepter ou rejeter les résultats régulièrement



5. Ajuster les fonctionnalités et priorités

Go & See

Pour connaître

Pour comprendre

Pour s'améliorer

Pour se différencier

Pour réduire la distance ...

5. Guérilla marketing... Guérilla Usability

Engager la conversation!

Feedback

Valeur

Réactivité



Moins de formel, moins de budget

Des tests plus courts, plus fréquents et avant tout évolutifs **pour ajuster en continu**

Soutenir le Product Owner

Dans ses activités...

1. Donner & communiquer la Vision
2. Définir et alimenter le Backlog de produit
3. Fixer les priorités
4. Expliquer finement ce que vous attendez
5. Ajuster les fonctionnalités et les priorités
6. **Accepter ou rejeter les résultats régulièrement**



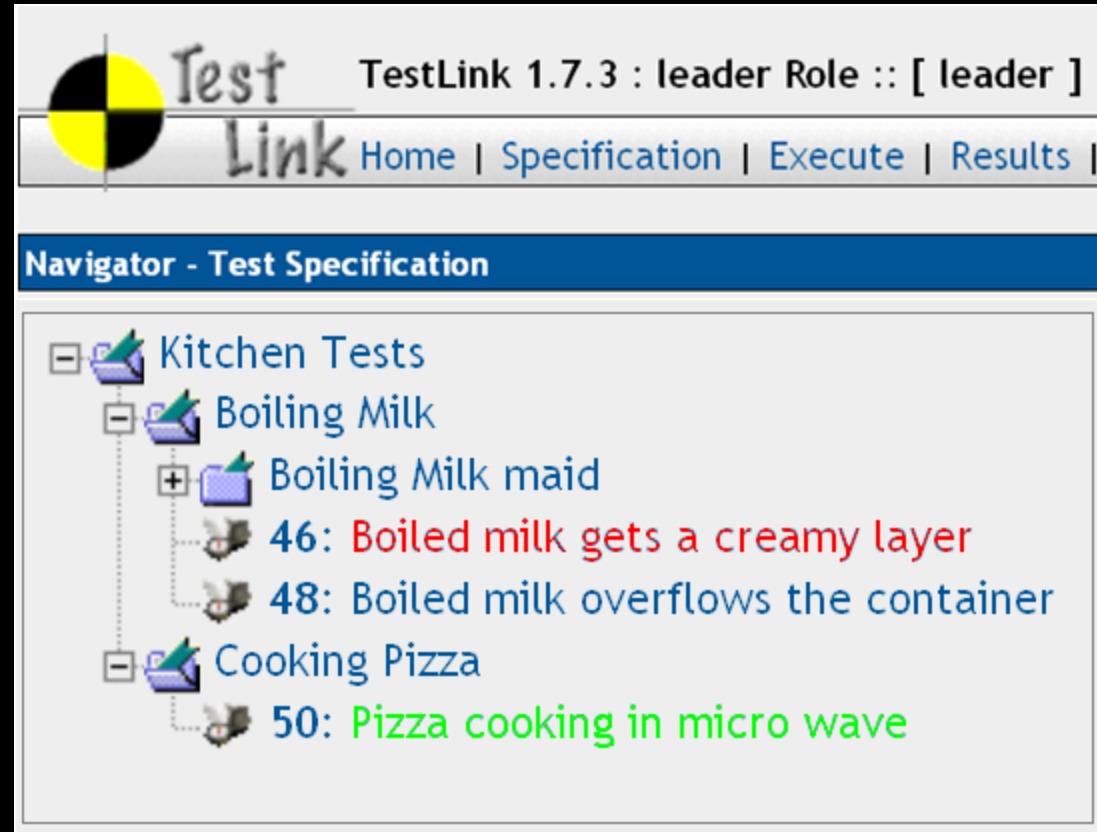
6. Accepter / Rejeter
les résultats...

Done!

OK KO Bloqué

+ Mesurer au fil de l'eau
où en sont les
développements

+ Mesurer la qualité
atteinte au moment
de la sortie du produit



The screenshot shows the TestLink 1.7.3 web interface. The top navigation bar includes the TestLink logo, the version number 'TestLink 1.7.3 : leader Role :: [leader]', and links for 'Home', 'Specification', 'Execute', and 'Results'. Below this is a blue header for 'Navigator - Test Specification'. The main content area displays a tree view of test specifications:

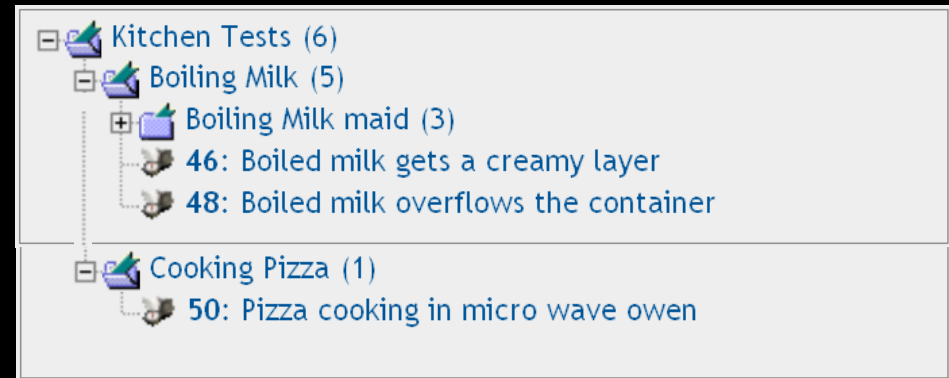
- Kitchen Tests
 - Boiling Milk
 - Boiling Milk maid
 - 46: Boiled milk gets a creamy layer
 - 48: Boiled milk overflows the container
 - Cooking Pizza
 - 50: Pizza cooking in micro wave

6. avec l'ATDD

Acceptance Test Driven Development

Done!

++ La création des exemples permet de mesurer où en est la créa du produit



Récapitulons : un PO... des responsabilités... des outils...

- **Une vision**
Mûrie & explicitée avec
l'approche UX
- **Un backlog**
Décrit par des user stories
- **Une priorisation**
Construite et visualisée
avec des personas
- **Une maturation**
Passant par l'ajout & la
déclinaison d'exemples
- **Un ajustement**
Effectuée en mode
guerilla usability
- **Une validation**
Visualisée avec l'ATDD

Un ROTI pour cette Session



Excellente. Voilà une super session dont je vais bénéficier. Ça valait bien plus que le temps qu'on y a passé



Bonne. Voilà une session au dessus de la moyenne. J'ai gagné plus de temps que j'y ai passé



Juste moyenne. Je n'ai pas perdu mon temps sans plus.



Utile. Mais ça ne valait pas à 100% le temps que j'y ai passé. J'ai donc perdu mon temps.



Inutile. Je n'ai rien gagné, rien appris. J'ai vraiment perdu 45 minutes!!

Droits de reproduction

- Vous êtes libres de :

- Partager : reproduire, distribuer et communiquer cette présentation
- Remixer : modifier cette présentation

- Selon la condition de « Paternité » :

Vous devez impérativement citer le(s) auteur(s) ou le(s) titulaire(s) des droits (mais pas d'une manière qui suggérerait qu'ils vous soutiennent ou approuvent votre utilisation du contenu).

- Plus d'informations : <http://fr.creativecommons.org>

