

Design Sprint 0

Pauline Thomas

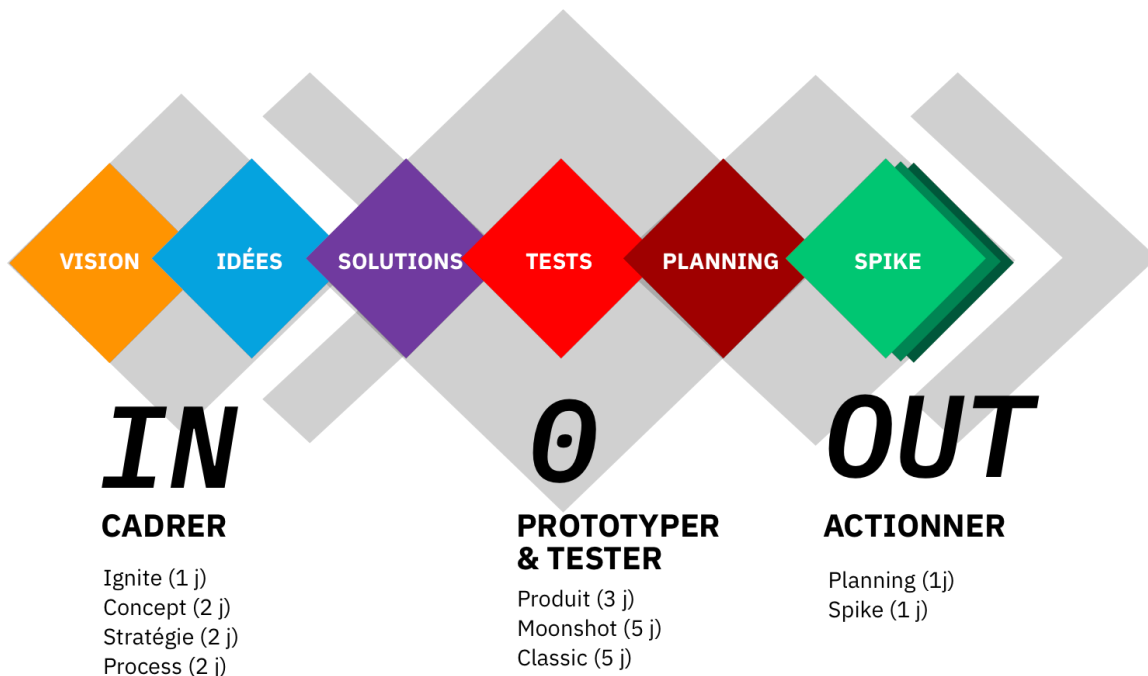
Évaluer la juste durée de votre Design Sprint

Moduler les activités jour par jour

Vous avez bien en tête les objectifs et contraintes, les ressources qui peuvent vous être allouées et avez mis au point le challenge du Sprint : c'est parfait ! Il s'agit maintenant de définir les activités clés et de les répartir par journée.

N'essayez pas de tout faire rentrer trop de choses sur une journée sous prétexte que votre client ou les parties prenantes ne sont pas disponibles : il est important que l'expérience soit enrichissante pour tous, pour donner à ce mécanisme de pivot qu'est le Sprint toute l'ampleur qu'il mérite. Trop en réduire sa durée rendra l'expérience stressante, et souvent frustrante ; par expérience, un Sprint de deux jours fait regretter à l'équipe ... de ne pas avoir fait trois jours. Si votre client est mature et qu'il a le budget, que vous avez déjà l'expérience des Sprints, partez sur la Lune avec un Moonshot ! Vous ne le regretterez pas (et votre commanditaire non plus).

LES DESIGN SPRINTS

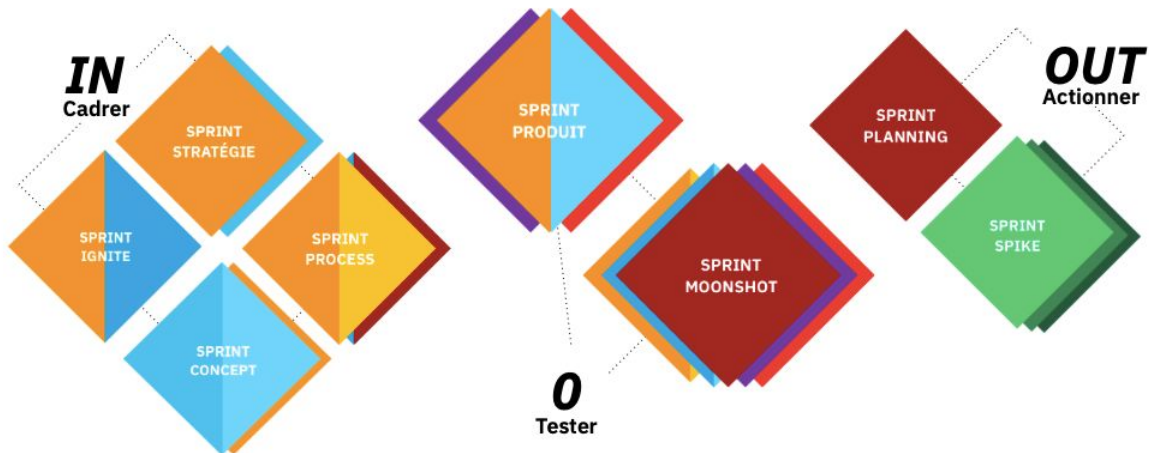


Le principe est simple : plus la problématique est large et floue, plus elle nécessite de déployer une approche en 4 temps :

1. cadrer avec le maximum de parties-prenantes (1 jour),
2. lancer une phase de recherche utilisateurs (au moins 5 jours),
3. refaire un Sprint pour prototyper et tester une solution (3 à 5 jours),
4. intégrer des Sprints pour actionner le projet (1 à 2 jours répétés).

Si votre problématique est claire, que vous avez les données clients, que vous êtes prêts à partir en production, alors vous pouvez vous lancer directement dans un Sprint de 3 à 5 jours.

Dans la partie qui suit, nous allons aborder les différents formats de Sprint que nous avons mis en place et testé sur le terrain : d'une journée pour débloquer un projet et aligner des équipes, à cinq jours d'affilé pour explorer de façon ambitieuse de nouvelles opportunités... chaque approche peut trouver son format adéquat.



Les types de Sprints pour Tester

Sprint Zero (3 à 5 jours)

On commence à approcher le but premier du Design Sprint : produire la solution pour la tester.

Une fois que la problématique a été cadrée au préalable et la cible bien définie, les conditions sont réunies pour lancer ce Sprint de conception.

Selon Google, la différence entre un Design Sprint et un atelier de Design Thinking réside dans la conclusion du Sprint par des tests. Si vous voulez être puriste, testez absolument ! J'irais même plus loin ici en affirmant que les tests ne sont rien si on ne priorise pas les retours des utilisateurs. Ne vous contentez pas de la solution, testez-la pour lancer un plan d'action.

Pourquoi 5 jours est important ?

5 jours est déjà très court, cette accélération a un coût pour les participants. Si vous compressez davantage, vous risquez de faire vivre à certaines personnes de mauvais moments.

Nous verrons dans la partie 3.Faciliter les types de conflits auxquels il faudra faire face.

Je peux cependant déjà vous lister les problèmes majeurs auxquels vous vous exposez en réduisant trop le Sprint :

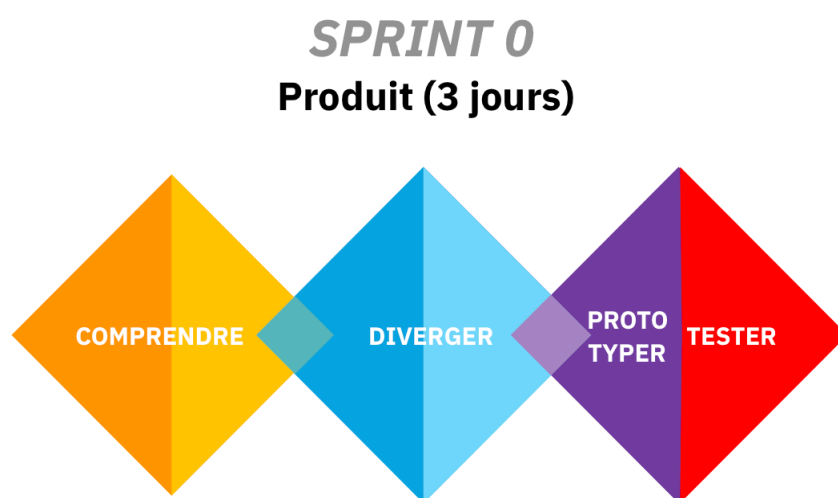
-trop rapide : les participants sont bousculés, ils regrettent qu'on ne puisse regarder derrière soi , certains quittent le train en marche.

-déception : des participants sont déçus du résultat, ils ne savent plus quoi penser de ce qu'ils font fait, ils testent une idée pour eux non aboutie, ils ne voudront pas utiliser les résultats.

-stress : des participants perdent patience, veulent imposer leurs idées et ne cherchent plus à dialoguer,

-frustration : des participants ne voudront plus participer aux ateliers, sprints... ce qui est fort dommageable dans l'idée de favoriser une culture de la collaboration,

-fatigue : réduire la partie prototypage ainsi qu'intégrer les tests et la priorisation a un coût en terme d'énergie des équipes !



Sprint Produit : 3 jours

Objectifs : Explorer une partie définie de l'expérience, évaluer le succès du concept

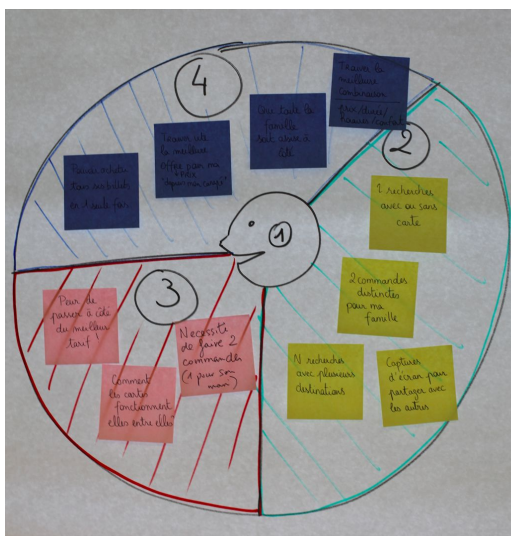
On peut opter pour un **Sprint Produit** quand on veut creuser une

solution pour un cas d'usage très précis. Il est crucial de réunir les bonnes personnes qui vont travailler de près sur le sujet, quitte à réitérer une phase d'immersion (Comprendre) si l'ensemble de l'équipe n'a pas pu assister au cadrage du **Sprint Ignite**. On peut alors investir 3 jours et dérouler la méthode en accéléré sur un moment de l'expérience précis. Le principe est de créer une équipe concentrée sur l'élaboration d'une solution qu'elle pourrait développer sereinement lors d'un Sprint de développement. Si vous avez sous la main des UX/UI designers motivés, vous pourrez peut-être faire un prototype haute fidélité en 3 jours. Qui

peut plus peut le moins, faire un prototype basse-fidélité (papier, Lego, pâte à modeler) permet de tester des principes d'interaction plus que l'ergonomie des fonctionnalités.

Quand faire ce sprint ?

- Quand il y a une rupture à un moment-clé du parcours utilisateur, remontée par les analyses de données ('analytics'), entraînant une perte significative de chiffre d'affaires
- Quand le Service Client alerte l'équipe Produit sur un problème d'ergonomie
- Quand la Direction Communication alerte l'équipe Produit de critiques sur les réseaux sociaux
- Quand les fonctionnalités et offres ne sont pas adaptées à un usage particulier
- Quand les équipes sont peu disponibles
- Quand le budget est limité
- Quand les équipes se connaissent bien et travaillent bien ensemble
- Quand on peut accélérer le prototypage avec des composants graphiques déjà faits et partagés avec les designers d'interface et les développeurs (Design systems)



Avec **Oui.sncf**, j'avais utilisé le cadre d'une formation au Design Sprint pour les faire travailler sur la réservation de billets de train en famille, un sujet critique pour l'entreprise. Nous avons réparti les PO, UI et UX designers en trois équipes et chacun de ces groupes a traité le sujet selon la problématique qui ressortait des interviews menées dans les couloirs. Ensemble, nous avons dessiné le parcours de réservation tel que le vivaient les voyageurs interviewés pour réintroduire de l'empathie dans l'équipe. Chaque équipe a ensuite choisi de traiter une problématique. Les UX et UI avaient bien en main leur Design system et UI kits et ont ainsi

pu réaliser un prototype haute-fidélité en 3 heures. Ceci nous a permis de très vite tester une version très propre de la solution pour finalement réaliser une story map avec le coach agile de l'organisation.

Moralité : Pour réussir un Sprint en si peu de temps et peu de moyens sans faire l'impasse sur les composants essentiels (interviews, experience map, prototype et tests), il faut réunir une équipe qui connaît très bien le sujet, qui a les outils pour travailler vite (kits UI) et peut avoir accès à des utilisateurs facilement (salariés qui rencontrent ce cas d'usage).

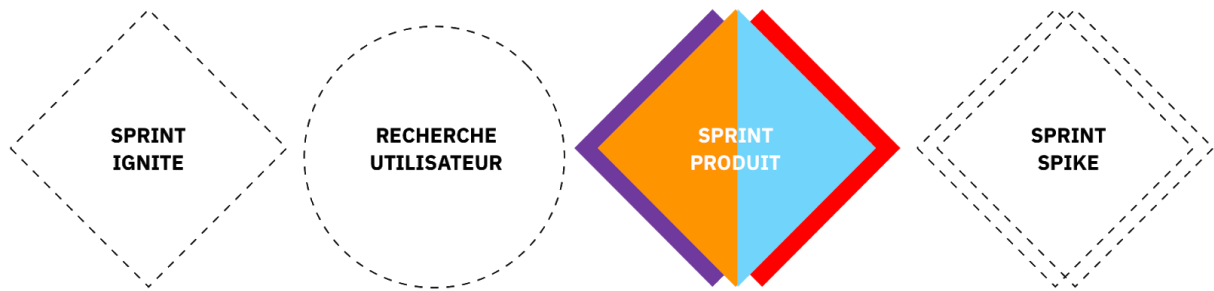
Le déroulé méthodologique

| Jour 1 | Jour 2 | Jour 3 |
|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| Accueil café - 30' | Accueil café - 30' | Accueil café - 30' |
| Introduction des 3 jours - 30' | Introduction de la journée 2 - 15' | Introduction de la journée 3 - 15' |
| Icebreaker - 15' | Benchmark - 60' | Priorisation des contenus - 60' |
| Brief / Project map - 60' | Pause - 15' | Pause - 15' |
| Business Challenge - 15' | Crazy 8's - 10' | Prototype interactif - 120' |
| Pause - 15' | 1 big idea in 5' - 5' | Repas - 60' |
| Interviews de 5 utilisateurs - 60' | Priorisation - 30' | Rédaction du Protocole de test - 60' |
| Repas - 60' | Repas - 60' | Tests utilisateurs - 60' |
| Empathy Map - 30' | Story-board - 60' | Pause - 15' |
| Experience Map - 30' | Wireflows - 60' | Debrief et Analyse des tests - 30' |
| Restitution - 30' | Conclusion - 30' | Story map - 90' |
| How might we ? - 30' | | Conclusion - 10' |
| Pause - 15' | | |
| Opportunités d'innovation - 60' | | |
| Dot voting - 10' | | |
| Design challenge - 60' | | |

Livrables

- Empathy map,
- Experience map,
- Prototype,
- Retours des tests,
- Storymap

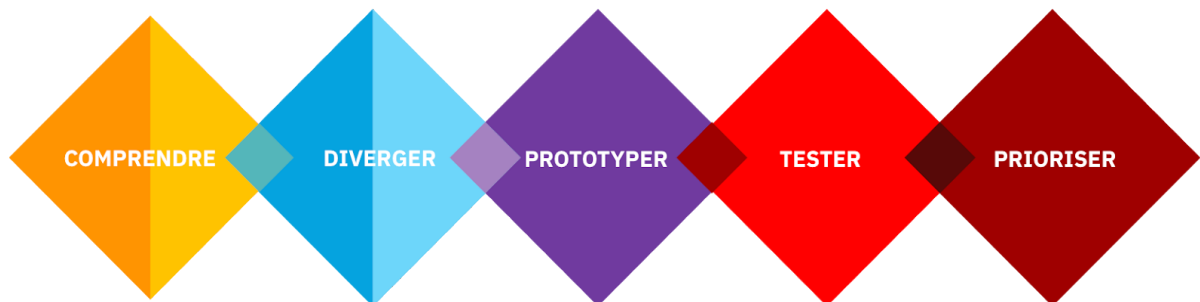
Intégration dans un cycle Agile



Sprint Moonshot : 5 jours

Objectif : Explorer une opportunité et tester un nouveau service de manière ambitieuse

SPRINT 0 Moonshot (5 jours)



La vraie différence du **Sprint Moonshot** avec les autres Sprints est le rythme. Vous aurez plus de temps de votre côté pour réaliser avec les équipes, échanger, restituer entre les groupes et de quoi « lâcher du lest » si des discussions importantes venaient à poindre. La pression et le stress des activités qui s'enchaînent vite peuvent porter préjudice aux équipes qui n'en ont pas l'habitude, et ici, bien que les journées soit denses, le déroulé des activités est progressif et donc le fruit de la réflexion mûrit progressivement. Les exigences de facilitation sont plus faciles à atteindre : vous serez plus à l'écoute, moins stressé, vous aurez

l'espace pour questionner le Challenge à plusieurs reprises et serez plus à même de dégoupiller les conflits et aider les groupes.



J'avais accompagné la **BNP Paribas** sur la refonte d'un service bancaire à fort potentiel de croissance. L'équipe UX en interne avait réalisé un travail titanesque de cartographie du service du point de vue de l'expérience client. Nous avons réuni 15 experts métiers venant des 4 coins de la France, tous responsables d'un maillon de la chaîne. Premier point,

beaucoup ne s'étaient jamais parlé. Lors des interviews au préparation du Sprint, on constatait que chacun avait tendance à critiquer la manière de traiter les dossiers des uns et des autres. Pourtant pendant le Sprint, on ne constata aucune animosité, au contraire ! Si l'énergizer d'introduction a détendu l'atmosphère, ils m'ont tous confié qu'enfin mettre un visage sur leurs collègues, les écouter et observer leur rôle dans toute la chaîne du service leur faisait comprendre que les modes opératoires de l'entreprise leur imposaient d'agir comme ils le faisaient quotidiennement ! Ils n'avaient donc pas des collègues incompetents mais des partenaires qui voulaient aussi fluidifier les processus de travail. Ces cartographies furent une fois de plus vécues comme un moment de vérité par les équipes. Les discussions étaient riches et sans de temps mort. Malgré les centaines de problèmes remontés en 3 heures, nous avons avancé très vite vers 3 problématiques-clés. Deuxième point, nous avons conçu le Sprint de telle manière à inviter la crème de la crème des sponsors à la fin du 5ème jour. Nous avons prévu champagne et petits-fours, le résultat devait être convaincant. Les POse sont entraînés dur avec une coach pour pitcher la solution pendant que je raffinais la présentation de la restitution avec eux. Je ne voulais pas trop en parler sur le moment, mais j'avoue ici que la seule chose que j'ai mis du temps à accepter est qu'on avait passé 5 jours... à créer un simple formulaire !

Moralité : l'innovation n'est pas forcément un bijou technologique, mais juste un système qui envoie des données aux bonnes personnes. L'innovation, c'est être en adéquation avec la vie des Hommes, leur rendre service sans qu'ils s'en rendent compte nécessairement. Ainsi, un formulaire peut changer leur vie au travail, soit 80% de leur quotidien !

Le déroulé méthodologique

Toutes les méthodes du Moonshot sont décrites dans la partie 5 - Méthodes

| Jour 1 | Jour 2 | Jour 3 | Jour 4 | Jour 5 |
|---|--|---|---|--------------------------------------|
| Accueil café - 30' | Accueil café - 30' | Accueil café - 30' | Accueil café - 30' | Accueil café - 30' |
| Introduction des 5 jours - 30' | Introduction de la journée 2 - 15' | Introduction de la journée 3 - 15' | Introduction de la journée 4 - 15' | Introduction de la journée 3 - 15' |
| Icebreaker - 15' | Energizer - 15' | Conception du prototype papier | Rédaction du Protocole de test - 60' | Préparation du pitch - 60' |
| Brief / Project map - 60' | Benchmark - 60' | Animation du prototype papier | Tests utilisateurs - 60' | Pause - 15' |
| Business Challenge - 15' | Pause - 15' | Atelier Test utilisateur | Pause - 15' | Préparation du pitch - 60' |
| Pause - 15' | 4 step Sketch & Crazy 8's - 30' | Atelier Test utilisateur | Debrief et Analyse des tests - 30' | Préparation de la salle - 60' |
| Interviews de 5 utilisateurs - 60' | Repas - 60' | Pause - 15' | Priorisation - 60' | Accueil des sponsors - 30 minutes |
| Repas - 60' | Energizer - 15' | Prototype low-fi interactif - 120' | Conclusion - 30' | Retrospective et priorisation |
| Empathy Map - 30' | Proposition de valeur - 60' | Repas - 60' | | Conclusions - 60' |
| Experience Map - 30' | Story-board - 60' | Priorisation - 60' | | |
| Restitution - 30' | Pause - 15' | Conclusion - 30' | | |
| How might we ? - 30' | Userflow - 60' | | | |
| Pause - 15' | Priority Guide : 60' | | | |
| Design challenge - 60' | Conclusion - 30' | | | |

Livrables

- Experience map,
- Prototype,
- Priorisation : développement Quick Wins, à 3 mois, Long terme,
- Retours des tests utilisateurs,

Intégration dans un cycle Agile

❖ **Design Sprint en pratique** - Pauline Thomas

