

Atelier MVP

Caractéristiques de l'atelier :

Durée : 1H30 à 2H30 selon la durée de l'exposition

Par équipes de 4 à 5 personnes qui ne se connaissent pas si possible.

Nombre de participants : 20 personnes (4-5 groupes) par animateur

Objectifs de l'atelier

L'atelier MVP (Minimum Viable Product) permet de découvrir la vie d'une équipe agile à travers un atelier d'invention de produit. Il permet de constater que

- Une équipe qui porte un projet qu'elle a elle-même initiée est motivée et pleine d'énergie
- L'auto-organisation de l'équipe est efficace lorsque la motivation est présente
- Les produits les plus novateurs sont inventés à partir des besoins concrets de personnes réelles
- Qu'une équipe motivée accepte les critiques et sait remettre en cause ses choix lorsqu'ils ne correspondent pas au besoin

A la fin de l'atelier les participants sont souvent surpris de la facilité avec laquelle ils réussissent à trouver des consensus et à faire équipe. L'atelier est une très bonne initiation à la dynamique agile.



Déroulé de l'atelier

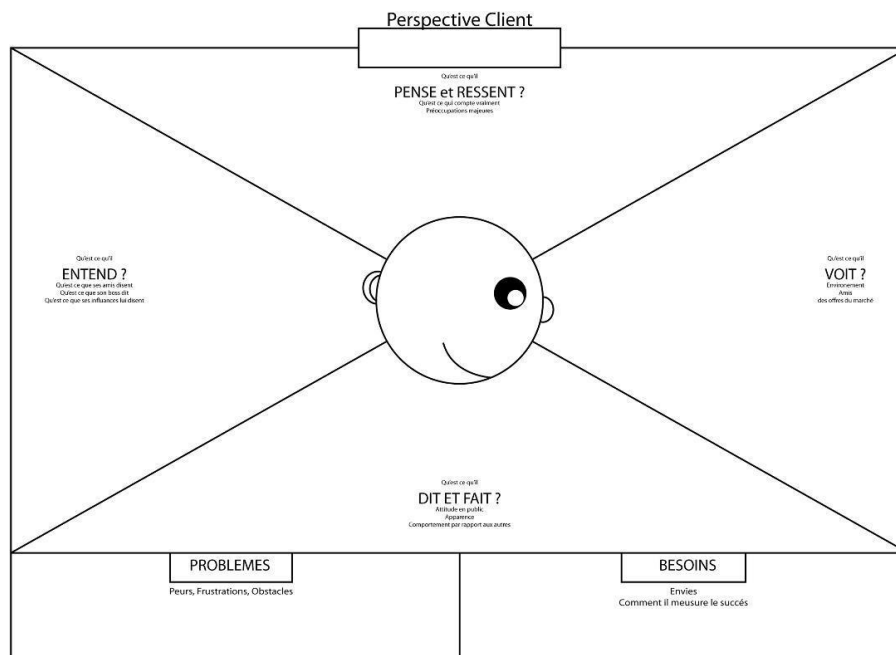
1. Le brainstorming (15 mns)

Une fois les équipes constituées, on demande à chaque équipe de choisir une idée de produit ou service. Ce peut être une application sur smartphone, tablette ou un site web (un service donnera lieu à la création du site web qui permet d'en profiter).

2. La carte d'empathie (30 mns)

Une fois l'idée trouvée on demande aux équipes de trouver un utilisateur. Il est crucial que cet utilisateurs soit une personne **réelle** ou à tout le moins une personne pouvant exister.

Une fois cette personne identifiée on demande à l'équipe d'en faire la carte d'empathie. Pour cela on distribue la carte d'empathie au format A3 :





Les participants collent des post-its correspondant aux différentes rubriques (prendre des post-its de petit format 5cm x 4cm par exemple). Attention de bien insister sur le caractère émotionnel et de ne pas rester sur l'aspect fonctionnel du besoin. On veut que l'utilisateur **aime** le produit qu'on lui proposera !



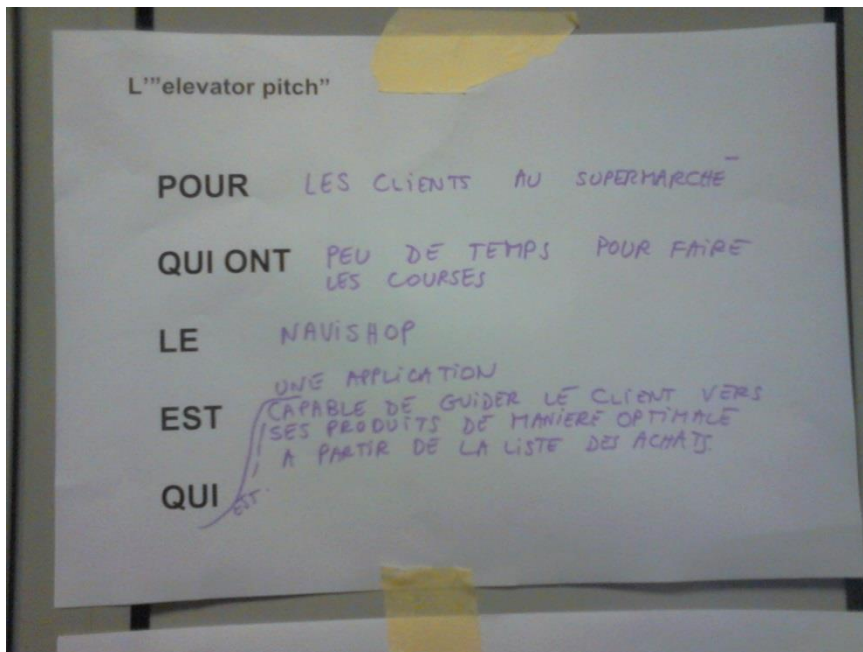
3. L' « elevator pitch » (20 mns)

Dès que les participants ont réalisé leur carte d'empathie on leur donne le document pour le pitch de l'ascenseur (ou Elevator pitch). Ce pitch résume en quelques phrases la valeur du produit pour l'utilisateur autour de rubriques prédéfinies :



POUR *les utilisateurs cible*
QUI ONT *un besoin*
LE *nom du produit/service*
EST *un type de produit/service*
QUI *propose un bénéfice clé*

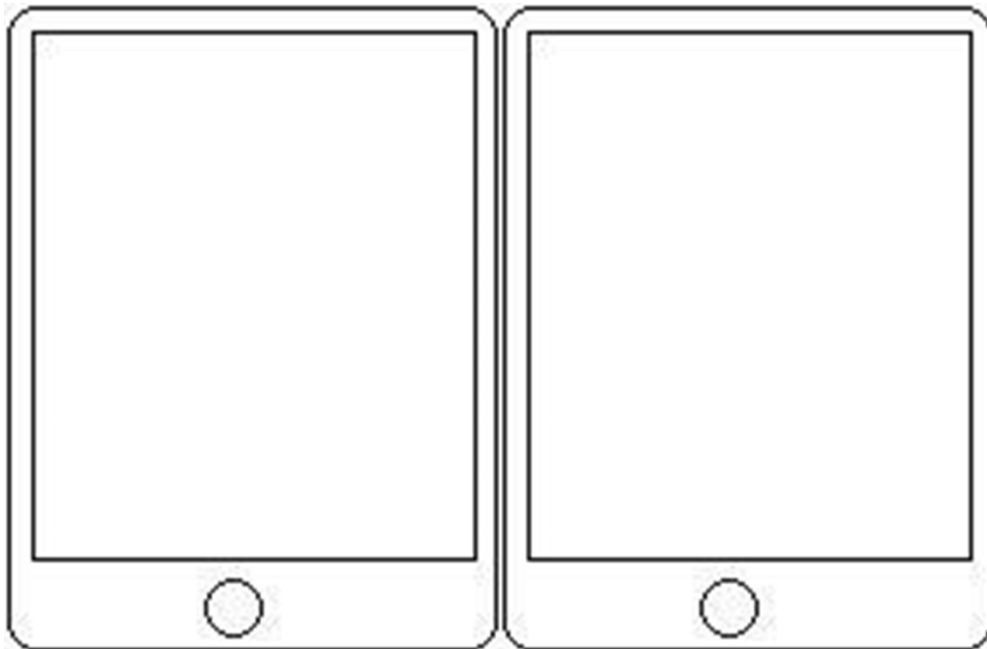
Voici un exemple :



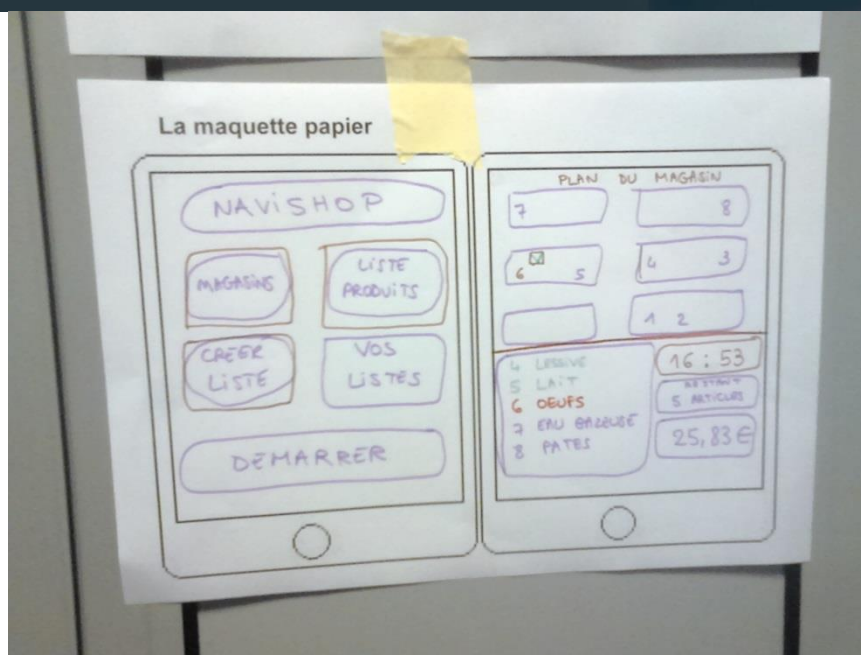
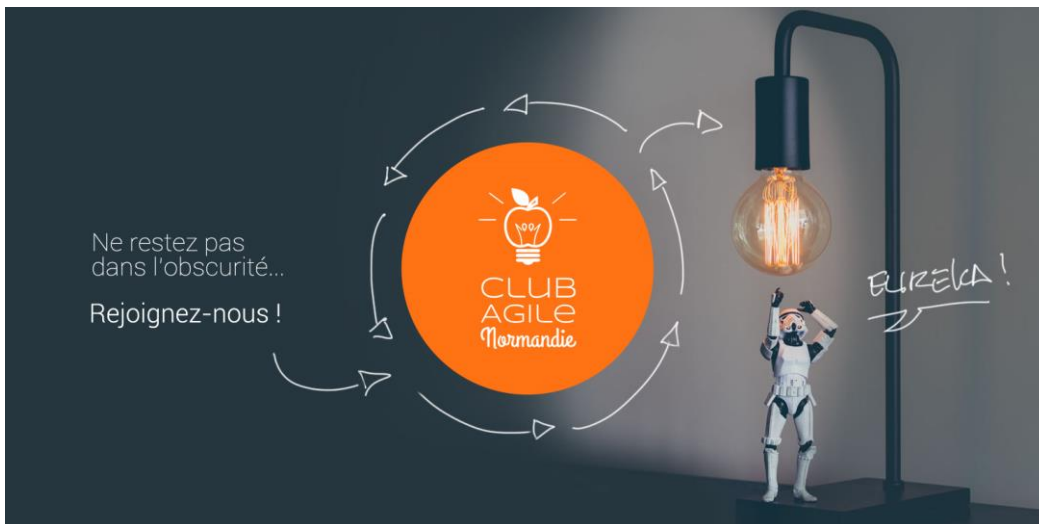


4. La maquette papier (30 mns)

Une fois l'elevator pitch réalisé on donne aux équipes des feutres de couleur et le dernier document sur lequel ils vont dessiner les deux écrans principaux de leur application ou de leur site web :



Voici un exemple correspondant à l'elevator pitch précédent :

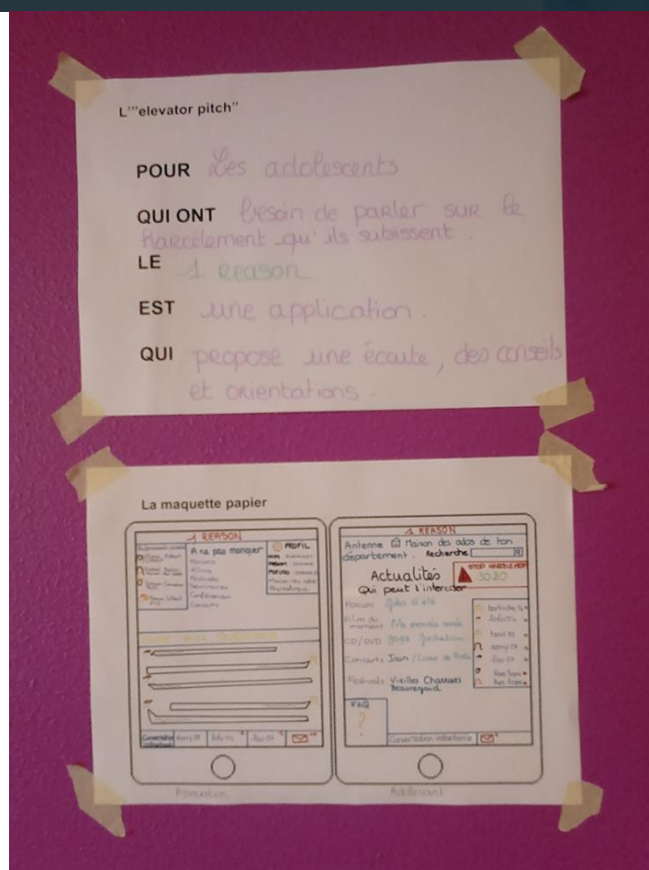


5. L'exposition

Une fois les écrans et l'élévator pitch réalisé on les affiche afin que les autres groupes (et éventuellement des personnalités n'ayant pas participé à la création) viennent commenter.

Il faut demander aux équipes de laisser en permanence deux personnes autour de leurs affiches afin qu'elles puissent écouter et noter les remarques. Attention ! il faut leur demander de commencer par écouter pendant 5 mns ce que les visiteurs disent sans intervenir. Les produits sont censés être découverts sur un smartphone ou sur le net donc ils doivent être compris immédiatement sans aide extérieur.

Voici un exemple d'affichage :



La durée de l'exposition est variable car on peut pousser l'expérience jusqu'à demander aux équipes de refaire leurs écrans et leurs elevator pitch après avoir rencontré le public. On peut aussi voter et décerner un prix de la meilleure application.

Mais si le temps manque on peut se contenter de laisser les participants se promener et découvrir les applications que chacun a inventées.