

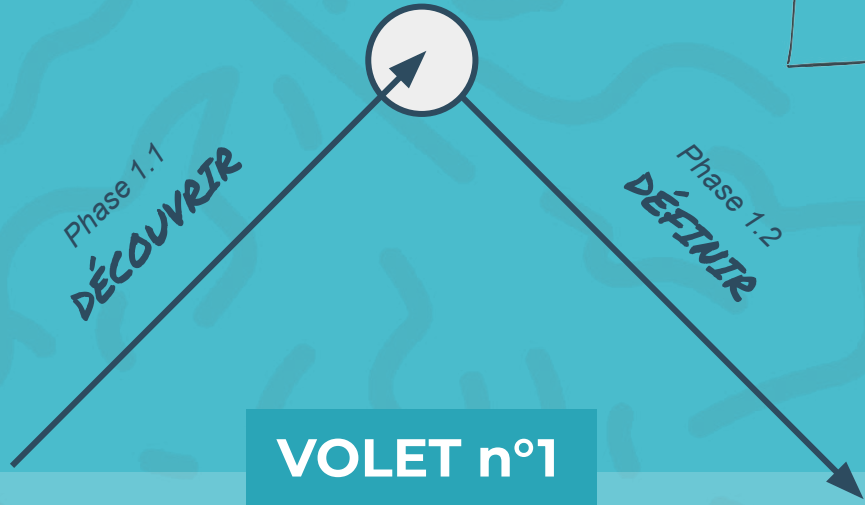
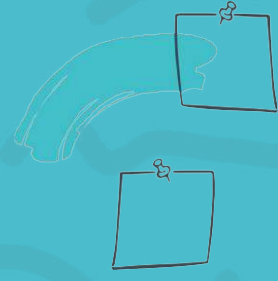
**POUR INNOVER
À TRAVERS**



**UNE DÉMARCHE
CENTRÉE
USAGERS**

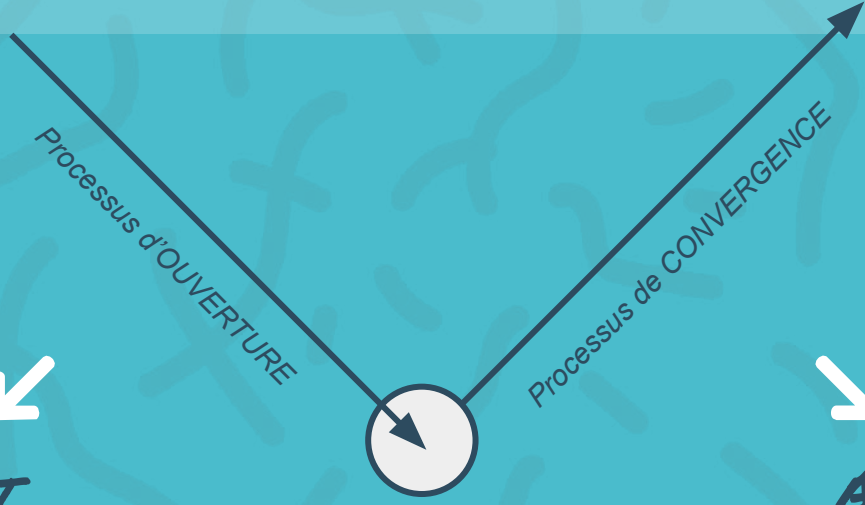
*Une boîte à outils méthodologique pour
construire des démarches d'innovation
centrée usagers sur-mesure et pour
mobiliser les bonnes pratiques tout au
long de son projet.*

indivisible
enquête, co-construire, innover



VOLET n°1

COMPRENDRE



**AVANT
L'ENQUÊTE**

**APRÈS
L'ENQUÊTE**

**PENDANT
L'ENQUÊTE**

1. Reformulation de la commande
2. Clarifier ses objectifs S.M.A.R.T
3. Définir le public à enquêter
4. Cadrer et positionner son enquête
5. Construire un guide d'entretien
6. Le QQQQCP
7. Définition des indicateurs d'évaluation

8. Enquête en sciences humaines
9. Entretiens semi-directifs
10. Entretiens à la volée
11. Consultation à distance
12. Enquête en ligne
13. Observations participantes
14. Le parcours utilisateurs
15. L'utilisateur mystère
16. focus group groupe miroir
17. Enquête créative
18. Les cartes à réaction

19. Centralisation et organisation des données
20. Méthodes d'analyse issues de différentes disciplines
21. Analyse et traitement des données
22. Développer un diagnostic diffusable
23. Définir l'objectif des livrables
24. Définition des thèmes de travail (Carto des enjeux)





VOLET n°1 : COMPRENDRE

BOITE A OUTILS

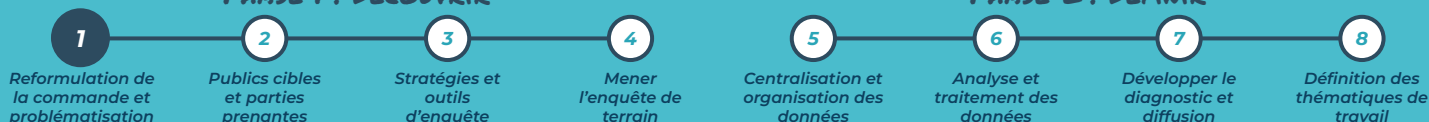
AVANT L'ENQUÊTE



Reformulation de la commande

PHASE 1 : DÉCOUVRIR

PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

La reformulation de la commande est une technique utilisée en design pour clarifier et affiner une demande ou un brief afin de mieux comprendre les objectifs et les attentes du client.

L'objectif est de construire un vocabulaire commun avec le commanditaire et de s'assurer d'une bonne compréhension mutuelle. En utilisant cet outil, vous pouvez définir la bonne méthodologie pour mener votre projet. Il s'agit d'une méthode d'écoute active pour cadrer les besoins et demandes du commanditaire avant de vous lancer dans l'élaboration de la méthodologie. Cela permet d'éclaircir les axes de recherche et d'innovation à explorer pour un projet visé.

Conseils et astuces

- Écoutez attentivement et posez des questions même naïves pour vous assurer de bien comprendre les objectifs et les attentes du client.
- Utilisez votre propre vocabulaire en évitant de simplement répéter ce que le client a dit. Cela vous aidera à mieux comprendre la demande et à y répondre de manière claire et précise.
- Faites des phrases courtes et précises pour mieux communiquer les objectifs et les attentes du commanditaire.
- Donnez des exemples concrets et utilisez des images et des métaphores pour donner vie à la commande et construire un imaginaire partagé avec votre équipe et le commanditaire.
- Demandez toutes les précisions nécessaires pour bien identifier les objectifs officiels et officieux de la mission

Déroulement

1. **Formulez les finalités à atteindre :** il est important de commencer par demander une précision sur les finalités à atteindre, c'est-à-dire les effets finaux recherchés avec la solution que vous devez développer. Ces effets peuvent être les impacts sur une organisation, le bénéfice pour les utilisateurs, les grandes transformations que cela doit initier. Restez à ce stade sur une vision très macroscopique.
2. **Listez les objectifs :** Faites une liste des objectifs du client et assurez-vous de les comprendre clairement avant de commencer à travailler. Cela vous aidera à vous orienter et à vous assurer que votre travail répond aux attentes du client.
3. **Esquissez un plan de travail détaillé :** Établissez un plan de travail détaillé en décrivant les étapes que vous allez suivre pour réaliser la commande du client. Cela peut aider à clarifier les attentes et à s'assurer que toutes les parties sont sur la même longueur d'onde.
4. **Reformulez avec vos propres mots :** proposez une reformulation en vous appropriant la commande et en proposant avec votre vocabulaire pour s'assurer de l'acceptation par votre commanditaire de votre proposition.
5. **Retranscrivez votre reformulation :** pour avoir un cadre de travail sain, retranscrivez votre formulation après votre réunion de cadrage pour acter noir sur blanc le cadre commun que vous proposez pour la mission.

Clarifier ses objectifs S.M.A.R.T



Objectifs

La méthode SMART est une approche utilisée pour définir et atteindre des objectifs de manière efficace. Selon cette méthode, les objectifs doivent être Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporellement définis.

Conseils et astuces

- Prenez le temps de réfléchir à ce que vous voulez atteindre et pourquoi. Demandez-vous quels sont vos intérêts, vos passions et vos valeurs, et comment cela peut vous aider à définir vos objectifs.
- Soyez précis et ciblé dans la définition de vos objectifs. Utilisez des mots précis et évitez les termes vagues.

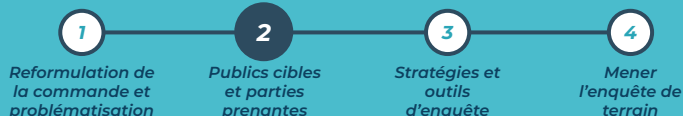
Déroulement

1. **S pour Spécifique** : Un objectif doit être clairement défini et ciblé, afin qu'il soit facile à comprendre et à atteindre.
2. **M pour Mesurable** : Un objectif doit être mesurable, afin qu'il soit possible de suivre ses progrès et de savoir lorsqu'il est atteint.
3. **A pour Atteignable** : Un objectif doit être réalisable, c'est-à-dire que vous devez avoir les compétences, les ressources et le soutien nécessaires pour atteindre votre objectif.
4. **R pour Réaliste** : Un objectif doit être réaliste, c'est-à-dire qu'il doit être adapté à vos compétences et à vos ressources. Si un objectif est trop ambitieux, il sera difficile à atteindre et pourra décourager.
5. **T pour Temporellement défini** : Un objectif doit avoir une date butoir, afin de fixer un délai pour atteindre l'objectif. Cela peut aider à se motiver et à se concentrer sur l'atteinte de l'objectif.

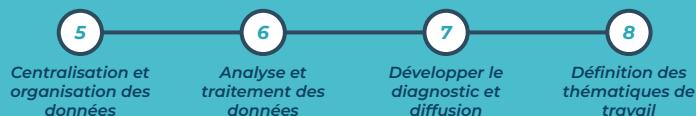


Définir le public à enquêter

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Il est important de bien cibler son échantillon d'enquête en déterminant qui vous souhaitez interroger et en précisant si votre enquête concerne tout le monde ou bien si les répondants doivent correspondre à certaines caractéristiques. En délimitant votre enquête, vous pourrez avoir un impact plus important sur les réponses que vous collecterez.

Exemple : Je suis une politique publique qui accompagne l'emploi, mon service est l'accompagnement au premier emploi :

- Ma population cible à étudier sera seulement les personnes du service étant venues à leur premier rendez-vous
- Ou bien, ma population cible est l'ensemble des personnes bénéficiant de cet accompagnement (sans forcément avoir fait le premier rendez-vous)

Conseils et astuces

- Définition simple d'un échantillon : "ensemble représentatif d'une « population-mère » possédant les mêmes caractéristiques"
- Le plus important : obtenir un sous-ensemble permettant de prévoir les informations inconnues de la population-source.

Déroulement

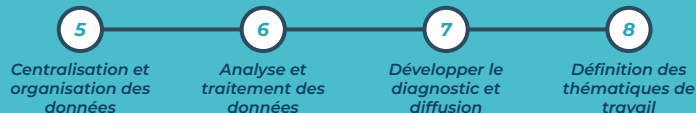
1. **Identifier les objectifs de l'enquête :** avant de définir les publics à enquêter, il est important de déterminer les objectifs de l'enquête. Cela vous permettra de cibler les personnes qui ont les informations nécessaires pour atteindre ces objectifs.
2. **Établir un échantillon représentatif :** pour obtenir des résultats fiables, il est important de s'assurer que l'échantillon est représentatif de la population cible. Pour cela, vous pouvez utiliser différentes techniques de sélection d'échantillon, comme la sélection aléatoire simple ou stratifiée.
3. **Déterminer les caractéristiques des personnes à inclure dans l'échantillon :** vous pouvez utiliser différents critères de sélection pour déterminer qui doit être inclus dans l'échantillon, comme l'âge, le genre, l'emplacement géographique, le niveau d'éducation, etc.
4. **Utiliser des sources de données existantes :** il est possible d'utiliser des bases de données existantes pour identifier les publics à enquêter. Par exemple, vous pouvez utiliser des données démographiques pour cibler les personnes qui répondent à certaines caractéristiques.
5. **Mener une étude pilote :** avant de lancer l'enquête auprès de la population cible, vous pouvez mener une étude pilote auprès d'un petit échantillon pour tester les questions et les méthodes d'enquête. Cela vous permettra de vous assurer que l'enquête est bien conçue et adaptée au public cible.

Cadrer et positionner son enquête

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Bien cadrer et positionner son enquête au préalable est essentiel pour garantir la qualité et la pertinence de vos résultats et pour vous assurer que vous obtenez les réponses que vous cherchez. Pour cela, vous devrez préalablement répondre aux questions suivantes :

- Pourquoi faire une enquête ? Dans quels buts ? quels sont les objectifs ?
- Désirons-nous avoir un outil de suivi continu ? Si oui, sur combien de temps ?
- A quelle période réalisons-nous l'enquête ? (tous les mois, tous les six mois, ou tous les ans...)
- Quels sont les critères que nous voulons évaluer ? Concernent-ils l'ensemble du service ? Sont-ils pertinents ? Permettront-ils de répondre à nos objectifs ?
- Les interrogés font-ils partis de la bonne cible ? Est-ce qu'ils pourront répondre aux questions posées ? Est-ce qu'ils représentent l'ensemble de la population ?

Conseils et astuces

Il est important de choisir la posture la plus adaptée, comme :

- le décentrage,
- l'écoute active,
- les questions ouvertes,
- la reformulation
- l'esprit curieux.

Selon l'avancement de la réflexion et du projet, il peut être nécessaire d'explorer le sujet pour déterminer les thèmes de recherche, d'affiner les hypothèses, les questions et le problème, de connaître sous un autre angle la question de départ ou la problématique et de déterminer les techniques adéquates en fonction de la balance quantitative/qualitative.

Déroulement

Définir les objectifs de l'enquête :

- Approfondir la problématique de départ (par exemple, en situant les concepts utilisés, comme la simplification, dans une situation spécifique)
- Comprendre les pratiques, les représentations et visions du monde des individus
- Anticiper les besoins et identifier les attentes, les envies et besoins
- Reconstruire ou faire évoluer nos représentations de départ
- Adopter une approche systémique, rétrospective ou prospective
- Mettre nos hypothèses à l'épreuve des faits
- Tester nos hypothèses et mesurer l'écart entre la connaissance recueillie des usagers et les enseignements
- Déterminer les conditions de réalisation d'un nouveau service
- Mettre à jour les représentations (du monde, de l'institution, des interfaces...)
- Faire émerger de nouvelles idées (par rapport à..., en lien avec de possibles améliorations du service)
- Élaborer des parcours type vécus par les enquêtés
- Identifier les contextes de vie et les situations socio-économiques et d'usage

Choisir le format d'enquête le plus adapté :

- Entretien face à face
- Enquête collective
- Enquête en groupe homogène
- Enquête à la volée
- Observation distanciée ou participante
- Micro-trottoir
- Questionnaire de satisfaction
- Entretien semi-directif
- Enquête avec des usagers mystères
- Focus group
- Enquête à distance

Choisir le mode de centralisation des données :

- Tableaux thématiques croisés
- Tableau à double entrée

Construire un guide d'entretien



Objectifs

Il est important de bien préparer le guide d'entretien car cela permettra de poser les bonnes questions et d'obtenir des réponses précises et pertinentes. Cela contribuera également à la qualité de l'enquête et à la fiabilité des résultats obtenus.

Le guide d'entretien permet d'avoir une trame de questions par thématiques afin de conduire l'entretien semi-directif. Cet outil structure l'entretien, il sert d'aide-mémoire et de guide. Il est important de consacrer du temps à son élaboration afin d'obtenir un maximum de données qui répondent à la problématique de départ.

Conseils et astuces

Les astuces pour réaliser un guide d'entretien

- Prévoir du temps pour la construction du guide, en réfléchissant bien aux thématiques traitées et aux formulations des questions.
- Adopter une posture neutre et sans a priori, en posant les questions dont vous pensez déjà avoir la réponse et en laissant de côté vos représentations.
- Poser des questions ouvertes pour éviter les réponses par "oui" ou par "non".
- Prévoir des relances aux questions pour pousser la réflexion de l'enquêté et l'inciter à expliciter davantage.
- Formuler les questions de manière simple et précise, en utilisant une langue accessible et en limitant le nombre de questions et de sujets à traiter.
- Améliorer ou modifier le guide d'entretien au cours de l'enquête si nécessaire, en s'adaptant aux nouvelles pistes ou aux manques constatés.

Déroulement

1. **Définir les axes et thématiques de travail :** pour identifier les sujets ou les domaines d'étude qui seront abordés lors de l'enquête. Ces thématiques peuvent être déterminées en fonction de l'objectif de l'enquête et de la problématique à laquelle elle cherche à répondre.
2. **Élaborer des hypothèses de travail :** pour formuler des propositions préliminaires sur les relations ou les phénomènes que l'on souhaite étudier. Ces hypothèses peuvent être fondées sur des données préexistantes ou sur des observations initiales, elles serviront de base pour la construction de la liste de questions et pour l'analyse des résultats de l'enquête.
3. **Créer une liste exhaustive de questions :** pour identifier l'ensemble des questions qui seront posées lors de l'enquête. Cette liste doit couvrir tous les aspects des thématiques retenues et permettre de vérifier les hypothèses de travail. La liste de questions peut être adaptée en fonction de la cible interrogée et de la durée de l'entretien.

Les types de questionnements possible :

- Les représentations
- Les pratiques et usages
- Les projections, les attentes et les besoins
- Les pistes d'idées et d'amélioration

Le QQQQCP



Objectifs

Cet outil est utilisé pour mieux cerner et clarifier une situation ou un problème, un système. Il peut vous aider à construire votre guide d'entretien pour ne pas tomber dans le piège des questions fermées.

La méthode du QQQQCP (Qui, Quoi, Où, Quand, Comment, Pourquoi) est une méthode de questionnement qui permet de décrire de manière exhaustive un événement, un phénomène ou une situation. Cet outil permet d'obtenir une vue d'ensemble complète de l'événement, du phénomène ou de la situation étudiés et de mieux comprendre les enjeux et les contextes qui y sont associés. Elle est souvent utilisée en enquête, en journalisme ou en études de marché pour recueillir des informations précises et complètes sur un sujet donné. Elle peut également être utilisée dans la vie quotidienne pour analyser et comprendre de manière approfondie un événement ou une situation.

Conseils et astuces

Commencer par poser les questions qui permettent de décrire l'événement, le phénomène ou la situation de manière générale (qui, quoi, où, quand). Cela permet de comprendre le contexte et de poser les questions plus précises qui suivent (comment, pourquoi).

Ne pas hésiter à reformuler les questions pour obtenir des réponses précises et complètes. Par exemple, en demandant "pourquoi cet événement s'est-il produit ?" plutôt que "pourquoi cet événement a-t-il eu lieu ?".

Ne pas poser toutes les questions de manière systématique. Certaines peuvent être omises si elles ne sont pas pertinentes ou si elles ont déjà été abordées de manière indirecte.

Ne pas hésiter à compléter la méthode du QQQQCP avec d'autres types de questions (par exemple, des questions ouvertes pour obtenir des réponses détaillées ou des questions fermées pour obtenir des réponses précises).

Prendre en compte les réponses obtenues pour reformuler les questions qui suivent et adapter le questionnement en fonction des réponses obtenues.

Déroulement

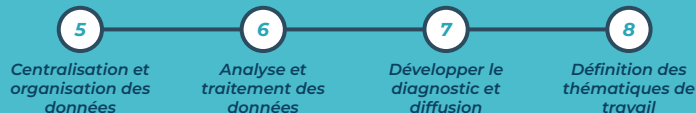
1. **Qui** : qui est concerné par l'événement, le phénomène ou la situation ?
2. **Quoi** : qu'est-ce qui s'est passé, quel est le phénomène ou la situation en question ?
3. **Où** : où s'est déroulé l'événement, où se manifeste le phénomène ou la situation ?
4. **Quand** : quand s'est déroulé l'événement, depuis combien de temps existe le phénomène ou la situation ?
5. **Comment** : comment s'est déroulé l'événement, comment se manifeste le phénomène ou la situation ?
6. **Pourquoi** : pourquoi s'est déroulé l'événement, pourquoi existe le phénomène ou la situation ?

Définition des indicateurs d'évaluation

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

La bonne conception d'indicateurs de mesure en amont d'un projet permet de pouvoir dégager des données qualitatives et quantitatives qui guideront la prise de décision tout au long d'un projet.

Cela permet donc de pouvoir plus facilement confirmer ou infirmer des hypothèses préalablement déterminées et/ou faire émerger des hypothèses concernant l'amélioration de l'existant ou la création de nouvelles solutions. Ces indicateurs permettent ainsi de mieux connaître son public cible au niveau comportemental pour indexer au mieux ses solutions sur ses attentes et ses contraintes d'usage en situation réelle.

Conseils et astuces

Identifier les objectifs de l'évaluation : il est important de définir précisément les objectifs de l'évaluation afin de pouvoir choisir les indicateurs pertinents.

Choisir des indicateurs pertinents : il faut sélectionner des indicateurs qui sont en lien direct avec les objectifs de l'évaluation et qui sont mesurables et quantifiables.

Choisir des indicateurs fiables : il est important de choisir des indicateurs qui sont fiables et qui sont basés sur des sources de données de qualité.

Choisir des indicateurs précis : il faut s'assurer que les indicateurs choisis sont précis et qu'ils permettent de mesurer l'impact de l'intervention de manière précise.

Tenir compte des limites des indicateurs : il est important de prendre en compte les limites des indicateurs et de ne pas en attendre une précision absolue.

Établir des cibles pour les indicateurs : il est recommandé d'établir des cibles pour chaque indicateur afin de pouvoir mesurer l'impact de l'intervention et de déterminer si les objectifs ont été atteints ou non.

Déroulement

Posez-vous la question des facteurs qui impactent la qualité de votre service

1. A partir des réponses, vous bâtissez les indicateurs clés (cf. critères dans l'élaboration du questionnaire).
2. Privilégiez des indicateurs précis, et une liste courte. La quantité risque de vous empêcher d'agir par la suite.
3. Pour construire vos indicateurs, tentez de répondre à ces questions :
 - o Pourquoi j'ai choisi cet indicateur ?
 - o Qu'est-ce qu'il mesure ?
 - o Qui le met à jour ?
 - o Qui a les informations pour le mettre à jour ?
 - o Quel est son objectif ?
 - o Qui peut le voir ?
 - o Quel sera le format (rempli à la main, imprimé, informatisé) ?
 - o Où vais-je le mettre (répertoire réseau, entrée des bureaux, ...)
 - o Quand vais-je le mettre à jour (jour, semaine, mois, an) ?
 - o Quand est-ce que je le commence ?
 - o Comment je le mets à jour ? (l'enquête de satisfaction peut être un moyen..)



VOLET n°1 : COMPRENDRE

BOITE A OUTILS

PENDANT
L'ENQUÊTE



Enquête en sciences humaines

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



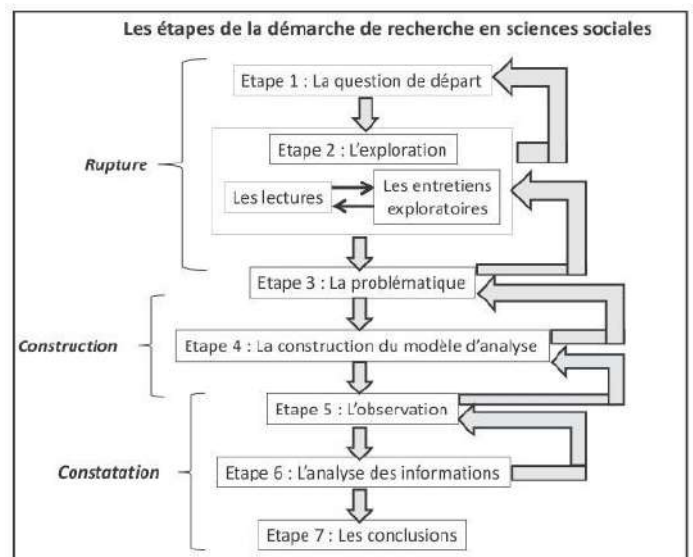
PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

La démarche de recherche et d'enquête en science sociale n'est pas quelque chose de linéaire. Les objets de la recherche, mais aussi la méthode sont constamment redéfinis, affinés, ré-ajustés durant toute la vie du projet.

Ainsi, la définition de la question de départ, la problématique, le modèle d'analyse de la matière du terrain, mais également l'analyse des informations se définissent et s'ajustent continuellement durant toute la démarche. La démarche de recherche invoque donc une posture de lâcher prise, de remise en question voire de déconstruction de certaines briques du projet posées au préalable.



Conseils et astuces

Les formats d'enquête en sciences humaines :

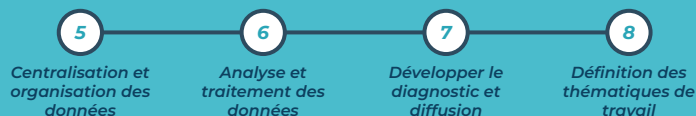
- Entretien face à face
- Enquête collective
- Enquête en groupe homogène
- Enquête à la volée
- Observation distanciée ou participante
- Micro-trottoir
- Questionnaire de satisfaction
- Entretien semi-directif
- Enquête avec des usagers mystères
- Focus group
- Enquête à distance

Entretiens semi-directifs

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Les entretiens semi-directifs sont une méthode d'enquête qualitative qui permet de recueillir le témoignage des usagers de manière plus approfondie.

Pour obtenir ces données, l'entretien semi-directif se compose d'une série de questions ouvertes préparées à l'avance sous la forme d'un guide d'entretien. Les questions doivent être assez précises et complémentaires pour permettre de bien comprendre l'expérience ou la situation particulière de l'utilisateur (ou agent) interrogé, en lien avec le sujet d'étude.

Conseils et astuces

Explorer les sous-entendus :

- La première réponse à une question renvoie souvent à des non-dits et évocations tacites qu'il est intéressant de préciser.

Relier valeurs et pratiques :

- Une réponse porte souvent sur "ce qu'on croit" ou "sur ce qu'on fait". Il est intéressant de pousser l'interviewé à faire des ponts entre les deux.

Prise de notes sélectives :

- Nul besoin de tout noter, vous risqueriez de perdre le fil de la réflexion de votre interlocuteur. Deux types de notation sont conseillées : l'une pour vous aider à vous "repérer" durant l'interview, l'autre pour permettre l'analyse des données.

Écoute active et flexibilité :

- Lors d'une conversation, la moitié de notre attention est portée sur notre interlocuteur pendant que l'autre moitié est portée sur ce qu'on va dire après. Dans une interview, cette tendance aboutit à vouloir "enchaîner les questions" de sa grille d'entretien, sans explorer chaque réponse. Essayez de ne pas penser en permanence à la prochaine question, mais de vous immerger dans la réponse de l'interviewé. Vous serez surpris de constater que vous aurez alors une relance plus vivante !

Déroulement

Etape 1 : avant

- Cibler des usagers clefs
- Construire un guide d'entretien
- Mobiliser et organiser les rendez-vous

Etape 2 : pendant

- Bien gérer son temps
- Écouter avec attention et prendre des notes

Etape 3 : après

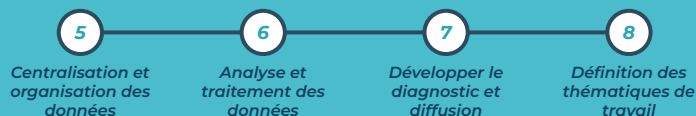
- Trier et organiser les données
- Synthétiser et croiser les informations
- Analyser et dégager des points notables, thématiques et enjeux clefs

Entretiens à la volée et micro trottoir

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Technique d'enquête qui consiste à interroger des personnes ciblées dans la rue, pour recueillir leur témoignage sur une situation de vie / par rapport à un besoin en particulier (ex: déclarer ses impôts).

Cela permet par exemple de nourrir sa réflexion sur le terrain, d'identifier attentes et profils des usagers, de produire des retours constructifs, de faire entrer l'usager dans le processus du test et l'impliquer dans la conception du projet, de récolter des idées et enseignements utiles pour affiner certains aspects d'un projet, d'orienter ou réorienter le projet.

Conseils et astuces

- Prévoir un guide d'entretien concis.
- Cibler des lieux précis pour réaliser l'enquête.
- Ne pas induire la réponse des personnes interrogées.
- A emmener sur le terrain : stylo, papier, appareil photo, enregistrement audio et/ou vidéo, ...
- Prévenir de sa venue sur un lieu (demande d'autorisation).
- S'entraîner sur la présentation du projet (pitch)

Déroulement

Etape 1 : préparation

- Construire un guide d'entretien
- Définir les rôles
- Choisir les lieux
- Préparer une ou plusieurs questions-clés à l'avance afin de faciliter la tâche

Etape 2 : immersion

- Aller à la rencontre de l'usager
- Récolter les informations, avoir un dialogue ouvert

Etape 3 : synthèse

- Synthétiser et croiser les informations obtenues

Etape 4 : analyse

- Dégager les thématiques et orientations
- Constituer des groupes de travail par thématique
- Définir des scénarii d'usage
- Créer un groupe de testeurs

Etape 5 : restitution

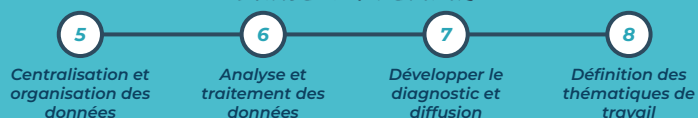
- Restituer sous forme de verbatims ou même radio (podcast en ligne...)

Consultation à distance

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Technique d'enquête qui consiste à mener des entretiens qualitatifs courts, par téléphone, afin de recueillir des témoignages à chaud sur un sujet.

Ces entretiens peuvent vous permettre de récolter rapidement des idées et enseignements utiles pour affiner certains aspects d'un projet, ou encore d'identifier les profils et pratiques des usagers pour orienter ou réorienter le projet.

Conseils et astuces

Points de vigilance :

- Prévoir un guide d'entretien concis : il est plus difficile de cadrer et relancer par téléphone (sans les signaux "non-verbaux")
- Cibler des personnes selon des critères explicites (des profils ou homogénéité)
- Ne pas induire la réponse des personnes interrogées.

Astuces :

- Prévoir un lieu et un horaire adapté.
- Avoir un téléphone chargé.
- Prévenir de son appel (si possible).
- S'entraîner sur la présentation du projet.
- Selon les thématiques, éviter de contacter des proches.

Déroulement

Etape 1 : préparation

- Construire un guide d'entretien
- Préparer une ou plusieurs questions-clés à l'avance afin de faciliter la tâche

Etape 2 : échange

- Récolter les informations
- Adapter ses questions au cours de l'échange, avoir un dialogue ouvert (privilégier les questions ouvertes)
- Ne pas hésiter à recadrer la discussion autour de la problématique si nécessaire

Etape 3 : synthèse

- Synthétiser et croiser les informations obtenues

Etape 4 : analyse

- Dégager les thématiques et orientations

Etape 5 : restitution

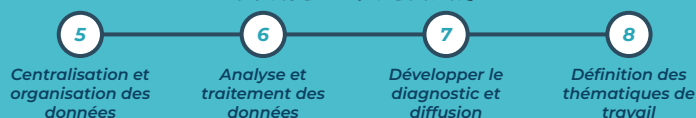
- Restituer sous forme de verbatims relevant des points essentiels

Enquête en ligne

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Conduire une enquête quantitative auprès d'un panel d'usagers plus large pour interroger, questionner, évaluer et mesurer attentes, satisfaction et insatisfactions, qualité et non qualité, ... et identifier les priorités. auprès des bénéficiaires d'un service, des équipes, des agents au sein d'une organisation, et des partenaires.

Ce mode d'enquête permet de gérer de plus grand volume de réponses et d'appréhender l'analyse d'un point de vue quantitatif. Pour cela, il faut bien différencier les approches qualitative et quantitative pour déterminer les objectifs et les sujets à explorer dans un questionnaire qui sera passé à des cohortes d'usagers plus importantes que dans une approche qualitative. Aussi, un questionnaire quantitatif doit être construit par rapport à une problématique donnée, mais aussi par rapport aux types de données qui pourront être collectées.

L'enjeu majeur dans ce type d'approche, c'est l'analyse des données et le croisement de sources. En effet, la simple évaluation d'une addition de réponses n'apportera des réponses dans l'analyse que si elle peut être mise en perspective avec un contexte d'usage ou sociologique. Pour cela, il peut être important de construire son analyse en faisant émerger des réponses, des "typologies" qui peuvent ainsi devenir des cadres d'analyse, des clés de lecture de vos résultats.

Conseils et astuces

Les bonnes pratiques pour construire son enquête :

- Poser des questions précises et concrètes
- Simplifier au maximum la formulation des questions
- Intégrer quelques questions ouvertes
- Garantir l'anonymat → RGPD
- Choisir un moment fort pour la passation du questionnaire

Les erreurs à éviter :

- Les questions trop larges et trop longues peuvent avoir un taux de réponse faible
- Les notions que seule une minorité connaît
- Ne posez pas plusieurs questions en une seule

Déroulement

Etape 1 : Préparer l'enquête

- Définir les paramètres de l'enquête en formulant précisément les objectifs de l'enquête en utilisant la méthode SMART (spécifique, mesurable, atteignable, réaliste, temporellement défini).
- Choisir les critères à mesurer en sélectionnant les grands thèmes à explorer et en utilisant les données obtenues lors de l'enquête qualitative préalable. Par exemple: "L'accueil: temps d'attente au téléphone" / "La livraison: délai de livraison".
- Identifier les publics à interroger en délimitant le champ de l'enquête et en ciblant les prestations concernées.

Etape 2 : Élaboration du questionnaire

- Repérer les critères à évaluer en se basant sur les dimensions à explorer.
- Obtenir des informations complémentaires pour catégoriser les répondants, comme l'âge, le genre, le lieu d'habitation, etc.
- Formaliser les items du questionnaire en rédigeant les questions de manière claire et concise.

Etape 3 : Diffusion du questionnaire

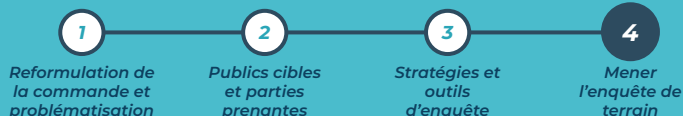
- Communiquer sur les canaux de diffusion adéquats pour atteindre le panel cible.
- Transmettre le questionnaire à un panel identifié et leur rappeler de le remplir à une date régulière.
- Clôturer le questionnaire pour pouvoir commencer son analyse.

Etape 4 : Analyser les données recueillies

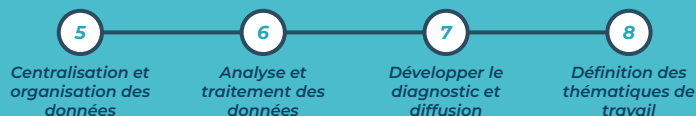
- Calculer la satisfaction des personnes interrogées en établissant les scores moyens et les pourcentages de satisfaction pour chaque critère et dimension.
- Réaliser des comparaisons et hiérarchiser les résultats obtenus.

Observations participantes

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

L'observation sert à recueillir des informations qualitatives. L'immersion dans les pratiques quotidiennes des usagers permet de dévoiler les problématiques d'usages, les habitudes mais aussi les "bricolages" et "astuces" déployés par les usagers.

Noter les actions d'un usager en l'accompagnant et en l'observant dans son environnement quotidien ou dans le parcours que l'on souhaite analyser permet de :

- Comprendre les usages des acteurs,
- Découvrir ou conforter les étapes qui décomposent un parcours usager,
- Mieux comprendre l'organisation des activités, la répartition des tâches, la prise en compte des contraintes et des aléas par une équipe,
- Mieux appréhender les interactions entre personnes, les modalités d'utilisation des infrastructures, pour évaluer leur degré d'adaptation aux besoins,
- Observer pour identifier les dysfonctionnements.

Déroulement

- Choix des lieux et des créneaux horaires de l'enquête afin d'avoir une diversité d'usagers.
- Anticiper les lieux pour prévenir les structures d'accueil.
- Ne pas interpréter les observations.
- Adapter le questionnaire en fonction de l'utilisateur.

Conseils et astuces

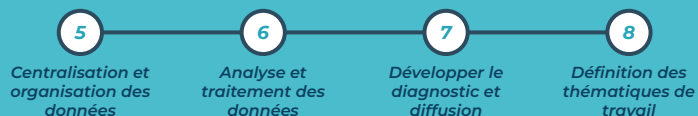
- Définir sa posture : a découvert ou incognito ?
- Etablir un guide d'observation Quels éléments allons-nous observer ?
- Comprendre le contexte de la situation observée
- Adopter un regard naïf et s'étonner de tout
- Décortiquer les faits observés : décrire les éléments d'une scène
- Ne pas oublier les faits immatériels (les discours, les postures, ses propres émotions, ses ressentis etc)
- Les réflexes à avoir après l'enquête : Debrief / partager les points notables / les étonnements etc...les questionnements en suspens.. Explorer sans tirer de conclusion
- Prendre du recul avant de rentrer tout de suite dans l'analyse
- Eviter la tentation de confirmer ses représentations/préjugés et hypothèses sur un sujet

Le parcours utilisateur

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Un parcours utilisateur raconte l'histoire des actions, des sentiments, des perceptions et des états d'esprit d'un individu (comprenant les moments positifs, négatifs et neutres) pendant qu'il interagit avec un produit ou un service. En documentant la succession d'évènements et d'interactions vécus par un utilisateur, ce parcours permet de se mettre dans la peau d'un usager afin de décrire finement ce qu'il fait pour atteindre un but / répondre à un besoin.

Cela peut servir à :

- Se mettre dans la peau d'un usager,
- Rendre lisible et visible le parcours de l'usager,
- Identifier les moments problématiques et les leviers d'action au fur et à mesure de son parcours,
- Comparer les parcours du point de vue "administration" et du point de vue "administré".

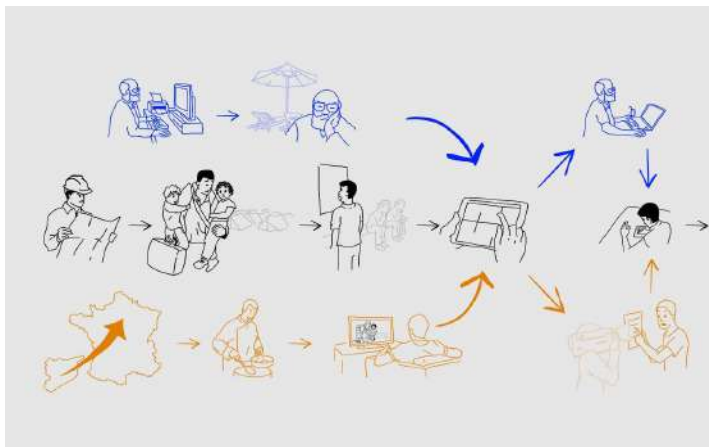
Déroulement

- Etape 1 : Avoir au préalable mené un travail d'enquête qualitative afin d'identifier les situations d'usage vécues en relation avec un service / un produit / une organisation,
- Etape 2 : Identifier les étapes du parcours et les représenter sous forme de frise chronologique,
- Etape 3 : Identifier les dysfonctionnements, les points d'amélioration et les opportunités possibles.

Conseils et astuces

Les parcours utilisateur sont généralement créés parallèlement aux personas et aux scénarios, ou immédiatement après. Chaque carte représente le parcours propre à un persona et comprend une description de ce persona.

- Avoir bien identifié les différents types d'utilisateurs (les "persona"),
- Avoir une bonne connaissance du sujet pour être précis dans les étapes,
- Ne pas oublier l'avant et l'après parcours.

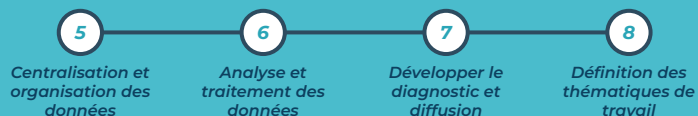


L'utilisateur mystère

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Une des meilleures manières d'adopter la vision des usagers est de vous mettre littéralement dans leurs pas et de faire vous-même l'expérience du service ou du dispositif quand cela est possible. Cette immersion vise à adopter le point de vue de l'utilisateur en situation.

Cela vous permettra de vous rendre compte de la fluidité du parcours pour un néophyte – conditions d'accueil, orientation, clarté du vocabulaire utilisé dans la démarche et par les agents, etc.

Vous pouvez aussi suivre des usagers ou agents dans leurs démarches en accompagnant de façon empathique des publics variés. Il s'agit ainsi de recueillir une palette plus large d'attentes. L'outil parcours vous aidera à consigner votre expérience au fur et à mesure des étapes vécues.

Conseils et astuces

- Se faire discret pour ne pas biaiser aussi bien l'expérience de l'utilisateur observé que l'attitude des agents chargés de répondre à leurs attentes.
- Observer et produire une analyse systématique : les 3P « procédures, personnes, processus » : d'abord les étapes effectuées par les usagers, puis les postures et attitudes des agents, et enfin observer les différents processus internes qui permettent à l'agent d'orienter les usagers, de répondre à leur demande ou encore d'enregistrer leurs actes administratifs (tâches et outils).
- Soyez particulièrement attentif aux commentaires des agents qui expliquent des éléments aux usagers (orientation, démarche, accueil, ...)

Déroulement

Etape 1 : planifier l'immersion

- organiser l'immersion avec le commanditaire et lui expliquer l'expérience que vous souhaitez mener et les résultats que vous souhaitez obtenir

Etape 2 : réaliser l'expérience

- mettez-vous dans la peau de l'utilisateur et réalisez le parcours usagers

Etape 3 : analyse

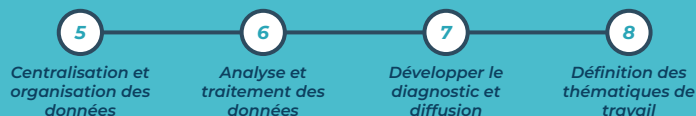
- A l'issue de l'expérience, prenez le temps de noter toutes vos observations, notamment ce qui vous a surpris, la durée de l'expérience, les émotions ressenties...

Le “focus group” ou groupe miroir

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Le focus groupe est un outil qui vient d'études qualitatives marketing. C'est une technique d'entretien de groupe qui permet de collecter des informations sur un sujet. La discussion est guidée par un facilitateur qui s'appuie sur un guide d'entretien.

Le Focus Group repose sur la dynamique de groupe, il permet d'explorer et de stimuler différents points de vue par la discussion.

Cette technique permet d'évaluer des besoins, des attentes, des satisfactions ou de mieux comprendre des opinions, des motivations ou des comportements.

Le Focus groupe sert aussi à tester ou à faire émerger de nouvelles idées.

Déroulement

- Etape 1 : préparer le focus group : cibler les participants, préparer une grille d'entretien, désigner les rôles d'animation
- Etape 2 : animer le focus group avec les participants : poser les questions, distribuer la parole, relancer.
- Etape 3 : analyser les verbatims, les informations collectées.

Conseils et astuces

Désignez plusieurs rôles :

- L'animateur pour poser les questions et redistribuer la parole,
- L'observateur pour noter le maximum d'informations et de verbatim,
- Le maître du temps pour s'assurer du respect du timing,
- Le scribe pour synthétiser en direct les points clés de l'échange,
- Sélectionnez bien les participants au focus group afin de collecter des informations plurielles,
- Assurez-vous d'une bonne répartition de la parole afin que chacun puisse s'exprimer,
- N'orientez pas le débat.

Enquête créative



Objectifs

Une manière détournée de mieux comprendre les pratiques et les besoins des usagers est de mobiliser des outils visuels de manière à les faire réagir sur des points divers. Nous parlons pour cela d'outils à réactions. Il peut s'agir de cartes, de parcours, de photographies, ou encore d'affirmations "clivantes" sur un sujet donné.

Avec peu de moyens, les outils à réactions permettent d'aller chercher la réaction de personnes non expertes, d'usagers potentiels ou d'acteurs à impliquer. C'est un outil qui permet d'aller du particulier (l'illustration) au général (le projet en gestation) et donc de rendre plus la démarche plus concrète.

Déroulement

- Etape 1 : Définir les objectifs de l'enquête créative et identifier les acteurs à rencontrer
- Etape 2 : Identifier les différents aspects / thèmes / pistes à illustrer et sur lesquels faire réagir
- Etape 3 : Réalisation des outils (écriture, illustration, impression)
- Etape 4 : Enquêter en vous amusant !

Conseils et astuces

- Les outils à réaction utilisés dans l'enquête créative peuvent être variés : il peut s'agir de cartes à réactions, pour faire réagir les usagers sur une thématique, de canevas à compléter, de cartes géographiques, de posters...
- Les outils à réactions sont un moyen de récolter de la donnée. Il est nécessaire de penser à une manière de la collecter (prise de note, enregistrement, retranscription des canevas, photos, etc).
- Le principe des outils à réaction peut également être mobilisé lors d'ateliers participatifs.

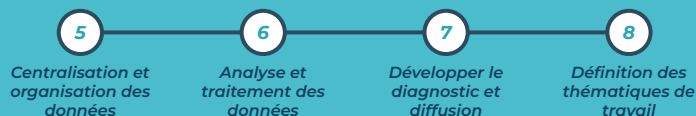


Les cartes à réaction

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Les cartes sont un outil utilisé dans l'enquête créative, permettant d'illustrer de façon simple et visuelle des pistes de projets ou des thématiques de réflexion. Ex : un dessin de potager dans un espace public pour évoquer un projet de jardin partagé ou, plus globalement, d'agriculture urbaine.

Les cartes utilisées pendant une enquête mais aussi pendant des ateliers participatifs.

Déroulement

- Étape 1 : Définir les objectifs de l'enquête outillée par les cartes à réaction
- Étape 2 : Identifier les acteurs à rencontrer
- Étape 3 : Identifier les différents aspects / thèmes / pistes à illustrer
- Étape 3 : Réaliser des cartes (écriture, illustration, impression)
- Étape 4 : Mener les entretiens en utilisant les cartes à réaction et recueillir les réactions des personnes interrogées.

Conseils et astuces

- Les illustrations d'une carte à réaction sont des exemples choisis pour faire réagir : ils ne sont pas voués à être réalisés (ou pas tels quel).
- Les cartes à réaction doivent être accompagnées d'un dispositif de recueil des réactions (à l'écrit ou à l'oral).



VOLET n°1 : COMPRENDRE

BOITE A OUTILS

APRÈS
L'ENQUÊTE

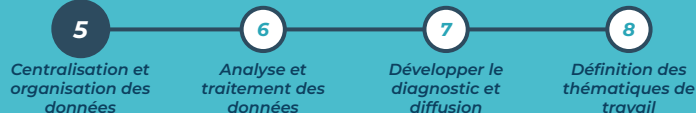


Centralisation et organisation des données

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

La compilation des données collectées lors de l'enquête vous permettra de passer à l'étape de l'analyse et de la production du diagnostic. Pour ce faire, il est important de savoir quelles données ont été recueillies, de quel type et sous quel format, et de les organiser et les homogénéiser dans un outil mutualisé.

Pour identifier les éléments clés de l'enquête et établir le diagnostic, il est important de prendre en compte la nature et la complexité des données collectées. Vous devez également être attentif aux différents facteurs qui peuvent influencer les résultats de l'enquête et les interpréter de manière appropriée. Enfin, il est crucial de présenter les résultats de l'enquête de manière claire et concise, en mettant en avant les principaux enseignements et en proposant des recommandations concrètes pour améliorer la qualité du service ou de l'organisation concerné.

Conseils et astuces

Utiliser un outil de gestion de données en ligne ou logiciel de gestion de données qui permettent de stocker, de trier et de traiter de grandes quantités de données de manière efficace,

Créer un système de classement clair pour retrouver facilement les données et de les regrouper de manière logique,

Standardiser les données pour faciliter leur traitement et leur analyse,

Documenter et commenter les données de manière à ce que leur provenance et leur contexte soient clairs pour tous ceux qui les utilisent,

Utiliser des outils collaboratifs, éviter de multiplier des fichiers et travailler en équipe autour d'un fichier collaboratif unique,

Respecter les réglementations en vigueur en matière de protection de données et s'assurer que les données sont traitées de manière responsable et éthique.

Déroulement

ETAPE 1 : choisir le canevas adapté

- 1/ Extraire les thématiques issues des objectifs de l'enquête pour préparer les colonnes
- 1 bis / Éventuellement faire des regroupements de thématiques
- 2/ Choisir le canevas parmi les modèles proposés (personnaliser éventuellement)
- 3 / Mettre chaque personne enquêtée en ligne
- 3 bis / Éventuellement faire des regroupements de publics

ETAPE 2 : remplir le canevas

- 1/ Organiser un temps de réflexion collective pour s'accorder sur les entrées à partir de la V1
- 2/ Définir avec l'équipe d'enquêteur, le statut attendu de la donnée :
 - verbatim précis
 - verbatim stylisé
 - synthèse du propos
 - proto-analyse
- 3/ Remplir les données

ETAPE 3 : faire une itération sur le canevas

- 1/ Organiser un temps d'itération collective sur le tableau
- 2/ Etudier la possibilité d'affiner le tableau en :
 - multipliant les colonnes en fonction de la finesse de l'analyse
 - attribuant un code couleur pour montrer la nature des données récoltées (représentations, émotions, pratiques, etc.)
 - attribuant éventuellement un "mot-clé" pour faciliter la recherche dans un très grand tableau

ETAPE 4 : finaliser l'outil de centralisation des données

- 1/ Remplir toutes les données
- 2/ Mettre au propre pour préparer l'analyse
 - correction rapide des fautes
 - mise en page uniformisée
 - vérification d'erreurs éventuelles

Méthodes d'analyse issues de différentes disciplines



Objectifs

Les disciplines telles que la sociologie, l'ethnographie et la psychosociologie vont permettre de s'immerger dans un contexte pour :

- Observer les comportements, les jeux d'interactions & les rôles, les lieux, l'utilisation des outils dans un service par exemple.
- Comprendre le cadre de référence des acteurs et usagers (empathie cognitive, émotionnelle, raison...)
- Comprendre des systèmes en testant des réactions (recherche-action ou test / idées à réactions)

En complément une approche macro-sociologique va donner une autre compréhension des usages, des pratiques et des représentations d'un individu sur un "objet" selon un contexte plus large :

- le groupe social auquel appartient l'individu, le territoire dans lequel il vit, son histoire de vie et les déterminismes qui vont avec.
- Ce contexte va permettre de comprendre et expliquer l'usage d'un service : cet usage n'est pas le même selon les réalités socio-économiques de la personne, de la configuration du territoire, de l'accès aux infrastructures etc...

Une approche micro-sociologique questionne la relation usagers-technologie au-delà du déterminisme technique :

- Par exemple ; ce n'est pas la forme d'une chaise qui déterminerait (exclusivement) comment elle est utilisée.
- Dans l'administration, de nombreux outils utilisés ne recouvrent pas forcément l'usage initialement pressenti

Méthodes sociologiques, ethnographiques, psychosociologiques et artistiques :

- S'immerger dans le contexte (méthodes ethnographiques)
- Jeux d'interactions & rôles,
- Empathie cognitive et émotionnelle (approche SHS)

Une approche macro-sociologique :

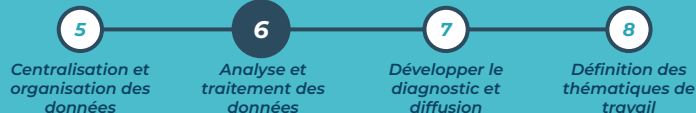
- Place l'utilisateur dans un contexte plus large (le groupe social auquel il appartient, le territoire dans lequel il vit, son histoire de vie..).
- L'usage d'un service n'est pas le même selon les réalités socio-économiques de la personne, de la configuration du territoire

Analyse et traitement des données

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

L'analyse et le traitement des données sont des étapes cruciales dans l'étude et la recherche qui permettent de rendre les données utilisables et compréhensibles afin de pouvoir en tirer des enseignements et des conclusions significatives. Ils peuvent être utilisés pour identifier des tendances et des modèles, mesurer l'efficacité, améliorer les processus, prendre des décisions éclairées et stratégiques et communiquer de manière claire et concise les résultats et les enseignements tirés de l'enquête ou de l'étude.

Conseils et astuces

Il est conseillé d'avoir une assez bonne maîtrise d'excel pour exploiter les résultats. Ce sont des données quantitatives qui sont attendues.

Le traitement des données vous permet :

- de déclencher la mise en action
- de hiérarchiser la prise de décision
- de prioriser les premières actions à mettre en place

Pour cela, il faut tirer du sens à l'ensemble des indicateurs mesurés.

Déroulement

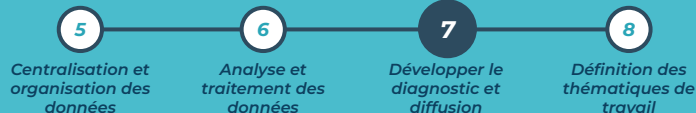
1. **Récupération des données :** Capitalisation des données au même endroit et extraites de la même manière
2. **Retravailler la donnée :** La donnée brute doit être retravaillée afin qu'elle puisse être exploitable en données chiffrées et mesurables
 - a. Les réponses qualitatives sont écrites de manière numérique afin de "cleaner" sa base de données :
 - b. Par exemple :
 - L'ensemble des réponses "OUI" sont renommées "1"
 - L'ensemble des réponses "NON" sont renommées "2"
3. **Tirer les premiers résultats :** Avec un système de comptage ou de pourcentage, faire des tris à plat
 - a. Par exemple : Question 1 : 15% des interrogés ont répondu être satisfaits de l'espace d'accueil.
4. **Construire le rapport :** Faire des tris croisés avec les caractéristiques des répondants pour obtenir une analyse plus détaillée
 - a. Par exemple : "25% des répondants âgés de 18 à 25 ans sont très satisfaits du suivi individualisé des dossiers".

Développer un diagnostic diffusable

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

La démarche de restitution des résultats de l'enquête et de partage des enseignements est essentielle pour permettre à l'organisation de mettre en place des solutions efficaces pour répondre aux besoins et aux problèmes identifiés.

Pour restituer votre diagnostic et partager les enseignements, il est important de présenter de manière claire et concise les résultats de l'enquête et les enseignements tirés de celle-ci. Pour cela, vous devrez utiliser l'image comme moyen de traduction de concept et d'analyse pouvant être complexe.

Déroulement

- Les critères pour déterminer le contenu et le type de livrables :
 - A qui est-ce destiné ?
 - Interne : Équipe projet, agents, manager, direction, décideur, etc.
 - Externe : grand public, usagers, utilisateurs, habitants, acteurs partie prenante du projet, autres administrations,...
- 2. Déterminer les enjeux et ce que l'on souhaite susciter auprès des publics cibles :
 - S'agit-il d'informer ? De synthétiser ? Faire réagir ? Recueillir d'autres informations ? Faire adhérer ? Mobiliser ? Convaincre ?
- 3. Tirer des enseignements sur la démarche :
 - Qu'est-ce qui a bien fonctionné ? Qu'est-ce qui a été difficile ? Ce qui nous a surpris ? Ce que l'on souhaiterait améliorer / poursuivre par la suite ?

Conseils et astuces

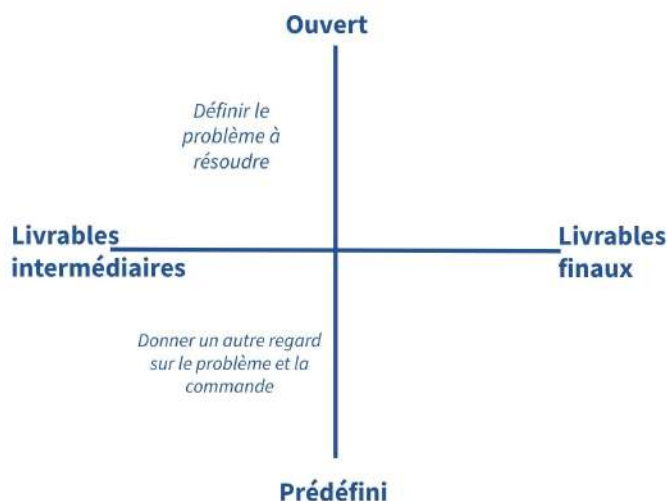
Formats pouvant être imaginés :

- Panneau d'exposition
- Séminaire d'appropriation
- Communication promotion autour des analyses
- EPK (Kit de presse électronique)
- kit de mise en oeuvre autonome par votre commanditaire

Définir l'objectif des livrables



Objectifs



Déroulement

Deux éléments structurels vont déterminer l'objectif des livrables que vous allez produire.

S'agit-il de produire des livrables intermédiaires ou finaux ?

- Les livrables intermédiaires touchent au processus même du projet :
 - Ils visent à donner un regard sur le changement et la transformation en cours, conférer des éléments pour mieux comprendre le problème ou donner une autre représentation du problème, partager des connaissances sur le problème, un diagnostic, etc ...
 - Contenu possible : verbatims, représentations, appréhensions et espoirs, vision idéale du projet, premières analyses.
- Les livrables finaux touchent aux résultats du projet :
 - Ils proposent des solutions en réponse à la commande tel que des outils, des modèles d'organisation pouvant être représentés à travers des scénarios, des interfaces, des nouveaux services etc.
 - Il convient également de définir le statut du livrable vis-à-vis des enjeux du projet : s'agit-il d'informer des publics non-avertis ? De convaincre ? d'essaimer une idée et une solution ?
 - Le type de solution proposée ainsi que la définition des enjeux vont déterminer le type de livrable final.
- Le projet et la solution est-elle prédéfinie ou ouverte ?
 - Dans un projet plus ouvert vis-à-vis des attentes de la commande, l'accent sera mis davantage sur le problème à résoudre (livrable intermédiaire) et de laisser les solutions plus ouvertes.
 - Lorsque les solutions sont pressenties (ex : un site à construire) le contenu des livrables sera davantage orienté.

Conseils et astuces

La forme que prendront les livrables (finaux et intermédiaires) dépendra :

- De l'objectif que l'on se donne pour le livrable : s'agit-il d'apporter du contenu sensible ? partager une première enquête ? une intuition et des signaux faibles ?
- De l'analyse et de son niveau de complexité : il y a-t-il l'enjeu de simplifier la compréhension ? de poser une analyse exhaustive ? Le type d'analyse et son contenu aura une influence sur la forme à adopter.
- De la stratégie que l'on adopte et des enjeux de l'instant : S'agit-il de mobiliser sur le projet ? convaincre un élu ? etc...

Définition des thèmes de travail (Carto des enjeux)



Objectifs

Les visualisations aident à appréhender la complexité. Au cours des projets, nous sollicitons régulièrement les outils de type cartographie. L'objectif des cartographies est d'avoir une vision d'ensemble d'une problématique, d'un contexte socio-technique ou socio-culturel.

Cette technique est mobilisable tout au long du processus d'innovation et peut prendre différents noms (Convergence Map, Opportunity Map, Cartographie des controverses etc). Elle permet au groupe projet de :

- Identifier le contexte et les contraintes dans lequel évolue le projet,
- Organiser et visualiser la complexité pour rendre compréhensible et accessible à tous un grand nombre de données,
- Évaluer et appréhender la suite du projet en imaginant des scénarios d'évolution.

Conseils et astuces

Une séance de mapping peut prendre entre 1h30 et 4h, mais peut aussi s'étaler sur des temps plus longs, dans lesquels le groupe projet fera évoluer le support en même temps que le projet.

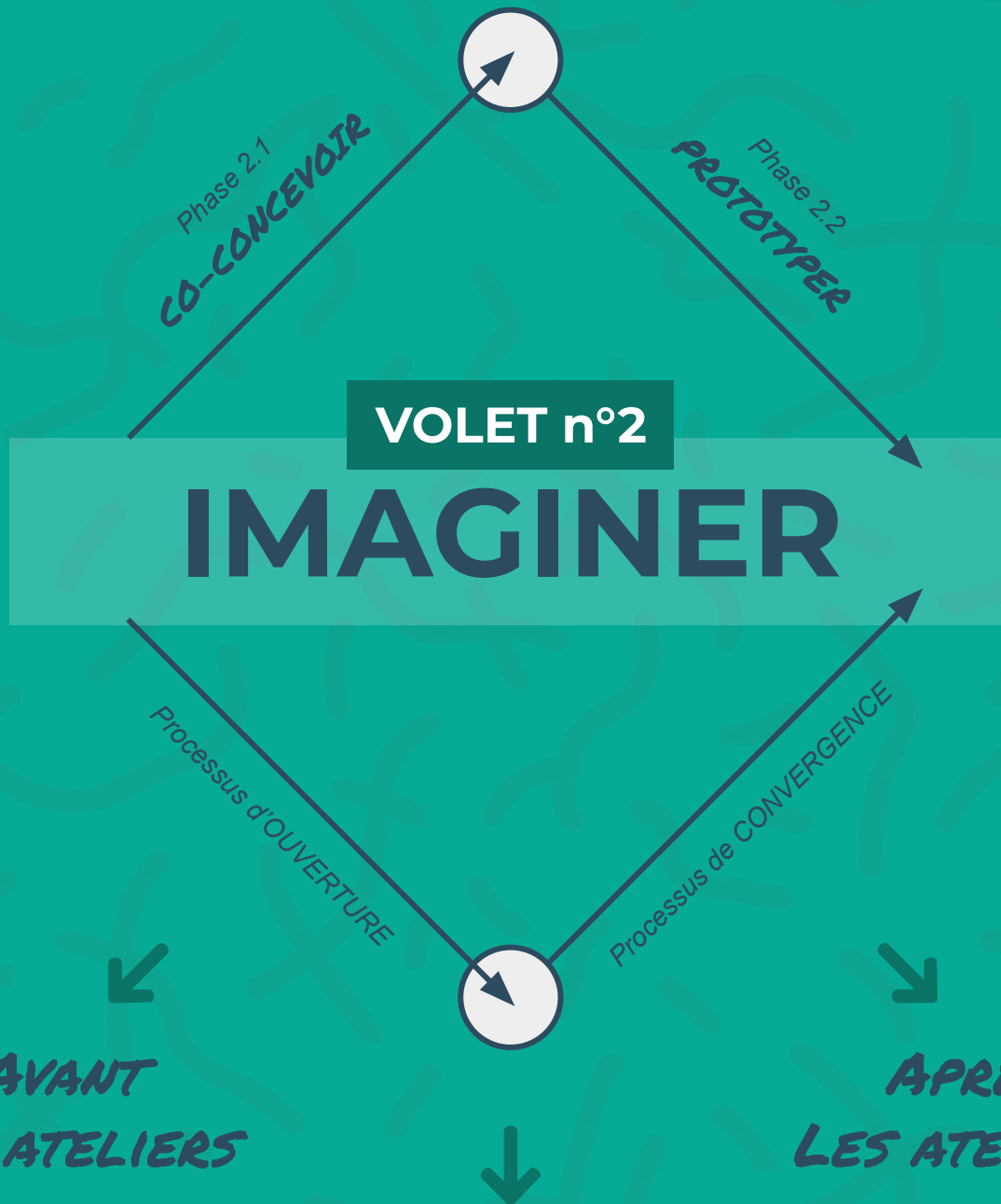
Livrables : Une grande carte au mur ou en relief sur une table qui sera synthétisée sur un grand poster qui pourra être imprimé.

Sur le même modèle, il est intéressant de construire une cartographie des acteurs qui gravite autour de la problématique.

Déroulement

Le déroulement d'une séance de mapping peut varier en fonction de l'objectif de la séance et de la méthodologie utilisée. Voici un exemple de déroulement générique d'une séance de mapping :

1. Préparation de la séance : avant la séance, il est important de définir clairement l'objectif de la séance et de préparer les outils et supports nécessaires (par exemple, papier, marqueurs, post-it, etc.).
2. Présentation de l'objectif et de la démarche : lors de la séance, il est important de présenter l'objectif et la démarche de la séance aux participants pour leur permettre de comprendre ce qu'ils vont faire et pourquoi.
3. Collecte de données : la séance de mapping consiste à collecter des données sur le sujet à étudier. Cela peut se faire à l'aide d'entretiens, de questionnaires, d'observations ou d'autres méthodes.
4. Organisation et représentation des données : une fois que les données ont été collectées, il est important de les organiser et de les représenter de manière visuelle pour faciliter leur compréhension. Cela peut se faire à l'aide de mind maps, de diagramme de flux, de cartes conceptuelles ou d'autres outils de visualisation.
5. Analyse et discussion des résultats : une fois que les données ont été organisées et représentées de manière visuelle, il est important de les analyser et de discuter des enseignements et des conclusions qui peuvent être tirés de cette analyse.
6. Prise de décision et plan d'action : enfin, la séance de mapping peut se terminer par la prise de décision et la définition d'un plan d'action pour mettre en œuvre les solutions identifiées lors de la séance.



- 25. Outil matrice de déroulé d'atelier
- 26. Outil "les bonnes questions à poser"
- 27. Outil bien préparer son atelier

- 28. Outil brise-glaces et exercices de stimulation créative
- 29. Outil expériences d'animation vécues
- 30. Outil posture du facilitateur
- 31. Outil matrices et canevas de travail
- 32. Outil de prototypage en atelier

- 33. Outil centraliser et synthétiser vos données
- 34. Outil scénariser les orientations à arbitrer
- 35. Outil cahier d'idées
- 36. Outil cahier des charges pour le prototypage



VOLET n°2 : IMAGINER

BOITE A OUTILS



AVANT LES ATELIERS



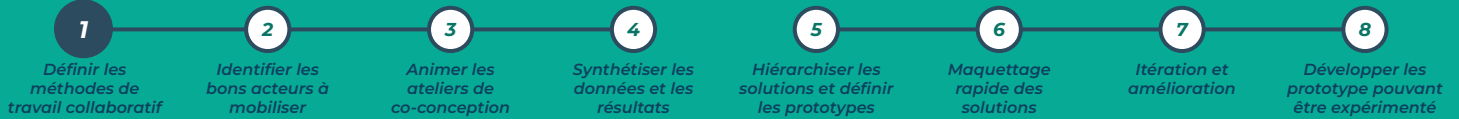
LES ETAPES DE L'ATELIER



Matrice de déroulé d'atelier

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR

PHASE 2 : PROTOTYPER



Objectifs

En amont d'un temps de co-construction il est nécessaire de bien cadrer le modalité d'animation, les supports dont vous aurez besoins. Pour cela suivez le déroulé qui encadrera votre temps de travail dédié à la préparation de votre atelier.

Conseils et astuces

1. Il est important de définir clairement les enjeux de l'atelier de co-conception.
2. Il est essentiel de préparer la logistique à l'avance.
3. La planification minutieuse du plan d'animation est cruciale.
4. L'animation doit être rythmée pour éviter la monotonie.
5. Le choix de la technique d'idéation doit être bien réfléchi.
6. Les animateurs doivent jouer un rôle actif dans l'atelier.
7. La diversité des profils doit être prise en compte.
8. Il est important de rythmer l'atelier de manière adéquate.
9. Les idées doivent être récapitulées rapidement.
10. La clôture de l'atelier de co-conception doit être réussie.

Pour bien cadrer votre atelier vous pouvez utiliser le tableau ci-joint. Il vous permettra de développer avec finesse votre atelier, les objectifs et les modes d'animation ainsi que d'identifier à chaque étape quels supports vous devez préparer.

Déroulement

Etape 1 : vous pouvez répondre directement à cette série de critères :

- PARTICIPANTS & CONDITIONS DE PARTICIPATION :
- ENJEU DE LA PHASE DU PROJET:
- FINALITÉ RECHERCHÉE DANS CET ATELIER :
- SOUS-OBJECTIFS POUR L'ATTEINDRE :
- AMBIANCE RECHERCHÉE :
- PRODUITS DE SORTIE :

Etape 2 : en fonction des réponses vous pouvez aller piocher dans la boîte à outil des outils d'animation

Étape 3 : A partir de ce canevas vous pouvez construire votre déroulé en commençant par les grandes séquences en ayant en tête leur produit de sortie et leur enchaînement.

Etape 2 : vous pouvez découper vos séquences en étape avec pour chacune un objectif, un mode d'animation et les matériels et outils nécessaires

- quand cela est possible privilégiez des outils existants en les améliorant ou en les adaptant au besoin

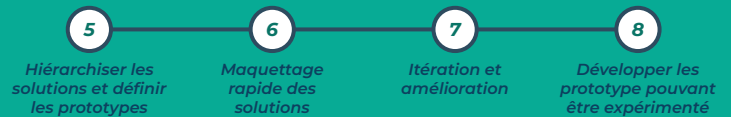
NOM DE LA SÉQUENCE - 00 min			
Etape	Objectif	Modalités d'animation	Matériels et outils
nom de l'étape et durée	objectif de votre étape	description des exercices et des activités	Support à produire pour accompagner l'animation

Les bonnes questions à poser

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR



PHASE 2 : PROTOTYPER



Objectifs

Avant de se lancer dans la conception de l'animation d'un atelier, il convient de prendre le temps de se poser quelques questions essentielles pour préparer son déroulé.

Voici quelques questions qui seront utiles pour cadrer la réflexion.

Conseils et astuces

N'oubliez pas de penser aussi à "l'après" atelier lorsque vous concevez votre réunion :

- Comment seront faits la synthèse et le suivi après l'atelier ? (Ex. : compte rendu, plan d'action)
- Comment recueillir les feedbacks des participants ? (Ex. : questionnaire, discussion)

Déroulement

Dans un premier temps, il faut avoir en tête l'objectif de l'atelier :

- Quel est l'objectif principal de l'atelier ? (Ex. : générer des idées, résoudre un problème, renforcer l'esprit d'équipe)
- Quels sont les résultats attendus de l'atelier ? (Ex. : des idées concrètes, une feuille de route, un consensus, une meilleure connaissance des participants...)

Puis, se pose la question du public :

- Qui seront les participants ? (élus, agents, citoyens, professionnels...)
- Combien seront-ils ?
- Quelles sont leurs attentes visibles (objectifs) et cachées (désirs) ? (Ex. : apprentissage, reconnaissance, expression personnelle...)
- Y a-t-il des participants aux besoins spécifiques ? (Ex. : introvertis, personnes avec des limitations physiques...)

Sans oublier la question essentielle de la durée :

- Quelle est la durée idéale de l'atelier ? (Ex. : pour éviter la fatigue, maintenir l'engagement)

Ces éléments vous permettront de construire les bases de votre déroulé d'atelier, que vous pouvez approfondir avec les questions suivantes :

- Quel contenu sera abordé ? (Ex. : informations, exercices pratiques)
- Quelle seront les grandes séquences de votre atelier ? (Ex. : plénière, travail en groupe, retour collectif)
- Quels outils ou supports seront utilisés ? (Ex. : post-its, tableaux blancs, outils numériques)

Enfin, il convient de ne pas oublier de définir les aspects matériels et logistiques de l'atelier :

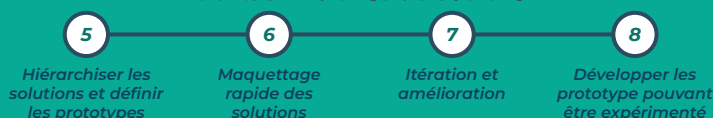
- Quand aura-t-il lieu ? (en journée, en soirée pour accueillir du grand public...)
- Où aura lieu l'atelier, quelle disposition des espaces ?
- Quel matériel est nécessaire ? (Ex. : fournitures, projecteur, micro, tables...)

Bien préparer son atelier

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR



PHASE 2 : PROTOTYPER



Objectifs

Pour animer un atelier de co-conception de manière efficace, il est souvent nécessaire de disposer d'outils et de supports spécifiques. Cependant, il n'est pas toujours facile de trouver les outils adéquats ou de les acheter à un prix abordable. Heureusement, il existe une méthode simple et économique pour fabriquer des outils et des supports d'animation pour votre atelier de co-conception.

Conseils et astuces

Quel que soit l'outil que vous choisissez, il est important de vous assurer qu'il est adapté à vos besoins et à la problématique que vous souhaitez aborder. N'hésitez pas à personnaliser les outils existants pour qu'ils soient mieux adaptés à votre atelier de co-conception. Gardez à l'esprit que la personnalisation des outils peut renforcer l'implication et l'engagement des participants, tout en améliorant la qualité de la co-conception.

Il existe de nombreuses boîtes à outils en ligne. Nous vous proposons de vous approprier celle conçue par le Philagora pour trouver une grande diversité d'outils d'animation :

https://creativite33.files.wordpress.com/2015/06/philagora_a-trousse-a-idees.pdf

Déroulement

Identifier les besoins : La première étape consiste à identifier les outils et les supports nécessaires pour animer votre atelier de co-conception. Pour cela, vous pouvez vous référer aux différentes étapes de l'atelier et aux techniques d'idéation que vous allez utiliser.

Choisir les matériaux : Une fois les besoins identifiés, vous pouvez choisir les matériaux nécessaires à la fabrication des outils et des supports. Vous pouvez trouver ces matériaux dans les magasins de bricolage ou de loisirs créatifs.

Concevoir les outils : La prochaine étape consiste à concevoir les outils et les supports en fonction des besoins identifiés. Vous pouvez utiliser des modèles existants ou créer vos propres modèles.

Fabriquer les outils : Après avoir conçu les outils, il est temps de les fabriquer. Pour cela, vous pouvez utiliser des outils de base tels que des ciseaux, une règle, un cutter, une agrafeuse, etc.

Tester les outils : Une fois les outils fabriqués, il est important de les tester pour s'assurer qu'ils répondent aux besoins identifiés et qu'ils sont faciles à utiliser. Si nécessaire, vous pouvez apporter des ajustements.

Préparer les supports : Outre les outils, il est également important de préparer les supports tels que les panneaux d'affichage, les fiches, les cartes, etc. Pour cela, vous pouvez utiliser des logiciels de design graphique tels que Photoshop ou Illustrator.

En utilisant cette méthode, vous pouvez fabriquer des outils et des supports d'animation sur mesure pour votre atelier de co-conception. Non seulement cette méthode est économique, mais elle vous permet également de personnaliser vos outils en fonction des besoins de votre atelier. De plus, la fabrication de vos propres outils et supports peut être une activité amusante et créative qui peut renforcer la cohésion d'équipe et l'engagement des participants.



VOLET n°2 : IMAGINER

BOITE A OUTILS

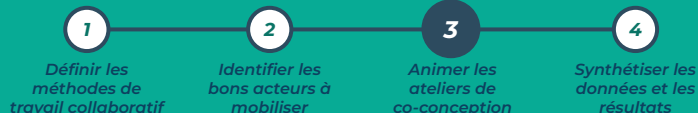


PENDANT LES ATELIERS

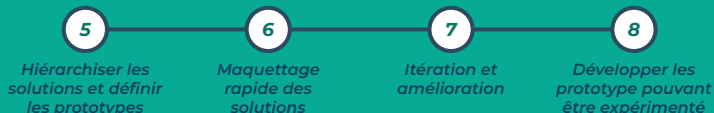


Brise-glace et exercices de stimulation créative

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR



PHASE 2 : PROTOTYPER



Objectifs

Les brises-glace sont des petits jeux utilisés en animation en début d'atelier de créativité ou de réunion pour favoriser la rencontre entre les personnes, instaurer une ambiance de travail convivial et mettre les participants dans une posture dynamique et participative.

Dans cette fiche est présenté un brise glace en particulier : le cercle des prénoms et des gestes.

Les objectifs de ce brise glace en particulier sont de faire connaissance, développer l'écoute, l'observation, la concentration, la mémoire et la bienveillance de groupe.

Déroulement

Le groupe se place en cercle. Le premier doit dire son prénom et y associe un geste précis. Le deuxième reprend le prénom et le geste du premier et y ajoute les siens et ainsi de suite. Cet icebreaker développe l'écoute, l'observation, la mémorisation et la cohésion du groupe à travers l'attention que reçoit chacun, puisqu'on dit son prénom. Il s'inscrit dans le groupe en tant que personne. Si une personne a du mal à retenir, la bienveillance du groupe l'aide, l'intelligence collective peut aussi s'installer tranquillement.

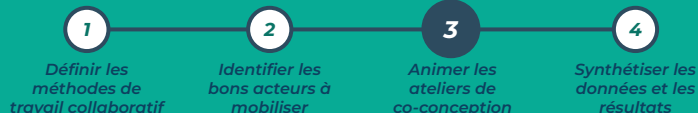
Conseils et astuces

Il s'agit ici d'un exemple de brise glace, il en existe un très grand nombre et vous pouvez même adapter ou créer les vôtres en fonction du contexte, du thème et des objectifs de votre réunion !

Une ressource pour trouver des brises glace :
<https://www.economie.gouv.fr/mission-innovation/boite-outils/briser-la-glace-pour-mieux-demarrer-sa-reunion>

Expériences d'animations vécues

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR



PHASE 2 : PROTOTYPER



Objectifs

Lors de la conception d'un déroulé d'animation, il est essentiel de penser à l'expérience que vivront les participants lors de l'atelier. Cela permet maintenir l'attention de l'ensemble des participants tout en gardant un cadre de travail dynamique, agréable et convivial.

Conseils et astuces

Co-créer les déroulés d'animation avec les commanditaires de l'atelier peut permettre de répondre au mieux aux attentes et aux objectifs.

Déroulement

- Pour l'animation, prévoir un binôme animateur - facilitateur. Cela permet en effet de piloter plusieurs groupes de travail simultanément, assurer la fluidité des échanges dans des formats variés, d'alterner les séquences propres à insuffler la dynamique de groupe et de favoriser l'émergence de l'intelligence collective.
- Dès les premiers temps de l'atelier, favoriser la convivialité et la bienveillance (accueil café, brise-glace, tour de parole pour se présenter...)
- S'assurer que le cadre de travail collectif est clair, partagé et qu'il prend soin de tous et de chacun (objectifs, déroulé, règles de l'intelligence collective...)
- Varier les postures de travail durant l'atelier pour amener les participants à se mettre en mouvement, passer d'une posture assise plus passive à une posture debout et donc plus active. Changer et mélanger les groupes de travail, proposer des exercices permettant de se mouvoir dans l'espace pour maintenir une dynamique.
- Varier les formats d'expressions pour favoriser les prises de paroles (petits groupes, binômes, plénières, etc.)
- Varier les outils d'animation pour mobiliser la créativité, par exemple, utiliser le dessin, seul ou à plusieurs, le photo-langage ou l'improvisation...
- Varier l'espace : utiliser plusieurs salles, faire bouger la disposition des tables, prévoir des zones de travail spécifiques...

Les règles de l'INTELLIGENCE COLLECTIVE



ÉCOUTER avec ATTENTION



PARLER avec INTENTION



ÊTRE BIENVEILLANT



SE FAIRE CONFIANCE



RESPECTER le CADRE

CC-BY-NC-SA

Le Réseau
& www.recompose.it



Posture du facilitateur

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR



PHASE 2 : PROTOTYPER



Objectifs

Le facilitateur joue un rôle crucial dans un atelier d'intelligence collective.

A la fois garant du cadre et des résultats, il créé les conditions d'émergence de l'intelligence collective. Pour cela, il doit veiller à garder une posture neutre tout en encourageant la participation.

Déroulement

Le facilitateur est en charge du pilotage de l'atelier. Il a pour mission maintenir un espace ouvert et sécurisé, en déroulant un processus adapté pour permettre à un groupe d'avancer dans les meilleures conditions possibles. Il favorise l'expression des idées de chacun pour favoriser l'émergence de l'intelligence collective afin que le groupe se dirige vers les objectifs fixés. Il est garant du temps et du processus.

Comment ?

Il veille au respect du cadre de la réunion, et conduit le processus d'animation défini en amont. Il ne prend pas part au contenu des discussions. Il peut poser des questions et clarifier ce qui a été dit. Dans des ateliers de créativité, le facilitateur peut stimuler, tonifier le groupe, injecter une énergie positive et une dynamique motivante.

Principes clés de la posture de facilitateur dans un atelier de créativité :

- La posture terre : posture investigatrice, qui cherche à décortiquer, creuser, approfondir,
- La posture feu : posture provocatrice, qui challenge et qui casse l'existant pour reconstruire,
- La posture air : posture inspiratrice qui invite à rêver, à se projeter,
- La posture eau : posture de reliance, qui invite à relier, sédimenter les idées.

Matrices et canevas de travail

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR



PHASE 2 : PROTOTYPER



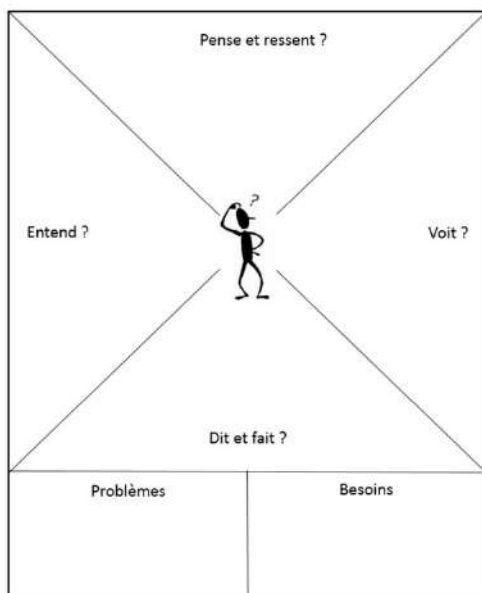
Objectifs

Les matrices et canevas de travail sont des outils qui permettent de cadrer la réflexion lors d'une séquence de travail, tout en poussant les participants à questionner un sujet sous plusieurs angles.

Les matrices et canevas permettent également de mettre en forme les idées, des les rendre visuelles et de les poser à l'écrit afin de pouvoir en réaliser une synthèse à la fin de l'atelier.

Conseils et astuces

Business model canva, persona, carte d'empathie, user journey... Il existe beaucoup de modèle de canevas ou de matrices répondant à divers objectifs : n'hésitez pas à vous en inspirer et à les adapter à vos propres ateliers.



Exemple : la carte d'empathie

Déroulement

En amont de l'atelier, concevoir ses matrices ou ses canevas en fonction des objectifs de l'ateliers. Il est possible d'utiliser des modèles existants, mais aussi de créer ses propres canevas.

Par exemple, cela peut-être une simple "fiche idée" où les participants doivent inscrire :

- le titre de leur idée
- l'objectif ou la problématique à laquelle elle répond
- la description de l'idée
- les usagers
- un croquis ou un dessin de l'idée

Un autre exemple est la carte d'empathie. C'est un outil de visualisation qui consiste à résumer dans un tableau ce que l'utilisateur perçoit ou ressent afin de mieux comprendre ses besoins avant de chercher des solutions pour y répondre.

Pendant l'atelier l'animateur accompagne les participants pour compléter les canevas. Par exemple, pour la carte d'empathie :

- un animateur guide le questionnement autour du canevas ;
- une ou des personnes ressources (acteur, témoin, expert...) peuvent être présentes pour faciliter le travail des participants en alimentant leurs réflexions de ses expériences, pratiques, etc. ;
- aucune animation, les participants sont en autonomie.

A la fin de l'atelier, l'animateur peut récupérer les productions et en faire une synthèse utile pour les prochaines étapes de réflexion.

Prototypage en atelier

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR



PHASE 2 : PROTOTYPER



Objectifs

Dans un processus de conception agile, la capacité à simuler une expérience, un produit ou un service est essentielle pour aboutir à un résultat concret qui sera le fruit d'itérations de durées variables.

De la maquette papier à éprouver lors d'une réunion, à la version bêta d'une application mise en test sur un panel d'une centaine d'utilisateurs, il existe toutes sortes de maquettes et de prototypes permettant le test, l'évaluation et la simulation au cours d'un projet. En ce sens, le prototypage ou maquettage présente plusieurs avantages. Lorsque nous parlons de "prototypage", nous faisons donc référence à tous les artefacts intermédiaires entre une idée et sa réalisation finale.

Que cela soit pour la création d'un service, d'une interface ou d'un produit, nous mobilisons toutes sortes de prototypes au cours de nos projets pour : faire évoluer la conception et ainsi mettre en situation d'usage les parties prenantes, conduire des sessions de test utilisateur, ou encore permettre l'immersion dans une nouvelle expérience d'usage par une expérimentation grandeur nature.

Déroulement

Prototyper pour penser et accélérer la conception

Le prototypage est un état d'esprit qui est au cœur de la "pensée design". Dans sa forme la plus sommaire, il permet notamment d'être un accélérateur de conception en éprouvant au plus vite une idée afin de constituer les fondations d'un concept par la matérialisation d'une partie plus ou moins importante du projet. Cette façon de penser rapidement "par le faire" plutôt que de penser longtemps avant d'agir est au cœur des démarches d'innovation. À ce stade, le prototypage est avant tout un outil de conception pour l'équipe projet afin d'avancer de façon agile et visualisable sur un projet.

Types de livrables :

- Interfaces papiers
- Maquettes en volume, carton, terre, etc.
- Dessins de principe, illustrations
- Images concept, Mind Maps

Prototyper pour faire preuve du concept et rendre tangible

Le prototype permet la matérialisation d'une idée. Le prototype peut donc être utilisé comme "preuve de concept" : un outil de communication permettant d'inscrire un concept dans le réel par sa mise en forme. Ceci permet de crédibiliser un concept d'usage et ou une nouvelle fonctionnalité avant même que celle-ci soit en phase de développement. Ce type de prototypage permet de rendre désirable un projet et peut être un outil particulièrement stratégique, notamment lors de phases de recherche de financement ou de validations pas la hiérarchie.

Types de livrables :

- Vidéos prototype, vidéos croquis
- Scénarios d'usage, Storyboards, Issue cards, Blue Prints
- Modélisations et plans d'usage
- Illustrations et mises en situation

Prototyper pour simuler et tester

Le prototypage permet de simuler un usage ou une fonction. Il n'est pas nécessaire de simuler l'intégralité d'une solution en situation réelle d'usage pour avancer, identifier les défauts et anticiper les problèmes. En ce sens, la simulation ou le test utilisateur en chambre permettent de rapidement valider ou d'écarter certaines fonctionnalités. Ce prototypage permet ainsi d'identifier les verrous d'usage de la solution mais aussi d'identifier de nouvelles opportunités d'évolution grâce à l'étude de signaux faibles renvoyés par les bêta testeurs. Enfin, c'est aussi l'occasion de faire les premières optimisations formellement, fonctionnellement et esthétiquement de la solution.

Types de livrables :

- Application Wireframes fonctionnels
- Vidéos de principe
- Tests d'utilisabilité



VOLET n°2 : IMAGINER

BOITE A OUTILS

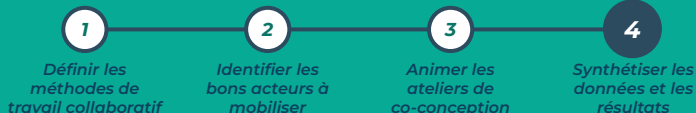


APRÈS LES ATELIERS

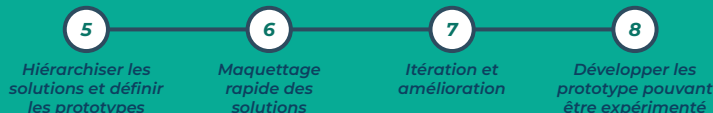


Centraliser et synthétiser vos données

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR



PHASE 2 : PROTOTYPER



Objectifs

A la suite d'un atelier, il est essentiel de centraliser les données récoltées afin de pouvoir les analyser et en tirer des grands axes ou des principes de conception.

Déroulement

Pour cela, la première étape est de retranscrire les données et les uniformiser dans un document de travail, de préférence collaboratif afin que chaque personne de l'équipe projet puisse le compléter.

Pour centraliser les données de façon à les analyser facilement, il peut être intéressant de construire un tableau avec différents critères d'analyse en entrée, cela vous permettra de piocher des données mises au propre pour construire votre synthèse.

Ensuite, pour pouvoir partager et diffuser les résultats de vos ateliers, il est nécessaire de réaliser un document synthétique et visuel de ces données. On peut par exemple s'appuyer sur un support diapositive, reprenant vos constats et mettant en avant quelques chiffres clés ou des verbatims pour illustrer votre propos.

Idéalement, ce document peut être agrémenté de photos prises durant les ateliers ou de croquis et de schémas afin de faciliter sa lecture.

Conseils et astuces

Pensez visuel ! Face à une grande quantité de données, on peut facilement se retrouver perdu. Le fait de les centraliser dans un seul tableau d'analyse, et ensuite de réaliser une synthèse en venant piocher des éléments dans ce tableau vous aidera à organiser vos apprentissages.

Pensez à prendre des photos lors de vos sessions d'ateliers pour illustrer vos livrables et raconter l'histoire du projet.

Scénariser les orientations à arbitrer

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR

1

Définir les méthodes de travail collaboratif

2

Identifier les bons acteurs à mobiliser

3

Animer les ateliers de co-conception

4

Synthétiser les données et les résultats

PHASE 2 : PROTOTYPER

5

Hierarchiser les solutions et définir les prototypes

6

Maquettage rapide des solutions

7

Itération et amélioration

8

Développer les prototype pouvant être expérimenté

Objectifs

Lorsque de la réalisation de l'analyse de vos données et des productions de vos ateliers, commencent à se dessiner différentes orientations possibles pour la suite du projet.

Pour faciliter l'arbitrage des orientations à prendre, vous pouvez rendre plus concrètes et visuelles les différentes solutions afin d'aider les personnes décisionnaires à se projeter.

Déroulement

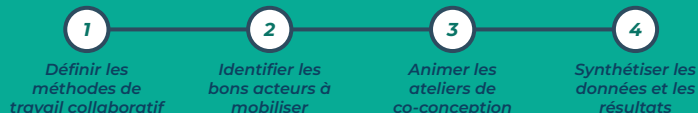
A l'issue de votre analyse, différentes solutions ou types de solutions se dégagent. Il sera nécessaire de réaliser un arbitrage entre ces éléments pour recentrer les étapes suivantes de prototypage autour de quelques solutions précises.

Pour aider à l'arbitrage, vous pouvez "scénariser" ces solutions. C'est à dire les rendre plus tangibles afin de favoriser la projection.

Cela revient, en quelque sorte, à raconter une histoire pour chacune de ces solutions. Comment sont nées ces idées ? D'où viennent-elles ? A quel besoin répondent-elles ? Quels changements vont-elles provoquer chez l'utilisateur ?

Cahier d'idées

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR



PHASE 2 : PROTOTYPER



Objectifs

Synthétiser l'ensemble des productions d'un atelier de créativité dans un seul livrable et favoriser ainsi la priorisation des idées.

Le cahier d'idées est une sorte de catalogue de solutions, qui pourra être diffusé à différents acteurs afin de les développer.

Conseils et astuces

Illustrez chacune des idées, soit par des croquis, soit par des pictogrammes, soit par des photos, afin de créer une projection chez le lecteur.

Ajouter des éléments concrets à chaque description d'idée pour faciliter l'arbitrage : budget, plan d'action, portage...

Déroulement

Etape 1 : Réalisez un canevas de présentation des idées. Cela peut être une slide comportant le nom de l'idée, sa description, un croquis de l'idée et tout autre élément qui vous semblera utile pour transmettre l'idée. Prévoir une à deux pages par idée selon si l'idée est très développée ou peu.

Etape 2 : Retranscrivez l'ensemble des idées sur le modèle du canevas réalisé. Les idées peuvent provenir des ateliers d'intelligence collective réalisés ou d'autres recherches, de l'enquête auprès des usagers, etc.

Etape 3 : Ajoutez une introduction générale au document. Sorte de guide de lecture pour expliquer à la personne qui aura ce cahier d'idées entre les mains d'où proviennent les idées et dans quelle démarche elles s'inscrivent.

Etape 4 : Diffusez le cahier d'idées. Partagez-le aux personnes ayant pris part aux ateliers, il est essentiel de les tenir informées des résultats de leurs efforts. Partagez-le aux décideurs qui pourront prioriser et sélectionner les idées à développer dans la suite du projet. Partagez-le à tout autre partenaire qui pourrait être amené à développer ces idées.

Cahier des charges pour le prototypage

PHASE 1 : CO-CONCEVOIR

1

Définir les méthodes de travail collaboratif

2

Identifier les bons acteurs à mobiliser

3

Animer les ateliers de co-conception

4

Synthétiser les données et les résultats

PHASE 2 : PROTOTYPER

5

Hierarchiser les solutions et définir les prototypes

6

Maquettage rapide des solutions

7

Itération et amélioration

8

Développer les prototype pouvant être expérimenté

Objectifs

Cadrer la réalisation des prototypes, en tenant compte des besoins et des contraintes identifiées en amont.

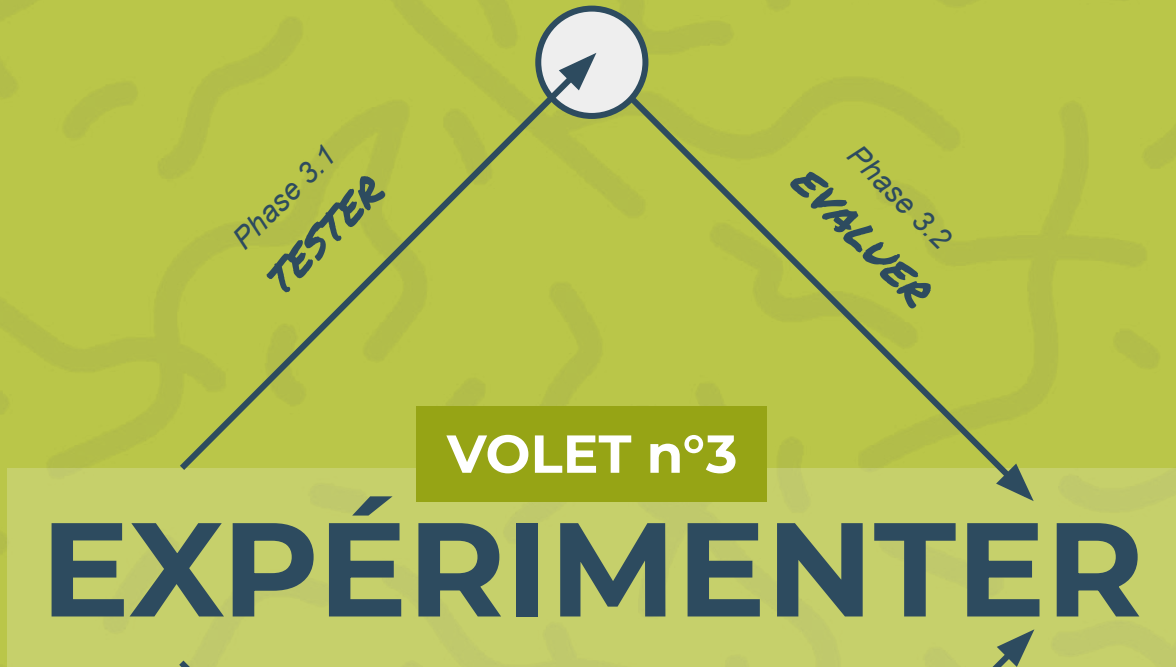
Conseils et astuces

Le cahier des charges peut être accompagné de croquis, schémas et visuels pour faciliter sa compréhension.

Déroulement

Le cahier des charges peut comporter ces différentes catégories :

1. **Introduction et Contexte**
 - a. **Objet du projet** : Définir clairement l'objectif du projet et le problème que le prototype doit résoudre.
 - b. **Contexte** : Présenter le contexte du projet, incluant les informations sur l'entreprise, le marché cible, et les enjeux principaux.
2. **Objectifs du Prototype**
 - a. **Fonctionnalités principales** : Lister les fonctionnalités essentielles que le prototype doit intégrer.
 - b. **Résultats attendus** : Décrire les résultats spécifiques que le prototype doit permettre d'atteindre.
3. **Cibles et Utilisateurs**
 - a. **Utilisateurs finaux** : Décrire les utilisateurs cibles du prototype, leurs besoins et leurs attentes (pour cela, on peut utiliser des personas)
4. **Description Technique**
 - a. **Technologies à utiliser** : Spécifier les technologies, logiciels ou outils de prototypage à utiliser.
 - b. **Spécifications fonctionnelles** : Détaillez les spécifications fonctionnelles du prototype
5. **Étapes de Réalisation**
 - a. **Planning** : Définir un planning détaillé avec des jalons
 - b. **Planifiez les tests avec les usagers et les itérations possibles**



**AVANT
LES TESTS**

- 37. Protocole de test utilisateur
- 38. Liste des objectifs du test
- 39. Critères et indicateurs d'évaluation

**PENDANT
LES TESTS**

- 40. Outil de tracking
- 41. Grille d'observation
- 42. Guide d'entretien
- 43. Déroulé de test

**APRÈS
LES TESTS**

- 44. Tableau de centralisation des données
- 45. Evaluation
- 46. Formulation des préconisations



VOLET n°3 : EXPÉRIMENTER

BOITE A OUTILS

AVANT LES TESTS



Protocole de test utilisateur



Objectifs

Le protocole test est une méthode scientifique visant à valider ou invalider des hypothèses en provoquant une expérience en vue d'observer des résultats. Dans l'essentiel, ce protocole permet d'établir les critères et les modalités qui permettent de les mesurer.

- Le protocole expérimental s'adapte aux types de prototypage et aux objectifs recherchés. La grille d'analyse adaptée découle évidemment des indicateurs de réussite identifiés dès la phase d'analyse stratégique et affinée tout le long de la phase de conception. Il convient de stabiliser le ou les points de vue à adopter, en fonction de la nature du prototype, de l'objectif du test, de la maturité du prototype et du contexte au sein duquel il est testé.
- La grille de lecture peut être cognitive, interactionniste, culturelle, statistique, etc. à condition de définir des critères objectivables. Le protocole test valide et cadre également le dispositif expérimental dans son ensemble.

Conseils et astuces

En fonction de la façon de mettre une maquette "dans les mains" des usagers, sa réception et la qualité des retours pourra beaucoup varier : c'est pour ça qu'il faut anticiper auprès de qui, et comment, sera testé le prototype (sur quel terrain, via quels canaux).

Les questions à se poser sont par exemple :

- quelles informations souhaitons-nous recueillir et pourquoi ?
- est-ce que le test est organisé en individuel ou en collectif ? *Selon la nature du service : le prototype d'une application mobile sera testé de manière individuelle, celui d'une borne d'accueil en flux continu dans l'espace...*
- est-ce que le prototype présente une idée ou s'approche des conditions d'utilisation réelles ? *Une vidéo de présentation ne suscite pas les mêmes réactions qu'une interface cliquable, mais chacune à son utilité pour tester des aspects du projets (le principe d'un service pour l'une, les fonctionnalités détaillées pour l'autre...)*

Déroulement

CADRER

- Sélectionner la version du prototype à expérimenter
- Définir les hypothèses à valider
- Choisir la méthode du test (exercices, situations réelles, comparative avec un groupe test un groupe témoin...)

PRÉPARER LES MODALITÉS

- Identifier les personnes chargées de mettre en place l'expérimentation, de la suivre
- Identifier le(s) public(s) ciblé(s) et les typologies précises pour l'expérimentation et préciser le nombre de personnes minimum
- Identifier la modalité individuelle ou collective de l'expérimentation
- Définir le lieu et la temporalité de l'expérimentation
- Choisir une expérimentation cachée, non divulguée aux usagers ou bien une expérimentation officielle avec un lancement.

INSTALLER LE PROTOTYPE OU LA MAQUETTE

- Choisir le format (interface numérique, objet, aménagement et mobilier, organisationnel ...)
- Maquette sur tableau, plan interactif
- Installation d'un prototype physique (accueil, couloir de lycée...)

PRÉPARER L'ÉVALUATION

- En lien avec les hypothèses et la problématique à résoudre : identifier les objectifs à atteindre et les critères à évaluer
- Selon les indicateurs, définir les modes d'évaluation de l'expérimentation et les outils nécessaires
- Mettre en place les modes d'enregistrement (enquêteur visible/invisible, filmé, enregistré...)
- Faire un point sur la situation de départ
- Identifier les éventuels biais ou variables qui pourraient venir fausser les résultats

TESTER ET ÉVALUER

- Répartir deux rôles clairs : animer le test (ou non, s'il s'agit d'observer un test d'un service géré par des agents) et recueillir les informations
- Enregistrer, noter, recueillir toutes les données selon les modalités précédemment définies

RESTITUER

- Partager les retours d'expériences, les potentielles modifications du prototype et sa future mise en place s'il y en a.

Liste des objectifs du test



Objectifs

Le prototype a pour objectif de déclencher la PROJECTION chez les acteurs impliqués et les utilisateurs finaux (« et si ça existait ? ... »). Le test permet donc de récolter des réactions et de valider ou invalider certains aspects du prototype ou comportements générés par l'interaction avec le prototype.

On peut choisir de tester tout ou partie d'une proposition : son utilité, son acceptabilité, sa symbolique, son ergonomie, son positionnement, sa faisabilité technique, ses fonctionnalités...

Il est essentiel de bien définir en amont du test ce que l'on cherche, car cela influencera les modalités et le protocole de test.

Déroulement

1. **Repartir du contexte et des enjeux** : reprenez votre problématique initiale et assurez-vous que le test que vous mettez en place vous apportera des réponses sur les enjeux spécifiques que vous cherchez à résoudre ou à améliorer.
2. **Identifier les questions clés** : Déterminez les principaux domaines ou aspects que vous souhaitez évaluer lors du test.
3. **Développer des scénarios** : Créez des scénarios réalistes qui reflètent les cas d'utilisation typiques ou les tâches que les utilisateurs accomplissent avec votre produit ou service.
4. **Établir des objectifs spécifiques** : Pour chaque scénario, définissez clairement les objectifs que vous espérez atteindre. Les objectifs devraient être spécifiques, mesurables, réalisables, pertinents et limités dans le temps (SMART).
5. **Prioriser les objectifs** : Classez les objectifs par ordre d'importance ou d'urgence, en mettant l'accent sur ceux qui ont le plus grand impact sur l'expérience utilisateur ou sur les problèmes identifiés.

Conseils et astuces

Un bon objectif est un objectif SMART (Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste et Temporellement défini)

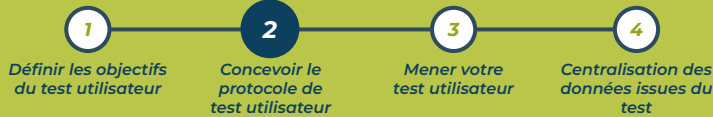
Soyez spécifiques : Assurez-vous que vos objectifs sont clairs, spécifiques et mesurables. Évitez les objectifs vagues qui pourraient entraîner une interprétation différente par les membres de l'équipe ou des résultats difficiles à évaluer.

Soyez réalistes : Assurez-vous que vos objectifs sont réalisables dans le cadre du test utilisateur. Évitez de fixer des objectifs trop ambitieux qui pourraient être impossibles à atteindre dans le temps imparti ou avec les ressources disponibles.

Limitez le nombre d'objectifs pour éviter de diluer les efforts et de rendre le test trop complexe. Concentrez-vous sur les aspects les plus critiques ou les plus prioritaires de l'expérience utilisateur que vous souhaitez évaluer ou améliorer.

Critères et indicateurs d'évaluation

PHASE 3.1 : TESTER



PHASE 3.2 : EVALUER



Objectifs

Etablir des critères et indicateurs d'évaluation permet de :

- **dégager des données qualitatives et quantitatives qui guideront la prise de décision par la suite.**
- **confirmer ou infirmer des hypothèses préalablement déterminées et/ou faire émerger des hypothèses concernant l'amélioration de l'existant ou la création de nouvelles solutions.**
- **mieux connaître son public cible au niveau comportemental pour indexer au mieux ses solutions sur ses attentes et ses contraintes d'usage en situation réelle.**

Déroulement

Les indicateurs d'évaluations sont associés à des objectifs qui doivent être SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporellement définis).

Selon les indicateurs choisis, il convient de définir les modes d'évaluation de l'expérimentation et les outils nécessaires. Voici des exemples possibles pour mesurer le résultat d'un test :

- Questionnaires validés (Attrakdiff et autres UEQ), ou création de questionnaires dédiés pour interroger la perception des utilisateurs vis-à-vis d'un service, d'une solution numérique, d'un objet, etc.
- Données de navigation (dans le cas d'un outil numérique) ou fréquentation d'un service
- Analyse de l'activité et de la navigation des visiteurs d'un site web via Google Analytics
- Évaluations heuristiques (Nielsen, Norman, Tognazzini, Schneiderman, Bastien & Scapin, etc.)
- Sondages de satisfaction et évaluations conscientes (boutons dédiés, likes, commentaires écrits, etc.)

Conseils et astuces

Une fois que vous avez défini vos indicateurs :

- Mettre en place les modes d'enregistrement (enquêteur visible/invisible, filmé, enregistré...)
- Faire un point sur la situation de départ
- Identifier les éventuels biais ou variables qui pourraient venir fausser les résultats



VOLET n°3 : EXPÉRIMENTER

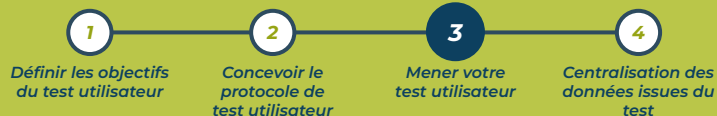
BOITE A OUTILS

PENDANT LES TESTS



Outil de tracking

PHASE 3.1 : TESTER



PHASE 3.2 : EVALUER



Objectifs

Dans le cadre d'un test utilisateur, un outil de tracking est un logiciel ou une application utilisé pour enregistrer et analyser le comportement des utilisateurs pendant qu'ils interagissent avec un produit ou un service.

Ces outils permettent de recueillir des données précises sur les actions des utilisateurs, telles que les clics, les mouvements de la souris, les défilements, les temps de réaction, les pages visitées, etc. Ces données sont ensuite utilisées pour comprendre comment les utilisateurs utilisent réellement le produit ou le service, identifier les points de friction ou les problèmes d'ergonomie, et prendre des décisions informées pour améliorer l'expérience utilisateur.

Conseils et astuces

Soyez sélectif dans les données à collecter : Évitez de collecter trop de données inutiles qui pourraient compliquer l'analyse ou ralentir les performances de votre site ou application. Concentrez-vous sur les données les plus pertinentes pour vos objectifs et vos besoins spécifiques.

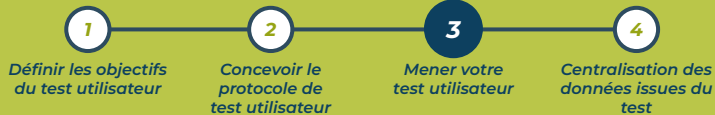
Déroulement

Les outils de tracking peuvent prendre différentes formes, notamment :

1. **Heatmaps (cartes de chaleur) :** Ces outils utilisent des couleurs pour représenter visuellement les zones les plus cliquées, les plus visitées ou les plus parcourues sur une page web ou une interface utilisateur. Les heatmaps permettent de visualiser les tendances de comportement des utilisateurs et d'identifier les zones d'intérêt ou de confusion.
2. **Enregistrement de session :** Certains outils permettent d'enregistrer des vidéos de sessions utilisateur, ce qui permet de revoir l'interaction d'un utilisateur avec le produit ou le service en temps réel. Cela permet aux concepteurs de voir exactement ce que font les utilisateurs, où ils rencontrent des difficultés et comment ils naviguent à travers l'interface.
3. **Analyse des parcours utilisateur :** Ces outils suivent le parcours des utilisateurs à travers un site web ou une application, en enregistrant les étapes qu'ils franchissent, les pages qu'ils visitent et les actions qu'ils entreprennent. Cela permet de comprendre le flux de navigation des utilisateurs et d'identifier les points de sortie ou les obstacles.
4. **Tests A/B :** Les tests A/B permettent de comparer deux versions différentes d'une interface utilisateur en présentant chaque version à un groupe d'utilisateurs et en mesurant la manière dont ils interagissent avec chaque version. Cela permet de déterminer quelle version génère les meilleurs résultats en termes de conversions, de taux de clics, etc.
5. **Analyse des performances :** Certains outils de tracking fournissent des données sur les performances du site ou de l'application, telles que les temps de chargement des pages, les erreurs de chargement, les taux de rebond, etc. Ces données peuvent aider à identifier les problèmes de performance qui pourraient affecter l'expérience utilisateur.

Grille d'observation

PHASE 3.1 : TESTER



PHASE 3.2 : EVALUER



Objectifs

La grille d'observation est un outil qui sert à structurer et à guider la collecte de données, à identifier des schémas ou des tendances, et à faciliter l'analyse ultérieure des données recueillies. Elle constitue un outil essentiel pour obtenir des informations précises et fiables sur le terrain.

Une grille d'observation permet de standardiser le processus d'observation en définissant clairement les aspects à observer et les critères d'évaluation. Cela garantit une cohérence dans la collecte des données, ce qui facilite l'analyse et la comparaison ultérieure. Elle permet également de guider les observateurs sur ce qu'ils doivent rechercher et noter pendant l'enquête de terrain et de s'assurer que les données collectées sont pertinentes par rapport aux objectifs du test.

Conseils et astuces

Quelques astuces à prendre en compte lors de l'observation :

- Comprendre le contexte de la situation observée
- S'étonner de tout
- Décortiquer les faits observés : décrire les éléments d'une scène
- Ne pas oublier les faits immatériels (les discours, les postures, ses propres émotions, ressentis, etc)

Pensez également à prendre un support rigide pour noter vos observations et n'hésitez pas à prendre des photos / captures d'écrans / croquis pour décrire une situation.

Déroulement

Avant de commencer à créer la grille d'observation, assurez-vous de bien comprendre les objectifs du test utilisateur. Qu'est-ce que vous essayez d'apprendre ou de valider en observant les utilisateurs ? Cette compréhension vous guidera dans la création de la grille.

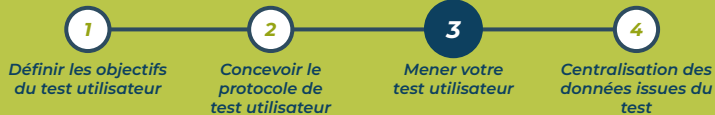
Puis, listez les différents aspects de l'expérience utilisateur que vous souhaitez observer pendant le test. Cela peut inclure des éléments tels que la navigation, la facilité d'utilisation, la clarté des instructions, les émotions des utilisateurs, etc.

- Organisez votre grille d'observation en utilisant des catégories ou des sections. Sous chaque catégorie, énumérez les critères spécifiques que vous allez évaluer.
- Vous pouvez utiliser une échelle d'évaluation pour noter les observations. Vous pouvez utiliser une échelle numérique (par exemple, de 1 à 5) ou une échelle qualitative (par exemple, faible, moyen, élevé) en fonction de ce qui est le plus approprié pour votre test.
- Pensez à inclure des zones pour les commentaires, pour que les observateurs aient l'espace d'expliquer leurs observations ou fournir des exemples concrets.

Pendant le test, il est préférable de dissocier l'observation de l'entretien, afin d'avoir une posture "extérieure" à la scène pour pouvoir se concentrer sur l'observation. Le test peut être réalisé en binôme d'enquêteurs par exemple : l'un en observateur, l'autre qui interagit avec l'utilisateur.

Guide d'entretien

PHASE 3.1 : TESTER



PHASE 3.2 : EVALUER



Objectifs

Le guide d'entretien peut être quantitatif ou qualitatif et vise à recueillir les réactions et les retours des usagers lors du test utilisateur.

Il doit permettre de répondre aux objectifs posés en amont.

Déroulement

Avant de commencer rédiger le guide d'entretien, assurez-vous de bien comprendre les objectifs du test utilisateur. Qu'est-ce que vous essayez d'apprendre ou de valider avec ce questionnaire ? Quelles hypothèses souhaitez-vous tester ?

Puis, listez les différentes questions qui vous permettront d'y répondre et rédiger votre guide.

Les bonnes pratiques pour construire son questionnaire :

- Rappelez le contexte et donner le temps de l'entretien
- Posez des questions précises et concrètes
- Simplifiez au maximum la formulation des questions
- Organisez vos questions par catégories ou sections, du plus général au plus spécifique
- Dans le cas d'un questionnaire quantitatif, utilisez des échelles d'évaluation : échelle numérique (par exemple, de 1 à 5) ou une échelle qualitative (par exemple, faible, moyen, élevé)
- Dans le cas d'un questionnaire qualitatif, intégrez des questions ouvertes

Les erreurs à éviter :

- Evitez les questions trop larges ou trop longues, qui ont tendance à perdre l'interlocuteur
- Ne posez pas plusieurs questions en une seule
- N'utilisez pas de notions ou de jargon que seule une minorité connaît

Prise de notes :

- Pendant l'entretien : prise de notes légères (formules percutantes, mots clés, relances)
- Après l'entretien : reformulation des notes sous forme de verbatim

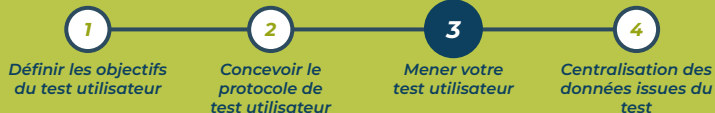
Conseils et astuces

Pour réussir un entretien, on peut utiliser l'écoute active, un outil de communication qui participe à créer une atmosphère de confiance pour inviter l'utilisateur à s'exprimer librement. Pour cela :

- être dans une posture d'empathie
- être curieux, demander des détails
- maintenir le regard

Déroulé de test

PHASE 3.1 : TESTER



PHASE 3.2 : EVALUER



Objectifs

Une fois que le protocole de test est établi, que les outils d'évaluations sont créés ainsi que les outils de recueil des données (grille d'observation, guide d'entretien...), le test peut démarrer.

Le test permet de :

- vérifier la pertinence de sa solution
- identifier les verrous d'usage de la solution
- identifier de nouvelles opportunités d'évolution
- faire les premières optimisations fonctionnelles et formelles de la solution

Déroulement

1. Installer le prototype ou la maquette à tester

- Installer l'espace (physique ou numérique) permettant une bonne ergonomie lors du test :
- Choisir le format (interface numérique, objet, aménagement et mobilier, organisationnel ...)
- Maquette sur tableau, plan interactif
- Installation d'un prototype physique (accueil, couloir de lycée...)
- Matérialiser une version plus proche de la réalité que la maquette

2. Mener votre test

- Assurer les bonnes conditions pour l'animation du test et la captation des données quantitatives et qualitatives
- Répartir deux rôles clairs : animer le test (ou non, s'il s'agit d'observer un test d'un service géré par des agents) et recueillir les informations
- Enregistrer, noter, recueillir toutes les données selon les modalités précédemment définies

3. Ajustement de l'expérimentation

- Au retour du terrain, l'équipe se réunit et partage les premiers résultats. Quels sont les points à approfondir ? Les points qui n'ont pas été assez enquêtés, ceux dont nous aimerions avoir plus d'informations...
- Si nécessaire, ajuster et réitérer le test



VOLET n°3 : EXPÉRIMENTER

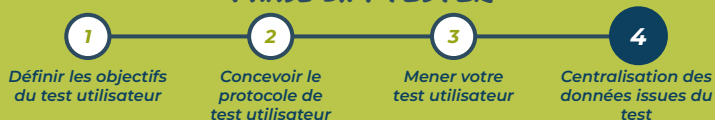
BOITE A OUTILS

APRÈS LES TESTS



Tableau de centralisation des données

PHASE 3.1 : TESTER



PHASE 3.2 : EVALUER



Objectifs

Le tableau de centralisation des données permet de regrouper toutes les données collectées lors du test utilisateur en un seul endroit. Cela facilite le traitement des données par la suite.

Le tableau aide à organiser les données de manière structurée, en les classant par type (quantitatif ou qualitatif), par participant ou par observation. Cela permet de garder les données claires et compréhensibles pour les membres de l'équipe.

En rassemblant les données dans un tableau, il devient plus facile de les analyser pour identifier les tendances, les schémas, les points forts et les points faibles émergents. Les données centralisées facilitent également la comparaison entre différents participants, scénarios ou versions de prototypes.

Conseils et astuces

Penser à documenter votre test avec des enregistrements, des photos, des vidéos pour permettre de se projeter dans l'expérience du test. Cela permettra aux personnes qui n'ont pas pu participer ou au commanditaire de mieux comprendre l'expérience du test en pouvant s'y projeter.

Déroulement

Au retour du test sur le terrain, il est essentiel d'analyser les données recueillies (par l'observation, les entretiens quali ou quanti, ou les outils de tracking), avant cela, uniformisez vos résultats et centraliser vos données dans un tableau pour mener votre évaluation.

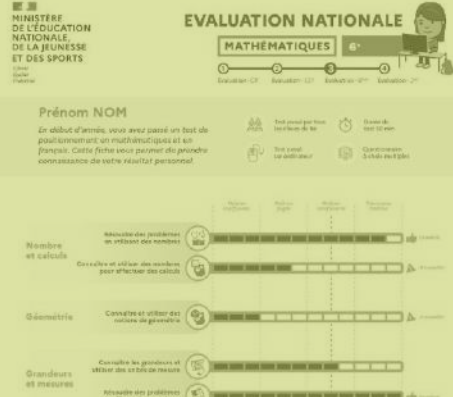
Centraliser vos données pour pouvoir les analyser

1. **Sur la base des types de données identifiés, définissez les colonnes du tableau.** Chaque colonne devrait représenter un type de données spécifique. Par exemple, vous pourriez avoir des colonnes pour les scores de satisfaction, les temps de complétion des tâches, les commentaires des utilisateurs, etc.
2. **Ajouter des colonnes supplémentaires pour les métadonnées :** en plus des données principales collectées, ajoutez des colonnes supplémentaires pour enregistrer des métadonnées pertinentes telles que la date du test, le nom du participant, le prototype ou la version testée, etc.
3. **Créer des lignes pour chaque observation ou participant :** cela vous permettra de saisir les données spécifiques associées à chaque observation ou participant.
4. **Remplir le tableau avec les données :** À mesure que vous analysez les données recueillies lors du test utilisateur, remplissez le tableau avec les informations pertinentes. Saisissez les scores, les temps de complétion, les commentaires des utilisateurs et d'autres insights dans les cellules correspondantes du tableau.

" Je trouve ça bien comme forme, on comprend facilement nos notes "

" J'ai l'habitude de voir ce type de résultats, donc ça m'aide à bien lire "

" Je n'aime



12%

des élèves disent que c'est génial, pa
comme fe

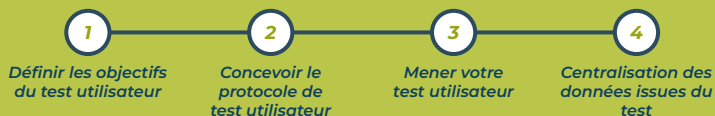
Fiche outil n°45

" On dirait le niveau de vie dans les jeux vidéo "

" J'aime bien car on peut comprendre

Evaluation

PHASE 3.1 : TESTER



PHASE 3.2 : EVALUER



Objectifs

Les données récoltées sur le terrain permettent d'apporter des réponses aux hypothèses de départ posées dans le protocole de test. Selon le type de données (quantitatives ou qualitatives), l'analyse va être différente.

Dans tous les cas, l'analyse doit permettre d'aboutir à des recommandation pour améliorer l'idée ou le prototype.

Déroulement

1. Analyser la donnée pour l'évaluation

Pour analyser des données quantitatives, il peut être intéressant de :

- identifier les chiffres clés des résultats (pourcentage, nombre d'erreurs etc.)
- analyser les données en fonction de différentes variables comme par exemple le profil des participants (80% des moins de 25 ans n'ont pas utilisé cette fonctionnalité)

Pour analyser des données qualitative, il peut être intéressant de :

- Mettre en lien les verbatims (expressions orales des testeurs, ce que l'utilisateur dit) avec les observations (ce que l'utilisateur fait en réalité)
- Analyser le pourquoi des réponses et qualifier des éléments mis en test (j'aime bien car ... , je ne comprend pas parce que...)

On peut également mettre en lien les données chiffrées et qualitatives (ex : "Je n'ai vu qu'à la fin ce bouton en bas de la page" VS 80% des participants n'ont pas cliqué sur ce bouton)

Conseils et astuces

Formaliser l'analyse

Lorsque vous analysez vos données, il est essentiel pour pouvoir présenter les résultats du test de les mettre en forme dans un document synthétique et clair. Pour cela, il est utile de :

- Rendre vos données visuelles : organiser les données en tableau ou en diagramme (camembert, graphique etc.)
- Illustrer vos données par des photos ou captures d'écrans des moments ou des éléments intéressants du test
- Illustrer vos données par des verbatims

2. Identifier les points d'amélioration

À l'issue de l'analyse, il est essentiel de prendre du recul et de mettre en perspective les résultats du test, en vue d'une itération de la maquette.

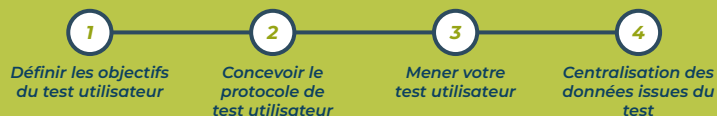
Les questions que l'on peut se poser sont :

- Qu'est-ce que l'on conserve de notre idée ?
- Qu'est-ce que l'on abandonne ?
- Qu'est-ce que l'on modifie, transforme, améliore... et comment ?

EXPÉRIMENTER

Formulation des préconisations

PHASE 3.1 : TESTER



PHASE 3.2 : EVALUER



Objectifs

L'analyse des résultats du test donne lieu à des points d'amélioration de la solution, des ajustements, voire à de nouvelles idées. Pour pouvoir partager les préconisations issues de l'évaluation, il est utile de les formaliser dans une présentation synthétique et claire.

Déroulement

En introduction de la présentation, il est utile de prendre le temps de rappeler la démarche dans les grandes lignes. Pourquoi ce test, comment a-t-il été mené, dans quelles conditions... Cela permettra de rendre plus compréhensibles les enseignements par la suite.

Puis, présenter l'analyse des résultats (s'appuyer sur des éléments visuels).

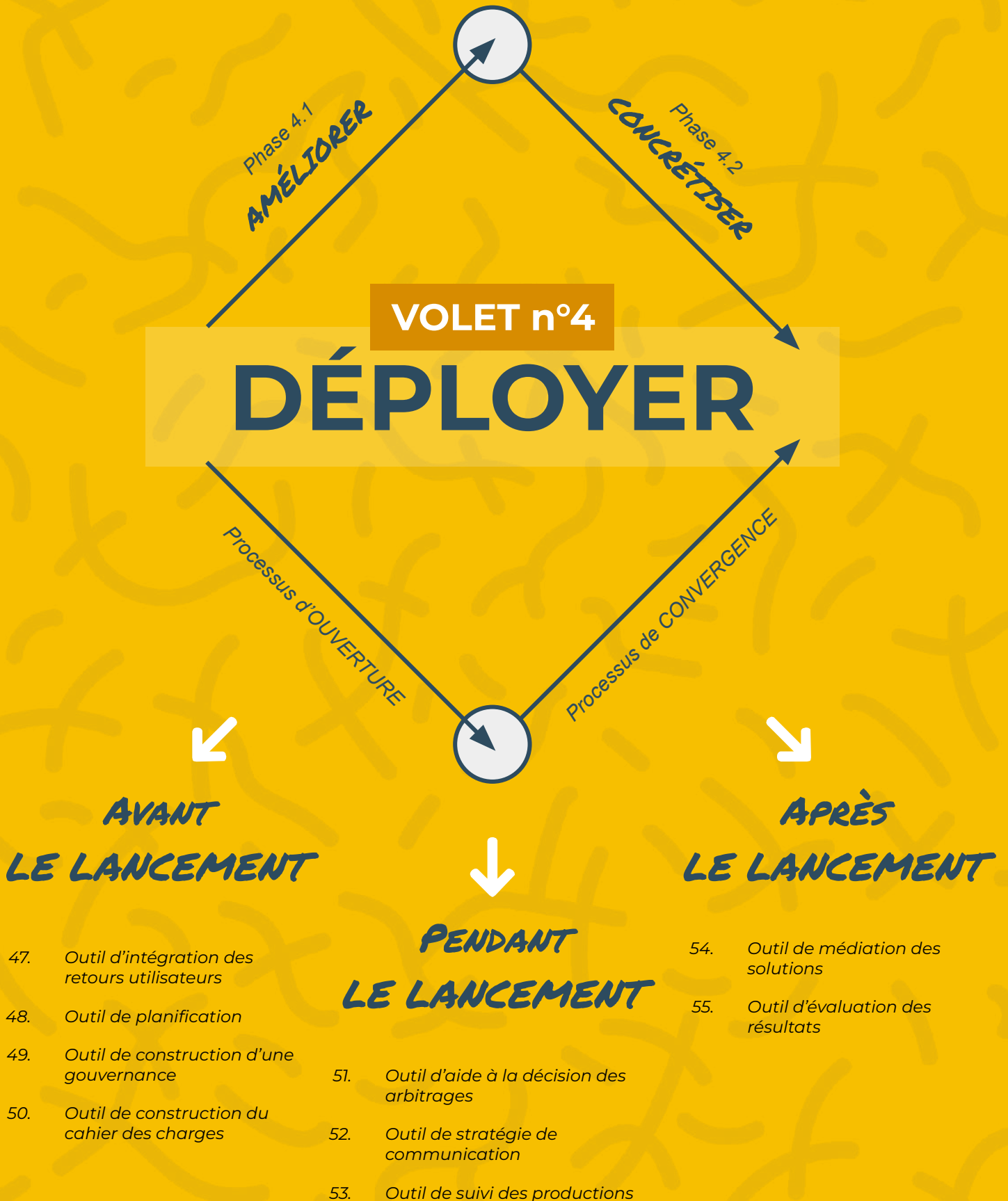
Conclure votre présentation par une synthèse des points à arbitrer à l'issue du test, vous pourrez revenir alors dans les données si certains arbitrages ont du mal à être pris par le comité de pilotage ou le groupe de décideurs.

Conseils et astuces

Certains enseignements auront également des incidences sur des éléments extérieurs à l'objet du test, comme par exemple la fabrication de l'objet, sa gestion, son déploiement.

Tous ces éléments doivent être archivés et partagés même si ce n'est pas le cœur de votre démarche, ils seront intéressants notamment s'ils ont une incidence sur le succès ou non du déploiement de votre projet.

Prenez donc soin de les intégrer dans votre rapport sur l'amélioration de votre prototype en spécifiant qu'ils ont une incidence indirecte.





VOLET n°4 : DÉPLOYER

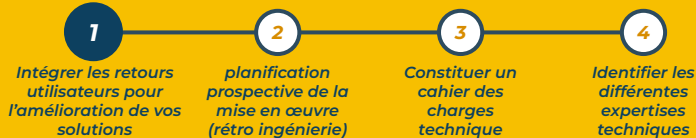
BOITE A OUTILS

AVANT LE LANCEMENT

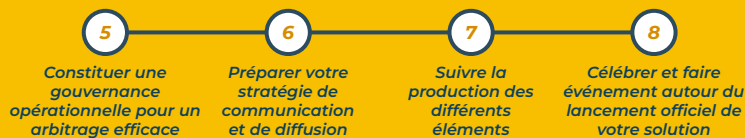


Outil d'intégration des retours utilisateurs

PHASE 4.1 : AMÉLIORER



PHASE 4.2 : CONCRÉTISER



Objectifs

d'action. En effet un retour ergonomique, esthétique ou structurel n'ont pas les mêmes incidences sur le développement.

Déroulement

- Analysez les retours de façon approfondie**
Passez en revue les retours des utilisateurs recueillis lors du test. Identifiez les points positifs, les points faibles et les suggestions d'amélioration.
- Étiquetez vos retours :** Un outil de gestion de projet très simple et intuitif comme TRELLO peut vous aider à étiqueter chaque retour pour prendre chaque problématique individuellement. Prenez le temps de remplir ce document qui vous servira de suivi de production. Vous pouvez catégoriser les tickets par nature ou par priorité du problème à résoudre.
- Brainstorming des solutions :** Impliquez votre équipe dans une session de brainstorming pour générer des idées sur la façon de résoudre les problèmes identifiés par les utilisateurs.
- Identifiez les différentes versions de votre solution**
un grand nombre de retours ne peuvent pas être traités de front. Planifiez dans le temps des versions de votre prototype en y associant chaque ticket TRELLO pour lisser le travail et pensez en parallèle à votre stratégie de diffusion des différentes versions.
 - A quoi ressemble la deuxième version du prototype ? Quand la mettre en place ?
 - A quoi ressemble le 3eme version du prototype ? Quand la mettre en place ?
- Itération et ajustement :** Sur la base des retours des utilisateurs sur les améliorations proposées, itérez sur les prototypes, en apportant des ajustements et des modifications au besoin.
- Validation finale et déploiement :** Une fois que les améliorations ont été validées et approuvées par les utilisateurs, intégrez-les dans la solution principale et déployez-les pour l'ensemble des utilisateurs.

Conseils et astuces

L'outil TRELLO repose sur le principe du kanban : il s'agit d'un outil collaboratif et visuel pour organiser la production des différents éléments de livrable d'un projet et bien visualiser les différentes tâches à effectuer. TRELLO est un outil collaboratif en ligne, mais on peut tout à fait le réaliser à la main sur un tableau blanc.

Utilisation :

Il repose sur un principe en 3 colonnes : à faire, en cours, et réalisé (to do, doing, done) qui permettent d'afficher les tâches et de les affecter, déplacer, etc.. collectivement.

> à afficher dans les lieux de collaboration et de réunions.



Outil de planification



Objectifs

Planifier les étapes du projet et mettre en place un projet de suivi. Et tout ça en fonction de vos ressources (temps...) et autres contraintes.

La planification stratégique du déploiement d'un projet doit permettre à long terme la sortie du service avec un business modèle viable et adapté à son contexte.

Conseils et astuces

Quelques conseils pour définir son phasage projet :

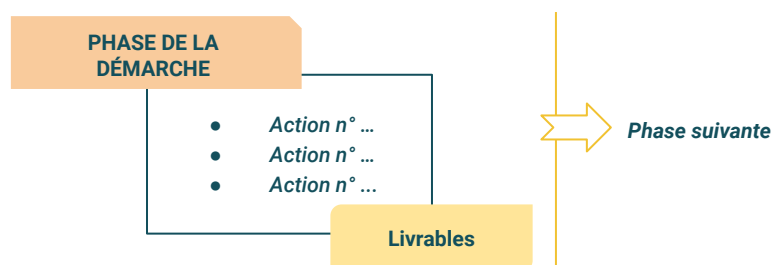
- Chaque phase a une durée précise, différentes phases peuvent se chevaucher
- Chaque phase est composée d'une ou plusieurs actions
- Chaque action nécessite d'être définie et organisée (*comment, où, qui ?*)
- Chaque action se décompose en plusieurs tâches
 - *par exemple, pour une animation : préparer, mobiliser, (co-)animer...*
- Les livrables marquent des productions qui peuvent être à la fois
 - à destination du "commanditaire" (et donc le lien avec son cycle de projet)
 - des formalisations de la matière comme base aux étapes suivantes

Conseil : Commencer par définir vos phases, actions et tâches avant de les positionner sur un rétroplanning. L'ambition et les objectifs donnés à chaque action vous aideront à ajuster la durée et le positionnement de chaque phase (*par exemple, en prenant en compte le besoin de mobilisation, les contraintes des acteurs à rencontrer, des besoins clefs, etc..*)

Déroulement

Voici les étapes principales pour planifier le déploiement :

- **Définition des objectifs de déploiement :** Clarifiez les objectifs spécifiques que vous souhaitez atteindre. Ces objectifs peuvent inclure des cibles d'usager ou des indicateurs de performance clés.
- **Identification des parties prenantes :** Identifiez toutes les parties prenantes internes et externes impliquées dans le déploiement, telles que les équipes de développement, de communication, les élus, les usagers, les partenaires, etc.
- **Planification des ressources :** Évaluez les ressources nécessaires pour le déploiement, y compris les ressources humaines, financières et technologiques. Assurez-vous d'allouer suffisamment de ressources pour chaque aspect du déploiement.
- **Définition du calendrier :** Élaborez un calendrier détaillé qui indique les étapes clés du déploiement, les délais pour chaque étape et les responsables de leur exécution.
- **Communication et formation :** Planifiez une stratégie de communication pour informer toutes les parties prenantes du déploiement à venir, ainsi que des changements associés. Assurez-vous également de fournir une formation adéquate aux agents ou usagers finaux de la solution, si nécessaire.
- **Évaluation post-déploiement :** Une fois le produit ou le service déployé, évaluez ses performances par rapport aux objectifs définis. Recueillez les retours des utilisateurs et des parties prenantes pour identifier les domaines d'amélioration et ajuster votre stratégie si nécessaire.

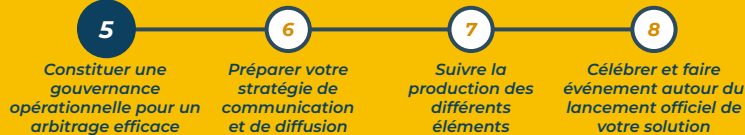


Outil de construction d'une gouvernance

PHASE 4.1 : AMÉLIORER



PHASE 4.2 : CONCRÉTISER



Objectifs

La gouvernance est représentative du projet, aussi sa composition est un élément stratégique à ne pas négliger.

N'hésitez pas à constituer des gouvernances inédites intégrant différents collèges associés à différents niveaux de prise de décision. Assurez-vous qu'elle soit représentative des orientations de votre projet.

Conseils et astuces

Pour acter la gouvernance, prenez le temps de représenter ses composantes et son fonctionnement **sous forme d'un schéma** pour que tous comprennent les différentes strates à mobiliser en fonction des décisions et arbitrages à prendre.

Lorsque que votre schéma de gouvernance est prêt et vos processus de prises de décision définis, partagez-les auprès des différentes parties prenantes pour vous assurer de leur adhésion.

Déroulement

Construire la gouvernance d'un projet implique de définir les structures, les processus et les mécanismes de prise de décision nécessaires pour assurer la réussite du projet.

1. **Définition des objectifs et des parties prenantes :**
 - Identifiez clairement les objectifs du projet ainsi que les parties prenantes concernées, y compris les parties internes et externes. Vous pouvez pour cela cartographier les différentes parties prenantes de votre projet en fonction de leur intérêt pour le projet et de leur pouvoir vis à vis du projet.
2. **Établissement de la structure de gouvernance :**
 - Déterminez la structure organisationnelle du projet, y compris les rôles et responsabilités des différents acteurs.
 - Identifiez les comités de gouvernance nécessaires, tels que le comité directeur du projet, le comité exécutif, ou d'autres groupes de pilotage.
3. **Définition des processus de prise de décision :**
 - Élaborez des processus clairs et transparents pour la prise de décision, en spécifiant qui est responsable de quelles décisions et comment celles-ci seront prises.
 - Identifiez les critères et les indicateurs qui seront utilisés pour évaluer les décisions et mesurer la performance du projet.
4. **Communication et gestion des parties prenantes :**
 - Établissez un plan de communication détaillé pour informer régulièrement toutes les parties prenantes sur l'avancement du projet, les décisions prises et les changements apportés.
 - Assurez-vous d'écouter activement les préoccupations et les suggestions des parties prenantes, et de les intégrer dans le processus de prise de décision lorsque cela est approprié.



VOLET n°4 : DÉPLOYER

BOITE A OUTILS

PENDANT LE LANCEMENT



Outil de construction du cahier des charges

PHASE 4.1 : AMÉLIORER



PHASE 4.2 : CONCRÉTISER



Objectifs

Le cahier des charges technique permet de cadrer la production en reposant par écrit les objectifs, exigences, contraintes et limites, ainsi que le calendrier.

Conseils et astuces

Pensez usage avant de penser technique. Les usages recherchés par votre produit ou service doivent être au cœur de votre cahier des charges. Ce sont eux qui doivent guider les décisions à prendre et non la technique. Ne vous faites pas imposer de technologie ou de solution technique prédéfinies.

Déroulement

1. **Introduction et contexte du projet** : Décrivez succinctement le contexte du projet, y compris son objectif général, son importance stratégique et son lien avec les besoins des utilisateurs ou des clients.
2. **Objectifs du projet** : Définissez clairement les objectifs spécifiques que le projet de design de service vise à atteindre. Ces objectifs devraient être mesurables et alignés sur les besoins et les attentes des parties prenantes.
3. **Portée du projet** : Énoncez les limites et les frontières du projet, y compris les services inclus et exclus, les utilisateurs cibles, les points de contact du service, et les environnements physiques ou numériques concernés.
4. **Exigences fonctionnelles** : Décrivez les fonctionnalités et les caractéristiques spécifiques que le service doit offrir pour répondre aux besoins des utilisateurs. Cela peut inclure des exigences relatives à l'interface utilisateur, aux fonctionnalités du système, à la navigation, etc.
5. **Exigences non fonctionnelles** : Identifiez les contraintes et les exigences non fonctionnelles du projet, telles que les contraintes de budget, les contraintes de temps, les exigences en matière de sécurité, de performance, d'accessibilité, etc.
6. **Critères d'évaluation** : Établissez des critères clairs pour évaluer la réussite du projet, y compris les indicateurs de performance, les métriques de qualité, les niveaux de satisfaction des utilisateurs, etc.
7. **Calendrier et livrables** : Définissez un calendrier prévisionnel pour les différentes phases du projet, y compris les dates de début et de fin, les jalons importants, et les livrables attendus à chaque étape.
8. **Gestion du projet et responsabilités** : Précisez les responsabilités des différentes parties prenantes impliquées dans le projet, y compris l'équipe de projet, les parties prenantes externes, les clients, etc. Décrivez également les processus de communication et de prise de décision.
9. **Appel d'offres (le cas échéant)** : Si le projet est soumis à un processus d'appel d'offres, incluez les exigences spécifiques relatives à la soumission des offres, les critères d'évaluation, les délais, etc.

Outil d'aide à la décision des arbitrages

PHASE 4.1 : AMÉLIORER



PHASE 4.2 : CONCRÉTISER



Objectifs

Faciliter la compréhension des enjeux par des synthèses visuelles et appropriables. Cela permet de rendre la prise de décision plus claire et fluidifie le passage de relais avec des missions de conception ou de passage à l'échelle.

Il n'y a rien de pire pour un projet d'innovation, qu'un blocage ou un ralentissement dû à l'absence de prise de décision. Ainsi, il est essentiel de faciliter la prise de décision et l'arbitrage de votre projet.

Pour cela, on peut construire des modélisations des problèmes, pistes de solutions ou d'évolutions, afin de faciliter la prise de décision par la synthèse et la valorisation visuelle des enjeux, et d'aider à porter une vision et faciliter l'essaiage des solutions choisies.

Conseils et astuces

En parallèle du compte-rendu des décisions, il est intéressant de partager les productions et notes brutes prises collectivement lors de l'atelier. La mise en forme "au propre" de toutes les productions n'est pas toujours une nécessité : sélectionner les éléments à partager "en l'état" et ceux sur lesquels il est nécessaire de capitaliser pour la suite de la démarche.

Avec quoi ?

- des outils collaboratifs (intranet, framapad..) : pour la prise de notes collectives ou l'archivage des productions
- des photographies des productions, pour une sauvegarde rapide
- ou encore.. la facilitation graphique de la séance !

Déroulement

Plusieurs outils visuels peuvent aider à l'arbitrage dans un projet :

1. **Matrice de décision** : Une matrice de décision est un outil qui permet de comparer plusieurs options en fonction de différents critères pondérés. Chaque option est évaluée selon ces critères, puis une note globale est calculée pour aider à prendre une décision éclairée.
2. **Analyse SWOT** : L'analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) est un outil qui permet d'identifier les forces et les faiblesses internes d'une option, ainsi que les opportunités et les menaces externes associées. Cela peut aider à évaluer les avantages et les inconvénients de chaque option.
3. **Analyse multicritère** : L'analyse multicritère est une méthode qui permet de comparer plusieurs options en fonction de plusieurs critères, souvent de manière quantitative.

Construire un compte-rendu des décisions en quelques points clés :

- Sur quoi on s'est mis d'accord
 - les résultats de la séance de travail
- Les prochaines étapes
 - c'est quoi la suite?
- Qui fait quoi ?
 - des tâches précises ou des points de réflexion à approfondir avant la prochaine séance
- Les questions en suspens
 - les points qui soulève des incertitudes, ou les idées à ne pas oublier pour la suite de la démarche

Outil de stratégie de communication

PHASE 4.1 : AMÉLIORER



PHASE 4.2 : CONCRÉTISER



Objectifs

La narration et la communication accompagnent les différents projets d'innovation aux différents stades de leur maturation. Evidemment, le type de service et l'imaginaire auquel il s'accroche va jouer dans la dimension communicationnelle.

La dimension stratégie propre à la communication nous apparaît d'autant plus importante qu'elle est souvent impensée. Pour déployer correctement une innovation, il faut structurer une communication au sens large, c'est-à-dire qui touche à ce qui fait "commun". Autrement dit, il est nécessaire d'inscrire les changements dans un récit, voire une fiction qui raconte, rassure et s'accroche aux visions du monde, du moins en partie, des uns et des autres. Une innovation se déploie concrètement dans les espaces, sur les territoires, par les interfaces et dans les esprits.

Une stratégie de communication englobe plusieurs outils, qui sont utilisés dans différents contextes et à différents moments du projet : supports visuels (type affiches ou flyers), présentations orales, mailing...

Conseils et astuces

De plus en plus de professionnels ont recours au storytelling pour captiver et convaincre leur auditoire.

Que ce soit pour convaincre son équipe, une direction, un client, le storytelling permet d'embarquer son auditoire, en plus de structurer une présentation pour la rendre efficace et inspirante.

Voici quelques principes à respecter :

- Votre histoire doit être pertinente vis-à-vis de votre contenu, votre expérience, mais aussi de votre audience. Chacun doit pouvoir s'identifier facilement à votre récit.
- Une bonne histoire est une histoire courte – deux à trois minutes au plus. Ne laissez aucun détail inutile. Votre histoire doit intervenir pour clarifier rapidement un point ou le soutenir.
- Une bonne histoire doit mettre une information en perspective. Elle aide votre audience à « voir » ce que vous dites. En aucun cas elle ne remplace l'information elle-même.

Déroulement

Pitcher son projet

Présenter simplement un projet passe par une structuration réfléchie dans le but d'aller droit au but en posant les éléments de contextes essentiels à la compréhension du projet. Votre interlocuteur doit pouvoir comprendre dès la première minute ce qui se joue, le contexte, les enjeux mais également ce qu'on attend de lui.

Il est recommandé de passer par une mise en récit, une histoire pour raconter le projet plutôt que de décrire un objet technique. En effet, la mise en récit permet davantage d'accrocher et d'intéresser votre interlocuteur en lui laissant une place à la projection.

Un autre point important réside dans l'adaptation de son discours et de ses éléments vis à vis de son audience : ne jamais oublier à qui l'on pitch le projet !

Structurer son pitch de présentation

- Durée maximale d'un pitch : 3 minutes
- Identifier le contexte de votre pitch et le/les public/s destinataire/s en prenant compte leur cadre de référence de l'acteur (et usage du "projets")
 - Exemple : présenter la démarche aux partenaires et aux élus (pour ces derniers par écrit, avant la rencontre, en précisant la durée et l'objectif)

Construction

- **Une phrase d'ouverture accrocheuse,**
 - "le problème" que le projet cherche à traiter /résoudre
 - et/ou la finalité attendue ce qu'on espère, une ouverture vers le futur)
- **Le contexte de ce projet :** d'où il vient et d'où vous parlez (et les autres acteurs de ce projet)
- **Les questions que l'on se pose,** et la place de cet entretien
 - "pourquoi il est intéressant d'en parler avec vous"?
- **Partager un ou deux éléments chiffrés** clés du projet
 - (budget concerné, nombre d'acteurs, chronologie..)
- **Une conclusion qui inclut :** donner envie d'en savoir plus et de prendre part au projet (voire informer des étapes à venir)



Outil de suivi des productions

PHASE 4.1 : AMÉLIORER

PHASE 4.2 : CONCRÉTISER



Objectifs

L'objectif de cet outil est de suivre la production des différents éléments composant votre solution et d'assurer la cohérence avec le cahier des charges.



L'outil "trello" est un outil de gestion de projet en ligne simple d'utilisation qui permet de suivre l'avancement de tâches de façon collaborative.

Déroulement

1. Monitorer et planifier votre production

Construisez très sérieusement le planning de travail et pensez à découper les tâches le plus finement possible. Plus le découpage des tâches sera fin, plus tôt vous aurez des alertes sur de potentiels retards qui vous permettront de réorganiser la production au bon moment.

2. Suivre les corrections et leurs exécutions

Le "debug" de votre projet ou les corrections à apporter devront pouvoir se faire avec vos bêta - testeurs. Aussi, il est essentiel que vous puissiez leur donner un outil intuitif pour partager leurs retours.

Chaque correction à apporter doit être un "item" individuel afin de savoir si vous avez pu la corriger. C'est aussi votre meilleur moyen de monitorer votre progression.



Conseils et astuces

Il existe de nombreux outils pour monitorer et suivre la production. Le plus accessible et modulable reste Trello qui a été pensé initialement pour les développeurs, mais qui fonctionne très bien pour tout type de projet.

Ce qu'il faut retenir, c'est qu'il est essentiel que cet outil soit centralisé et collaboratif pour éviter les multiples versions qui vous feront perdre un temps précieux.



VOLET n°4 : DÉPLOYER

BOITE A OUTILS

APRES LE LANCEMENT



Outil de médiation des solutions

PHASE 4.1 : AMÉLIORER



PHASE 4.2 : CONCRÉTISER



Objectifs

L'objectif est de présenter et diffuser les solutions auprès du public, ainsi que de faire connaître la démarche qui a mené à l'élaboration de ces solutions.

L'un des outils possibles pour rendre compte des résultats est de réaliser une exposition participative.

L'exposition participative consiste en une série de stand, un peu comme une exposition dans un musée. Différentes parties et espaces sont prévus pour présenter différents aspects du projet et des solutions.

On peut aussi revenir sur l'histoire du projet et montrer le processus de travail collaboratif. Toutes les productions intermédiaires réalisées ont de la valeur, même si le résultat fini est très différent. Ces "artefacts" méritent d'être valorisés et permettent de faire comprendre le processus de conception. Dans le cas d'un projet d'innovation centrée usagers, c'est aussi l'occasion de montrer l'impact de la participation sur le résultat. Aussi, toute l'histoire d'une conception centrée usagers doit être valorisée pour montrer la valeur ajoutée de ce processus.

Conseils et astuces

Rendre compte à tous ceux qui ont participé

Dans le cas d'une innovation centrée usagers, la participation est centrale à toutes les étapes. Il est alors essentiel de rendre des comptes, les usagers vous donnent leur temps, vous leur devez des résultats. Aussi, pensez à synthétiser et à vulgariser l'avancement des résultats pour qu'ils soient diffusables à vos usagers participants.

Pour partager vos résultats, vous pouvez utiliser de multiples outils : exposition, poster, blog, diaporama etc. Lorsque le groupe d'usagers est très important, pensez à une diffusion numérique sur un blog ou un réseau social.

Déroulement

Comment ça marche ?

Certains "stands" sont animés, d'autres sont de pures expositions où les participants peuvent quand même réagir en laissant des commentaires (post-it) ou des votes sur les idées qu'ils aiment (gommettes). Tous les supports produits lors de la démarche et qui ont permis de travailler avec les habitants sont bons : cartes d'un quartier, photos, parcours d'usage, idées à réaction, scénarios...

Principes :

- Un grand espace avec des stands (tables et/ou panneaux d'affichage et quelques chaises).
- Les participants circulent librement de stand en stand. (on peut, comme dans un world café, proposer un temps maximum par stand, 10 minutes par exemple).
- Les participants interagissent et contribuent aux productions déjà affichées.

Accueil : Le facilitateur explique les principes aux participants, d'autres facilitateurs orientent les participants et gèrent l'inscription.

Temps d'interaction : Le contenu est spécifique à chaque espace. Les possibilités sont nombreuses, mais chaque stand comporte notamment :

- Un titre en grand ;
- Des contenus (questions, témoignages, expression citoyenne...) sous forme de visuel, de poster, photos, plan... ;
- Des espaces et outils pour réagir : stylos, post-its, poster, gommettes...

Rôles :

- Des "agents d'accueil" qui inscrivent les participants et donnent des éléments-clés.
- Un facilitateur principal qui présente le sujet global, le fonctionnement et les bonnes règles du débat. Il donne aussi le rythme. (faire tourner les habitants toutes les 10 ou 15 minutes par exemple).
- Des facilitateurs ou encore "experts" à certains stands pour expliquer, animer l'échange entre participants et les inviter à produire des réactions ou de nouvelles idées, en fonction de ce qui est demandé.

Outil d'évaluation des résultats

PHASE 4.1 : AMÉLIORER



PHASE 4.2 : CONCRÉTISER



Objectifs

Cette étape est essentielle pour suivre les résultats d'un produit ou d'un service et déterminer si les objectifs fixés ont été atteints et pour identifier les possibilités d'amélioration.

En intégrant l'évaluation des résultats dans un projet, l'équipe projet peut non seulement mesurer les succès et les échecs de manière objective, mais aussi renforcer la gestion de projet future grâce aux leçons apprises.

Conseils et astuces

Examiner l'impact à long terme : Pour certains projets, surtout ceux à grande échelle, il est important d'évaluer les effets à long terme. Cela peut impliquer de suivre certains indicateurs ou conditions sur plusieurs mois ou années après l'achèvement du projet.

Déroulement

1. **Définir des indicateurs de performance clairs :** Avant même le début du projet, il est crucial de définir des indicateurs de performance clés. Ces indicateurs doivent être spécifiques, mesurables, atteignables, pertinents et temporellement définis (SMART). Ils permettront de mesurer le succès du projet de manière objective.
2. **Collecter et analyser les données :** Pendant et après le projet, collectez des données qui reflètent les performances par rapport aux indicateurs établis. L'analyse de ces données aidera à comprendre où le projet a réussi et où il a rencontré des difficultés.
3. **Utiliser des outils d'évaluation qualitative :** En plus des mesures quantitatives, utilisez des méthodes qualitatives comme les enquêtes de satisfaction, les interviews avec les parties prenantes, et les études de cas pour obtenir un retour plus nuancé sur la performance du projet.
4. **Comparer les prévisions aux résultats réels :** Évaluez les écarts entre ce qui était prévu et ce qui a été réalisé. Cela inclut les aspects financiers, les délais, la portée du projet et la qualité du travail effectué.
5. **Réaliser des revues de projet :** Après la conclusion du projet, une réunion de revue finale peut aider à recueillir les leçons apprises et à discuter des succès et des échecs.