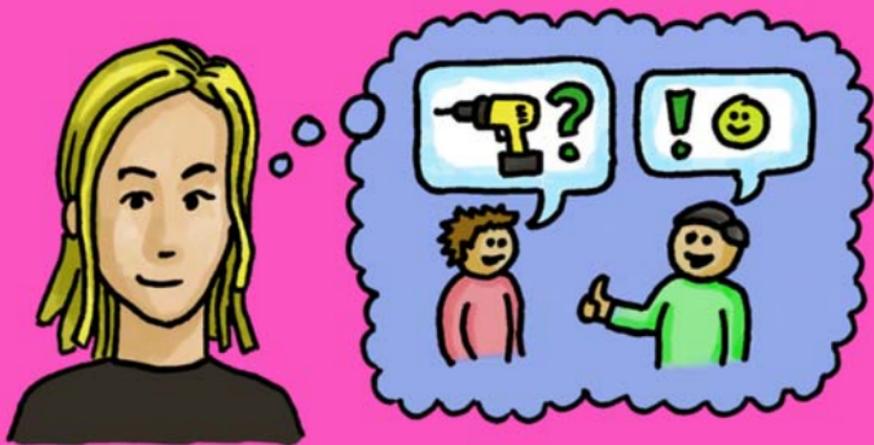


# JENNIE DÉCOUVRE !

L'APPRENTISSAGE VAUT PLUS QUE LES IDÉES



Un livre sur l'agilité et le lean



# Ce livre a aussi un site !

En allant ici :

[www.crisp.se/crispiel/en](http://www.crisp.se/crispiel/en)

Vous trouverez :

- Des articles plus profonds
- Des astuces pour écrire
- Des astuces pour apprendre
- Comment nous faire des retours
- Comment nous contacter

## Les auteurs

Idée et textes :  
Hans Brattberg,  
Jimmy Janlén



Illustrations :  
Jimmy Janlén



Traduction :  
Matti Schneider



*Jennie découvre est un excellent mini livre !*

*Je l'ai vu au bureau et l'ai lu d'un bout à l'autre :o)  
Son format de livre pour enfant est excellent,  
amusant et éducatif à la fois.*

*Henrik Kniberg, auteur de  
« Scrum & XP from the trenches »*

## Chapitre 1 – Jennie a une idée

Jennie est pressée d'aller au travail. Elle a eu une idée : aider les voisins à se prêter des affaires à travers un service en ligne, pourquoi pas financé par des pubs.

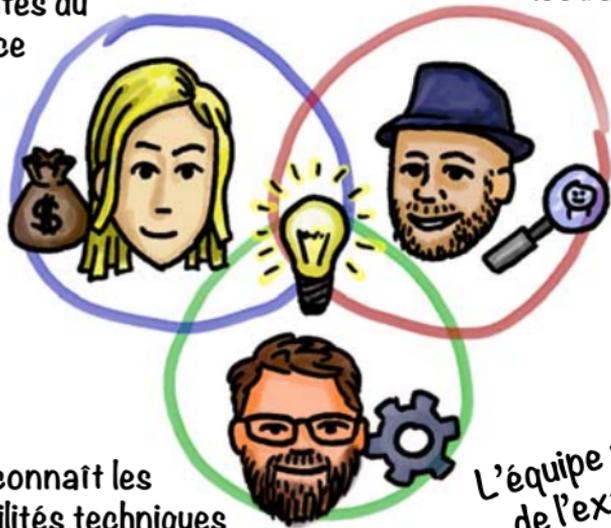


Jennie dit qu'elle est Entrepreneur, Cheffe de produit ou Product Owner, selon qui lui pose la question.

Jennie invite ses collègues à un atelier de découverte. Ils ont tous des compétences et une histoire différentes. Ensemble, ils forment une équipe interdisciplinaire.

Jennie connaît les contraintes du commerce

Martin sait découvrir les besoins des usagers



Yann connaît les possibilités techniques

L'équipe : le trio de l'extrême

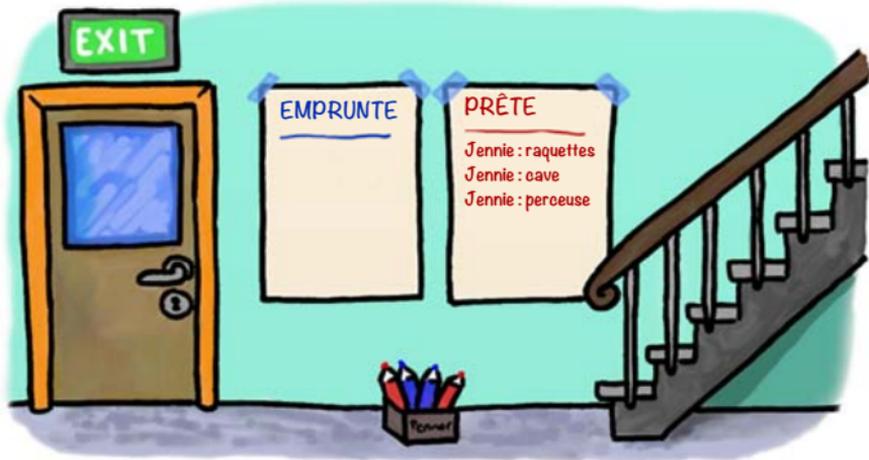
Ils émettent quelques hypothèses.



1: Les voisins ont intérêt à s'emprunter des affaires.

2: Ça n'arrive pas car la plupart se sentent mal à l'aise à demander de l'aide.

Jennie réduit le risque au plus tôt. L'équipe construit une expérience pour valider ses hypothèses. Ils affichent des feuilles dans l'immeuble de Jennie. C'est leur premier Produit Minimal Viable (MVP\*).



\*MVP = Minimum Viable Product, la chose la plus rapide et économique à construire pour valider vos hypothèses sur le terrain. Ici, c'est un MVP de type « Concierge ».

Il est temps de mesurer !



- Ils décident que leurs hypothèses seront validées si :
- D'autres personnes que Jennie s'inscrivent pour emprunter ou prêter des affaires.
  - Au moins une personne sonne chez Jennie pour emprunter une de ses affaires.

Le soir même quelqu'un vient sonner chez Jennie !  
Elle est donc face-à-face avec son public cible.



Elle apprend de son voisin que :

- Il a un smartphone.
- Il achète régulièrement des objets.
- Il a un placard plein d'objets qu'il n'utilise jamais.
- Il ne paierait pas pour ce service.
- Il ne serait pas dérangé par des publicités.

Plus tôt

Les gens  
emprunteraient-ils en  
dehors de leur  
immeuble ?

Comment les gens  
vont-ils découvrir le  
service ? (iPhone,  
Android, web,  
Facebook ?)

Ce service  
marchera-t-il  
en dehors du  
centre-ville ?

Comment  
mesure-t-on la  
réussite ?

Comment gagne-  
t-on de l'argent  
?

Comment fait-on  
connaître ce  
service ?

Plus tard

Priorité

De nouvelles questions  
se posent !

Lors de la réunion du  
matin suivant,  
l'équipe les  
ordonne.



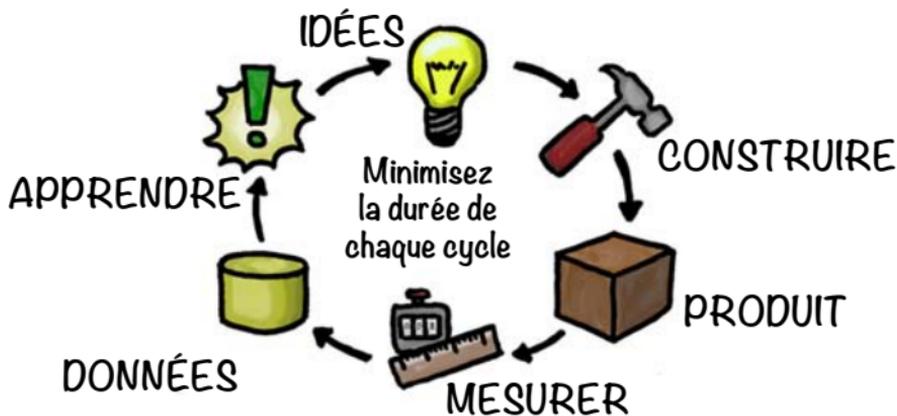
Ils en apprennent bientôt assez pour construire un prototype et le montrer à des utilisateurs potentiels.



Ils supposent que c'est un service que les gens aimeraient utiliser sur Facebook. Yann en construit une version minimale, jolie mais très limitée. En fait, c'est l'équipe qui gère manuellement\* les annonces !

\* C'est un MVP de type « Magicien d'Oz »

Jennie, Martin et Yann travaillent par cycles. Ils construisent une nouvelle version du produit, mesurent le comportement des utilisateurs et récoltent des retours. Comme ça, ils en apprennent plus sur leurs hypothèses et ont de nouvelles idées.



Ils construisent, mesurent et apprennent.  
Construire, mesurer, apprendre\*.

\* Cette méthode s'appelle « Lean Startup ».

L'équipe est frustrée. Personne ne veut prêter ses affaires à ses voisins.



Il faut faire quelque chose ! Martin mène un entretien avec l'un des utilisateurs.



Je ne veux pas prêter mes affaires ! Si ma tondeuse à gazon est cassée, qui la paiera ??

## Chapitre 2 - De nouvelles idées !

Jennie passe un weekend au ski avec des amis.



Sur les pistes, elle réalise que son équipe doit changer d'offre, ils doivent faire un pivot.

Jennie fait un 180° et rentre à la maison.

Jennie se pose  
beaucoup de  
questions...



Et si on offrait  
une assurance ?

Est-ce que les gens  
prêteraient ?

Est-ce qu'on pourrait  
avoir une commission ?

Comment trouver une  
assurance qui ferait ça ?

Elle appelle une  
compagnie  
d'assurance.



Allez,  
essayons !

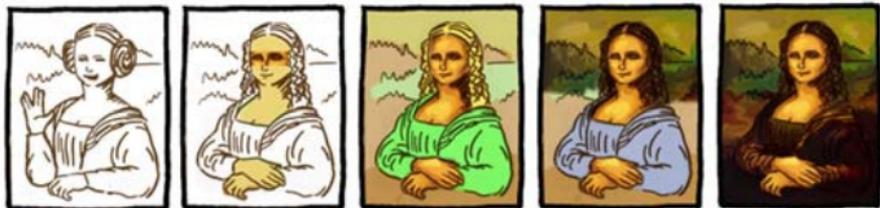
Jennie est frustrée. Pourquoi n'arrive-t-elle pas à faire ce qu'il faut du premier coup ?! Martin lui répond : « Parce qu'on ne peut pas » ! Il explique :

Une manière de faire est de construire morceau par morceau, par incréments.



Une autre manière est d'alterner maquettes et améliorations, par itérations.

En fait, on fait les deux à la fois, avec du feedback à chaque étape.



Ils ont travaillé par incréments pendant tout le projet, en ajoutant une fonctionnalité à la fois puis en la testant avec des utilisateurs.

Pour commencer à travailler par itérations, ils écrivent chaque User Story\* sur trois cartes pour avoir trois itérations sur chaque Story.

Assurance de l'emprunteur – Avec finitions

Assurance de l'emprunteur – Amélioré

Assurance de l'emprunteur – Premier brouillon

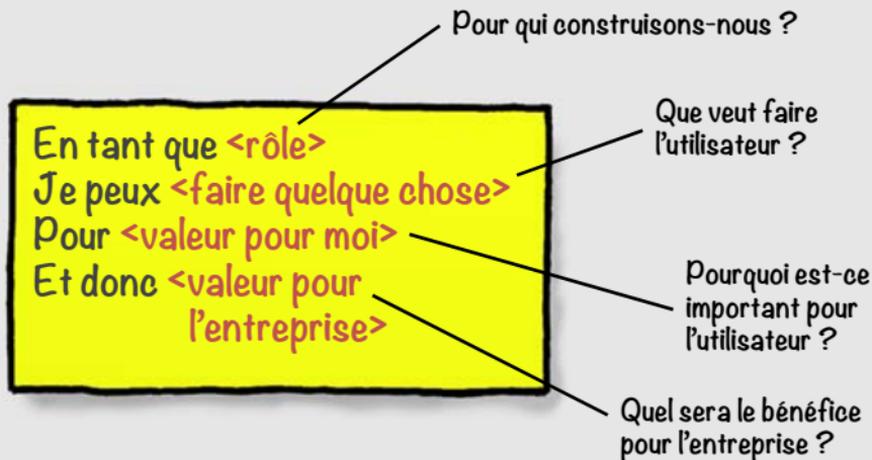
En tant que <emprunteur>

Je peux <contracter une assurance>

Pour <qu'un prêteur ose me prêter ses affaires>

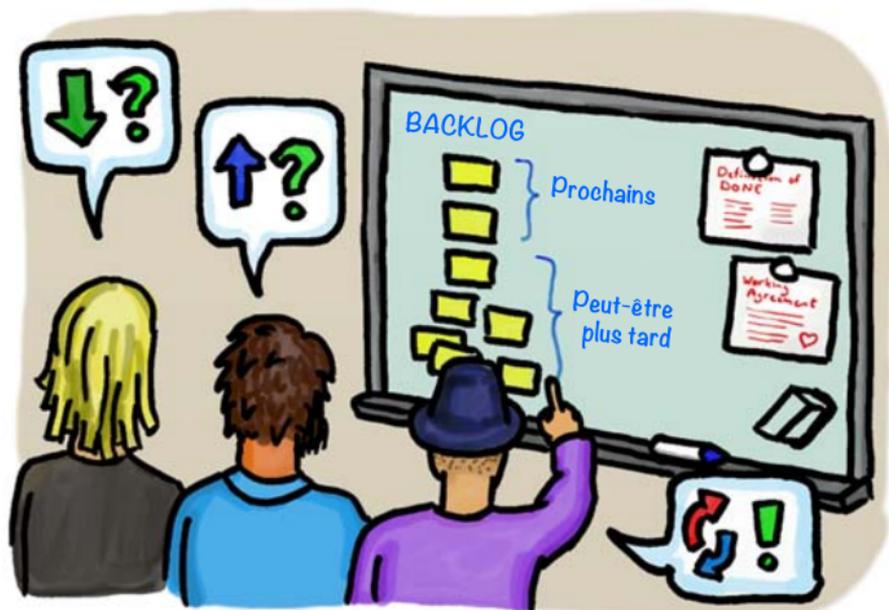
Et donc <notre entreprise gagne une commission>

\* User Story – Un marqueur d'une discussion à venir, un rappel de pourquoi on construit une fonctionnalité. En voici un patron :



On écrit souvent des notes sur comment présenter la fonctionnalité au verso de ces cartes. Parfois, on y dessine des brouillons d'interface utilisateur pour discuter de ce à quoi elle ressemblera.

Ils placent les User Stories dans le backlog\*.



\* Une liste ordonnée d'envies de futures fonctionnalités. Ne le laissez pas trop grossir !

Après le lancement de l'assurance, de nombreuses nouvelles personnes veulent prêter leurs affaires.



Cela augmente les bénéfices de la vente de publicités dans le service! Après quelques cycles construire-mesurer-apprendre supplémentaires, Jennie décide de passer à une plus grande échelle. Elle invite ses collègues et des journalistes à une grande fête de lancement.





Avec ce projet, l'équipe a appris que les idées peuvent vieillir vite.

L'apprentissage permis par les retours utilisateurs vaut bien plus que les vieilles idées !



## Chapitre 3 – La réussite continue...

Les semaines ont passé et l'équipe a grandi. Ils ont exploré des techniques comme le Story Mapping, les métriques de conversion, les personas...

Métriques de conversion



La trésorerie augmente



D'autres personnes veulent les rejoindre



Personas

Story Mapping



L'équipe s'est bien amusée !

Mais c'est une histoire pour un autre livre...

## Quel prochain Crispie pour cette série ?

- × Victor le manager s'exerce à faire confiance
- × Agathe soutient son équipe
- × Jean-Michel commande un SI
- × Rachid gère des grands projets dans des grandes entreprises
- × Kinta négocie son salaire
- × L'équipe d'Hélène fait des estimations
- × Kévin a peur de mettre en production
- × L'équipe d'Alexandre ne fait pas de tests de régression

Quel Crispie voudriez-vous lire ?

Votez ici :

[www.crisp.se/crispi/en](http://www.crisp.se/crispi/en)

## **Remerciements**

**Eric Riet, Alistair Cockburn et Jeff Patton** – pour des idées empruntées.

**Eva-Maria Matell** - Pour avoir relu avec nous par-dessus son épaule en demandant un commentaire en direct.

**The Crisp People** – Pour le feedback et les encouragements. Merci Magnus, Lennart, Mats H, Fredrik, Mats S et Thomas.

**Jörgen Kjellgren** – Pour des suggestions créatives pour le texte.

**Therése Janlén Ressel, Olle Hallin, Sandy Mamoli, et Andrea Drane** – Pour des améliorations bien nécessaires.

**Mary Poppendieck** – Pour du feedback bien utile.

**Merci à tous nos cobayes** – Märten Säflund, Ameli Thunström, Johanna Boestam, Harald Ripa, Jonatan Wentzel, Jakob Tardell et Reza Farhang.

And big hugs to anyone we might have forgotten!

« Jennie découvre » parle de travail en mode agile et lean.

C'est une histoire de découverte produit, du trajet depuis la première idée jusqu'à la livraison et la mise à jour en continu d'un produit ou service.

Ce livre est écrit pour les chefs de produit, les product owners, les chefs de projets, les analystes, les managers et les responsables achats.

Concepts abordés : hypothèses, MVP, Lean Startup, pivot, User Stories et développement par incréments et itérations



**Hans.Brattberg@crisp.se, +46 70 5753132**  
Agile/Lean coach et formateur. Facilitateur.



**Jimmy.Janlén@crisp.se, +46 73 5125725**  
Agile/Lean coach et formateur. Thérapeute de bureaucratie. Facilitateur.

