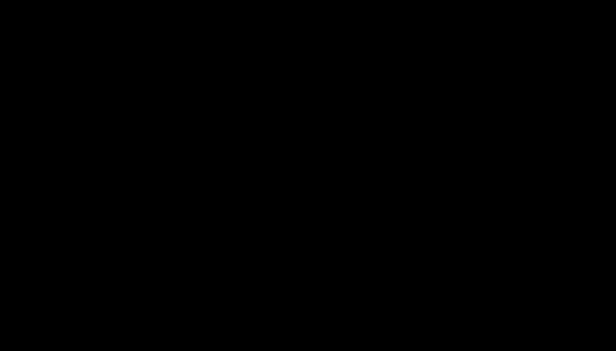




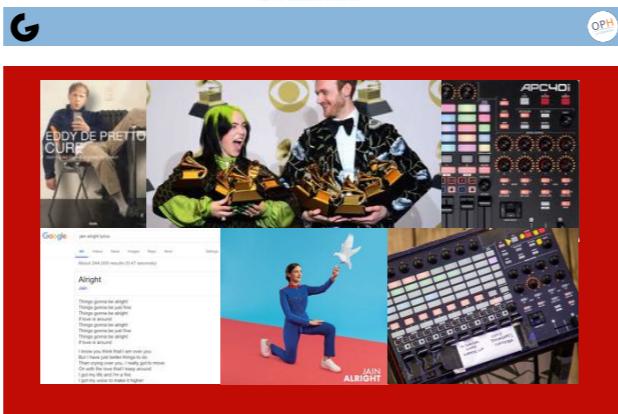
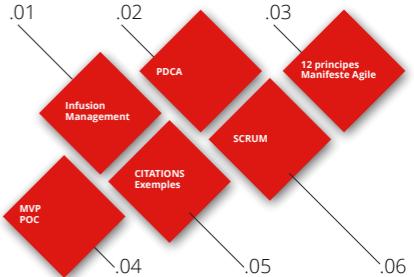
Avec vous, solidaires
et pour longtemps



I
N
Y



2-Culture



J' LA
SIMPLICITÉ



CULTURE EATS STRATEGY
FOR BREAKFAST

Peter Drucker





PDCA cycle 1950



SCRUM FRAMEWORK

SCRUM = 3 3 5

3 ROLES
3 ARTIFACTS
5 EVENTS

Notre plus haute priorité est de satisfaire le client en livrant rapidement et régulièrement des fonctionnalités à grande valeur ajoutée.

Accueillez positivement les changements de besoins, même tard dans le projet.

Les processus Agiles exploitent le changement pour donner un avantage compétitif au client.

Livrez fréquemment un service opérationnel avec des cycles de quelques semaines à quelques mois et une préférence pour les plus courts.

Les utilisateurs ou leurs représentants et les développeurs doivent travailler ensemble quotidiennement tout au long du projet.

La méthode la plus simple et la plus efficace pour transmettre de l'information à l'équipe de développement et à l'intérieur de celle-ci est le dialogue en face à face.

Un service opérationnel est la principale mesure d'avancement.

Les processus Agiles encouragent un rythme de développement soutenable.

Ensemble, les commanditaires, les développeurs et les utilisateurs devraient être capables de maintenir indéfiniment un rythme constant.

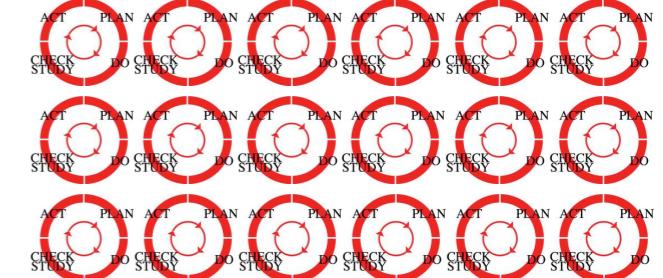
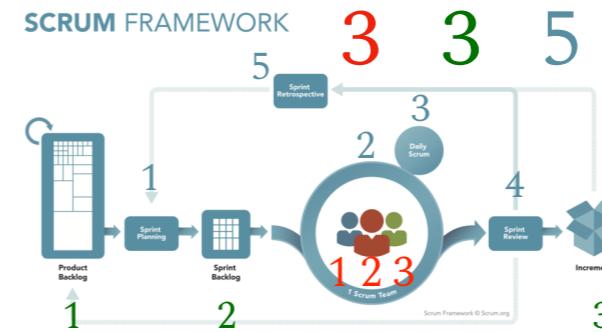
La simplicité – c'est-à-dire l'art de minimiser la quantité de travail inutile – est essentielle.

Les meilleures architectures, spécifications et conceptions émergent d'équipes auto-organisées.

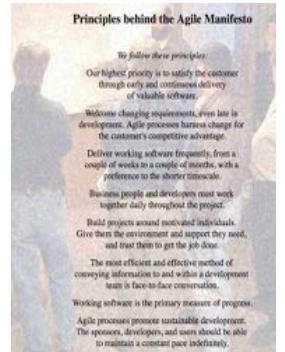


**Stop Starting.
Start Finishing.
#agile**

**LA VITESSE D'ITÉRATION
BAT LA QUALITÉ D'ITÉRATION**



agilemanifesto.org



MVP
minimum viable product

première version visible et distribuable d'un produit
utile pour les tests et choix des fonctionnalités à ajouter / enlever
utile pour pivoter
POC : proof of concept



Test and Learn

Apprenons à nous tromper

continuous delivery
welcome change

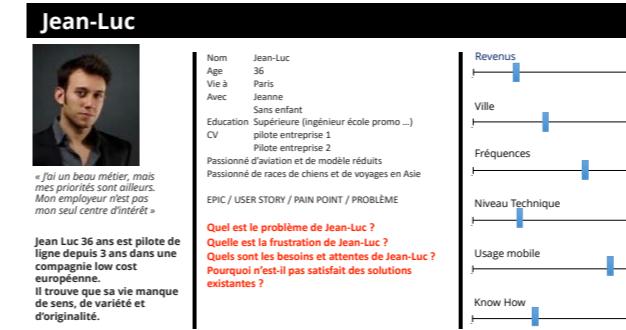
agilemanifesto.org

make ~~FAIL~~ FAST
 make ~~FAIL~~ EARLY
 make ~~FAIL~~ OFTEN

Beter donne
than perfect *

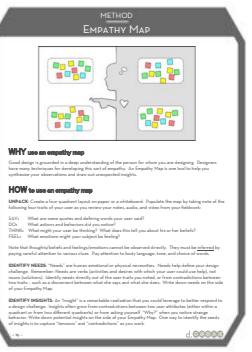
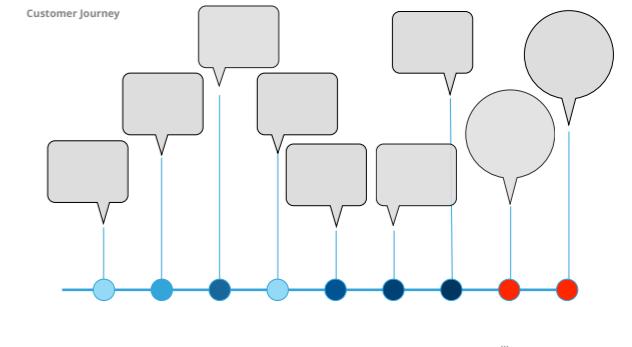
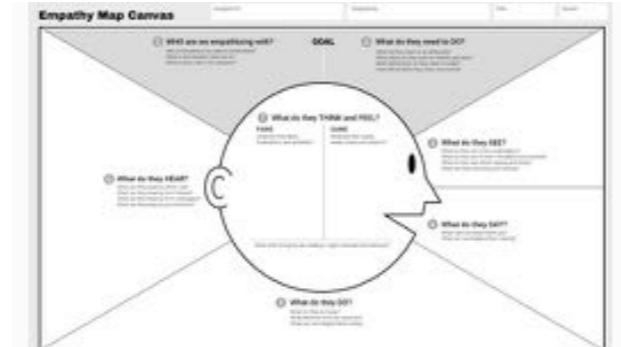
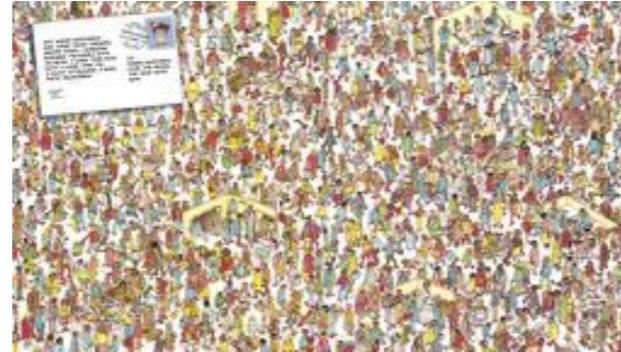
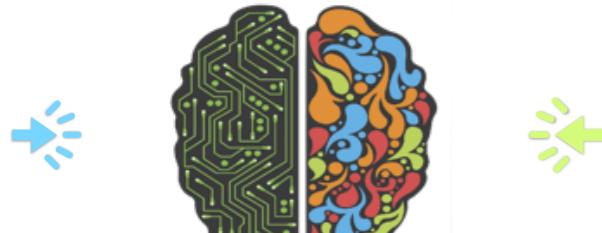
Better done
than perfect

* sans faute c'est mieux



G

l'utilisateur ne nous dit pas tout



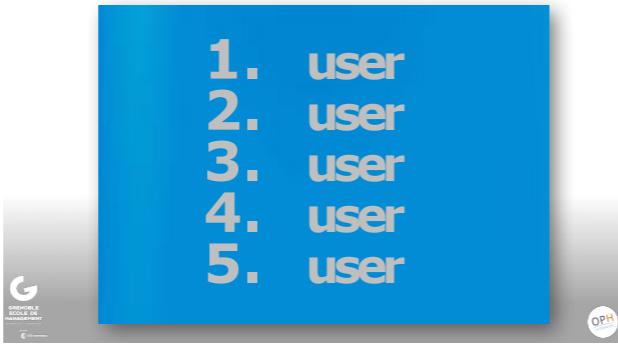
Nom du Touchpoint / Point de contact	1	2	3	4	5	6	7
Channel / Canal							
Interaction du client							
Interaction de la marque							
Avis du client perçu par le client							
Décalage avec le positionnement voulu							



Do More With Less

- Lean Management
- Pizza team
- MVP (minimum viable product)
- POC (proof of concept)

GROUPE ECOLE DE MANAGEMENT



“ Il n'y a pas d'amour,
il n'y a que des preuves
d'amour ”

Enquête
Tiers Lieux



Essai de
statistique



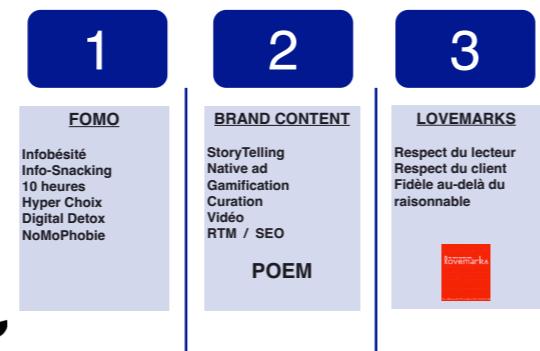
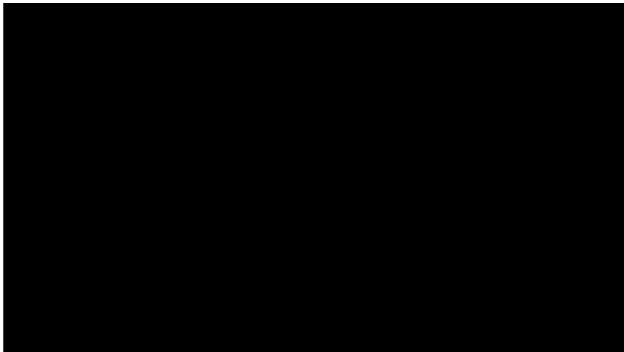
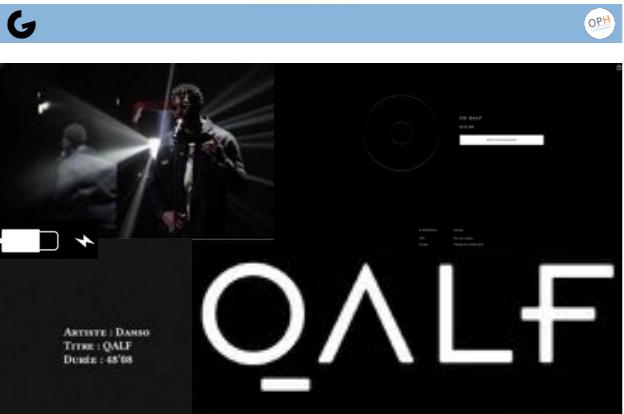
“ Il n'y a pas de digital,
il n'y a que des preuves
de digital ”

Pierre Reverdy (1889-1960)

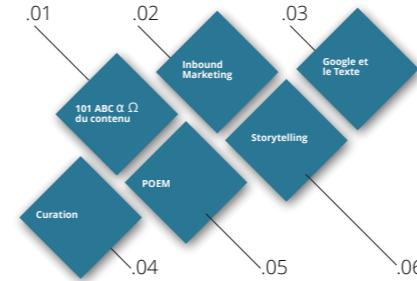
HK & Pierre Reverdy (1889-1960)

Les
Atouts
du digital

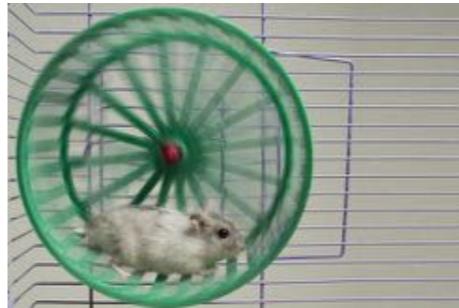




3-Contenu



Syndrome du Hamster



CONTENT

FOMO vs. JOMO

