

Calypso PIERRON

Lead Product Designer

Portfolio 2025



Mon expertise

Passionnée par la Product Discovery et la stratégie produit, je conçois des solutions alignées sur les besoins des utilisateurs et les objectifs business. J'ai développé une expertise dans divers secteurs (immobilier, industrie, secteur public) à travers des méthodologies collaboratives et centrées sur l'humain.

Mon rôle en tant que Lead Designer :



Fédérer des équipes pluridisciplinaires autour d'une vision produit claire et inspirante.



Concevoir des solutions innovantes alignées sur les besoins utilisateurs et les objectifs business.



Accompagner et former les équipes pour cultiver une culture design collaborative.

Mes méthodologie phares :

Design Thinking

Explorer et réduire les risques liés aux opportunités à travers des cycles de découverte continus.

Product Discovery

Identifier des axes stratégiques pour maximiser la valeur utilisateur et business.

Agilité et collaboration

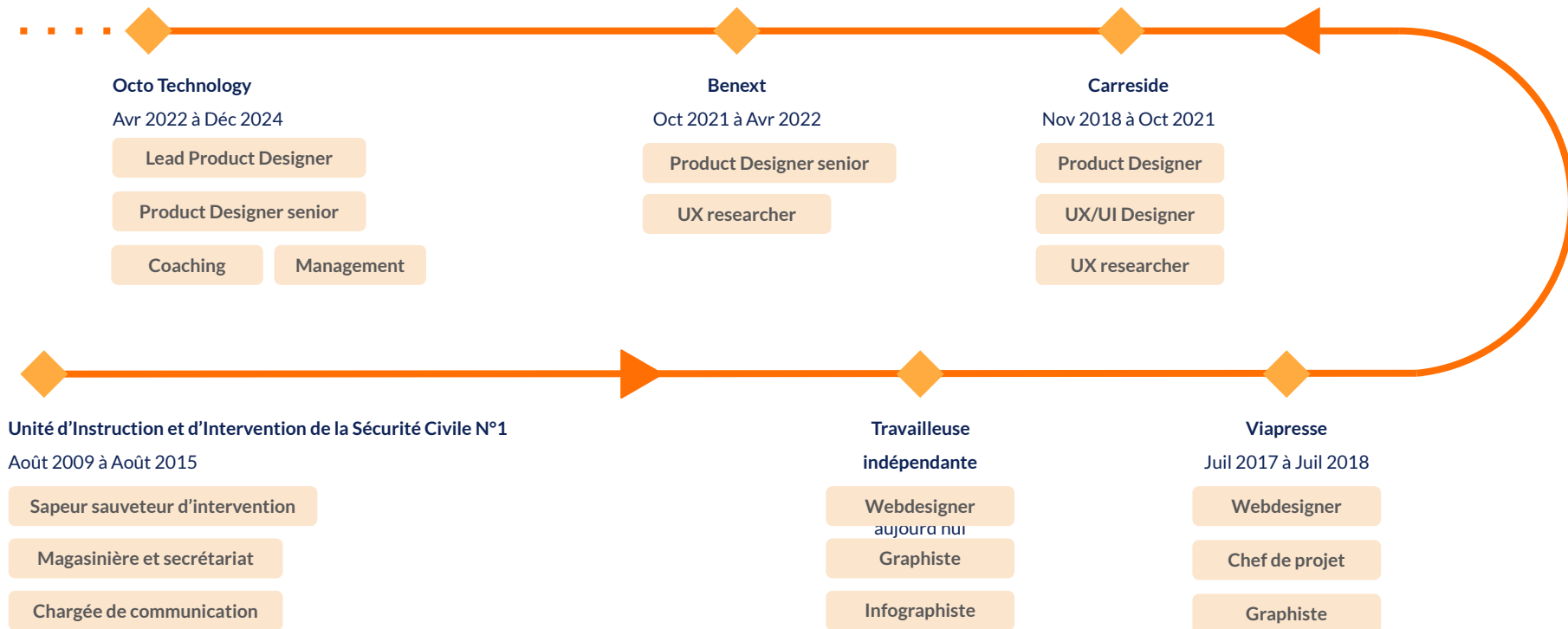
Faciliter l'intégration des pratiques design dans des environnements agiles.

Atomic Design & Design Systems

Harmoniser et optimiser les interfaces pour offrir une expérience utilisateur cohérente.

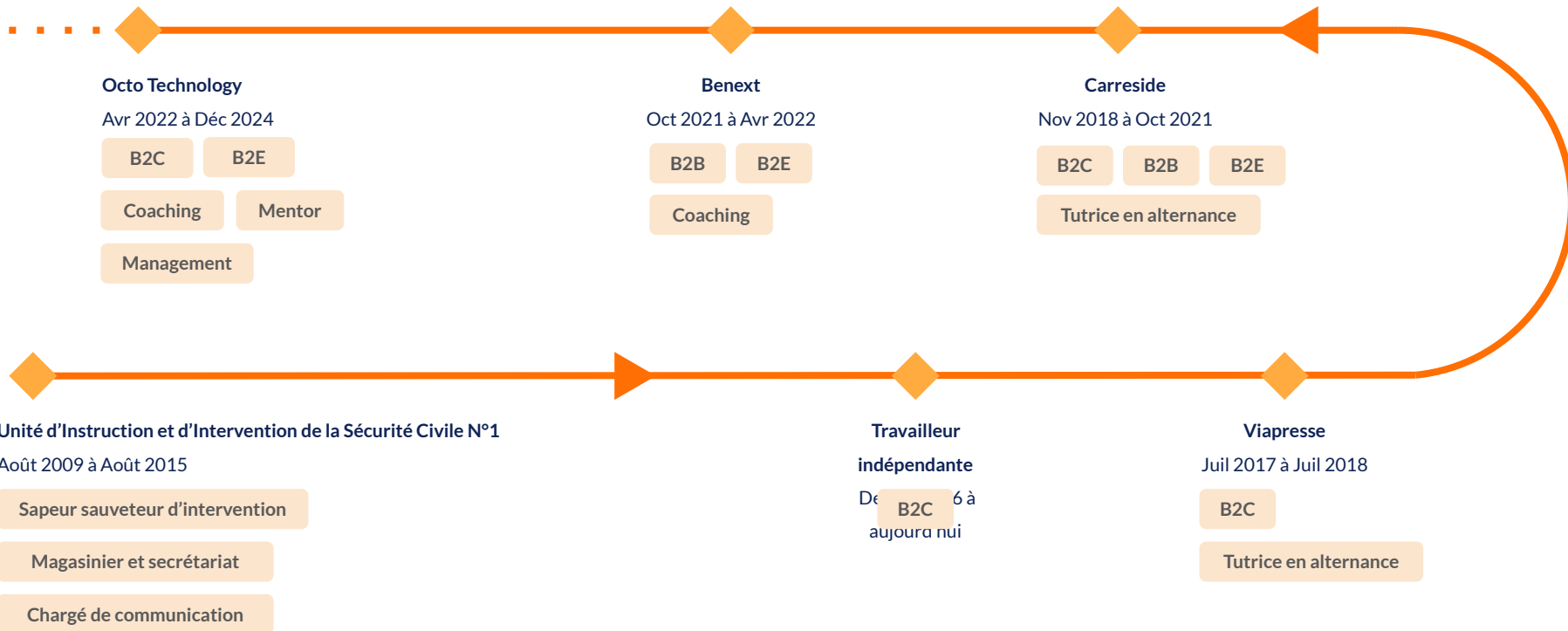
Mes expériences

[Voir mon CV complet](#)



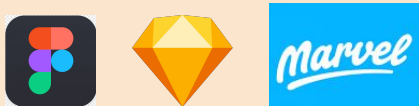
Mes expériences

[Voir mon CV complet](#)



Outillages

Production design



Collaboration & organisation



Data et analytics



Technologies et systèmes utilisés



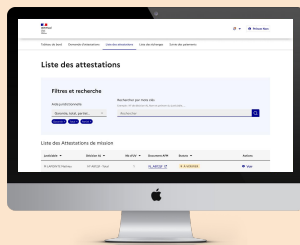
Sommaire



Maison virtuelle

Définir la stratégie et la vision pour Kazaplan

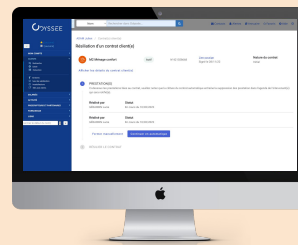
Product Discovery



Aux AJ

Investigation de solution beta.gov

Design sprint



Back office

Refonte de la brique contrat multi-marque et multi-service

Design thinking



Agilité et collaboration



Leadership



Leadership

Maison virtuelle

Définition d'une stratégie

Explorer les usages complémentaires et les attentes des utilisateurs afin d'orienter les choix et d'accélérer les ventes grâce au e-commerce. Découvrir comment Kazaplan peut aider les clients, de l'inspiration à la concrétisation d'un projet.

Product stratégie

Facilitation d'atelier

UX research



Équipe

1 PM et moi-même en tant que Product Designer.

Contexte

Enjeux



Explorer les usages et les besoins des utilisateurs cibles pour identifier les opportunités



Définir une vision produit cible au sein de la Customer and Commerce Digital Platform (CCDP)



Identifier les impacts de cette vision en termes de chantiers prioritaires

Faits marquants

508_k

de lead sur la plateforme Kazaplan en 2023

3

Business unite (France, Portugal et Espagne)

16

Opportunités initial

18

Jours pour effectuer la mission

Approche et méthode

Explorer les usages et besoins de Kazaplan pour identifier des opportunités

Préparation de l'exploration

- Réunion de lancement (kick off)
- Brief / démo produit Kazaplan
- Atelier vision sur les convictions
- Atelier proto-personas
- Identification des cibles à interviewer (panel particuliers & conseillers en magasin)
- Préparation et validation du protocole interview



Exploration terrains des besoins et usages

- Guerilla interview dans 2 magasins Leroy Merlin (16 clients LM et 8 vendeurs LM)
- 7 interviews utilisateurs Kazaplan
- Analyse des explorations
- Enrichissement via les data sur l'usage de Kazaplan



Formulation des opportunités

- Sur la base des scénarios identifiés :
- Restitution : exploration, personas, customer journeys, opportunités et axes d'amélioration
 - Formulation des opportunités
 - Cartographie des grandes étapes majeures du scénario via un parcours utilisateur cible



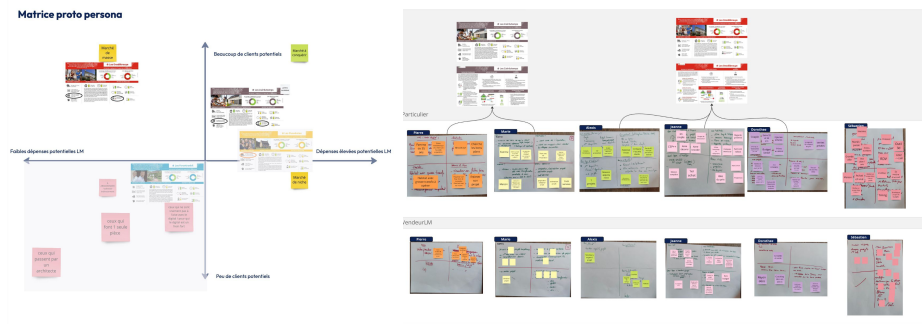
Validation vision et prochain chantier

- Vision amendée avec les différents scénarios proposés au regard des conclusions de l'exploration terrain
- Priorisation des opportunités court terme en lien avec les intentions stratégiques (signaux utilisateurs, impact généré, risques)

Préparation de

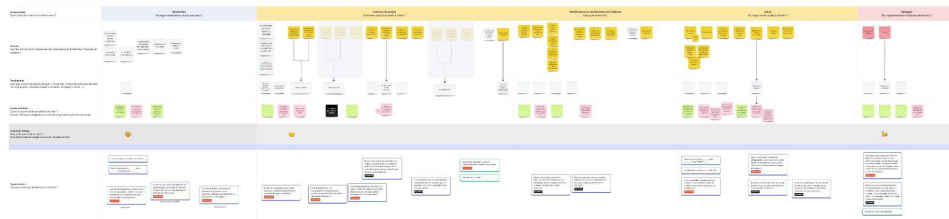
l'exploration

Stratégie : Aligner sur la vision, les utilisateurs et les parcours
Utilisateurs : Esquisser les proto-personae, leurs besoins et exclure les non-cibles.



Parcours : Cartographier le parcours actuel, identifier les ruptures et opportunités d'amélioration.

Pour Pierre-L. Desroches et Deborah, qui veulent (besoin), nous offrons (solution), dans le but de (objectif).



Stratégie : Aligner la vision produit, définir les utilisateurs, leurs besoins, l'avantage compétitif, les KPI et un pitch clair.



Activités

- Réunion de lancement (kick off)
- Brief / démo produit Kazapan
- Atelier vision sur les convictions
- Atelier proto-personas
- Identification des cibles à interviewer (panel particuliers & conseillers en magasin)
- Préparation et validation du protocole interview

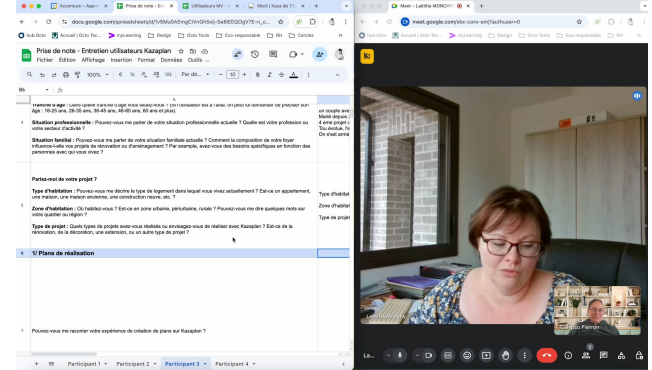
Exploration terrains des besoins et usages

Comprendre les besoins et problématiques

Questionnaire guerilla interview : usage et utilisation de planer 3D

La MISE	Information	La NOUVE
1) Quel est votre métier / secteur d'activité ?	2) Quel est votre rôle / fonction ?	3) Quel type de travaux de rénovation effectuez-vous le plus souvent ?
4) Comment les clients vous contactent-ils le plus souvent ?	5) Quel est votre processus de vente ?	6) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
7) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	8) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	9) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
10) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	11) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	12) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
13) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	14) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	15) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
16) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	17) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	18) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
19) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	20) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	21) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
22) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	23) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	24) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
25) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	26) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	27) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
28) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	29) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	30) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
31) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	32) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	33) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
34) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	35) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	36) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
37) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	38) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	39) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
40) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	41) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	42) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
43) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	44) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	45) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
46) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	47) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	48) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
49) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	50) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	51) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
52) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	53) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	54) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
55) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	56) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	57) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
58) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	59) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	60) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
61) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	62) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	63) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
64) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	65) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	66) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
67) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	68) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	69) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
70) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	71) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	72) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
73) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	74) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	75) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
76) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	77) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	78) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
79) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	80) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	81) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
82) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	83) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	84) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
85) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	86) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	87) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
88) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	89) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	90) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
91) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	92) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	93) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
94) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	95) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	96) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
97) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	98) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	99) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?
100) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	101) Quel est votre niveau de connaissance en matière de planche 3D ?	102) Comment vous sentez-vous par rapport à l'usage de la planche 3D ?

Interviews utilisateurs : utilisation et usage actuel de Kazaplan



Personas : synthétiser la connaissance des explorations

Constructeur

"J'utilise un planer 3D pour essayer plusieurs combinaisons (ex. peinture et meubles), je vérifie les espaces de circulation dans les pièces afin de confirmer que l'ensemble est cohérent."

Emilie MOYSE

Profil général

Motivations

Freins

Opportunités

Rénovateur

"Mon objectif est d'aider chaque client à réaliser son projet, en leur offrant les meilleurs conseils techniques et en les guidant vers les produits les plus adaptés."

Maxime LEBRUN

Profil général

Motivations

Freins

Opportunités

Conseiller en magasins LMFR

Emilie FLEURY

Profil général

Motivations

Freins

Opportunités

Activités

- Guerilla interview dans 2 magasins Leroy Merlin (16 clients LM et 8 vendeurs LM)
- 7 interviews utilisateurs Kazaplan
- Analyse des explorations
- Enrichissement via les data sur l'usage de Kazaplan

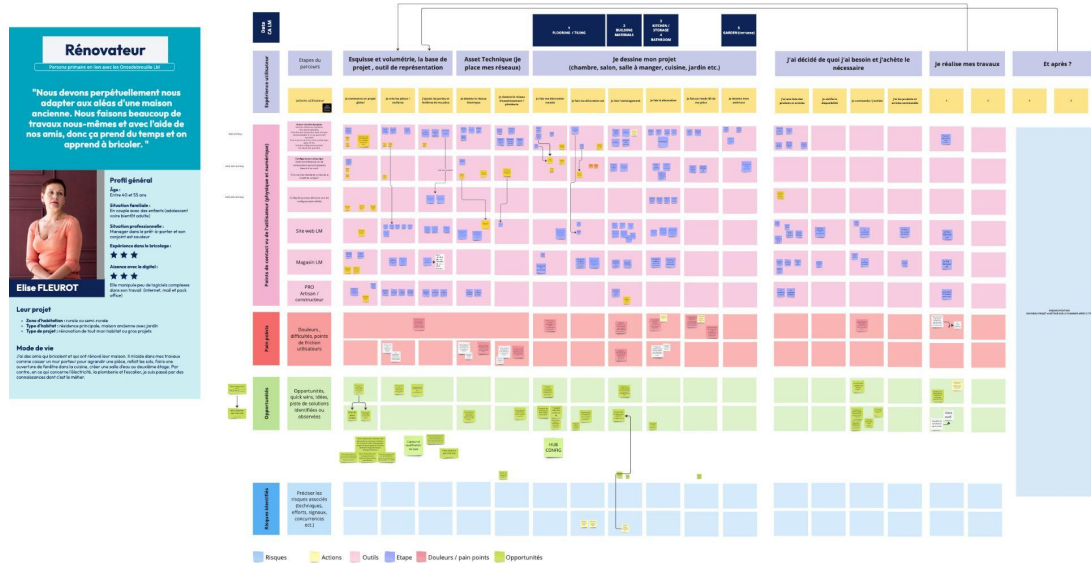
Formulation des opportunités

Mise en évidences de toutes les opportunités

Customer journey : Dessiner le nouveau parcours avec les opportunités détectées lors des explorations.

Contexte : on vient d'acheter une maison ancienne, avec des travaux de rénovation à faire.

Besoin : on recherche un outil pour nous aider à nous projeter et trouver des conseils pour faire nos travaux



Rénovateur
Personne capable de bien voir les opportunités

"Nous devons perpétuellement nous adapter aux idées d'une maison ancienne. Nous faisons beaucoup de travaux nous-mêmes et avec l'aide de nos amis, donc ça prend du temps et on apprend à bricoler."

Profil général
Age: 35 ans, 42-55 ans
Statut familial: 2 enfants, 1 enfant à charge
Expérience professionnelle: 10 ans de métier, 10 ans de bricolage et d'aménagement de maison
Expérience avec le bricolage: ★★ ★★
Appartenance à digital: ★★ ★★

Elise FLEUROT
Elle aime bricoler, elle aime les maisons anciennes et elle aime apprendre à bricoler.

Leur projet
• Une chaletise verte de 400m²
• Une chaletise verte de 400m²
• Une chaletise verte de 400m²

Mode de vie
Elle aime bricoler et elle est très impliquée dans son projet. Elle aime bricoler et elle est très impliquée dans son projet. Elle aime bricoler et elle est très impliquée dans son projet.

Restitution des explorations : Mettre en avant les conclusion des opportunités initiales avec 3 niveaux de signaux détecté (forts, moyen, faible).

- ● ● Signaux forts
 - En tant que propriétaire d'un nouveau bien, j'ai besoin de voir ce que sera ma future maison après les travaux d'aménagement
 - Contribution de lead
- ● ● Signaux moyens
 - En tant qu'utilisateur, je veux présenter mon projet à un vendeur expert afin d'être sûr de ne rien oublier (qtés/prix)
 - Contribution CA
- ● ● Signaux moyens
 - En tant que client ayant fait ma maison virtuelle, j'ai besoin d'avoir les plans de réalisation de mon projet à effectuer
 - Satisfaction et expérience

<p>Guérlita LM</p> <ul style="list-style-type: none"> Les clients n'utilisent pas de planer 3D pour expliquer leurs besoins au conseiller en magasin. Il donne des dimensions afin d'avoir la quantité suffisante pour réaliser leur projet. Besoin de dimensions précises. Besoin d'une ambiance complète. Besoin d'une projection rapide pour avoir une idée du rendu. <p>CONCLUSION Les clients ne montrent pas de plan dit technique. Les vendeurs se servent uniquement des dimensions pour conseiller le</p>	<p>Interviews utilisateurs Kazaplan</p> <ul style="list-style-type: none"> Les utilisateurs mettent à jour leur plan ou fil des évolutions. Les plans permettent aux utilisateurs de se projeter et d'éviter les erreurs, mais ils sont très peu transmis à des professionnels. Les plans ne les aident pas à organiser la réalisation de leur projet, c'est eux qui décident par quel commencer. <p>CONCLUSION Les plans aident principalement à mieux comprendre le résultat final et l'attendu, mais ne respectent pas les normes et spécificités</p>	<p>Data et analyse</p> <ul style="list-style-type: none"> Questionnaire FR & PL : 33,5% facilitation de la compréhension avec les artisans. L'utilisabilité et l'enthousiasme de certaines fonctionnalités rendent l'expérience globale difficile sur Kazaplan. Questionnaire FR & PL : 56,7% Kazaplan a eu un impact sur la décision d'achat et apporte une confiance dans le résultat final. <p>CONCLUSION Malgré les difficultés d'utilisabilité sur Kazaplan, les utilisateurs utilisent les plans pour exprimer leurs besoins. Cela les aide à</p>
--	---	--

Activités

- Résultats des opportunités terrains
- Atelier customer journey

Validation vision et prochains chantier

Comprendre les besoins et problématiques

Fiche opportunité : détail des opportunités et conseil sur les prochaines étapes

Top prio #2

Passerelle de la Maison Virtuelle vers les mono-projets

Rediriger du trafic qualifié
#Lead #Transformation #CA#direct

Hypothèse

Nous croyons qu'en proposant facilement à la personnalisation fluide,

Impact

Augmentation du volume de configuration spécifique.

Concurrence & élément diffé

Un parcours plus intégré, les calculateurs au bon moment

Comment saurons-nous que

Exemple de métriques :

- +x% de CA sur les ca
- Le taux d'engagement
- X% de leads qualifié

Opportunités périphériques

Transmets

En lien avec passerelles

Top prio #5

AI wall automatic generation

Reconnaissance des murs et ouvrants à partir d'un plan papier
#FirstTimeExperience #TimeSaving #WowMoment #BrandReputation

Hypothèse

Nous croyons qu'en démarrage du par temps, une meilleur

Impact

Améliorer la 1er p

Concurrence & élé

Des fonctionnalités partielles (e.g. : ab

Comment sauron

Exemple de métris

- Réductio
- Temps p
- X% d'utili

Opportunités périphériques

HUB CONFIG

Scan plan papier

Conclusion

Top prio #1

Attirer et qualifier des Leads à forte LTV

Amener de nouveaux utilisateurs à utiliser la maison virtuelle pour leurs multi-projets
#Acquisition #Transformation #Targeting

Hypothèse

Nous avons déjà prouvé que nous attirons des habitants avec de multiples projets d'habitat. Nous allons accélérer leur qualification pour améliorer leur conversion.

Impact

Estimer le potentiel de conversion et les éléments utiles à la personnalisation pour convaincre les leads de passer à l'achat. **envisagé**

Concurrence & élément différenciant

Certains concurrents incluent des planners 3D dans leurs parcours d'achat (IKEA par exemple). Le différenciant est le catalogue LM avec une gamme large à différents prix.

Comment saurons-nous que c'est un succès ?

Exemple de métriques :

- + x% de nouveaux utilisateurs de la MV
- Le panier moyen d'un utilisateur de la maison virtuelle est de XXX€/mois
- X% d'utilisateurs de la maison virtuelle ont acheté au moins 1 produit présent dans leur projet

Opportunités périphériques

Simulateur 3D carrelage et parquet - Calepinage & réalité augmentée

Proposer de projeter les produits du catalogue dans sa pièce pour stimuler l'achat et optimiser le niveau de projection. Exemple : [SI Macloz / SI Gobabit](#)

Leviers forts : **IA wall automatic generation, IA scan de pièce, "Mise en oeuvre"**

Re-qualification

Conclusion

Marché de masse : qualifier au plus tôt les utilisateurs actuels de la MV, comme les personas "Ondébraille", et identifier les actions clés de conversion pour optimiser le parcours. Marché à conquérir : attirer un public moins bricoleur, comme les personas "les zairdurems", via les opportunités périphériques (1re prise en main et services)

Tips Recueillir des informations sur le lead pour personnaliser et contextualiser les interactions. Calculer et suivre la LTV.

Impact élevé **Effort moyen**

Continuer à investir

Signaux moyens Slide 10

Vision amendée : synthèse des enjeux stratégique

o Vision de la Maison Virtuelle

1an
Durée

Focaliser sur la France, Espagne, Portugal



Enjeux principal

L'enjeu principal de la maison virtuelle est de faire la preuve de sa valeur pour les BUs, en améliorant :

- l'acquisition et la transformation de leads,
- la connaissance client
- l'image de marque
- Pour augmenter le trafic vers les configurateurs
- ainsi que le CA direct généré.

Pour les **constructeurs et rénovation particuliers (France, Espagne, Portugal)** qui **conçoivent et visualisent leur projet de manière autonome**.

La **Maison Virtuelle K2P** (plateforme 3D interactive) est une **solution omnicanale de modélisation, personnalisation, d'évaluation de projets**, de construction ou de rénovation, qui **facilite et accélère la décision d'achat**.

Contrairement aux **outils de conception généralistes**, notre produit se **spécialise dans les projets complets, intérieur et extérieur, en s'intégrant parfaitement aux solutions du Groupe Adeo**.

Grâce à nous, **nos utilisateurs peuvent transformer leurs idées en plans concrets**, tandis que **le Groupe Adeo peut guider efficacement ses clients tout au long de leur projet**.

[Lien vers le board MIRO](#)

Activités

- Vision amendée avec les différents scénarios proposés au regard des conclusions de l'exploration terrain
- Priorisation des opportunités court terme en lien avec les intentions stratégiques (signaux utilisateurs, impact généré, risques)

Apprentissage clés

Qu'avons-nous appris ?

La maison virtuelle comme "hub central" : Un espace unifié qui simplifie l'expérience utilisateur en offrant un accès direct à la personnalisation et à la configuration.

- **Les explorations comme levier de priorisation** : Les ateliers d'exploration ont permis de clarifier les besoins, facilitant ainsi la prise de décision et la priorisation des actions à fort impact.
- **Une customer journey clarifiée** : La formalisation du parcours utilisateur a aidé l'équipe à structurer une vision claire, permettant une communication plus efficace des intentions stratégiques auprès des collaborateurs.
- **Une vision alignée et accessible** : La définition partagée des termes clés et de la vision a renforcé la compréhension et l'adhésion des responsables à la stratégie de l'équipe.

Les 8 opportunités clés à adresser en priorité

CAPTATION et QUALIF DE LEAD

Attirer et qualifier des leads à forte LTV

Top prio #1

Nous avons déjà prouvé que nous attirons des habitants avec de multiples projets d'habitat. Nous allons accélérer leur qualification pour améliorer leur conversion.

Segmentation projet

Top prio #3

Nous croyons qu'en proposant un budget découpé par projet, pour le rendre plus facilement actionnable et plus cohérent avec la segmentation LM, cela produira une transition plus fluide entre les outils digitaux et le magasin pour déclencher un passage à l'achat plus rapide.

AI AUTONOMIE CLIENT et OUTIL SIMPLIFIANT

AI automatic wall generation

Top prio #5

Nous croyons qu'en générant automatiquement la 3D à partir d'un plan papier pour fluidifier le démarrage du parcours cela produira une diminution de l'abandon à la 1re prise en main, un gain de temps, une meilleure satisfaction client et collaborateur qui renforcera une image de marque.

AI décoration

Top prio #8

Nous croyons qu'en proposant "Shop the look and autodeco" pour mon projet cela produira une augmentation des ventes.

AI scan de pièce

Top prio #7

Nous croyons qu'en proposant le scan d'une pièce (avec ouvrants) pour améliorer la 1er prise en main, cela produira un gain de temps passé sur l'outil et améliorera l'image de marque.

HUB PRODUIT AND CONFIG

Passerelle MV vers les mono-projets

Top prio #2

Nous croyons qu'en proposant un maillage vers les autres outils de configuration pour accéder plus facilement à la personnalisation cela produira plus de volume de trafic qualifié, et un parcours fluidifié.

Best compositions and products

Top prio #6

Nous croyons que proposer les compositions les plus vendues directement au catalogue de la maison virtuelle, sans passer par un configurateur spécifique, permettra une augmentation du volume des ventes, notamment digitales.

Ergonomie MV to Config

Top prio #4

Nous croyons qu'en proposant de transmettre les données habitats et habitants cross-outils pour en éviter les saisies répétitives, cela produira une meilleure transition entre la maison virtuelle et les configurateurs.

Design sprint

Aux AJ

investigation de solution

Étudier la mise en place d'une **brique applicative générique** intégrant l'intelligence des Attestations de Fin de Mission (AFM) afin d'opérer une **rationalisation** et d'**envisager une automatisation** de ce processus.

Design strategy

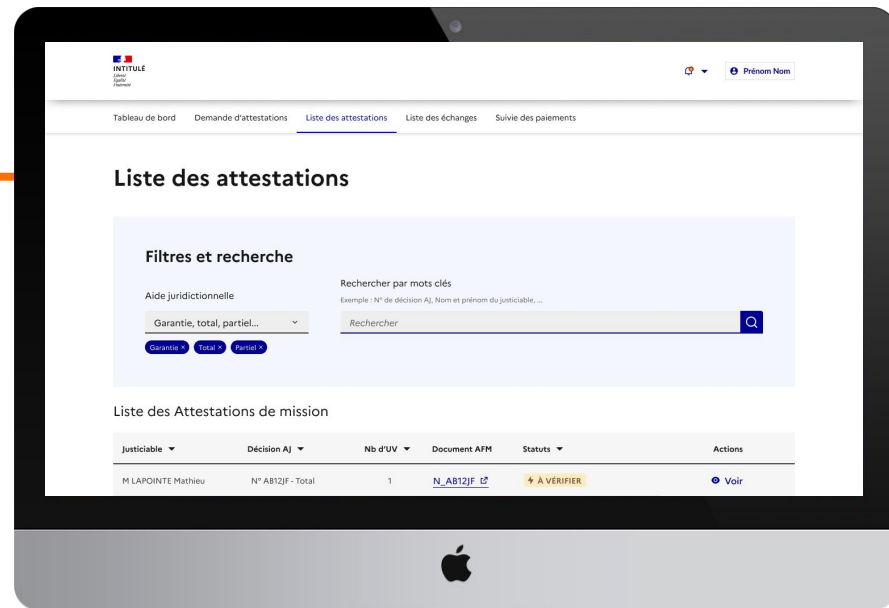
Facilitation d'atelier

Test and learn



Équipe

1 PO et moi-même en tant que Product Designer.



Contexte

Enjeux



Valider les principaux enjeux de la “brique” AFM (attestation de fin de mission), les bénéfices attendus orientés valeur.



Conceptualiser les nouveaux parcours et impliquer les utilisateurs dès le début, afin de réaliser un produit utile.



Remettre à plat l'existant et les concepts clés de cette brique.
Détourner les usages les plus pertinents, affiner la priorisation des macro-fonctionnalités identifiées.

Faits marquants

13

Modèles papiers d'Attestation de Fin de Mission différents

10

Utilisateurs (OPJ, greffier, procureur de la république etc.)

10

Personnes au COPIL : 7 Directions Métiers et Administration Centrale (SADJAV, DSJ etc.), représentant des avocats, greffier et Unca.

15

Jours pour effectuer la mission

Approche et méthode

Un travail en 3 itérations pour explorer les aspects clés des AFM

Novembre

Décembre

Design Sprint #1 - avocat

Design Sprint #2 - greffier

Design Sprint #3 - Unca

Mettre l'utilisateur au centre



Partir de problématiques initiales

- Processus de délivrance incertain
- Processus de traitement complexe
- nombreux AR dans les AFM dûs aux erreurs

Avancer de manière itérative



En collaborations avec le COPIL et les utilisateurs :

- 4 Ateliers de co-construction
- 7 Entretiens avec les utilisateurs
- 3 Échanges fonctionnels

Confronter les solutions

Tester pour :

- Ne développer que des fonctionnalités utiles, comprises et utilisables.
- Construire une expérience cohérente de bout en bout.

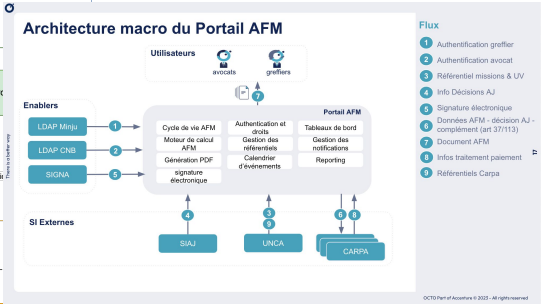
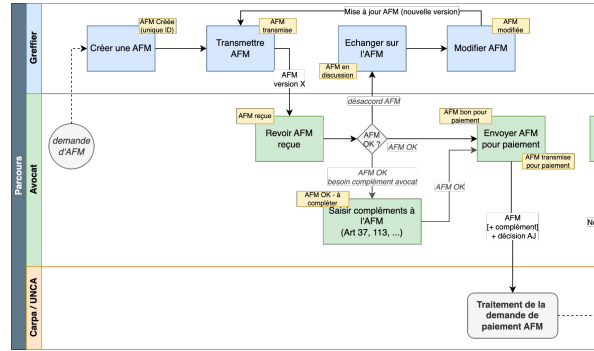
=

**Apporter des réponses qui permettant de faire des choix éclairés
GO / NO GO / PIVOT**

Comprendre

Partir des problématiques initiales

- Processus de délivrance incertain
- Processus de traitement complexe
- Nombreux AR dans les AFM dûs aux erreurs
- Un processus global difficilement pilotable



Caroline
Avocate en droit des affaires pénales
38 ans - Mirois & Jean, Ingénieur

Ensemble, ils ont deux enfants et habitent dans la région parisienne à Nanterre (92). Caroline travaille dans un Cabinet qui traite des affaires/ dossiers principalement avec des demandes d'aide juridictionnelles.

Trait de caractère

- Communicative
- Organisée
- Écoute

Je recherche un outil d'attestations sans que je sois pleinement sûr mes

Ses attentes

- La profession d'avocat demande de longue date la dématérialisation des attestations.
- Je veux imprimer le moins de documents possible car c'est à ma charge.
- Être maître de ma comptabilité et des mises en paiement.

Les enjeux

Gain de temps, Gestion de la donnée de bout en bout en circulation de l'information

Sa baguette magique

- Attestation dématérialisée et édition automatique/prononcement du jugement
- Transmettre et suivre auprès de la CARPA les données

Boris
Greffier au Tribunal de Grande Instance
33 ans - Morlio & Citrine, Ingénieur

Je habite en Indre-et-Loire (37), dans le Travail au sein du tribunal judiciaire de Tours. Je travaille en tant que greffier et je suis responsable des parquets ou des avocats, par les audiences et par la mise en forme des décisions et la notification des décisions judiciaires.

Trait de caractère

- Rigoureux
- Autonome
- Organisé

Je veux un outil qui me permette rapidement de renseigner correctement une attestation de mission avec les bonnes missions afin de limiter les erreurs."

Ses attentes

- Une fusion des documents pour générer un document unifié avec des informations récupérées du dossier et injectées directement dans l'AFM.
- Faire en sorte que les délais soient les plus courts possibles pour les justiciables, mais aussi répondre aux urgences quand il y en a.

Les enjeux

Efficience, Éviter la multiplicité des outils, Fiabilité des informations

Sa baguette magique

- Générer automatiquement des attestations dans certains cas.
- Dans un système tible, un module litige pourrait être proposé (écart entre les LIV proposées par le greffier et celles souhaitées par l'avocat).

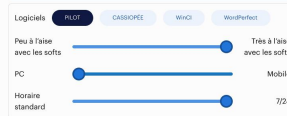
Ses besoins

- Disposer d'un outil intégré permettant de réduire la multiplicité des outils pour l'utilisateur en juridiction
- Connaître l'historique de l'intervention des avocats sur une affaire est essentielle (Cassiope porte cette fonctionnalité)
- Amélioration de la fonctionnalité d'import des données en automatique sans intervention manuelle. Envisager des connexions avec des applications telles que SIAJ

Ses frustrations / douleurs

- Difficultés à traiter l'acte pendant l'audience (ralentissements applicatif fréquents)
- Manque d'information sur les mises à jour des versions de AFM avant que les délais de mise à disposition.
- Contentieux assez fréquents sur les paiements des AFM avec les avocats
- Absence d'un module de Recouvrement centralisant les informations essentielles sur l'historique et les délais de traitement

Utilisation des outils



Activités

- Entretiens avec 7 utilisateurs (avocats et greffiers) pour comprendre leurs besoins et problématiques
- Comprendre le processus de traitement avec un diagramme de flux
- Échanges fonctionnels avec le COPIL pour lier des informations et flux présent dans d'autres outils

Sketch

Chercher ensemble des solutions

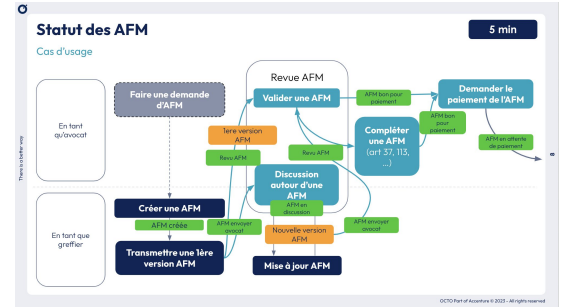
- Dessiner le processus actuel et celui de demain.
- Analyser le contenu des modèles d'AFM avec leurs contraintes.
- Relier les informations déjà présente dans les différents outils pour simplifier le parcours de bout en bout.

Légende

saisi par le greffier

complété par l'avocat

structure définie par le type d'AFM



Activités

Atelier de co-construction :

- du processus actuel et des différents statuts de suivi de l'AFM
- du formulaire de création d'une AFM sur 3 modèles (civile, pénale et administratif)
- Trie de carte des informations présente sur une AFM, informations obligatoires et optionnels
- pour déterminer les systèmes et les flux d'information existant pour répondre au principal leviers d'accompagnement et de facilitation

1 ATTESTATION DE MISSION- AFFAIRES CIVILES
Entête

2 Infos Avocat, Justiciable, affaire

3 Droits des personnes

Missions

Professions

Base d'habilitation

Autres matières civiles

3 Missions

Missions

4 Majorations

Missions

3 Missions

5 Majorations

2 Infos affaire

6 AFM/procédures complémentaires

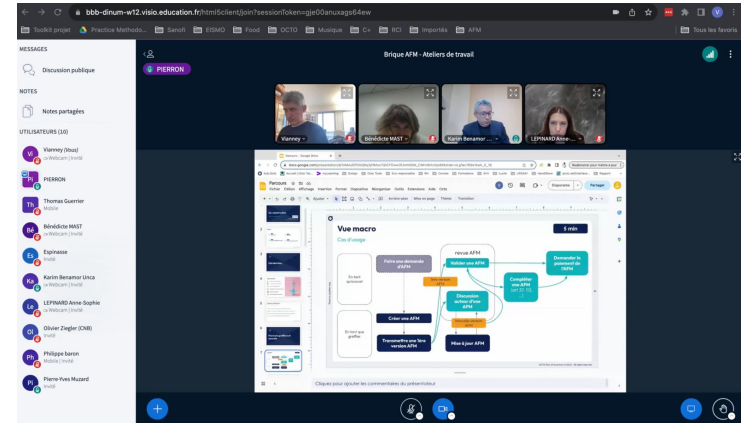
7 Récapitulatif et signature

8 pied de page

Décider

Présenter et sélectionner les meilleures solutions auprès du COPIL

- Valider les cas d'usages principaux
- Faire des choix pour apporter de la valeur au bon endroit en sélectionnant les modèles d'AFM avec une structure commune impliquant des acteurs communs (avocat et greffier)
- Faire des recommandations et dérisquer des hypothèses techniques



Ces AFM représentent **70% à 80%** du volume d'AFM délivrées

Au vu de ces éléments, nous recommandons d'exclure à date ...

- La gestion des AFM impliquant d'autres personnes que **greffier et avocat** (ex: OPJ, président du BAJ...)
 - > Peu mutualisable avec les 3 AFM juridictionnelles
 - > Profils non rencontrés lors du cadrage
- La gestion des AFM pour la **Nouvelle-Calédonie**
 - > Spécificités non-étudiées à date

Les points d'attention pour les prochaines étapes

⚠ À dérisquer au plus tôt

- Risque sur la conformité sécurité sur l'**accès aux données d'entrée SIAJ** (et autres SI externes) de **production pour le PoC**
- Pas d'accès identifié à un **SSO avocat** à date
- **Peu de retours greffiers** collectés lors du cadrage
- Risque de **compliquer l'expérience des greffiers** en ajoutant un autre applicatif

Activités

- Valider les parcours et les concepts clés vus en co-construction.
- Valider les modèles d'AFM retenus pour le POC et suivi de l'avancement
- Valider les principaux enjeux et les points d'attention

Prototyper

Construire le prototype suffisamment réaliste

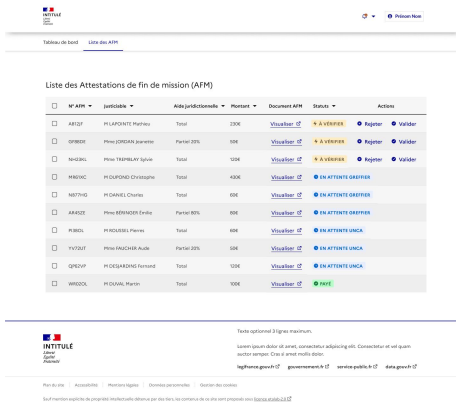
Itération #1 processus de délivrance

Itération #2 processus de traitement

Itération #3 processus de bout en bout

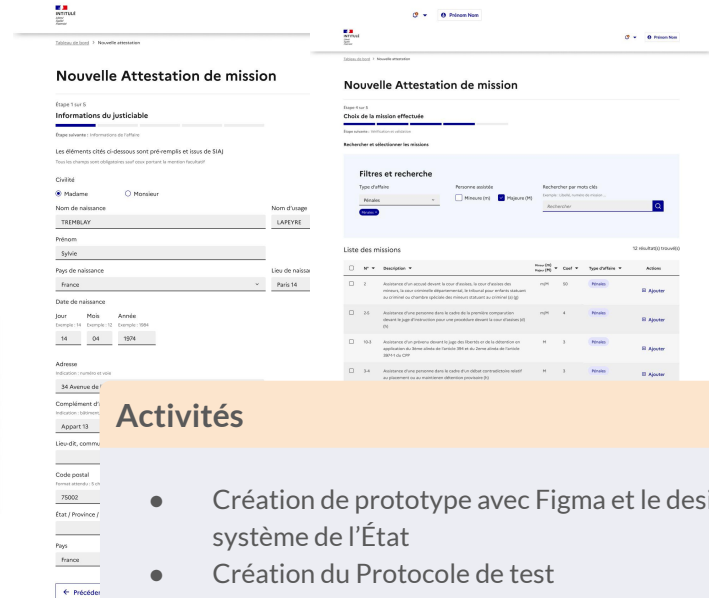
Scénarios avocat

1. Vérifier et valider une attestation de mission, puis la transmettre à la CARPA pour paiement
2. Vous êtes en désaccord avec une attestation de mission qui vous a été transmise par un greffier



Scénario greffier

1. Créer une attestation de mission
2. Transmettre cette même attestation à l'avocat du justiciable
3. Modifier une attestation et la renvoyer à son avocat



Activités

- Création de prototype avec Figma et le design système de l'État
- Création du Protocole de test
- Prise de contact et organisation des sessions

Tester

Recueillir les impressions des utilisateurs

- Fluidifier la communication entre les acteurs
- Simplifier la discussion de désaccord sur une AFM par des messages courts.
- Certification des données transmises à la CARPA et suivie de comptabilité
- Permettre un pré-remplissage d'informations de l'AFM grâce à de la récupération de données dans des systèmes externes
- Faciliter le choix des missions et proposer des missions en lien avec les informations préalablement renseignées

Hypothèses initiales

- Les participants réussissent à accéder au attestation de mission
- Les participants réussissent le processus de délivrance
- Les participants réussissent le processus de traitement
- Les participants seront à l'aise dans leurs parcours

Les participants ont les informations nécessaires pour différencier les attestations sans les ouvrir

Extraits des retours utilisateurs

Utilité et comparaison

“ permet la centralisation et le suivi des attestations. ”

“ plus rapide, gain de temps important! ”

“ moins de papier et possibilité de le faire à distance ”

Valeur

“ qu'il soit efficace et que mon AFM soit valablement reconnue (signature valable et que la CAPRA puisse le traiter). ”

“ La démarche et les ateliers de co-construction avec les utilisateurs sont fortement appréciés ”

Problèmes rencontrés

“ Rien à redire car déjà bien facile. ”

“ Pas de frustrations! ”

Utilisabilité et attente

“ me permette de récupérer et transmettre rapidement les attestations de mission (avocat). ”

“ Pouvoir stocker les décisions d'AJ (avocat) ”

“ soit efficace et puisse faciliter les échanges entre services (greffier). ”

Suggestions d'améliorations

“ Prévoir un interco avec SIAJ, SIGNA et tous les autres applicatifs métiers que j'utilise (avocat et greffier). ”

Détails du test

Itération #1 processus de délivrance

<h4 style="background-color: #e0f0ff; padding: 5px;">Greffier</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. La re-saisie d'informations existantes dans d'autres logiciels est un peu fastidieuse. 	<h4 style="background-color: #e0f0ff; padding: 5px;">Avocat</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Le montant qui est calculé par la Carpa, n'intéresse pas les avocats à ce stade. Il faut
--	--

Détails du test

Itération #2 processus de traitement

<h4 style="background-color: #e0f0ff; padding: 5px;">Greffier</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. La recherche d'informations présentes dans d'autres logiciels peut être plus complexe qu'une simple barre de rechercher au début 	<h4 style="background-color: #e0f0ff; padding: 5px;">Avocat</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dans certains cabinets ce sont des secrétaires qui s'occupent du traitement des
--	---

Détails du test

Itération #3 processus de bout en bout

<h4 style="background-color: #e0f0ff; padding: 5px;">Greffier</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Certification des données VS signature, c'est important d'identifier le greffier qui a effectué l'acte: "Il ne lieu et place 2. Il est important modifier des 3. Lorsqu'une au nom de l d'AJ, cela c l'avocat qui auprès du E 	<h4 style="background-color: #e0f0ff; padding: 5px;">Avocat</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Il y a déjà la possibilité de faire des demandes d'AFM dans la communication électronique
---	---

Activités

- Test à distance avec modérateur d'une durée de 30 à 40 min en individuel auprès de 5 avocats, 2 greffiers et un fonctionnaire de la CARPA, en binôme avec le P.O

Apprentissage clés

Qu'avons-nous appris ?

Un fort apport de valeur :

- Le moteur de génération des attestations simplifie le parcours utilisateur et minimise les retours pour non conformité
- La dématérialisation du parcours des AFM simplifie la vie des utilisateurs
- On peut récupérer des informations externes pour pré-remplir les AFM et réduire les risques d'erreurs lors de la ressaisie et optimiser le temps de création

Fluidifier le processus d'envoi aux Carpa

Écrans clés

Avocat

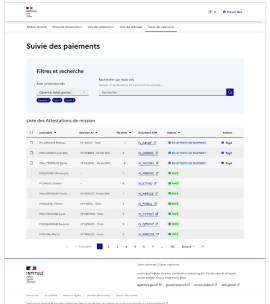
Certification des données transmises à la CARPA et suivi de comptabilité

Enjeux

- Gestion de la donnée de bout en bout
- fluidifier le processus et la circulation des informations

Valeurs

- Envoi d'informations numérisées et certifiées → Envoi de dossiers papier signés
- Suivi des paiements → Tableau récapitulatif en comptabilité



OCTO Part of Accerture © 2023 - All rights reserved

Choix des missions (UV)

Écrans clés

Greffier

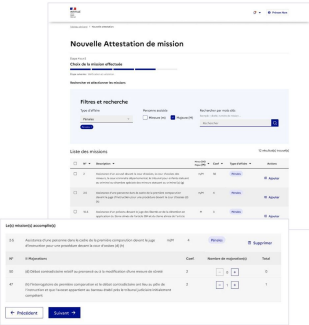
Faciliter le choix des missions et proposer des missions en lien avec les informations préalablement renseignées

Enjeux

- Efficience et fiabilité des informations.

Valeurs

- Prise en compte du fait générateur → choix du bon template
- Réduire la liste des missions → éviter de chercher sur plusieurs pages
- Proposer les majorations rattachées aux missions → Éviter les oublis



OCTO Part of Accerture © 2023 - All rights reserved

Créer une attestation

Écrans clés

Greffier

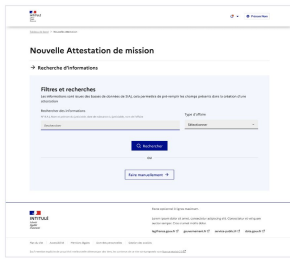
Permettre un pré-remplissage d'informations de l'AFM grâce à de la récupération de données dans des systèmes externes

Enjeux

- Efficience et fiabilité des informations.

Valeurs

- Informations digitalisées déjà existantes → éviter les ressaisies et les erreurs manuelles
- Rapidité d'exécution → éviter de rechercher des informations dans plusieurs applicatifs métiers ou papiers



OCTO Part of Accerture © 2023 - All rights reserved

Fluidifier la communication entre les acteurs

Écrans clés

Avocat

Simplifier la discussion de désaccord sur une AFM par des messages courts.

Enjeux

- Gain de temps

Valeurs

- Fluidifier les échanges
- Avoir un suivi lors du processus de traitement → actuallement des échanges verbaux (téléphone, sur place ou par email)



OCTO Part of Accerture © 2023 - All rights reserved

Design thinking

Back office

refonte de la brique contrat

Améliorer l'expérience des équipes opérationnelles du groupe Oui Care lors d'une refonte technique. Plateforme de gestion des clients et des salariés **multi-marques** sur différents types de **prestation de service à la personne**.

User centric

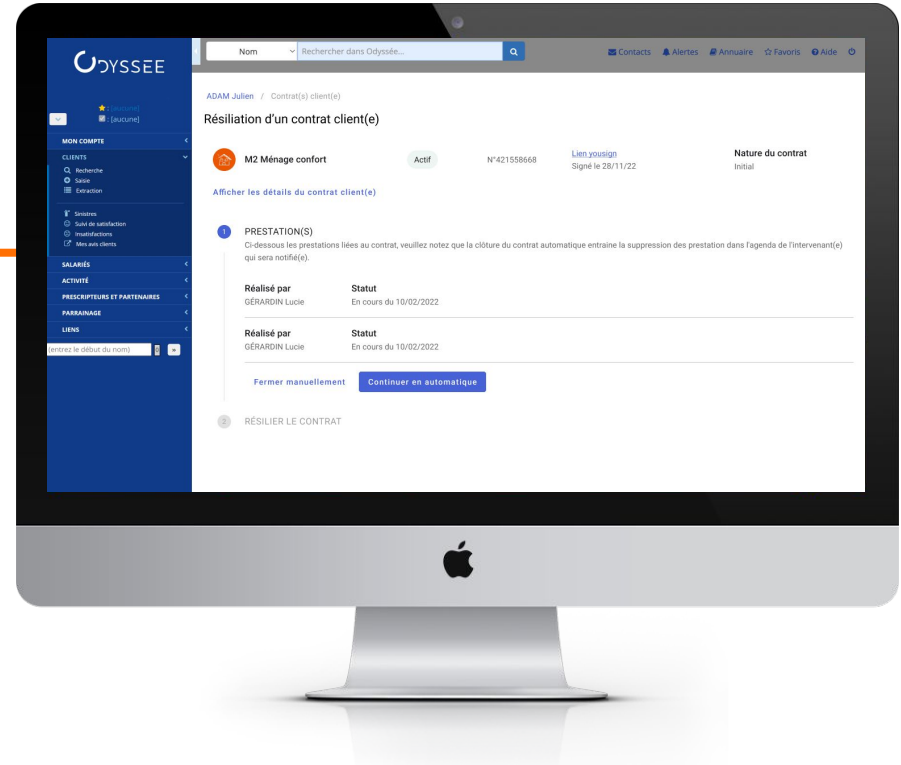
Communauté utilisateurs

Co-construction



Équipe

4 dev back-office, 2 PO, 1 QA et moi-même en tant que Product Designer.



Contexte

Enjeux



Refonte de la brique “contrat” en s’intégrant dans un environnement technique complexe.



Faire évoluer l’outil tout en répondant aux besoins des différentes marques et en prenant en compte les spécificités des prestations de services.



Prioriser les évolutions techniques en prouvant la valeur apportée aux utilisateurs VS la complexité technique.

Faits marquants

16

marques au sein du groupe

20k

d’utilisateurs internes

700

agences (France, Portugal, Espagne etc.)

14

Grande typologie de service à la personne

Approche UX dans un développement agile

IMMERSION

Comprendre les enjeux et les problématiques

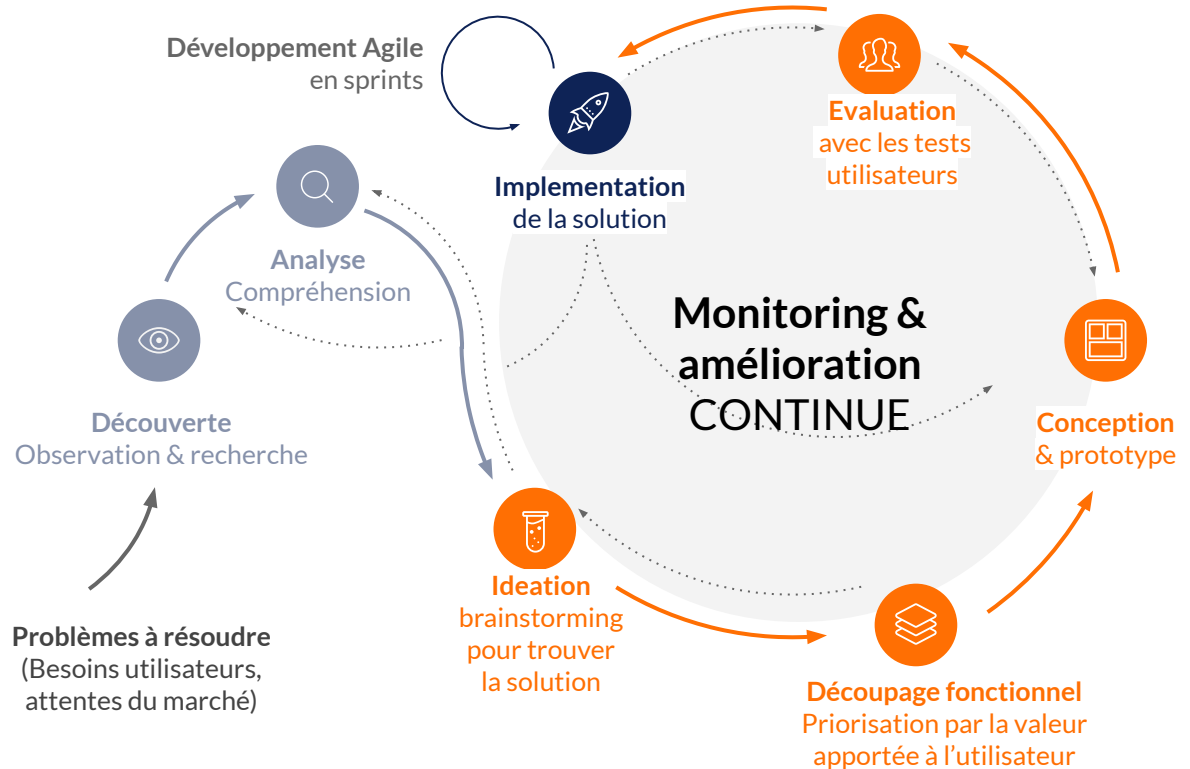
IDEATION

Concevoir la meilleure solution pour résoudre ces problèmes

IMPLEMENTATION

Développer et monitorer la solution

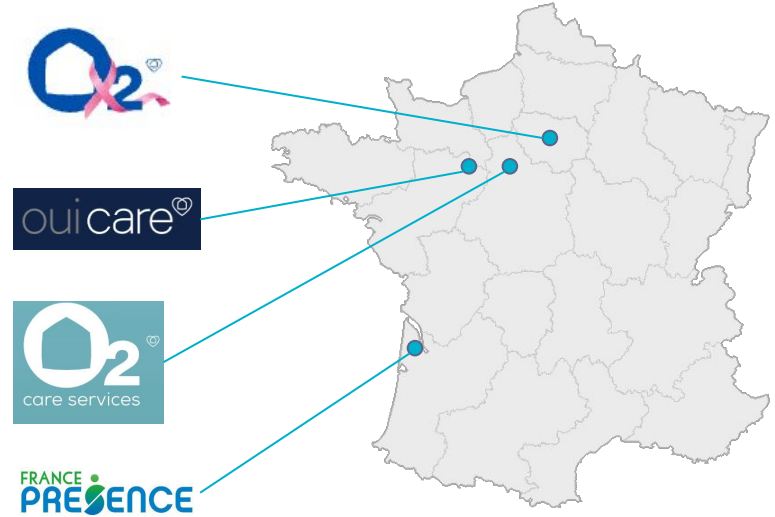
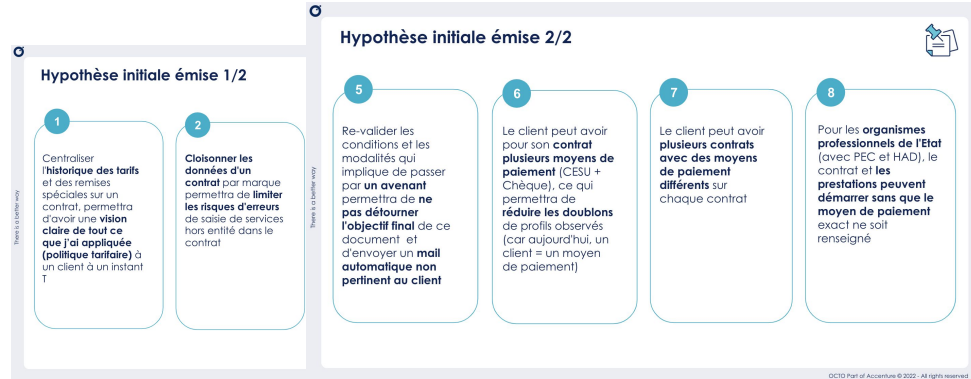
Favoriser la recherche continue et l'implication des utilisateurs tout au long du processus de conception pour s'assurer de prioriser l'orientation produit par la valeur et par l'impact.



OBSERVER

Objectif de l'étude

- vérifier les hypothèses initiales émises,
- comprendre l'usage de la brique contrat,
- les points de frictions lors du parcours,
- les moyens de contournement utilisés,
- le ressenti des utilisateurs,
- les besoins / usages non adressés dû aux limites de l'outil



Activités

- Étude qualitative avec 7 utilisateurs de 4 marques différentes.
- Immersion terrain pour observer, questionner sur l'utilisation de la brique contrat.

ANALYSER

Apporter des preuves et des réponses aux opportunités initiales données.

Cartographier l'expérience utilisateur avec les 3 cas d'usages principaux :

- Activer un contrat
- Créer un contrat
- Modifier un contrat ou créer un avenant

1 Réponse à l'hypothèse

Faux

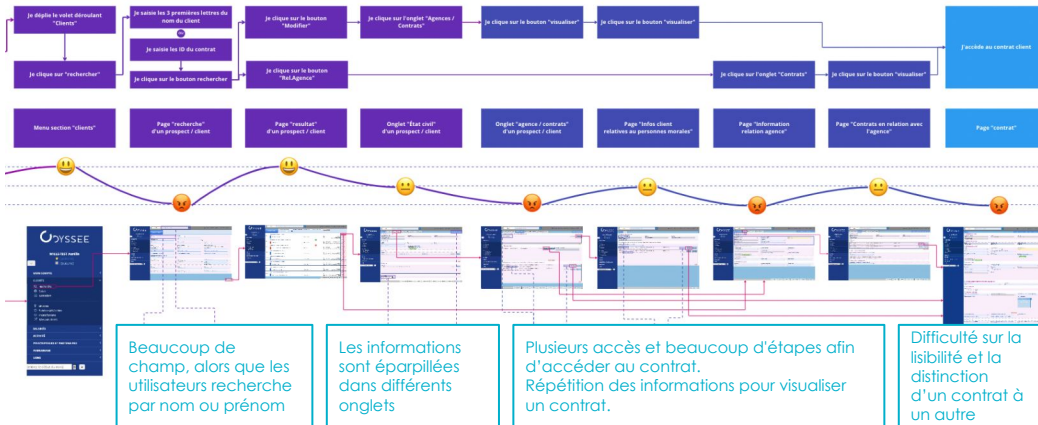
Centraliser l'historique des tarifs et des remises spéciales sur un contrat, permettra d'avoir une vision claire de tout ce que j'ai appliquée (politique tarifaire) à un client à un instant ?

Les politiques tarifaires appliquées n'ont pas de répercussion sur le contrat.

Le détail et l'historique des remises à un client ne sont pas centralisés afin d'avoir une vision claire.

Pour avoir la vision de l'évolution tarifaire d'un client, il faut consulter la dernière facture du client.

Des mémos et/ou tableur Excel permettent d'avoir un "suivi", en fin de mois lorsque la facture doit être éditée et/ou sur la date du client.



Activités

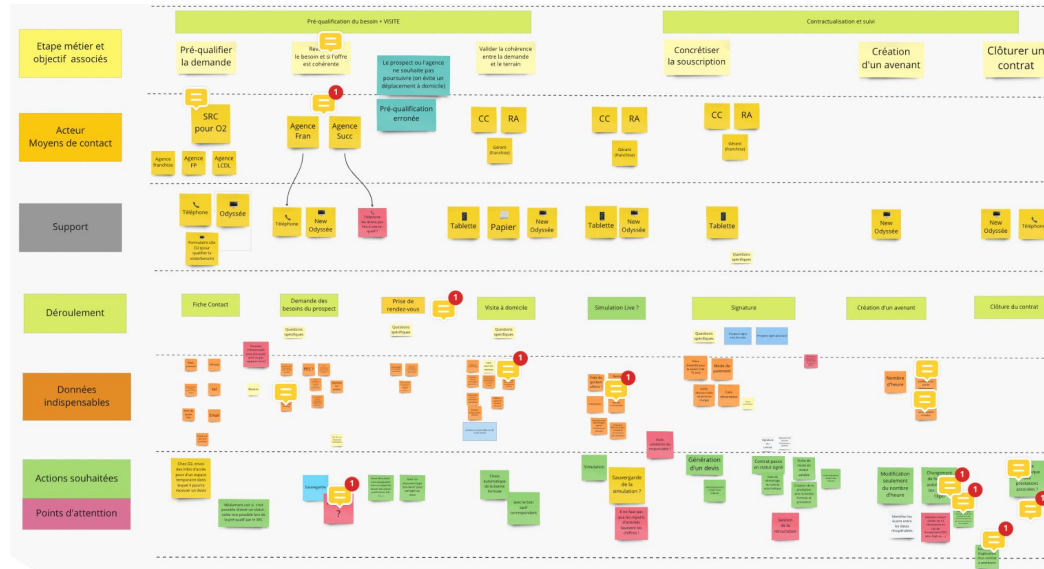
- Restituer l'enquête terrain et les enseignements
- Création de 3 personas principaux
- Détecter les points de frictions et les moyens de contournements avec une customer journey

Idéation

Aligner les attentes des utilisateurs mais aussi les limites techniques.

Comment pourrions simplifier... :

- la création d'un contrat
- l'activation d'un contrat
- la résiliation d'un contrat



Atelier tri de cartes
Page contrat

Client Contrat Tarification Offres

Client: Agence de signature, Agence de signature, Agence de signature, Agence de signature
 Contrat: Statut du contrat, Date de fin du contrat
 Tarification: Règles de tarification, Règles de tarification
 Offres: Type de produit, Type de produit

Atelier 1 utilisateur / How might we
Résultat atelier imitant majeurs à traiter

Comment pourrions nous simplifier la création d'un premier contrat ?
 - Ajouter une fonction "Ajouter un contrat" dans le menu principal.
 - Afficher un message d'erreur plus explicite en cas de problème.

Comment pourrions nous simplifier la résiliation d'un contrat ?
 - Réviser la date de fin du contrat.
 - Ajouter une fonction "Résilier un contrat" dans le menu principal.

Comment pourrions nous donner plus de visibilité sur les formules applicables ?
 - Afficher le nom des grilles et des formules de tarifs.
 - Ajouter une fonction "Afficher les formules applicables" dans le menu principal.

Comment pourrions nous donner plus de visibilité sur les formules applicables ?
 - Afficher le nom des grilles et des formules de tarifs.
 - Ajouter une fonction "Afficher les formules applicables" dans le menu principal.

Comment pourrions nous donner plus de visibilité sur les formules applicables ?
 - Afficher le nom des grilles et des formules de tarifs.
 - Ajouter une fonction "Afficher les formules applicables" dans le menu principal.

Comment pourrions nous donner plus de visibilité sur les formules applicables ?
 - Afficher le nom des grilles et des formules de tarifs.
 - Ajouter une fonction "Afficher les formules applicables" dans le menu principal.

Liens du board MIRO : <https://miro.com/app/board/u9jVpQFQ1DQJL/?moveToWidget=3458744535650078121&col=14>

©2022 Part of Acticore. All rights reserved.

Activités

Atelier avec la communauté d'utilisateurs ainsi que l'équipe projet :

- "How might we..."
- Cartographie du parcours (processus) cible
- Trie de carte des informations nécessaires
- Priorisation de fonctionnalités

Découpage fonctionnel

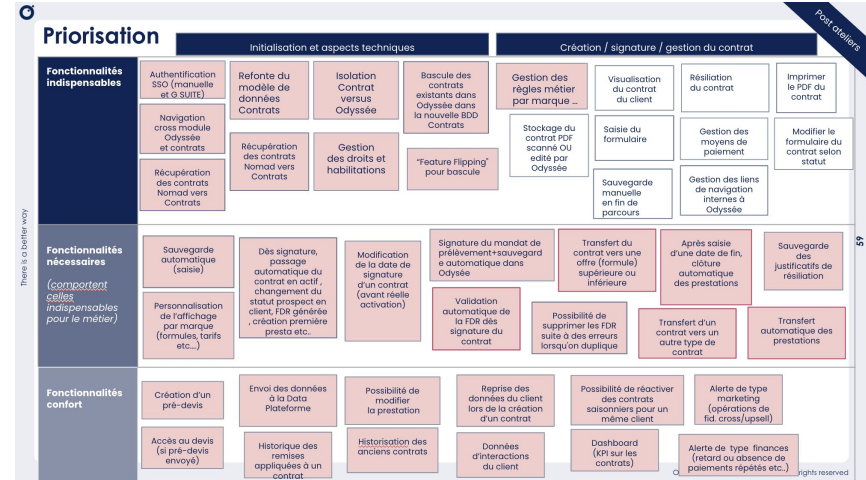
Epics	Enjeux / Objectifs	Statut / Reste à faire
Activation du contrat	Concerne les fonctionnalités intervenant dans le parcours d'activation du contrat pour le use case de contrats issus de Nomad à activer (reprise des infos du message visite, ajout du moyens de paiement, paramétrage des remises/frais, activation et mise à jour en bdd + front IHM)	- Finaliser les moyens de paiement - Intégrer au niveau back la partie Offre & planification - Adresser les remises - Sauvegarde & mise à jour statut Contrats côté back et IHM



Epics	Enjeux / Objectifs	Statut / Reste à faire
Création sans Nomad	Concerne le développement du parcours manuel de création et activation des contrats	Non démarré - Maquettes à faire - Spécifications fonctionnelles



Epics	Enjeux / Objectifs	Statut / Reste à faire
Résiliation du contrat	Concerne les fonctionnalités du parcours de résiliation d'un contrat et gestion des statuts. NB Attente forte des métiers pour la clôture automatique des prestations et mise à jour des statuts contrats/clients Scénario 1 phase pilote : être isopérimètre (affichage prestations + clôture et maj manuelles) Scénario 2 déploiement : mise à jour automatique des statut contrat et statut client Améliorations ultérieures : clôture automatique	Prototypes déjà réalisés Test utilisateurs démarrant à partir du lundi 13.02.23 A étudier > Améliorer la notion de statut > Reprise de données en cas de résil



Activités

Co-écriture des scénarios et EPICs
Animation des ateliers avec l'équipe projet et technique

- Epic rattaché à leur enjeux et objectifs
- T-shirt sizing pour la roadmap

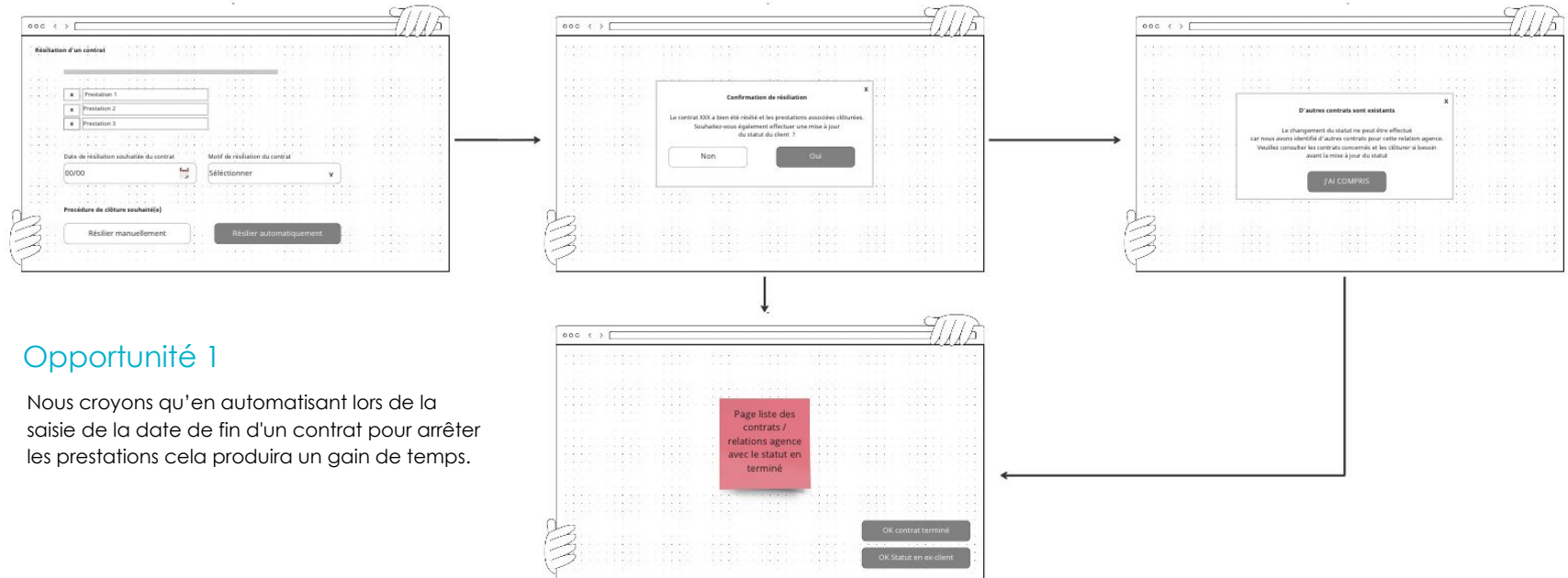
PROTOTYPER

Approche

Alignement de la vision de l'équipe projet sur les parcours et les fonctionnalités.

Atelier

Parcours pour répondre à une opportunité donnée en points métier.



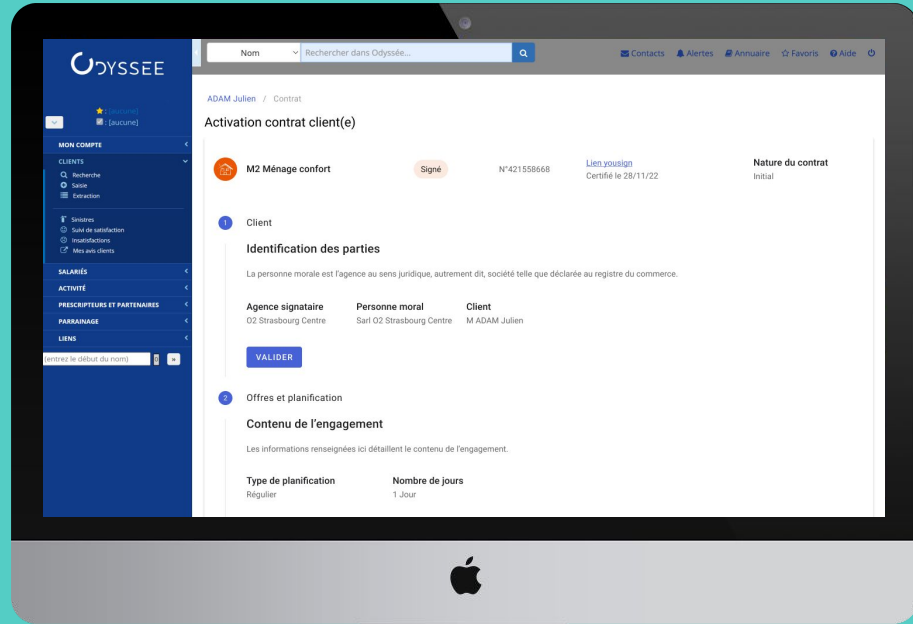
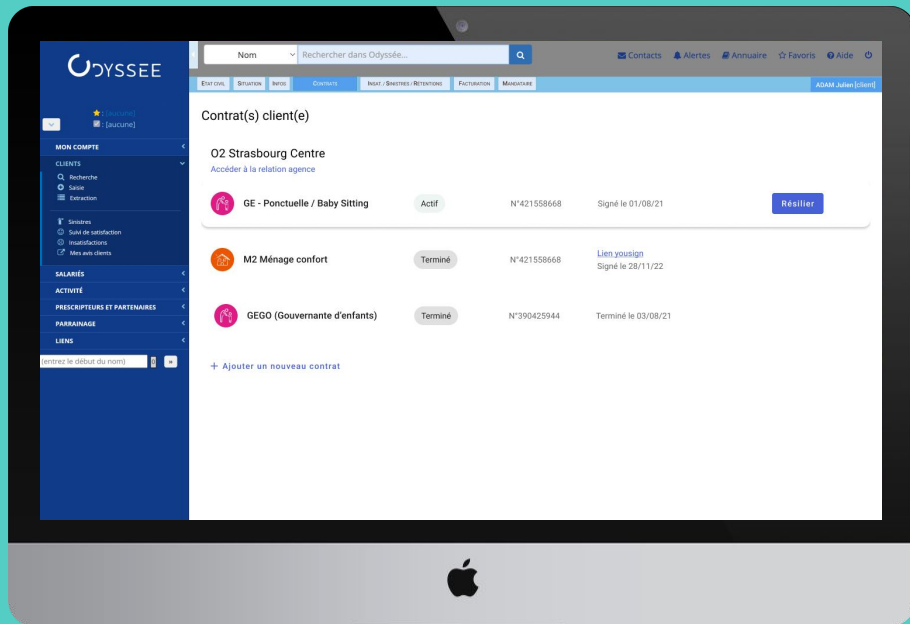
Opportunité 1

Nous croyons qu'en automatisant lors de la saisie de la date de fin d'un contrat pour arrêter les prestations cela produira un gain de temps.

TESTER

Organiser et animer des tests rapide en continue sur des petites fonctionnalités

Back office



IMPLÉMENTER

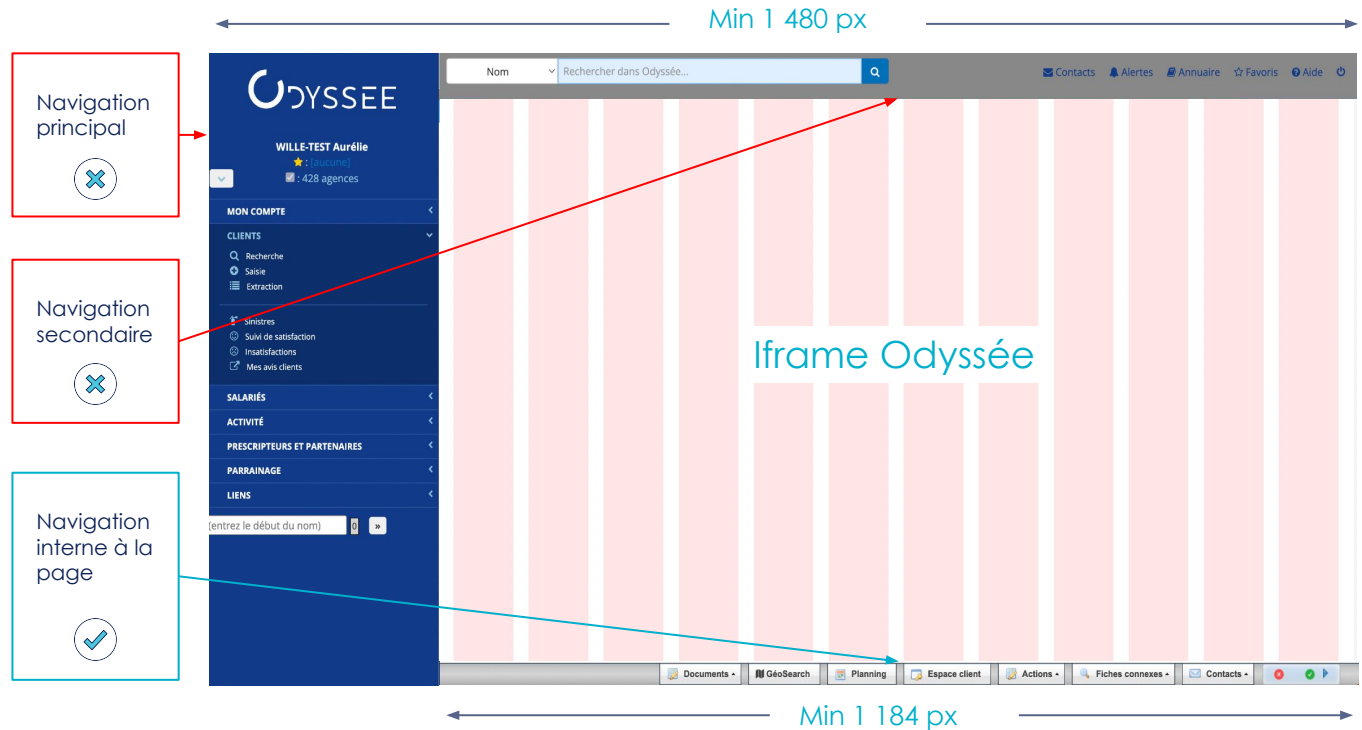
Approche

Définir la stratégie design à appliquer pour s'intégrer à l'existant.

- Espace de l'iframe
- Breakpoint responsive
- Conceptualiser en mobile first
- Utiliser la bibliothèque material angular

Suivie et développement

Point de suivi et de recette avec l'équipe projet.



Agilité et collaboration

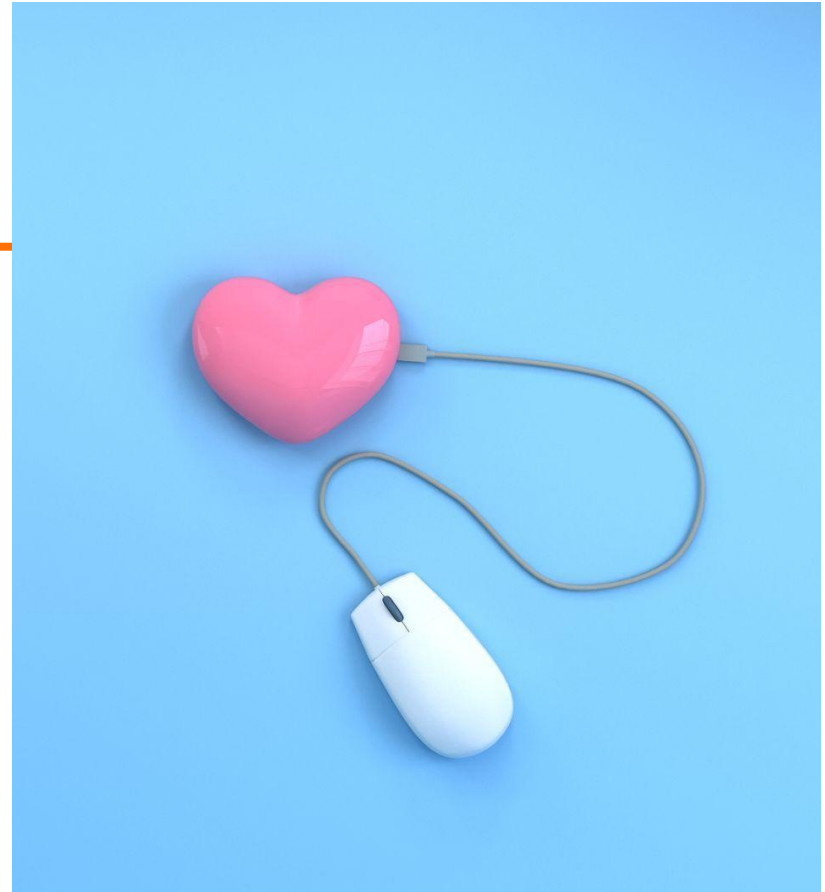
Leadership

Management et coaching

Mon expertise en management et coaching repose sur ma capacité à **accompagner des équipes pluridisciplinaires**, à structurer des initiatives complexes et à **cultiver une culture de collaboration** et de développement.

Voici trois exemples marquants :

- Coaching et facilitation pour L'URSSAF
- Référente Product Discovery pour Octo Academy
- Leader de tribu Product Discovery pour Octo Technology



Coaching et facilitation

Contexte

Les équipes travaillent sur un projet clé nommé "Inspire" depuis 6 mois. Elles rencontrent des difficultés pour avancer et ont demandées à être accompagnées pendant une demi-journée. Les profils sont pluridisciplinaires et impactent toutes les solutions de l'URSSAF.

Objectifs

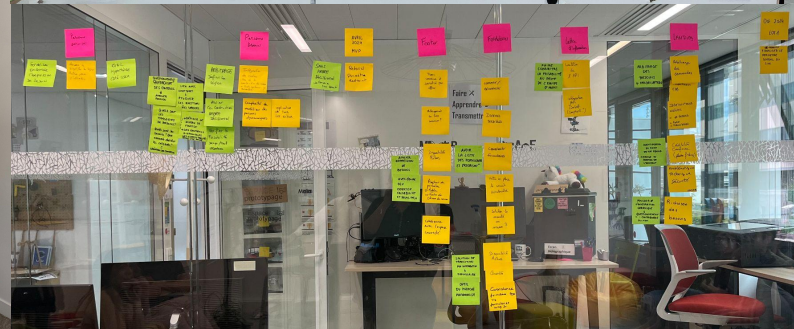
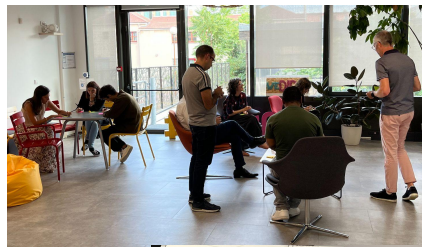
Détecter les moments clés, faciliter les échanges et organiser la suite du projet

Approche

Rétrospective et remember the futur



3 Équipes / 15 personnes
En binôme pour l'animation et préparation de la journée.



Référente Product Discovery au sein de Product & Design

Contexte

Démystifier la Product Discovery auprès de profils pluridisciplinaire (coach, PM, PO, Designer).

Objectifs

Développer les compétences et renforcer l'expertise collective en interne et à l'externe.

Approche

Créer des supports de type storyboard, formation avec apports théoriques, mises en pratique, échanges sur les contextes des participants et retours d'expérience.

Explorer

Le passage par toutes les phases de la découverte d'un produit. De l'identification et la compréhension du problème à la définition de la cible, en passant par la définition des cas d'usage, la validation d'opportunités et leur mise à l'échelle.

Opportunité

Lequel et à quel est le centre concurrentiel de questions auxquelles nous aurons besoin des données. Il s'agit par conséquent de passer par toutes les phases de découverte, tout en ayant conscience d'explorer des opportunités, d'identifier des problèmes et de tester une solution.

Étude de marché

Le Task Force commence des études de marché, suite au Lancer Canvas qui ont été effectués.

Immersion terrain

Plusieurs équipes de personnes se rendent sur le terrain pour observer et comprendre les besoins des utilisateurs. Elles réalisent des interviews et des observations afin de recueillir des données précieuses sur le comportement des utilisateurs et les problèmes qu'ils rencontrent.

Calypso Product Manager

Calypso Product Manager aide par Miro Product Manager créer des wireframes pour faciliter l'itération.

Calypso Product Designer

Calypso Product Designer aide par Miro Product Designer à créer des wireframes pour faciliter l'itération.

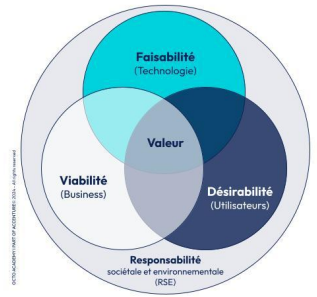
Calypso Product Designer

Calypso Product Designer aide par Miro Product Designer à créer des wireframes pour faciliter l'itération.

Calypso Product Designer

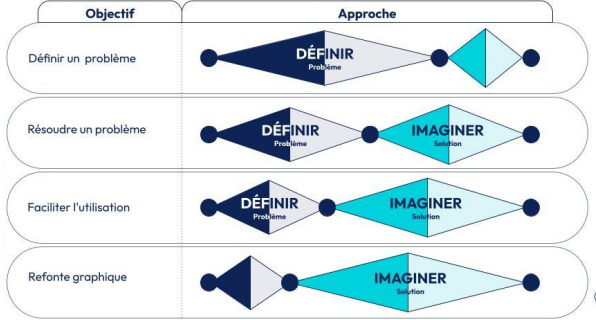
Calypso Product Designer aide par Miro Product Designer à créer des wireframes pour faciliter l'itération.

La discovery aide à maximiser la valeur du produit



- Faisabilité (Technologie)**
Est-ce utile et réalisable par rapport au contexte ?
- Viabilité (Business)**
Le produit offre-t-il un bon ROI ?
Le produit a-t-il un potentiel d'expansion ?
- Désirabilité (Utilisateurs)**
Est-ce en adéquation avec les désirs et attentes des utilisateurs / consommateurs / clients ?
Est-il facile à utiliser ? compréhensible ?
- Responsabilité sociale et environnementale (RSE)**
A-t-il un impact sociale et environnementale

Adapter votre approche en fonction de l'objectif à atteindre



Leader de tribu Product Discovery

Contexte

Une tribu est une communauté avec des membres qui souhaite grandir et porter des sujets de R&D pour Octo Technology (interne et externe).

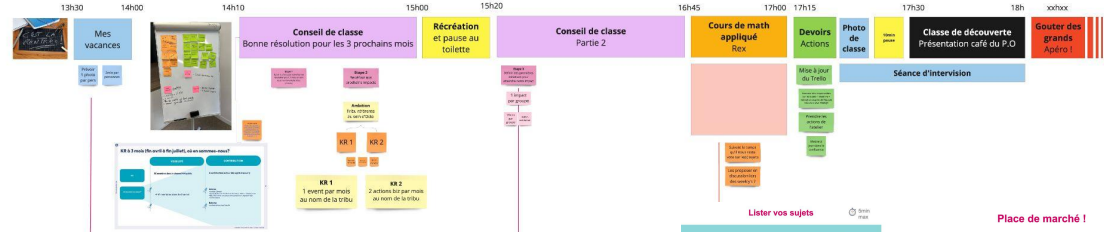
Objectifs

Développer notre raison d'être ainsi que les ambition et rayonner au sein de l'atelier Product & Design

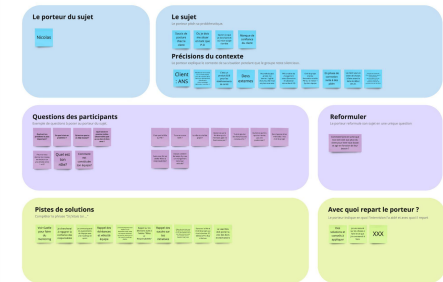
Approche

Communiquer sur les bonnes pratiques et R&D, organiser et animer la communauté, porter les sujets au comité de l'atelier P&D

Au 34, Créative room au 4ème étage



INTERVISION



2 leader
10 membres PO, PM et Designer

Merci pour votre attention !

Au plaisir de vous accompagner dans vos prochains projets.

calypsopierron@gmail.com

Plus de détail sur mon site



calypsopierron.fr