

La gestion et l'analyse de la valeur offerte aux clients

*Sommaire et extraits de la présentation
Références*

Marie-Claude Prévost
mc.prevost@sympatico.ca

9 octobre 2001

Doit-on améliorer l'utilisabilité à tout prix ? Quand peut-on considérer avec certitude que notre produit sera adapté aux besoins réels des clients ? Comment convaincre de faire des modifications importantes d'utilisabilité à notre produit alors que les autres critères dans la balance des décisions sont aussi tangibles que les échéanciers, les coûts de développement, le taux de passage aux tests, etc. ?

Ces questions sont d'autant plus difficiles à débattre en début de projets, alors que les frontières et les concepts sont encore flous et alors que nous n'avons peu ou pas de données quantitatives concernant l'utilisabilité du nouveau produit. Mais c'est en début de projet que typiquement se prennent la plupart des décisions d'architecture. Ces décisions ont souvent un effet décisif sur la facilité ou la difficulté d'usage et sur la valeur éventuelle du produit, telle que perçue par les clients.

Cette présentation propose une approche qui s'inspire de plusieurs pratiques reconnues dans le domaine du développement centré sur l'utilisateur et de l'utilisabilité : les " storyboards ", les analyses hiérarchiques de tâches, les entrevues individuelles, les groupes de discussions, les " use cases / task cases ", les tests d'utilisabilité, etc.

L'approche de la gestion de la valeur offerte aux clients se définit par 2 composantes principales. 1- La détermination de la valeur requise par les clients et 2- l'analyse de la valeur offerte aux clients. La présentation donne un aperçu global de ces 2 composantes et explore un exemple d'application qui permettra d'illustrer les principaux bénéfices de cette approche.

Ne pas confondre la gestion et l'analyse de la valeur offerte aux clients avec :

Tous les exemples fournis sont fictifs.

“ Earned Value Management ”, un outil global de gestion de projets

“ l'analyse de la valeur ”, une méthodologie qui a vu le jour dans les années 50 chez General Electric ; une méthodologie similaire mais plus globale qui tient compte, entre autres, de l'utilisation des ressources

Extraits

La gestion de la valeur aux clients et les autres principaux paramètres de gestion

Paramètres de gestion de projets de développement de produits

Coût du projet

Prix du produit

Qualité du produit

Échéanciers

Valeur aux clients

L 'approche de la gestion de la valeur aux clients et le cycle de développement

L 'approche

Détermination
de la valeur
requisse par les
clients

Analyse de la valeur offerte aux clients

Cycle de
développement

Phases * de
développement

Développement
du concept

Design du
produit

Implémentation
du produit

Déploiement
du produit

*D'après Rohn, J. A. 1993. Traduction: Prévost, M.-C.

La détermination de la valeur requise par les clients

L'approche

Détermination
de la valeur
requise par les
clients

Analyse de la valeur offerte aux clients

Consiste à définir des critères de succès qui:

- Représentent la valeur qui doit être offerte par le produit, telle que perçue par le client
- Sont observables et mesurables
- Sont suffisamment fiables et valides pour faire consensus auprès des clients et de l'équipe de développement
- Sont en nombre minimal

L 'analyse de la valeur offerte aux clients

L 'approche

Détermination
de la valeur
requisse par les
clients

Analyse de la valeur offerte aux clients

Consiste globalement à:

- Modéliser les processus bout en bout actuels
- Modéliser les processus bout en bout futurs
- Développer des données quantitatives pour supporter la prise de décision
- Développer du matériel suffisamment fiable et valide pour faire consensus

Les principaux outils et techniques

L'approche

Détermination de la valeur requise par les clients

Analyse de la valeur offerte aux clients

Phases de développement

Développement du concept

Design du produit

Implémentation du produit

Déploiement du produit

Outils de modélisation

Storyboards

Prototypes d'interfaces

Use cases / task cases

Diagrammes de travail

Techniques

Observations en contexte
Recherche dans les db
Sessions de groupe

Entrevues individuelles
Sondages
« Usability walkthrough »

Un produit de gestion du déploiement
d'ordinateurs dans un réseau

Exemple: Un produit de gestion du déploiement d'ordinateurs dans un réseau

Critères de succès:

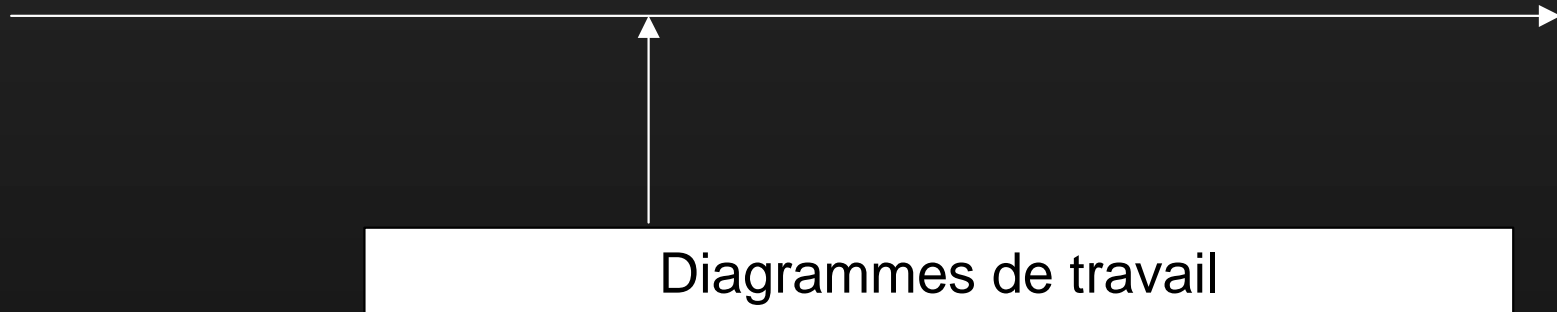
Réduire de 30-50% l'effort du technicien qui coordonne le déploiement

...

Détermination de la valeur requise par les clients

Analyse de la valeur offerte aux clients

Diagrammes de travail



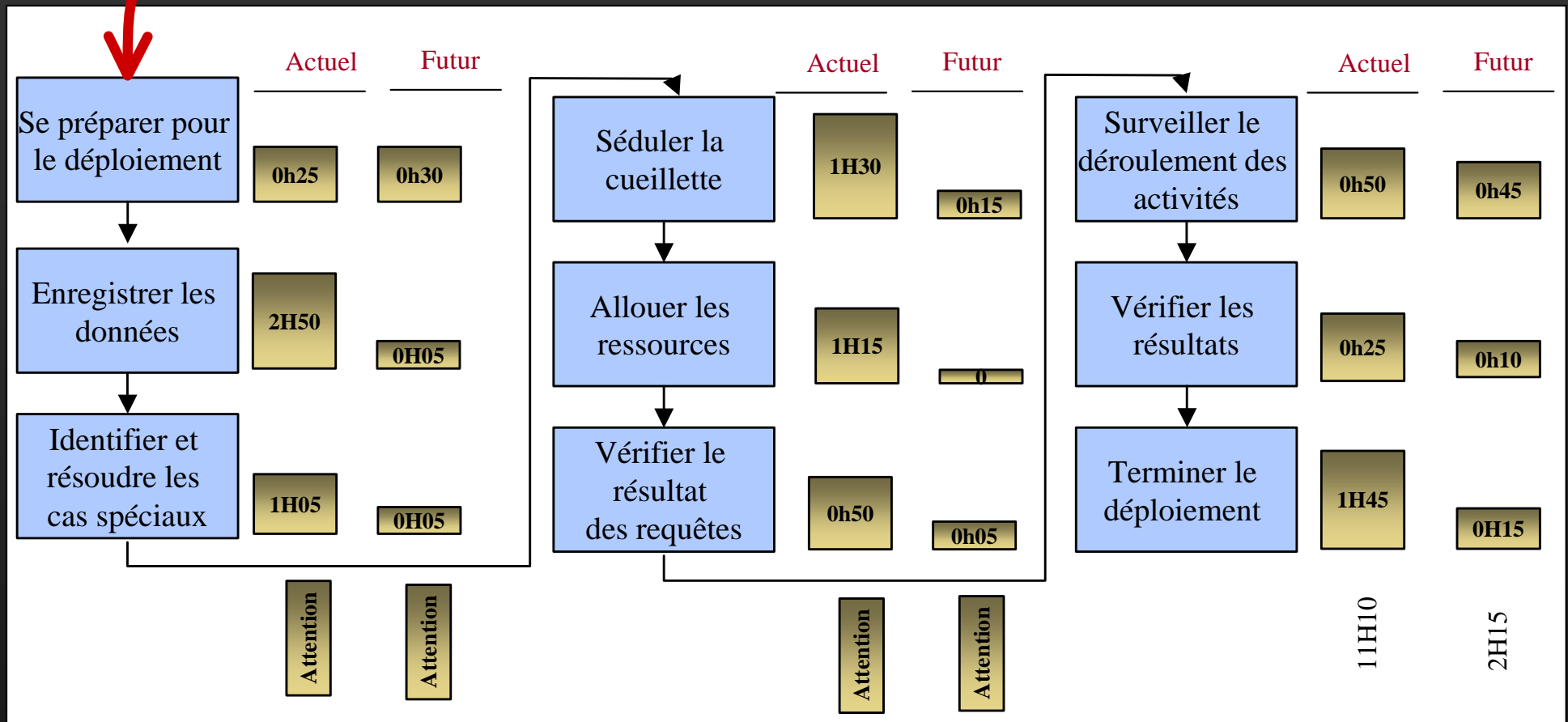
L 'analyse de la valeur offerte aux clients par diagrammes de travail

Sommaire

- Outil de modélisation de l 'expérience du client avec le produit
- Fonctionne par scénarios
- S'inspire des analyses hiérarchiques de tâches
- S'utilise idéalement en début de cycle de développement, alors que le design haut-niveau est en définition

Scenario 4 - Diagramme de travail (Effort du technicien)

Processus commun



Avantages clés

Vue d'ensemble des processus bout en bout, des zones de valeur et des résultats quantitatifs
 Base commune pour l'étalonnage concurrentiel de la valeur offerte par les différents produits

Scénario 4 - Diagramme de travail détaillé (vue partielle)

Actuel

Séduler la
cueillette



...

Allouer les
ressources



...

Ouvre l'outil d'inventaire
Trouve et sélectionne la
source

Attend pour l'extraction
...

Ouvre l'outil des
ressources

Sélectionne le
technicien

...

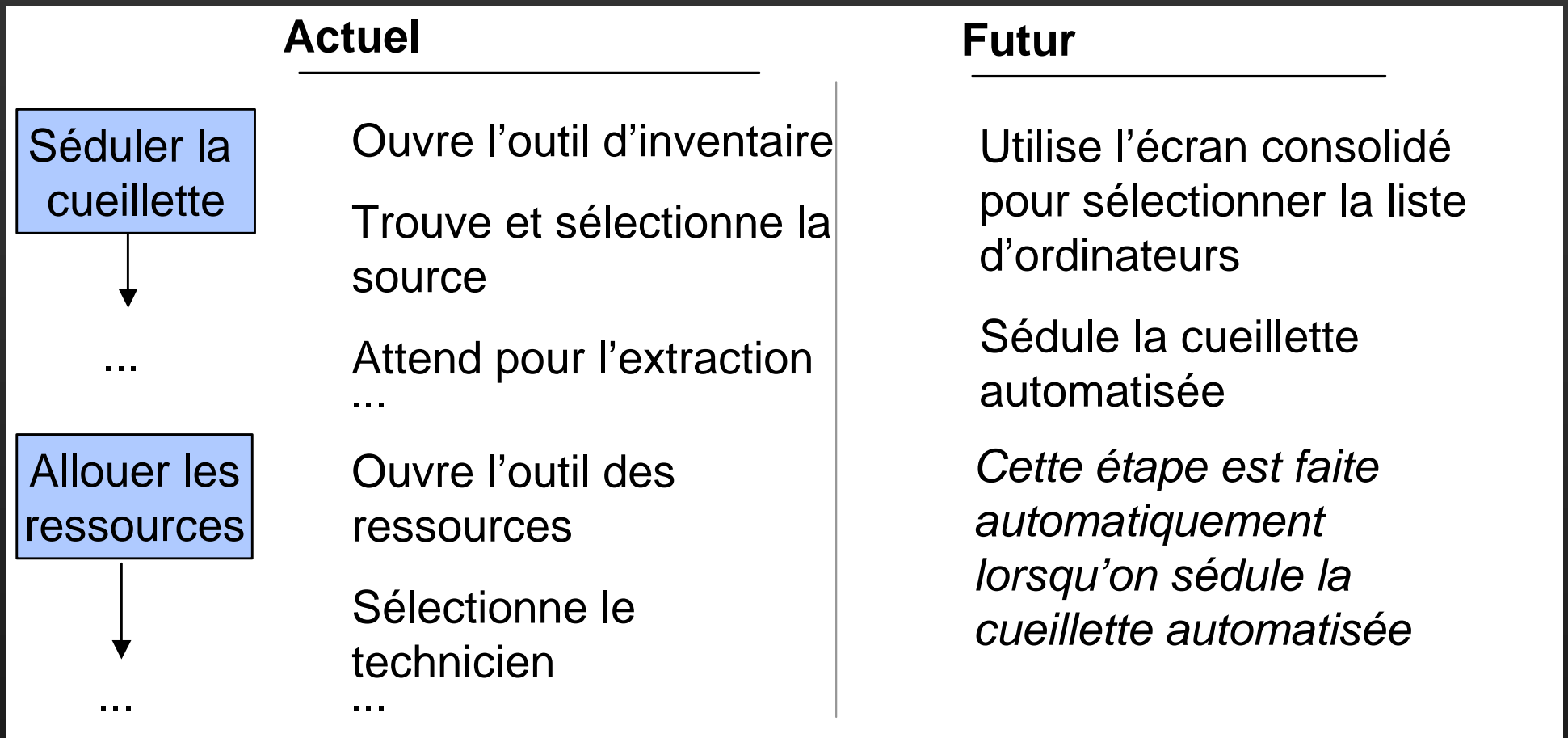
Futur

Utilise l'écran consolidé
pour sélectionner la liste
d'ordinateurs

Sédule la cueillette
automatisée

*Cette étape est faite
automatiquement
lorsqu'on sédule la
cueillette automatisée*

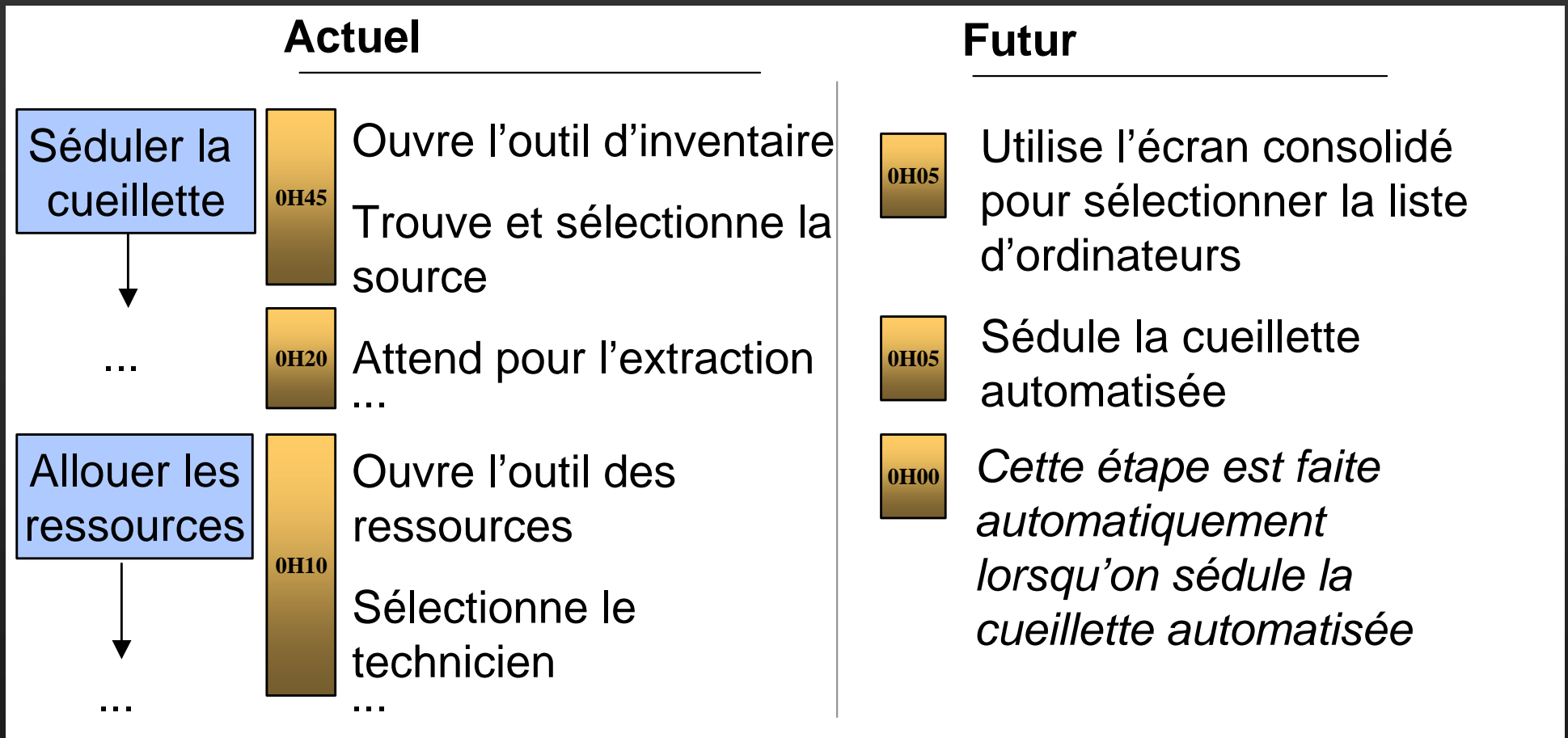
Scénario 4 - Diagramme de travail détaillé (vue partielle)



Avantages clés

Compréhension détaillée des opérations du client
Identification et résolution des parties manquantes du nouveau concept
alors que ce dernier est encore modifiable
Les développeurs peuvent identifier leur part de responsabilité dans le
processus bout en bout

Scénario 4 - Diagramme de travail détaillé (vue partielle)



Avantages clés

Permet d'identifier des opportunités d'optimisation
Permet de stimuler et d'accélérer le développement en assignant des objectifs quantitatifs pour le nouveau design

Scenario 4 - Résultats

L'usage du nouveau produit démontre que l'effort du technicien est réduit de 46 %

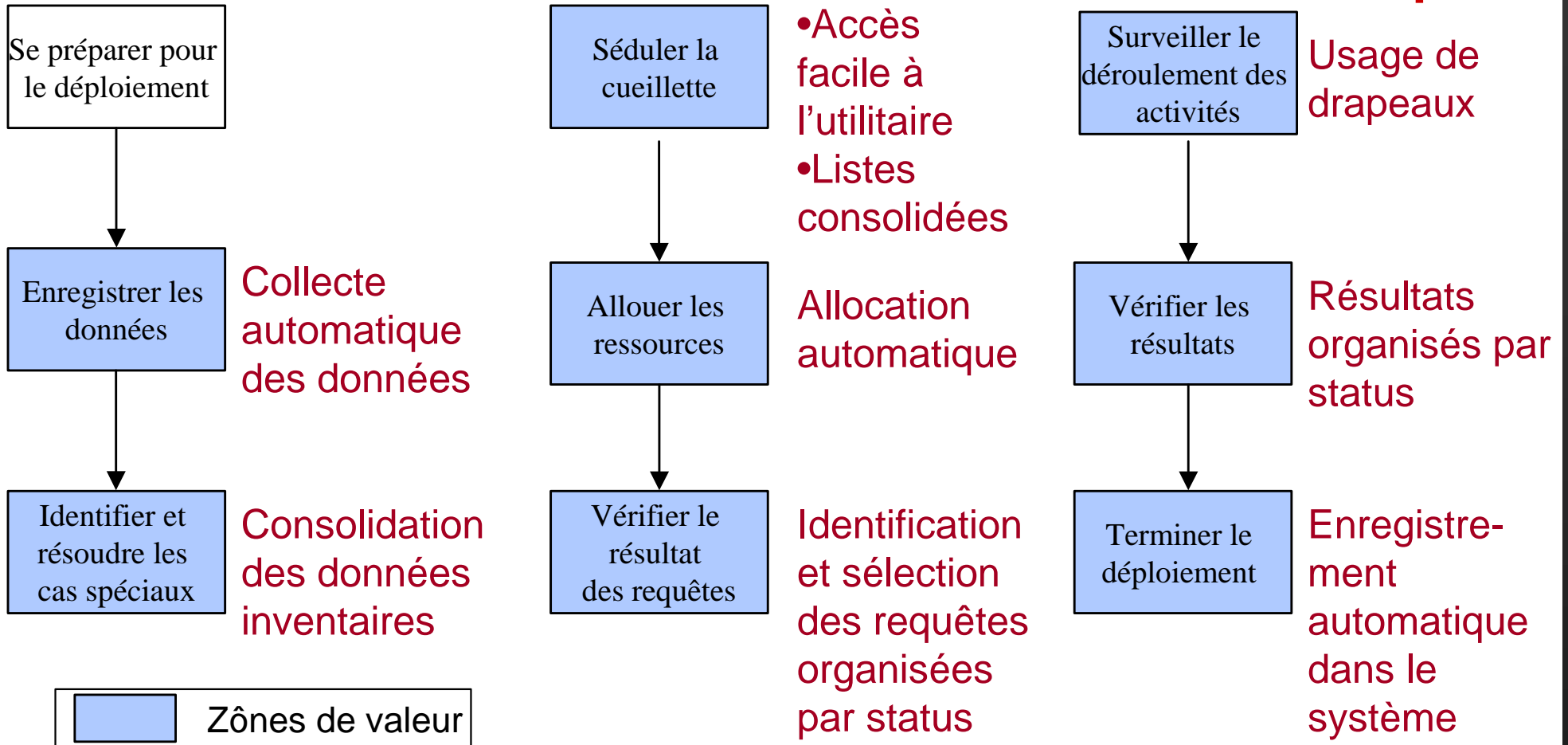
Avantages clés

L'équipe et le client savent lorsqu'ils peuvent arrêter d'ajouter des éléments à la liste de requis et caractéristiques du produit

La liste de requis et caractéristiques du produit est maintenue au minimum, ce qui engendre des temps et coûts de développement réduits

Les décisions sont basées sur des données quantitatives - la valeur offerte aux clients fait le poids avec les autres paramètres de gestion

Valeurs anticipées



Avantages clés

L'équipe sait quelles caractéristiques du produit ont un effet sur la valeur

Le client sait quelles parties du processus ne seront pas optimisées avec le nouveau produit

Pourquoi cette approche fait avancer la cause de l'utilisabilité

- Les opinions sont basées sur des données quantitatives solides
 - Les opinions quant à la valeur et l'utilisabilité font le poids avec les autres paramètres de gestion importants
- L'équipe et le client savent quand arrêter d'ajouter des éléments à la liste de caractéristiques du produit
 - La quête de l'utilisabilité n'est pas une lutte sans fin
- Les chances de rencontrer les besoins réels des clients sont accrues, car basées sur :
 - La compréhension détaillée des opérations du client
 - L'identification et la résolution des parties manquantes du nouveau concept alors que ce dernier est encore modifiable

Autres avantages

- Temps et coûts de développement réduits
- Intégrité conceptuelle, solution d 'ensemble, signature
- Outil de négociation avec les clients

Références

- Bias, Randolph G. ; Mayhew, Deborah J. Cost-Justifying Usability. Academic Press. 1994. USA.
- Boulianne Émilio ; Guindon, Michel ; Morin, Estelle M. Morin. Les indicateurs de performance. Guérin. 1996. Montréal, Canada.
- Brooks, Frederick P Jr. The mythical man-month. Addison-Wesley. 1998. USA
- Hackos, JoAnn T. ; Redish, Janice C. User and Task Analysis for Interface Design. John Wiley & Sons. 1998. New York, USA.