

**métier**  
 créer de la valeur  
 pour l'entreprise,  
 le client,  
 et l'écosystème

“ ON VIT TOUS  
 DE LA VENTE  
 DE QUELQUE  
 CHOSE  
 A QUELQU'UN ”

**#NOUVELLES**  
**compétences**

1/ ECO  
 2/ 4 RI  
 3/ AAA  
 4/ BAT  
 5/ REDPILL



Économie de la  
 connaissance

information  
 connaissance  
 intelligence  
 action  
 humain augmenté

L'intelligence, c'est la  
 faculté d'adaptation  
 André Gide

Quand  
 on partage un bien tangible,  
 il se divise.  
 Quand on partage un bien immatériel,  
 il se multiplie.

Serge Stoufflet

+ = +

TOUJOURS PLUS

TOUJOURS PLUS

**ADAPTABILITÉ**

apprendre  
 à apprendre

**FAST & CURIOUS**

Sortez de votre zone de confiance

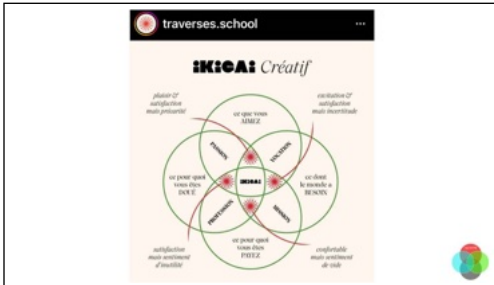
**attn:**  
 TOUT EST DANS L'ATTENTION

PROFIL EN T

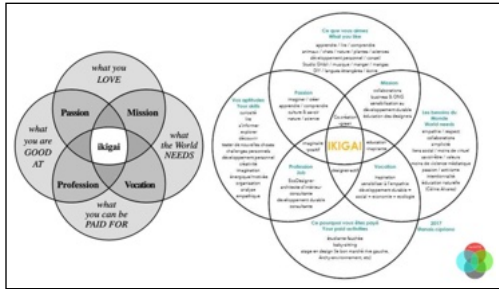
humanités  
 numérique

humanités  
 numériques

augmentez-  
 vous







## accords toltèques

Le premier accord toltèque (- Une parole soit impeccable -) signifie au moins trois choses différentes : parler positivement, parler avec intégrité et parler avec authenticité.

Le deuxième accord (- Pas de suppositions -) invite à la fois à accepter de ne pas savoir, à demander à l'auteur d'un acte - blessant - la cause de son acte (lorsque l'on n'arrive pas à lâcher prise), mais aussi à s'exprimer clairement envers les autres.

Le troisième accord (- Ne prenez rien de façon personnelle -) vous invite à comprendre et à dépasser la susceptibilité, l'egoïsme et (surtout) le Français.

Le quatrième accord (- Faites toujours au mieux -) suggère de vivre l'instant présent à fond, de lâcher prise sur le résultat et de considérer aussi que les autres font toujours de leur mieux (selon de leur perception).

Enfin, le cinquième et dernier accord - **« Soyez sceptique, mais apprenez à écouter »** - nous invite à être vraiment sceptiques, à tout remettre en question et à apprendre à écouter (fact check).

**FAITES TOUJOURS DE VOTRE MEIEUX**  
Si vous faites toujours de votre mieux, vous saurez que vous avez fait tout votre possible !

**HONOREZ VOS PAROLES**  
Soyez cohérent avec ce que vous pensez, dites et faites. Respectez votre propre parole !

**NE PRENEZ RIEN PERSONNELLEMENT**  
Si quelqu'un veut vous faire du mal, que quelqu'un ne plaie, le problème n'est pas le vôtre !

**NE SÛRPRISSEZ PAS**  
En cas de doute, clarifiez les. Suggérez, vous faites inventer des histoires qui amplement votre être.

# ALL YOU NEED IS LOVE

## I don't Have Time for Microlearning

90% HISTORY 90% ART 90% LOGIC 90% PSYCHOLOGY

- 5 min reading
- One for 30 minutes a day
- Download Ribble
- Learn a bit more each day

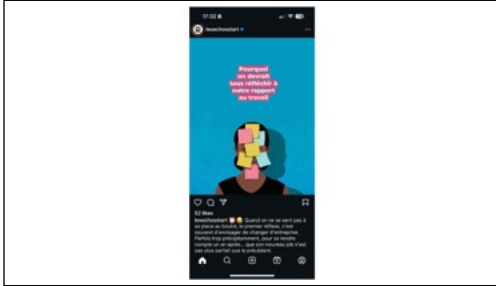
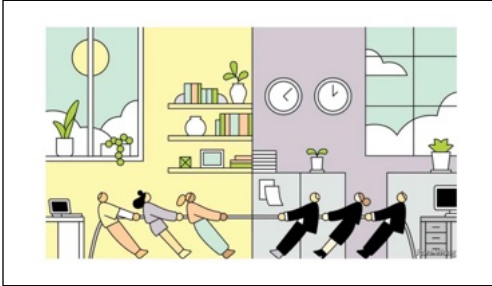
ribble

L'intelligence, ce n'est pas ce qu'on sait, mais c'est ce que l'on fait quand on ne sait pas Jean Piaget (1896-1980)

L'intelligence, c'est la faculté d'adaptation André Gide

Intelligence: l'habileté à résoudre un problème en trouvant une solution originale, à la fois créative et à la fois rationnelle. L'intelligence est la capacité à résoudre un problème en trouvant une solution originale, à la fois créative et à la fois rationnelle.

Quelle est la définition de l'intelligence ? L'intelligence est la capacité à résoudre un problème en trouvant une solution originale, à la fois créative et à la fois rationnelle.



soft hard AR/VR  
Robotic IHM 3D printing  
ChatBot code ML  
Drone SKILLS  
UX API CX cobotic  
smart object AI  
esport mixed reality



Gutenberg

Zuckerberg Sandberg

FACEBOOK FACEBOOK FACEBOOK

SCIENCE ART  
DATA STORY  
Data Storytelling

# PASSION

## Simplon

Simplon, des formations aux métiers du numérique

Des formations aux métiers du numérique pour tous





VUCA  
Deux axes

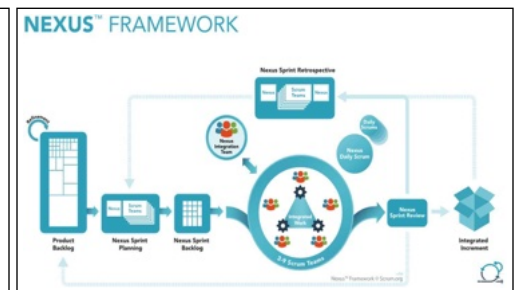
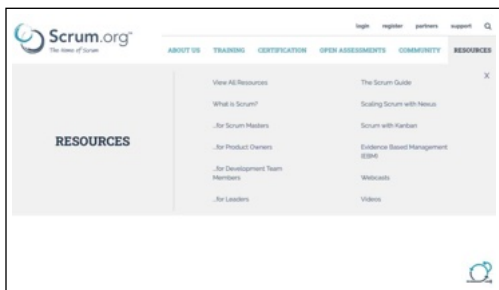
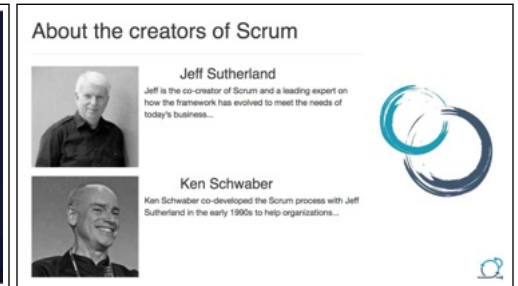
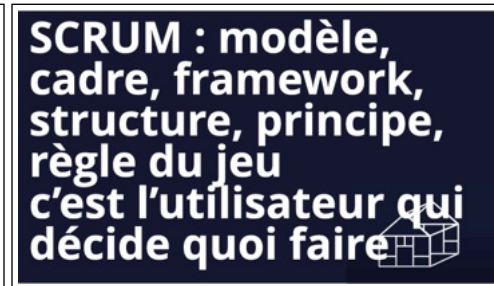
**1/ CONNAISSANCES**  
Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement, les concurrents, les règles et la situation

**2/ PRÉDICTIONS**  
Capacité à prédire les conséquences des décisions  
Qualité des prédictions des effets des actions

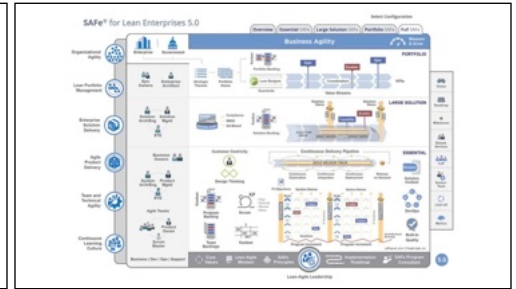
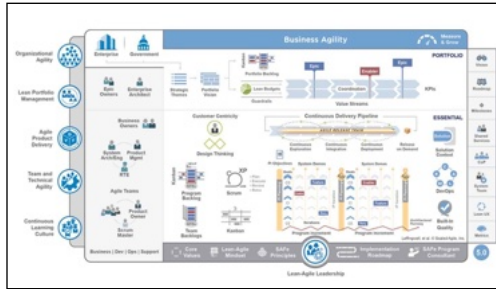


Les startups ne font pas de scrum, ni d'agilité, mais : tous les matins & tous les soirs il y a un rituel elles peuvent changer d'idée très rapidement peu de personnes sont sur le même projet on se fait confiance tout le monde voit tout le monde tout le monde décide des priorités

*Les nécessités et les contraintes deviennent une méthode*

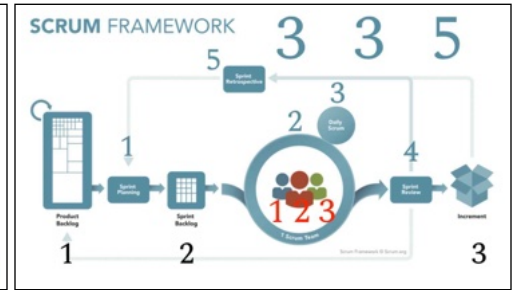






**PILIERS**  
 Transparence  
 Inspection  
 Adaptation

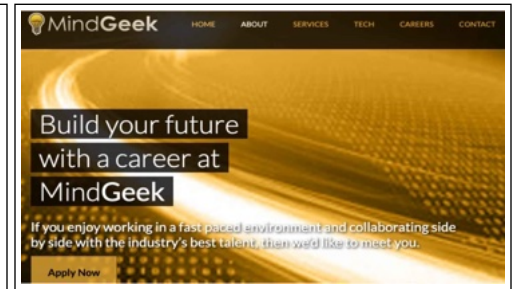
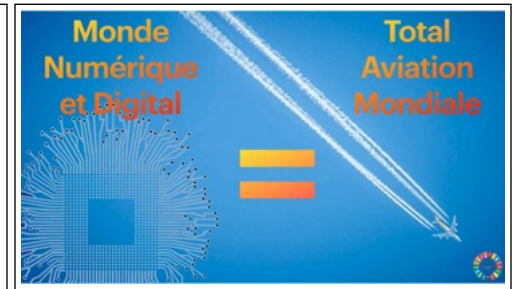
**Valeurs**  
 Commitment  
 Focus  
 Openness  
 Courage  
 Respect



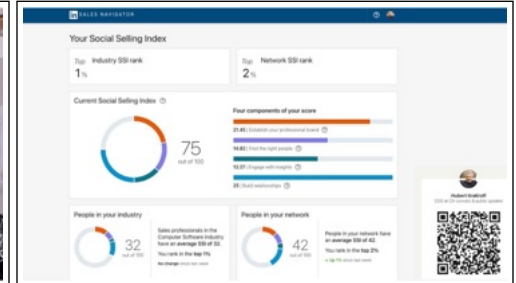
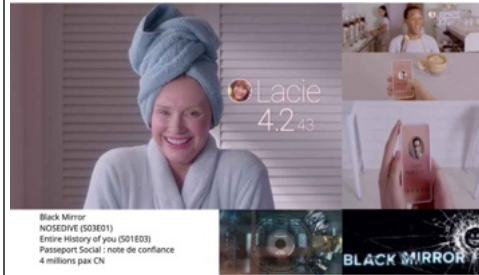
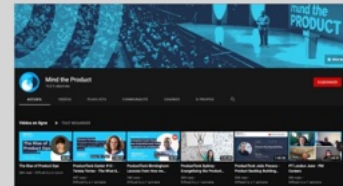
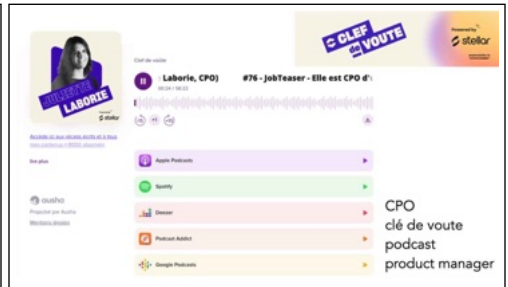
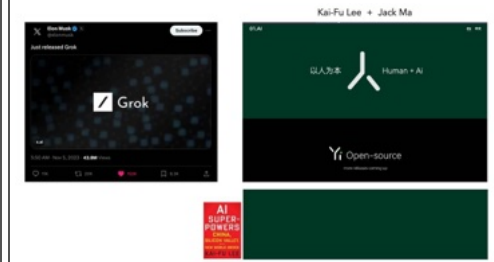
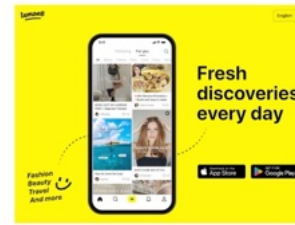
**RÔLES (3)**  
 A/ ScrumTeam  
 1/ PO : Product Owner  
 2/ Équipe de travail  
 3/ SM : Scrum Master  
 B/ Autres  
 Sponsor, parties prenantes

**OUTILS ARTEFACTS (3)**  
 Backlog Produit (Kanban)  
 SPRINT BACKLOG  
 Livrable (increment)

**ÉVÉNEMENTS (5)**  
 SPRINT  
 Planning de sprint  
 Daily meeting (15mn)  
 Revue de sprint  
 Retrospective



Quelle célèbre entreprise interdit l'usage de powerpoint dans les réunions internes, préférant un document écrit de 6 pages à lire au début de la réunion ?



THE  
UI/UX  
AND  
DESIGN

Working Backwards  
By Amazon

Amazon's approach to new product development is about working backwards from the customer. The product manager starts by writing a press release announcing the featured product. The press release is targeted at the end customer and contains information about the customer's problem, how current solutions are falling, and why the new product will address this problem. The press release itself is a gut-check for whether or not the product is worth building. If the team is not excited about writing a press release, the product needs to be revised or perhaps the idea should be revisited altogether. As the team begins development the press release serves as a guide for the team to reflect on and compare with what is being built.

By Sir David Evans  
What's Amazon's Secret?



Amazon -WORKING BACKWARDS from customers / communiqué de presse fictif / infographie finale / pitch / vidéo / website

Customer delight is our ultimate goal

Working Backwards  
Insights, Stories, and Secrets from Inside Amazon  
Colin Bryar and Bill Carr

Amazon -WORKING BACKWARDS from customers / communiqué de presse fictif / infographie finale / pitch / vidéo / website



### Press Release

- Focus on the customer need
- The customer quote is key
- Leap into the future: Think BIG
- Avoid jargon
- Say it simply and clearly

The FAQ

The Visuals

Amazon «WORKING BACKWARDS from customers / communiqué de presse ficf / infographie finale / pitch / vidéo / website

article de presse pour le lancement du service, quel sera l'article de presse idéal

faire aux questions qu'elles soient les questions des clients, utilisateurs... Quelles réponses ?

parcours client quand un client crée un problème, comment le résoudre

prototype essai de service ou produit pour tests et modifications

Client Utilisateur prêt pour le départ vers un monde meilleur

### Working backwards is a process

Use it to get clarity, not to document what you've already decided to do

Visuals

Press Release

FAQ

Customer

### What is Customer Obsession?

Customer Obsession is a mindset where you focus on the customer and their needs, rather than just the product or service you are selling. It's about understanding the customer's pain points and finding ways to solve them, even if it means changing your product or service.

### CULTURE DESIGN CANVAS

Design a workplace culture that propels you into the future

Decision-Making

Priorities

Rituals

Meetings

Purpose

Values

Feedback

Norms & Rules

Behaviors

Psychological Safety

Amazon

### ATELIER / Working Backwards

Préparer le texte de 10/15 lignes (ou infographie) du communiqué de presse qui pourrait être rédigé en jan 2025

à l'occasion des changements et de la mise place du plan

en se focalisant sur les avantages client/utilisateur, le prix client, le respect de l'environnement et le modèle d'affaires (business model)

C'est possible !

- Faisabilité
- Coût
- Autonomie
- Créativité

«Rétrojustification»

«Rétropreuve»

Working Backwards

Amazon «WORKING BACKWARDS from customers / communiqué de presse ficf / infographie finale / pitch / vidéo / website

### Un exemple AMAZON

Here's an example outline for the press release:

- Heading** - Name the product in a way the reader (i.e. your target customer) will understand.
- Sub-Heading** - Describe who the market for the product is and what benefit they get. One sentence only underneath the title.
- Summary** - Give a summary of the product and the benefit. Assume the reader will not read anything else so make this paragraph good.
- Problem** - Describe the problem your product solves.
- Solution** - Describe how your product elegantly solves the problem.
- Quote from You** - A quote from a spokesperson in your company.
- How to Get Started** - Describe how easy it is to get started.
- Customer Quote** - Provide a quote from a hypothetical customer that describes how they experienced the benefit.
- Closing and Call to Action** - Wrap it up and give pointers where the reader should go next.

Amazon «WORKING BACKWARDS from customers / communiqué de presse ficf / infographie finale / pitch / vidéo / website

**Titre** / Contenant les produits/services sous une forme qui résonnera avec le client.

**Sous-rubrique** / Décrire de manière concise le client visé ou le public cible en une phrase au maximum

**Résumé** / Mettre l'accent sur les avantages que les produits donnerons au client. Partir du principe que le lecteur concentrera l'essentiel de son attention ici. Le résumé doit donc être de haute qualité.

**Problème** / Identifier un problème, puis décrire comment les produits en question offrent une solution

**Solution** / Comment les produits résolvent le problème dans la pratique ? Le langage doit être pertinent et ne pas utiliser de jargon technique.

**Citation Interne** / Inclure une citation inspirante d'un représentant de l'entreprise expliquant les raisons du développement des produits

L'entreprise doit également détailler ce qu'elle espère que le client gagnera en utilisant les produits. Est-ce du temps ou de l'argent supplémentaire ? Peut-être est-ce lié à la confiance ou à un sentiment accru d'autonomie ?

**Appel à l'action - CTA** / Il est important d'orienter le client afin qu'il profite des nouveaux produits.

**TÉMOIGNAGES citation review client** / l'équipe doit créer un témoignage hypothétique. Mettre l'accent sur les avantages des produits

**FAQ** / répondre aux questions ou préoccupations courantes.