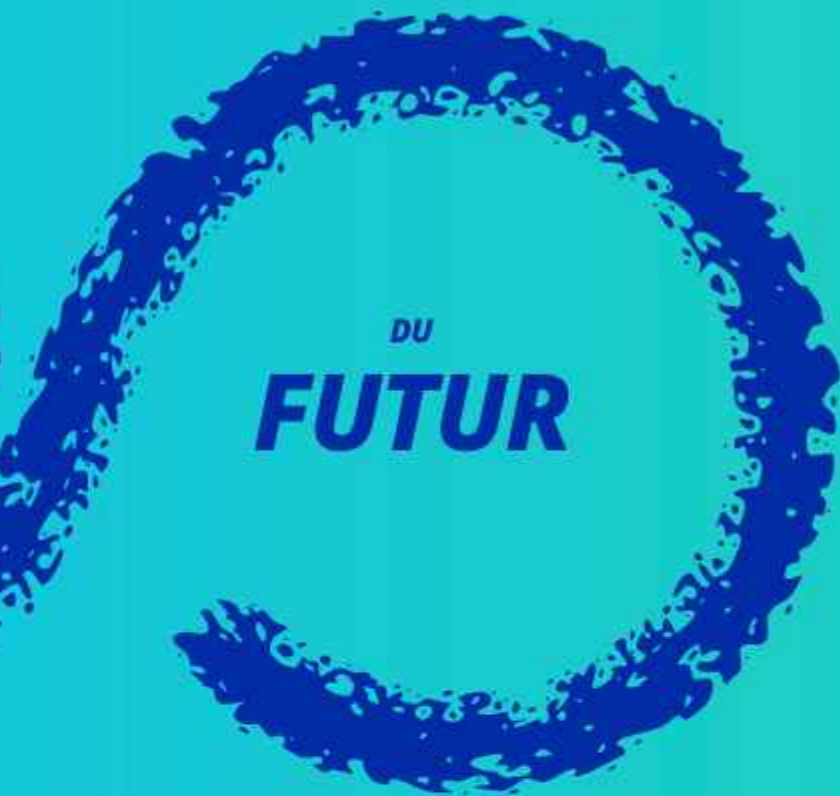




LES
MÉTIERS



DU
FUTUR

SAISON
01

EPISODE
03

#newWorld newwork

1/ FOE

Future of Economic
....

2/ FOW

Future of work

3/ FOI

Future of Internet
...

4/ FOX

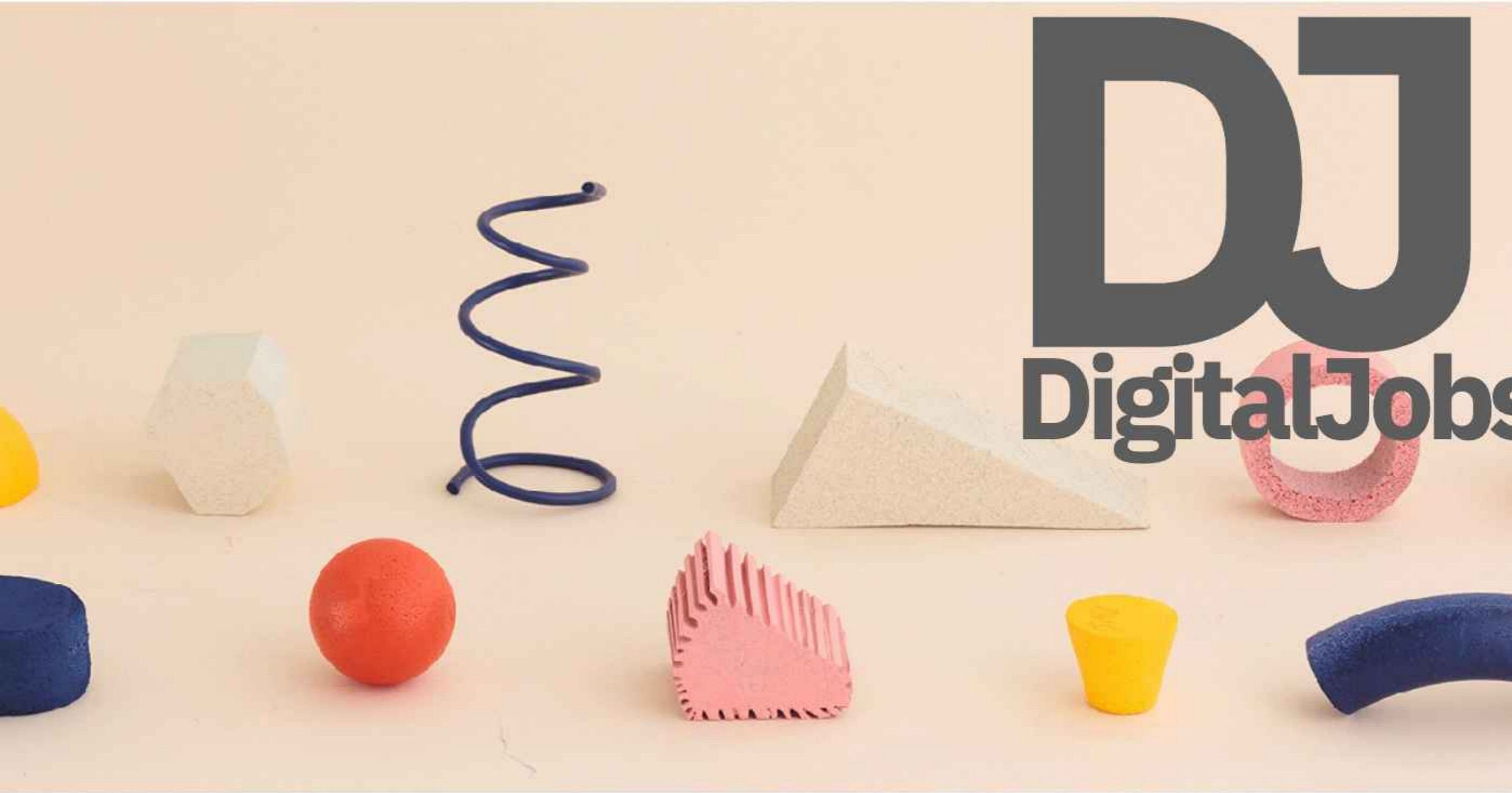
Future of Experience
...

5/ FOM

Future of Management

DJ

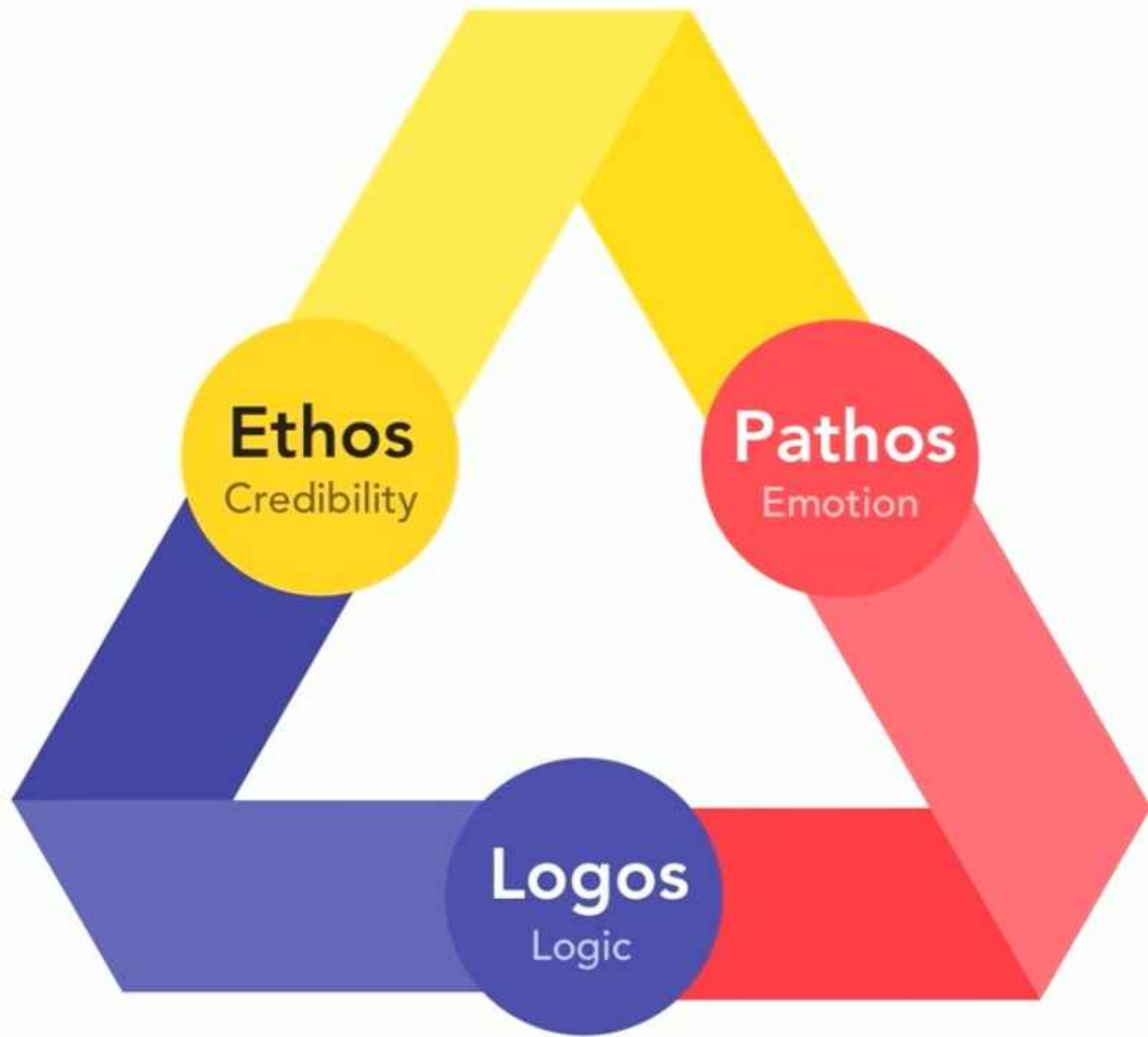
Digital Jobs



Nouvelle économie, Nouveaux métiers, Nouvelles écoles ?

« Digital Jobs »

hubert kratiroff



FASTCOMPANY

WORK SMARTER

Work Smarter, not harder.

FASTCOMPANY.

FASTCOMPANY

WORK

SMARTER

Work Smarter, not harder

FASTCOMPANY.

Full Stack

CMI



CMDI

SALES + MARKETING =

SMARTETING.

MARKETING

360°

outils | cibles

K E R I N G



ADD TO MY FAVORITES



Thursday, March 2, 2023

KERING Tech Adoption Project Manager (UX/UI)

Kering - Regular
Paris - France

Groupe de Luxe mondial, Kering regroupe et fait grandir un ensemble de Maisons emblématiques dans la Mode, la Maroquinerie et la Joaillerie : Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni, Boucheron, Pomellato, Dodo, Qeelin ainsi que Kering Eyewear. Avec un effectif de 42 000 collaborateurs à travers le monde et un chiffre d'affaires de 17,6 milliards d'euros en 2021, Kering est un acteur majeur du Luxe. Notre signature, Empowering Imagination, exprime nos engagements ainsi que la valeur que nous souhaitons apporter à l'ensemble de nos parties prenantes : en apportant un soutien sans faille à nos Maisons et en confiant leur direction artistique à des talents singuliers, en encourageant l'innovation et en développant les talents, et en améliorant sans cesse les standards sociaux et environnementaux du secteur. Une culture et une détermination communes unissent nos Maisons. Ensemble, nous construisons un groupe de Luxe unique, passionné et responsable, qui œuvre à faire bouger les lignes de façon positive. Rejoignez-nous pour façonner à nos côtés le Luxe de demain Kering is a global Luxury group which manages the development of a series of renowned Houses in fashion, leather goods, jewelry: Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni, Boucheron, Pomellato, Dodo, Qeelin, as well as Kering Eyewear. In 2021, Kering had 42,000 employees and reported revenue of €17.6 billion. Kering is a major player in the luxury sector. By placing creativity at the heart of its strategy, Kering empowers its people to lead the way in terms of creative expression while crafting tomorrow's Luxury in a sustainable and responsible way. We capture these beliefs in our signature: "Empowering Imagination." A shared culture and determination unite our Houses. Together, we are building a unique, passionate and responsible Luxury group, working to push boundaries in a positive way. Join us to shape the Luxury of tomorrow with us.

Nous sommes actuellement à la recherche d'un(e) Tech Adoption Project Manager (UX/UI) pour intégrer l'équipe de l'Adoption Factory.

Nous sommes actuellement à la recherche d'un(e) Tech Adoption Project Manager (UX/UI) pour intégrer l'équipe de l'Adoption Factory.

Au sein de la Direction End User Experience de Kering Technologies, vous serez rattaché(e) à l'équipe Adoption Factory en charge de l'adoption des nouvelles solutions numériques, ainsi contribuant à la transformation digitale de Kering et ses Maisons. L'adoption et la satisfaction de nos "end-users" sont au cœur de notre stratégie "user-centric". À ce titre vous contribuerez à la définition de la stratégie UX/UI des nouvelles applications et solutions IT

Votre opportunité

Dans le contexte de l'adoption et de la satisfaction des utilisateurs finaux, l'UX et l'UI jouent un rôle important. Vous serez le lien entre les projets internationaux et l'Adoption Factory sur les sujets UX & UI, et vous aiderez à auditer nos outils et plateformes technologiques, à évaluer les nouveaux besoins, à fournir des recommandations UX/UI, et à améliorer l'interaction avec l'utilisateur et l'adoption des solutions Kering Tech.

Comment vous allez contribuer

Vous allez travailler simultanément avec différents chefs de projet pour participer à la conception de la stratégie UX/UI et pour les conseiller et assister sur la meilleure façon de communiquer au niveau global auprès des utilisateurs ainsi que la meilleure stratégie pour les former à l'utilisation de ces nouvelles technologies, prenant en considération les spécificités culturelles et locales. Vous allez coordonner et gérer les ressources qui seront affectées à votre projet afin que les différents livrables prévus soient réalisés dans le respect des délais et de la charte graphique de Kering, et en s'assurant que les graphiques et mises en page finaux soient visuellement attrayants et conformes aux marques.

Pour conclure, vous serez le point d'entrée pour nos clients internes tout au long de la durée du projet et après éventuellement pour tout nouveau besoin d'adoption, sur des sujets tels que l'UX/UI ainsi que la stratégie de communication, les méthodes de formation, la gestion du réseau de stakeholders, le RUN, etc.

Au sein des programmes/projets, vous contribuerez à des tâches UX/UI telles que :

Amener des audits UX/UI et des entretiens si besoin et analyser les résultats

Apporter votre point de vue d'expert sur la conception des applications, outils et plateformes existants, et proposer des actions correctives si besoin

Soutenir techniquement les programmes dans la phase de conception des nouvelles solutions (wireframes, user journeys, maquettes)

Contribuer à faire en sorte que les Personae de Kering soient utilisées, appliquées et comprises au sein des programmes,

Développer et gérer le plan de projet basé sur les données, la demande commerciale, les défis et les implications,

En tant que membre de l'Adoption Factory, vous serez également amené à cadrer et piloter des projets de communication et de formation :

Cadrage du besoin métier et analyse d'impacts,

Définition de la stratégie, gestion du plan et suivi de la roadmap,

Animation d'ateliers de conception,

Pilotage des ressources,

Définition de la Stakeholder map,

Définition en amont du projet des indicateurs clés du succès de l'adoption,

Mener des enquêtes si nécessaire afin de récolter l'expérience des utilisateurs,

Construire les rapports monitorant le succès du change (tels que le suivi des campagnes promotionnelles, le suivi de taux de complétion des modules e-learning...),

Identifier les écarts de performance et fournir des actions correctives.

En tant que membre de l'équipe d'adoption, vous serez également appelé à contribuer aux activités suivantes :

La prospection,

La rédaction de contenu pour différents supports de communication : newsletter, réseaux sociaux, site,

L'alimentation de la community via des posts et des publications,

Le Web marketing : Si besoin, gestion et support du site de l'équipe,

Organiser des sessions de formation pour les employés de Kering afin de mieux acculturer les chefs de projet et les parties prenantes aux concepts d'adoption.

Qui êtes-vous

Solide expérience en conception UX et UI ainsi qu'en gestion de projets,

Expérience en matière de gestion du changement, de transformation ou de conseil,

Expérience et connaissance des principes, méthodologies et outils de pilotage,

Très bon niveau de maîtrise de l'anglais,

Expérience de la gestion d'équipes et de projets interfonctionnels et internationaux, supervision de la planification, du développement et de la conception de produits,

Bon esprit d'équipe et une capacité d'adaptation et d'utilisation du langage pour travailler efficacement avec des collègues techniques (développeurs, intégrateur...) et non techniques au niveau national et international,

Très bonnes compétences interpersonnelles et relationnelles,

Capacité avérée à résoudre des problèmes et à gérer plusieurs projets,

Une personne qui recherche la qualité dans tous les aspects du travail, qui a le sens du détail et qui est bien organisée,

Autonomie, proactivité et un bon esprit analytique

Expérience en méthode de travail Agile,

Connaissance de base en HTML, JS and CSS,

Maîtrise de Figma est obligatoire,

Maîtrise d'applications telles que InDesign, Figma, Photoshop, Illustrator, After effect est apprécié.

Un bon niveau en italien, une expérience dans l'événementiel et la maîtrise d'un de ces outils : Powerbi, AdobePremierePro seront un plus pour la réussite dans ce poste.



Le programme de la formation

5 JOURS (35h)

MODULE 1 Lier son produit et la stratégie produit / entreprise

- S'approprier les objectifs stratégiques grâce à une compréhension de la vision, des valeurs et du business
- *Product research* : lier les informations utilisateurs, marché et data
- Identifier et challenger les objectifs produits (OKRs)

PRODUCT, USER ET MARKET RESEARCH

VISION

STRATÉGIE

OKR

MODULE 2 Prioriser et mettre à jour sa roadmap

- Identifier des opportunités
- Prioriser les sujets
- Reformuler une opportunité en hypothèses produits claires et vérifiables
- Construire sa roadmap Produit

ROADMAP

RELEASE PLAN

OPPORTUNITÉ

MODULE 3 Comprendre la Discovery

- Qu'est-ce que la Discovery ?
- Quand doit-on en faire ?
- Qui en est responsable ?

PRODUCT RESEARCH

TIME-TO-IMPACT

RÔLES

MODULE 4 Valider le problème et la cible

- Le problème et son importance
- Bien comprendre le problème grâce au job to be done et le persona
- Aller creuser le problème sur le terrain

PROBLEM STATEMENT

JOBS-TO-BE-DONE

PERSONA

MODULE 5 Imaginer et valider la solution

- Du sketching au prototypage
- Mener un bon test de prototypage

STORY MAP

CRAZY 8

PROTOTYPAGE

MODULE 6 Préparation du Delivery

- Cadrer la démarche
- Découper des US selon les critères INVEST
- Comment définir des bons critères d'acceptation avec l'*Exemple Mapping* ?
- Comment gérer les estimations et animer un atelier d'*Extreme Quotation* ?
- Présentation des bonnes pratiques concernant la gestion des dépendances

EXTREME QUOTATION

USER STORY

DÉPENDANCES

MODULE 7 Gérer son quotidien avec l'équipe

- Rappel de Scrum et Kanban
- Focus sur le rôle de Product Owner
- Améliorer ses relations avec l'équipe de développement
- Comment bien gérer la documentation ?
- Améliorer la qualité du produit au travers des tests et de la gestion des anomalies

SCRUM & KANBAN

RÔLE

DOCUMENTATION

MODULE 8 Piloter le Delivery

- Comment analyser les *burnup* et *burndown charts* ?
- Améliorer la prédictibilité
- Comment mesurer l'efficacité d'un système Kanban ?

VÉLOCITÉ

PERFORMANCE

PILOTAGE

Do Product as Unicorns do

Nous sommes les premiers du Product en France.

Product Management, Product Design, Product Marketing : ces disciplines au cœur des boîtes de la Tech, nous les maîtrisons sur le bout des doigts et nous vous en donnons les clés.

Contactez-nous

Rejoignez-nous !



INTER : 3000 € HT*
 Prix particulier : 2990 € HT*
 INTRA : À partir de 19 500 € HT*

*Tarif valable du 01/01/24 au 31/12/24

5 JOURS (22H)

PM FULL STACK : LES CLÉS DU PRODUCT MANAGEMENT

PRODUCT LEVEL 1 (0 À 2 ANS)

Maîtriser les méthodes et stratégies ainsi que la totalité du spectre de responsabilité du Product Management pour réussir vos produits numériques

Public et pré-requis

- ✓ Futurs ou Product Owners ou Product Managers
- ✓ Product Managers ou Product Owners ayant eu une première expérience produit

La présence active et active de toutes les participantes est nécessaire.

Les objectifs de la formation

Maîtriser les méthodes et stratégies ainsi que la totalité du spectre de responsabilité du Product Management pour réussir vos produits numériques

- ✓ **ROADMAP** : Définir des objectifs, identifier des opportunités, créer sa roadmap en lien avec la vision produit et la stratégie d'entreprise
- ✓ **PROBLEM DISCOVERY** : Comprendre et définir les problèmes
- ✓ **SOLUTION DISCOVERY** : Trouver et prioriser des solutions
- ✓ **DELIVERY** : Piloter le flux de delivery au quotidien dans un cadre agile en donnant de la visibilité
- ✓ **METRICS** : Définir les métriques permettant de mesurer le succès
- ✓ **ANALYSATION CONTINUE** : Itérer en trouvant des pistes d'amélioration
- ✓ **SOFT SKILLS** : Savoir communiquer et aligner ses parties prenantes



Product Basics

Product Owner 2 jours INTRA	Figma Advanced 1 jour INTRA INTER
Sensibilisation Culture Produit 1 jour INTRA	Product Owner Avancé 2 jours INTRA INTER
Sensibilisation à l'agilité 1 jour INTRA	

Product Builders 0 à 2 ans

Product Manager 2 jours INTRA INTER	Product Marketing 2 jours INTRA INTER
Product Designer 2 jours INTRA INTER	Tech for PM avec le wagon 1 jour INTRA

Product Builders 4-5 ans et +

Lead Product Manager 2 jours INTRA INTER
--

Product Builders 2-4 ans

Data Informed PM 2 jours INTRA INTER	Product Manager Confirmé 2 jours INTRA INTER
Design System 2 jours INTRA INTER	Soft Skills Produit 2 jours INTRA
Discovery Discipline 2 jours INTRA INTER	

Product Leaders 4-5 équipes et +

Bâtir la meilleure organisation Produit PM 1 jour INTER	Se manager pour mieux manager avec GILL 15 heures INTER
Créer et décliner la Stratégie Produit 1 jour INTER	Scaler son organisation Produit 1 jour INTER



marketing

créer de la valeur

pour l'entreprise,

le client,

et l'écosystème

“ ON VIT TOUS
DE LA VENTE
DE QUELQUE
CHOSE
À QUELQU’UN ”

#NOUVELLES compétences

1/ ECO

Économie de la connaissance
Échange multiplicateur

2/ 4 RI

Révolutions industrielles
NBIC
VUCA

3/ AAA

Métaconnaissances
Agilité Adaptabilité
IA tropie

4/ BAT

Attention
Zone de confiance
Commencer maintenant

5/ REDPILL

Future of Management
Humain Augmenté

Harvard Business Review

FRANCE

STRATÉGIE Une nouvelle approche pour faire converger projets et objectifs p. 101
RSE Le rôle pivot du responsable du développement durable p. 101
CARRIÈRE Comment briller lorsque vous êtes propulsé sous le feu des projecteurs p. 127



ORGANISATION Créez le bon storytelling pour changer la culture de votre entreprise p. 20

La métamorphose des compétences

Comment l'intelligence artificielle bouleverse notre rapport au travail

PAGE 41



L 11563 - 01 - P 10,50 € - A01

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.

$$+ = +$$



ADAPTABILITÉ

apprendre
à apprendre

FAST & CURIOUS



Sortez de votre zone de confiance

atttn:




TOUT EST DANS L'ATTENTION

PROFIL EN T

humanités
numérique

humanités
numériques



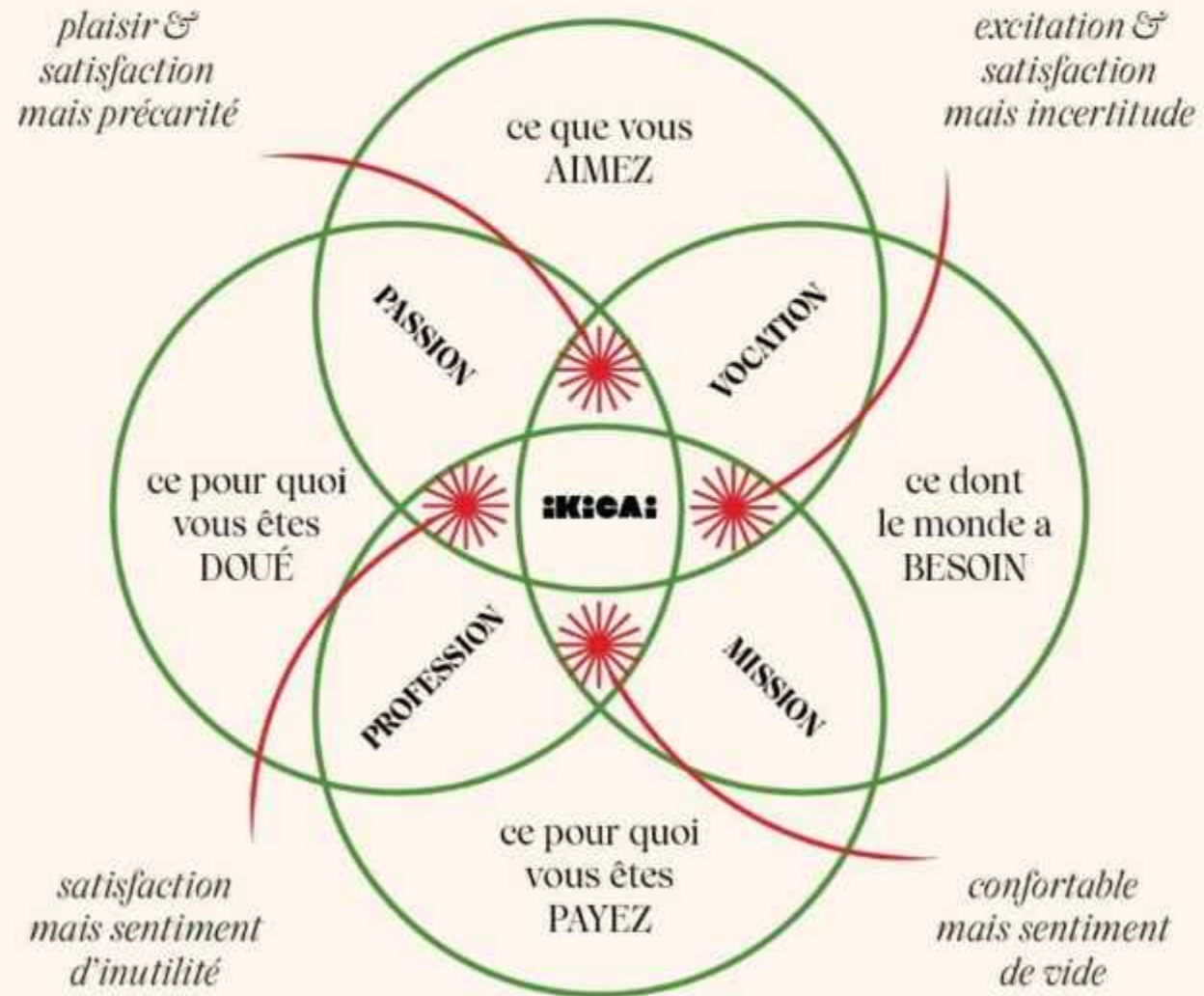


augmentez-
vous

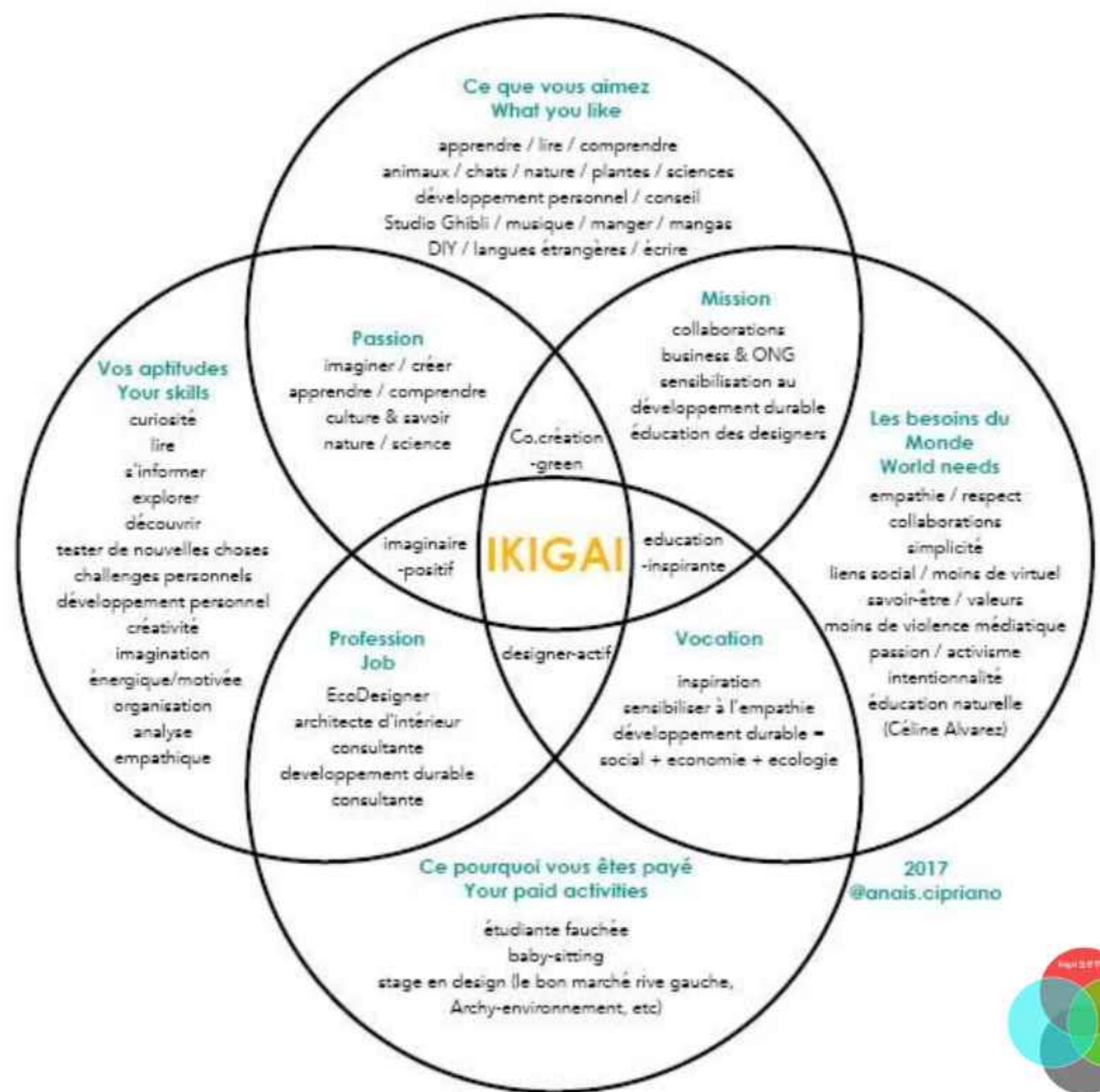




iKICAi Créatif







2017
@anais.cipriano





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 devant les autres.

Le troisième accord (« **Ne prenez rien de façon personnelle** ») vous incite à comprendre et à dépasser la susceptibilité, l'égoïsme et (surtout) le Parasite.

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 (afin de leur pardonner).

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

FAITES TOUJOURS DE VOTRE MIEUX

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 se plaint. Le problème n'est pas le vôtre !

NE SUPPOSEZ PAS

En cas de doute, clarifiez-les. Supposer, vous fait inventer des histoires qui empoisonnent votre âme.

ALL YOU

NEED IS

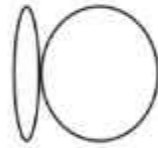
LOVE

I ~~don't~~ Have Time for Microlearning



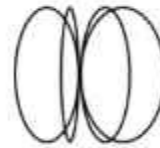
89,9%

HISTORY



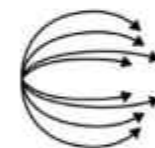
91,4%

ART



37,5%

LOGIC



56,7%

PHILOSOPHY

- Stop scrolling.
- Use it for 10 minutes a day.
- Download Nibble.
- Learn a little more each day.

nibble

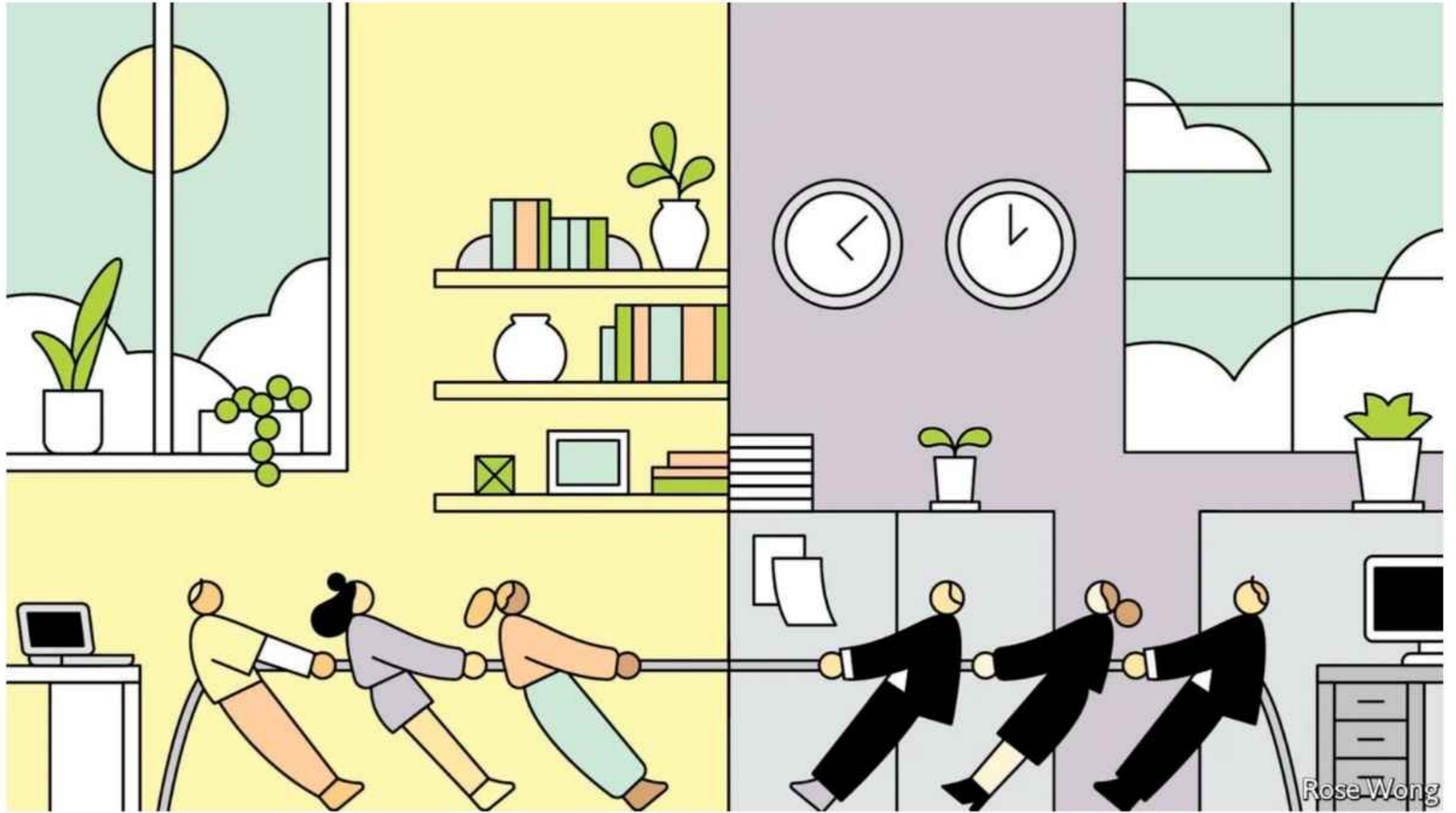
L'intelligence, ce n'est pas ce qu'on sait, mais c'est ce que l'on fait quand on ne sait pas Jean Piaget (1896-1980)

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

Isabelle Rouhan Future of work L'intelligence situationnelle se fonde sur des compétences essentielles : le bon sens, le culot, la prise de risque, la prise d'initiative et la capacité à mettre des choses en réseau. Le crédo de François est simple : on peut toujours s'en sortir, face à n'importe quelle situation.

Gide Gary Camus Ajar

Si l'intelligence, c'est la faculté d'adaptation, la notion même d'adaptation est en profonde mutation. On identifie l'adaptation à la théorie darwinienne de la sélection naturelle. Cette théorie induit la croyance que les relations entre espèces au sein des écosystèmes se résument à la compétition et à la prédation. Aujourd'hui, cette croyance se nuance fortement chez les biologistes, les primatologues, ou chez les neuroscientifiques. On sait dorénavant que plus les ressources manquent, plus les êtres vivants collaborent. Quand les ressources sont nombreuses et riches, les êtres vivants deviennent compétitifs. L'exemple du pin à écorce blanche et du sapin des Rocheuses est significatif : dans des conditions difficiles, ils s'entraident et quand les conditions sont bonnes, ils entrent en compétition. En réalité, la collaboration est la forme la plus répandue de l'adaptation dans la nature. D'autres exemples le prouvent : des manchots qui se blottissent les uns contre les autres pour se tenir chaud et qui se relaient pour occuper la position la plus inconfortable, à la domestication des pucerons par les fourmis. Dans la nature, l'adaptation est une question de vie et de mort. Les animaux savent que quand la compétition est trop dangereuse, il faut être efficace. Face à de gros changements, une entreprise qui ouvre des espaces collaboratifs permanents entre des services pluriels et diversifiés (à la manière des techniques de la permaculture) offre une grande adaptabilité aux défis. Ces espaces poreux et denses stimulent l'innovation, la création d'un « nous », l'intelligence collective et la mutualisation. L'indépendant, imbriqué dans un réseau très diversifié, s'adapte alors mieux et durablement.



17:32

73

lesechosstart

Pourquoi
on devrait
tous réfléchir à
notre rapport
au travail



52 likes

lesechosstart 🕒😓 Quand on ne se sent pas à sa place au boulot, le premier réflexe, c'est souvent d'envisager de changer d'entreprise. Parfois trop précipitamment, pour se rendre compte un an après... que son nouveau job n'est pas plus parfait que le précédent.



soft

hard

AR/VR

Robotic

IHM

code

3D printing

ChatBot

Drone

SKILLS

ML

UX

API

CX

cobotic

smart object

AI

esport

mixed reality



SCIENCES - ARTS



SCIENCES - ARTS

Gutenberg



Zuckerberg Sandberg



FACEBOOK
FACEBOOK
FACEBOOK

SCIENCE

DATA

ART

STORY

Data Storytelling

PASSION

data

France

Type de job

Tous les filtres

Recrute activement !

Recrute activement !

Recrute activement !



NL3

Manager **Data IA & ML** - F/H

Issy-les-Moulineaux

CDI

Sponsorisé



APSIDE

Data Engineer

Sophia-Antipolis

Autres

Sponsorisé

MP DATA

Data Scientist - H/F

Toulouse

CDI Télétravail fréquent

Sponsorisé

CDISCOUNT

STAGE - **DATA ANALYST** F/H

Bordeaux

Stage Télétravail fréquent

il y a 1 heure

CDISCOUNT

STAGE - **DATA ENGINEER** F/H

Bordeaux

Stage Télétravail fréquent

il y a 2 heures

GALADRM

Ingénieur IA / **Data Scientist** - Stage de fin d'études

Paris

Stage 1,6K à 2,1K € par mois

il y a 5 jours

Simplon, des formations aux métiers du numérique

Simplon, l'organisme de formation de référence aux métiers techniques du numérique, vous propose des formations dans toute la France et à l'international.

Que vous visiez une reconversion professionnelle ou l'acquisition de nouvelles compétences, Simplon vous accompagne dans votre parcours, de la découverte, du niveau Bac à Bac + 5 sur les 3 filières les plus en tension de la Tech : développement, data et intelligence artificielle, réseaux et cybersécurité.

Découvrez nos parcours de formation certifiants et diplômants et développez de nouvelles compétences.

[DÉCOUVREZ NOS FORMATIONS EN ALTERNANCE](#)



Des formations aux métiers du numérique pour tous



VUCA

~~SWOT~~

WUCA

V U C A

VOLATILITY

Equity, bond and currency market volatility; the lack of stability and predictability.

UNCERTAINTY

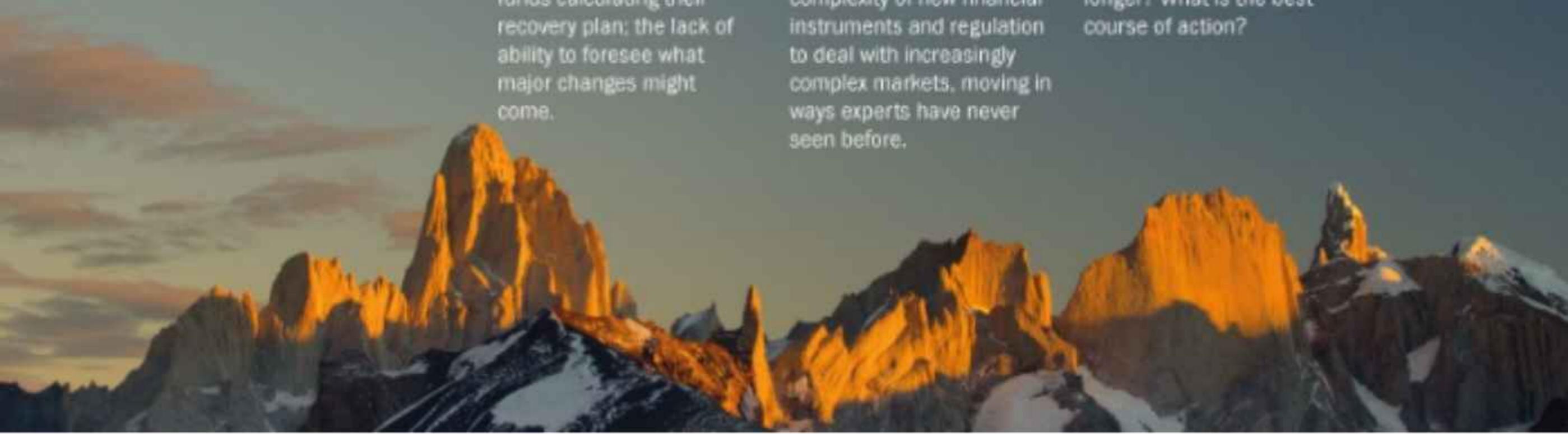
The potential change in the inflation index calculation, the potential switch to "smoothing" for pension funds calculating their recovery plan; the lack of ability to foresee what major changes might come.

COMPLEXITY

In understanding these financial markets in the era of the "new normal". The proliferation and increasing complexity of new financial instruments and regulation to deal with increasingly complex markets, moving in ways experts have never seen before.

AMBIGUITY

The resulting feeling. Is this the great rotation from bonds to equities? Or will bond yields stay low for longer? What is the best course of action?



VUCA

HBR
2014

<https://hbr.org/2014/01/what-vuca-really-means-for-you>

Nathan Bennett et G. James Lemoine
« What VUCA Really Means for You. »
Harvard Business Review, 01/ 2014.

+

HOW WELL CAN YOU PREDICT THE RESULTS OF YOUR ACTIONS?

-

complexity

Characteristics: The situation has many interconnected parts and variables. Some information is available or can be predicted, but the volume or nature of it can be overwhelming to process.

Example: You are doing business in many countries, all with unique regulatory environments, tariffs, and cultural values.

Approach: Restructure, bring on or develop specialists, and build up resources adequate to address the complexity.

volatility

Characteristics: The challenge is unexpected or unstable and may be of unknown duration, but it's not necessarily hard to understand; knowledge about it is often available.

Example: Prices fluctuate after a natural disaster takes a supplier off-line.

Approach: Build in slack and devote resources to preparedness—for instance, stockpile inventory or overbuy talent. These steps are typically expensive; your investment should match the risk.

ambiguity

Characteristics: Causal relationships are completely unclear. No precedents exist; you face “unknown unknowns.”

Example: You decide to move into immature or emerging markets or to launch products outside your core competencies.

Approach: Experiment. Understanding cause and effect requires generating hypotheses and testing them. Design your experiments so that lessons learned can be broadly applied.

uncertainty

Characteristics: Despite a lack of other information, the event's basic cause and effect are known. Change is possible but not a given.

Example: A competitor's pending product launch muddies the future of the business and the market.

Approach: Invest in information—collect, interpret, and share it. This works best in conjunction with structural changes, such as adding information analysis networks, that can reduce ongoing uncertainty.

-

HOW MUCH DO YOU KNOW ABOUT THE SITUATION?

+



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

HBR.ORG MAY-JUNE 2018

Harvard Business Review

44 ENTREPRENEURSHIP

Strategy for
Start-Ups
Joshua Gans, Erin L. Scott,
and Scott Stern

60 LEADERSHIP

The Surprising
Power of Questions
Allison Wood Brooks
and Leslie K. John

80 ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Marketing in
the Age of Alexa
Niraj Dawar and Neil Bendle

130 STRATEGY

Managing
21st-Century
Political Risk
Condoleezza Rice and Amy Zegart



DOUBLE
ISSUE



AGILE AT SCALE

HOW TO CREATE A TRULY
FLEXIBLE ORGANIZATION

PAGE 88



Les startups infusent le monde économique

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

AGILITÉ



**Il n'y a pas d'agilité, il n'y
a que des preuves d'agilité**

Inspiré de Pierre Reerdy (1889-1960)





SCRUM



SCRUM
n'est
PAS
une
méthode

**SCRUM : modèle,
cadre, framework,
structure, principe,
règle du jeu
c'est l'utilisateur qui
décide quoi faire**

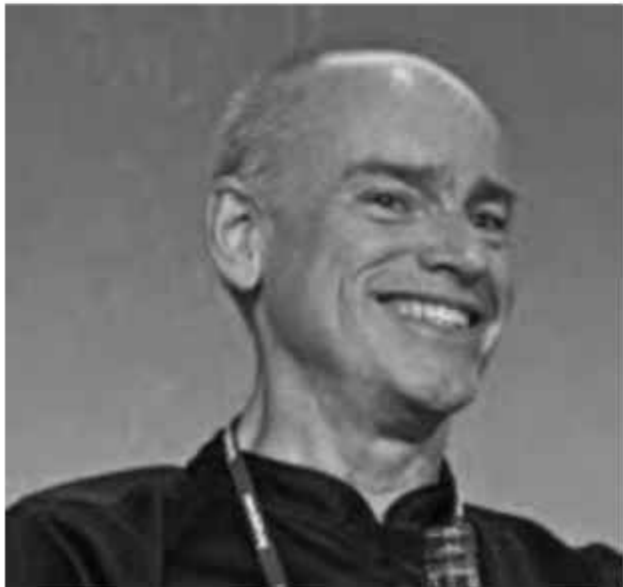


About the creators of Scrum



Jeff Sutherland

Jeff is the co-creator of Scrum and a leading expert on how the framework has evolved to meet the needs of today's business...



Ken Schwaber

Ken Schwaber co-developed the Scrum process with Jeff Sutherland in the early 1990s to help organizations...



RESOURCES

[View All Resources](#)

[What is Scrum?](#)

[...for Scrum Masters](#)

[...for Product Owners](#)

[...for Development Team
Members](#)

[...for Leaders](#)

[The Scrum Guide](#)

[Scaling Scrum with Nexus](#)

[Scrum with Kanban](#)

[Evidence Based Management
\(EBM\)](#)

[Webcasts](#)

[Videos](#)



Le Guide Scrum™

Le Guide de Référence de Scrum:
Les Règles de Jeu



Novembre 2017



Développé and maintenu par les créateurs de Scrum: Ken Schwaber et Jeff Sutherland

Table des Matières

But du Guide Scrum	3
Définition de Scrum.....	3
Usages de Scrum	3
Théorie de Scrum	4
Valeurs Scrum.....	5
Équipe Scrum.....	6
Le Product Owner.....	6
L'équipe de Développement.....	7
Le Scrum Master	7
Les événements Scrum	9
Le Sprint.....	9
Planification du Sprint.....	10
Daily Scrum.....	12
Revue de sprint	13
Rétrospective de Sprint.....	15
Les artefacts de Scrum	15
Backlog Produit	15
Backlog Sprint.....	16
Incrément	17
Artefact de Transparence.....	17
Définition de « Fini »	18

Certifications by Scrum Team Role

SCRUM MASTER TRACK



Certified ScrumMaster®

Intro course for those wishing to fill the role of Scrum Master or Scrum team member.

Prerequisite: none

[Find a course →](#)



Advanced Certified ScrumMaster

Advanced course for Scrum Masters who have one or more years of work experience in that role.

Prerequisite: CSM

[Find a course →](#)



Certified Scrum Professional®-ScrumMaster

Pinnacle course for experts wishing to develop mastery of

PRODUCT OWNER TRACK



Certified Scrum Product Owner®

Intro course for those who are closest to the "business side" of the project.

Prerequisite: none

[Find a course →](#)



Advanced Certified Scrum Product Owner

Advanced course for Product Owners who already have one year of experience on a Scrum team.

Prerequisite: CSPO

[Find a course →](#)



Certified Scrum Professional®-Product Owner

Pinnacle course for experts

DEVELOPER TRACK



Certified Scrum Developer®

Intro course for software developers (programmers) who are building software in a Scrum environment.

Prerequisite: none

[Find a course →](#)



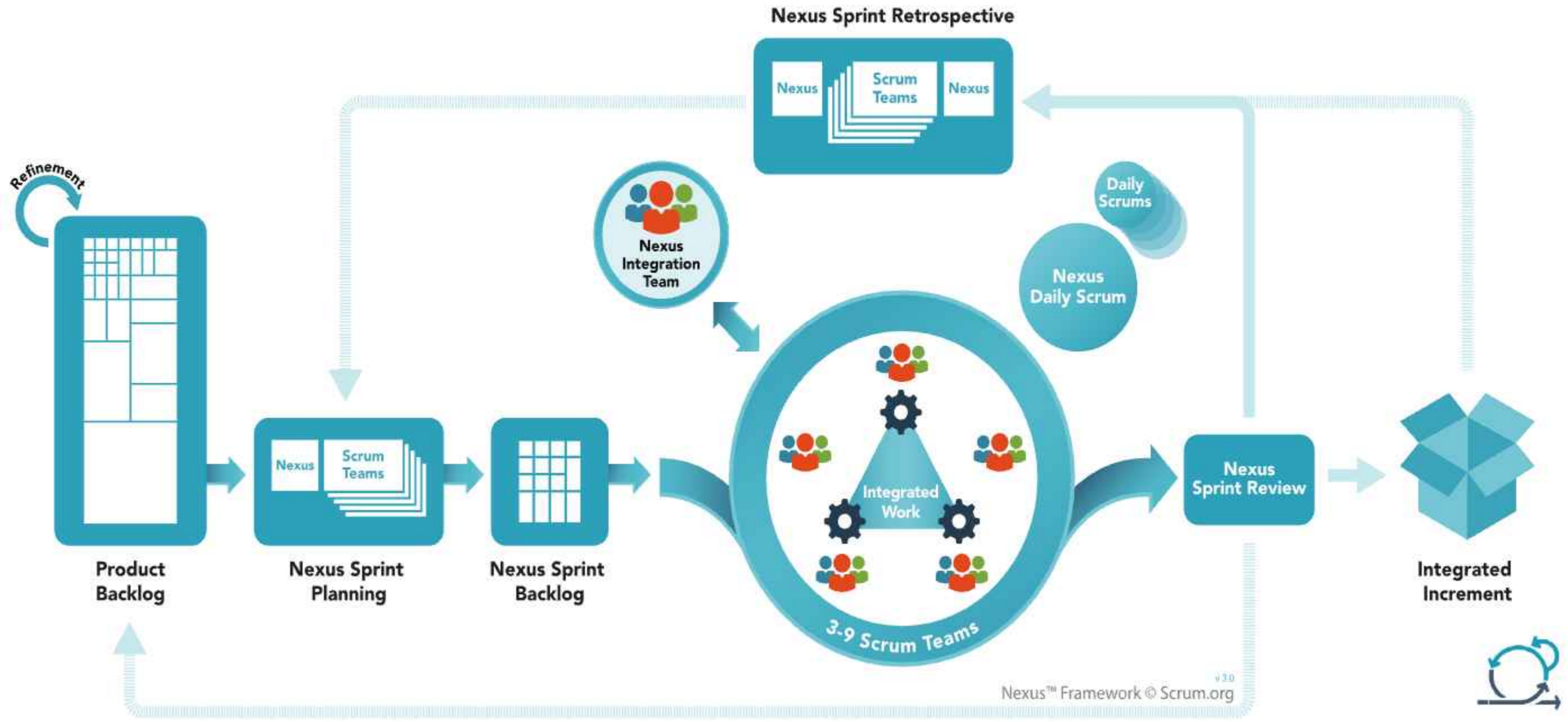
Certified Scrum Professional®

Certified Scrum Professional for Developers

Prerequisite: active CSD

[Find a course →](#)

NEXUS™ FRAMEWORK



Find a Course

Course

Country

Month

Go

Remote-Enabled SAFe Tools to respond to change

- Remote SAFe Training
- Distributed PI Planning
- SAFe Summits and Events

Learn More

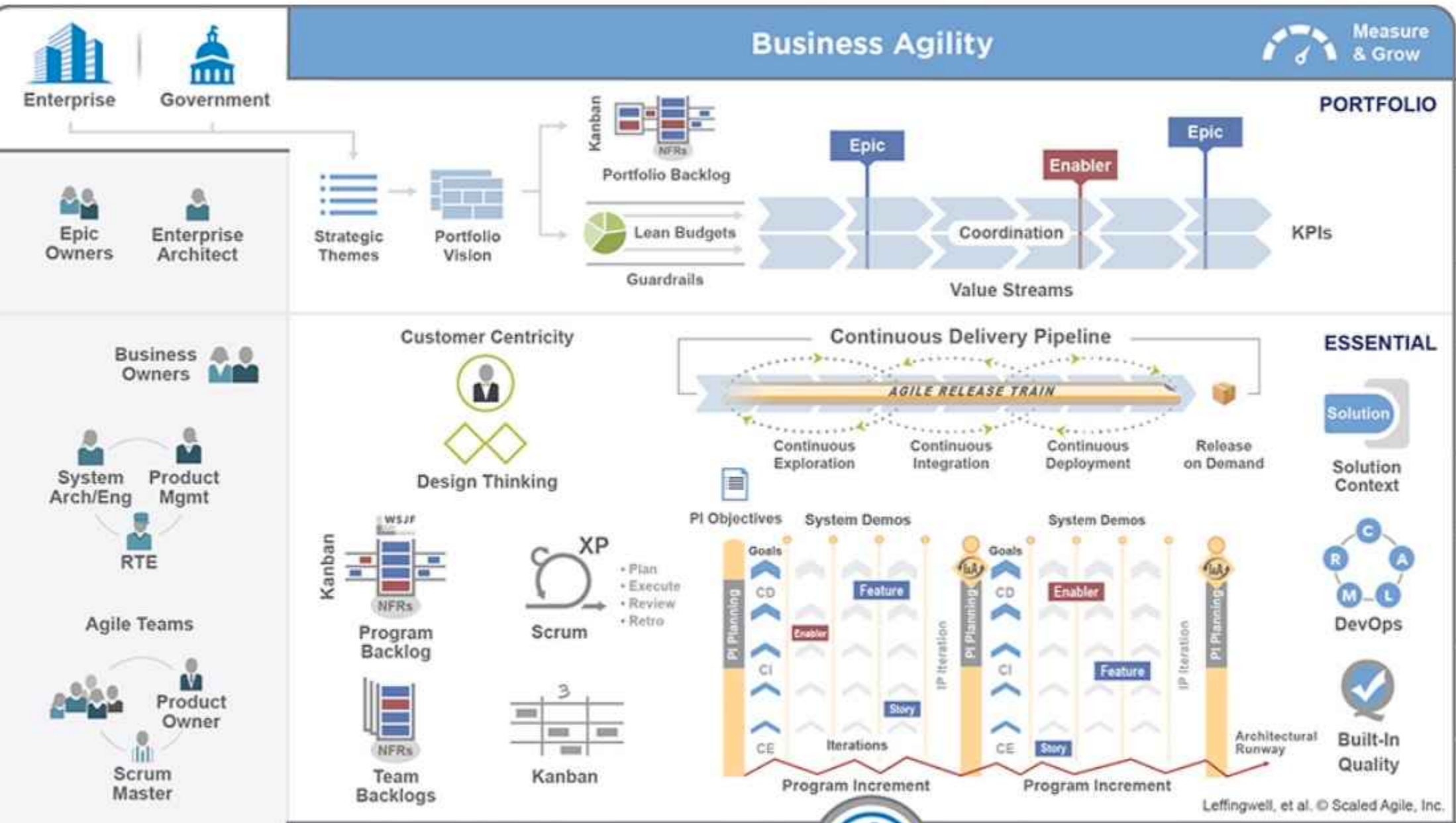


Guiding the Lean Enterprise

Business Agility

Measure & Grow

- Organizational Agility
- Lean Portfolio Management
- Agile Product Delivery
- Team and Technical Agility
- Continuous Learning Culture



- Vision
- Roadmap
- Milestones
- Shared Services
- CoP
- System Team
- Lean UX
- Metrics

Business | Dev | Ops | Support

Core Values | Lean-Agile Mindset | SAFe Principles | Implementation Roadmap | SAFe Program Consultant

Lean-Agile Leadership

5.0



Enterprise Solution Delivery

- Apply Lean system engineering to build really big systems
- Coordinate and align the full supply chain
- Continually evolve live systems



Lean System and Solution Engineering



Coordinating Trains and Suppliers



Continually Evolve Live Systems

Lean Portfolio Management

- Align strategy, funding, and execution
- Optimize operations across the portfolio
- Lightweight governance empowers decentralized decision-making



Agile Product Delivery

- The customer is the center of your product strategy
- Develop on cadence and release on demand
- Continuously explore, integrate, deploy, and innovate



Customer Centricity & Design Thinking



Develop on Cadence Release on Demand



DevOps and the Continuous Delivery Pipeline



Organizational Agility

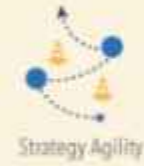
- Create an enterprise-wide, Lean-Agile mindset
- Lean out business operations
- Respond quickly to opportunities and threats



Lean-thinking People and Agile Teams



Lean Business Operations



Strategy Agility

Team And Technical Agility

- High-performing, cross-functional, Agile teams
- Business and technical teams build business solutions
- Quality business solutions delight customers



Agile Teams



Teams of Agile Teams



Built-in Quality

Lean-Agile Leadership

- Inspire others by modeling desired behaviors
- Align mindset, words, and actions to Lean-Agile values and principles
- Actively lead the change and guide others to the new way of working



Leading by Example



Mindset & Principles



Leading Change

Continuous Learning Culture

- Everyone in the organization learns and grows together
- Exploration and creativity are part of the organization's DNA
- Continuously improving solutions, services, and processes is everyone's responsibility



Learning Organization



Innovation Culture

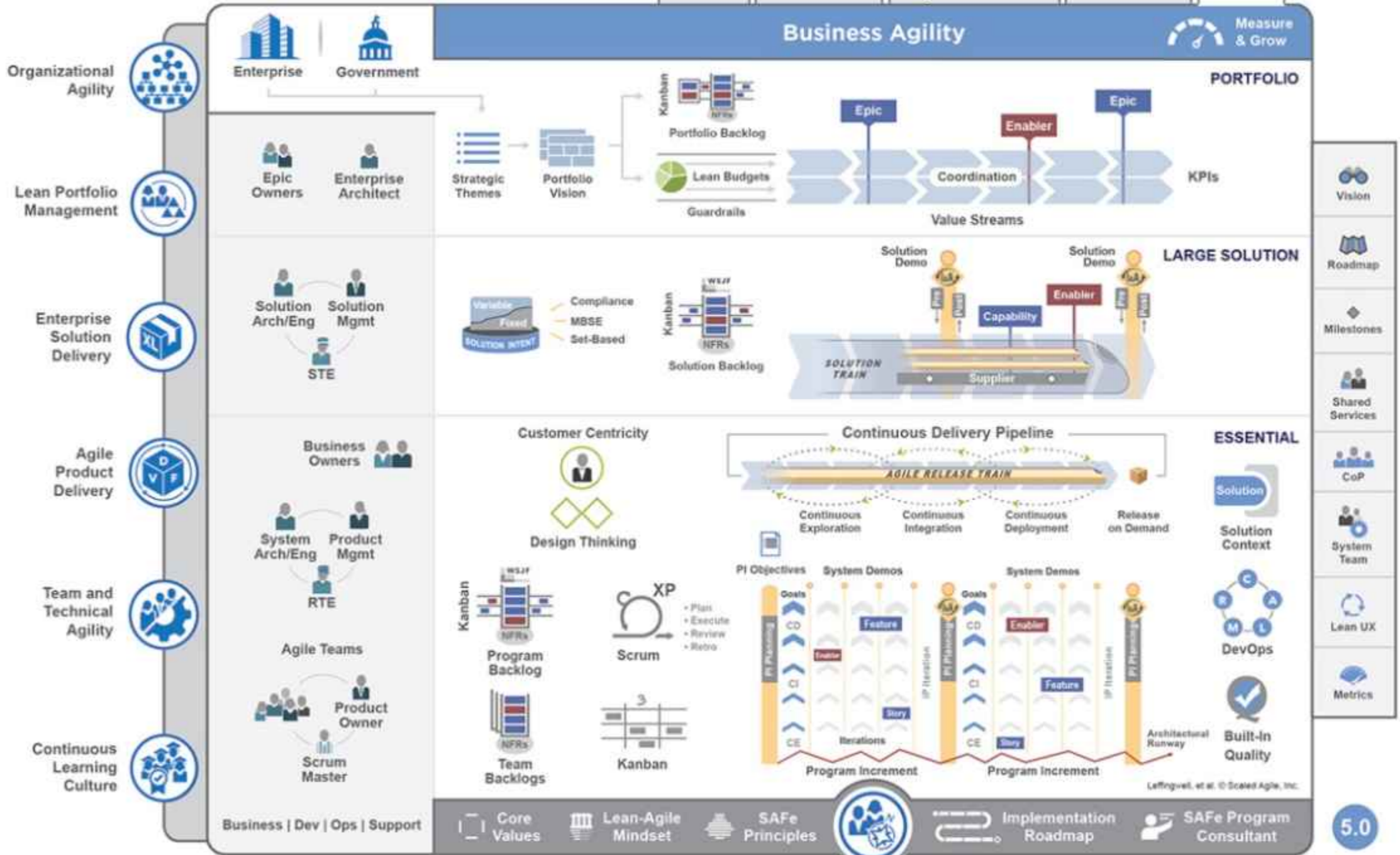


Relentless Improvement

SAFe® for Lean Enterprises 5.0

Select Configuration

- Overview
- Essential SAFe
- Large Solution SAFe
- Portfolio SAFe
- Full SAFe



PILIERS

Transparence

Inspection

Adaptation



Valeurs
Commitment
Focus
Openness
Courage
Respect





COURAGE

Scrum Team members have courage to do the right thing and work on tough problems

FOCUS

Everyone focuses on the work of the Sprint and the goals of the Scrum Team

COMMITMENT

People personally commit to achieving the goals of the Scrum Team

RESPECT

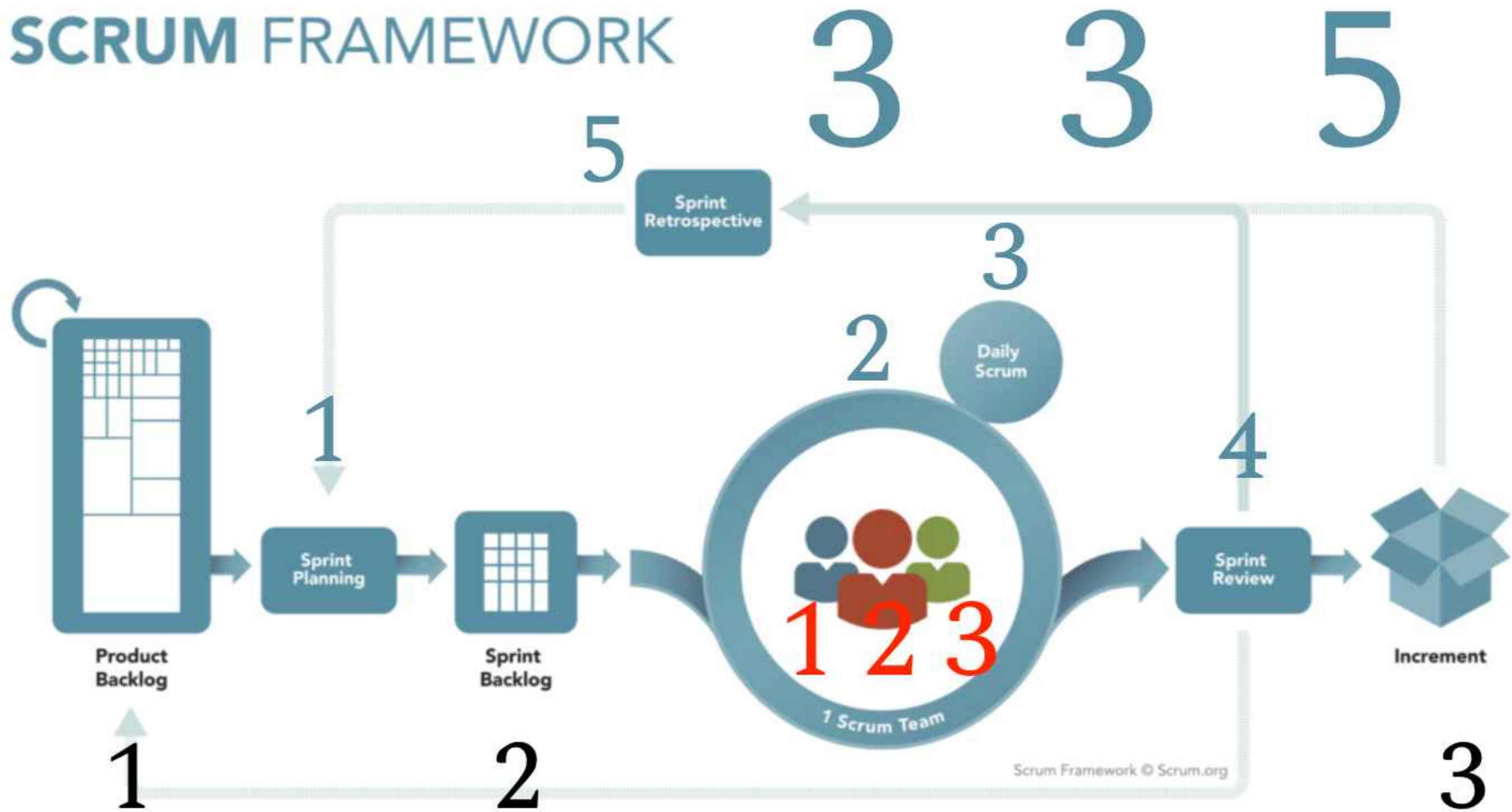
Scrum Team members respect each other to be capable, independent people

OPENNESS

The Scrum Team and its stakeholders agree to be open about all the work and the challenges with performing the work



SCRUM FRAMEWORK



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)

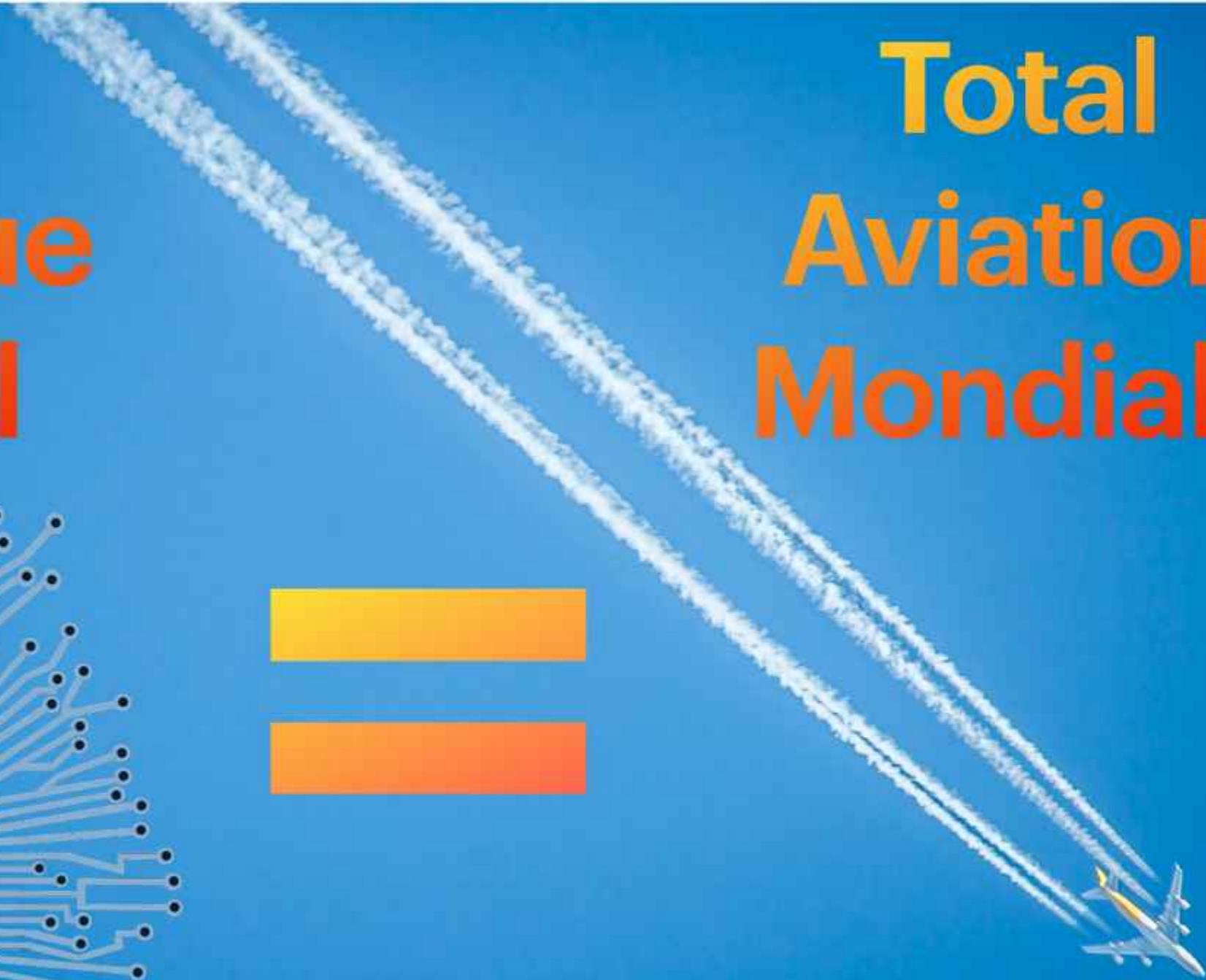
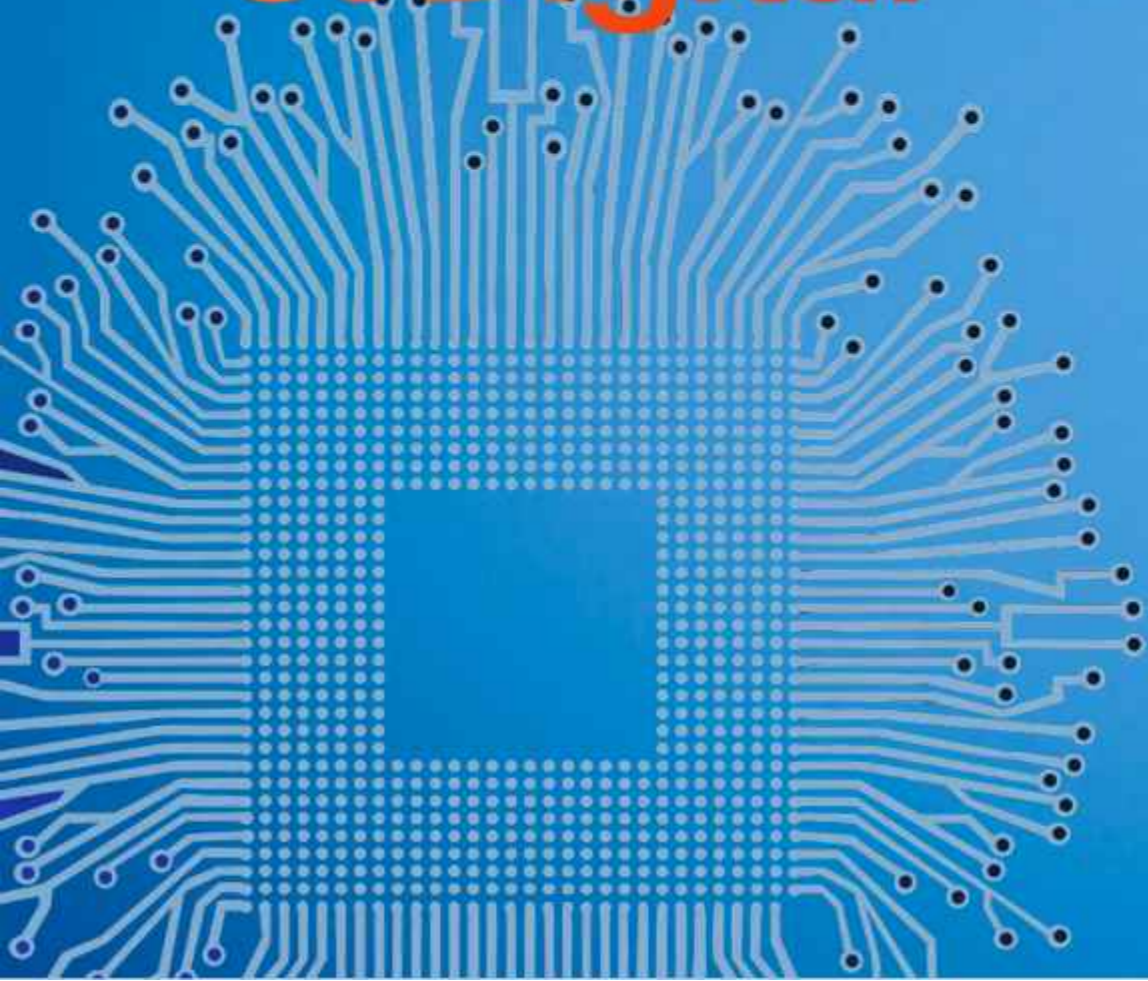


ÉVÉNEMENTS (5)
SPRINT
Planning de sprint
Daily meeting (15mn)
Revue de sprint
Retrospective



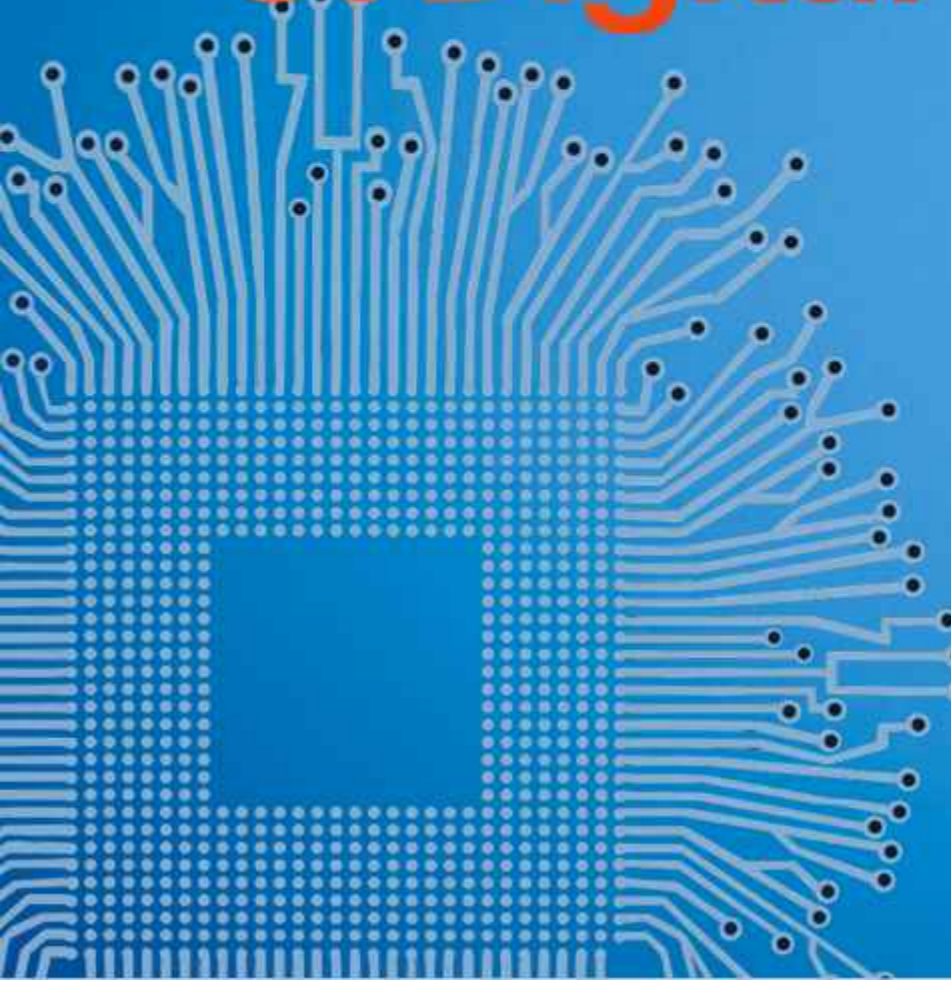
**Monde
Numérique
et Digital**

**Total
Aviation
Mondiale**



Monde Numérique et Digital

Total Aviation Mondiale



2021







OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

1 PAS DE PAUVRETÉ



2 FAIM «ZÉRO»



3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



4 ÉDUCATION DE QUALITÉ



5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES



6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT



7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE



8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE



10 INÉGALITÉS RÉDUITES



11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES



12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



14 VIE AQUATIQUE



15 VIE TERRESTRE



16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES



17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS



Build your future
with a career at
MindGeek

If you enjoy working in a fast paced environment and collaborating side by side with the industry's best talent, then we'd like to meet you.

[Apply Now](#)

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 ?

Preview



Preview



小红书 你的生活指南
2亿人的生活经验，都在小...

Open

5.2K RATINGS 4.9 ★★★★★

AGE 12+ Years Old

CHART No.91 Social Networkin

Events
HAPPENING NOW

11.11 小红书 买买节
看直播'买到挑好的'
跨店每满300减50 /

LIVE EVENT
小红书双十一买买节
上小红书，看买手直播，买到挑好的！

小红书 - 你的生活指南
2亿人的生活经验，都在...

Open

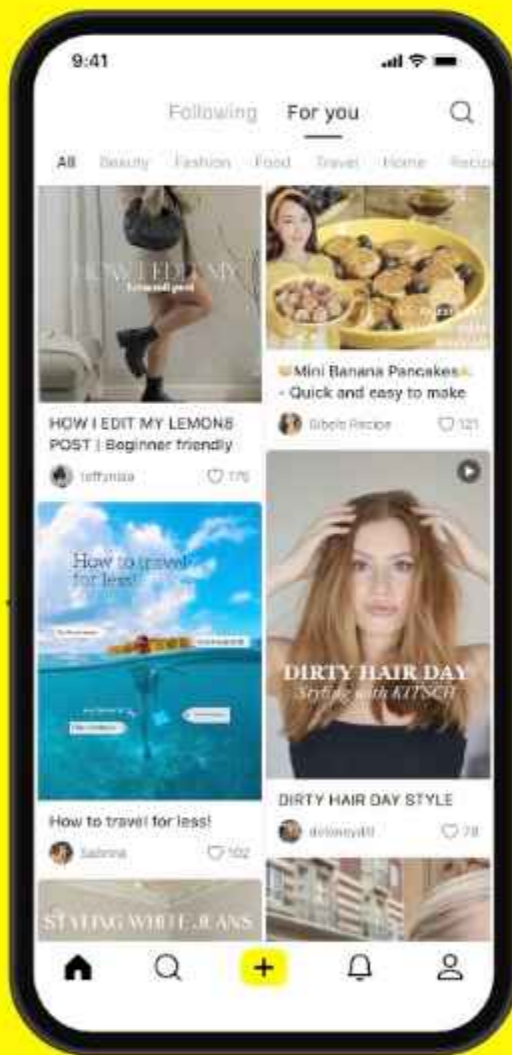
RED for KOL

XHS
XiaoHongShu
xiǎohóngshū

小红书
Little Red Book

lemons

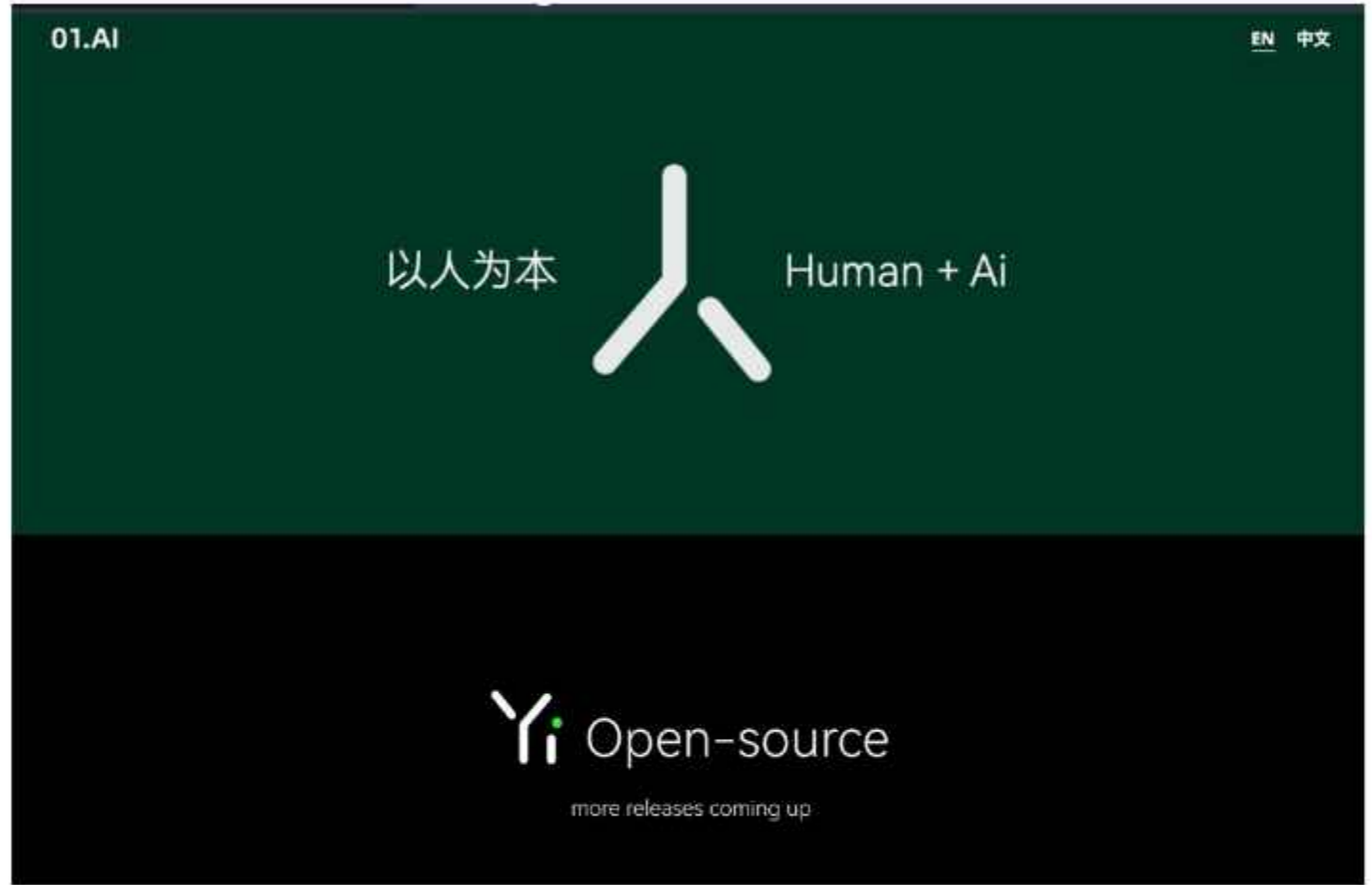
English



Fresh discoveries every day

Fashion
Beauty
Travel
And more





AI
SUPER-
POWERS
CHINA,
SILICON VALLEY,
AND THE
NEW WORLD ORDER
KAI-FU LEE





Anguilla

Tuvalu

Tuvalu

“ FUTUR IMMÉDIAT POURQUOI L'OOH EST LE MÉDIA DE L'AVENIR ”

le 28.11.2023 de 9h30 à 12h30
au Studio Marigny

[D]OOH"
AY"

un événement :

Clear Channel

GRADY

JCDecaux

M media transports



CBNEWS

LA CB NEWSLETTER DU 07 NOVEMBRE 2023

[D]OOH"
AY"

un événement :

Clear Channel

GRADY

JCDecaux

M media transports

PHENIX GROUP

en partenariat avec :

ACPM

OptimaWay

CBNEWS

“ FUTUR IMMÉDIAT POURQUOI L'OOH EST LE MÉDIA DE L'AVENIR ”

au Studio Marigny
le 28.11.2023
de 9h30 à 12h30



Clef de voûte

S'abonner

DESCRIPTION

Apprentissages, méthodes, outils et conseils pour décoller en Product Management.

[Voir plus](#)

CPO
clé de voute
podcast
product manager



[Accède ici aux récaps écrits et à tous mes contenus \(+9000 abonnés\).](#)

lire plus



Propulsé par Ausha

[Mentions légales](#)

Clef de voûte



Laborie, CPO)

#76 - JobTeaser - Elle est CPO d'

00:24 / 58:22



Apple Podcasts



Spotify



Deezer



Podcast Addict



Google Podcasts



**CLEF
de VOÛTE**

Powered by
stellar
wearstellar.io

CPO
clé de voute
podcast
product manager



La Product Conf - LPC & LPCx

2,49 k abonnés

ACCUEIL

VIDÉOS

PLAYLISTS

COMMUNAUTÉ

CHAÎNES

À PROPOS



(FR) LPCx - Table ronde dédiée à l'UX Writing - par Audrey Hacq & Sophie Ianiro & Jérémy Barré

La Product Conf - LPC & LPCx · 1 k vues · Il y a 6 mois

Pour égayer cette fin année, nous nous sommes retrouvés autour d'une table ronde dédiée à l'UX Writing
👉 Pour explorer ce vaste sujet, nous sommes entourés de spécialistes ! -...

<https://www.youtube.com/c/LaProductConfLPCLPCx>

#prodconf



Mind the Product

14,3 k abonnés

S'ABONNER

ACCUEIL

VIDÉOS

PLAYLISTS

COMMUNAUTÉ

CHAÎNES

À PROPOS



Vidéos en ligne

▶ TOUT REGARDER



The Rise of Product Ops

384 vues · Diffusé il y a 2 jours



ProductTank Exeter #13 -
Teresa Torres - The What &...

457 vues ·
Diffusé il y a 1 semaine



ProductTank Birmingham:
Lessons from How we...

185 vues ·
Diffusé il y a 1 semaine



ProductTank Sydney:
Evangelising the Product...

205 vues ·
Diffusé il y a 1 semaine



ProductTank João Pessoa -
Product Backlog Building...

358 vues ·
Diffusé il y a 1 semaine




PT London June - PM
Careers

396 vues ·
Diffusé il y a 1 semaine

<https://www.youtube.com/channel/UCiT1BmYvOBsEvU9iw0076Sw>

#mtpcon



 Lacie
4.2₄₃



Black Mirror
NOSEDIVE (S03E01)
Entire History of you (S01E03)
Passeport Social : note de confiance
4 millions pax CN



Your Social Selling Index

Top Industry SSI rank
1%

Top Network SSI rank
2%

Current Social Selling Index ?



Four components of your score



People in your industry



Sales professionals in the Computer Software industry have an average SSI of 32.

You rank in the **top 1%**

No change since last week

People in your network



People in your network have an average SSI of 42.

You rank in the **top 2%**

▲ Up 1% since last week



Hubert Kratiroff
CDO at CX-convers & public speaker





Hubert Kratiroff

CDO at C4C, MyConnecting



THE

UI AND UX

DESIGN



Working Backwards

By Amazon



[Quora.com](#)


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 finished product. The press release is targeted at the end customer and contains information about the customer's problem, how current solutions are failing, 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 reading it then document 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.

The New York Times

What's Amazon's Secret?

Former executives at the tech giant give an inside account of its management culture in a new book.

 Give this article



Customer delight is our ultimate goal



Working Backwards



Insights, Stories,
and Secrets from
Inside Amazon

Colin Bryar
and Bill Carr

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

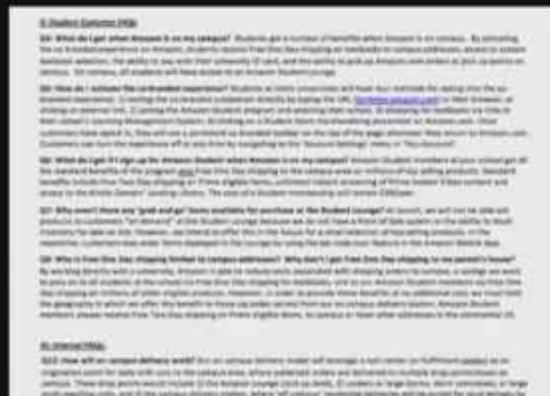


AWS financial

The FAQ



- Include both customer FAQs and stakeholder FAQs
- Include the hard questions
- Share your Press Release early to gather questions



The Visuals



- Rough idea – rough drawing
- Match fidelity to maturity of your idea
- Don't be afraid to be provocative
- Create discussion





Client Utilisateur

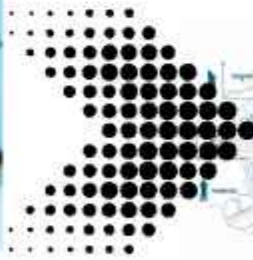
*prêt pour le départ
vers un monde meilleur*



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



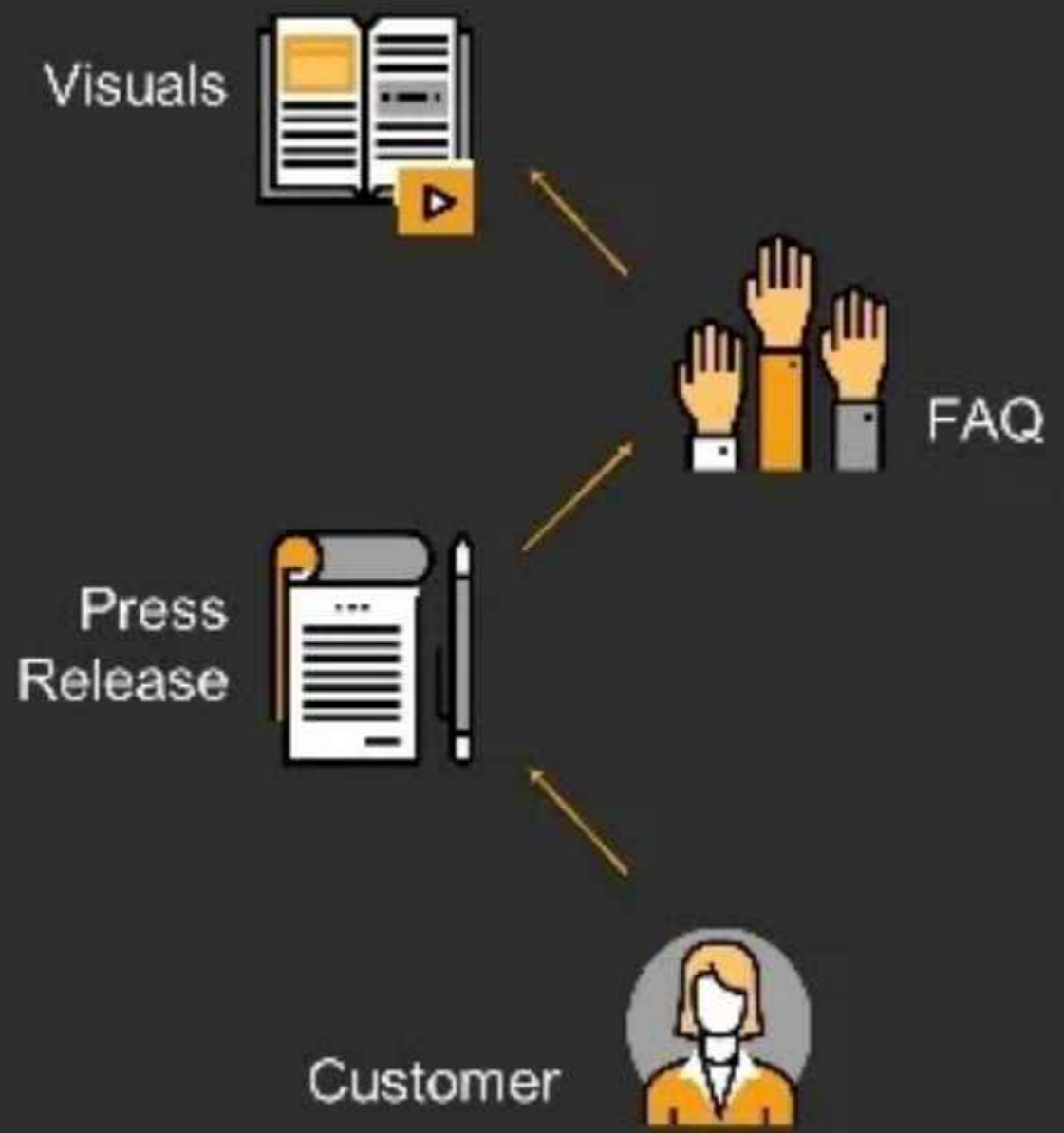
foire aux questions
*quelles seront les questions
des clients, utilisateurs...
Quelles réponses ?*



parcours client
*quand un client aura un
problème, comment le solutionner*

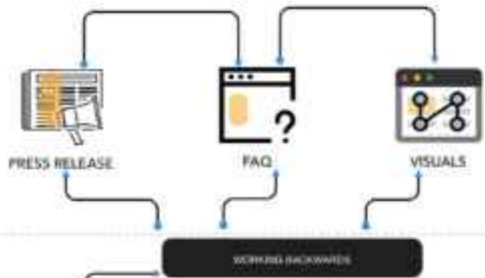


prototype
*essai de service ou produit
pour tests et modifications*



Working backwards is a process

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



OUTPUT

PROBLEM SOLUTION PROCESS

Understand : 5 Customer questions (8 min)

CUSTOMER CENTRIC FOCUS



- Who is the **customer**?
What is the **customer problem** or opportunity?
- What is the most important **customer benefit**?
How do you know what the customer need or want is?
- What does the **customer experience** look like?

Use 5 defining characteristics of customer to frame context & identity

Real names, context as much as possible (not persona definition though)

Use Crazy 8s (see TECHNIQUE)

Diverge: Generate Ideas (8 min)

THINK BIG



Identify the **most important** need from previous exercise
Use mixture of words and pictures (doodles?) to unlock!

Think **big**, think differently
Don't be **afraid of silly** ideas.

Converge: What is the most important idea



The Big idea is _____

The Most Important Customer Benefit is _____

PRESS RELEASE PROCESS

Create the mock press release

BEGIN WITH THE END IN MIND

Customer quote
Imagine what the customer will feel when he uses the solution.
Specific, Measurable and Credible

Idea Summary
2-3 lines
Most important benefit
List customer centric benefit.

Headline
Short & Compelling

TECHNIQUE

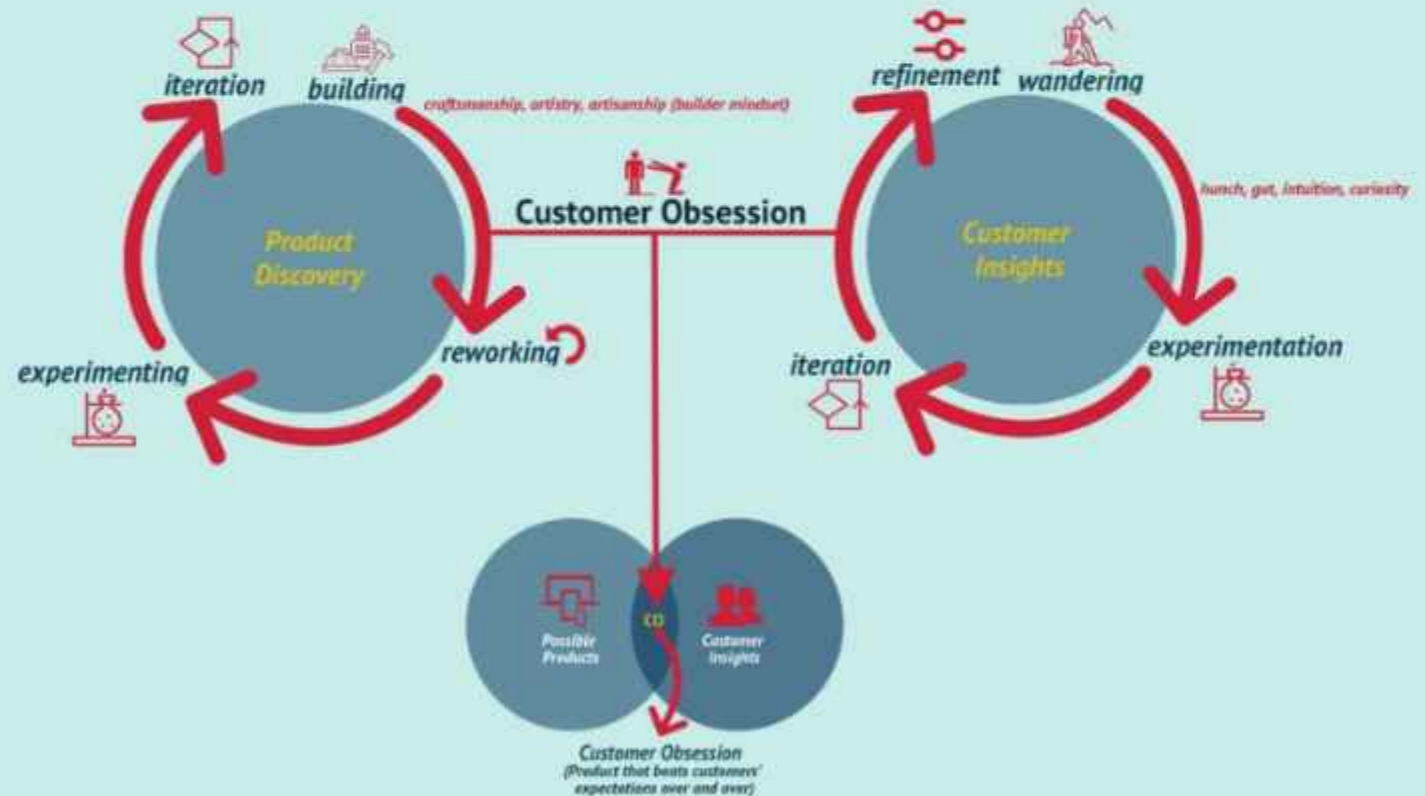
Technique: Crazy 8s

TIME BOX

- Take a paper
- Fold to 8 sections
- Set timer to 8 min
- Sketch 1 problem/idea per box
- Move to the next box every **60** seconds

What Is Customer Obsession?

Customer obsession goes beyond quantitative and qualitative data about customers, and it moves around customers' feedback to gather valuable insights. Those insights start by the entrepreneur's wandering process, driven by hunch, gut, intuition, curiosity, and a builder mindset. The product discovery moves around a building, reworking, experimenting, and iterating loop.



CULTURE DESIGN CANVAS

Design a workplace culture that propels you into the future.

Team name:

AMAZON

Date:

8 DECISION-MAKING

How is authority distributed?
What methods do we use to make decisions?



3 PRIORITIES

Select the top three cultural priorities using even over statements:



(✓) a year is perfectly ok here in Amazon's playbook.

7 RITUALS

How do we celebrate our people, culture, and work?



9 MEETINGS

How do we convene and collaborate?



1 PURPOSE

Why do we exist?

To continually raise the bar of the customer experience by using the internet and technology

To help consumers find, discover and buy anything, and empower businesses and content creators to maximize their success.

2 VALUES

What do we believe in?



6 FEEDBACK

How do we help each other learn and grow?



10 NORMS & RULES

How do we clarify expected behaviors without hindering autonomy?



4 BEHAVIORS

What behaviors do we punish?



What behaviors do we reward?



5 PSYCHOLOGICAL SAFETY

How do we encourage everyone to speak up?
How do we promote participation and candor?

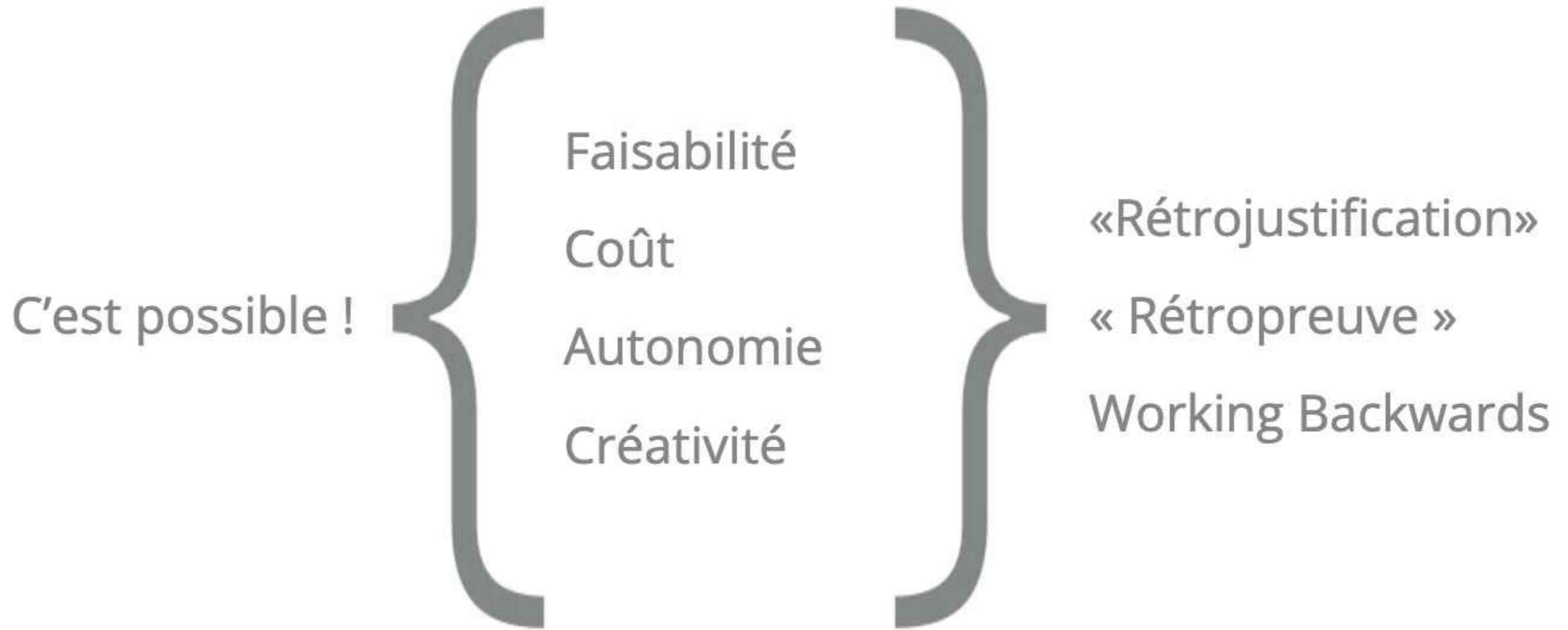


ATELIER / Working Backwards

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)



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 customers) 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.

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 résoudre 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 / répondant aux questions ou préoccupations courantes.



ISABELLE ROUHAN

en collaboration avec Clara-Doïna Schmelck

LES MÉTIERS DU FUTUR



Avocat augmenté, éducateur de robot, éthicien de l'IA,
médecin numérique, neuro-manager...
Prospectives et paroles d'experts

FIRST
EDITIONS

QUE FERONT NOS ENFANTS DEMAIN ?

Le futur, c'est demain. Avec les récents développements de l'intelligence artificielle, l'automatisation des tâches, l'internationalisation constante des marchés, la dématérialisation croissante des échanges, l'essor des services à la personne et l'accélération du freelancing, le marché du travail va connaître de profondes mutations dans les années à venir.

À quoi ressemblera le marché du travail dans 10, 20 ans ? Quels métiers exerceront nos enfants ? Dans quel environnement et pour combien de temps ?

Grâce à un fin travail d'analyse, les auteurs tentent l'exercice de la prospective et proposent, en donnant la parole à de nombreux experts, des fiches métiers pour le futur : avocat augmenté, éthicien de l'intelligence artificielle, éducateur de robot...

Un inventaire très stimulant, loin des idées reçues que l'on peut avoir sur le monde de demain, dont la lecture vous permettra d'y voir plus clair sur ces métiers qui n'existent pas encore ou pas dans cette forme.



Après 20 ans de carrière dans le monde des médias et de la communication (notamment chez Facebook), Isabelle Rouhan fonde en 2017 son cabinet de recrutement, Colibri Talent, spécialisé dans la transformation digitale. Elle a donc un poste d'observation avancé sur la transformation des entreprises et du marché du travail.

Clara-Doïna Schmelck est journaliste et philosophe, spécialiste des nouveaux médias.

Portrait : © Mat Beudet
Illustration : © Angélique Agesse

editionsfirst.fr

FIRST
EDITIONS

16€95





EBS PARIS

EUROPEAN BUSINESS SCHOOL