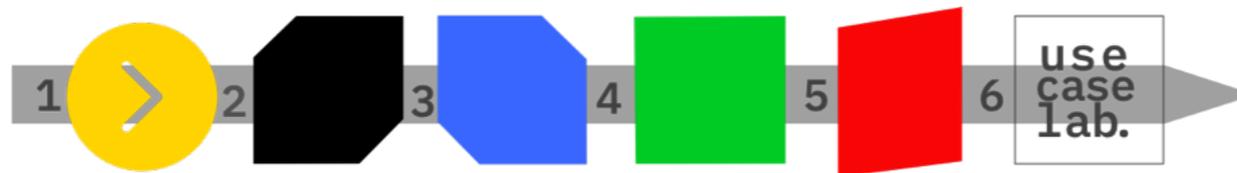


# Cas d'usages pour l'entreprise agile



Comment réagir aussi vite que vos partenaires et concurrents pour satisfaire vos clients rapidement et créer de la valeur ?

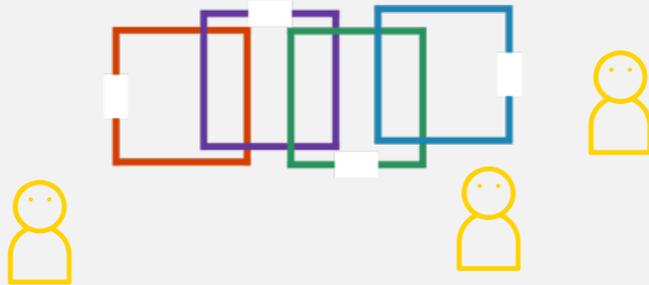


1

## Enjeux : Y a-t-il un besoin d'agir et ou ?

Le monde change plus vite, la crise de la Covid-19 et l'accélération de la digitalisation renforcent la nécessité de s'adapter

Identifier le faiblesses et opportunités de valeur



Y a t'il un risque de disruption ?  
Anticiper , corriger, mais où ?

1

## Enjeux : Y a-t-il un besoin d'agir et où ?

*Je regarde l'écosystème de mon entreprise*

*J'identifie les endroits de la chaine de valeur où il y a des risques de changement rapide, en raison de la demande changeante, de l'apport des technologies, ou de nouvelles formes d'acteurs agiles, partenaires ou concurrents*

2

## Découverte : Sur quelle activité de l'entreprise agir immédiatement ?

La création de nouveaux produits, un nouveau parcours client sont deux actions avec impact rapide

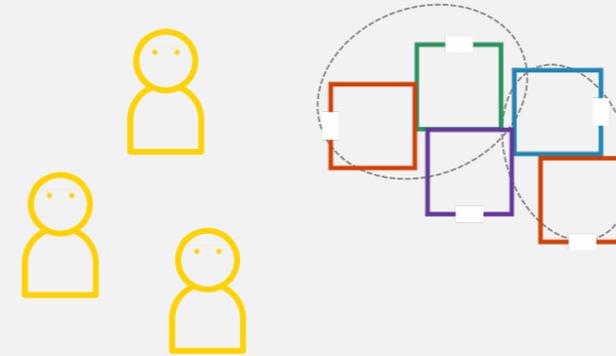
*Je comprends les bénéfices de la co-création de produits et services avec mes clients.*

*J'envisage un nouveau mode de création et d'adaptation produit, sur des marchés incertains, en approche itérative.*

*Je comprends les nouveaux parcours client et j'envisage une adaptation constante.*

2

Les cas d'usage et les familles de cas d'usage apportent des réponses rapides aux besoins émergents des entreprises

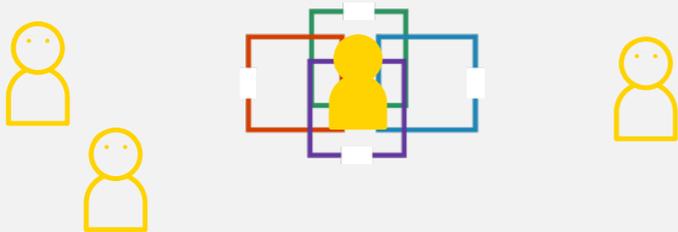


3

## Idéation A : J'agis sur les nouvelles opportunités

Je pars de quelques cas d'usage issus des profils métier de l'entreprise, promis par les nouvelles technologies et je commence à créer ...

Identifier les premiers cas avec plusieurs approches



*Que dois-je co-créer avec mes clients,  
pour mes clients ?*

3

## Idéation : J'identifie les opportunités

*Je comprends les demandes métier de mon entreprise*

*Je connais les potentiels des nouvelles technologies*

*Je comprends la séquence agile cas d'usage, itération client, passage l'échelle, généralisation*

*Je commence à générer des cas d'usage soit par carte d'empathie, soit à partir de cas d'usage existants ...*

4

## Idéation B : je génère tout l'univers des possibles et regroupe

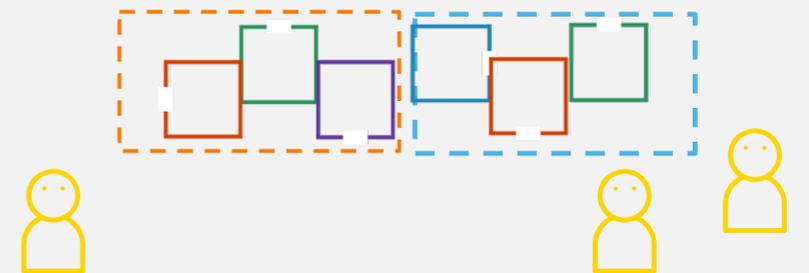
Je génère de nombreux cas regroupés ensuite en familles pertinentes ...

Idéation & regroupements : je génère l'univers des possibles et regroupe

*Je génère de nombreux cas par effet brainstorming collectif  
Je crée des familles de cas en atelier collectif  
Je vote sur les familles les plus pertinentes pour mes clients,  
pour mon entreprise*

4

Comprendre la possibilité d'action immédiate



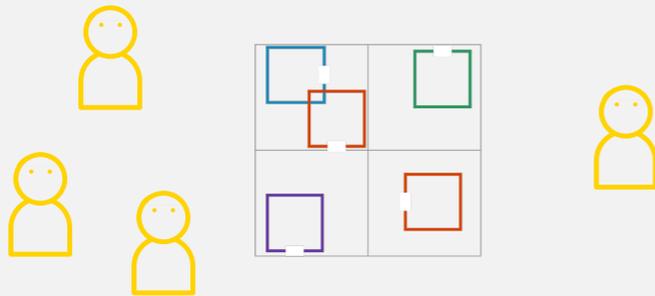
Quels sont les cas pertinents ?  
Quelle famille retenir pour la suite ?

5

## Évaluation : je comprends la valeur pour le client et l'entreprise

je comprends les axes de l'analyse, évalue collectivement et positionne

Évaluer et positionner les opportunités



Quelle est la valeur de l'opportunité ?  
Quel est la position relative de chaque cas ?

5

## Évaluation : je comprends la valeur pour le client et l'entreprise

*J'évalue les cas d'usage les plus prometteurs  
Je les positionne sur une matrice avec des axes sur critères  
endogènes et exogènes*

6

## Action : Je génère la proposition de valeur et le plan d'action

Je comprends les axes de l'analyse, évalue collectivement et positionne

Je génère la proposition de valeur et le plan d'action

*J'écris ma proposition de valeur et la teste*

*J'écris le plan d'action pour tester mes cas d'usages clés*

6

Evaluer et positionner les opportunités



*La proposition de valeur pour l'entreprise ses partenaires et l'écosystème est rédigée et proposée avec un plan d'action*

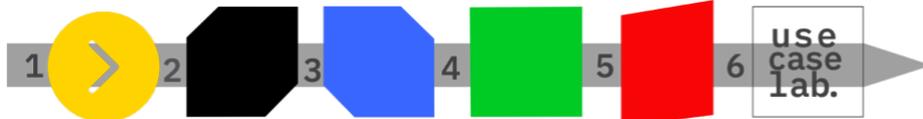
Quelle est la proposition de valeur?  
Quel plan d'action ?



A

## Offre de lancement A

Pour les acteurs en charge du développement de l'entreprise



A

### OFFRE A : éligibilité - situation client

#### Objet

Inventaire sur document et discussion

#### Pré requis

Description de la problématique client sur format en PJ, identification de cas d'usage (technologique, business model...) envoyé par mail 48h avant la réunion – Réponse aux trois questions du format type

#### Moyens

Étape 1 : Validation par mail (gratuite)

Étape 2 : Si 1 ok, entretien - payant

#### Livrable

Enjeux de l'entreprise et liste de cas candidats fournis par le client

#### Prix

Étape 1 : Gratuit

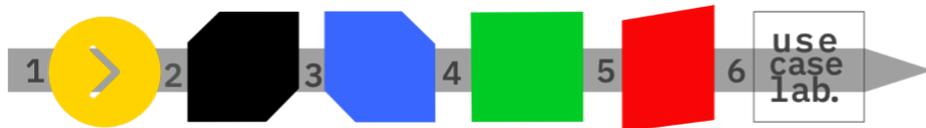
Étape 2 : Payant – 500 Euros déductible des phases suivantes



B

## Offre de lancement B

Pour les acteurs en charge du développement de l'entreprise



B

### OFFRE B : Découverte et analyse des cas d'usage client

#### Objet

Génération et analyse de cas d'usage client

#### Participants

Toutes personnes en charge du développement de l'entreprise

#### Pré requis

Description de la problématique ou de l'opportunité, des cas d'usage client déjà envisagés, sur format en PJ, envoyé par mail 48h avant la réunion

#### Moyens

Réunion téléphonique / visioconférence 2 à 3 heures

Utilisation d'outil de brainstorming

Invitation par le sponsor client, invitation des acteurs métiers de l'entreprise et acteur technique –

Participation possible de clients de l'entreprise

#### Livrables

Liste de cas d'usage, description, premier vote

#### Prix

2 500 Euros



## Offre de lancement C

Pour les acteurs en charge du développement de l'entreprise



### OFFRE C : Évaluation des cas d'usage prioritaires

#### Objet

Évaluer les cas d'usage prioritaires selon des critères client

#### Pré requis

Identification préalable par le client des enjeux et critères d'évaluation sur la base d'un format type

#### Moyens

Réunion téléphonique / visioconférence 2 à 3 heures

Utilisation d'outil de brainstorming

Invitation DSI et métier par l'entreprise

#### Livrables

Cas d'usage ou familles de cas d'usage priorisés sur une matrice

Plan d'action de premier niveau

#### Prix

3 500 Euros



# ANNEXES

