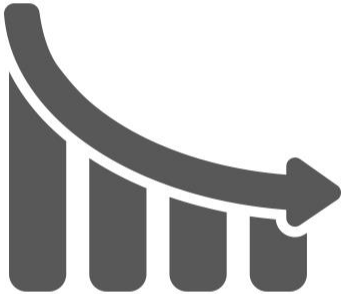
um.N Architech

Valeur unique de vos services

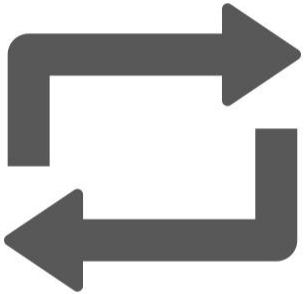
Image © Dave Gray

TRANSFORMATION NUMÉRIQUE PAR L'EXPÉRIENCE CLIENT

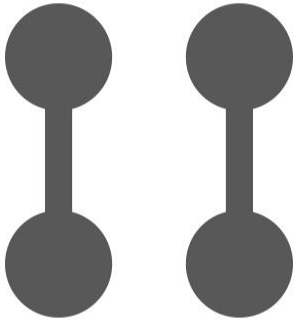
Tatiana Yakovenko, Business designer CX/UX



Pratiques erronées



Gestion de changements



Défis à affronter

UX : USER EXPERIENCE

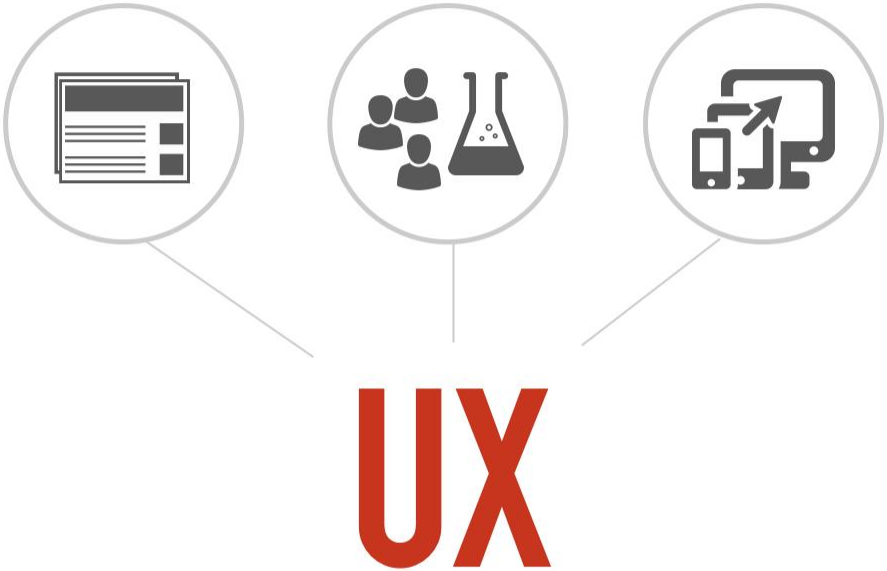
CX : CUSTOMER EXPERIENCE

ON ASSOCIE UX ET CX AVEC…

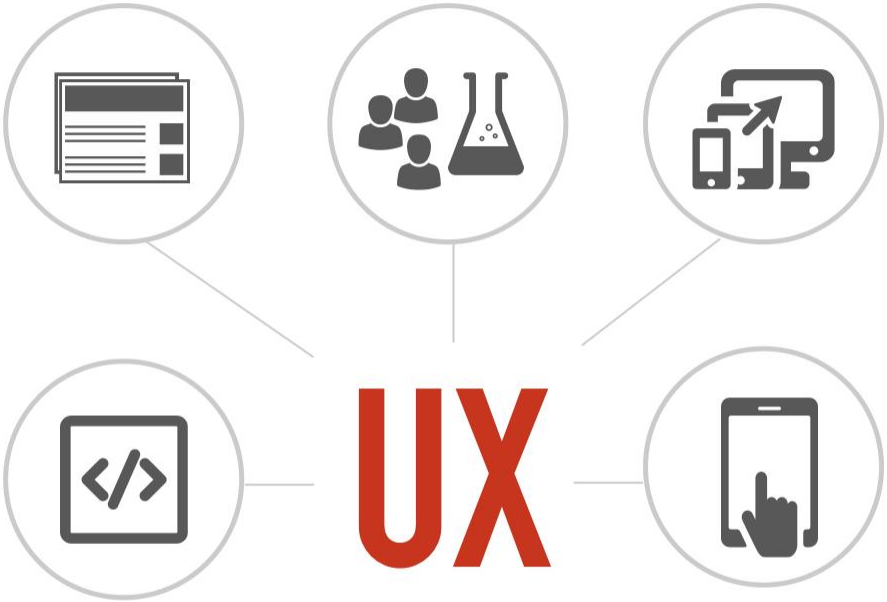
ON ASSOCIE UX ET CX AVEC…

UX

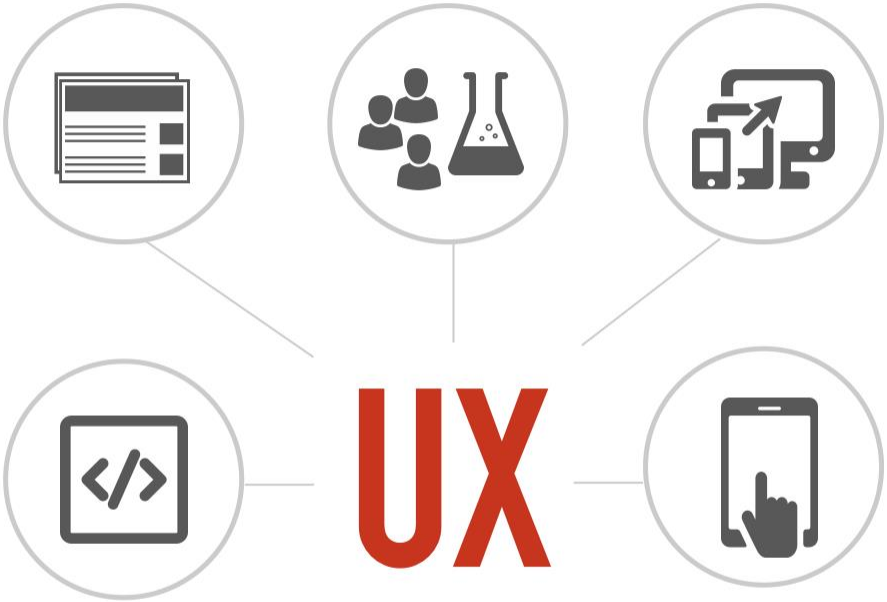
ON ASSOCIE UX ET CX AVEC…



ON ASSOCIE UX ET CX AVEC…



ON ASSOCIE UX ET CX AVEC…



CX

ON ASSOCIE UX ET CX AVEC…

ON ASSOCIE UX ET CX AVEC…

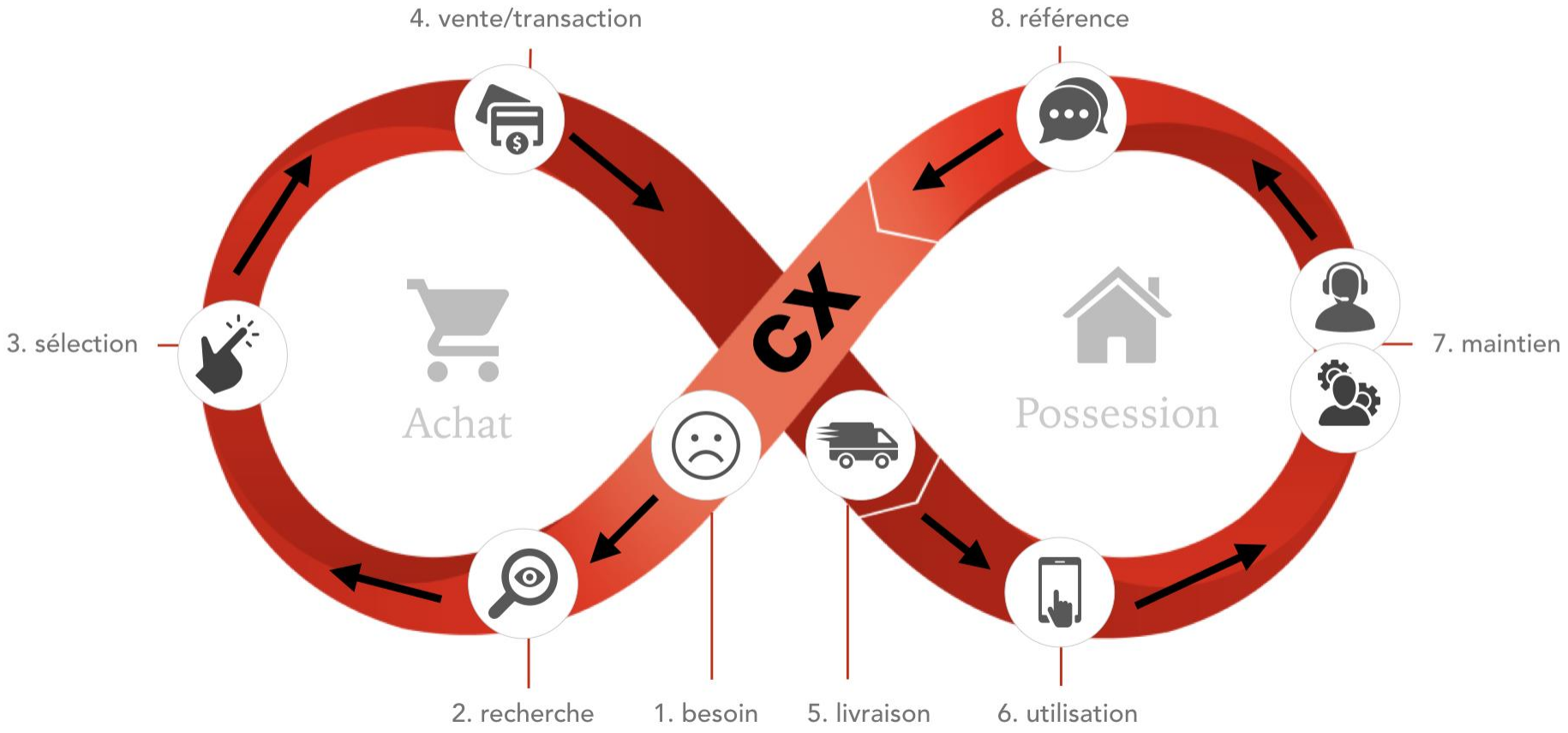
ON ASSOCIE UX ET CX AVEC…

ON ASSOCIE UX ET CX AVEC…

L’expérience client

désigne l’ensemble des **émotions** et **sentiments** ressentis par un client **avant, pendant et après l’achat** d’un produit ou service. C’est le résultat de l’ensemble d’interactions qu’un client peut avoir avec la marque ou l’entreprise.

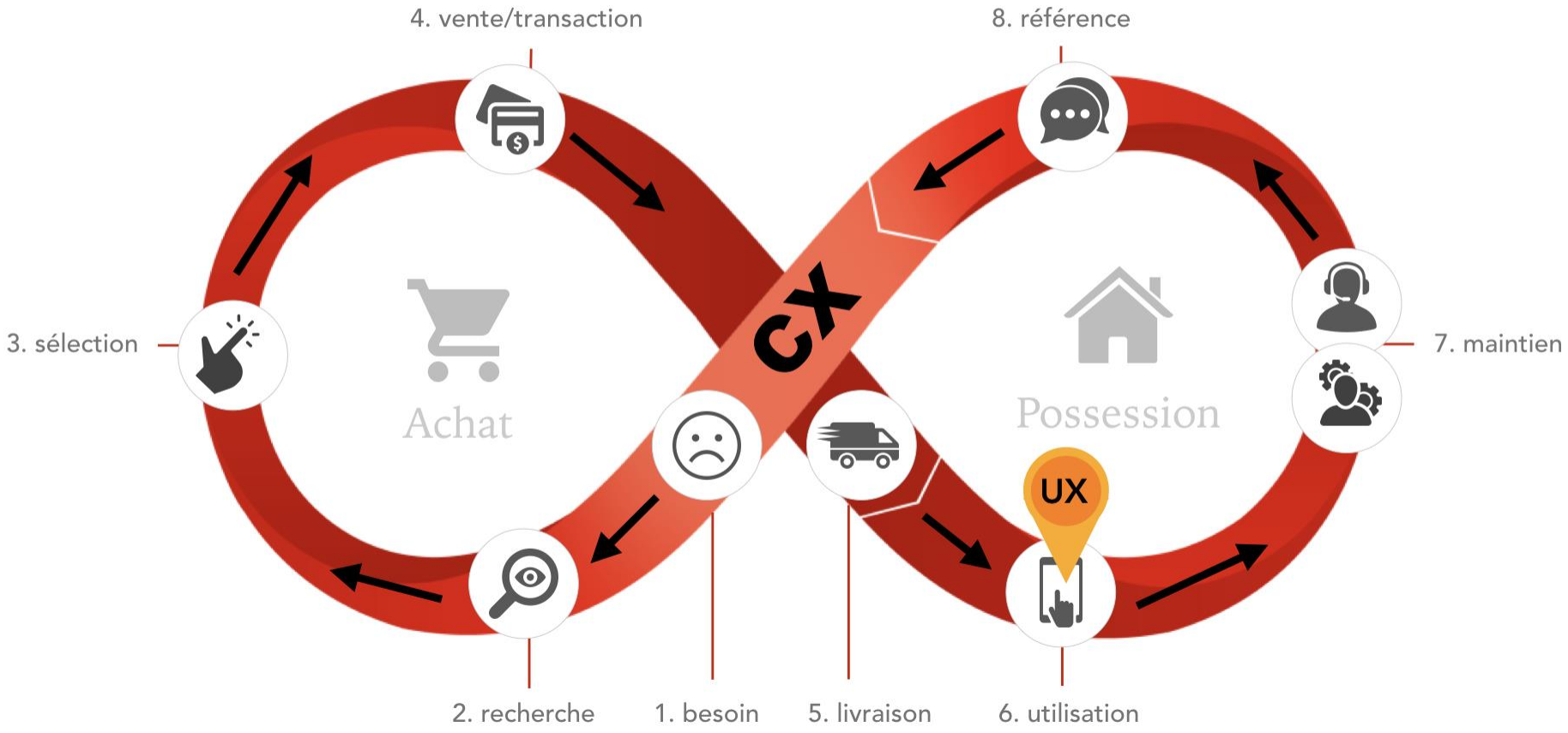
CYCLE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT



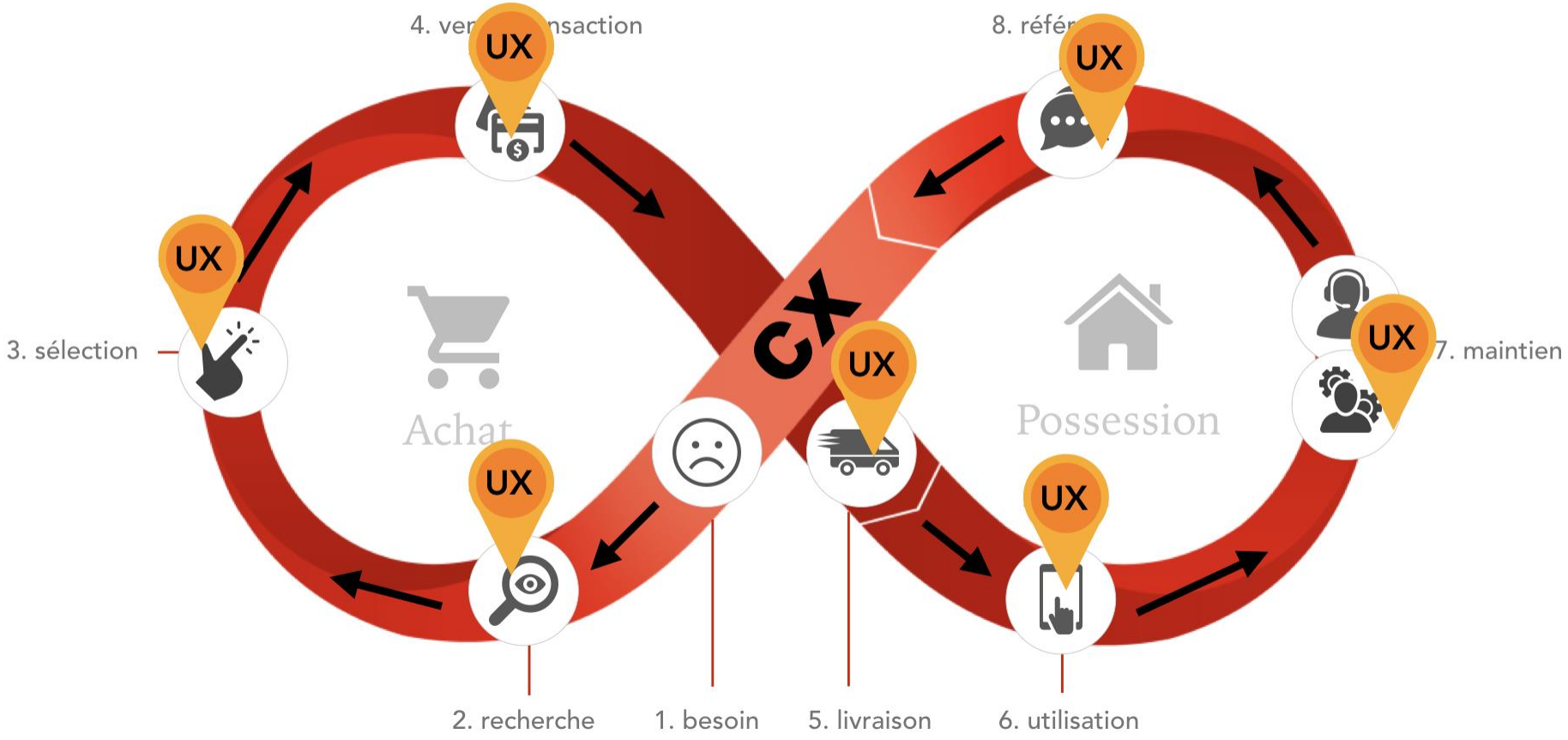
Expérience utilisateur

perceptions et réactions d’une personne qui résultent de l’utilisation effective et/ou anticipée d'un produit, système ou service. Expérience utilisateur inclut toutes les **émotions, convictions, préférences, perceptions, réactions physiques et psychologiques, comportements et réalisations** de ce dernier, qui interviennent avant, pendant et après l’utilisation.

CYCLE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT ET UX



CYCLE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT NUMÉRIQUE ET UX



RETOUR SUR L'INVESTISSEMENT EN CX/UX

Strategic Data Systems (2009). « Special Report : UX Business Impacts and ROI »

RETOUR SUR L'INVESTISSEMENT EN CX/UX

Réduction du coût de développement

↓ **80%** des erreurs imprévues
(20% - sont des bogues techniques)

Strategic Data Systems (2009). « Special Report : UX Business Impacts and ROI »

RETOUR SUR L'INVESTISSEMENT EN CX/UX

Réduction du coût de développement

↓ **47–66%** du codage total du projet

Strategic Data Systems (2009). « Special Report : UX Business Impacts and ROI »

RETOUR SUR L'INVESTISSEMENT EN CX/UX

Réduction du coût de développement

↓ **40%** de l'effort de développement

Strategic Data Systems (2009). « Special Report : UX Business Impacts and ROI »

RETOUR SUR L'INVESTISSEMENT EN CX/UX

Réduction de temps de production

↓ **33–50%** de cycles de développement des produits

Strategic Data Systems (2009). « Special Report : UX Business Impacts and ROI »

RETOUR SUR L'INVESTISSEMENT EN CX/UX

Croissance des revenus

37% de sociétés reconnues par leur succès en expérience utilisateur, surpassent en croissance boursière

Strategic Data Systems (2009). « Special Report : UX Business Impacts and ROI »

PRATIQUES ERRONÉES

Ou pourquoi la chasse à l'incompétence est inutile

« Il n’y a pas d’échec. Il n’y a que des abandons.

Albert Einstein

IEEE SPECTRUM, 2005

Why Software Fails

We waste billions of dollars each year on entirely preventable mistakes

By **ROBERT N. CHARETTE** Posted 2 Sep 2005 | 3:18 GMT

Photo: Graham Barclay/Bloomberg News/Landov

Market Crash: After its new automated supply-chain management system failed last October, leaving merchandise stuck in company warehouses, British food retailer Sainsbury's had to hire 3000 additional clerks to stock its shelves.

Have you heard the one about the disappearing warehouse? One day, it vanished--not from physical view, but from the watchful eyes of a well-known retailer's automated distribution system. A software glitch had somehow erased the warehouse's existence, so that goods destined for the warehouse were rerouted elsewhere, while goods at the warehouse languished. Because the company was in financial trouble and had been shuttering other warehouses to save money, the employees at the "missing" warehouse kept quiet. For three years, nothing arrived or left. Employees were still getting their paychecks, however, because a different computer system handled the payroll. When the software glitch finally came to light,

IEEE SPECTRUM, 2005

Join IEEE | IEEE.org | IEEE Xplore Digital Libr

IEEE SPECTRUM

Follow on:

Engineering Topics · Special Reports · Blogs · Mu

Feature | C

Why Soft

We waste billions of dollars
preventable mi

By ROBERT N. CHARETTE Posted 2 Sep 2005 | 3:18 GMT

Photo: Graham Barclay/Bloomberg News/Landov

Market Crash: After its new automated supply-chain management system failed last October, leaving merchandise stuck in company warehouses, British food retailer Sainsbury's had to hire 3000 additional clerks to stock its shelves.

Have you heard the one ab
warehouse? One day, it
physical view, but fro
well-known retailer'
system. A softwar
the warehouse's
destined for t
elsewhere,
languishe
financi
ware
"missing" warehouse kept quiet. For three years, nothing arrived or left. Employees were still getting their paychecks, however, because a different computer system handled the payroll. When the software glitch finally came to light,

erased
goods
were rerouted
at the warehouse
use the company was in
ouble and had been shuttering other
ouses to save money, the employees at the

Nous gaspillons des milliards de dollars chaque année sur **des erreurs totalement évitables**!

IEEE SPECTRUM, 2005

États Unis, 2004

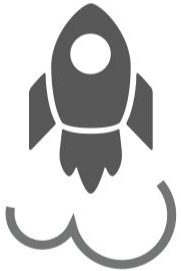
60–70 G $

Budget de logiciels
défaillants

CHARETTE, R.N. (2005). « Why Software Fails», IEEE Spectrum, 2 sept 2005.

IEEE SPECTRUM, 2005

Qu'est-ce qu'on peut faire avec 70 G $?

100x 

24

CHARETTE, R.N. (2005). « Why Software Fails», IEEE Spectrum, 2 sept 2005.

IEEE SPECTRUM, 2005

Australie, 2002

Sydney Water a abandonné son projet informatique à mi-chemin, après avoir dépensé

32 M $ US

CHARETTE, R.N. (2005). « Why Software Fails», IEEE Spectrum, 2 sept 2005.

IEEE SPECTRUM, 2005

Royaume Uni, 2004

Dépassement budgétaire du Services national de la Santé :

51 G $ UK's National Health Service Payé

14 G $ UK's National Health Service Prévu

CHARETTE, R.N. (2005). « Why Software Fails», IEEE Spectrum, 2 sept 2005.

Québec, 2016

Dépassement budgétaire du projet Capsule, libre-service Web de gestion d'études de l'Université Laval :

26 M $ CAPSULE, 2009
Université Laval

13 M $ CAPSULE, 2005
Université Laval

Québec, 2016

Sûreté du Québec abandonne le projet de Portail Web, après avoir travaillé pendant 2013 - 2016 et avoir investi

225 K $

BLANCHET, J.-F. (2016). « Pourquoi SAGIR coûtera 1,2 G$ et pas 570 M$ », Le journal de Montréal, 27 avril 2016.

Québec, 2016

Ministère de l'Économie abandonne le projet de services en ligne, après avoir travaillé pendant 2011 - 2016 et avoir investi

1,37 M $

BLANCHET, J.-F. (2016). « Pourquoi SAGIR coûtera 1,2 G$ et pas 570 M$ », Le journal de Montréal, 27 avril 2016.

Québec, 2016

Dépassement budgétaire du projet SAGIR de CSPQ :

12 G $ SAGIR, 2016 CSPQ

850 M $ SAGIR, 2002 CSPQ

BLANCHET, J.-F. (2016). « Pourquoi SAGIR coûtera 1,2 G$ et pas 570 M$ », Le journal de Montréal, 27 avril 2016.

POURQUOI

CE BORDEL INFORMATIQUE?

Ministère des Finances

Les besoins d'affaires ainsi que **le contexte technologique** qui sous-tendent ce projet **ont grandement évolué**, ce qui fait en sorte que la solution envisagée est remise en question.

Sûreté du Québec

C’était un projet qui générait **peu de valeur** en comparaison **de l’investissement**.

L’utilisation de technologies et de services partagés au sein du gouvernement et de **la réalité ministérielle** des secteurs d’affaires ont vu leurs priorités **modifiées** au cours des transformations ministérielles

Ministère de l'Économie

IEEE SPECTRUM, 2005

« Un projet informatique échoue habituellement lorsque la correction des erreurs dépasse le travail à la valeur ajoutée qui a été budgétisée.

CHARETTE, R.N. (2005). « Why Software Fails», IEEE Spectrum, 2 sept 2005.

IEEE SPECTRUM, 2005

« Les spécialistes du logiciel passent environ **40-50%** de leur temps sur **le retraitement évitable**.

CHARETTE, R.N. (2005). « Why Software Fails», IEEE Spectrum, 2 sept 2005.

IEEE SPECTRUM, 2005

« Le coût de la correction d'une erreur peut être **100 fois plus élevé** qu'il l'aurait été pendant la phase de développement.

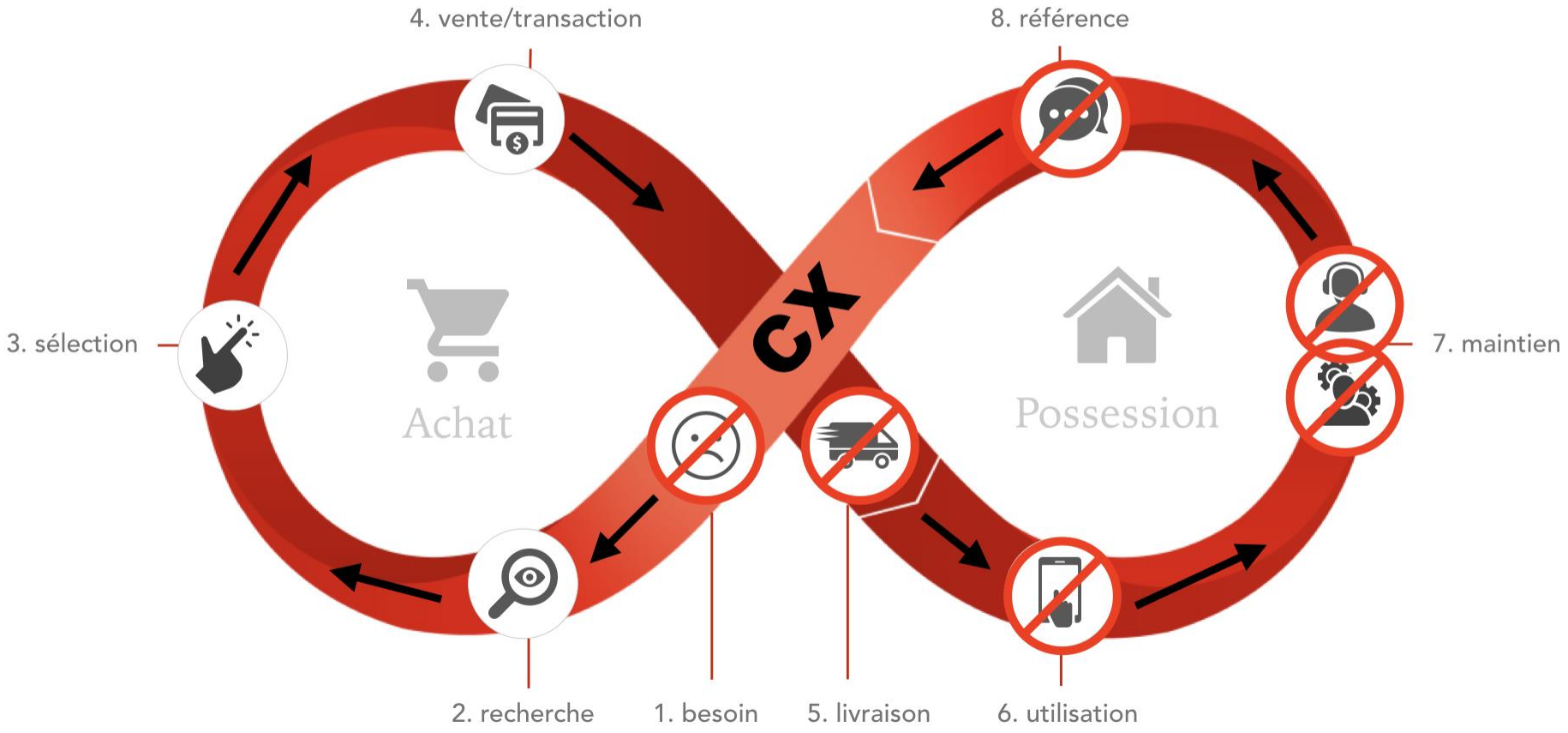
CHARETTE, R.N. (2005). « Why Software Fails», IEEE Spectrum, 2 sept 2005.

ISO 9241-210

« L'élaboration de systèmes fondés sur une **compréhension inappropriée** ou incomplète **des besoins de l'utilisateur** constitue l'une des principales sources de **défaillance** de ces derniers.

ISO 9241-210:2010, Ergonomie de l'interaction homme-système, §4.2, p.6

EXPÉRIENCE CLIENT EST UN CYCLE

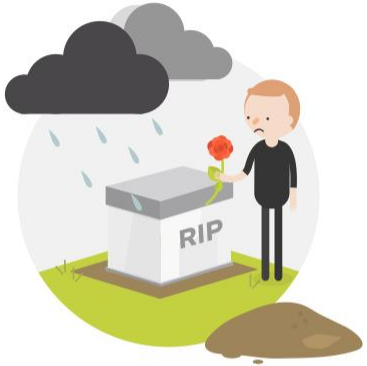


PROCESSUS DE DÉVELOPPEMENT DÉFAILLANT

- Planification financière sans la valeur ajoutée

- Réunions

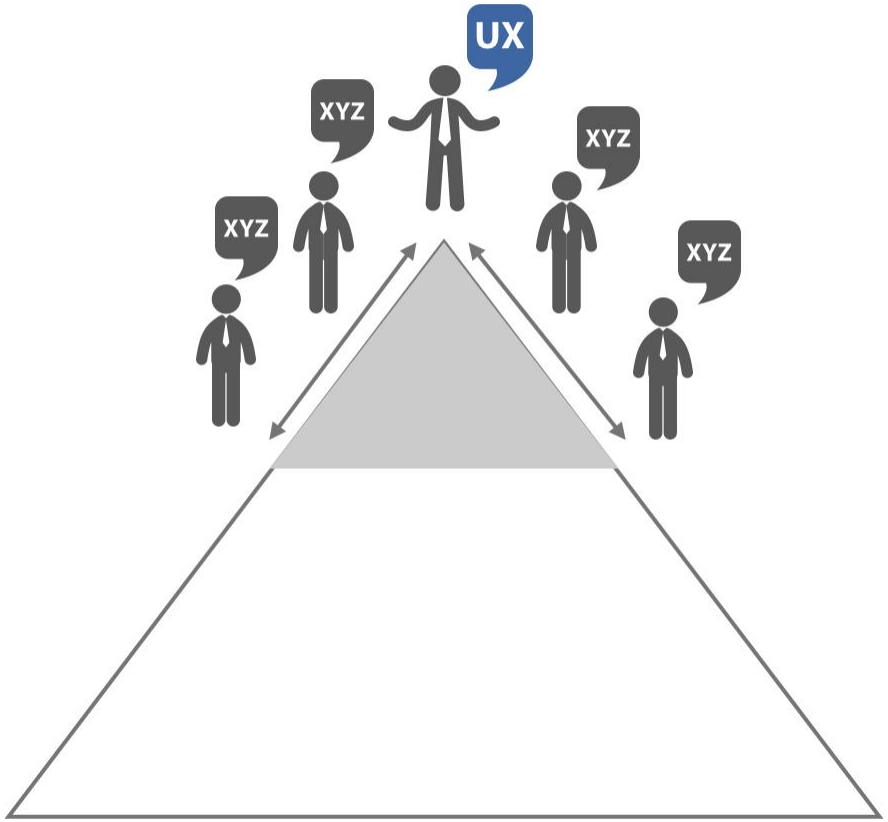
- Projets partis en fumée



- Déception

Illustrations : Strategyzer

GOUVERNANCE : 1. EN HAUT D'ÉCHELLE



um.N Architech
Valeur unique de vos services

L’approche clientèle renouvelée

Une des priorités au CSPQ

Mettre à l’avant-plan la satisfaction du client.

Comment y arriver

Simplement en se mettant à la place du client, pour bien comprendre ses besoins et lui offrir un service de qualité, dans le respect et la transparence.

Pour être un allié de choix pour sa clientèle

Le CSPQ mise sur une approche d’amélioration en continu de sa relation avec sa clientèle.

Centre de services partagés Québec

L'approche clientèle renouvelée

Une des priorités au CSPQ

Mettre à l'avant-plan la satisfaction du client.

Comment y arriver

Simplement en se mettant à l'écoute du client, pour bien comprendre ses besoins et lui offrir un service de qualité dans le respect et la transparence.

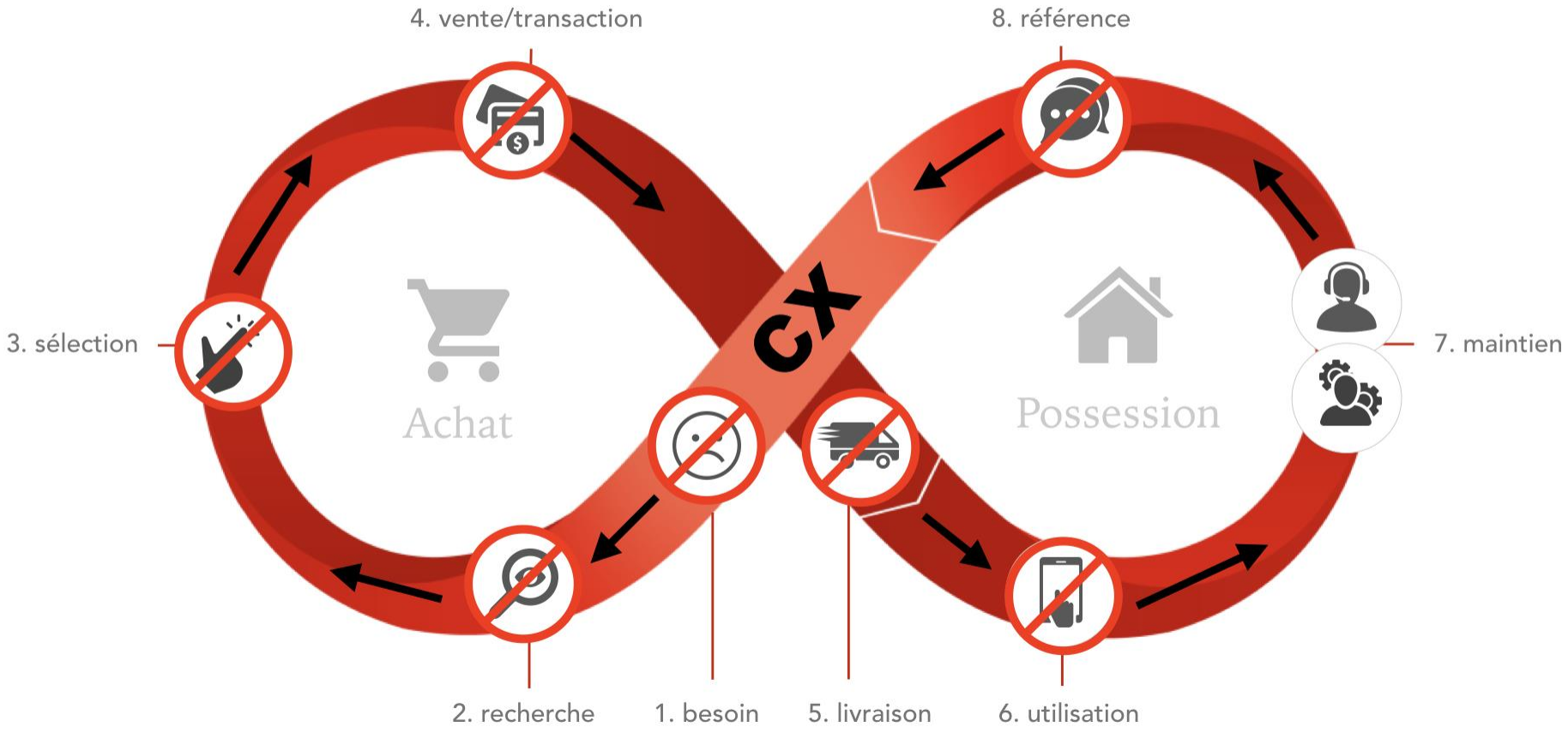
Pour être un guide de choix pour sa clientèle

Le CSPQ mise sur une approche d'amélioration en continu de sa relation avec sa clientèle.

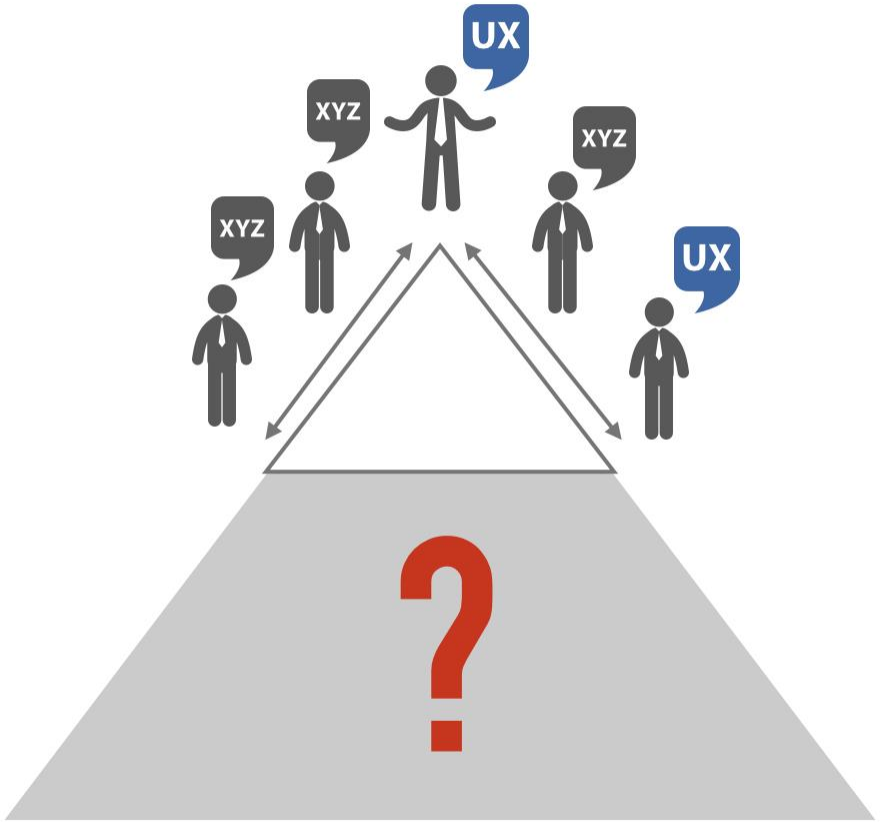
INSUFFISANT

Centre de services partagés Québec

EXPÉRIENCE CLIENT EST UN CYCLE

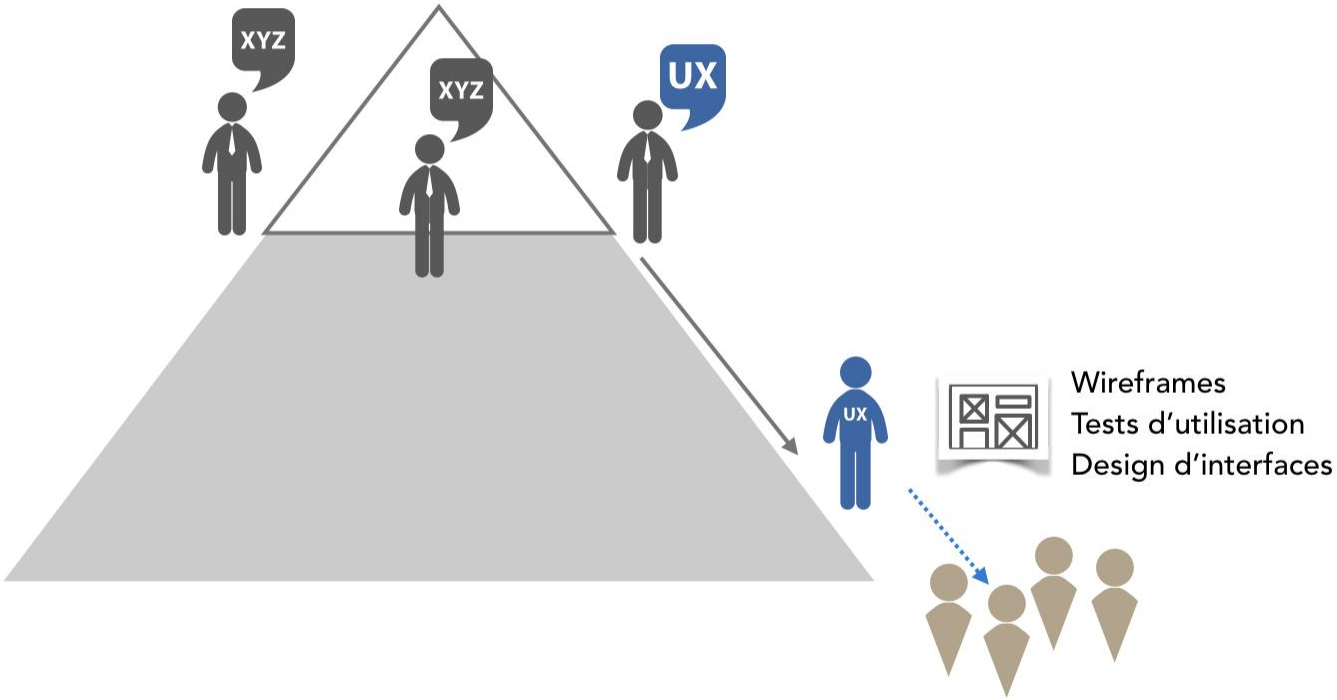


GOUVERNANCE : 2. EN BAS D'ÉCHELLE

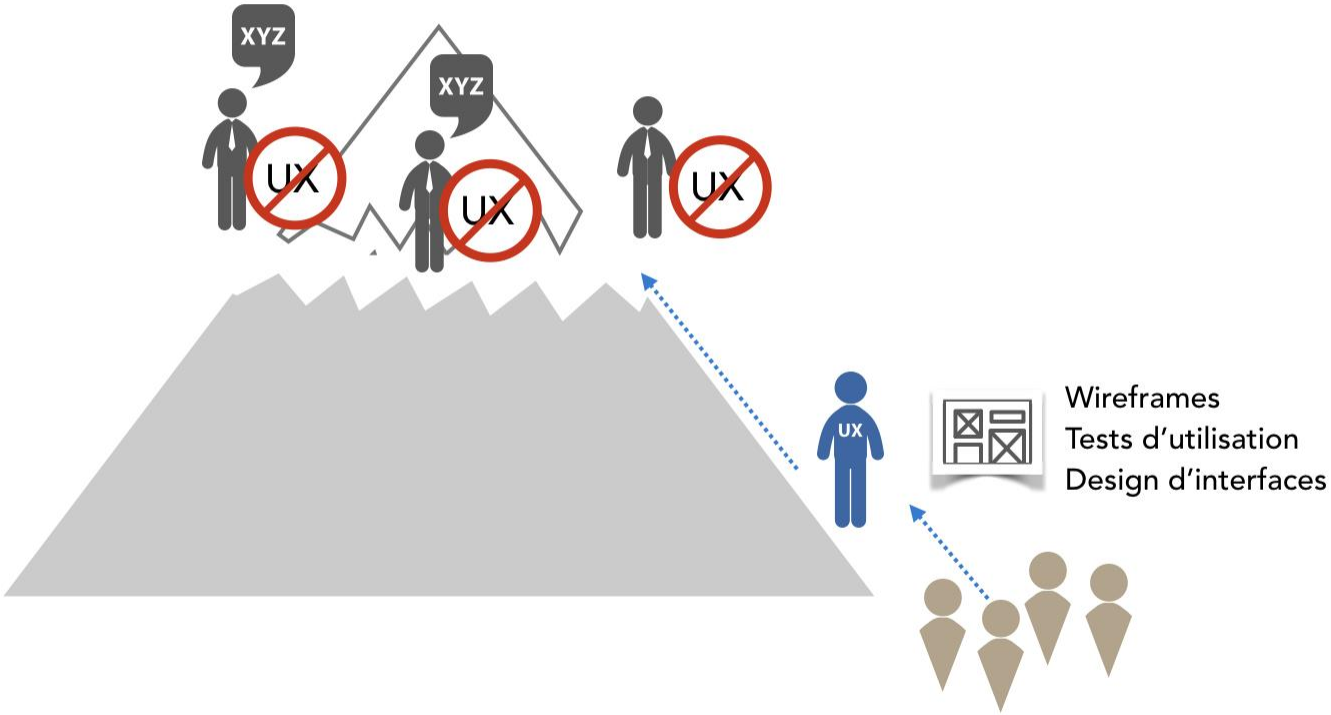


um.N Architech
Valeur unique de vos services

GOUVERNANCE : 2. EN BAS D'ÉCHELLE

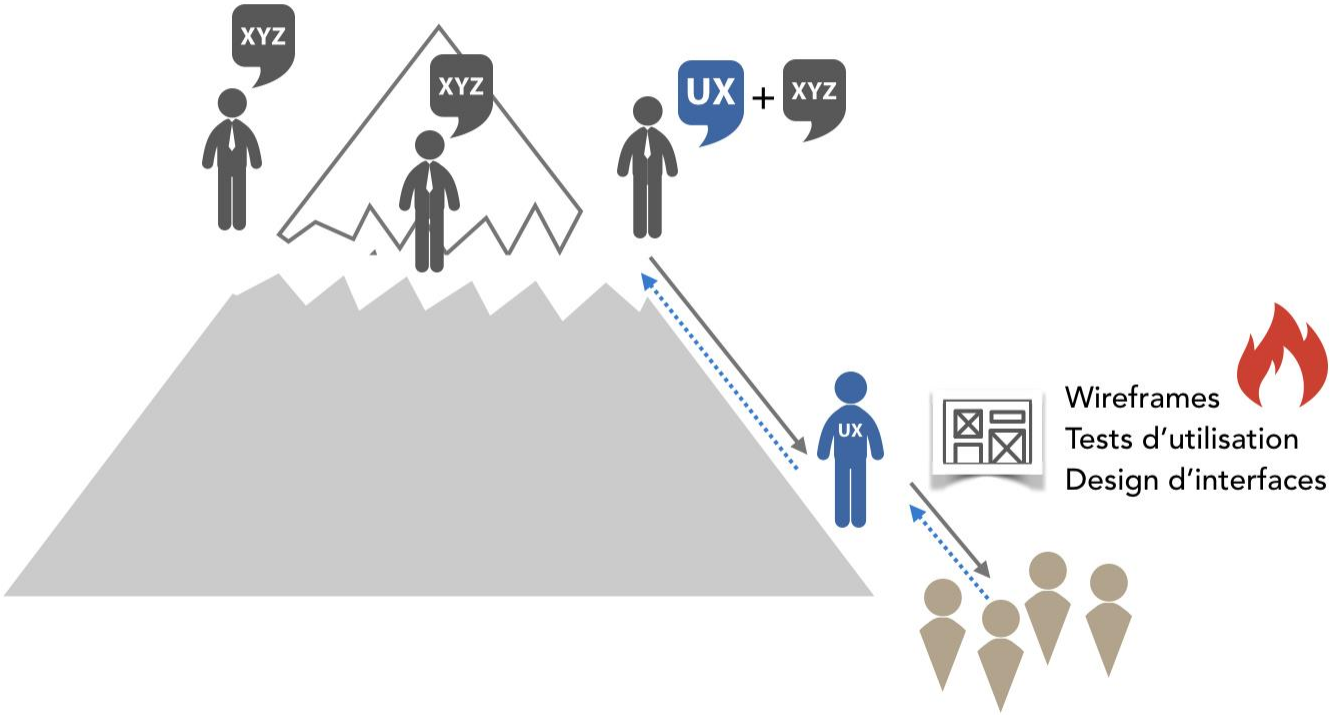


GOUVERNANCE : 2. EN BAS D'ÉCHELLE



um.N Architech
Valeur unique de vos services

GOUVERNANCE : 2. EN BAS D'ÉCHELLE

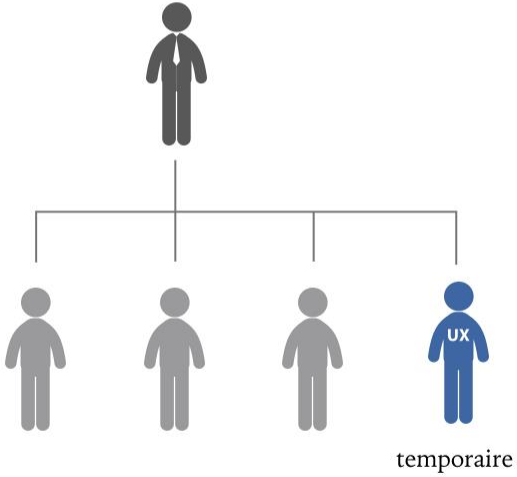


um.N Architech
Valeur unique de vos services

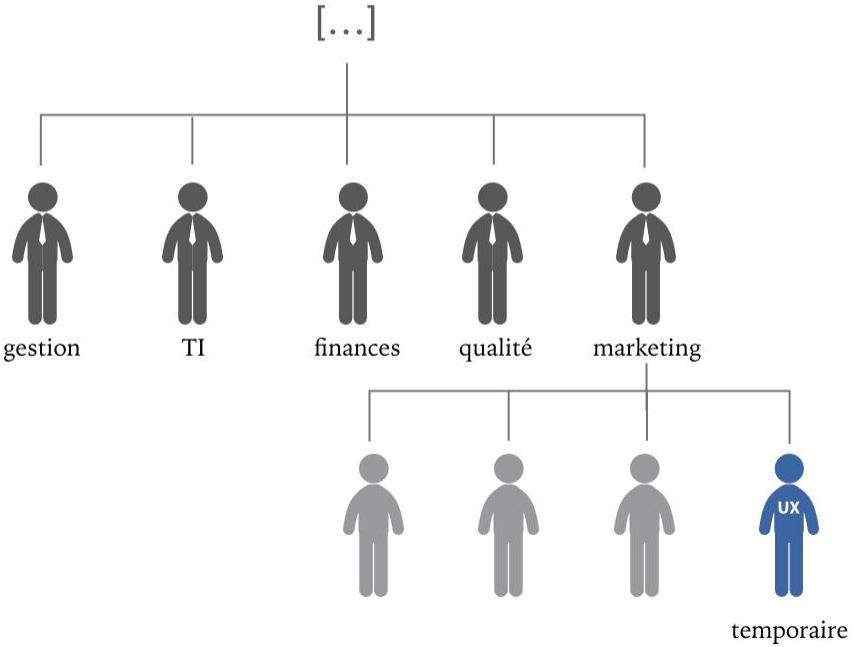
EXPÉRIENCE CLIENT EST UN CYCLE

GOUVERNANCE : 2. EN BAS D'ÉCHELLE

Centralisée
(petite organisation)



Décentralisée
(grande organisation)



Schaffer, E. et LAHIRI, A. (2014). « Institutionalization of UX », 320 p.

« La conception de l'expérience utilisateur ne doit pas être un groupe ou une équipe. Pour réussir, la conception de l'expérience utilisateur, elle doit imprégner toute l'organisation et faire partie du système.

Schaffer, E. et LAHIRI, A. (2014). « Institutionalization of UX », p.172.

GESTION DE CHANGEMENT

Ou comment implanter l'expérience client

« En plein coeur de la difficulté, se cache une opportunité.

Albert Einstein

6 NIVEAUX DE MATURITÉ CX/UX

1 besoin non reconnu → 2 besoin reconnu → 3 besoin considéré → 4 mise en œuvre → 5 engagement (gouvernance) → 6 institutionnalisation

- existence d'un problème reconnue
- recherche et exécution des processus orientés utilisateur

- sensibilisation et formation au sujet de la qualité d'expérience utilisateur
- stratégie orientée client/utilisateur

- utilisateurs sont impliqués dans les processus
- identification de méthodes UX à appliquer au cycle de produit
- identification de compétences et déploiement du personnel UX

- integration
- iteration
- amélioration

- leadership orienté utilisateur
- organisation orientée utilisateur

EARTHY, J. (1998). « Usability Maturity Model: Human Centredness Scale », IEUSC, 34 p.

GESTION DE CHANGEMENTS ORIENTÉE CLIENT

besoin non reconnu → besoin reconnu → besoin considéré → mise en œuvre → engagement (gouvernance) → institutionnalisation

STARTUP

Intervention CX/UX :

- Engagement d'un consultant CX/UX
- Recherche CX/UX auprès des clients
- Création de la nouvelle valeur
- Création de nouveaux modèles d'affaires

1-3 mois

SETUP

Stratégie CX/UX :

- Méthodologie
- Profiles d'utilisateurs
- Modèles d'écosystèmes
- Outils, maquettes, tests
- Formations
- Certifications

6-9 mois

ORGANISATION

Gouvenance CX/UX :

- Structure d'organisation CX/UX
- Groupe CX/UX Central interne
- Nomination de Chief Experience Officier (CXO).
- 10% d'effectifs pro CX/UX
- Placement des cadres
- Nouveaux projets

6-9 mois

OPÉRATIONS LONG TERME

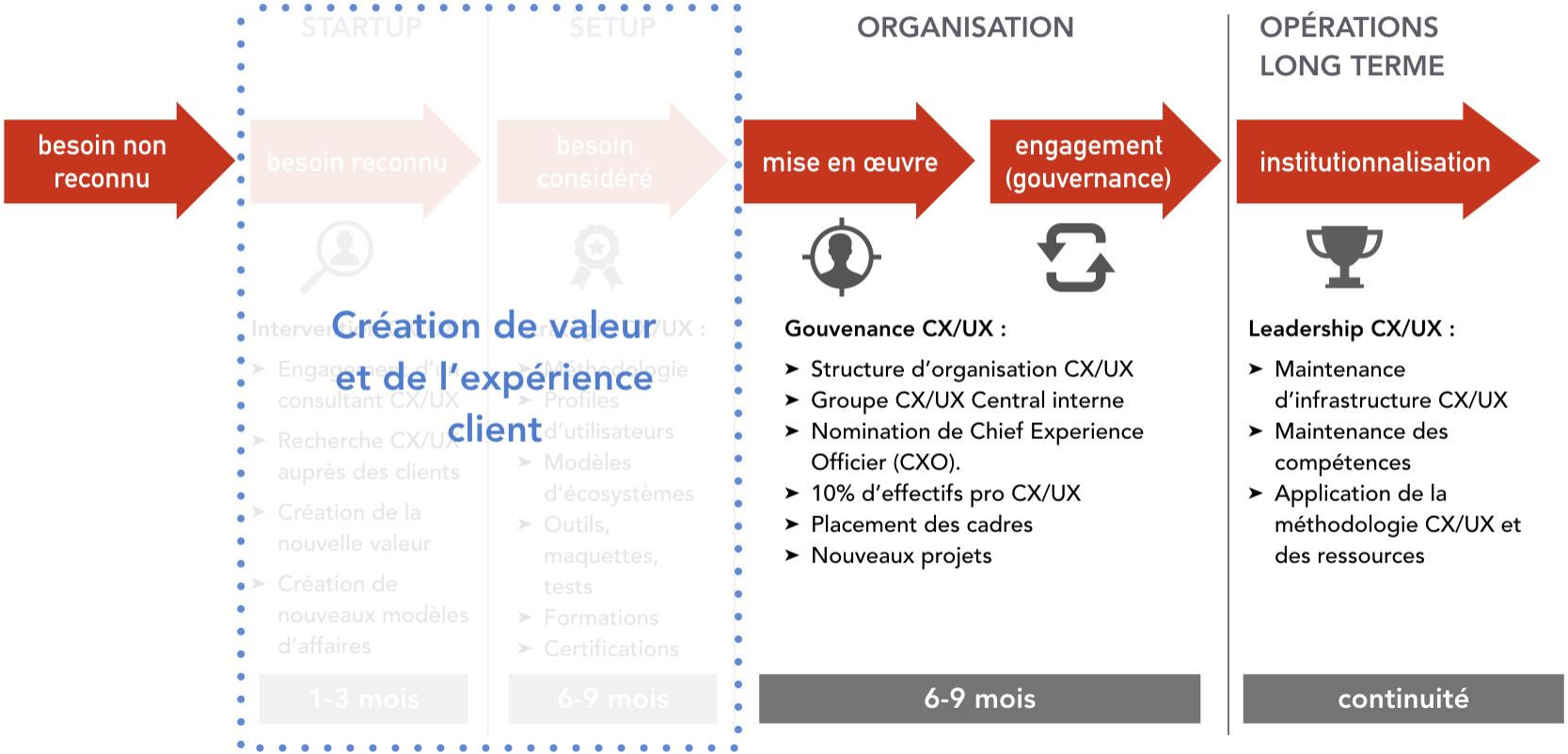
Leadership CX/UX :

- Maintenance d'infrastructure CX/UX
- Maintenance des compétences
- Application de la méthodologie CX/UX et des ressources

continuité

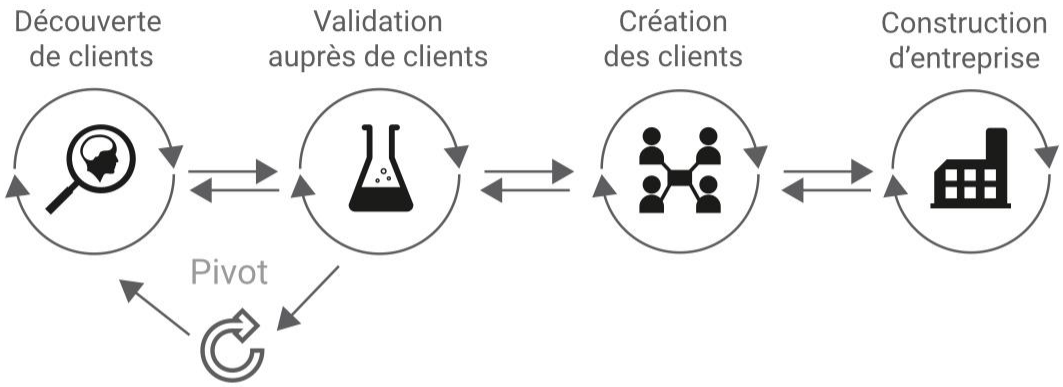
Inspiré de : Schaffer, E. et LAHIRI, A. (2014). « Institutionalization of UX », p.172.

GESTION DE CHANGEMENTS ORIENTÉE CLIENT



Inspiré de : Schaffer, E. et LAHIRI, A. (2014). « Institutionalization of UX », p.172.

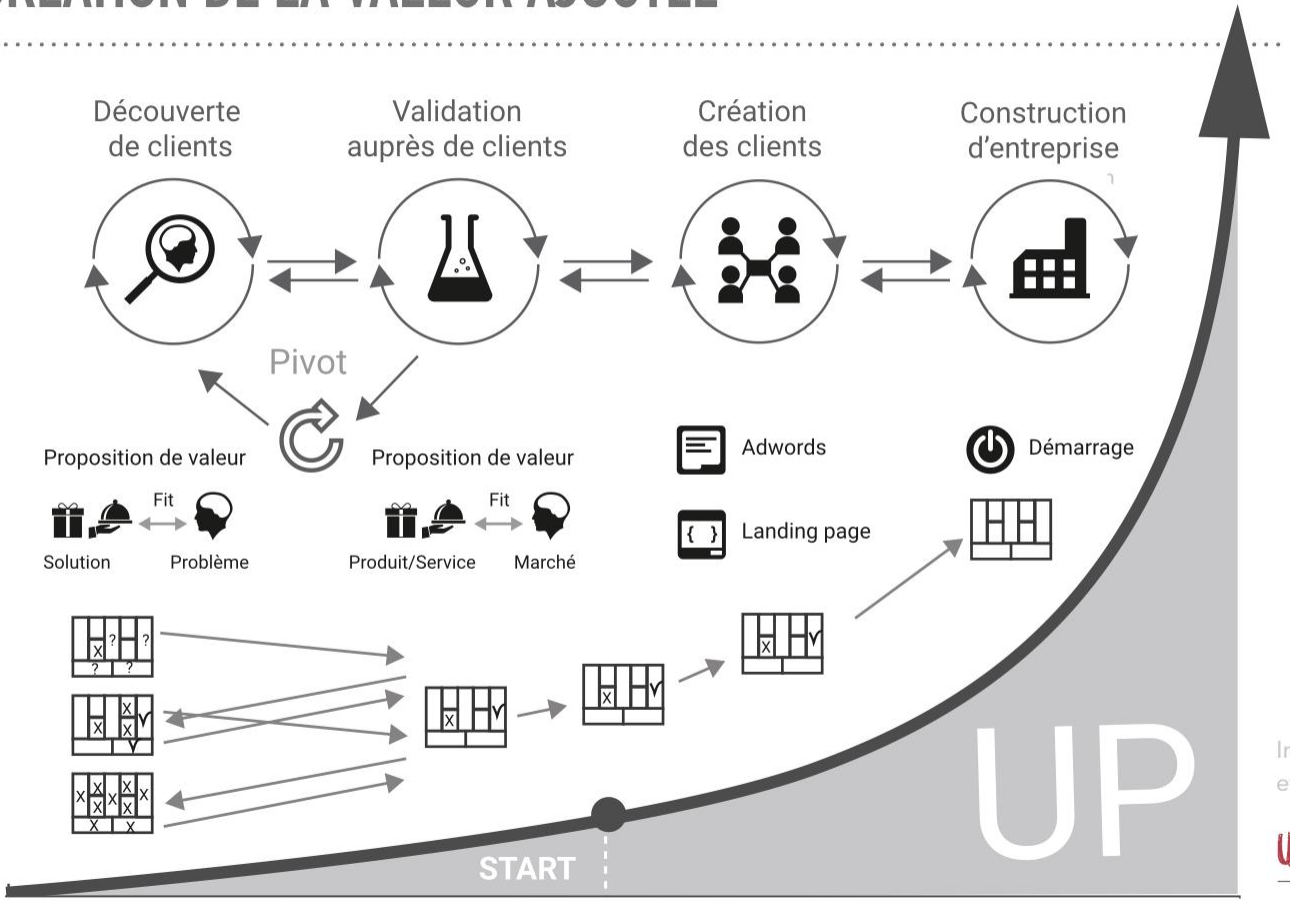
CRÉATION DE LA VALEUR AJOUTÉE



Inspiré de Steve Blank et de Strategyzer.

um.N Architech
Valeur unique de vos services

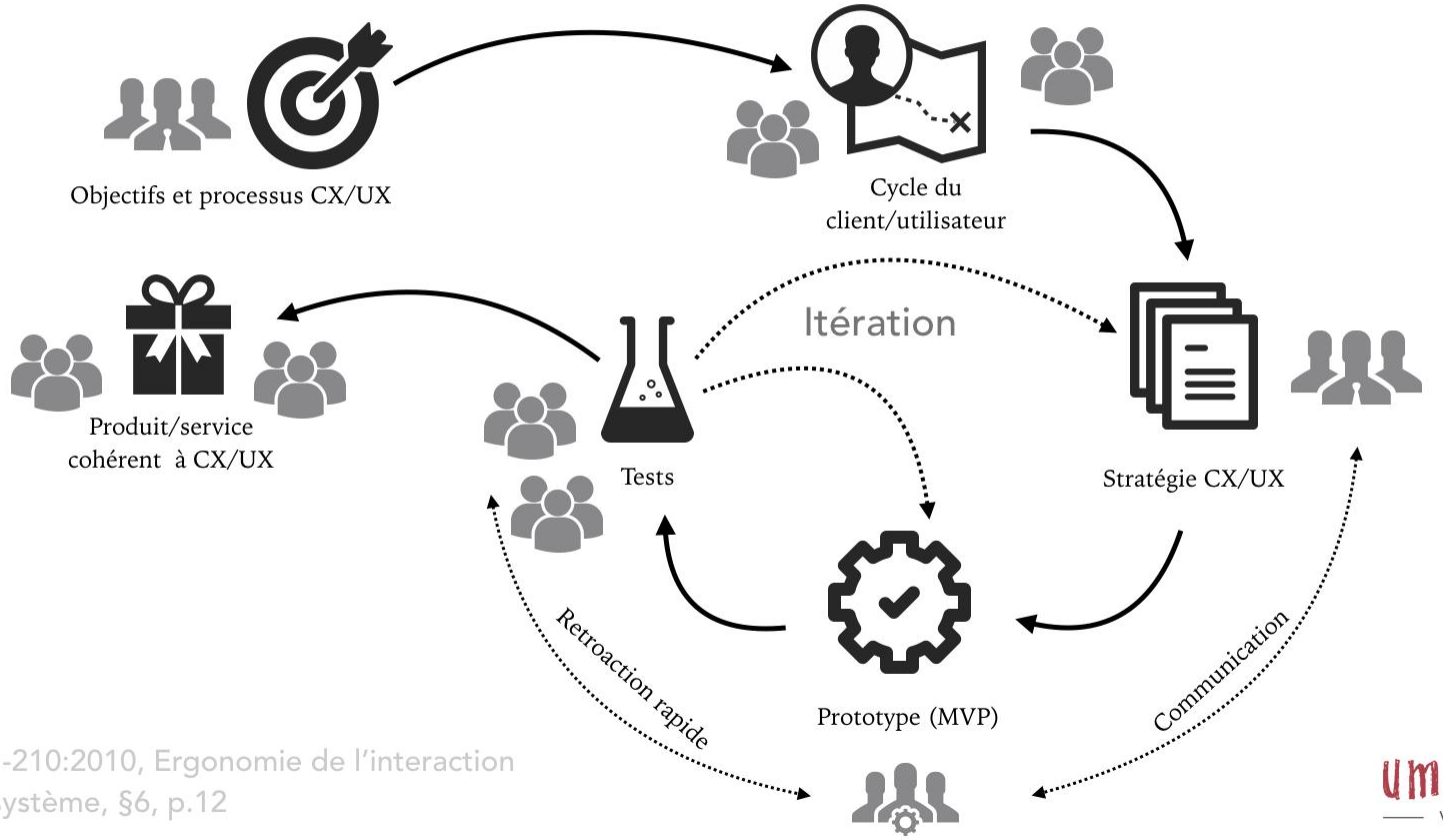
CRÉATION DE LA VALEUR AJOUTÉE



Inspiré de Steve Blank et de Strategyzer.

um.N Architech
Valeur unique de vos services

CONCEPTION DE CX/UX



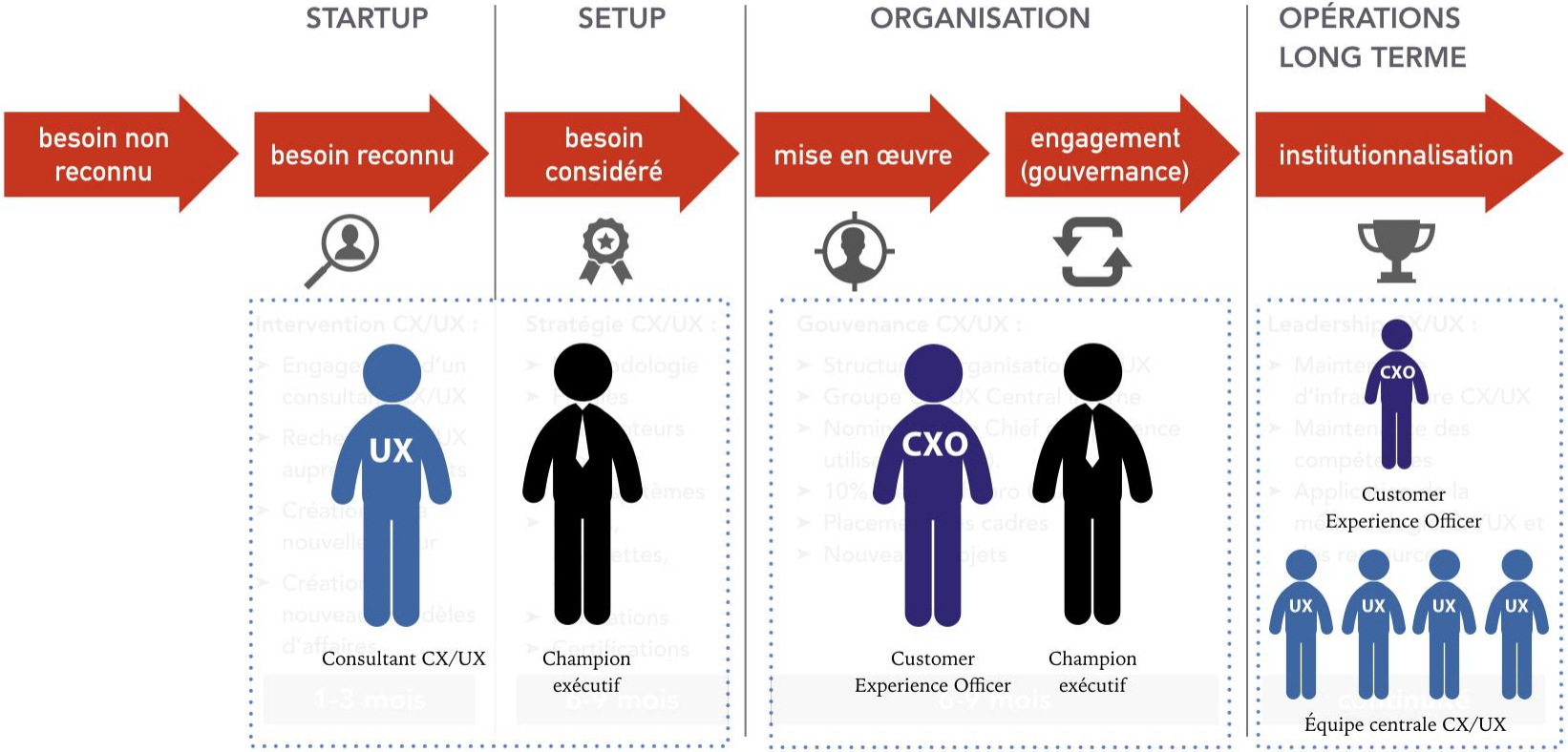
ISO 9241-210:2010, Ergonomie de l'interaction homme-système, §6, p.12

um.N Architech
Valeur unique de vos services

QUI

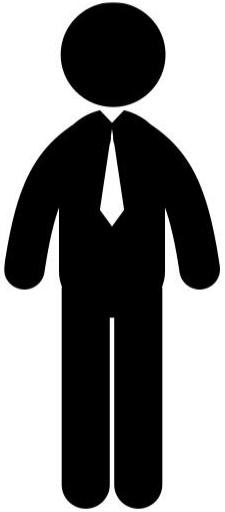
MÈNE LES CHANGEMENTS?

GESTION DE CHANGEMENTS ORIENTÉE CLIENT



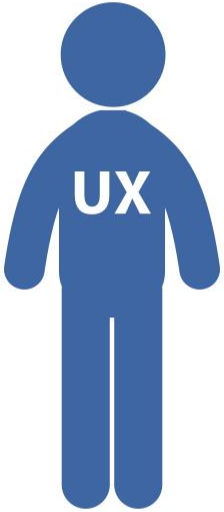
Inspiré de : Schaffer, E. et LAHIRI, A. (2014). « Institutionalization of UX », p.172.

GESTION DE CHANGEMENTS ORIENTÉE CLIENT



- Leadership
- Ressources
- Coordination entre les groupes
- Influence sur le budget de développement

Champion exécutif
CIO ou CDO



- Formation
- Expériences
- Méthodologies UX
- Outils UX
- Propriété intellectuelle

Consultant UX

- Leadership d'entreprise dans la stratégie UX
- Gestion de la conception logicielle et matérielle
- Critique et développement de concepts UX
- Positionnement et protection de la propriété intellectuelle

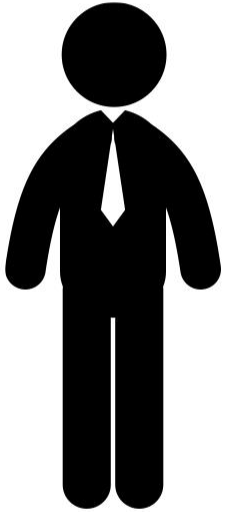
Customer Experience Officier

Inspiré de : Schaffer, E. et LAHIRI, A. (2014). « Institutionalization of UX », p.172.

« La clé du succès de l’expérience utilisateur reste l'identification d'un **champion exécutif**. Cette personne prend le réveil à cœur et fait avancer l’institutionnalisation UX au sein de l’organisation.

Schaffer, E. et LAHIRI, A. (2014). « Institutionalization of UX », p.172.

LEADERSHIP DE CHAMPION EXÉCUTIF



- **Porte des changements** en lui
- **Courage**, pour porter des changements
- **Détermination**, pour y arriver
- **Sens d'orientation** dans l'inconnu
- **Persévérance**, pour atteindre les objectifs malgré les obstacles

« N’essayez pas de devenir un homme qui a du succès. Essayez de devenir un homme qui a de la valeur .

Albert Einstein

LEADERSHIP DE CONSULTANT UX

- Emphatique
- Excellent communicateur
- Observateur
- Intuitif
- Analyste
- Créatif

LEADERSHIP DE CXO (CUSTOMER EXPÉRIENCE OFFICIER)

- **Leadership** innovant
- **Croit** aux changements
- **Vision** à long et à court terme
- **Détermination**, pour y arriver
- **Sens d'orientation** dans l'inconnu
- **Persévérance**, pour atteindre les objectifs malgré les obstacles

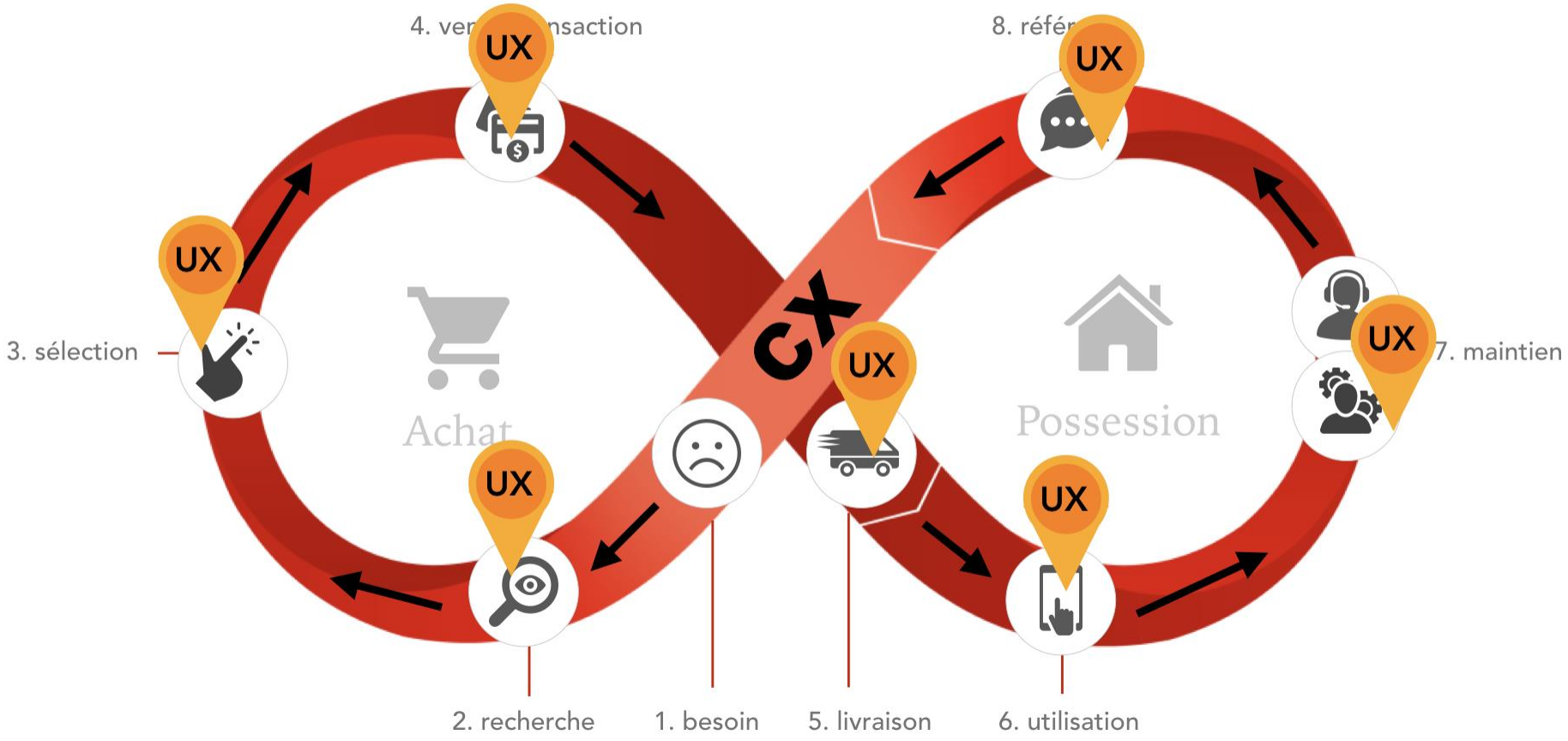
« Un chef de l'expérience (CXO) est **un cadre responsable de l'expérience globale** des produits et services d'une organisation. Il **est chargé d'apporter la conception d'expérience holistique**, en la faisant une partie intrinsèque de la stratégie de l'entreprise et de la culture.

Wikipédia.

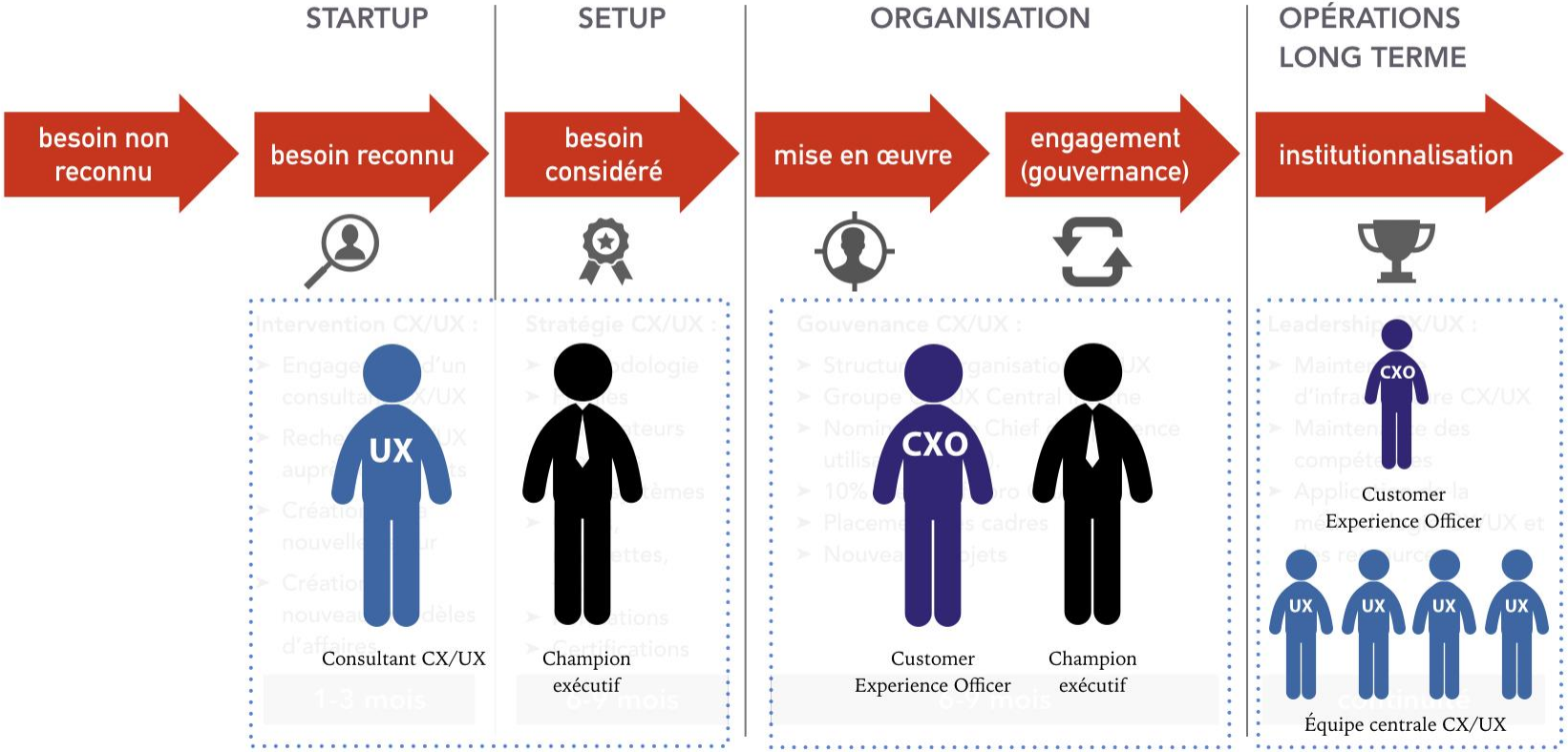
« Le CXO est **placé haut dans l'organisation** et il a la responsabilité, à travers tous les secteurs d'activité, d'assurer la cohérence de l'expérience client. Une seule interaction avec l'utilisateur peut, en fait, impliquer plusieurs divisions différentes. Le CXO a **la position, le pouvoir et la responsabilité** de voir que cette interaction est un succès cohérent à travers tout les cycles de services et, donc, les divisions de l'organisation.

Schaffer, E. et LAHIRI, A. (2014). « Institutionalization of UX », p.172.

EXPÉRIENCE CLIENT EST UN CYCLE



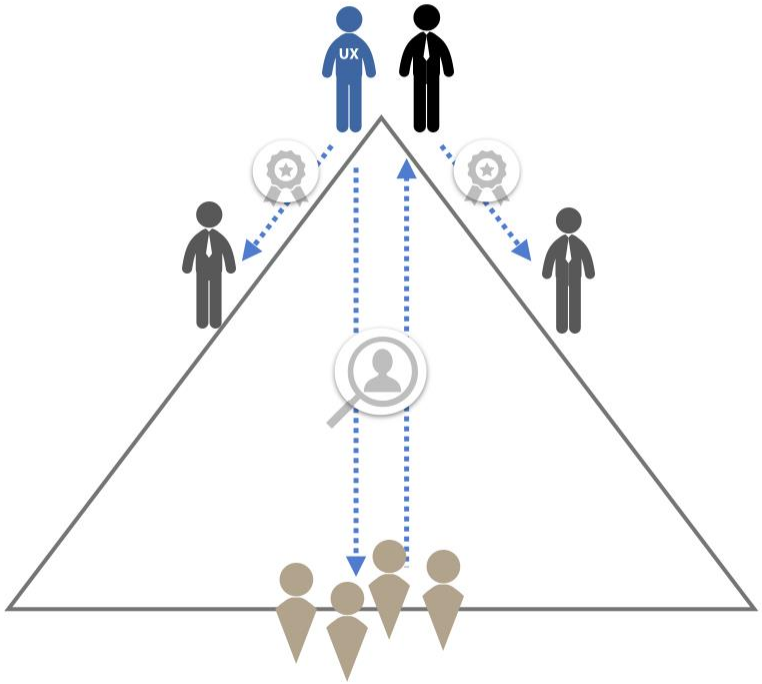
GESTION DE CHANGEMENTS ORIENTÉE CLIENT



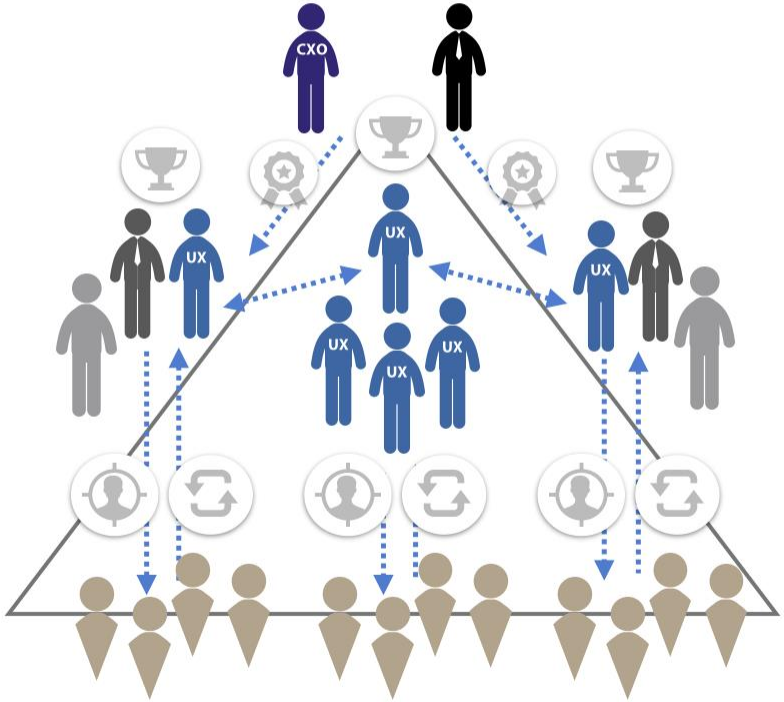
Inspiré de : Schaffer, E. et LAHIRI, A. (2014). « Institutionalization of UX », p.172.

GESTION DE CHANGEMENTS ORIENTÉE CLIENT

STARTUP + SETUP



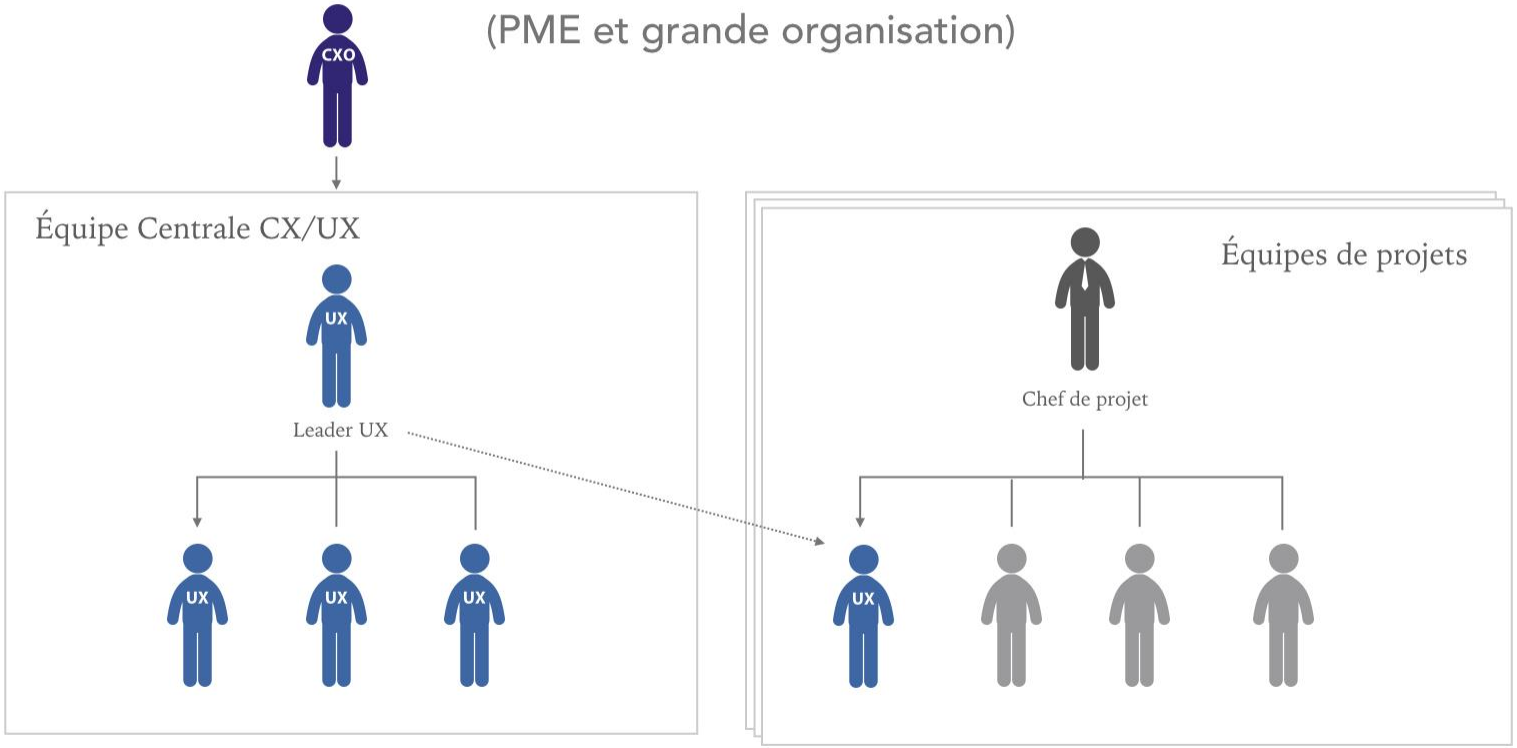
ORGANISATION + OPÉRATIONS LONG TERME



Inspiré de : Schaffer, E. et LAHIRI, A. (2014). « Institutionalization of UX », 320p.

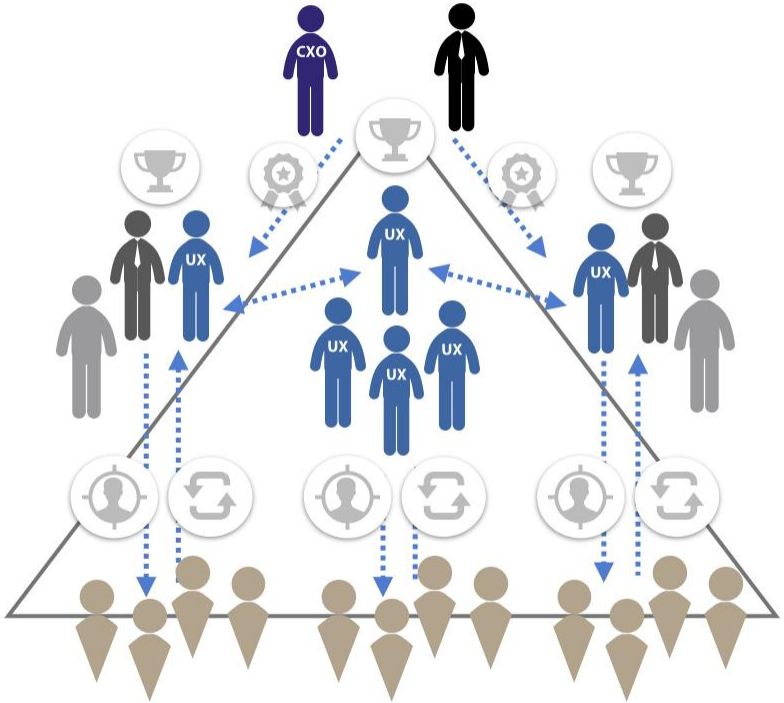
STRUCTURE ORIENTEE CX/UX

MATRIX
(PME et grande organisation)

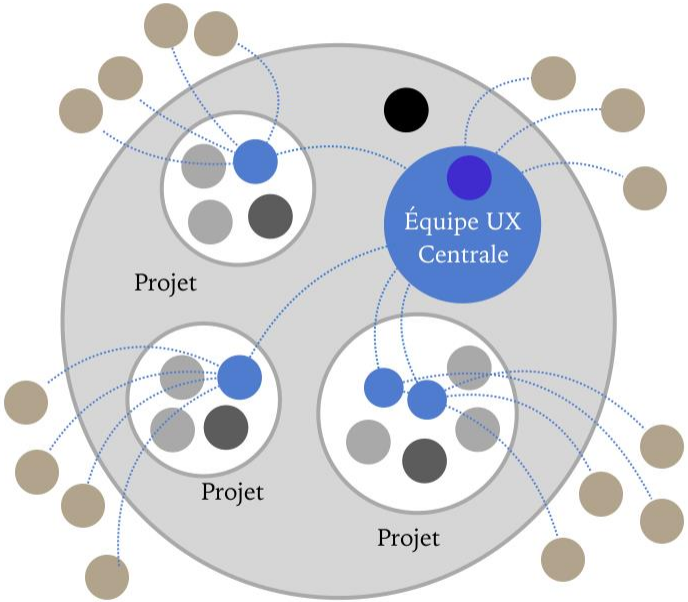


Inspiré de : Schaffer, E. et LAHIRI, A. (2014). « Institutionalization of UX », p.190.

TRANSFORMATION NUMERIQUE ORIENTEE CX/UX



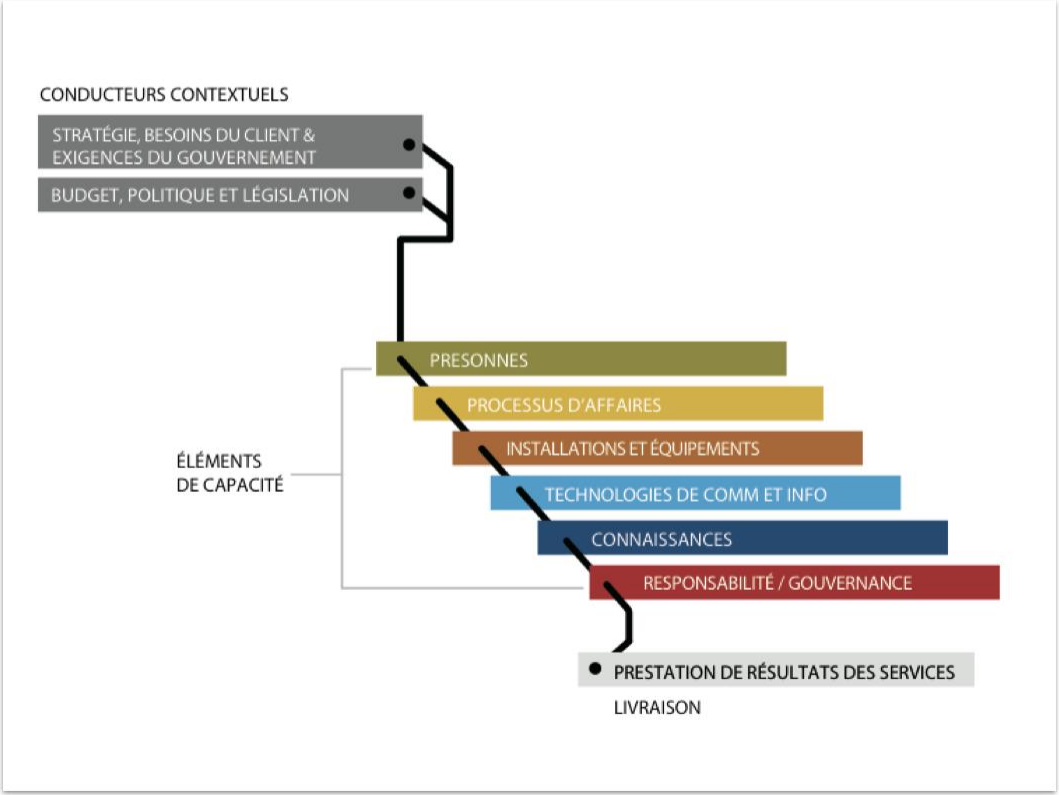
Organisation divisionnaire



Organisation holistique orientée client

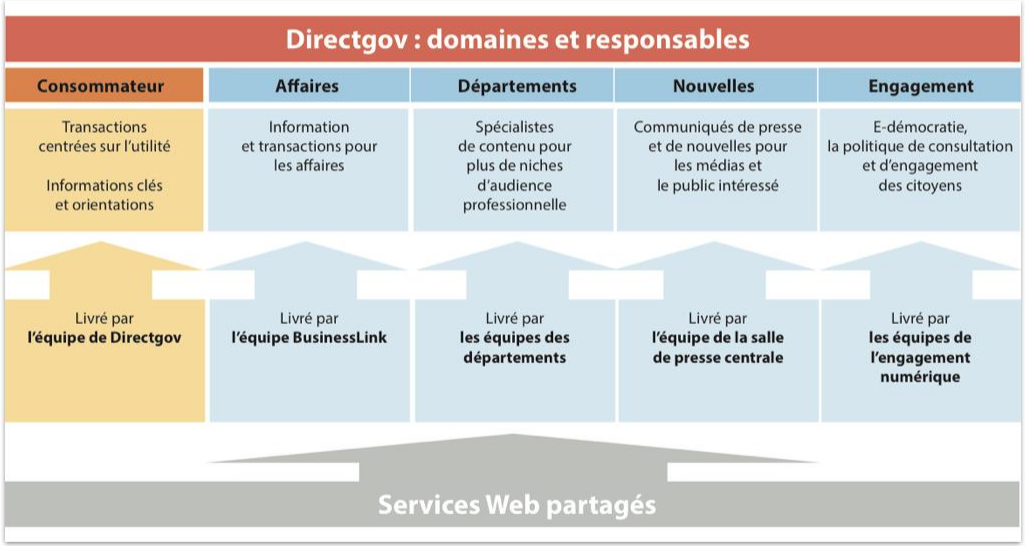
TRANSFORMATION NUMÉRIQUE (EXEMPLES)

Australie, 2013



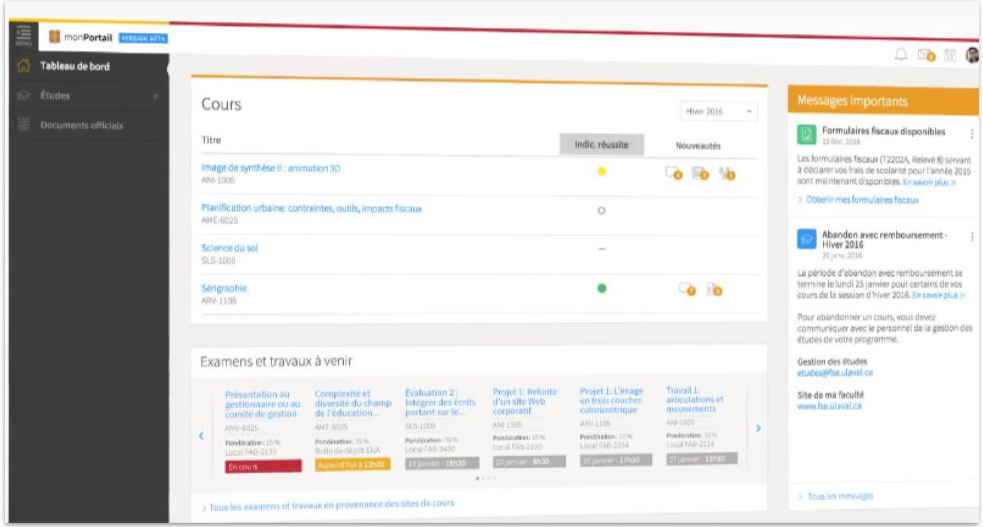
TRANSFORMATION NUMÉRIQUE (EXEMPLES)

Royaume Uni, 2012

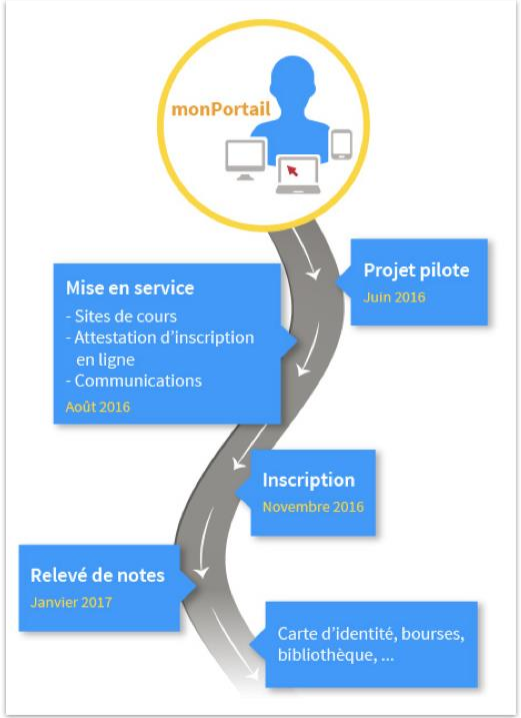


TRANSFORMATION NUMÉRIQUE (EXEMPLES)

Québec, 2011-2016



Université Laval



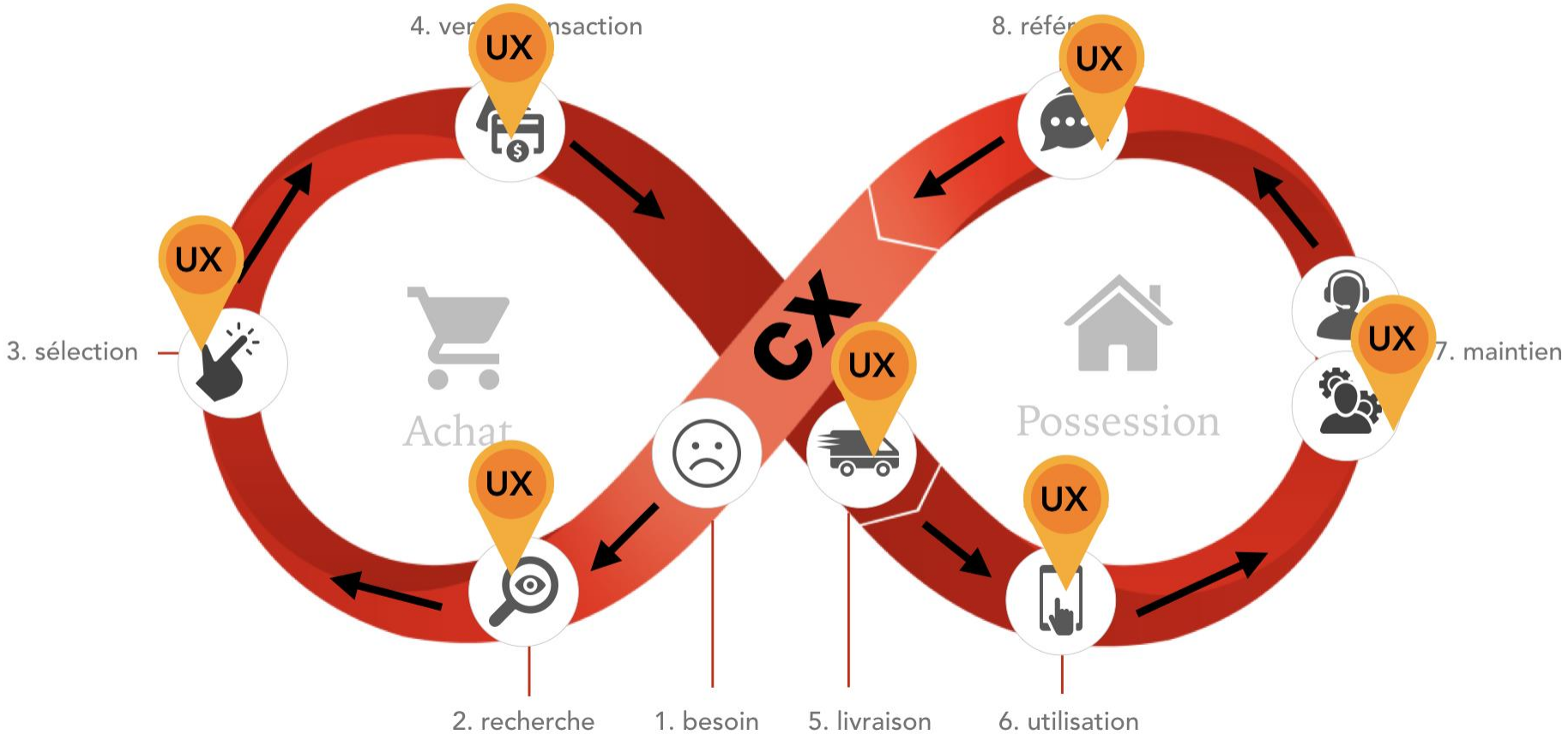
DÉFIS À SURMONTER

pour créer la valeur ajoutée et du bon sens

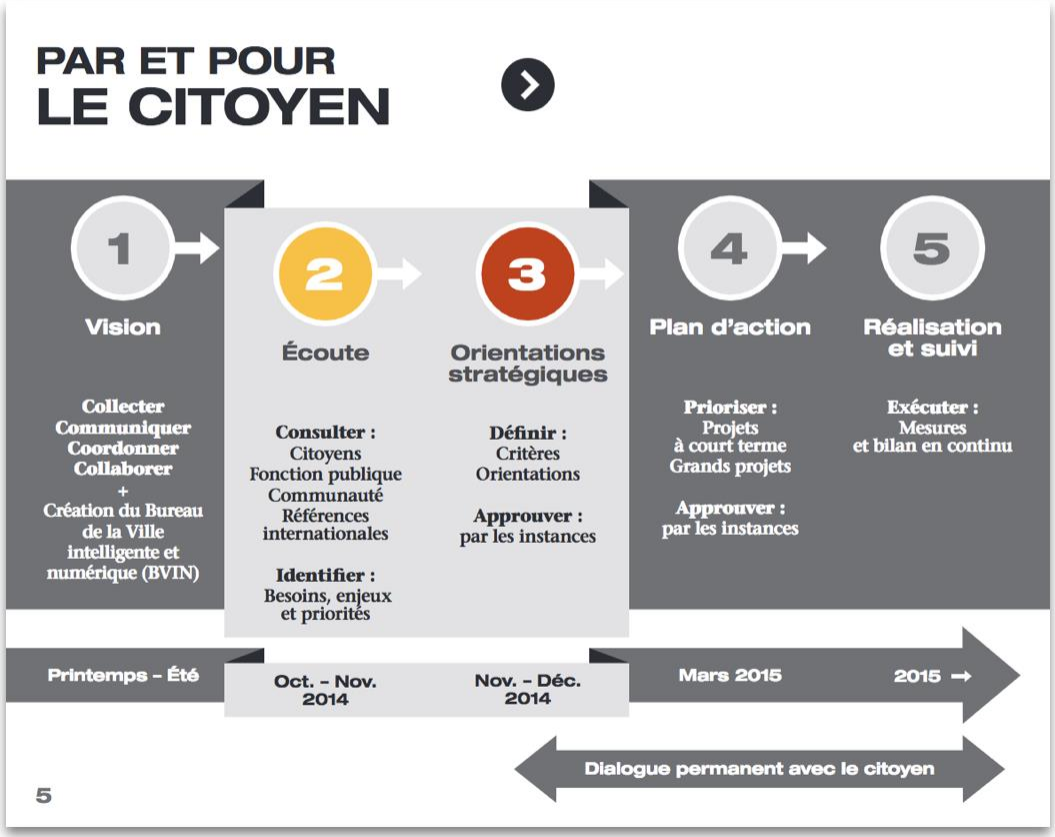
DÉFI #1

Bien distinguer les clients et les utilisateurs.
Apprendre de leurs problèmes.

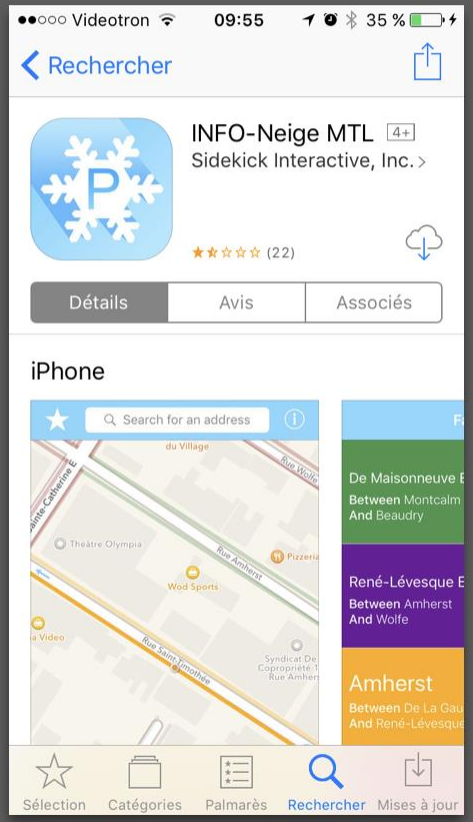
EXPÉRIENCE CLIENT EST UN CYCLE



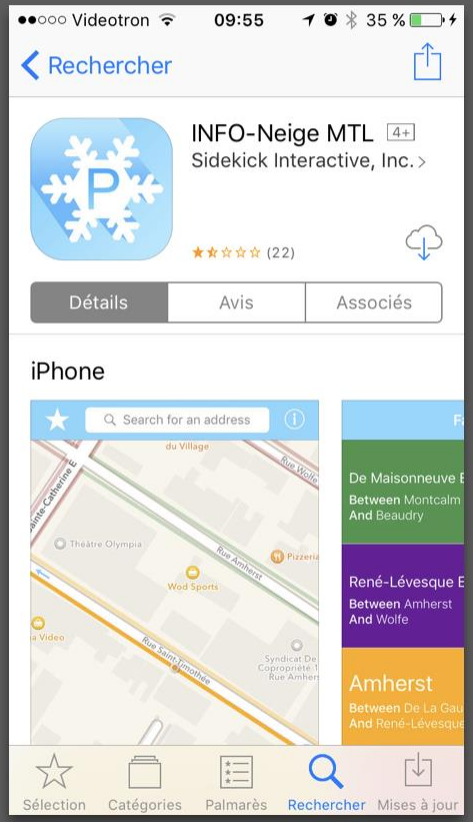
Ville de Montréal, 2014

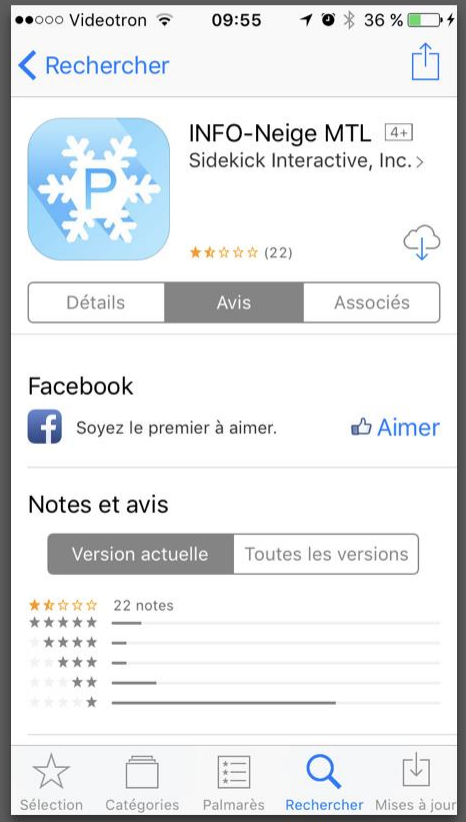


EXPÉRIENCE CLIENT DE INFO-NEIGE

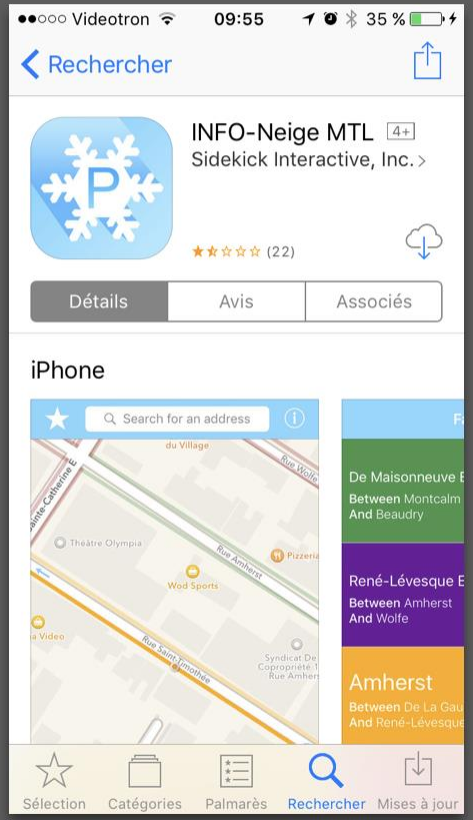


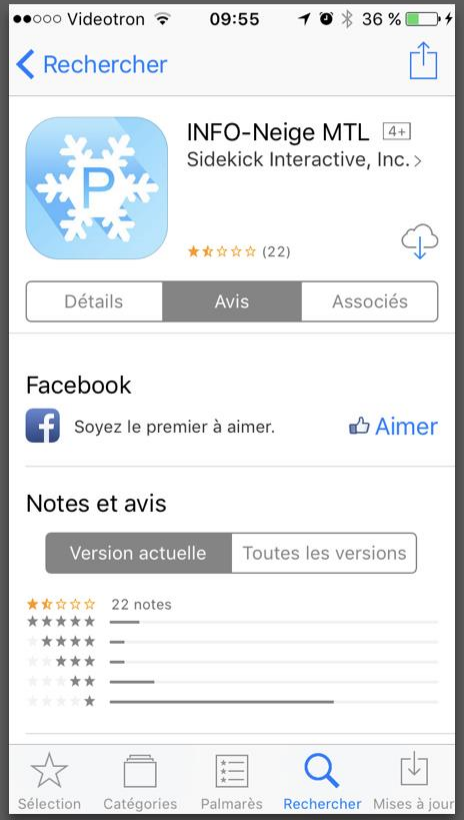
EXPÉRIENCE CLIENT DE INFO-NEIGE

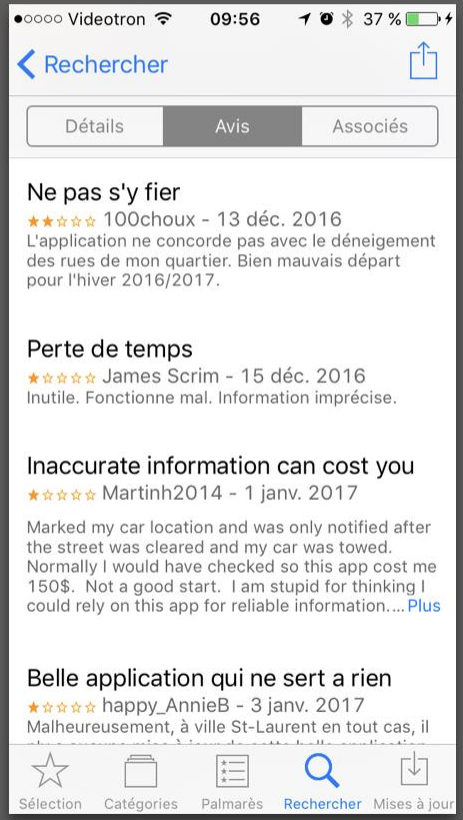




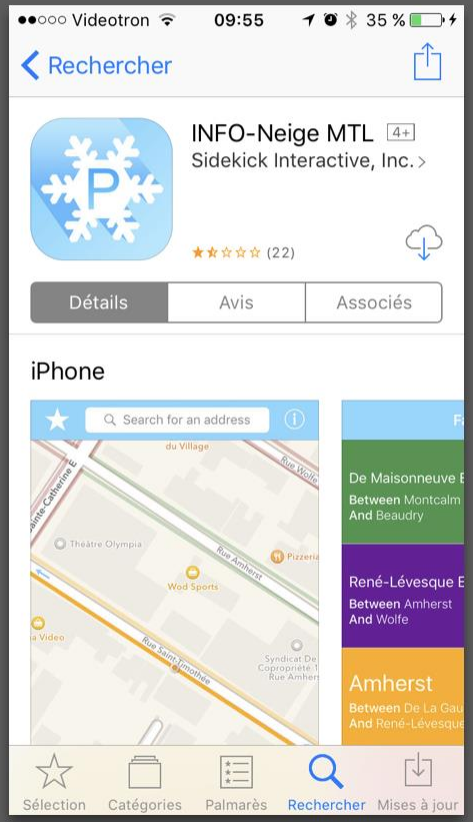
EXPÉRIENCE CLIENT DE INFO-NEIGE

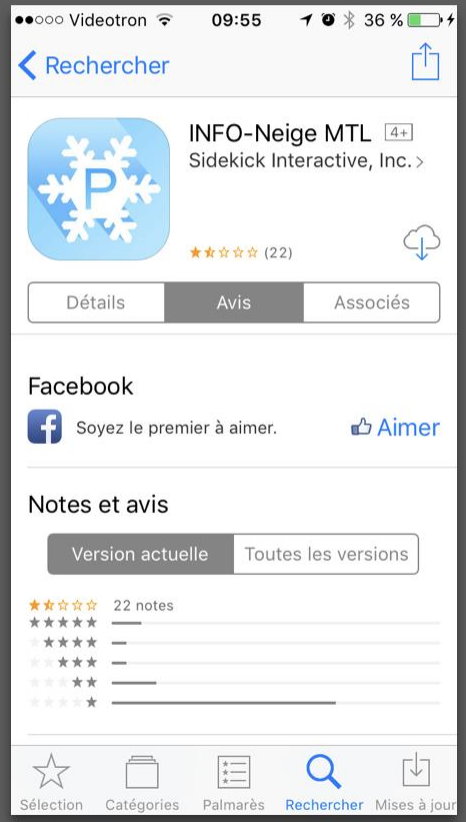






EXPÉRIENCE CLIENT DE INFO-NEIGE





EXPÉRIENCE CLIENT DE INFO-NEIGE

Client :

Citoyen

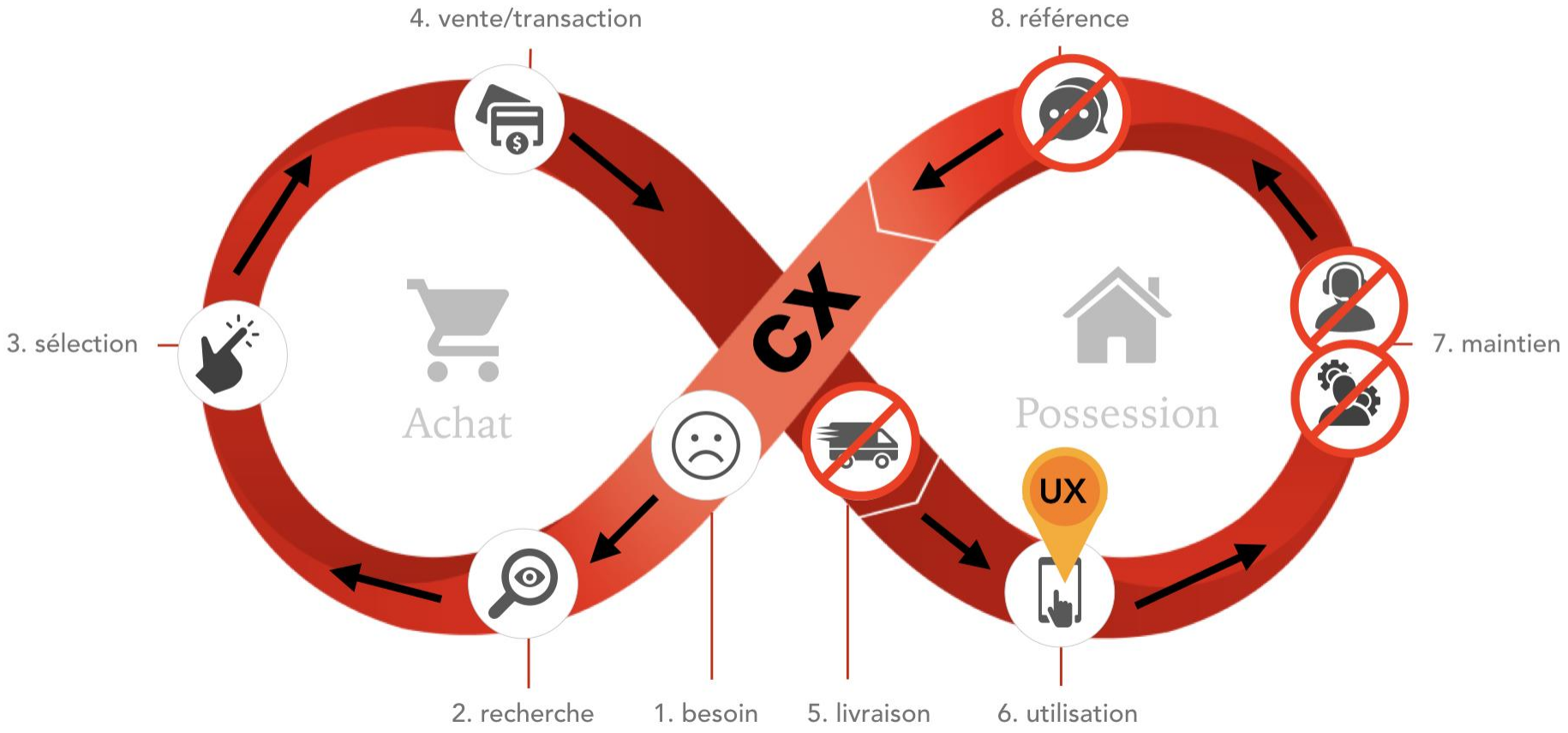
Utilisateurs :

Citoyen

Déneigeur

Administrateur

EXPÉRIENCE CLIENT EST UN CYCLE



DÉFI #2

VAINCRE LA RÉSISTANCE AUX CHANGEMENTS

DÉFI #2

VAINCRE LA RÉSISTANCE AUX CHANGEMENTS

1. Trouver le bon champion exécutif

DÉFI #2

VAINCRE LA RÉSISTANCE AUX CHANGEMENTS

1. Trouver le bon champion exécutif
2. Choisir le bon consultant CX/UX

DÉFI #2

VAINCRE LA RÉSISTANCE AUX CHANGEMENTS

1. Trouver le bon champion exécutif
2. Choisir le bon consultant CX/UX
3. Éduquer le personnel et développer des compétences CX/UX

DÉFI #2

VAINCRE LA RÉSISTANCE AUX CHANGEMENTS

1. Trouver le bon champion exécutif
2. Choisir le bon consultant CX/UX
3. Éduquer le personnel et développer des compétences CX/UX
4. Protéger les droits professionnels CX/UX

« La folie, c’est de faire toujours la même chose et de s’attendre à un résultat différent.

Albert Einstein

« La chute n’est pas un échec. L’échec est de rester là où on est tombé.

Socrate

Merci!

umnarchitech.com

um.N Architech

Valeur unique de vos services