

Le guide étape par étape pour animer un atelier de Story Mapping



Silvère Duval



Vous voulez cadrer efficacement un sujet ? Vous souhaitez vous lancer dans des ateliers de Story Mapping avec votre Métier, pour maturer une problématique, une Epopée. Des membres de la Communauté de Pratiques de la Famille Produit d'AXA France (*regroupant des Product Manager, Product Owner, Business Analyst*) ont conçu [ce modèle Draft.io](#) pour vous.

A partir d'un exemple concret, [ce template](#) vous guidera, **étape par étape pour que votre Story Mapping soit un succès !**

Mais avant, un peu d'histoire

Le Story Mapping est une pratique **créée par [Jeff Patton](#)** (*auteur du livre "[Le Story Mapping](#)"*), dont l'idée forte est de raconter des histoires (d'où la notion de "Story") de manière collaborative avec des mots et des images pour créer une compréhension mutuelle. Les stories sont des discussions sur la résolution de problèmes pour l'entreprise, les clients, les utilisateurs.

Cet atelier est principalement utilisé pour la maturation et le cadrage de "gros" sujets de type Epopées (ou Epic en anglais).



Jeff Patton (source : Agile Alliance)

Le Story Mapping favorise :

- **La discussion et la création collective** d'un produit,
- **La vision d'ensemble** de solutions en définissant des objectifs partagés,
- **Une priorisation** avec la notion de [MVP](#) et de **stratégie incrémentale**,
- La remontée au plus tôt des **risques et des incertitudes** par toute l'équipe.

Qui participe à cet atelier ?

- Un facilitateur : Product Manager, Product Owner ou Business Analyst,
- Le ou les Métiers,
- L'équipe de Réalisation (développeur et testeur).

Afin que l'atelier soit efficace, il est essentiel d'avoir uniquement :

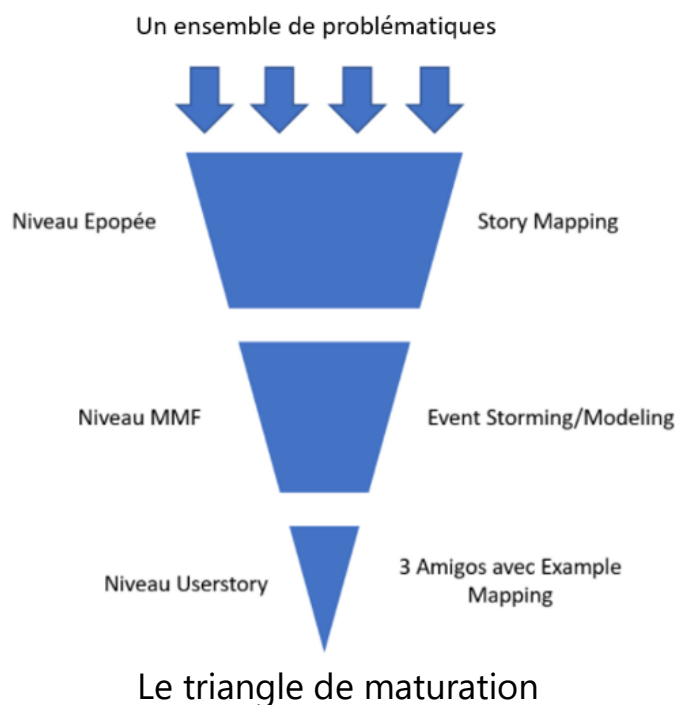
- Les personnes qui savent poser les bonnes questions,
- Les personnes qui savent répondre aux questions.

“Si la personne chargée de développer un logiciel pouvait simplement parler avec quelqu’un qui a compris les besoins des utilisateurs du logiciel et leurs motivations, on trouverait alors souvent des moyens plus rentables de contenter les utilisateurs.” — Jeff Patton.

A quel moment lancer le Story Mapping ?

Dès que le sujet a été priorisé par votre Métier, vous pourrez vous lancer dans les ateliers, mais pas de n’importe quelle façon. En fonction de sa complexité, vous aurez 2 outils à votre disposition :

- Pour maturer un sujet complexe : le Story Mapping est efficace pour dégrossir un sujet et l’affiner en fonctionnalités ([Minimum Marketable Feature](#) ou MMF),
- Pour maturer un sujet ciblé (*une évolution d’un bout de parcours, par exemple*), privilégiez l’**Event Storming/Modeling**. Mais, **ceci fait l’objet d’un autre article**.



Le Story Mapping, en 9 étapes

Un travail avec des cartes

Il n'existe pas réellement de normes de cartes ou de couleurs dans un Story Mapping, contrairement à un Event Storming/Modeling. Aussi nous vous proposons ceci :



Dans le Story Mapping de Jeff Patton, 4 cartes sont essentielles :

- **Le thème** qui regroupe un ensemble d'activités,
- **L'activité** que l'on peut considérer comme une Feature,
- **La fonctionnalité** que l'on va développer (*qui, selon sa taille peut être une userstory, une MMF ou même un ensemble de MMF*),
- **La question** pour conserver une trace des questions posées pendant l'atelier et pour y répondre par la suite.

Nous y avons ajouté d'autres cartes :

- **L'objectif** qui est une part essentielle du Story Mapping, à savoir : définir la priorisation des fonctionnalités du produit par versions (*Ceci fera l'objet d'un prochain article sur les [OKR](#)*).
- **La fonctionnalité livrée** : il s'agit d'une fonctionnalité existante en Production. Intéressant quand on souhaite différencier l'existant d'une nouveauté,

- **La dépendance technique** que les équipes peuvent remonter dès le Story mapping (pour la gestion des risques).

Etape 0 : Préparation Elevator Pitch : La vision du produit

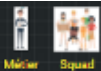
Il s'agit de la phase préparatoire de l'atelier. Avec votre Métier, préparez le speech que vous allez présenter aux participants. Comme son nom l'indique, cette intervention doit être courte et aller à l'essentiel de la problématique à résoudre?

| Etape 0 : Préparation Elevator Pitch : La vision du produit | |
|---|---|
| Pour | Les infirmières libérales |
| Qui | souhaitent gérer leurs rendez-vous et contacter leurs patients simplement |
| Le | Infirmière connect |
| Est | Une application mobile |
| Qui permet de | Gérer ses rendez-vous, ses contacts et être connecté à ses clients |
| Composant de | serveur vocal et à une gestion papier de son planning |
| Notre produit | Offre une expérience mobile |

Etape 1 : Elevator Pitch & brainstorm sur les activités

C'est le jour J. Devant les participants, le Métier présente son Elevator Pitch. Auparavant, vous demanderez à toutes les personnes présentes d'écrire, de son côté, chaque activité qu'il a pu entendre lors de la présentation.

Etape 1 : Elevator Pitch & brainstorm sur les activités



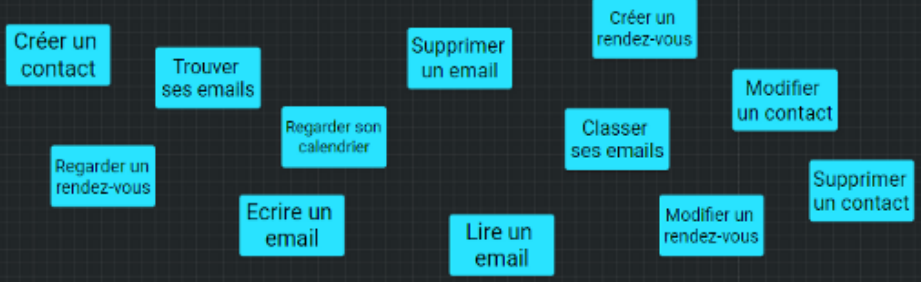
Persona

Clara
Infirmière
libérale



Ses attentes :
- Gérer ses rendez-vous Electroniquement,
- Contacter directement ses patients sans les contacter par téléphone

Ses frustrations :
- Devoir utiliser un serveur vocal pour gérer ses rendez-vous,
- Devoir gérer son planning à la main. "C'est trop chronophage"
- Contacter ses patients par téléphone pour confirmer le rendez-vous



Etape 2 : Définir la chronologie des activités

Les activités écrites par les différents participants seront partagées et placées **collectivement** sur une échelle de temps, en plaçant l'activité qui démarre au début et l'activité qui finalise le sujet à la fin.



Etape 3 : Définir les thèmes regroupant les activités

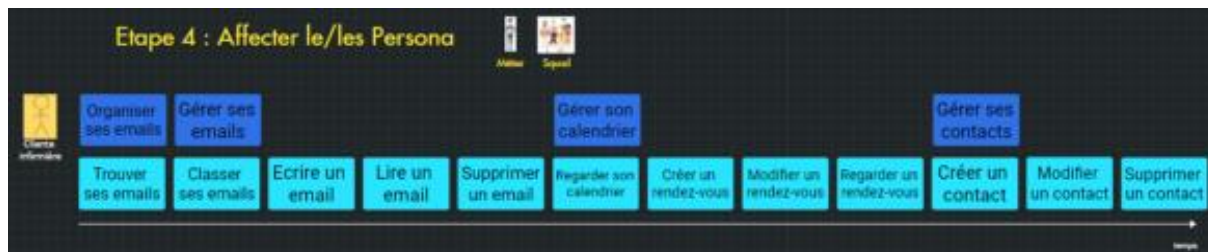
Suite aux différentes discussions et — *vous le découvrirez* — de façon naturelle, les participants regrouperont différentes activités cohérentes entre elles au sein d'une carte "thème". Cette carte n'a pas obligation d'exister. Il s'agit surtout d'aider les participants à structurer les activités.

Remarque : Il peut même arriver qu'il n'y ait pas de thème, ou qu'une activité soit aussi un thème.



Etape 4 : Affecter le/les Persona

C'est à ce moment que l'on positionne le ou les personae qui sera/seront impliqué(s) sur chaque activité, dans l'échelle de temps.



Etape 5 : Définir les fonctionnalités par activité

A cette étape, les participants devront décrire collectivement l'ensemble des fonctionnalités qui seront à développer pour chaque activité.

Remarque : il est important d'indiquer aux intervenants de ne pas se limiter dans leurs réflexions car, par les interactions des questions ou de nouvelles idées pourront survenir et pourraient répondre à la problématique.



Etape 6 : Définir les objectifs de versions et les indicateurs de réussite (ou OKR : Objectives and Key Results)

Il s'agit de définir avec le Métier la priorisation des fonctionnalités à développer, en indiquant :

- **L'Objectif** pour répondre à la question « **Où allons nous ?** »

Il fixe la cible d'une organisation, d'une équipe ou d'une personne,

Ils doivent être ambitieux et qui inspire,

Cela permet de réfléchir ensemble aux questions : "Pourquoi nous lançons cette cadence ?", "Cela va-t-il apporter un impact positif sur notre produit ?".

- **Le résultats clé** répond à la question « **Comment allons-nous réussir ?** »

Il matérialise les conditions de succès de l'objectif,

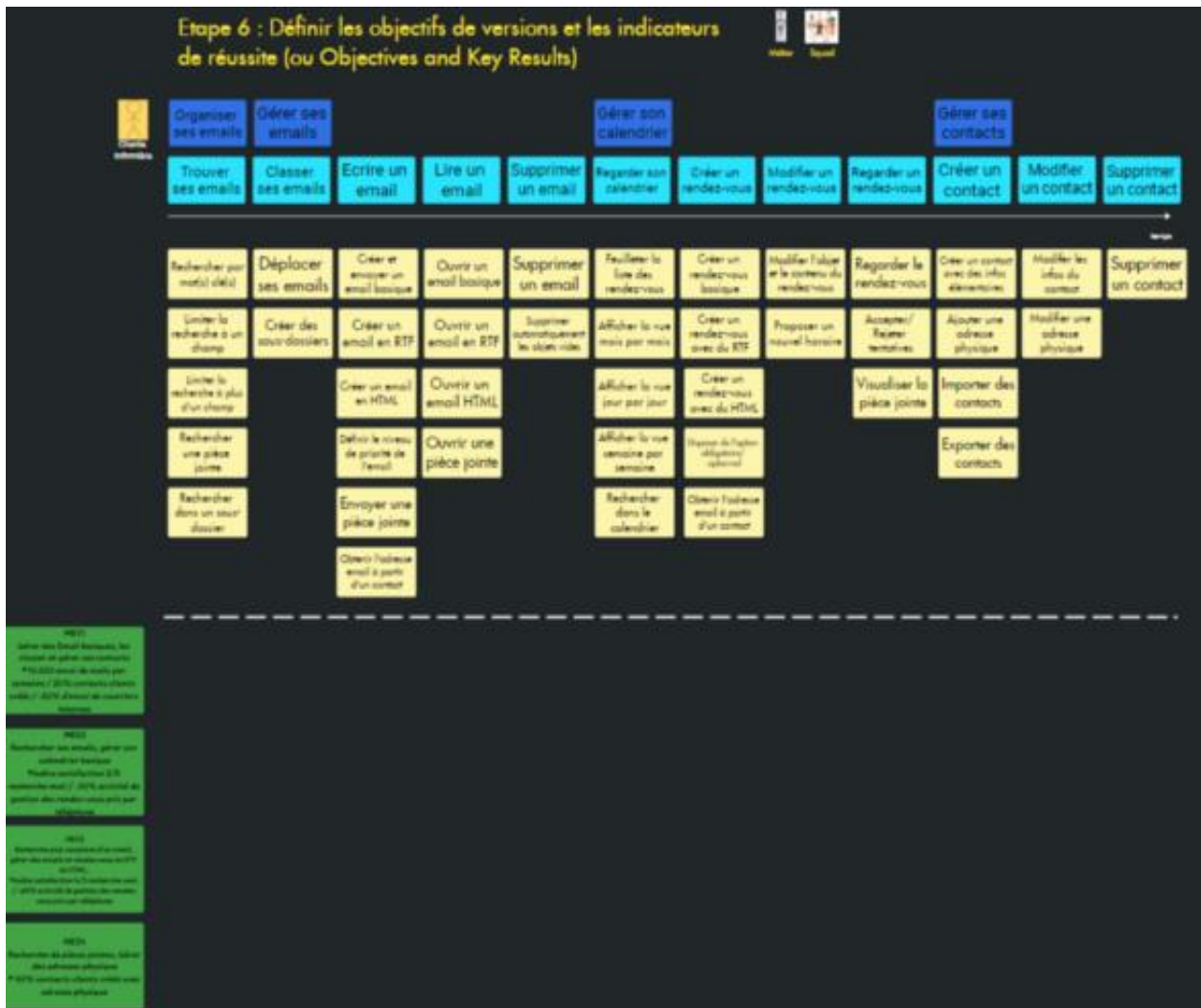
Ce sont des indicateurs mesurables (KPI)

On peut mesurer les résultats clés en utilisant une échelle de 0 à 100%. Par exemple 40% des prospects ont été relancés ou 70% du projet a été accompli,

On peut utiliser un indicateur numérique tel que le chiffre d'affaire généré, le taux de conversion ou encore le NPS pour mesurer la satisfaction client,

Si le résultat clé n'est pas mesurable, on indiquera un 0 pour non accompli et un 1 pour accompli.

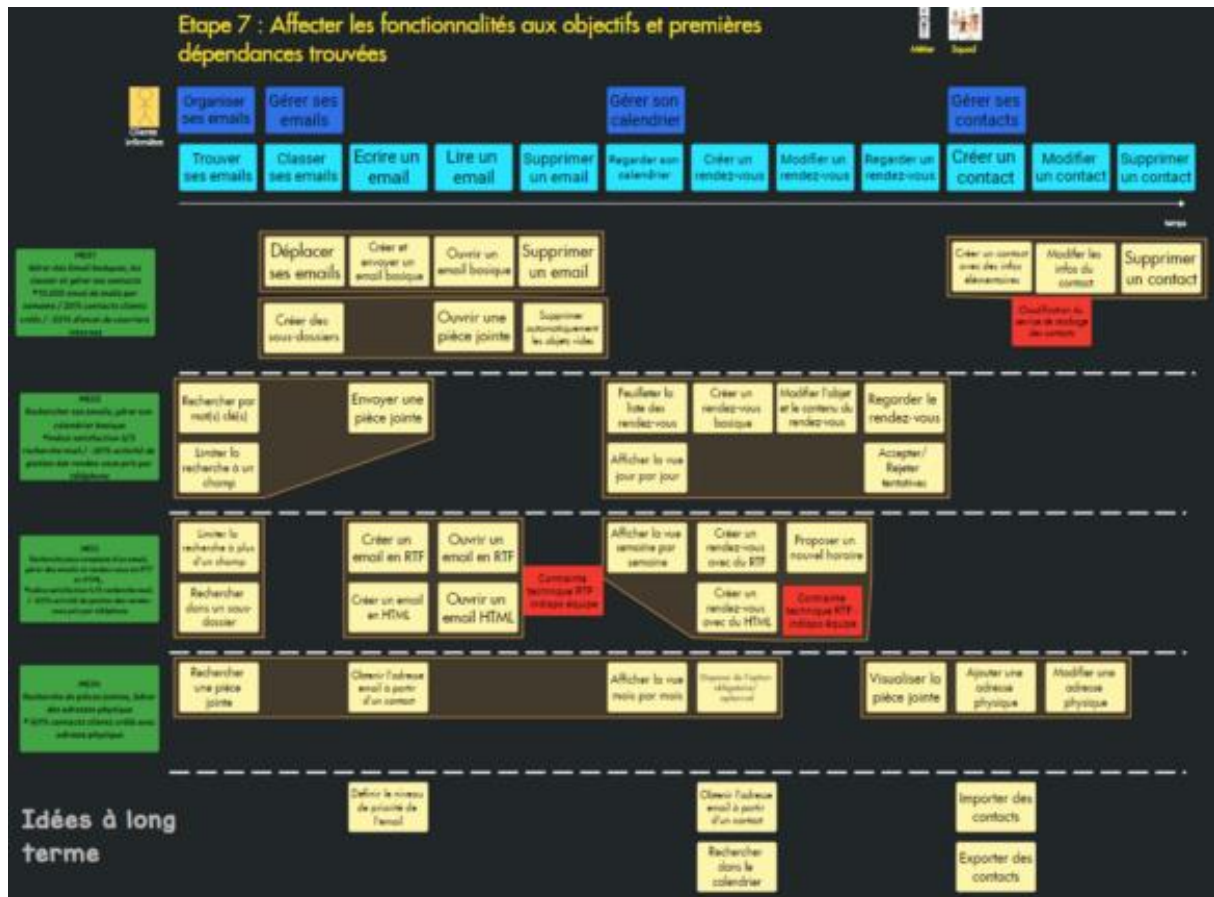
Ils sont indiqués par les cartes vertes, ci-dessous.



Pour en savoir plus : [Les OKR ou comment définir des objectifs clairs et mesurables pour vos versions | by Silvere Duval | Just-Tech-IT | Jun, 2022 | Medium](#)

Etape 7 : Affecter les fonctionnalités aux objectifs

Pour répondre aux objectifs et donc aux priorisations, les intervenants déplaceront les différentes fonctionnalités par objectif. Il s'agira de la première forme d'engagement sur ce qui devra être développé.



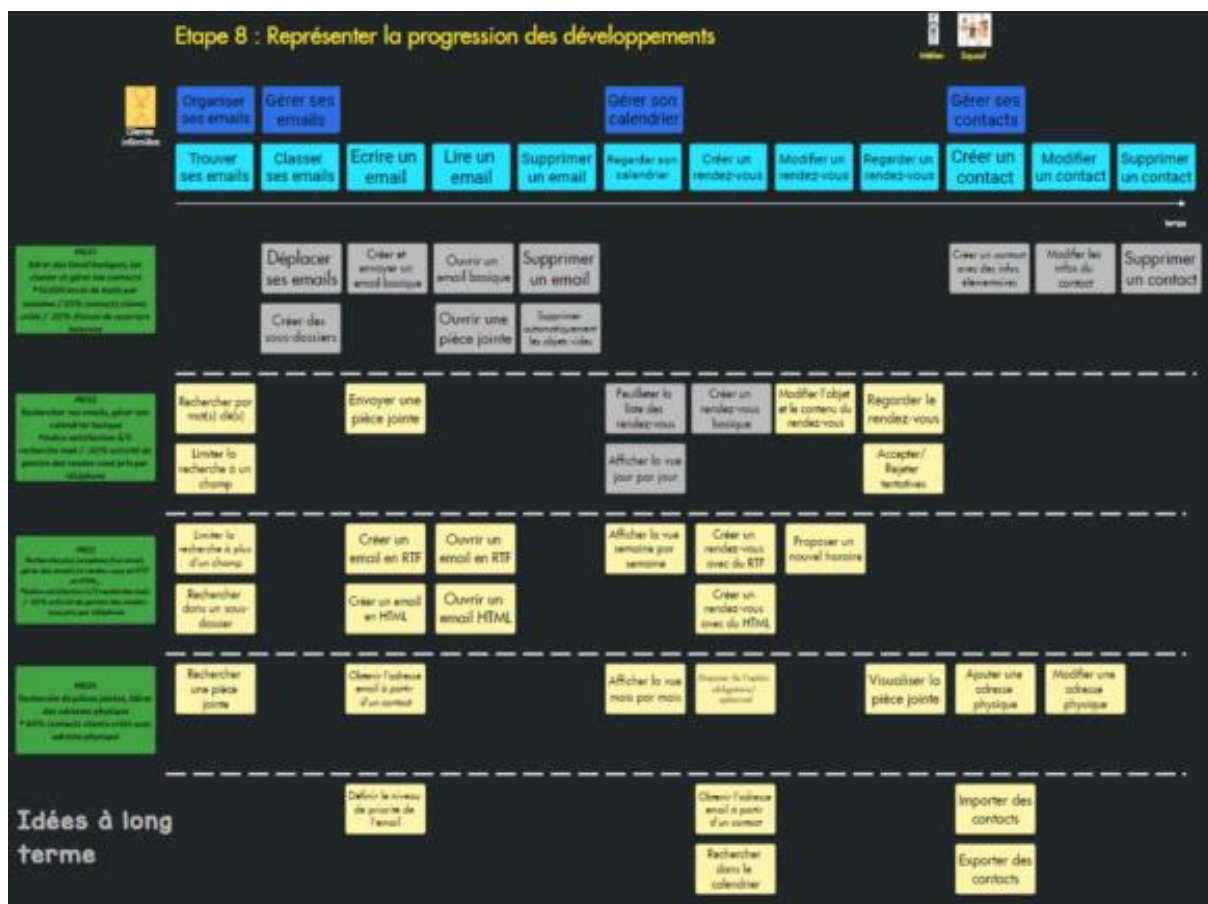
Etape 7bis : Maturer les fonctionnalités prioritaires avec l'Event Storming/Modeling

A ce moment, les fonctionnalités de l'objectif prioritaire seront maturées lors d'un Event Storming/Modeling. Mais cet atelier ne fait pas partie du Story Mapping.

Pour en savoir plus : [Story machin, Event truc, Exemple chose, je m'y perds ! | by Silvere Duval | Medium](#)

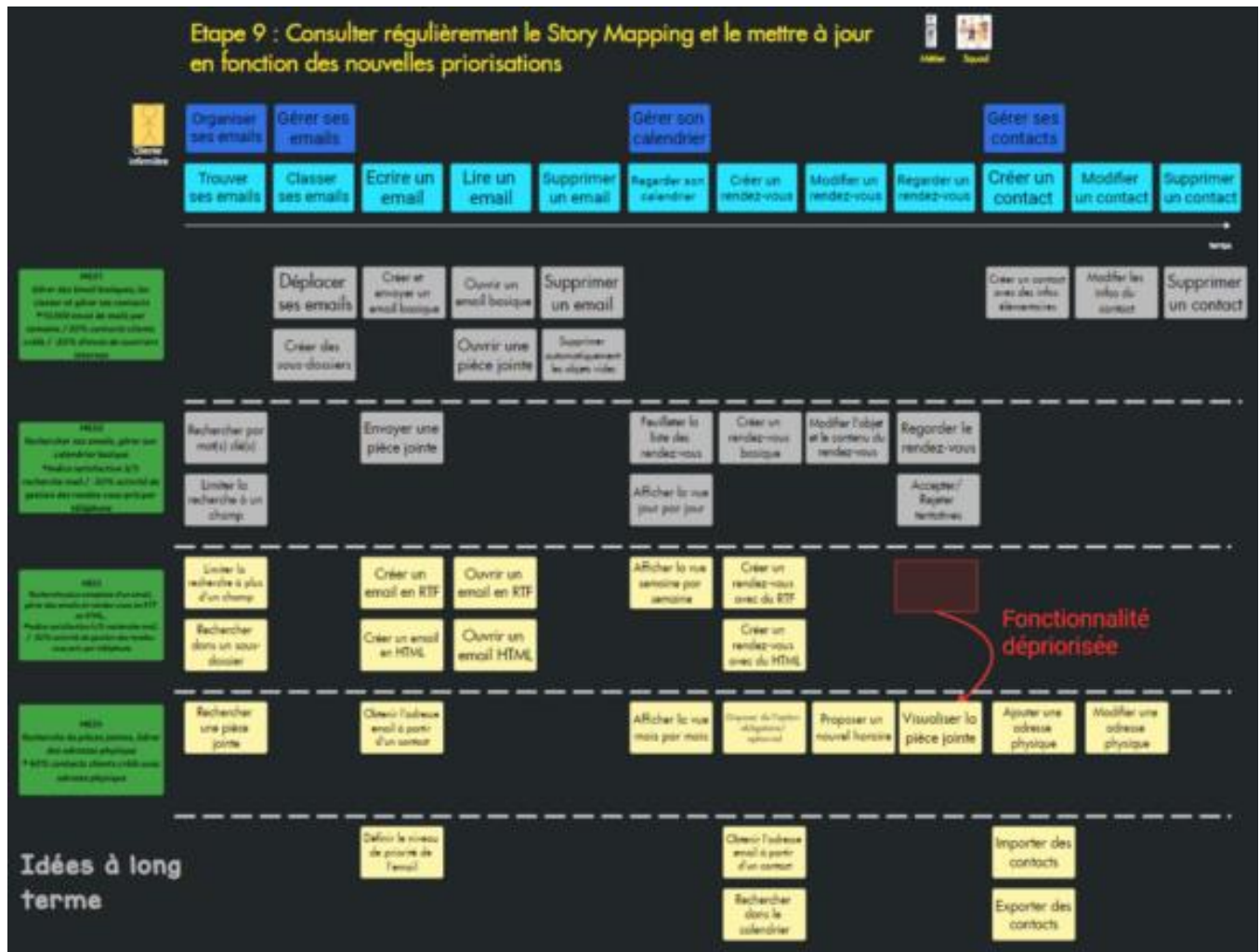
Etape 8 : Représenter la progression des développements

Le Story Mapping vit tout du long du produit. C'est un excellent outil de communication visuelle pour indiquer l'avancée des travaux.



Etape 9 : Consulter régulièrement le Story Mapping et le mettre à jour en fonction des nouvelles priorisations

Le Story Mapping pouvant devenir une documentation vivante, il est possible de représenter la dépriorisation ou la re-priorisation de fonctionnalités.



Pour terminer, quelques conseils

- **Pour une réunion efficace, faites participer votre Métier** pour éviter de perdre du temps en imaginant ce qu'ils pourraient penser ou en leur posant des questions après réunion,
- **Démarrez par un sujet simple** pour monter en compétence sur cet atelier,

- **N’abusez pas du “Mapping”**, sinon vous allez perdre du temps. Cartographiez uniquement ce qui vous suffit pour rédiger votre parcours,

Vous souhaitez mettre à jour un parcours déjà existant ? Vous pouvez partir juste avant l’endroit où vous allez ajouter une nouveauté et vous arrêter juste après là où elle se termine.

- **Ne vous perdez pas dans les détails**, vous aurez tout le temps de le faire lorsque vous mûrerez les fonctionnalités prioritaires (*via l’Event Storming/Modeling, par exemple*),
- **Ne faites pas référence à vos outils** mais misez sur les fonctionnalités à apporter, sinon, votre esprit perdra de la créativité en réfléchissant sur ce que l’outil actuel est capable de faire,
- **Présentez régulièrement votre Story Mapping** à votre équipe et votre Métier pour ne pas oublier les objectifs de la version en cours, pour garder la vision d’ensemble ou en y faisant référence lors de vos montées en production,
- **Faites vivre votre Story Mapping**, même après l’atelier pour montrer la progression des développements, des changements d’orientations,

“Dans un processus de logiciel traditionnel, la pratique du “réexaminer et supprimer” serait synonyme de mauvaise spécification, mais quand vous avez votre casquette de développeur agile, il s’agit simplement d’apprentissage et d’amélioration itérative.” — Jeff Patton.

- **Partagez, débriefez avec d’autres équipes** sur le Story Mapping pour monter en compétence.

Un dernier conseil

Utilisez les OKR qui aideront et guideront votre équipe tout au long des développements, en répondant au “*Finally, why do I develop this functionality?*”, question qui arrive régulièrement après des semaines de développements.

Merci

Merci à [Evelyne Ly](#), [Tiago Marques](#) et **Hélène Perez** pour la co-création de ce template et à [Alexandre Beauchet](#) de Draft.io.

Sources de cet article

“*The story mapping — Visualisez vos user stories pour développer le bon produit*” — Jeff Patton.

“*Measure what matters*” — John Doerr

Pour aller plus loin

[Et si la maturation d'un problème se rapprochait du concept du Design Thinking | by Silvere Duval | Oct, 2022 | Medium](#)

Pour lire les versions web de l'article

[Le guide étape par étape pour animer un atelier de Story Mapping | by Silvere Duval | Just-Tech-IT | Medium](#)

[The step-by-step guide to running a User Story Mapping workshop — Blog \(draft.io\)](#)