



# Agence de conception d'expériences client

Présentation réalisée lors du symposium [attractis.org](https://attractis.org) du 11.10.2018 / © [Experientiel Sàrl](#)  
Version imprimable, des textes ont été ajoutés pour faciliter la compréhension sans le discours oral.  
**Visionnez la conférence sur: [https://youtu.be/9C82Ezs\\_Fe0](https://youtu.be/9C82Ezs_Fe0)**

Il est souvent devenu  
plus agréable d'acheter  
des prestations à l'autre  
bout de la planète  
qu'à côté de chez soi.

**Nous voulons  
changer ça !**



# LE SERVICE DESIGN

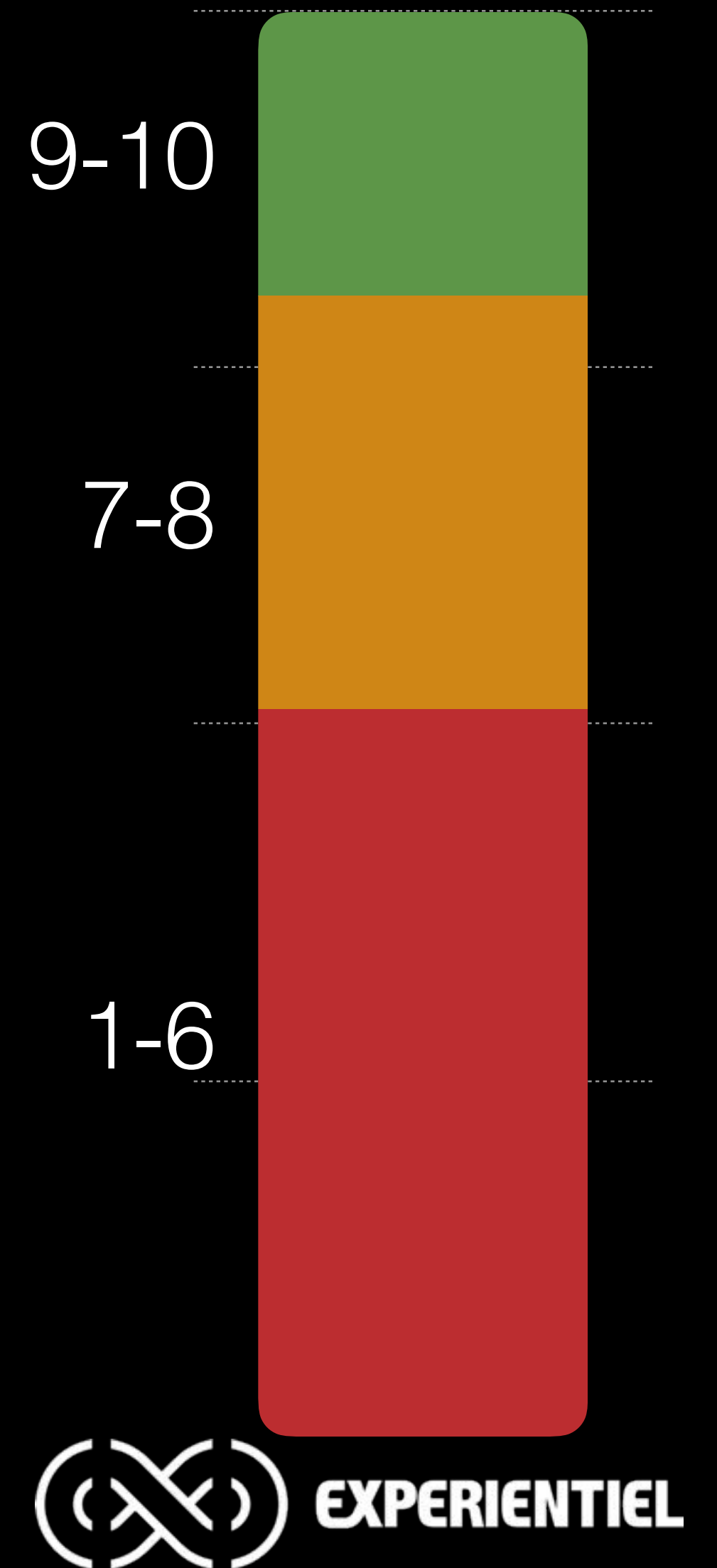
résout les challenges auxquels  
font face les organisations  
dans un environnement  
toujours plus complexe.





Vous ne pouvez pas offrir  
une bonne expérience client  
sans vos collaborateurs !

**79%**  
**DES EMPLOYÉS**  
**NE RECOMMANDENT**  
**PAS LEUR EMPLOYEUR !**



Ambiance

3%

Malhonnêteté

7%

Maltraitance

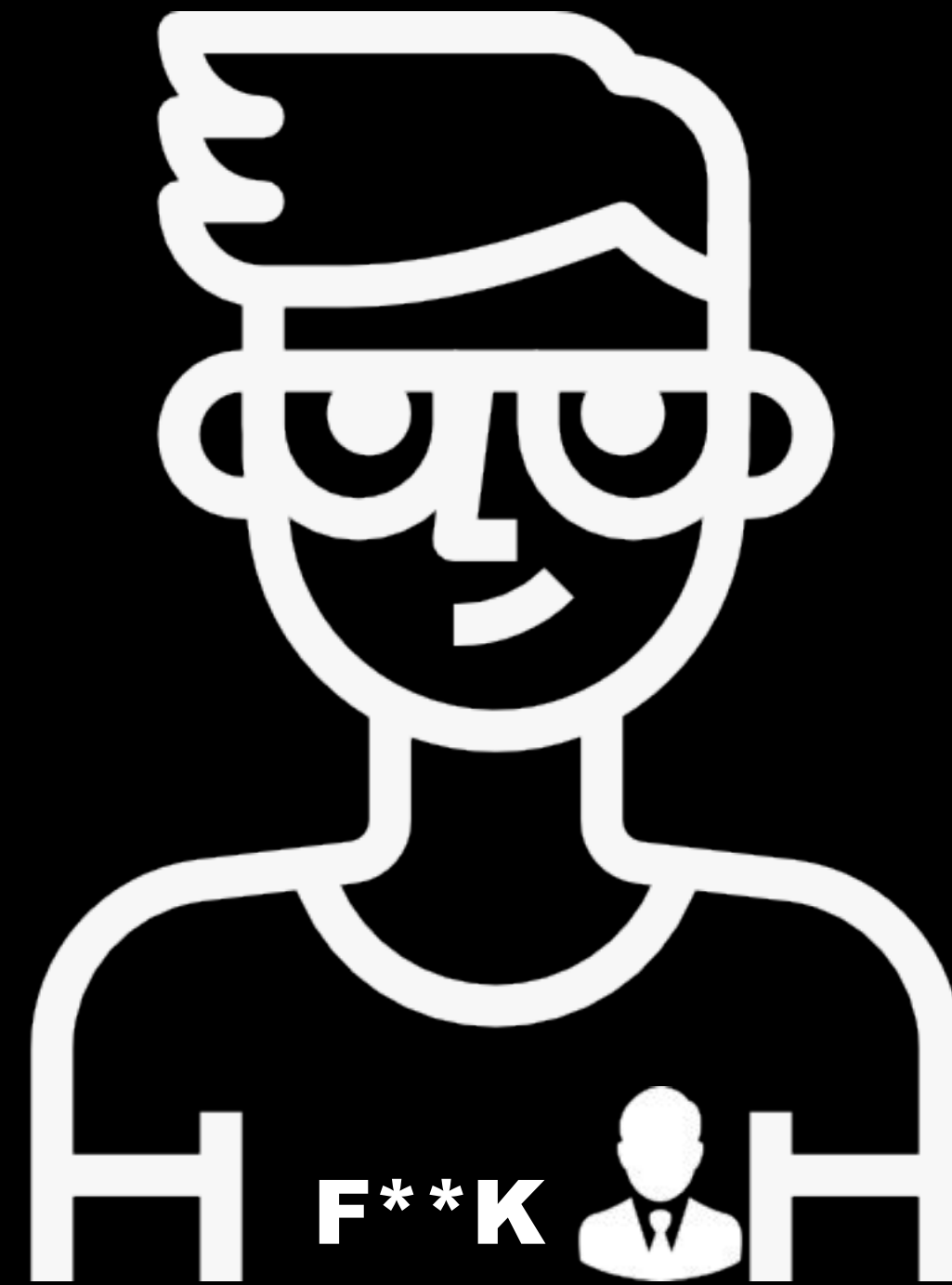
11%

Manque de reconnaissance

23%

Organisation

56%



Le problème n'est pas (que) générationnel



Ni uniquement technologique ou sociétal

Ce que disent tous les employés mécontents, c'est:

**J'AI DES CAILLOUX PLEIN LES  
CHAUSSURES...**

**POINTS DE FRICTION**

**ILS NE ME DISENT PAS OÙ JE DOIS ALLER,  
NI POURQUOI JE DEVRAIS Y ALLER...**

**VISION**

**ET ILS ONT LE CULOT DE ME DIRE  
D'Y COURIR ET DE M'IMPOSER LA FAÇON  
DONT JE DOIS M'Y PRENDRE...**

**VIRTUOSITÉ**

# VISION

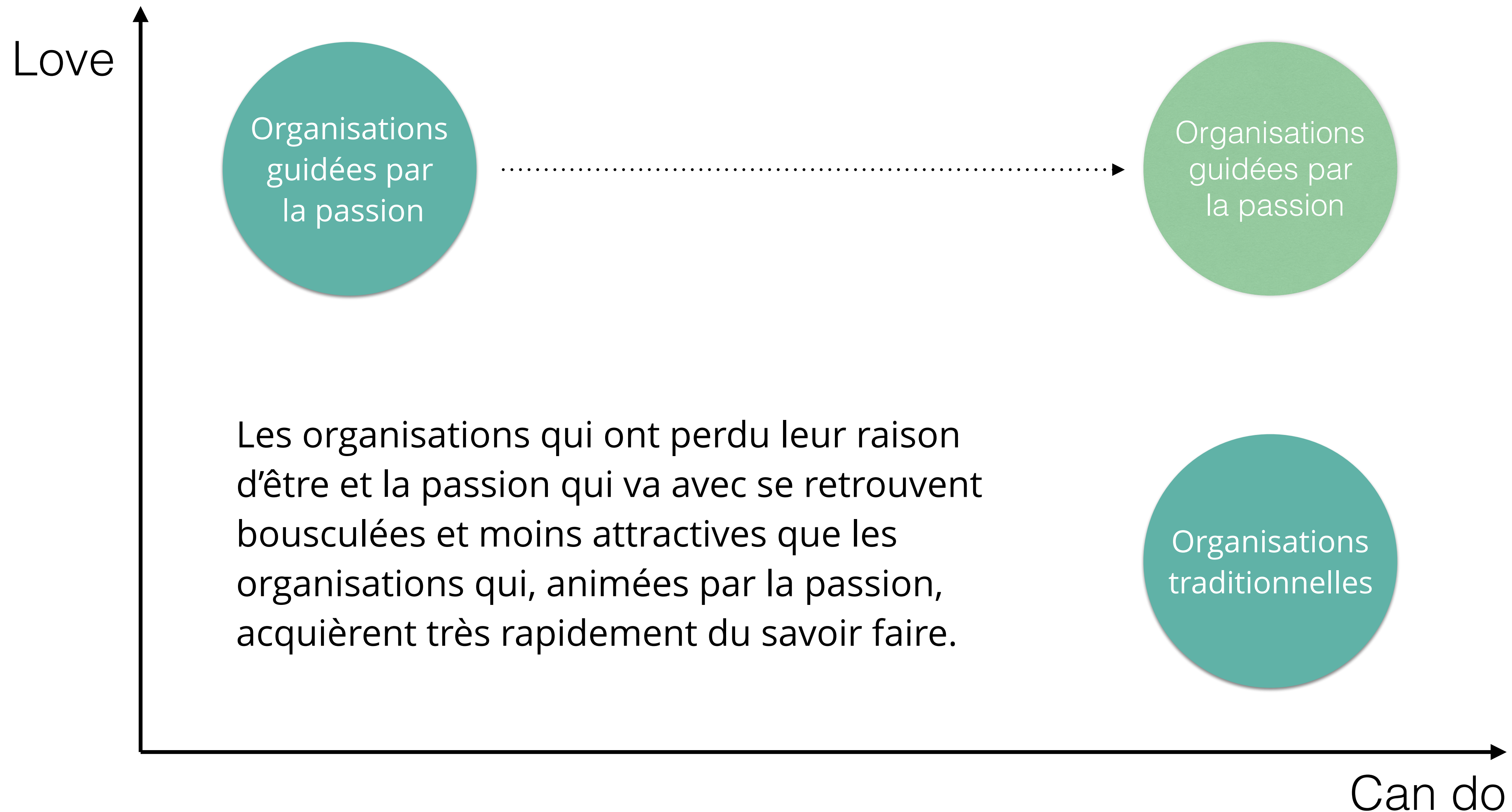
La vision est à l'origine d'une entreprise, c'est sa raison d'être. Quels problèmes résout-elle et comment propose-t-elle un futur meilleur. Les entreprises existant depuis de nombreuses années n'ont souvent plus de vision, ou le problème qu'elles résolvait à leur création n'en est plus un et elles n'ont pas revu leur vision.



Je remercie Pécube pour son excellente illustration.

Les organisations qui résolvent de vrais problèmes ont l'attractivité dans leur ADN... Lorsqu'une entreprise ne sait plus pourquoi elle existe, elle perd cette attractivité naturelle. Soit parce que le problème qu'elle résolvait n'en est plus un, soit parce qu'après le départ des fondateurs, les successeurs n'ont pas autant de passion à résoudre ce problème.

Dessin de Pécube réalisé lors du Symposium [attractis.org](http://attractis.org) du 11.10.2018



Source: Idriss Aberkanne

## ***En résumé:***

*Comme le disait A. de St-Exupéry:*

*SI TU VEUX CONSTRUIRE UN BATEAU, NE  
RASSEMBLE PAS TES HOMMES ET FEMMES  
POUR LEUR DONNER DES ORDRES, POUR  
EXPLIQUER CHAQUE DÉTAIL, POUR LEUR  
DIRE OÙ TROUVER CHAQUE CHOSE. SI TU  
VEUX CONSTRUIRE UN BATEAU, FAIS NAÎTRE  
DANS LEUR COEUR LE DÉsir DE LA MER.*

*La vision doit correspondre à la réalité et au  
défis d'aujourd'hui. Une vision dépassée ou  
inexistante sera perçue comme repoussante par  
les employés... qui ne vendront que leur  
« temps » contre un salaire.*



# FAIRE NAÎTRE LE DÉsir DE LA MER

# POINTS DE FRICTIONS

Chaque jour, un collaborateur, comme un client, a de nombreuses interactions avec votre organisation. Chacune de ces interactions peut comporter des éléments désagréables qui l'empêche de débiter ou de réaliser son souhait. Ce sont les points de frictions. Plus vous les supprimez, plus le parcours devient fluide et agréable.



6:00    7:00                      8:00                                              10:00                                              12:00    14:00                      17:00    18:30



Je ne trouve pas  
de place de parc



Ce système  
informatique me  
fait perdre  
beaucoup de  
temps



Ces séances sont  
inutiles et ils en  
font sans arrêt...  
c'est toujours les  
mêmes qui parlent  
et qui se répètent.

## ***En résumé:***

*Chaque point de friction est comme un caillou dans la chaussure. Alors que l'on diminue les ressources, on demande à celles qui restent d'aller toujours plus vite, d'être plus productives... alors qu'elles ont des cailloux plein les chaussures. Ce n'est pas possible.*

*Il faut identifier les points de frictions (comprendre), les prioriser, chercher des solutions (définir) avec les parties-prenantes, évaluer leur impact et les ressources nécessaires, puis prioriser les solutions.*

*Et enfin, il faut réaliser les solutions, enlever les cailloux ! (prototyper et réaliser)*



# ENLEVER LES CAILLOUX DES CHAUSSURES

# VIRTUOSITÉ

Un virtuose s'est beaucoup entraîné et a fait de nombreuses erreurs avant de le devenir. Si nous ne laissons pas la possibilité aux gens de se tromper, si on leur dit tout ce qu'ils doivent faire et comment ils doivent le faire, on supprime l'opportunité de développer des virtuoses dans nos équipes.

## ***En résumé:***

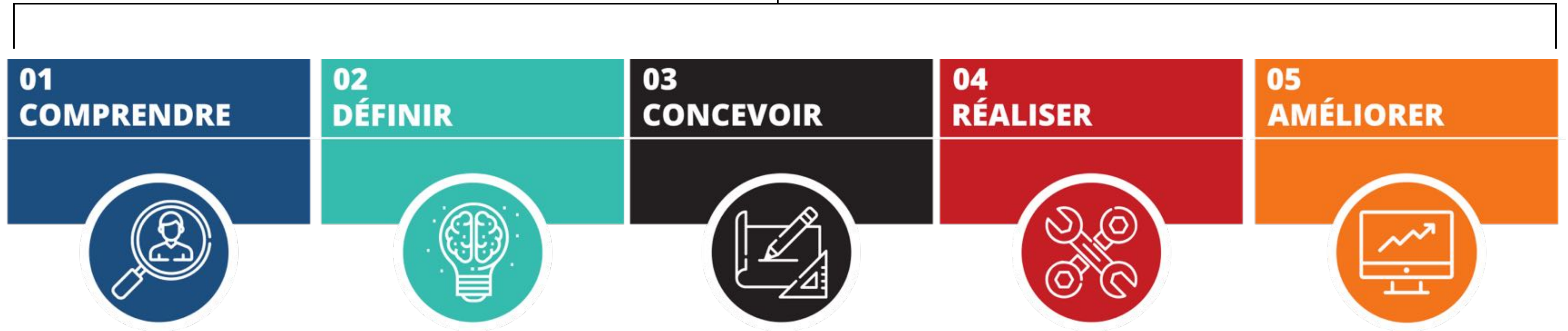
*Jamais un enfant apprendrait à marcher si on lui interdisait de tomber... ou si on lui disait de lire des livres et regarder des vidéos avant d'essayer.*

*Nous devons encourager l'apprentissage par l'expérimentation. Alors, certaines personnes vont développer de nouvelles manière de faire les choses et devenir des virtuoses.*



# APPRENDRE DES ERREURS ET ÉVOLUER

# SERVICE DESIGN



# 01

# COMPRENDRE

Challenger ses impressions et les hypothèses, comprendre les gens et les contextes



# USER JOURNEY



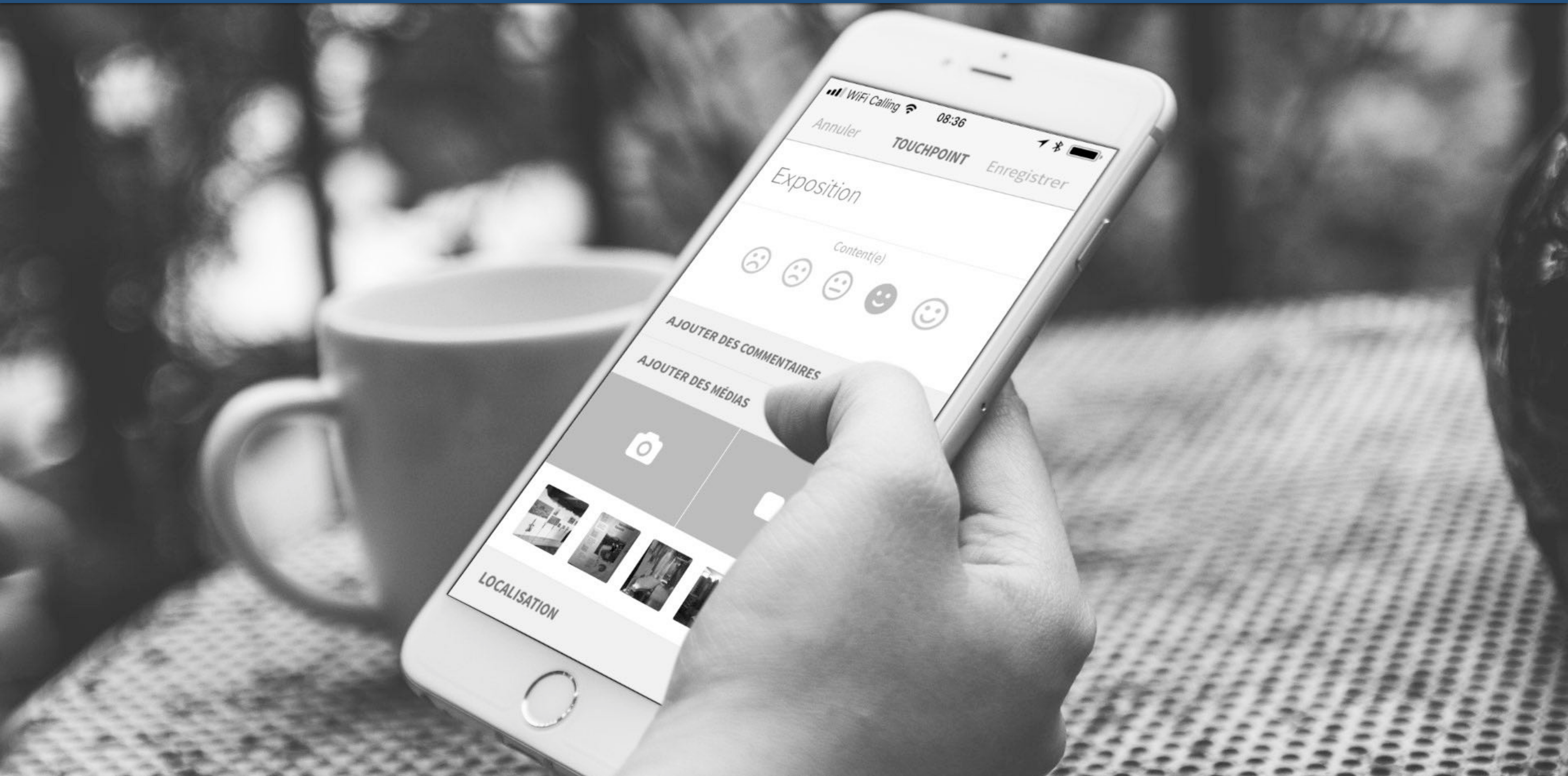
# BODYSTORMING



# INTERVIEWS CONTEXTUELLES

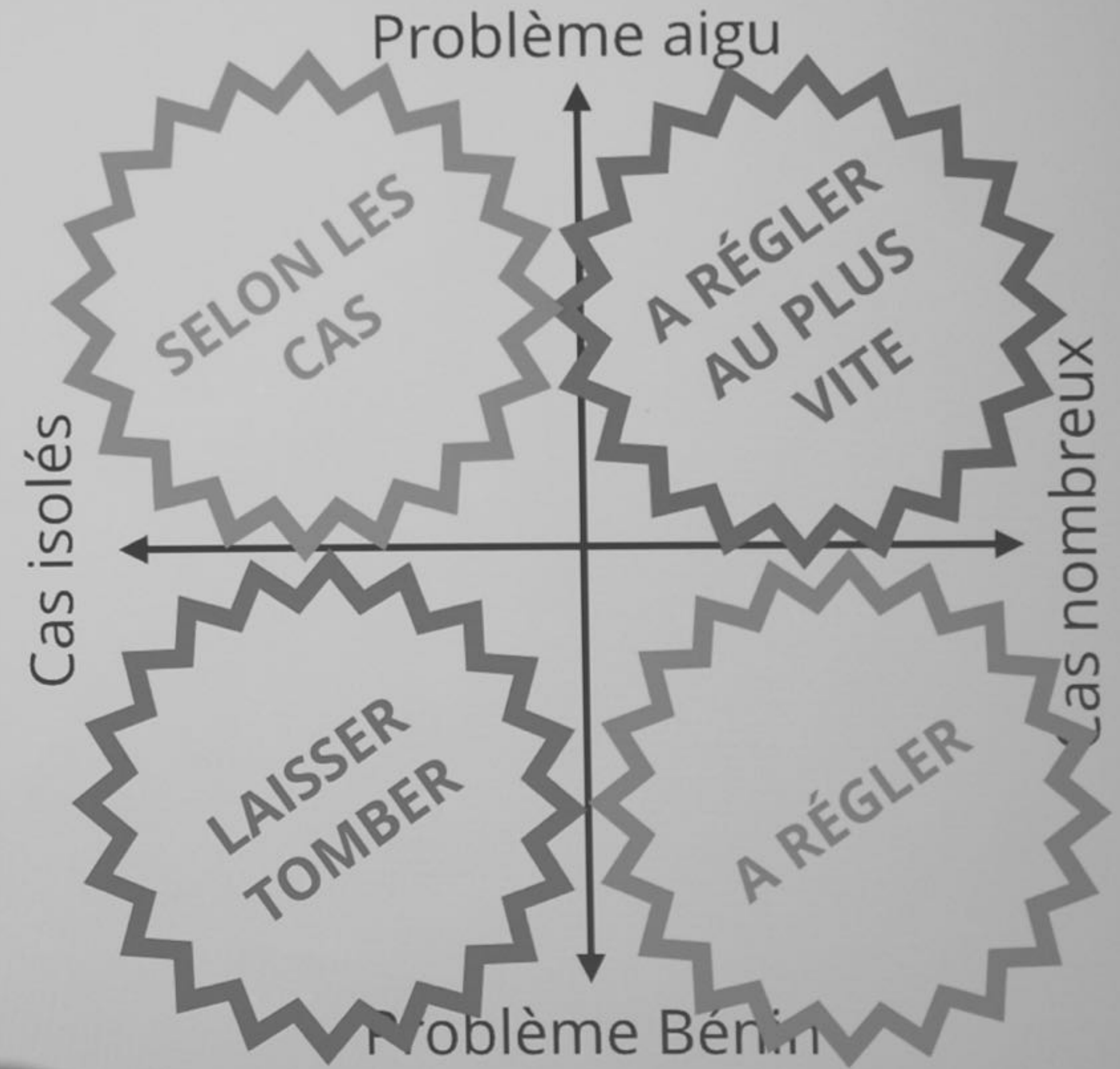


# ETHNOGRAPHIE MOBILE



# PRIORISATION

**PRIORISER  
LES TENSIONS**



# 02

# DÉFINIR

Générer, diversifier, approfondir, organiser et choisir des idées

# IDÉATION



# ORGANISATION DES IDÉES

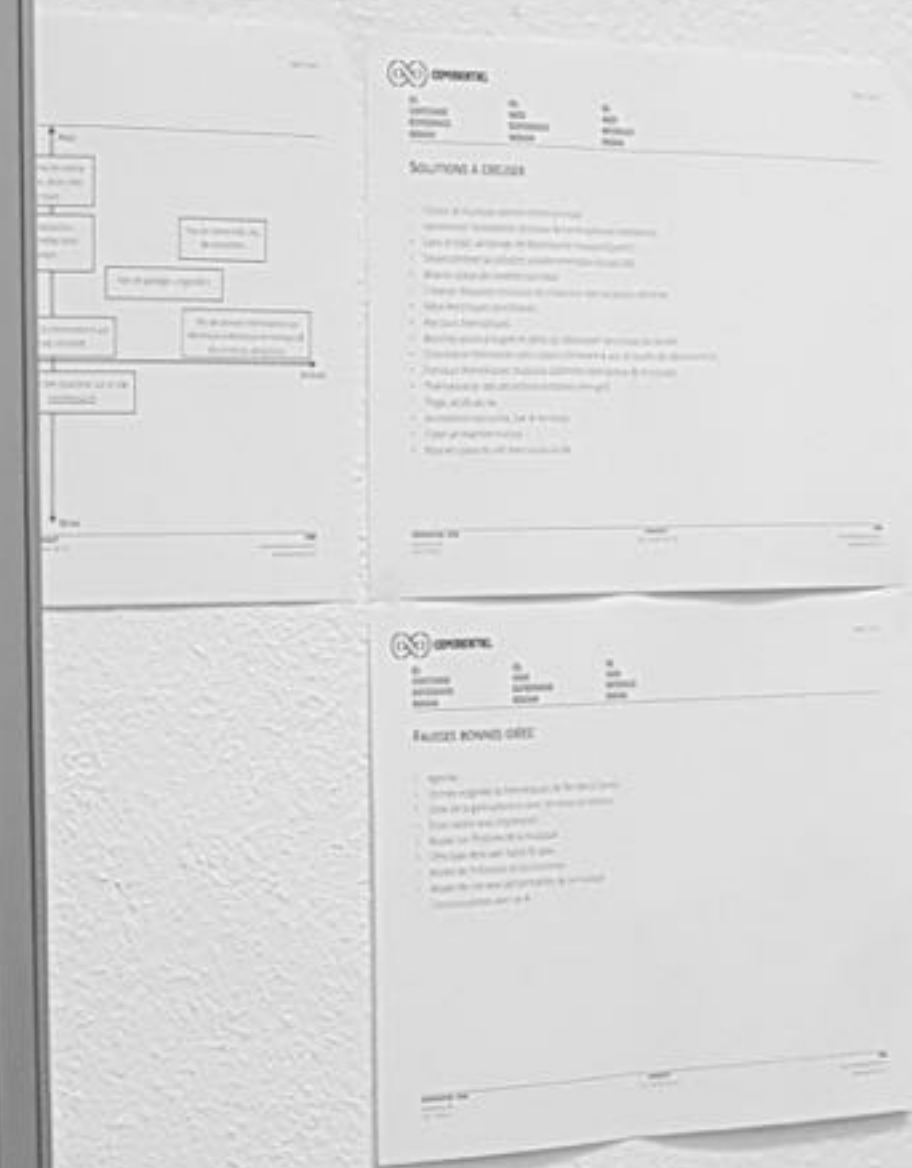
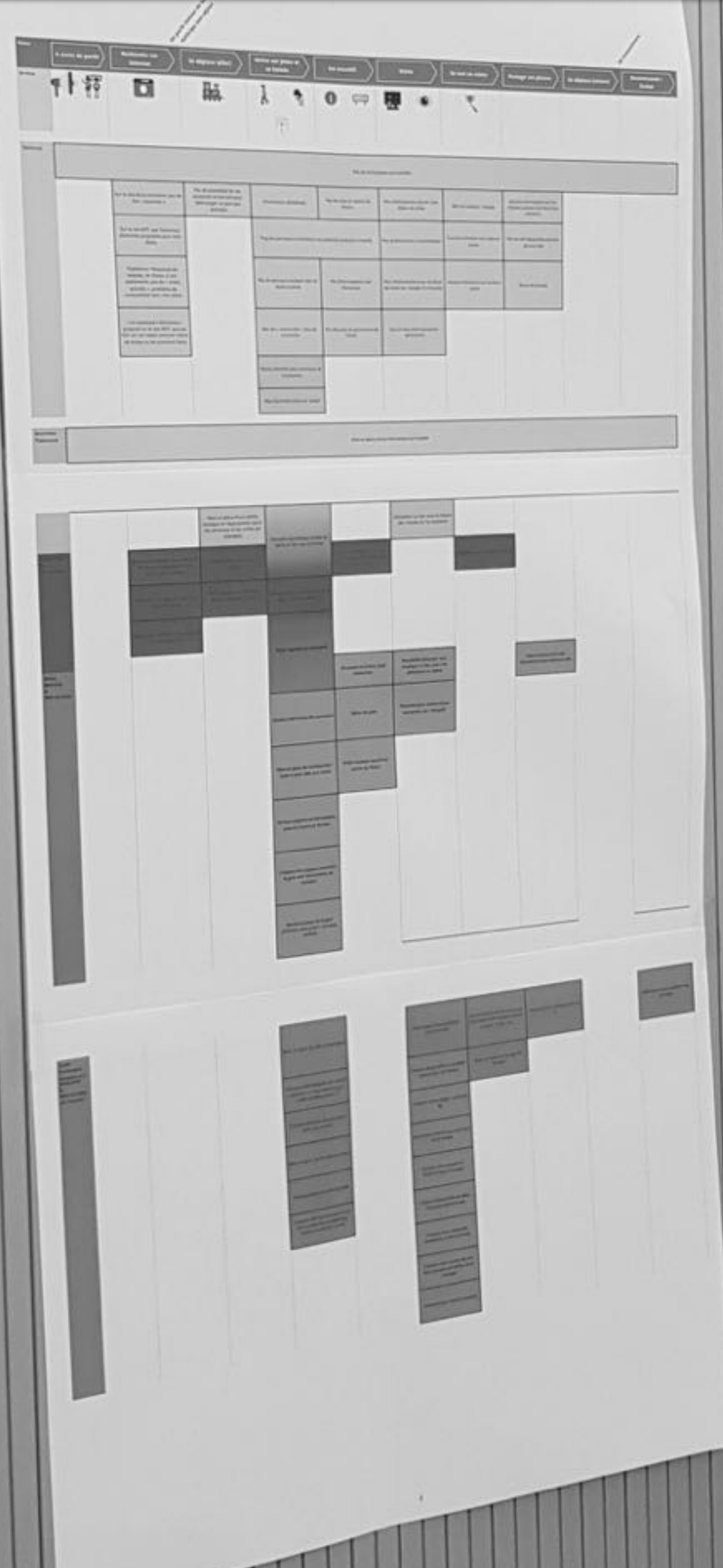
## OBJECTIFS DE L'ATELIER

- Décider de la **thématique principale**
- Obtenir des **idées concrètes et innovantes** de mesures à mettre en place

EXPERIENTIEL SARL  
Grand Rue 96  
1627 Vieux-Écluse

CONTACT  
+41 20 660 49 74

WEB  
www.experientiel.ch  
www.experientiel.ch



# ORGANISATION DES IDÉES

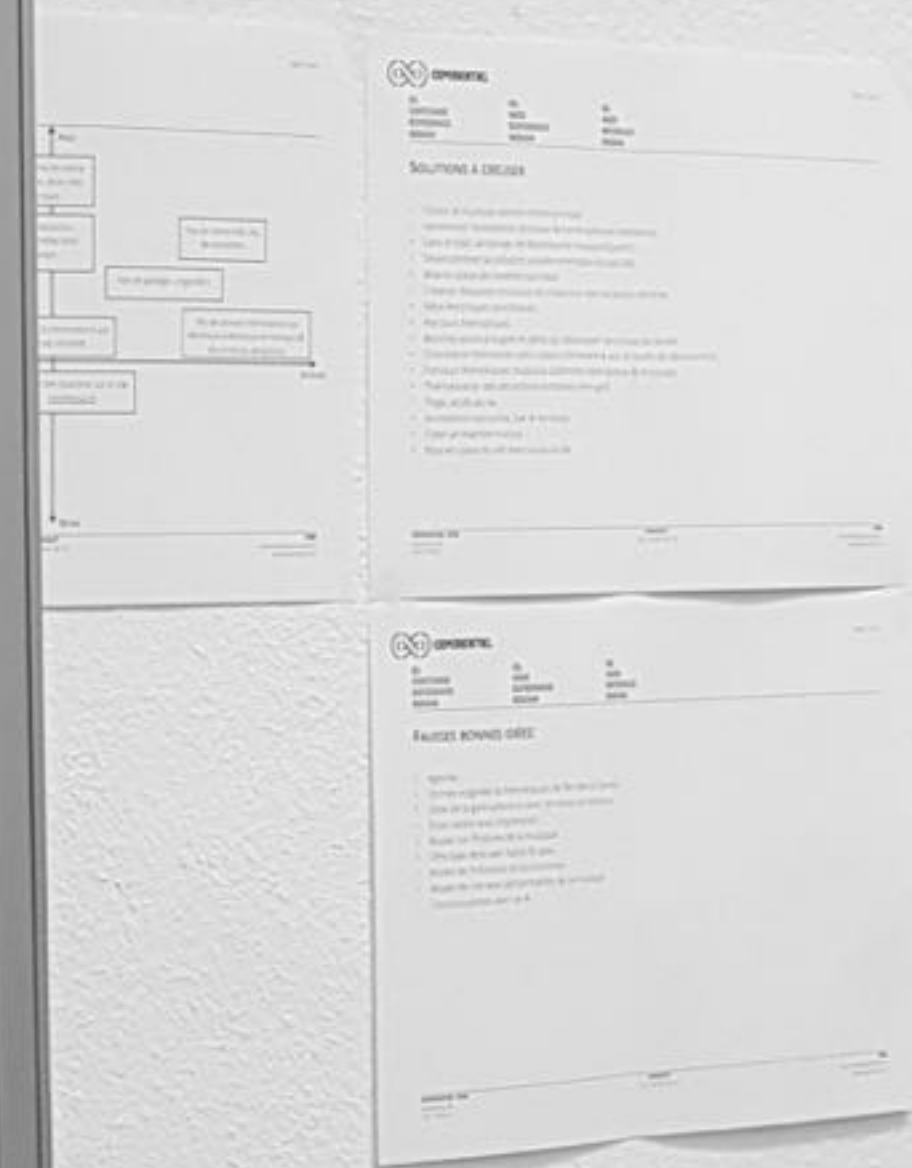
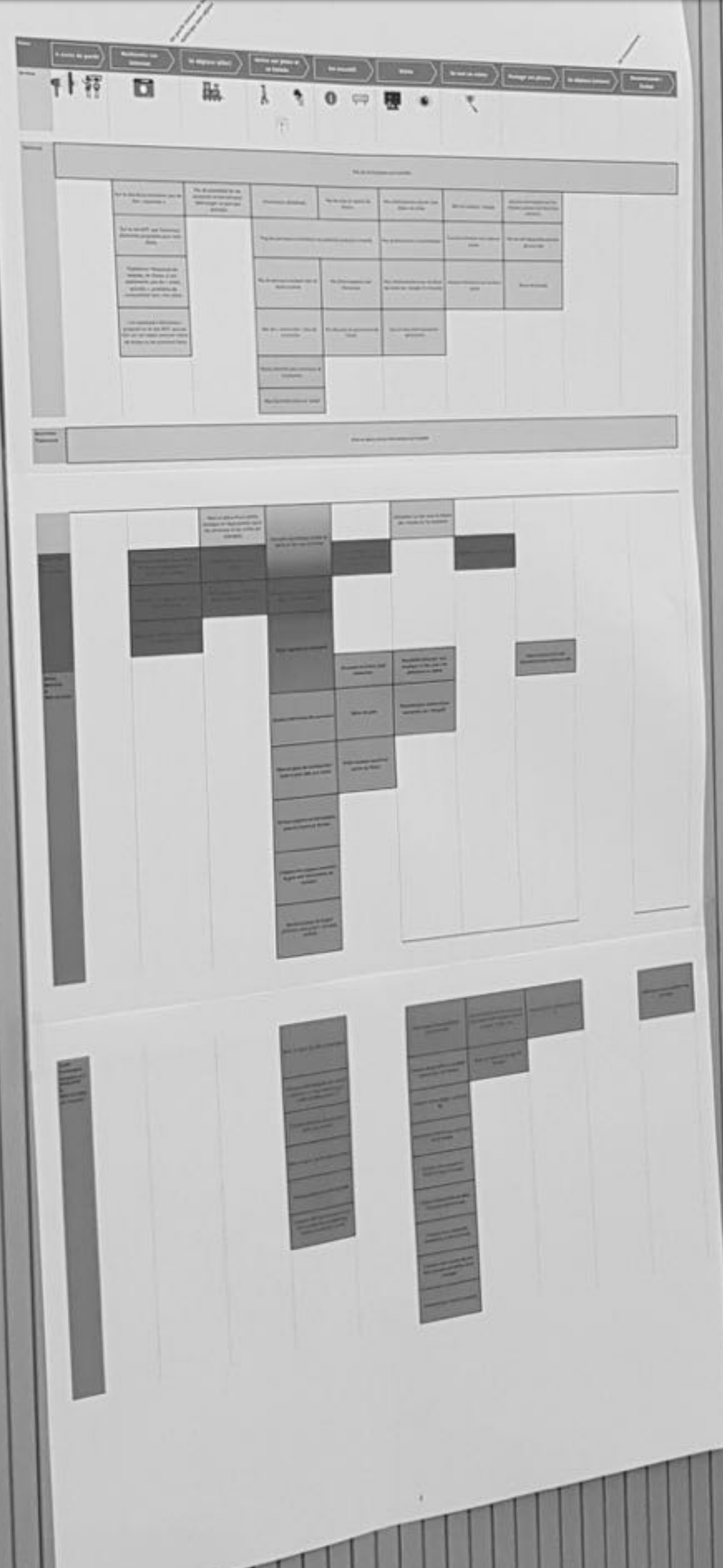
## OBJECTIFS DE L'ATELIER

- Décider de la **thématique principale**
- Obtenir des **idées concrètes et innovantes** de mesures à mettre en place

EXPERIENTIEL SARL  
Grand Rue 96  
1627 Vieux-Écluse

CONTACT  
+41 20 660 49 74

WEB  
www.experientiel.ch  
www.experientiel.ch



# ORGANISATION ET PRIORISATION DES MESURES



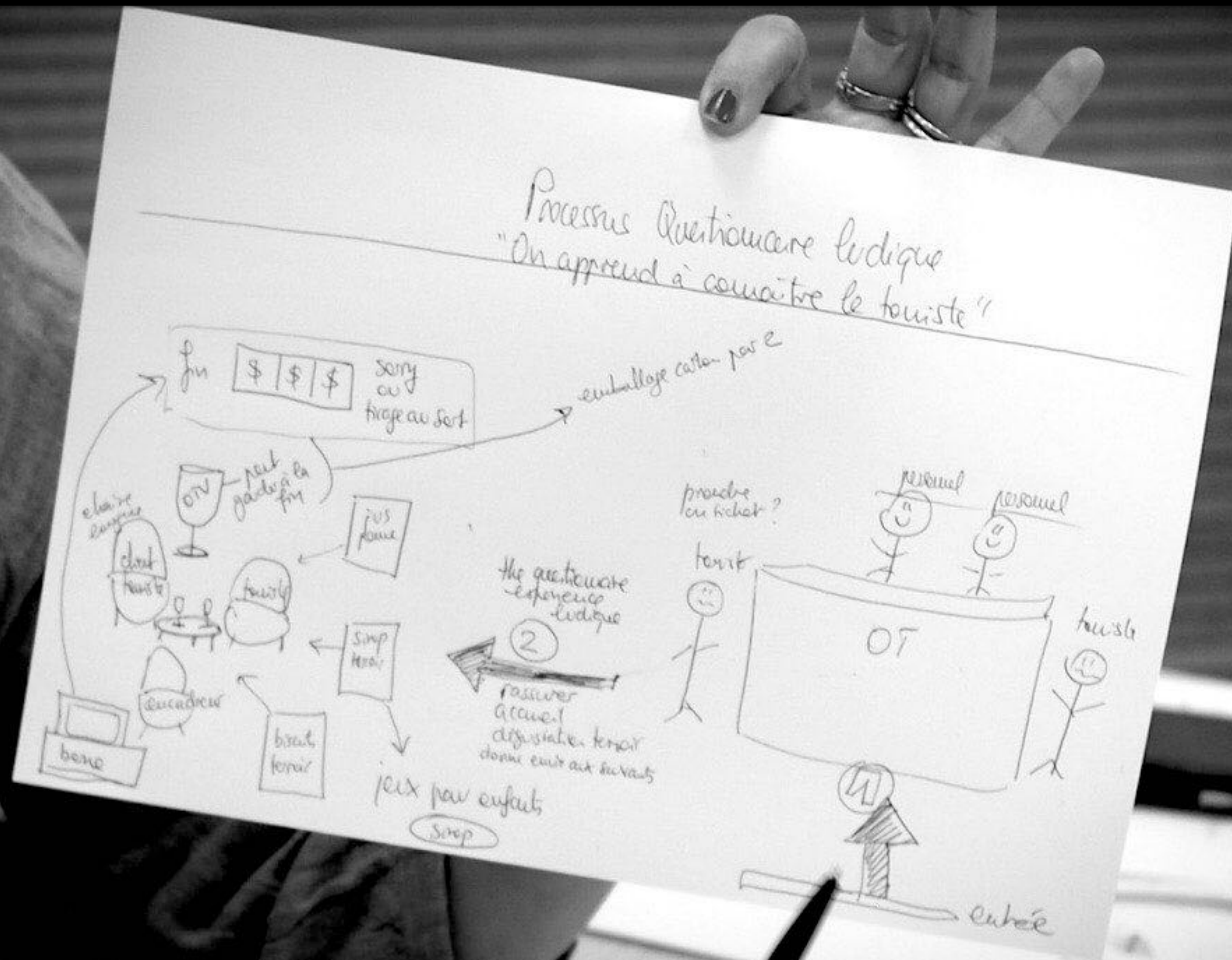
# 03

# CONCEVOIR

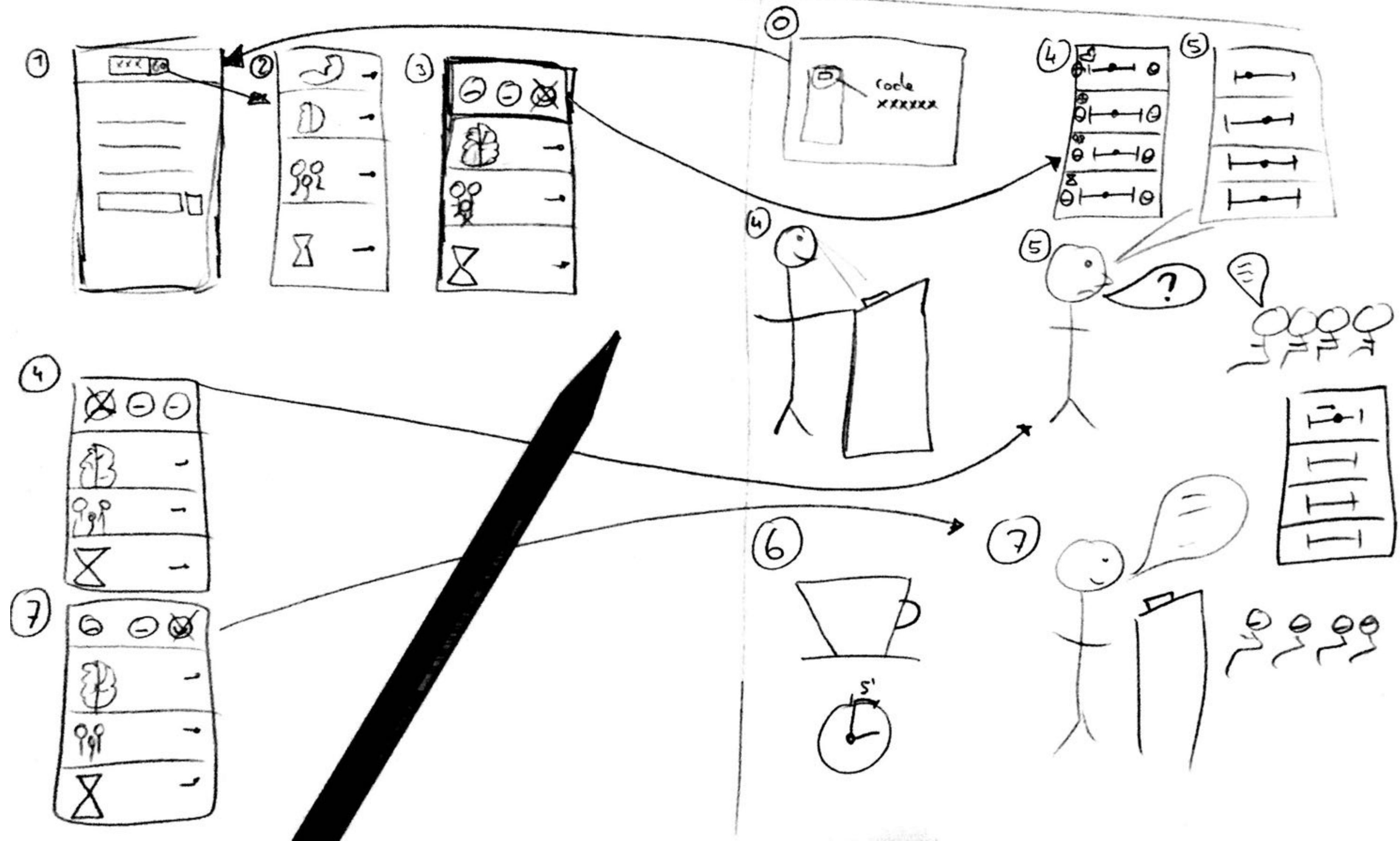
Explorer, défier et faire évoluer les idées dans une réalité pour réduire les incertitudes



# PROTOTYPES EXPLORATOIRES



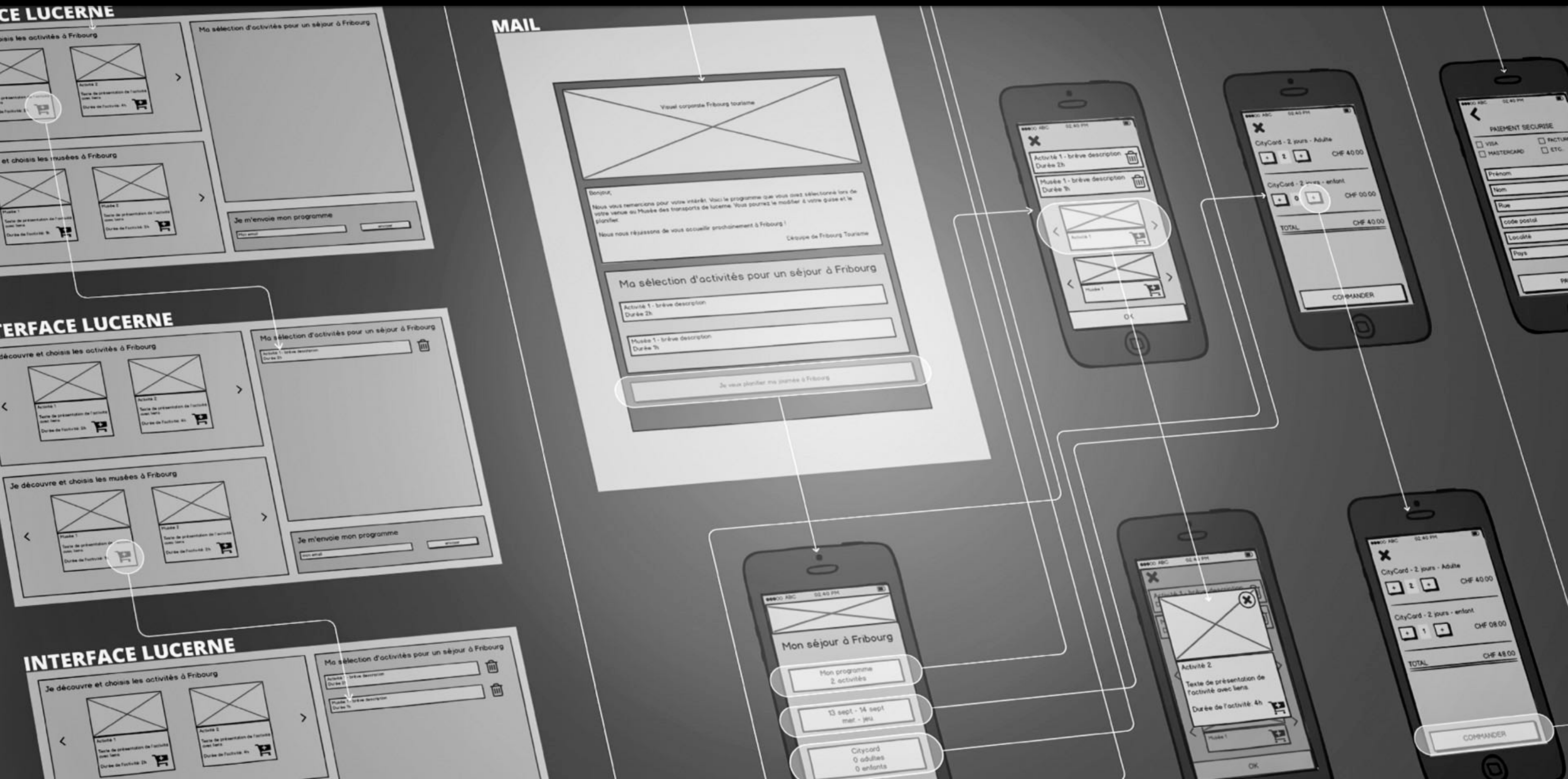
# PROTOTYPES EXPLORATOIRES



# TEST DES PROTOTYPES EXPLORATOIRES



# PROTOTYPES CONFIRMATOIRES



# PROTOTYPES CONFIRMATOIRES

Avant tout contact

Recherche

JOURNEY MAP OUTLINE

Add persona

Création du compte "gratuit"

Demande d'offre

Rempli le formulaire en ligne

Prend connaissance de la proposition

Personnalisation de l'offre

Validation de l'offre

Envoi de l'offre

Alisson's journey

Alisson's storyboard

Storyboard 01: Client brief au graphiste

Storyboard 02: Graphiste: Proposition de campagne "automatique"

Storyboard 03: Graphiste: Proposition de campagne "automatique"

Storyboard 04: Graphiste: Offre

Storyboard 05: Bienvenue sur ton espace de travail

Alisson's detailed description

Alisson crée son compte personnel sur media f. Elle paramètre ses tarifs horaires, ses domaines d'activités. Elle peut télécharger son logo et configurer d'autres éléments permettant de personnaliser ses offres.

Alisson reçoit une demande d'offre par e-mail ou par téléphone

Elle envoie un lien permettant à son client de définir ses objectifs et de réaliser un brief "simplement".

Grâce au formulaire rempli, elle reçoit instantanément une proposition de media f comprenant l'impression, la diffusion ainsi que des conseils spécifiques.

Elle sélectionne ce qui lui convient puis ajoute son travail et le nombre d'heures. Elle peut indiquer si la facturation passe par elle ou si elle est directement envoyée à son client. De même elle peut choisir les éléments liés à l'envoi du devis.

L'offre est créée automatiquement avec le logo d'Alisson et contient non seulement son travail mais une proposition de diffusion et les coûts d'impression et de diffusion. Les connaissances spécifiques de media f sont ajoutées.

En un clic, Alisson envoie l'offre à son client. Tout est enregistré automatiquement dans son compte client. Elle peut retrouver toutes ses offres (avec ou sans impression et diffusion) et les gérer.

SUPPORT & FEEDBACK

# PROTOTYPES CONFIRMATOIRES



# PROTOTYPES CONFIRMATOIRES

MONTAGE

SUPPORT + PANNEAU

VERSION FOND NOIR



# TEST DES PROTOTYPES CONFIRMATOIRES



# 04 RÉALISER

Implémenter, créer de la valeur, bénéficier des résultats

# CONDUITE AGILE



# 05

# AMÉLIORER

Analyser régulièrement les résultats de vos actions et les optimiser

# MESURER LES RÉSULTATS



neromcmixxi • S'abonner  
• Verkehrshaus der Schweiz

neromcmixxi #kaeserberg  
testycook Follow me , Follow you back 🙌  
partyqueenbarbie I like :)  
maddieshults good job emma  
eemmaaled @maddieshults thanks  
k3iry My goodness Emma is getting so big..  
what a beautiful young lady she will become  
maddieshults @eemmaaled no problem  
toseeroll Cool!....

12 J'aime  
26 JUIN

Ajouter un commentaire...



museumspass • S'abonner  
• Verkehrshaus

museumspass #Repost @albissermagali  
Por aí com a Maga no Museu de Transporte  
em Lucerna. Durante os tours também nos  
divertimos! •  
@guiasuica•  
#poraiacomamaga #Suíça #guiasuíça  
#Lucerna #museumspassambassador2018  
#kaeserberg

29 J'aime  
19 JUIN

Ajouter un commentaire...



misslmmc • S'abonner

misslmmc From where i  
stand...#kaeserberg #luzern  
#verkehrsmuseum #  
iroalexi :) kisses to both of them!!!!  
misslmmc @iroalexi merci 🙌🙌🙌🙌

12 J'aime

Céline Romanens-Vuilleumier est à Verkehrshaus der  
Schweiz.  
10 novembre 2017 · Lucerne ·

#kaeserberg



Marie-Christine Repond a partagé une publication.  
9 novembre 2017 ·



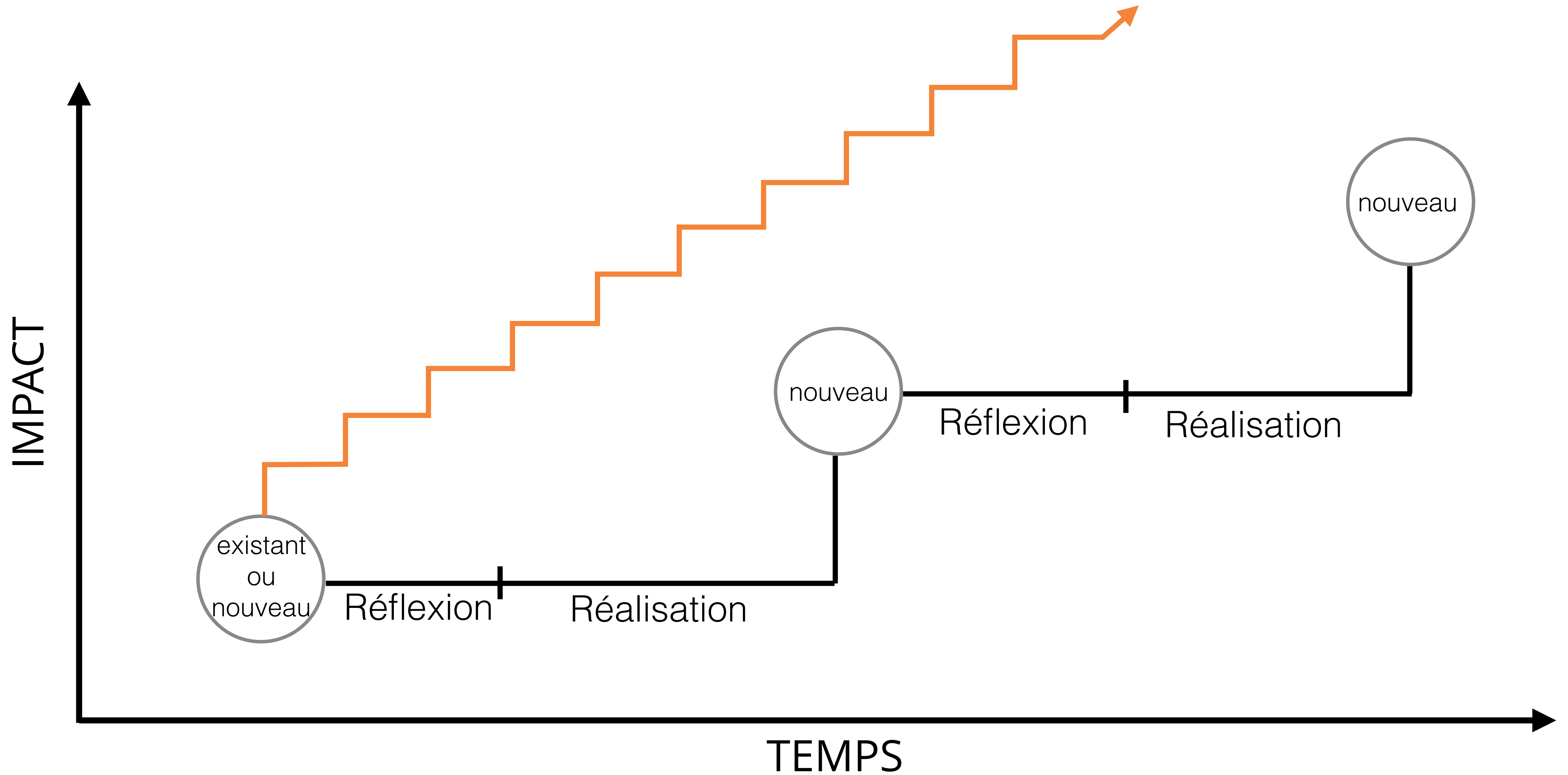
# OBSERVER POUR COMPRENDRE LES ÉCARTS



# CORRIGER



# AMÉLIORATION ITÉRATIVE



L'anticipation coûte  
beaucoup plus cher  
que l'expérimentation.

# 01 VISION

Quels problèmes (actuels) résolvez-vous ?

En quoi le futur sera-t-il meilleur grâce à vous ?

# 02 POINTS DE FRICTION

Découvrez et supprimez les points de frictions de vos employés

# 03 VIRTUOSITÉ

Trompez-vous vite et souvent mais toujours avec grâce

Apprenez, évoluez rapidement

Devenez toujours meilleurs



**Stéphane Fellay**

CUSTOMER EXPERIENCE DESIGNER  
USER EXPERIENCE DESIGNER



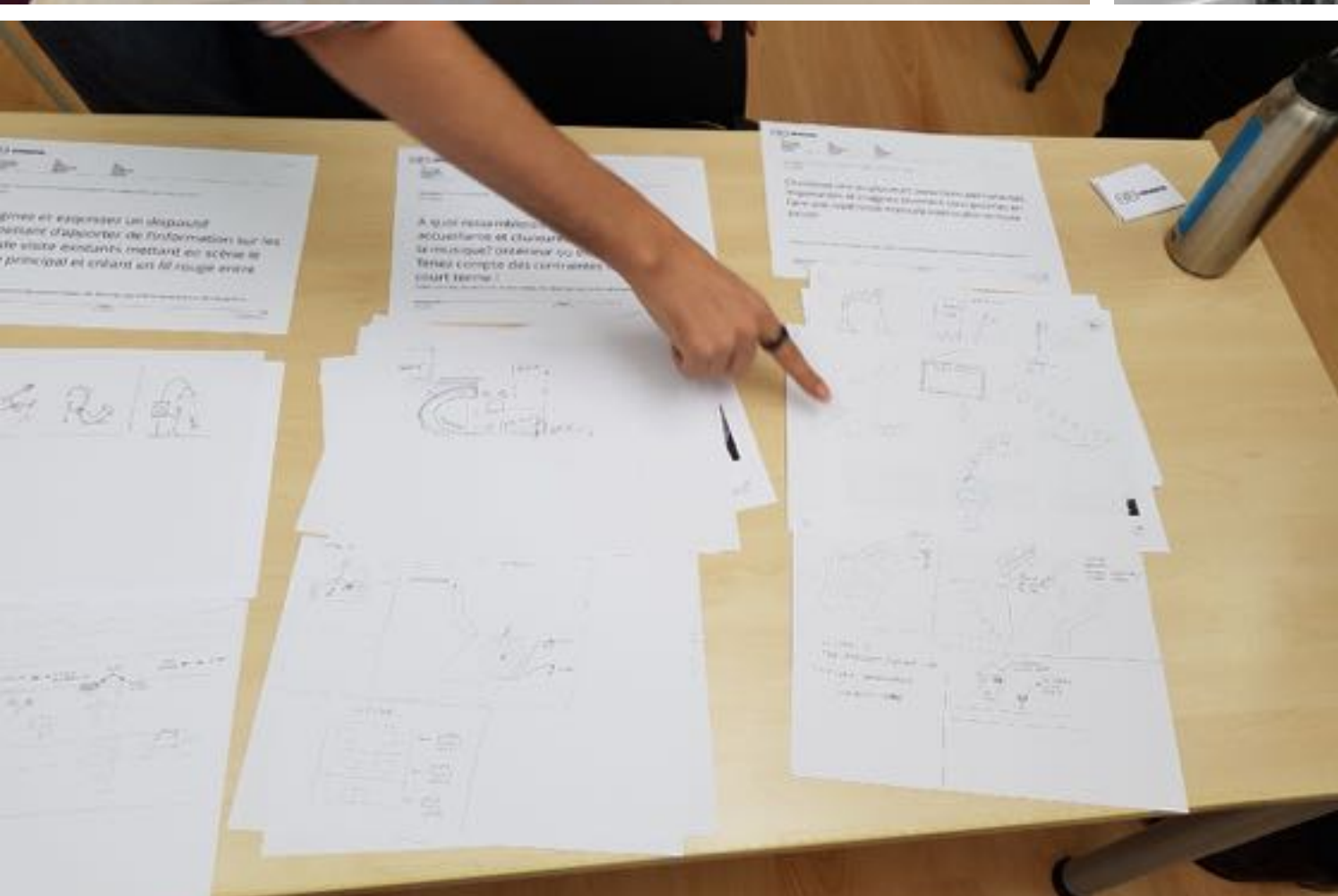
**Abel Savoy**

USER EXPERIENCE DESIGNER  
USER INTERFACE DESIGNER

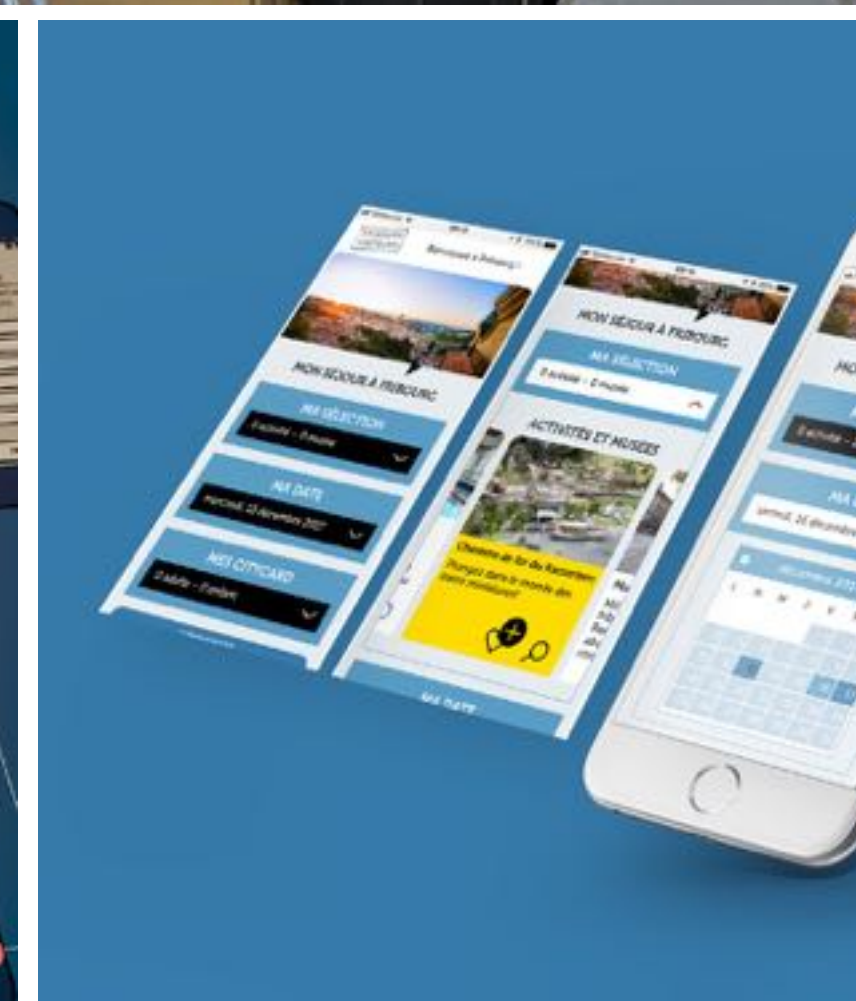
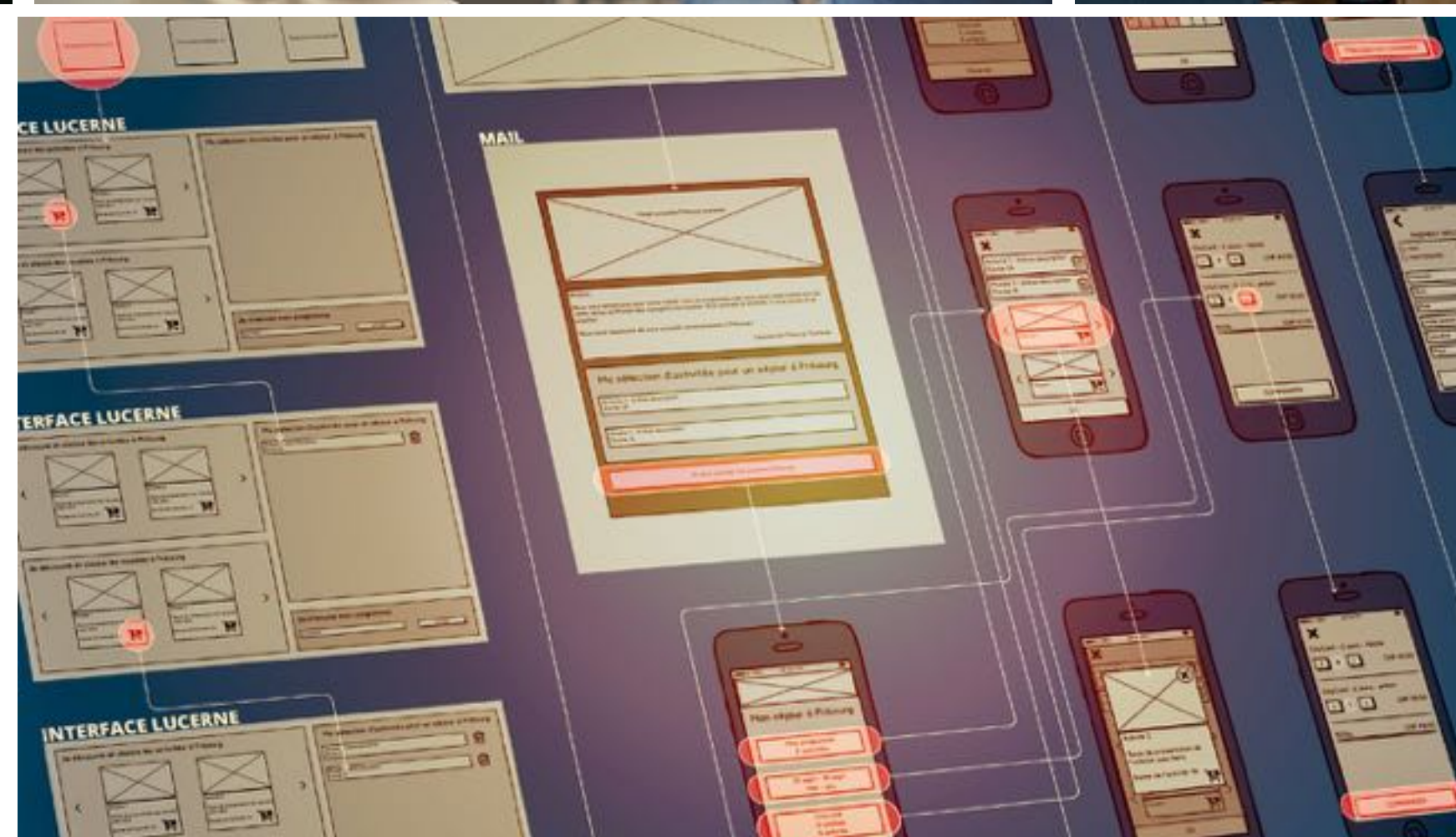


**Elodie Gautier**

USER EXPERIENCE DESIGNER  
PROJECT MANAGER



# CONCEVONS DE MEILLEURES EXPÉRIENCES





**MERCI**

**STÉPHANE FELLAY**  
**SF@EXPERIENTIEL.CH**  
**+41 79 785 26 79**

