

#PointRécap

#Notation

/ Une part individuelle

- Temps de présence / participation à toutes les journées. En amphi le matin et en groupe l'après-midi.

/ Une part collective

- Remise des livrables intermédiaires par journée
- Utilisation des outils de design présentés
- La qualité du livrable partenaire, et la réponse à la question posée.
(note du partenaire)
- La qualité du livrable de restitution du groupe vendredi (vidéo / narration / présentation orale..)

#Livrables

/ 1 - Le livrable de votre commanditaire

- Format à valider aujourd'hui avec lui/elle et avec nous
(*Note, recommandations, cahier des charges, cartographie de données..*)
- Qui a un point avec son partenaire aujourd'hui ?
- Faites le point avec vos référent.e.s
- Exemple de structure :

Demain : aide à la formalisation



Eva Dunoyer

Experte en innovation & stratégie

Ancienne directrice adjointe du Programme d'innovation du groupe Hachette Livre

Ancienne Dataactivist



Semaine Challenge Data

Du 25 février au 1er mars 2019

Groupe XXX

Nom du projet / challenge

Problème

*Exposez ici la problématique / question clé à laquelle votre solution compte répondre (en lien avec les enjeux du challenge que vous avez sélectionné)
Quel est le problème que le client / la cible a besoin de résoudre ?
A quel point de douleur cela correspond ?*

Illustration / picto / visuel

Exemple : Dans les villes de moins de XX habitants, X% des commerces de centre-ville meurent chaque année.



Contexte (le cas échéant)

Exposez ici les différents éléments de contexte importants pour la compréhension du problème, en lien avec les enjeux du challenge que vous avez sélectionné

Exemple : l'absentéisme au travail coûterait 107 milliards d'euros aux entreprises, en constante augmentation depuis 2007

Illustration / picto / visuel

Cible

Qui selon vous a / ressent ce point de douleur ?

S'aider de la fiche persona présentée par Vraiment Vraiment pour compléter cette page

*Exemple : Les demandeurs
d'emplois parisiens utilisant internet
pour leurs recherches d'emplois, qui
souhaitent avoir de la visibilité sur
les offres et les possibilités de
mobilité dans d'autres régions que l'
île de France*



Prénom

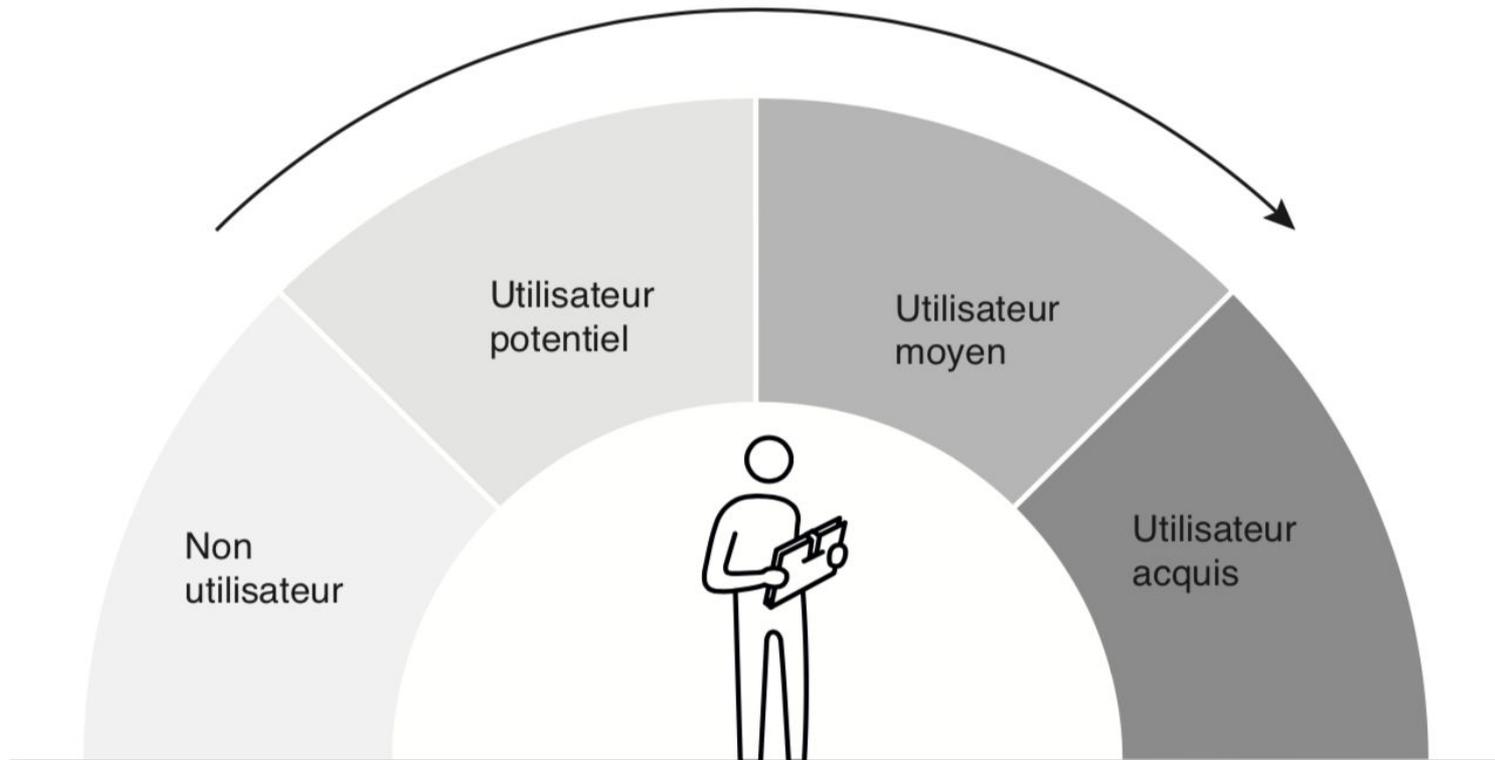
Âge

Profession

Cartographie des usagers (le cas échéant)



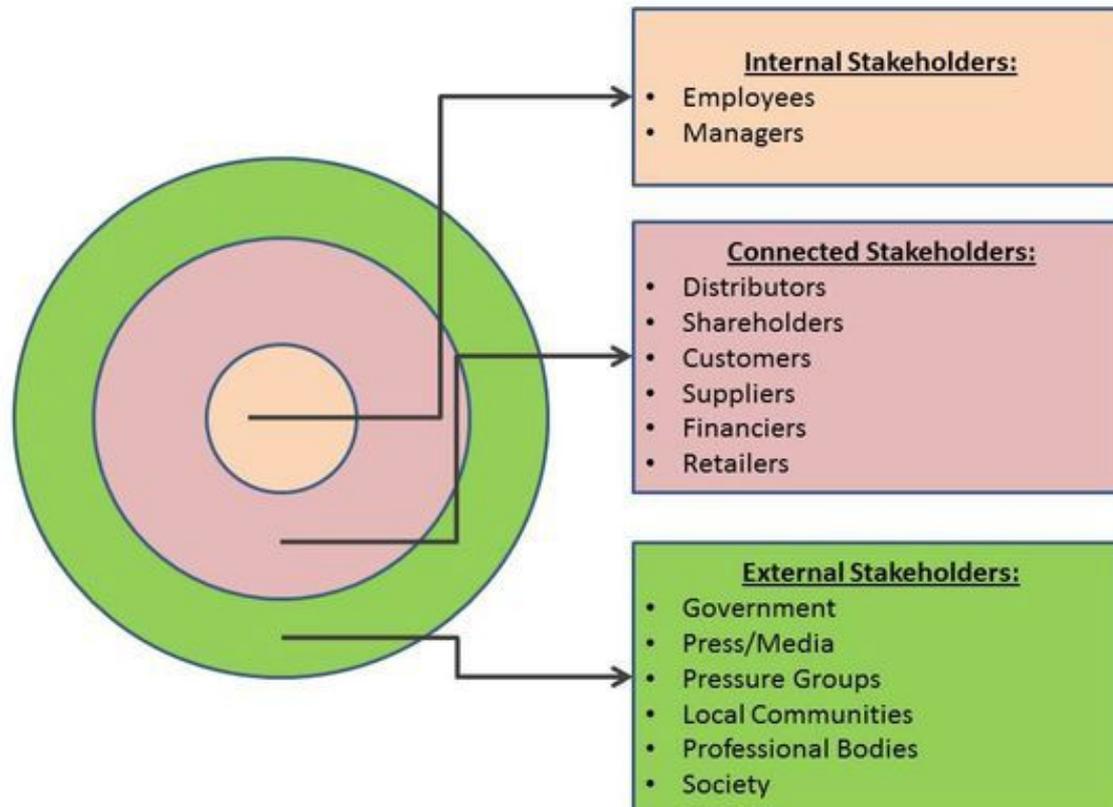
Qui sont les usagers ?



Cartographie des parties prenantes (le cas échéant)

Qui sont les parties prenantes du projet ? Classez ces parties prenantes selon trois catégories : parties prenantes internes, parties prenantes directes et parties prenantes indirectes

Exemples



Opportunité / impact



*Exposez ici l'état qui peut être modifié / l'opportunité à apporter une solution nouvelle
Quelle est l'opportunité de marché qui existe derrière ce problème pour cette cible ?*

*Exemple : Il existe une opportunité de révolutionner le recrutement dans la
fonction publique et d'attirer de nouveaux profils grâce à une nouvelle
approche basée sur la data*

Solution proposée



Exposez ici votre concept ainsi que la proposition de valeur qui le distingue

NOM DU PROJET est (dénommer de manière classique ce que c'est : service, produit, plateforme...)

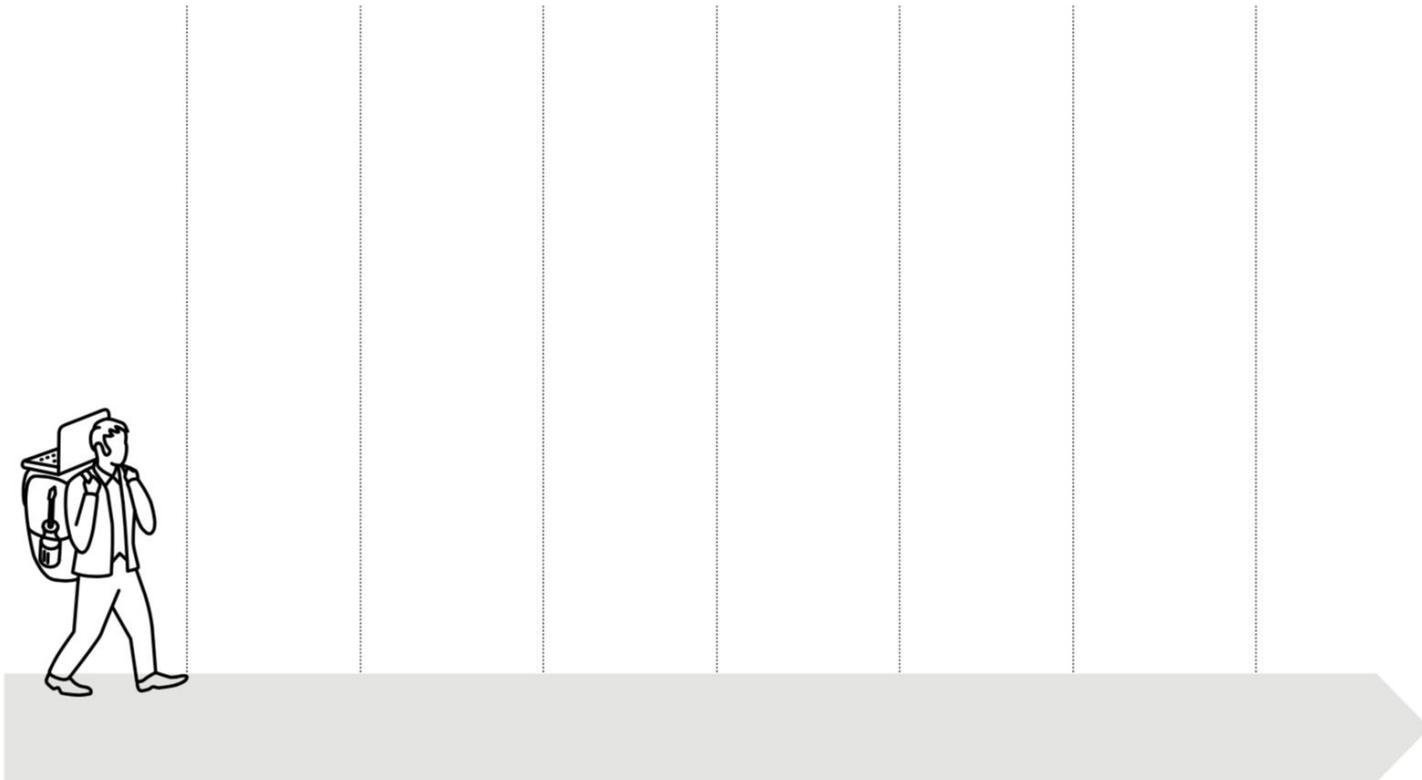
Qui (fait quoi ? quel est le métier ?)

pour permettre à (Décrire les caractéristiques des personnes auxquelles s'adressent le projet)

De (Qu'est-ce que ça apporte vraiment à l'utilisateur comme bénéfice ?)

Solution proposée

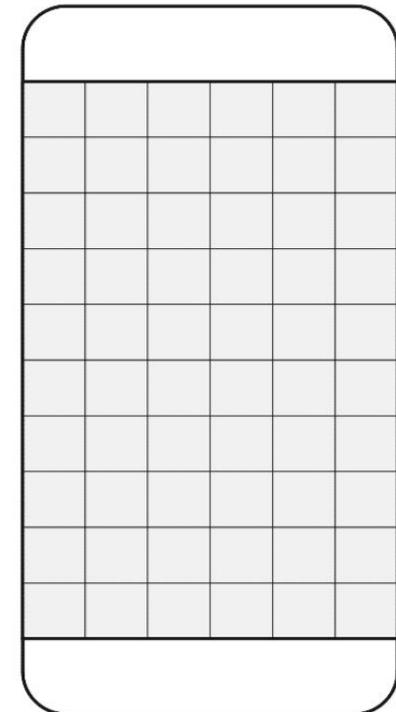
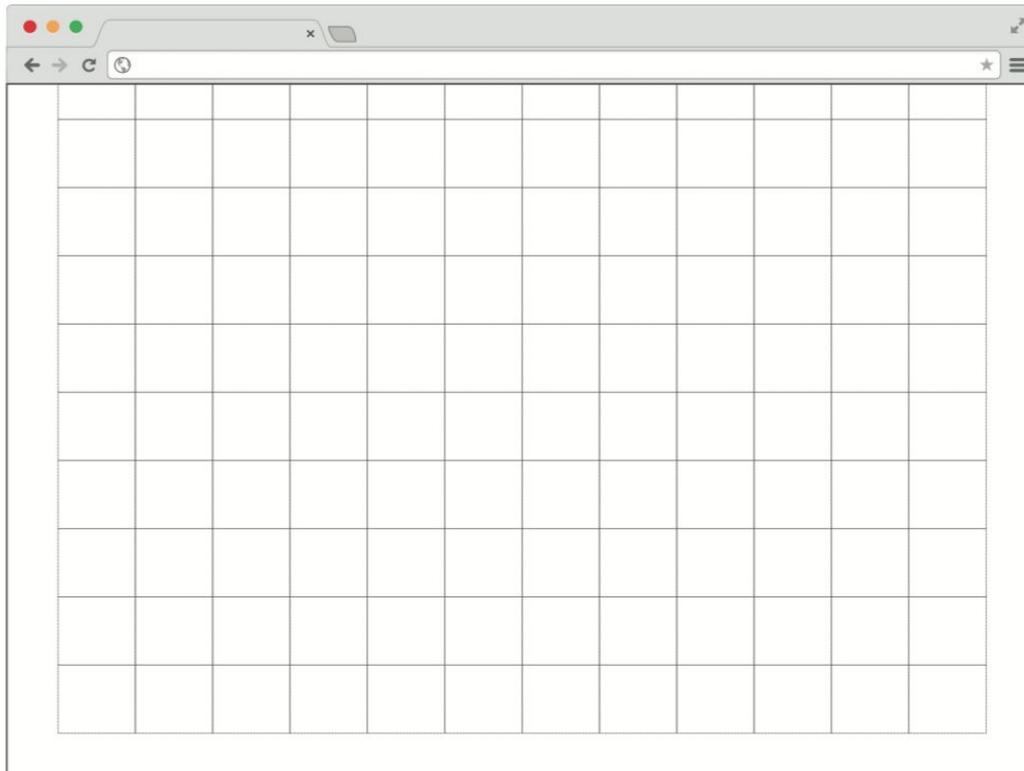
Exposez ici le parcours utilisateur pour tenter de se projeter dans un scénario d'usage : comment utilise t-il votre solution ? N'oubliez pas les points de douleurs ressentis par l'utilisateur et comment celui-ci sera réduit grâce à l'apport de votre projet.



Solution proposée



Exposez ici les mock-ups / premiers visuels de votre solution (plusieurs pages possibles)



Solution proposée (le cas échéant)



Exposez ici la mission de votre projet : rappeler le problème que le client / la cible a besoin de résoudre

Parce qu'aujourd'hui *(Décrire l'état que vous voulez changer)*

Nous voulons *(Enoncez le combat de votre projet)*

afin de *(Dites quand vous aurez réussi ce à quoi va aboutir votre action, le résultat de votre engagement)*

Positionnement (le cas échéant)



Exposez ici ce que votre solution est la seule à faire

Quel est l'élément qui distingue votre projet de toutes les offres concurrentes ?

Evoquez ici les éléments de benchmark

NOM est le seul qui

Recensement des concurrents

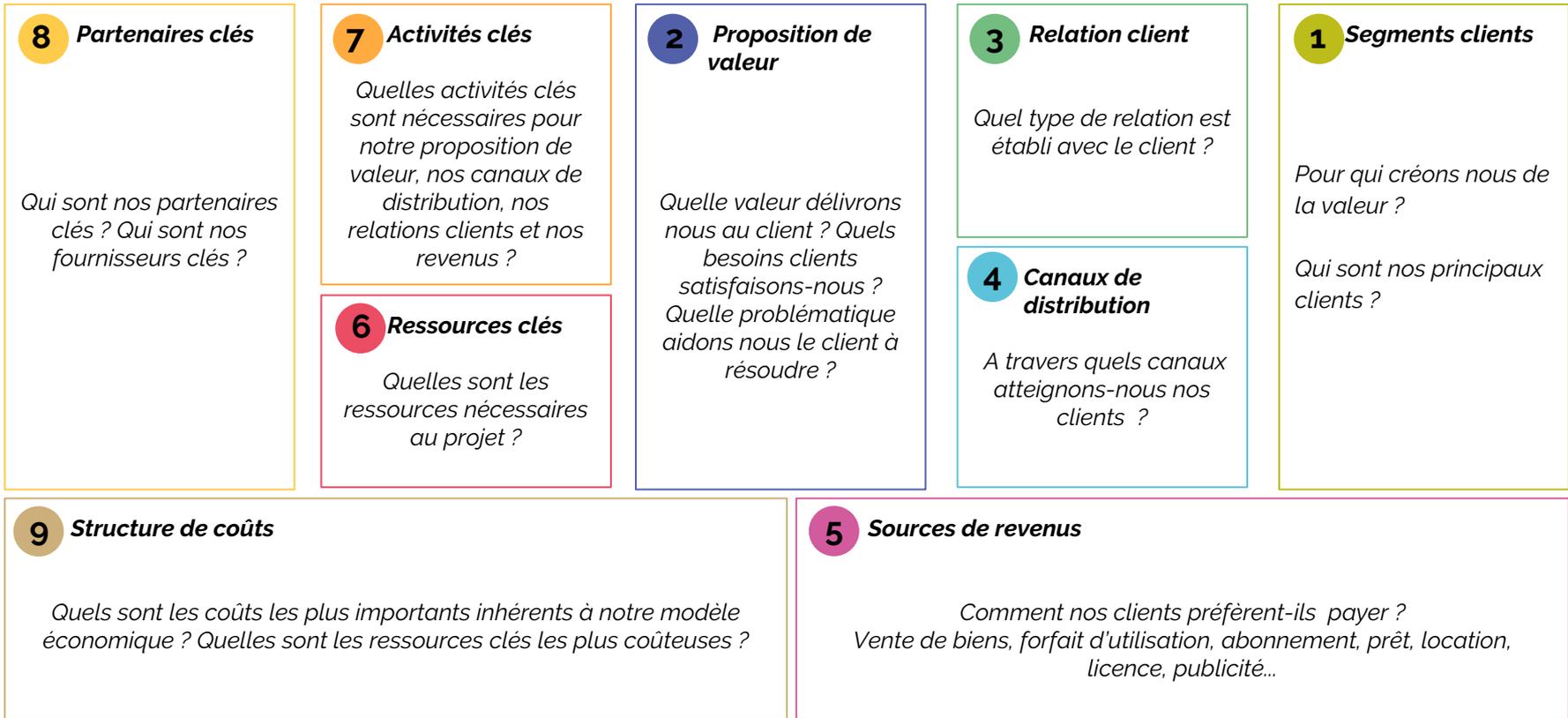
Modèle économique (le cas échéant)

*Exposez ici le modèle économique de votre solution : qui paie (l'utilisateur ? Les collectivités ? Les entreprises ? Les annonceurs publicitaires ? Les instituts d'études ? ...
Quelles sont les opportunités de monétisation ? Quels sont les coûts identifiés à date ?*

Revenus

Coûts

Pensez à tous les éléments avec le Business model Canvas



Note : [complementary video explaining the Business Model Canvas](#)

Faisabilité : comment construire cette solution ?



Quelles sont les données nécessaires pour construire la solution ? Quels sont les autres outils ? Utilisez les fiches de jeux de données

Recensement des datas nécessaires

Comment construire cette solution ? (le cas échéant)



Raisons de la production de ces données / apport des données à la solution

Qui ces données concernent-elles ?

Contenu des données

Type de données

Considérations légales et éthiques

Comment construire cette solution ? (le cas échéant)



Quelles sont les données nécessaires pour construire la solution ? Quels sont les autres outils ?

Cartographie des données à mobiliser pour créer cet outil

Plan de communication

Réfléchissez également au plan de communication / arguments pour convaincre les protagonistes du projet et susciter l'adhésion autour d'un tel projet

Plan de communication

Protagonistes du projet

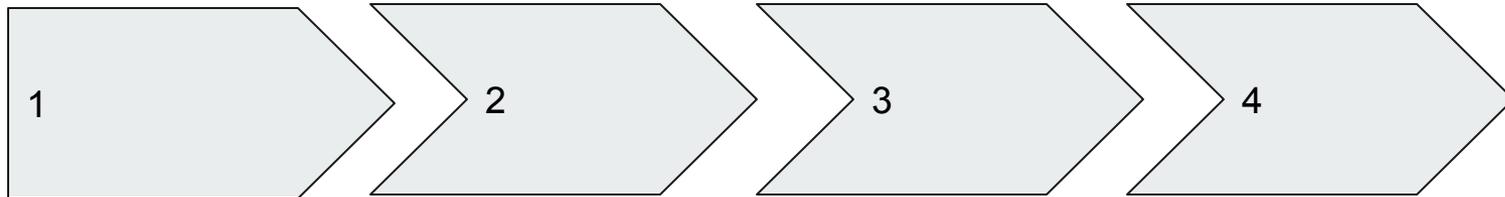
Arguments & actions de sensibilisation

Plan d'action / Feuille de route

Décrivez ici les prochaines étapes prioritaires et la marche à suivre pour déployer la solution / votre projet

Faîtes des call-to-action dans votre pitch pour engager l'audience !

Plan d'action



Call-to-action : exemple : contactez-nous ou donnez nous votre feedback à l'adresse suivante...

Demandes spécifiques des partenaires



N'oubliez pas de regarder et de répondre aux demandes spécifiques en termes de livrables des partenaires, en consultant la section “ A propos du challenge” du partenaire sélectionné sur [Team Open Data](#) !

Graphiques, cartes, visualisations de données..



N'hésitez pas à enrichir votre présentation de supports visuels et notamment des éléments de facilitation graphique qui seront produits au cours de la semaine sur votre projet !

#Livrables

/ 2 - Votre présentation vendredi

Une présentation de type "slides" (Powerpoint, Google Slides, PDF ..) pour rappeler et expliquer le contexte, la problématique de votre challenge, le besoin auquel vous répondez et la solution que vous apportez.

> 4 slides par équipe. Soyez synthétiques.



Semaine Challenge Data

Du 25 février au 1er mars 2019

Groupe XXX

Nom du projet / challenge

Problème

Exposez ici la problématique / question clé à laquelle votre solution compte répondre (en lien avec les enjeux du challenge que vous avez sélectionné)

*Quel est le problème que le client / la cible a besoin de résoudre ?
A quel point de douleur cela correspond ?*

Exemple : Dans les villes de moins de XX habitants, X% des commerces de centre-ville meurent chaque année.

Illustration / picto / visuel



Contexte

Exposez ici les différents éléments de contexte importants pour la compréhension du problème, en lien avec les enjeux du challenge que vous avez sélectionné

Exemple : l'absentéisme au travail coûterait 107 milliards d'euros aux entreprises, en constante augmentation depuis 2007

Illustration / picto / visuel

Cible

*Qui selon vous a / ressent ce point de douleur ?
S'aider de la fiche persona présentée par Vraiment Vraiment pour
compléter cette page*

*Exemple : Les demandeurs
d'emplois parisiens utilisant internet
pour leurs recherches d'emplois, qui
souhaitent avoir de la visibilité sur
les offres et les possibilités de
mobilité dans d'autres régions que l'
île de France*



Prénom

Âge

Profession

#Livrables

/ 3 - Une mini-vidéo explicative et narrative de votre solution

> protocole de narration qui explique votre démarche, votre méthodologie.

Une trame de narration racontée par oral + une succession d'étapes, de parcours usagers ou d'utilisation de données.



Tout à l'heure : datavisualisation

Carole Bodilis - OpenDataSoft

Ecole Centrale de Nantes, spécialité Géomatique et Urbanisme
Master européen en études environnementales

Façon de présenter des résultats ou d'introduire une idée.
Mise en récit / mise en scène des données.

Elle va vous parler de cartes choroplètes.

Demain : facilitation graphique

Hélène Pouille

Twitter: @helenepouille

<http://sketchnotes.strikingly.com/>



DE NOUVELLES COOPÉRATIONS DANS LES TERRITOIRES

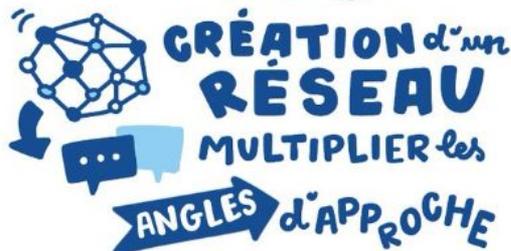
DÉMOCRATIE PARTICIPATIVE



CONTRE L'HABITAT INDIGNE



SOUFFRANCE PSYCHIQUE chez l'adolescent



PROJET TERRITORIAL de SANTÉ MENTALE



PRISE en CHARGE

PARCOURS COMPLEXES

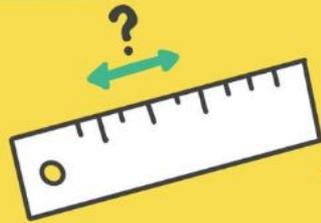


URGENCES

COOPÉRATION HOSPITALIÈRE



LA MESURE D'IMPACT SOCIAL



une MESURE

NÉCESSAIRE



un **IMPACT**
au QUOTIDIEN



DIFFÉRENTES

SIGNIFICATIONS

SELON LES ACTEURS



encore + d'**IMPACT**



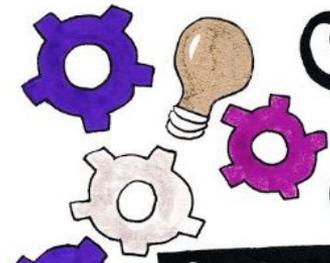
SANS PASSER SON TEMPS SUR EXCEL...

SemaineParisienneDeLengagement

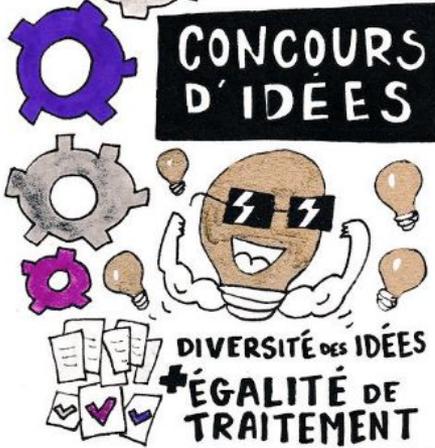
JeMengage2018

@helenepouille

Levier d'open innovation



CONCOURS D'IDÉES



DIVERSITÉ DES IDÉES
ÉGALITÉ DE TRAITEMENT

CORPORATE HACKING



REFUS DES INSTANCES
I. N. U. T. I. L. E. S.
VISION INNOVANTE

INCUBATION DE START-UP



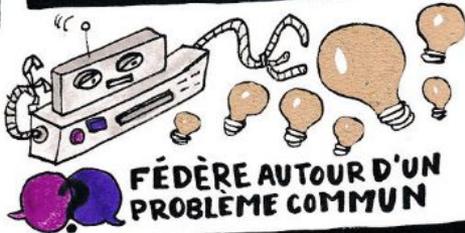
LARGE PORTEFEUILLE
D'IDÉES À MOINDRE RISQUE

RÉSEAU SOCIAL D'ENTREPRISE



TRANVERSALITÉ
ENGAGEMENT
NOMADISME

HACKATHONS



FÉDÈRE AUTOUR D'UN
PROBLÈME COMMUN

CORPORATE VENTURING



DÉTECTER DES TECHNOLOGIES
ET DE NOUVEAUX MARCHÉS

INTELLIGENCE COLLECTIVE



SYNERGIES
CRÉATIVES
ÉQUIPES
SOUDÉES

APPELS À PROJETS



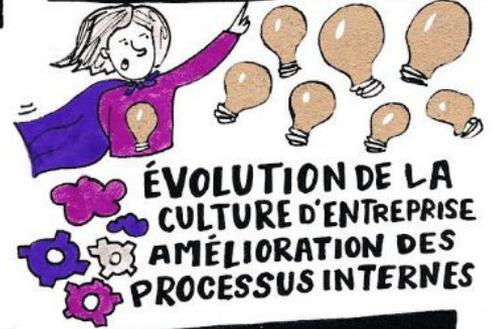
EXTERNALISATION DES
COÛTS DE R&D
CRÉER DES PONTS

OPEN DATA



TRANSPARENCE DE L'INFO
AMÉLIORATION DE
LA QUALITÉ

INTRAPRENEURIAT



ÉVOLUTION DE LA
CULTURE D'ENTREPRISE
AMÉLIORATION DES
PROCESSUS INTERNES

B-TESTEURS



TESTER AVANT LA
COMMERCIALISATION
LARGE PANEL

PARTENARIATS



PARTENARIATS DE
RESSOURCES ET
D'EXPÉRIENCE