

## Identifier vos irritants

**#restituer**  
**#identifier**  
**#cartographier**  
**#affiner**

Vous avez mené un travail de veille, d'observation et d'échanges avec vos usagers. Vous avez compris leur parcours, leurs comportements. Il est temps désormais d'en faire ressortir les points douloureux sur lesquels travailler pour guider votre projet. Aussi appelé «Pain points» ou «Points de friction».



**Visio-compatible avec un outil de travail collaboratif comme Miro ou Klaxoon.**

Rassemblez sur le panneau collaboratif les éléments recueillis lors des étapes de veille [photos, témoignages]. Vous pouvez importer un outil comme la cartographie du parcours utilisateurs. Demandez au groupe de faire apparaître les irritants grâce à des gommettes virtuelles ou des post-its de couleur. Regroupez ensuite ces irritants.

NOMBRE DE PARTICIPANTS  
4 - 12

TEMPS DE PRÉPARATION  
AUCUN

DURÉE DE L'EXERCICE  
2H

**MATÉRIEL**

- › matière issue de la phase d'immersion
- › feutres noirs
- › Post-it
- › papier brun
- › gommettes ou feutres rouges

**DÉROULÉ**

- › Regrouper toutes les photographies, schémas, témoignages qui vous avez recueillis lors des étapes précédentes.
- › Proposer au groupe projet de les consulter ensemble.
- › À partir d'un outil comme le « 1000 bornes » p. 35 ou la cartographie du parcours utilisateurs (customer journey map), demander au groupe de replacer les étapes fortes vécues par l'utilisateur.
- › Leur demander de noter de gauche à droite le nom des étapes, l'action requise de la part de l'utilisateur, la personne ou l'interface rencontrée et enfin son émotion.
- › À l'aide de gommettes rouges [ou de points rouges], noter en équipes tous les points où l'utilisateur ressent une forte pénibilité, de l'inquiétude, de la colère ou tout sentiment notable négatif [les pains, les peines, les irritants, les points de friction].
- › Regarder en équipe si certains irritants relèvent du même problème peuvent être regroupés.
- › Si ce n'est pas le cas, déterminer ensemble si le cadre de votre

## Points de vigilance

Lorsqu'on relève les irritants d'un service pour un segment d'utilisateurs donnés, ne pas oublier que celui-ci évolue dans un écosystème avec d'autres acteurs à prendre en compte.

## Pour aller plus loin...

Vous pouvez confronter ces irritants identifiés aux usagers concernés afin de relever leurs réactions. Aller voir le Customer Journey Map

défi relève d'un seul irritant ou de plusieurs.

- ↳ Confronter ces irritants aux intuitions que l'équipe a partagées. Redéfinir si besoin la problématique à la lumière de ces points de friction identifiés.

**Notez/collez vos remarques** .....

.....

.....

.....

.....