

LA NEWSLETTER

PRODUCT MANAGER

THIGA

LA PRODUCT CONF'



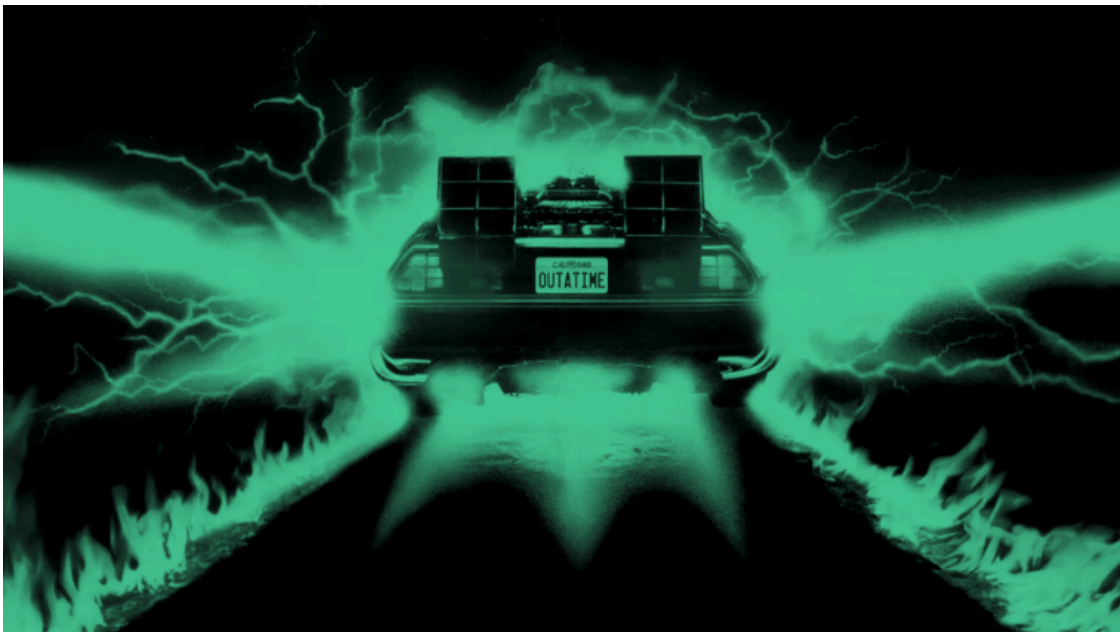
Hello 🙌

Qui n'a jamais rêvé de revivre une journée ?

Pour ma part, ça m'est arrivé un nombre incalculable de fois. Soit parce que la journée en question était si incroyable que j'aurais voulu que le temps s'arrête, soit parce que j'aurais voulu faire certaines choses différemment.

Ce sentiment te parle ? Je pense que oui. Malheureusement, je ne peux pas te faire revivre la journée de ton choix. Par contre, je peux te faire revivre notre journée préférée de l'année chez Thiga : celle de **La Product Conf'**.

En bonne Product Manager, j'ai réussi à développer un MVP de machine à remonter le temps, pour te faire revivre La Product Conf' comme si tu y étais.



Tu es prêt.e ? Allez, accroche-toi, c'est parti, direction le 15 mai 2024 !



Retour vers le futur : ma sélection de pépites...

Notre DeLorean version Thiga a tremblé, mais nous voici de retour à la Maison de la Mutualité, le jour de LPC. Bizarrement, il n'y a pas grand monde dans les couloirs... Ah, mais il est déjà 9h15 ! C'est l'heure de la Keynote d'ouverture, sur la main stage. Vite, dépêchons-nous !

"Transformation is hard" par Christian Idiodi



Devant la scène principale, les plus de 1000 participants de LPC sont réunis pour écouter Christian Idiodi. *Partner* à la Silicon Valley Product Group (SVPG), il mène une conférence spéciale sur la transformation Produit.

Alors oui, réussir sa transformation Produit du premier coup n'est pas de tout repos, mais c'est possible... Encore faut-il avoir quelques principes en tête :

- Créer une culture Produit orientée résultats et un environnement propice à l'innovation et à l'expérimentation. Testez et apprenez ! Rien à faire, c'est la clé.
- Être flexible et faire preuve d'agilité sur les process. En bref, savoir s'adapter rapidement aux changements est crucial.
- Créer des équipes autonomes, "*empowered*" comme dit Marty Cagan (et non pas Marty McFly). Il faut également penser à accompagner ces dernières dans leur évolution et leur formation ! Rien de tel pour les aider à innover et à rester compétitives.
- Prioriser les objectifs stratégiques, avoir une vision claire et faire preuve de leadership pour embarquer le plus grand nombre.

10h00 : Après ce coup d'envoi intense, marquons un deuxième temps d'arrêt. On se trouve dans le salon Saint-Victor de la Maison de la Mutualité. C'est là qu'ont lieu les Live Podcasts. Le premier de la journée s'apprête à commencer :

"Comment créer une expérience utilisateur inoubliable grâce au Product delight" par Nesrine Changuel, animé par Terry Michel



Personnellement, je ne suis pas indifférente à la gastronomie - je dirais même que ça pourrait être une passion. Alors quand Nesrine Changuel, Product Coach nous explique le *Product Delight* au travers de nombreuses métaphores culinaires, tout de suite ça me parle !

Alors qu'est ce que c'est le *Product delight* ? C'est un concept qui consiste à aller au-delà de la satisfaction de l'utilisateur, en allant chercher sa connexion émotionnelle au produit. L'idée est de comprendre les motivations personnelles et sociales du client pour renforcer le sentiment d'appartenance, la fidélisation et améliorer la réputation du produit. Comment l'intégrer dans le tien ? Comme avec le piment de Cayenne : avec parcimonie.

Ce que j'en retiens : Si vous souhaitez vous lancer dans la mise en place de fonctionnalités de delight, accordez une importance particulière à la continuité de ces *features* dans votre produit. Un autre point à ne pas négliger : l'inclusivité. N'oubliez pas que votre fonctionnalité de *delight* doit être adaptée à la situation et à tout le monde.

Allez, on remonte en voiture. Si tu es d'accord, on va sauter la pause-déjeuner, parce qu'entre nous ce n'était pas le moment le plus intéressant !

Notre machine à voyager dans le temps commence à chauffer, alors laissons les moteurs refroidir un peu. Ça tombe bien, il est 15h, l'heure de la prochaine Product Conversation. Passons discrètement la porte du salon Monge, pour écouter :

"Comment se servir de la data pour prendre des décisions produit ?" par Martin Boutges, Aurélia Amalvict, Enzo Avigo, animé par Kévin Deniau



Ah, la data... Tu n'as pas pu passer à côté de ce sujet, sur toutes les lèvres depuis un petit moment déjà ! Et à La Product Conf, c'est Kévin Deniau qui s'y est collé au cours d'un échange riche en retours d'expérience avec Martin Boutges, Aurélia Amalvict et Enzo Avigo. Premier constat, la data, c'est pas simple. La preuve : seulement 10% du public est satisfait de son usage des données lors de prise de décisions Produit. Alors, comment faire meilleur usage de ce fameux graal ?

Ce que j'en retiens : s'armer avec la data pour prioriser, oui. Mais attention, cela ne fera pas ta stratégie produit ! Tu dois interpréter la data en fonction de ton environnement, ton contexte et ta compréhension du produit. Être un bon PM, c'est avant tout se forger des convictions et être *data-informed*.

En voiture ! Il est temps de rentrer, avant de tomber en panne.

L'instant flashback : rencontre avec l'homme qui a organisé le plus grand événement Produit de France



Nous voici de retour en ce 19 juin. Quel plaisir d'avoir pu revivre La Product Conf ! Mais un tel événement, ça doit être compliqué à organiser ! Pour te donner une idée, LPC c'est plus

de 1000 participants, 11 sponsors, 24 talks, 50 speakers, 90 Thiguys & Thigirls mobilisés et surtout 8 mois de travail intense pour notre invité du jour : Grégoire Bonnin. Marketing Manager chez Thiga, il revient à froid sur l'organisation de LPC.

Alors, Grégoire, comment on organise le plus grand événement Produit de l'année ? Par où commencer ?

J'ai récupéré le sujet quand je suis arrivé chez Thiga en septembre 2023 ! La toute première chose que j'ai faite a été de comprendre comment cet événement est structuré. On a 3 parties prenantes : le board LPC, qui aide notamment à trouver les speakers, les sponsors, qui soutiennent l'événement, et le public, qui le fait vivre. L'objectif : comprendre leurs problématiques et répondre à leurs attentes. A partir de ça, on s'est attaqué au choix du contenu !

D'ailleurs, comment vous l'avez choisi, ce contenu ?

Au départ, sur l'édition 2024, on voulait avoir une thématique forte qui permet de servir de fil rouge. L'IA s'est imposée sans hésitation ainsi que le produit responsable.

Concernant l'IA, on ne voulait pas parler de banalités du type 'Comment faire un prompt sur ChatGPT'. On voulait des angles différents, plus recherchés. Est-ce qu'on a atteint l'objectif ? Sur certains talks oui, sur d'autres moins. Sur la thématique du produit responsable, je suis convaincu qu'on aurait pu faire plus et aller plus loin...

Arrive le Jour J, un peu de stress j'imagine... Qu'est-ce qui t'a marqué le plus durant cette journée ?

J'ai été très agréablement surpris par l'engagement et l'énergie des Thiguys et Thigirls le jour J. Bon, ça risque de faire un peu "auto-promotion" pour Thiga, mais pour le coup c'est vrai ! Tout le monde était hyper solidaire, hyper mobilisé. J'entendais les uns et les autres se dire "à telle heure je dois être là, à telle heure je dois faire ça"... Dès qu'on a eu des besoins, les gens se sont mobilisés immédiatement pour prêter main-forte. C'est génial d'avoir une équipe qui se serre les coudes comme ça, même dans les moments de rush.

Qu'est ce que tu souhaites améliorer pour 2025 ?

Je pense qu'il faut faire plus simple. On a fait beaucoup de choses cette année, avec un grand nombre de talks. Pour ma part, j'aime penser que "less is more", qu'on peut être meilleurs en en faisant moins. Quand je regarde d'autres événements en Europe, je trouve parfois qu'on est un peu trop "Français", à vouloir faire compliqué et en mettre plein les yeux. Quoi qu'il en soit, l'idée est de travailler pour offrir la meilleure expérience possible aux participants en 2025. Bon, je ne veux pas spoil mais j'aimerais bien faire quelque chose d'un peu décalé en rapport avec le lieu. Rendez-vous l'année prochaine !



Grégoire BONNIN
Senior Marketing Manager chez Thiga

Et si on tournait le regard vers l'avenir ?

Comme les voyages dans le temps ne sont pas de tout repos, je te propose autre chose pour pouvoir continuer à suivre LPC au plus près : le compte Instagram officiel de La Product Conf ! Tout au long de l'année, tu y découvriras les coulisses de l'organisation de cet événement exceptionnel.

Je m'abonne

Cette newsletter touche à sa fin, je te donne rendez-vous le mois prochain pour une nouvelle édition et la dernière avant la pause estivale ! 🙌



Thiga, from across Europe, with ❤️, 2024

[Se désabonner](#)