

**Groupe de travail**  
**« Kit de Communication Qualimétrie »**

**9 juin 2009**

# Quel public / contenu

- **Avoir des communications différentes en fonction du public visé**
  - Comité de Direction
  - Management de proximité
  - Les équipes de réalisation
  - A priori, pas facile / nécessaire de communiquer directement « au métier »
- **Plusieurs étapes de communication**
  - Présenter le concept (évangéliser) => **Convaincre** de lancer le sujet
    - Cas de figure pertinents pour justifier la qualité
    - Des cas d'incidents, des histoires « vécues »
    - Si possible chiffrage de l'incident pour comparer à la future demande de budget
    - En profiter pour identifier un sponsor
  - Présenter les solutions (coûts et mises en œuvre) => **Acheter** la solution
    - Solution technique
    - Mode opératoire
    - Début de chiffrage du budget et des gains potentiels
    - Equipe / organisation à mettre en place

# Que présenter dans les budgets

*Cf : groupe de travail ROI*

## ■ Coûts

- Licences (achat, maintenance) + support du fournisseur
- Équipes (nb personnes) au démarrage (mise en place, formation...)
- Équipes permanentes (administration plate-forme, passage des audits, restitution)
  - Dépend si approche libre-service (coût dans le projet) ou si équipe centrale
- Compter ou pas les équipes d'expertise langage pour la remédiation
- Quid pour les prestataires : participation aux frais, exploitation, impact sur contrat
- Prévisionnel (acquisition de nouveaux langages, évolution de la solution)

## ■ Gains

- Coût et délais (ex : moins de recette, recette plus courtes...)
- Ex : tableau de bord de qualité des livraisons et du patrimoine

## ■ ROI

- Amortissement investissement
- Délai pour effets visibles, effets quantitatifs, qualitatifs
- Quels mécanismes mis en place pour valider ces « promesses »
- Savoir répondre à « si on ne fait pas »
- Investissement opportuniste (se raccrocher à des projets connexes à plus gros budget)

# Soigner le discours

- **Marier le quantitatif au qualitatif**
  - Des arguments chiffrés pour étayer le budget / les gains
  - Des arguments qualitatifs qui parlent à l'émotionnel (des « crises » récentes)
  - Insérer la qualimétrie dans une démarche qualité plus globale (cible CMMI, gestion des tests...)
- **Les gains**
  - Quantitatifs : coût des recettes complexes, incidents en production, pertes d'exploitation
  - Qualitatifs : image de marque vis-à-vis des métiers, des utilisateurs...
- **Même si on ne gagne pas l'argent prévu, on aura au moins cela ...**
  - Vendre les effets de bord :
  - Pédagogie de la démarche (formation des développeurs)
  - Harmonisation des méthodes
  - Même normes et standards
  - Appropriation du patrimoine

# Soigner le discours

- **La qualimétrie ce n'est pas que de la théorie**
  - Du bon sens de la programmation
  - Des petites choses qui garantissent une qualité minimale
  - Justifier que ce n'est pas couper les cheveux en quatre et du surcoût ou des délais sur les projets
  - Ne révolutionne pas les habitudes de travail
  - La loi, l'esprit de la loi
- **Attention aux hommes**
  - Importance du discours véhiculé par le sponsor, la hiérarchie projet, la DQ
  - Ce n'est pas du flicage
  - C'est une aide à mieux programmer
  - C'est pour le développeur ou le chef de projet
  - Faire adopter le concept par le développeur

# Organisation de la communication

- **L'équipe projet « audit de code »**
  - Vendre le projet au départ
  - Formation des utilisateurs
- **Un sponsor visible : hiérarchique, participe aux kick-off**
- **Les experts techniques qui vont « évangéliser » dans les équipes de développement**
- **Faire passer le message via le management de proximité : préconiser aux collègues ce qu'ils utilisent eux-mêmes**
- **Travailler par capillarité : former des équipes réceptives, qui vont donner l'exemple, success story**

# Pas facile de communiquer

- **Vendre la Douane Applicative : refuser une livraison pour de la qualité**
- **Vendre la qualité logicielle à des domaines qui n'ont pas d'enjeu de « certification » (ex : aéronautique vs. site intranet)**
- **On n'a pas toujours les éléments de coût bout en bout des incidents : cellule de crise, perte d'exploitation, coût de rework, propagation du retard / arrêt sur d'autres SI...**
- **Nécessairement on communique sur ce qui est mal fait puisqu'on veut améliorer. Plus facile si on parle de la production d'un prestataire, plus délicat quand ce sont les équipes internes.**

# Communication une fois en place

- **Quelle communication sur le parc applicatif / patrimoine**
  - Tableau de bord du patrimoine applicatif
  - Visibilité nominale des équipes et des applications
- **Comment et à qui sont fait les restitutions**
  - Aux développeurs, aux chefs de projets, au maître d'œuvre
  - Accompagnement sur les défauts, la remédiation
  - Positiver aussi les bons résultats
- **Les kits ne sont pas acquis; il faut les retravailler**
  - Il faut rester présent, visible : solution évolue, nouveaux langages couverts