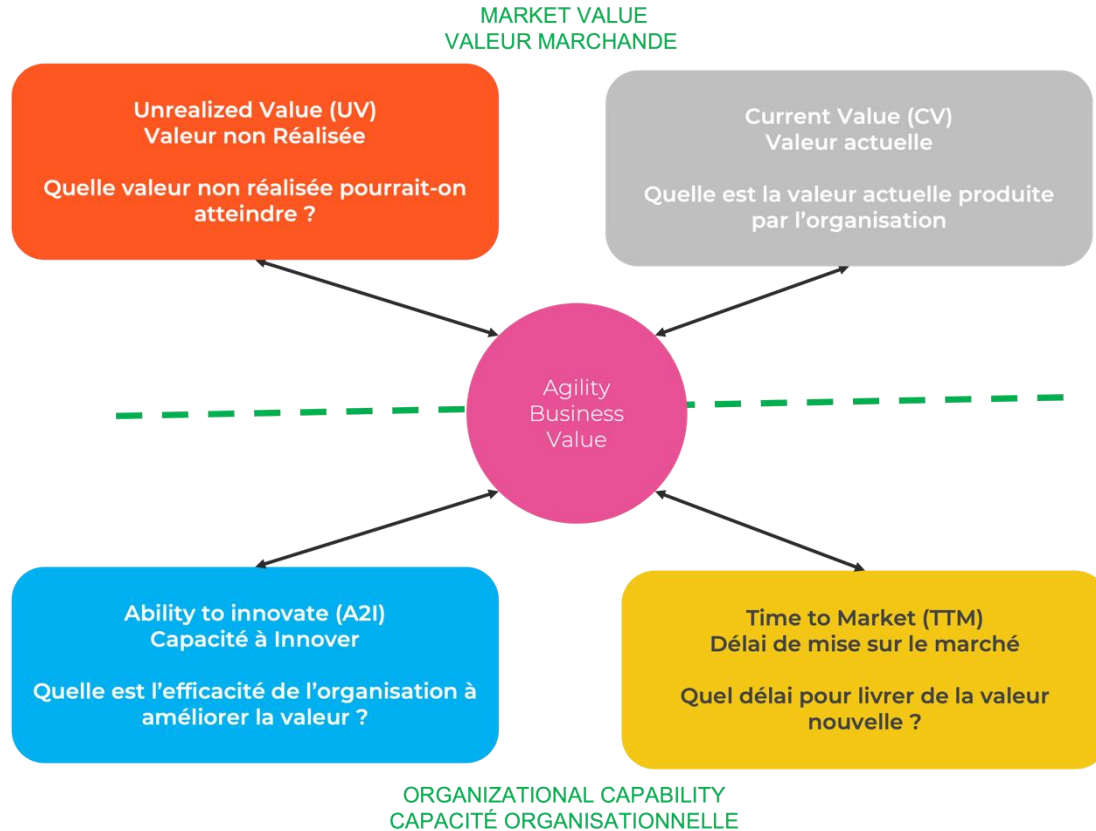


4 domaines clés de l'EBM (Evidence-Based Management)



Que mesurer par domaine ?

Valeur actuelle (CV)

Mesure la valeur actuelle apportée aux parties prenantes

- Satisfaction clients (NPS, enquêtes)
- % d'utilisation des fonctionnalités
- Taux de conversion
- Moral des employés (eNPS)

Valeur non réalisée (UV)

Évalue les opportunités non exploitées pour générer davantage de valeur.

- Nombre de leads générés
- Satisfaction client désirée
- Ratio leads/clients
- Écart de satisfaction client
- Croissance/déclin du marché

Capacité à innover (A2I)

Évalue la capacité à innover et à répondre aux besoins évolutifs du marché.

- Tendance des anomalies
- Dette technique
- Temps perdu en "context switching"
- Expérimentations réalisées
- Taux d'innovation
- Temps annuel total de formation

Délai de mise sur le marché (T2M)

Mesure la capacité à livrer rapidement des fonctionnalités ou des produits.

- Lead time
- Fréquence des déploiements
- Temps moyen de réparation
- Temps de cycle client

🌀 Quelles actions à mener si ?

