

DECEMBRE 2025

# Projet BLOOM

Présenté par MAALOUM Awab, ORFEUVRE Alix,  
WURTZ Kiara, VIDEIRA DUMONT Esteban et ~~GAIN~~  
~~Virgile~~



# Sommaire



- ①. Contexte
- ②. Analyse de l'existant
- ③. Parcours client
- ④. Processus métier
- ⑤. Parties prenantes
- ⑥. Périmètre du Projet
- ⑦. Budget et Ressources

# Contexte

- Xerfi est une société française
- Spécialisée dans la production et la vente d'études stratégiques
- 1993
- Publie chaque année plus d'un millier d'études
- Equipes marketing et commerciales pour gérer la relation client



# Analyse de l'existant

Après évaluation du CRM actuelle, il est bien installé et utilisé au quotidien certes, mais plusieurs limites freinent aujourd'hui l'efficacité globale, l'automatisation et la performance.

- Absence de formation et d'accompagnement
- Interface peu intuitive (UX/UI non optimisée)
- Outil non personnalisable
- Parcours utilisateur peu clair
- Web App non disponible sur mobile

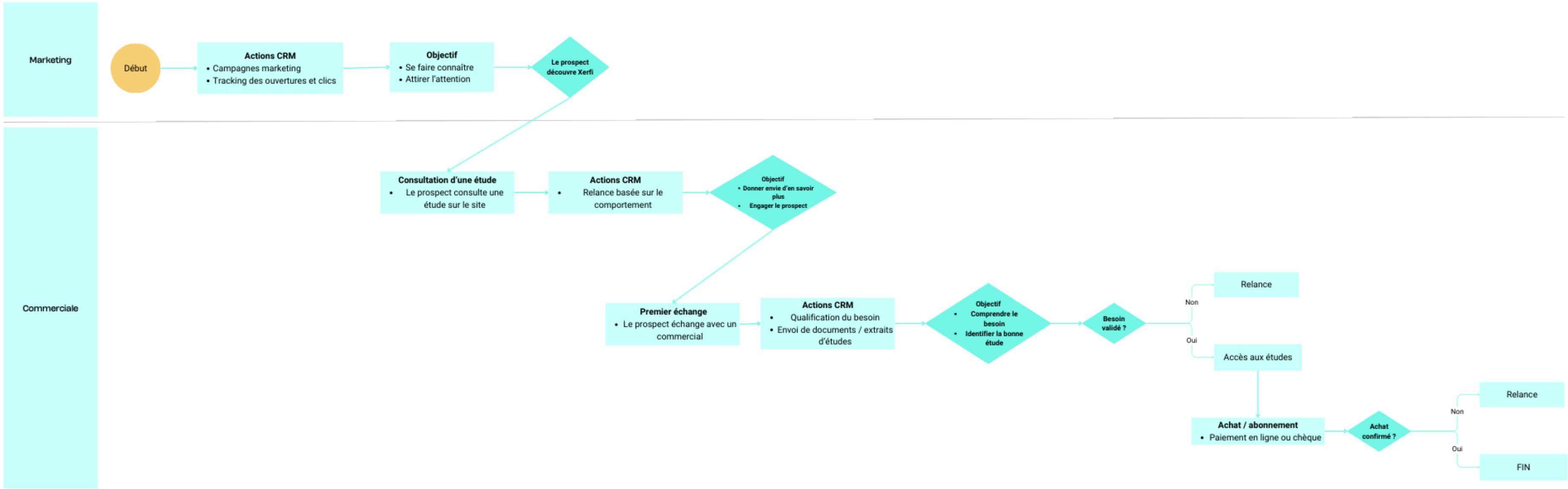




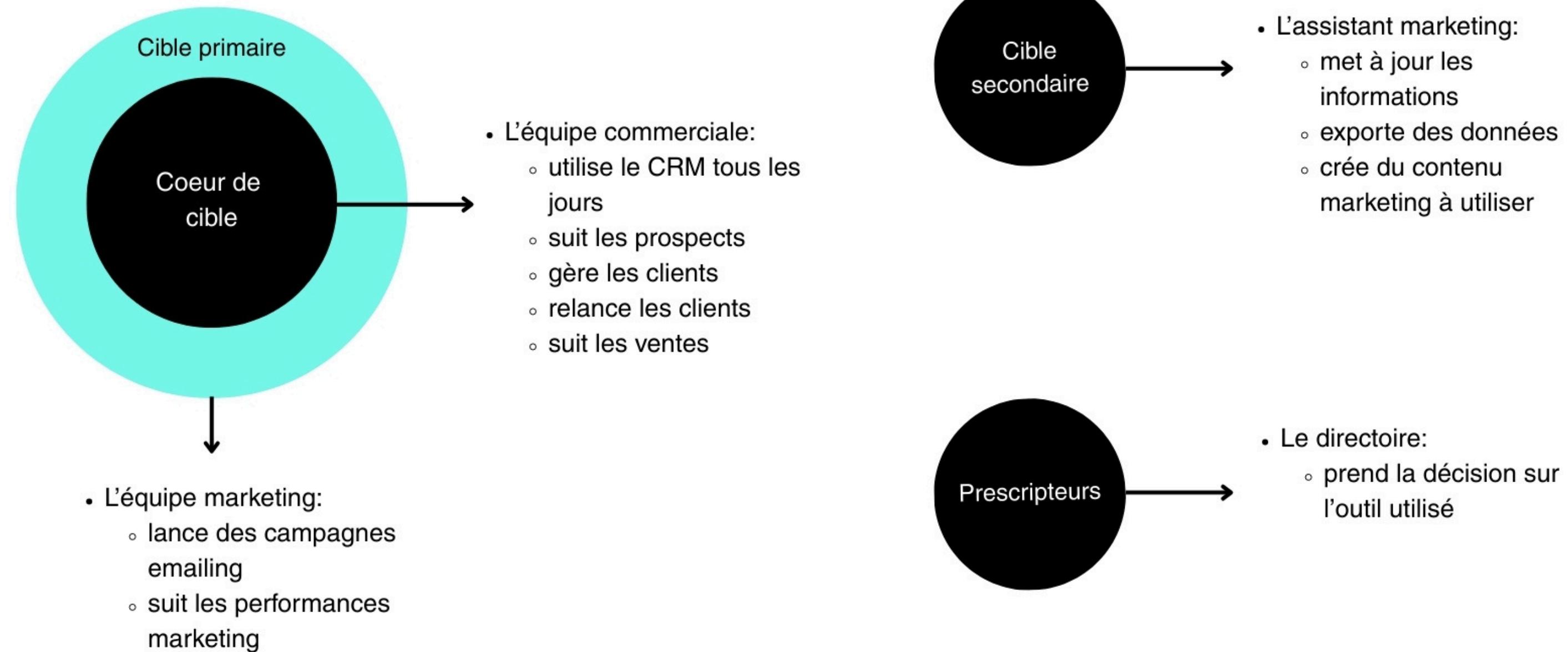
# Cartographie du parcours client

	Découverte	Intérêt	Évaluation besoin	Accès aux études	Suivi & Support
Description	Le client découvre Xerfi (mailing, site web, bouche à oreille, réseaux sociaux ...)	Le client consulte une étude	Le client échange avec un commercial	Paiement en ligne d'abonnement ou chèque	Assistance et suivi du client
Équipe impliquée	Marketing	Marketing / Commercial	Commercial	Commercial	Commercial
Actions via le CRM	La stratégie marketing et les campagnes ont déjà été mise en place	L'entreprise démarche le client directement pour comprendre ses besoins et enchaîner sur un échange	Echange avec le client pour identifier le besoin et proposer l'étude pertinente vis-à-vis de sa demande	Gérer et automatiser l'accès à la commande	Traiter les demandes, assurer le service après vente et relancer
Objectifs	Se faire connaître auprès des prospects et attirer leur attention	Donner envie au prospect d'en savoir plus sur les études Xerfi	Comprendre précisément ce que le client cherche et identifier l'étude adaptée	Permettre un accès rapide, sécurisé et fluide aux études achetées	Assurer un accompagnement fiable après l'achat et fidéliser notre client

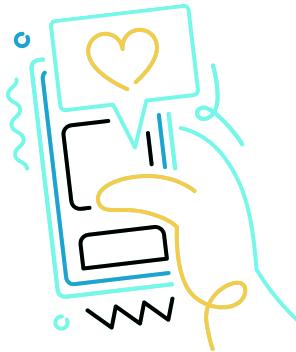
## Processus métier



# Cibles



# Périmètre du Projet



## Cadrage et livrables

- Développement du CRM cadré dans le cahier des charges
- Application multi-plateformes (ordinateur + mobile)
- Fondations techniques du CRM
- Supports et formations pour les équipes



## Limites du projet

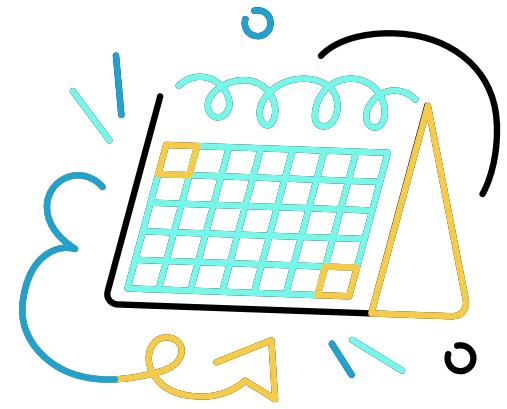
- Pas de refonte des processus internes
- Pas de transformation organisationnelle



## Attendus fonctionnels

- Application fluide desktop + mobile
- Automatisation : inscription données, rapports hebdomadaires
- Nettoyage automatique : détection doublons, suppression obsolètes, normalisation

# Calendrier



Phases	Début	Fin	Durée
Analyse et mise en place	Semaine 1	Semaine 2	2 semaines
Design UX/UI (mobile et Desktop)	Semaine 3	Semaine 4	2 semaines
Développement Backend	Semaine 5	Semaine 7	3 semaines
Développement Frontend version Desktop	Semaine 8	Semaine 10	3 semaines
Développement Frontend version mobile	Semaine 11	Semaine 13	3 semaines
Phase de test	Semaine 14	Semaine 15	2 semaines
Déploiement et formation	Début Semaine 16	Fin Semaine 16	1 semaine

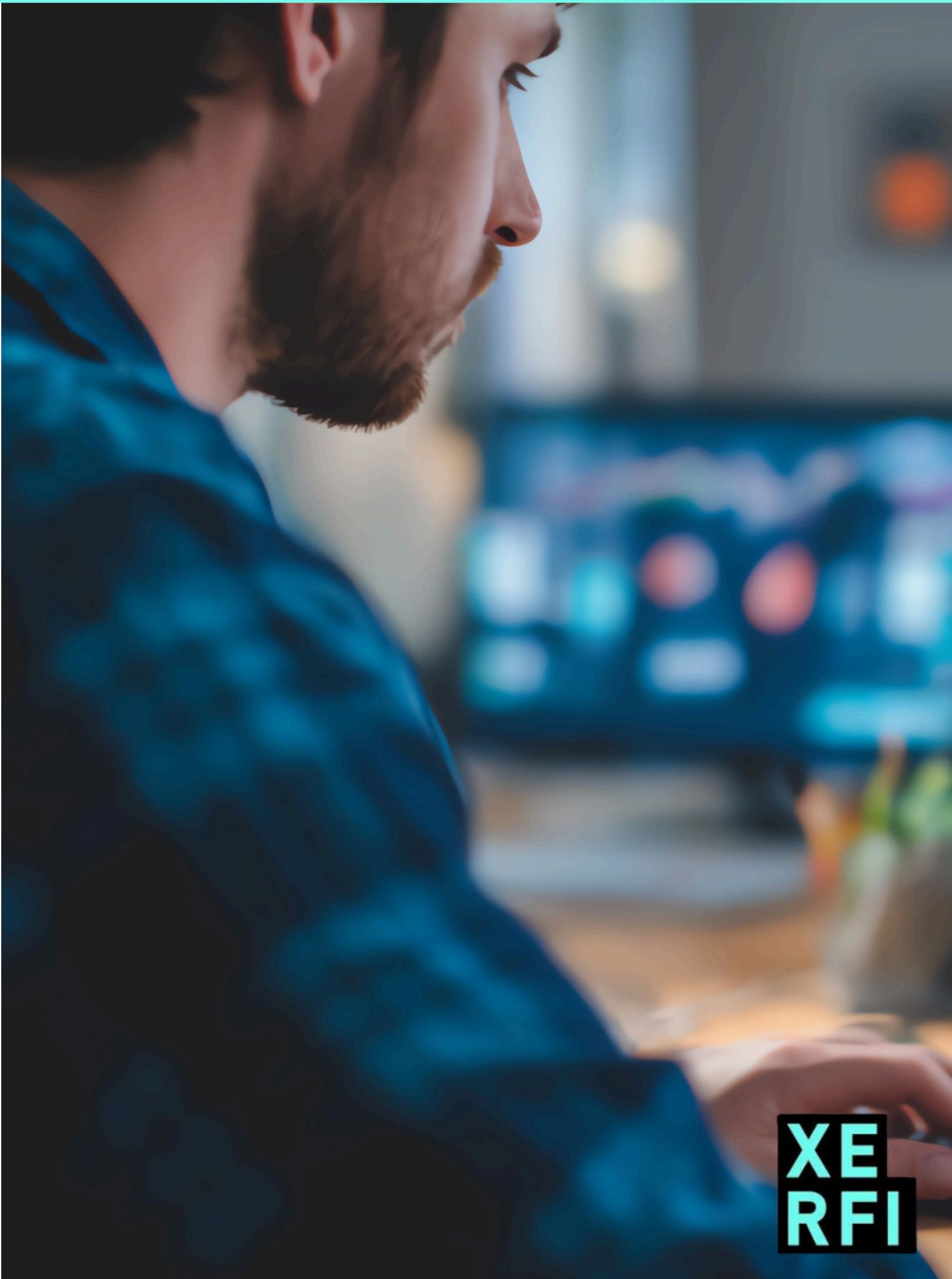
# Budget



Rôle dans l'équipe	Durée sur le projet	Ressources nécessaires	Estimation des coûts
Chef de projet	Présent sur 15% du projet	Outils de gestion (Notion, Jira) + Ordinateur	3000€/mois brut
Designer UX/UI	2 semaines	Outils de design (Figma, Adobe) + Ordinateur	4500€/mois brut
Développeur Backend	3 semaines	Ordinateur + Environnement cloud + Base donnée	8000€/mois brut
Développeur frontend (Desktop / mobile)	6 semaines	Ordinateur	6000€/mois brut (Desktop) 4000€/mois (mobile)
Testeur QA	3 semaines	Ordinateur + Accès à l'environnement cloud	2000€/mois brut

# Conduite du changement

- 44% d'utilisation lors de la première année
- Réduction d'au moins 50% des doublons dans la base client après 6 mois
- Taux d'erreur ou d'informations manquantes inférieur à 10%
- Réduction des pertes d'informations entre pôles d'au moins 25%
- Traçabilité complète des interactions clients dans 80% des dossiers
- Mise à disposition de ressources (notes, tutoriels, documentation)
- Formations seront réalisées en présentiel ou en visioconférence
- Déploiement progressif
- Bilan mensuel



# Note de prise en mains

La note destinée aux managers a pour but:

- D'aider à anticiper la résistance au changement
- Plus expérimentés risquent de perdre leurs repères en modifiant des habitudes installées et les nouveaux pourraient se sentir dépassés si l'apprentissage n'est pas structuré.
- Rôle clé des managers (relayer les informations, encourager la participation aux formations ...)
- Opportunité d'améliorer la collaboration, la qualité des données et l'efficacité interne, à condition de bien encadrer/accompagner



Merci pour  
votre attention !

