

P5_Menez la stratégie de communication du lancement d'une nouvelle fonctionnalité

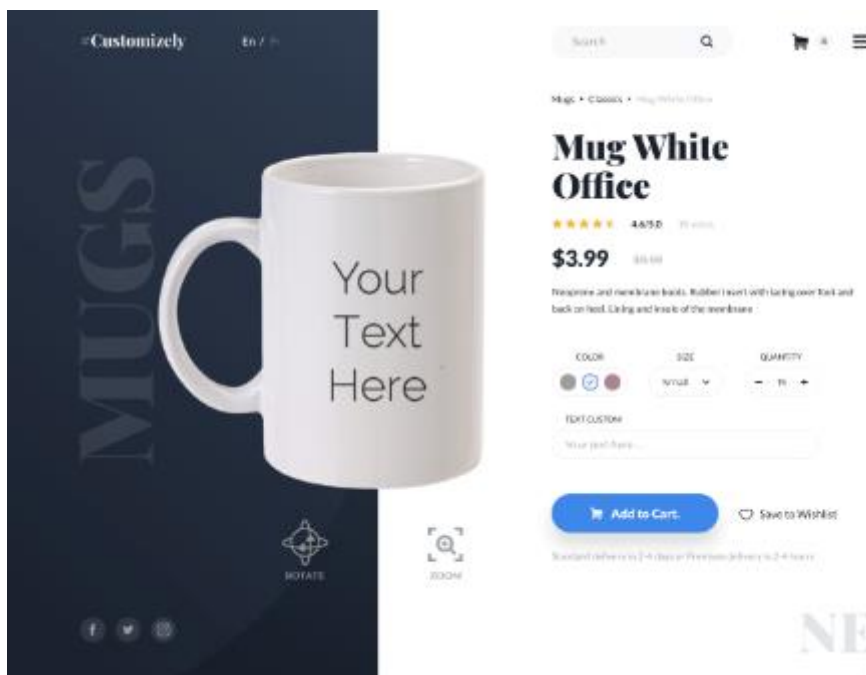
[Vidéo de la soutenance du projet n°5_Menez la stratégie de communication du lancement d'une nouvelle fonctionnalité](#)

Compétences évaluées

- Préparer des équipes supports au lancement d'un produit
- Animer une démonstration produit

70 heures Mis à jour le mercredi 6 octobre 2021

Vous êtes Product Manager chez Customizely, une entreprise qui vend des **produits personnalisés en ligne** (coques de téléphones, tasses, t-shirts, etc.).



Une étape

de l'expérience utilisateur sur votre type

Il y a quelques mois, l'entreprise a décidé de se pencher sur l'opportunité de **cibler spécifiquement les entreprises** et d'améliorer sa manière de travailler avec ce type de client. Jusqu'à présent, le site Customizely ne s'adressait pas à une audience en particulier et cherchait à répondre aux besoins de toute personne cherchant à personnaliser un objet du quotidien. Cependant, avec le nombre croissant de start-up cherchant à fournir à leurs employés et à leurs clients des goodies et des cadeaux à l'image de leur boîte, Customizely se dit qu'il y a une carte à jouer. Un

commercial a rencontré plusieurs entreprises et a réalisé [un compte-rendu de ses recherches](#).

Il y a plusieurs entreprises qui offrent déjà ce type de service, mais apparemment, aucune ne permet d'avoir exactement les bonnes options de personnalisation ou le niveau de qualité que les clients professionnels recherchent. Customizely pense qu'elle peut mieux faire que tout ce qui existe sur le marché !

Après [un atelier de story mapping](#) pour définir le périmètre du projet et les différents sprints de développement, vous êtes enfin prêt pour [présenter les nouvelles fonctionnalités pour cette nouvelle cible d'audience](#).

Les équipes ont intégré les principaux produits privilégiés par les entreprises (tasses, sweat à capuche, t-shirts, stylos et cahiers) dans un tout nouvel outil de personnalisation qui permet aux entreprises d'appliquer facilement leur charte graphique à ces produits.

Vous commencez par élaborer un **product brief** format Word, au maximum de 8 pages, qui permettra à tous de comprendre les tenants et aboutissants de cette nouvelle fonctionnalité, et de répondre aux éventuelles questions des clients et prospects.

Dans ce product brief, vous expliquez :

- l'historique du produit déjà existant ;
- le contexte de ce nouveau produit ;
- les objectifs ;
- les problèmes à résoudre ;
- les besoins clients ;
- une étude de 3 concurrents minimum ;
- le détail du produit :
 - fonctionnalités,
 - futures évolutions ;
- la date de commercialisation.

Vous devez à présent annoncer à tous vos collègues que cette nouvelle fonctionnalité est prête, et vous décidez de le faire par **newsletter** !

C'est pour vous le meilleur moyen de communiquer largement avec vos collègues de Customizely, et cela vous assure un vrai retour des équipes internes, ce qui est très précieux avant d'envisager un lancement au public. Vous découvrez qu'il existe des outils spécifiques pour les newsletters (SendinBlue, Mailchimp, Mailjet...), et décidez de mettre en forme et hiérarchiser vos informations selon le type de leur contenu, en 1 à 2 pages.

Vous pensez aussi à une **annonce de type pop-in de quelques lignes** (maximum 5 phrases), grâce à un outil de type Canva, qui apparaîtra sur la plateforme. Elle servira à annoncer la nouvelle fonctionnalité aux utilisateurs.



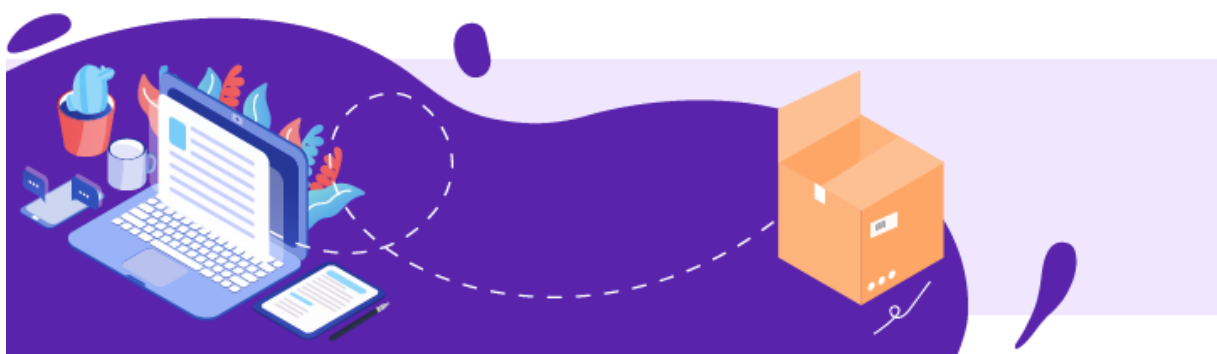
Vous devez prévoir d'accompagner et de soutenir les équipes en charge de vendre ce produit aux entreprises, et de suivre de près l'intérêt et l'utilisation de la fonctionnalité dans le temps.

Comme vous êtes proche de plusieurs personnes de l'équipe de vente, vous proposez de vous joindre à elles pour les premiers rendez-vous avec des clients potentiels pour la plateforme.

Vous vous rendez compte que, si vous connaissez par cœur ce produit après avoir travaillé dessus pendant plusieurs semaines, c'est loin d'être le cas pour tout le monde. Vous avez à disposition [une première version de la FAQ](#), vous l'utilisez pour préparer une partie de votre présentation.

En somme, **la démonstration de présentation** montre, entre 10 et 15 slides, la nouvelle expérience utilisateur et tous les bénéfices que cela engendre, sans bien sûr entrer dans des questions de coût ou de contrats. Les équipes commerciales sont bien mieux placées que vous pour répondre à ces points.

N'oubliez pas qu'il est important de créer un storytelling autour du produit, de sa création et de la réponse au besoin des utilisateurs.

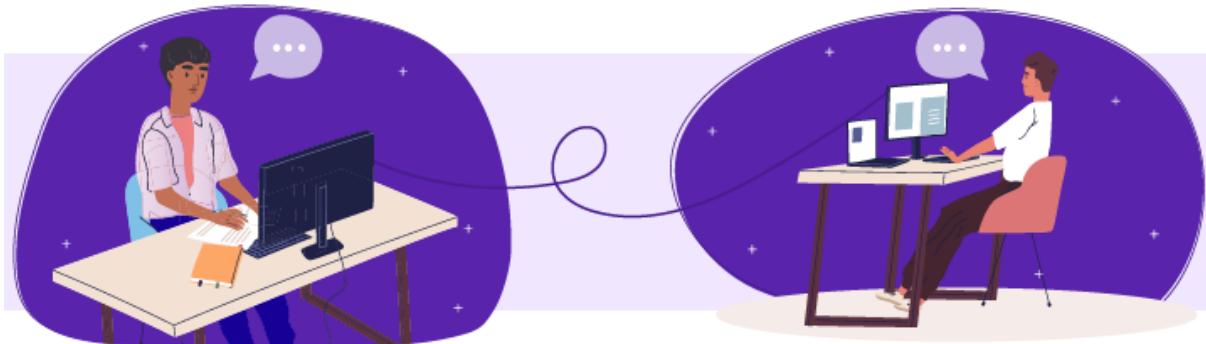


Livrables

- Un **product brief** (format Word, maximum 8 pages) à partager en interne pour tous les nouveaux arrivants, incluant :
 - l'historique du produit déjà existant ;

- le contexte de ce nouveau produit ;
- les objectifs ;
- les problèmes à résoudre ;
- les besoins clients ;
- une étude de 3 concurrents maximum ;
- le détail du produit :
 - fonctionnalités,
 - futures évolutions ;
- la date de commercialisation.
- Une **newsletter interne** (1 à 2 pages) annonçant la sortie de ce nouvel outil à vos collègues.
- Une **annonce** de type pop-in (maximum 5 lignes) pour les utilisateurs.
- Une **démonstration de présentation** (10 à 15 slides) de ce nouvel outil pour les prospects.

Si vous repérez un site qui a un nom similaire, c'est une pure coïncidence. Mais vous pouvez néanmoins l'utiliser à côté d'autres sites similaires comme source d'inspiration pour réaliser ces livrables.



Soutenance

La soutenance se déroulera en **visioconférence** et durera 30 minutes. L'évaluateur interprétera le rôle de votre manager, à qui vous présenterez votre travail.

Durant la présentation orale, la soutenance est structurée de la manière suivante :

Présentation des livrables (15 minutes) :

Vous présenterez le contexte du lancement de la fonctionnalité avec le product brief, et vous expliquerez vos choix de communication avec l'annonce et la newsletter envoyée à l'équipe.

Vous présenterez ensuite votre démonstration de présentation du produit que vous avez créée pour aider les commerciaux.

Discussion (10 minutes) :

L'évaluateur vous posera des questions sur :

- le contenu de votre product brief ;

- les choix de mise en forme et de contenu pour la newsletter ;
- le storytelling apporté par votre démonstration de présentation.

Débriefing (5 minutes) :

- À la fin de la soutenance, vous aurez 5 minutes pour débriefer ensemble.

Votre présentation devra s'appuyer sur un **support de présentation** (de type PowerPoint ou Canva) qui renverra vers vos livrables.

Compétences évaluées

- Préparer des équipes supports au lancement d'un produit
- Animer une démonstration produit