

PHASE 2 – V1

Du 01 Janvier 2026 au 31 Mars 2026

Brouillon cahier des charges produit et UX client



Onboarding et Dashboard

- 1 - Depuis le site Web, le client doit pouvoir créer un compte et sélectionner un abonnement correspondant à son budget et à ses objectifs.
 - 2 - Il doit pouvoir être guidé dans son onboarding pour la prise en main de la plateforme et des fonctions (navigation guidée ou simple tuto vidéo).
 - 3 - Il doit renseigner ses informations de société et personnelles, mais également répondre à un questionnaire (forms ou discussion via AGENT IA onboarding) pour nous communiquer un maximum d'informations au sujet de son activité, son business modèle, ses préférences commerciales et ses objections, afin que l'agent de prompt IA puisse avoir de la matière pour produire des prompts performants pour le ou les sous-agents attenants au client.
 - 4 - Il doit définir, avec l'aide de recommandations, un premier message de démarchage qui sera utilisé dans les formulaires (ou plusieurs - à voir si nous mettons une fonction de A/B test avec analyse des volumes de retour puis choix intelligents pour la continuation par l'agent IA par la suite).
 - 5 - Il doit pouvoir consulter ses factures pour les abonnements qu'il nous paye.
 - 6 - Il doit pouvoir consulter ses bases de données pour lesquelles il a payé.
 - 7 - Il doit avoir un dashboard avec un maximum de stats sur son activité et son ROI (détails à définir).
 - 8 - Il doit pouvoir consulter les séquences d'e-mails en cours.
 - 9 - Il doit pouvoir avoir un duplicata de son calendrier perso.
 - 10 - Il doit pouvoir retrouver les fiches de débriefing issues des conversations de l'agent IA pour préparer les appels physiques programmés.
 - 11 - D'autres fonctions de base se définiront lors du dessin des maquettes brouillons du dashboard.
 - 12 - Il doit y avoir un système de notification.
- DASHBOARD agence pour nous personnellement (à définir) : idéal pour suivre notre activité (volume clients / chiffre d'affaires / mails envoyés / consommation de tokens / une petite map avec la localisation de nos clients pourrait être cool, etc ...) (à définir, le but n'est pas de surcharger avec cette partie visible uniquement par nous, dans un contexte graphique moche et pas optimisé). Il nous est indispensable de recenser un maximum de métriques pour le pilotage de l'activité (peut-être pas le développer directement, mais utiliser un outil de dashboard type Zoho Analytics / DIGdash / Tableau / MyReport pour gagner du temps dans un premier temps).



Fonction génération de base de données

- 1 - Un client doit pouvoir générer plusieurs bases de données s'il a plusieurs typologies de cibles différentes ou sur plusieurs secteurs géographiques.
- 2 - Il doit pouvoir l'afficher en complet, ou avec des filtres, supprimer au besoin, ou ajouter en manuel.
- 3 - Doit-il pouvoir l'exporter ? Je ne sais pas. Je pense que non, comme ça il ne peut pas l'utiliser avec des concurrents ou dans un cadre différent que celui avec nous.
- 4 - Il doit avoir une interface de génération de base de données où il entre "secteur d'activité" + "secteur géographique".
- 5 - Comment faire si le client a, par exemple, un abonnement de 100 nouveaux prospects et 100 contacts par mois, et que la requête donne 1000 résultats ? Générons-nous une base complétée partiellement inaccessible, qui se débloquera au fur et à mesure que ses crédits liés à l'abonnement le permettent ? Comment les débloquons-nous : au hasard / par ordre alphabétique / par ordre scrapé sur Pages Jaunes ???
- 6 - Le schéma doit être le suivant : sur la base de "secteur d'activité" + "secteur géographique", nous scrapons les Pages Jaunes pour NOM SOCIÉTÉ + ADRESSE + TÉLÉPHONE + éventuellement, si dispo, MAIL + SITE WEB que nous stockons dans une base de données → Puis un script, grâce à une API IA à définir, vient faire des requêtes de recherche web pour trouver MAIL + SITE WEB et compléter au maximum possible, avec la plus grande qualité possible, la base de données.
- 7 - Si deux clients font une demande de base de données pour la même cible dans le même secteur → refusons-nous une requête de 0 ou prévoyons-nous une fonction pour utiliser notre data déjà existante ?,
- 8 - Le secteur d'activité et la zone géographique que le client va entrer dans sa recherche est-elle en texte libre ou en menu déroulant à choix imposés ?
- 9 - L'API Pages Jaunes étant gratuite, générions-nous des aperçus de base de données avec uniquement les noms des entreprises / une partie des adresses incluant 50 % de caractères masqués **** et les numéros de téléphone + mail + site web totalement masqués avec des **** même si nous ne l'avons pas générée, pour économiser des tokens avant validation du client — afin de donner un aperçu de nos capacités et inciter à l'action ?
- 10 - Comment se protéger pour ne pas se faire scrapper ? Car certaines sociétés ont pour business model de vendre des bases de données à des call centers, par exemple, et les vendent très cher. Il pourrait être très avantageux de générer des bases avec nous, les scrapper et les revendre.



Prise de contact via formulaire WEB

- 1 - Le client doit pouvoir bénéficier d'aide et de recommandations pour la conception de son message initial de base.
- 2 - Nous devons disposer de toutes ses informations pour composer le formulaire avec ses propres informations.
- 3 - Nous devons l'accompagner pour composer 2 ou 3 messages différents afin de faire des TESTS A/B, puis une sélection du meilleur automatiquement pour la suite et un maximum d'efficacité.
- 4 - Il doit y avoir une fonction PLAY et PAUSE.
- 5 - Les données doivent automatiquement envoyer les informations au dashboard au fur et à mesure.
- 6 - Un statut doit être appliqué dans une des colonnes de la base de données, inscrivant qu'un formulaire fut soumis à la date de XX/XX/XXXX.
- 7 - Que fait-on quand des formulaires échouent ? Est-ce qu'on en informe le client ? Donne-t-on du crédit supplémentaire en compensation ?
- 8 - Attachons-nous une fonction : si pas de réponses sous X jours — relancer via formulaire ou via mail ?



Agent conversation IA

- 1 - Les mails doivent être tagués avec plusieurs tags à définir.
- 2 - La conversation doit être enregistrée dans une table de la base de données.
- 3 - Les conversations doivent être retranscrites dans une interface graphique facilement lisible depuis un des onglets du dashboard, type "Chat".
- 4 - Il pourrait être intéressant de matérialiser un pipeline graphique (pourquoi pas avec une base de couleurs rouge, orange, jaune, vert, ou une échelle de 1 à 10 pour évaluer le stade d'avancement de la discussion avec le prospect et sa proximité à réaliser l'action que nous avons pour objectif de lui faire réaliser).
- 5 - Si le client a des observations à faire sur la façon de faire, de parler en général, d'aborder un sujet, ou constate une erreur de discours commercial — peut-il interagir avec l'agent IA pour lui apporter des rectifications ou des informations supplémentaires ?
- 6 - Si l'agent IA n'estime pas avoir les informations ou connaissances pour répondre à une question ou un cas — interroge-t-il le client pour s'informer et s'éduquer avant de répondre ?
- 7 - Comment le client définit-il l'objectif qu'il impose à l'agent IA (prise de rdv / appel direct / visite d'une landing page / achat sur un site / autres ?)
- 8 - Une fois l'agent ayant atteint son objectif, il doit générer un petit rapport texte agréablement et rapidement lisible par le client → Cela donne l'idée de ne pas faire 2 onglets type "Chat", mais : un pour les conversations engagées sans encore de réponse (dans le cas où le client souhaite faire une relance téléphonique perso), un deuxième pour les discussions en cours afin qu'il voie que ça travaille et avance, un troisième avec les conversations clos positivement — peut-être un quatrième avec les refus.
- 9 - Limitions-nous le nombre d'interactions pour éviter des surcoûts trop importants de tokens de l'agent conversationnel ?

Si le client est multi-activité et plusieurs cibles — exemple : il fait des chaussures au nord de la France, mais vend également des voitures dans le sud de la France — comment pouvons-nous gérer cela ?

Ou alors, plus simple : il vend deux prestations destinées à deux cibles différentes — exemple : une société de sécurité qui vend des prestations de gardiennage de magasin la journée et effectue des interventions d'urgence la nuit pour des centrales d'alarme — 1 métier, 2 prestations totalement différentes, 2 cibles de clients totalement différentes — comment gérer cela dans l'UI/UX et dans la gestion des agents ?



Outil principal option d'orientation à prise de RDV

- 1 - Permettre au client de connecter son agenda pour que la plateforme puisse recenser les rdv pris grâce au workflow, les comptabiliser dans le dashboard et alimenter un onglet calendrier du client.
- 2 - Dans cette partie, il pourrait être intéressant d'avoir le listing des rdv avec une action à faire par le client pour les classifier (ex : Non signé / Contrat signé) et ainsi avoir des stats précises sur le taux de transformation.

D'autres idées ou précisions viendront sûrement lors de la maquette graphique brouillon.



Abonnement

- 1 - Avec quel prestataire allons-nous travailler pour gérer les abonnements ? (Par expérience, surtout pas Stripe : c'est une catastrophe, ce sont des voleurs qui bloquent les comptes et volent l'argent sans raison, sans recours. J'ai eu, ainsi que certaines personnes de mon entourage, des expériences douloureuses avec eux.)
- 2 - Comment gérerons-nous le rapprochement type d'abonnement vs services fournis de façon automatique ?
- 3 - Comment gérerons-nous le sur-mesure ?
- 4 - Dans le cas où un client est abonné avec un forfait mensuel — générerons-nous toutes les prestations le plus rapidement dès le paiement ou les étaisons-nous équitablement sur chaque jour durant le mois ?
- 5 - Si un client est abonné avec un forfait mensuel, que pendant un mois son paiement est refusé et qu'il le met à jour, comment gérions-nous le rattrapage vis-à-vis de la semaine d'inactivité qui a précédé ?
- 6 - Faisons-nous un système avec 3 types de forfaits abonnements fixes + 1 option sur-mesure, ou alors faisons-nous quelque chose de flexible comme chez les sociétés de mailing, avec un forfait qui s'ajuste au nombre de contacts sélectionnés lors de la souscription (exemple : 50/100/150/200/250/.../10 000 contacts avec un prix par contact dégressif selon le volume — une sorte d'abonnement flexible dynamique) ?
- 7 - Facturons-nous sur une base de leads générés et donc de formulaires souscrits (ce qui me semble le plus simple et facile à vendre, mais pas le plus rentable pour nous car très variable en fonction des suites et des conversations de l'agent IA), ou alors un système d'abonnement au formulaire + système de tokens se consommant en fonction du volume de messages qui suivent (plus rentable mais, par contre, plus complexe, coûteux pour le client et plus difficile à vendre) ?

Informations complémentaire :

Point 1 : La partie UI / UX doit être vraiment au TOP, même si elle est simple avec très peu de services. Elle doit paraître comme une startup ayant déjà de nombreux clients et étant reconnue sur le marché. Il faudra vraiment bien contrôler les compétences du designer/dev front-end à ce sujet, quitte à éventuellement prendre un freelance pour le design et confier uniquement la production au développeur frontend. Ceci est extrêmement important : un très bon produit mal présenté ne se vend pas, alors que des produits médiocres se vendent car ils sont beaux — c'est la triste réalité du commerce et du marketing. Au besoin, j'ai déjà collaboré avec des freelances en design UI/UX très bons en Inde et au Pakistan ; si besoin, ce n'est pas un souci et les coûts sont similaires à ceux du Bénin.

Point 2 : Les bases de données devront être qualitatives — nous ne pouvons pas nous permettre d'avoir quasiment 50 % de non-information comme c'est le cas actuellement. L'appel à une API IA est indispensable même si plus coûteuse. Idem, les mauvais sites ou mails seront à minimiser au maximum. Il faudra également être très vigilant sur la sécurité pour ne pas se faire voler. Au sujet de la valeur de l'information, ne pourrions-nous pas anticiper un algorithme de récolte de data et d'analyse comportementale client qui surqualifierait notre propre base de données pour une utilisation optimisée future pour nos propres besoins ? De grosses enseignes, par exemple, sont très intéressées par des bases de données ultra-qualifiées avec de l'analyse comportementale intégrée — même si c'est borderline, c'est une potentielle mine d'or supplémentaire.

Point 3 : Il va falloir vraiment travailler dur et tester de nombreuses fois et de nombreux formulaires différents. Il serait dommage d'avoir réalisé les points 1 et 2 avec succès et de se heurter à un taux d'échec de formulaire ou CAPTCHA qui altérerait la qualité de notre service et le ROI de nos clients ou le nôtre.

Point 4 : Gros point au cœur également du produit — peut-être qu'un expert pourrait nous aider, même si ce n'est que sur des missions de courte durée, par exemple en phase de réflexion stratégique avant action, ou en phase de test futur avant mise en production publique — à réfléchir.

Point 5 : Il faut absolument que nous arrivions à mesurer le succès des campagnes pour nos clients — à la fois pour qu'ils s'en rendent compte et continuent de consommer notre produit, mais également pour avoir des données réelles à promouvoir auprès d'autres prospects / partenaires / investisseurs futurs, et également pour jauger notre propre qualité et éventuellement remettre certaines décisions ou actions en question dans le futur, dans le cadre de notre objectif d'amélioration constant.

Objectif 01/01/2026 au 31/03/2026

Objectif 1 : Former une équipe et créer une synergie

Objectif 2 : Générer un branding et une UI/UX parfaite pour le site web et la webapp ainsi que des outils marketing complémentaires

Objectif 3 : Bâtir un produit V1 simple - avec un produit phare composé de fonctions de base mais efficace - peu coûteux - et le plus rentable possible pour nos clients et pour nous

Objectif 4 : Toujours garder en tête l'objectif de scalabilité, de simplicité, et d'ajout futur de fonctions à venir greffer

Objectif 5 : Commencer à générer du revenu le plus rapidement possible en guise de proof of concept

Objectif 6 : Conserver le meilleur ROI pour nous entre nos charges, nos coûts de production de nos services et nos prix de vente - La trésorerie est le nerf de la guerre, plus nous en générerons plus de portes s'ouvriront pour générer plus d'actions marketing, embaucher, augmenter la qualité de nos services, etc.

Objectif 7 : Profiter de notre implication dans le projet pour remplir une "boîte à idées" et y stocker toutes les idées d'améliorations et fonctions futures sans en rajouter en cours de route ou le moins possible pour rester focus sur le rush V1, quitte à le terminer plus tôt et attaquer des fonctions supplémentaires par la suite plus rapidement que prévu, mais tout en restant focus sur une V1 la plus simple et efficace possible