

# Plan d'action — sport

Plan d'action (export HTML · PDF · Agenda)

## Semaine 1: Lancement du projet

### Objectifs

- Mise en place des bases du projet

### Tâches

- Organiser la réunion de lancement — fondateur (3.0 h • J+1) — Planifier et tenir la réunion de lancement avec toutes les parties prenantes.
- Créer les comptes nécessaires — tech (2.0 h • J+2) — Créer des comptes pour les outils de gestion de projet et de communication.
- Établir le calendrier du projet — ops (2.5 h • J+3) — Définir les jalons et les échéances clés du projet.
- Mettre en place les outils de suivi — tech (2.0 h • J+4) — Configurer les outils de suivi des tâches et des progrès.
- Former l'équipe aux outils — ops (3.0 h • J+5) — Organiser une session de formation sur les outils de gestion de projet.

### KPIs

- Nombre de comptes créés
- Nombre de réunions tenues

## Semaine 2: Développement produit et marketing

### Objectifs

- Prototype produit prêt
- Stratégie marketing définie

### Tâches

- Développer le prototype produit — produit (10.0 h • J+7) — Commencer le développement du prototype avec les fonctionnalités de base.
- Rédiger le plan marketing — marketing (5.0 h • J+8) — Élaborer un plan marketing détaillé pour le lancement.
- Créer le contenu pour les réseaux sociaux — marketing (4.0 h • J+9) — Préparer le contenu initial pour les campagnes sur les réseaux sociaux.
- Valider le prototype avec l'équipe — produit (3.0 h • J+10) — Organiser une session de validation interne du prototype.
- Finaliser le plan de lancement — marketing (2.5 h • J+11) — Finaliser et approuver le plan de lancement du produit.

## KPIs

- Avancement du prototype
- Plan marketing validé

## Semaine 3: Tests et ajustements

### Objectifs

- Prototype testé
- Feedback collecté

### Tâches

- Organiser des tests utilisateurs — produit (6.0 h • J+13) — Planifier et réaliser des tests utilisateurs pour le prototype.
- Collecter et analyser les feedbacks — data (4.0 h • J+14) — Collecter les retours des tests et analyser les résultats.
- Ajuster le prototype — produit (5.0 h • J+15) — Apporter des ajustements au prototype en fonction des feedbacks.
- Préparer la campagne de pré-lancement — marketing (3.0 h • J+16) — Mettre en place la campagne de pré-lancement sur les réseaux sociaux.
- Vérifier la conformité légale — juridique (2.5 h • J+17) — S'assurer que le produit et les campagnes respectent les réglementations.

## KPIs

- Nombre de tests réalisés
- Feedbacks collectés

## Semaine 4: Lancement officiel

### Objectifs

- Produit lancé
- Premiers clients acquis

### Tâches

- Lancer le produit sur le marché — marketing (4.0 h • J+19) — Déployer le produit et activer les campagnes marketing.
- Suivre les performances de lancement — data (3.0 h • J+20) — Analyser les performances initiales du lancement et ajuster si nécessaire.
- Organiser un événement de lancement — marketing (6.0 h • J+21) — Planifier et réaliser un événement pour promouvoir le lancement.
- Assurer le support client — support (3.0 h • J+22) — Mettre en place un support client pour répondre aux questions des utilisateurs.
- Évaluer le retour sur investissement — finance (2.5 h • J+23) — Calculer le ROI des premières semaines de lancement.

## KPIs

- Nombre de ventes
- Taux de conversion