

Plan d'action — PodSnap

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

Semaine 1: Lancement initial et mise en place

Objectifs

- Plateforme prête pour les tests internes

Tâches

- Organiser le kick-off du projet — fondateur (3.0 h • J+1) — Réunion de lancement avec toutes les parties prenantes pour aligner les objectifs.
- Configurer l'infrastructure technique — tech (5.0 h • J+3) — Mettre en place les serveurs et les outils nécessaires pour le développement.
- Élaborer le plan de conformité RGPD — juridique (4.0 h • J+5) — Identifier les exigences légales et préparer les documents nécessaires.
- Créer le contenu de la page d'accueil — marketing (6.0 h • J+4) — Rédiger et valider le texte et les visuels pour la landing page.
- Préparer le budget initial — finance (3.0 h • J+6) — Établir un budget prévisionnel pour les premiers mois.

KPIs

- Progression des tâches
- Satisfaction de l'équipe

Semaine 2: Tests internes et ajustements

Objectifs

- Feedback interne sur le MVP

Tâches

- Effectuer les tests fonctionnels — tech (5.0 h • J+2) — Tester toutes les fonctionnalités de la plateforme en interne.
- Collecter les retours des tests — produit (3.0 h • J+4) — Réunir les commentaires des utilisateurs internes pour ajustements.
- Optimiser la page d'accueil — marketing (4.0 h • J+5) — Améliorer le contenu et le design selon les retours.
- Mettre à jour le plan de conformité — juridique (2.0 h • J+6) — Ajuster le plan RGPD selon les retours des tests.
- Analyser le budget et ajuster — finance (3.0 h • J+7) — Revoir le budget initial en fonction des premiers retours.

KPIs

- Nombre de bugs identifiés
- Taux de satisfaction interne

Semaine 3: Préparation du lancement public

Objectifs

- Stratégie marketing prête

Tâches

- Finaliser la stratégie marketing — marketing (4.0 h • J+2) — Définir les canaux et messages clés pour le lancement.
- Préparer les supports de communication — marketing (5.0 h • J+4) — Créer les visuels et textes pour les réseaux sociaux et publicités.
- Valider le plan de conformité final — juridique (3.0 h • J+5) — Assurer que toutes les exigences RGPD sont respectées.
- Organiser une démo interne — produit (3.0 h • J+6) — Présenter le produit finalisé à l'équipe pour validation.
- Finaliser le tableau de bord financier — finance (4.0 h • J+7) — Mettre à jour les projections financières pour le lancement.

KPIs

- Prêt pour le lancement
- Alignement des équipes

Semaine 4: Lancement et suivi post-lancement

Objectifs

- Lancement public réussi

Tâches

- Lancer la campagne de marketing — marketing (5.0 h • J+1) — Déployer les annonces et contenus sur les canaux choisis.
- Suivre les premiers retours utilisateurs — support (4.0 h • J+3) — Collecter et analyser les retours des premiers utilisateurs.
- Organiser un point hebdomadaire — fondateur (2.0 h • J+4) — Réunion pour discuter des progrès et ajustements nécessaires.
- Ajuster la stratégie selon les retours — produit (3.0 h • J+5) — Modifier la stratégie marketing et produit selon les feedbacks.
- Préparer le rapport de lancement — data (4.0 h • J+7) — Documenter les résultats du lancement et les enseignements.

KPIs

- Engagement initial

- Feedback utilisateur