

Plan d'action — Prev

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

Semaine 1: Lancement du projet

Objectifs

- Établir les bases du projet et aligner l'équipe

Tâches

- Organiser la réunion de kick-off — fondateur (3.0 h • J+2) — Planifier et animer la réunion de lancement avec toutes les parties prenantes.
- Créer le plan de projet initial — ops (5.0 h • J+3) — Élaborer un plan de projet détaillé avec les étapes clés et les délais.
- Mettre en place les outils de communication — tech (2.0 h • J+1) — Configurer les outils de communication interne comme Slack et Trello.
- Définir les objectifs de l'équipe — fondateur (2.5 h • J+2) — Clarifier les rôles et responsabilités de chaque membre de l'équipe.
- Analyser les besoins réglementaires — juridique (4.0 h • J+4) — Évaluer les exigences réglementaires pour le lancement en France/UE.

KPIs

- Nombre de réunions de lancement
- Taux de participation

Semaine 2: Développement produit et marketing

Objectifs

- Progresser sur le développement produit et préparer le marketing

Tâches

- Développer le prototype du produit — produit (8.0 h • J+5) — Créer un prototype fonctionnel pour démonstration.
- Élaborer le plan marketing — marketing (6.0 h • J+3) — Définir les stratégies marketing pour le lancement.
- Préparer les supports de communication — marketing (4.0 h • J+4) — Créer des supports visuels et textuels pour les campagnes.
- Mettre en place le suivi des KPI — data (3.0 h • J+2) — Configurer les outils pour suivre les KPI du projet.
- Revue hebdomadaire de l'avancement — fondateur (2.0 h • J+5) — Tenir une réunion pour évaluer l'avancement et ajuster les plans.

KPIs

- Progrès du développement produit
- Préparation des campagnes marketing

Semaine 3: Tests et ajustements

Objectifs

- Réaliser des tests et ajuster le produit et le marketing

Tâches

- Tester le prototype avec des utilisateurs — produit (5.0 h • J+3) — Organiser des sessions de test utilisateur pour le prototype.
- Analyser les retours des tests — produit (4.0 h • J+4) — Collecter et analyser les retours pour améliorer le produit.
- Lancer les premières campagnes marketing — marketing (6.0 h • J+2) — Démarrer les campagnes marketing sur les canaux choisis.
- Suivre les performances des campagnes — marketing (3.0 h • J+5) — Analyser les résultats des campagnes et ajuster si nécessaire.
- Revue hebdomadaire de l'avancement — fondateur (2.0 h • J+5) — Tenir une réunion pour évaluer l'avancement et ajuster les plans.

KPIs

- Nombre de tests réalisés
- Feedbacks collectés

Semaine 4: Validation et lancement officiel

Objectifs

- Valider le produit et lancer officiellement

Tâches

- Finaliser le produit pour le lancement — produit (6.0 h • J+3) — Apporter les dernières modifications avant le lancement officiel.
- Organiser une démo produit — ventes (4.0 h • J+2) — Planifier et réaliser une démonstration du produit pour les parties prenantes.
- Lancer officiellement le produit — marketing (5.0 h • J+4) — Exécuter le plan de lancement officiel et communiquer largement.
- Suivre les retours post-lancement — support (3.0 h • J+5) — Collecter les retours des utilisateurs après le lancement.
- Revue finale et planification future — fondateur (3.0 h • J+5) — Évaluer le lancement et planifier les prochaines étapes.

KPIs

- Nombre de validations obtenues

- Lancement réussi