

Méthodologie pour piloter un projet digital : une démarche itérative

Table des matières

I. Pilotage d'un projet digital : connaître la méthodologie et la roadmap	3
II. Exercice : Quiz	5
III. Pilotage d'un projet digital : comment établir une roadmap digitale, que contient un cahier des charges pour un projet digital ?	6
A. Connaître les clients et leurs besoins	7
B. Identifier et prioriser les actions importantes	8
C. Réaliser la roadmap et mettre en place le projet digital	8
IV. Exercice : Quiz	10
V. Essentiel	11
VI. Auto-évaluation	11
A. Exercice	11
B. Test	11
Solutions des exercices	12

I. Pilotage d'un projet digital : connaître la méthodologie et la roadmap

Durée : 1 heure

Prérequis : avoir suivi le parcours jusqu'ici

Environnement de travail : un ordinateur connecté à Internet

Contexte

L'arrivée des nouvelles technologies, une clientèle de plus en plus exigeante, un monde en constante évolution... toutes ces circonstances font qu'une entreprise est souvent confrontée à de nouveaux défis. Veille technologique, refonte d'un site web, e-commerce, CRM, etc. : aujourd'hui, pour se développer, une entreprise doit réussir dans le digital. La conception d'un projet digital est devenue une stratégie pour toutes entreprises souhaitant se démarquer de la concurrence et attirer de nouveaux prospects. Le projet digital est un ensemble de transformations mis en place par une entreprise. Cette mutation doit être menée à bien afin de faire prospérer l'établissement. Un projet digital joue, en effet, un rôle prépondérant dans la vie d'une entreprise. L'utilisation croissante d'Internet et des outils numériques entraîne la mise en place de méthodes plus innovantes et de nouvelles stratégies d'approche (création de sites web, d'application mobile, de sites mobiles...), d'où l'importance de savoir piloter un projet digital.

Définition

La méthodologie et la roadmap

La méthodologie du pilotage d'un projet digital : il s'agit des méthodes à entreprendre pour mener à bien le projet digital ainsi que toutes les techniques qui seront utilisées pour sa mise en place.

Une méthodologie peut être en « *cascade* » afin d'assurer une trame de travail performante et d'obtenir une base d'échange avec le client. La méthodologie en cascade garantit aussi les coûts et les délais impartis. Dans une méthode en cascade, les phases de développement du projet empruntent un ordre spécifique très rigoureux. L'étape X ne peut être entamée que lorsque la phase précédente a été conclue.

Une méthodologie est dite « *agile* » lorsqu'elle utilise le même circuit que la méthode précédente, mais avec des démarches simplifiées. Cette méthode permet à l'équipe de décomposer le projet en différentes étapes. La méthode agile implique une itération constante à chaque phase du projet et une collaboration continue entre les parties prenantes.

Le choix d'une méthode doit s'effectuer en tenant compte du contexte temporel et des différentes contraintes (matérielles ou financières).

La roadmap : également appelée « *plan d'exécution* », la roadmap se compose de toutes les démarches à réaliser dans une entreprise afin de concrétiser des projets. Grâce à la roadmap, le chef de projet digital et son équipe peuvent déterminer la durée de vie d'un projet ainsi que le domaine d'intervention de ce dernier. Le plan d'exécution permet d'atteindre les objectifs ciblés.

La roadmap digitale fait partie des stratégies digitales d'une entreprise. Il contient les domaines d'intervention d'un projet et permet le choix des technologies à adopter. La roadmap englobe toutes les étapes, les besoins, les ressources et les éventuels choix disponibles pour réaliser un projet.

Remarque

La mise en place d'une méthodologie et d'une roadmap dans le cadre d'un projet digital permet de définir toutes les étapes à suivre. Elles permettront de déterminer les actions à entreprendre lors de :

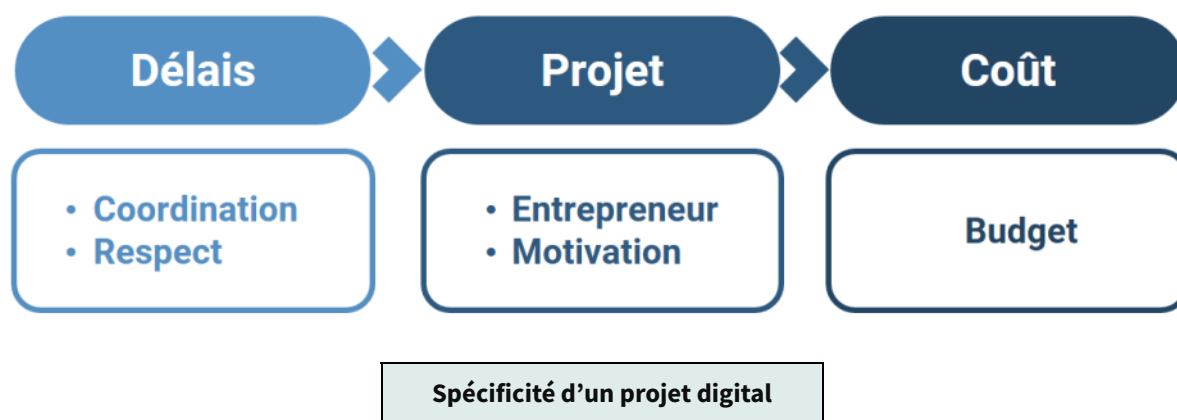
- La phase de la maturation du projet
- La réalisation du projet digital
- La mise en production du projet
- La postproduction du projet digital

La roadmap est une démarche stratégique dont le but est de satisfaire les clients avec le minimum de dépenses possibles. Se faire remarquer implique un service de qualité. Les objectifs à atteindre dépendent d'une organisation parfaite. Autrement, les acteurs du projet se retrouveront dans le désordre.

Le roadmapping est une étape cruciale dans la mise en œuvre d'un projet digital. Il sert à planifier le projet afin de pouvoir le mener à bien. Le roadmapping est un document qui va comporter tous les aspects du projet ainsi que le type de technologie à mettre en place tout au long des démarches de sa réalisation. Tout cela dans une durée bien définie.

La roadmap est à la fois un outil de prévision et un élément temporel. Elle permet de trouver les lacunes et les manques au niveau des plans. Grâce à cette feuille de route, les parties utiles à l'atteinte des objectifs deviennent apparentes. De ce fait, elles pourront être immédiatement corrigées en cas d'éventuelles erreurs, et ce, avant qu'elles ne deviennent des problèmes.

La roadmap garantit à l'équipe la disposition des technologies nécessaires pour piloter leur stratégie. Le plan d'exécution relie toutes les données stratégiques de l'entreprise et du marché. Il incite l'équipe à être précise par rapport aux caractéristiques et aux performances prévues en matière de besoins du client.



Attention

La roadmap ou le plan d'exécution est un outil réaliste. Il aide le chef de projet et son équipe à fixer des objectifs réalistes et compétitifs.

Remarque

Les courbes d'expérience constituent un outil nécessaire pour définir les cibles sur le marché. L'équipe aura besoin d'une roadmap, car cette dernière pourra leur servir de guide. Dans ce contexte, la roadmap aidera l'équipe à reconnaître les éventuels changements de direction et à agir en conséquence.

Remarque

La roadmap est un outil qui va traduire la stratégie digitale de l'entreprise. Elle va déterminer les principaux axes et les décliner en projet.

Piloter un projet digital requiert des connaissances en management, en communication et en web marketing. Les compétences requises dépendent toutefois de la nature du projet. La conception d'un projet digital débute généralement par l'évaluation de sa pertinence et de sa faisabilité. Le projet digital s'établit en fonction des besoins de l'entreprise. D'où l'importance d'établir une roadmap.

Méthode

Le pilotage d'un projet digital doit passer par plusieurs étapes. La roadmap permettra de faciliter le travail du chef de projet et de son équipe. Elle les aidera :

- À la rédaction du cahier des charges fonctionnel (élaboration du planning, évaluation du budget nécessaire à chaque étape, durée estimée, objectifs ciblés).
- À la réalisation des documents nécessaires, à savoir le brief pour les collaborateurs, les rapports, les moyens techniques, etc.
- À la validation de la ligne éditoriale du projet digital.
- À la répartition des tâches entre les équipes.
- Au choix des outils nécessaires et des logiciels.
- À la sélection d'éventuels prestataires (cette partie nécessite souvent le lancement d'un appel d'offres et de négociations afin d'obtenir les meilleures propositions).
- Au respect des délais impartis et des budgets.
- À l'installation des actions correctives en cas d'obstacles.
- À la garantie de la qualité du résultat final.

Exercice : Quiz

[solution n°1 p.13]

Question 1

Se poser les bonnes questions avant la mise en œuvre d'un projet digital est primordial pour sa réussite.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Il n'est pas nécessaire de structurer une équipe lors de la conception d'un projet digital.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 3

La roadmap est un guide pour mener à bien un projet digital.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 4

La roadmap ne fait pas partie du plan stratégique.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 5

Le pilote du projet digital peut utiliser la méthodologie en cascade ou la méthode agile.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

III. Pilotage d'un projet digital : comment établir une roadmap digitale, que contient un cahier des charges pour un projet digital ?

L'élaboration d'une roadmap requiert le recensement des technologies digitales déjà établies au sein de l'entreprise.

Toutes les directions métiers doivent être impliquées dans la réalisation de la roadmap digitale. L'analyse des technologies existantes est une étape nécessaire pour garantir l'optimisation de la démarche. Au sein de l'entreprise, les directions devront nommer un chef de projet. Ce dernier aura pour tâche de formaliser les initiatives ayant mené à la réalisation du projet digital.

La réalisation du cahier des charges, quant à elle, doit s'inscrire dans la première étape d'un projet web (projet digital). Ce document permet au chef de projet digital de comprendre les besoins de l'entreprise.

Que contient un cahier des charges ?

- La nature du projet :
Il s'agit ici d'une présentation des motivations ayant amené à la réalisation du projet. Une analyse SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) ou « *Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces* » peut être ajoutées en fonction du type de projet.
- Les objectifs attendus :
La description des résultats concrets envisagés est importante. Ces objectifs doivent être mesurables et quantifiables.
- Le public ciblé :
Il est important de connaître à qui va s'adresser le projet (application mobile, web app, site Internet, etc.). La cible déterminera le design à utiliser ou les fonctionnalités à mettre en place. Pour connaître les cibles, il est nécessaire de se poser les bonnes questions : qui sont-ils ? De quoi ont-ils besoin ? Ont-ils des blocages ? Lesquels ?
- Étudier la concurrence :
Avoir une idée de l'environnement concurrentiel est très important dans le pilotage d'un projet digital. Une liste des concurrents directs et indirects est nécessaire pour mieux analyser les menaces.
- Définir le budget du projet :
C'est une étape cruciale pour pouvoir déterminer et prioriser les étapes. Il n'est pas nécessaire d'établir un chiffre exact.
- Définir le fonctionnement technique du projet :
Chaque entreprise dispose de son aspect technique en matière de projet. Il est donc nécessaire d'évaluer les contraintes et de les anticiper.
- Établir la charte graphique :
L'identité graphique doit être adaptée au projet digital. Elle doit comporter le logo, les polices d'écriture, les couleurs, les images, etc.

- Identifier les livrables souhaités :

Il est essentiel de définir les résultats souhaités à l'issue de la réalisation du projet digital.

- Établir l'organisation interne du projet digital :

Une communication entre le pilote du projet et le demandeur du projet est importante.

- Établir l'espace administration.
- Définir la mise en ligne du projet web.

Remarque

Lors de l'analyse du projet digital, l'équipe chargée du pilotage peut décliner le projet ou les initiatives sur une fiche évaluant :

- Les enjeux et les objectifs à atteindre,
- Le financement et les ressources nécessaires,
- Les cibles concernées et le niveau d'avancement du projet,
- La roadmap et les prochaines étapes à entreprendre.

La refonte d'un site web requiert une analyse SWOT.

Les objectifs d'un projet digital peuvent être : l'accroissement du taux de conversion, l'augmentation du trafic sur la plateforme en ligne, la mise en place d'une image de marque, etc.

Méthode

Méthode pour réaliser une roadmap digitale :

Adopter une approche en deux temps :

- Connaître les clients et leurs besoins.
- Identifier et prioriser les actions importantes.

Ces actions sont complémentaires et permettront de réaliser une roadmap de qualité.

A. Connaître les clients et leurs besoins

La connaissance client doit être exploitable. Pour cela, il faut établir un diagnostic, une analyse et une modélisation.

- Le diagnostic (connaître les clients à partir des sources de données) :
 - Données déclaratives : interroger directement les clients sur leurs habitudes de consommation.
 - Données comportementales : comprendre les comportements clients en se basant sur leurs parcours digitaux. Pour cela, une étude des données dans les outils de mesure de trafic est nécessaire (AT Internet, Google Analytics).
 - Données marchés : études de marché, analyse des échanges sur les réseaux sociaux, outils de veille, etc.
- L'analyse : réaliser un audit en sollicitant un professionnel en UX (Expérience Utilisateur). Cet audit ergonomique peut être accompagné d'un audit SEO.
- La modélisation : il s'agit ici de mettre en place des profils types de clients afin de s'adapter à leurs besoins et à leurs parcours. L'analyse des comportements et des besoins clients permettra de :
 - Construire des profils types d'utilisateurs : ces personas représenteront les audiences principales sous forme de stéréotypes.
 - Modéliser le parcours utilisateur en pointant les opportunités et les freins qu'ils pourront rencontrer.

B. Identifier et prioriser les actions importantes

C'est l'essence même de la roadmap et du projet digital. Souvent, il existe un écart entre les priorités d'un chef de projet digital et les priorités du client final.

Connaître les clients permet de définir et de qualifier une somme de démarches convaincantes. Toutes les idées doivent être établies dans un plan d'action. Par la suite, il est nécessaire de prioriser les pistes afin d'élaborer une première représentation de la roadmap.

Les actions à entreprendre doivent être proposées selon 3 critères. Ces dernières sont à quantifier.

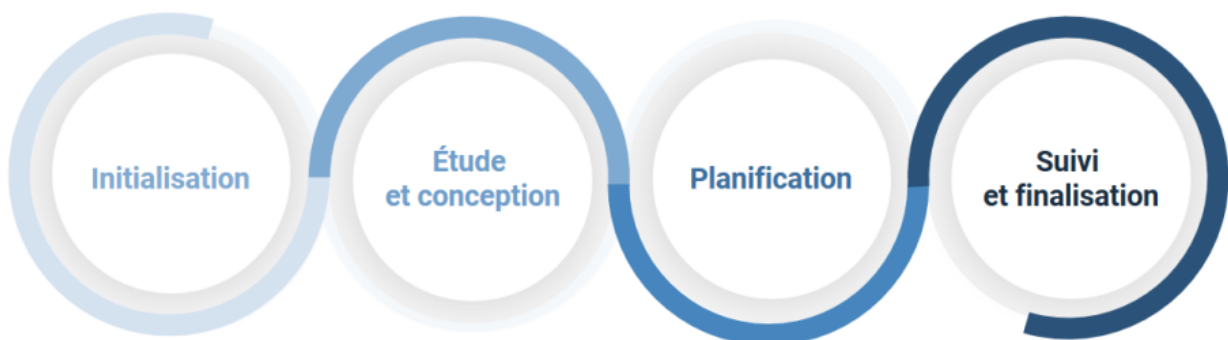
- Valeur d'usage : évaluation de l'utilité du projet par rapport au parcours de l'utilisateur et l'expérience client,
- Complexité : détermination de la charge de travail nécessaire à la réalisation d'une proposition technique ou organisationnelle,
- Valeur commerciale : appréciation de l'impact potentiel en termes de rentabilité concernant l'action à entreprendre.

Ces 3 critères permettent de prioriser les actions.

C. Réaliser la roadmap et mettre en place le projet digital

La roadmap sera construite sous forme d'un dossier mentionnant tous les projets digitaux à mettre en œuvre, leur délai, leur budget et les ressources nécessaires pour leur réalisation.

Méthode



Les étapes du projet digital

Méthode

Tous les projets digitaux ont besoin d'une roadmap. Il peut s'agir :

- De la création ou du déploiement de services numériques,
- De la conception d'un site marchand,
- De la mise en œuvre ou de la refonte d'un site web,
- De la réalisation d'un logiciel SaaS.

Attention

- Lors de la phase de maturation du projet, tous les détails le concernant doivent être rassemblés dans le cahier des charges.

Il est important d'observer la concurrence afin de pouvoir se démarquer lors de la conception de son produit digital. La connaissance de la concurrence permet de relever les « best practices ». Cette démarche permettra également de définir la place du nouveau produit. L'observation de la concurrence permet d'aboutir au « benchmark ». Il s'agit ici de l'analyse des produits et des pratiques de la concurrence.

Un brainstorming est nécessaire pour réunir toutes les idées. C'est aussi une occasion de faire émerger des concepts originaux et innovants. Il est important de se poser les bonnes questions sur les besoins des utilisateurs. Les informations recueillies permettront de créer des *personas*.

Ces archétypes clients doivent pouvoir renseigner le pilote du projet sur :

- Les équipements dont disposent les utilisateurs,
- Leur utilisation du web et des technologies connectées,
- Leur niveau d'expertise,
- Leur taux d'utilisation,
- Les conditions d'utilisation et le lieu d'exercice.

Durant la phase de maturation, il est également important d'identifier le « produit » qui sera le plus utile aux utilisateurs. Il peut s'agir par exemple :

- D'un site e-commerce,
- D'une plateforme institutionnelle,
- D'un jeu,
- D'un réseau social,
- D'une application reliée à un objet connecté, etc.

- Lors de la conception du projet web, il est nécessaire d'étudier les contenus et la tonalité éditoriale du projet. Cette démarche mène à la charte éditoriale. Cette dernière va fixer sur un document les règles sur lesquelles le projet va s'adresser aux clients ou aux utilisateurs.

Si le contenu web est important lors d'un projet digital, l'ergonomie ne doit pas être mise de côté. L'interface est l'un des éléments qui vont aider le consommateur à prendre du plaisir lors de l'utilisation. C'est là qu'intervient l'UX designer. Il permettra d'améliorer l'expérience client et donnera l'envie à ce dernier de renouveler ses achats.

Une ébauche de navigation peut s'obtenir grâce aux *personas* et au brainstorming. Les logiciels à l'instar d'Axure ou Balsamiq permettent la réalisation de documents interactifs. Les *personas* doivent ensuite tester et approuver cette ébauche avant de la remettre aux mains des professionnels en graphisme.

Le design est un élément important dans la conception d'un projet web. Il incite l'utilisateur à prendre une décision. L'esthétisme d'une interface est la première chose que le consommateur aperçoit, elle peut l'attirer ou le rebuter.

Une identité visuelle parfaitement conçue apporte de la crédibilité à la marque et rassure l'utilisateur ou le consommateur. Cette étape requiert l'expertise d'un directeur artistique. Les livrables obtenus lors de cette phase aboutiront à la charte graphique.

Lors de la phase de la conception du projet digital, les contraintes techniques doivent être prises en compte. Concernant les livrables, les développeurs devront rédiger un cahier de préconisations techniques. Par la suite, une stratégie de lancement et de mise en avant est impérative pour capter l'audience, se faire remarquer par les consommateurs et les fidéliser.

- Lors de la mise en production du projet digital : cette étape rassemble la réalisation technique, la phase de test et la finalisation du projet. Elle requiert une parfaite gestion du temps.

- La phase de postproduction : il s'agit ici de faire un suivi du produit et d'accompagner le demandeur du projet. Un support didactique doit être mis à la disposition du client. Ce document servira à l'équipe back-office.

Exemple

Exemple d'outil permettant le suivi du développement du projet : diagramme de Perth ou de Gantt.

Exemple d'outil d'indicateurs de pilotage : le KPI.

Exemple d'outil pour faciliter le pilotage du projet : le tableau de bord.

Exercice : Quiz

[solution n°2 p.14]

Question 1

La connaissance des clients ou la connaissance des futurs utilisateurs est importante pour réussir un projet digital.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Connaître les forces et faiblesses n'est pas nécessaire pour concevoir un projet digital.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 3

Connaître le budget à allouer est important lors du pilotage d'un projet digital.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 4

Il n'est pas nécessaire de prendre en compte l'expérience client lors du pilotage d'un projet digital.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 5

La méthodologie de pilotage d'un projet digital comporte plusieurs phases.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

V. Essentiel

De nombreuses actions jalonnent la réalisation d'un projet web. Le pilote de ce projet doit être à l'écoute de son équipe. Pour mener à bien les projets digitaux (interfaces web, sites, applications mobiles, base de données, etc.), il est important de disposer d'une bonne culture de la digitale. Le projet digital requiert également d'excellentes connaissances en marketing. Lors de la conception d'un projet web, il est nécessaire de prendre en compte la qualité du livrable, le budget à allouer et la durée de conception.

La collecte des besoins du client, l'évaluation de la faisabilité du projet et sa pertinence sont autant d'éléments à prendre en compte pour réussir. Les actions à entreprendre dépendent de l'environnement économique, des nouvelles tendances digitales et de la stratégie de l'entreprise. C'est pourquoi il est nécessaire d'établir un cahier des charges. Ce dernier va définir les spécificités techniques, les intervenants ainsi que la ligne éditoriale. Le cahier des charges déterminera par ailleurs le design, le budget et les étapes à prioriser.

La réussite d'un projet digital dépend de plusieurs éléments. Le chef de projet digital doit être capable de manager son équipe, de maîtriser le digital et de penser à la satisfaction client. Connaître la méthodologie pour piloter un projet digital, c'est être capable de réaliser des travaux uniques et d'affronter des défis majeurs.

VI. Auto-évaluation

A. Exercice

Vous êtes responsable du pilotage du projet digital de votre entreprise. Cependant, malgré les enquêtes, vous n'êtes pas sûr de la réussite de celui-ci.

Vous avez fini de réunir toutes les informations nécessaires concernant vos utilisateurs potentiels. Maintenant, vous devez comprendre leur comportement afin de pouvoir vous adresser directement à eux.

Question 1

[solution n°3 p.15]

Comment allez-vous réagir par rapport à cette stratégie incertaine ?

Question 2

[solution n°4 p.15]

Comment allez-vous procéder pour atteindre vos futurs consommateurs ou utilisateurs ?

B. Test

Exercice 1 : Quiz

[solution n°5 p.15]

Question 1

Plusieurs étapes sont à prendre en compte lors de la réalisation d'une roadmap.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 2

Lors de la réalisation de la roadmap, toutes les directions métiers doivent participer.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 3

Il n'est pas nécessaire de mettre l'analyse SWOT dans la roadmap.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 4

Après la conception d'un projet digital, il n'est plus nécessaire d'établir une stratégie de lancement de promotion.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux

Question 5

La mise en production du projet digital demande une validation.

- ☐ Vrai
- ☐ Faux


Solutions des exercices

Exercice p. 5 Solution n°1**Question 1**

Se poser les bonnes questions avant la mise en œuvre d'un projet digital est primordial pour sa réussite.

☒ Vrai

☐ Faux


 Avant le commencement d'un projet digital, il est nécessaire de se poser des questions sur les fondations de la marque. La connaissance des éléments de différenciation est également essentielle. Si l'on ne se pose pas les bonnes questions, l'entreprise risque de se pencher vers une stratégie de marque et non une stratégie digitale. Le pire serait de mettre en place un projet bancal.

Question 2

Il n'est pas nécessaire de structurer une équipe lors de la conception d'un projet digital.

☐ Vrai

☒ Faux


 Que ce soit pour le lancement d'un site e-commerce ou pour la refonte d'un site, il est nécessaire d'anticiper la dimension RH du projet digital. L'équipe doit comporter des personnes douées à la rédaction de contenu par exemple ou dans la traduction. Disposer d'une équipe polyvalente est nécessaire pour mener à bien un projet digital.

Question 3

La roadmap est un guide pour mener à bien un projet digital.

☒ Vrai

☐ Faux


 Il permet de définir les ressources disponibles, de déterminer le budget à allouer. La roadmap permet également d'identifier les compétences et les diverses possibilités.

Question 4

La roadmap ne fait pas partie du plan stratégique.

☐ Vrai

☒ Faux


 La roadmap est plus qu'un document formel, c'est un véritable plan stratégique. Sans ce plan d'exécution, une entreprise ne pourrait acquérir les bénéfices du digital.

Question 5

Le pilote du projet digital peut utiliser la méthodologie en cascade ou la méthode agile.

☒ Vrai

☐ Faux

 Il est possible d'utiliser l'une de ces méthodes. Toutefois, il est nécessaire de prendre en compte la nature du projet.


Exercice p. 10 Solution n°2

Question 1

La connaissance des clients ou la connaissance des futurs utilisateurs est importante pour réussir un projet digital.

☒ Vrai

☐ Faux


 C'est une étape préliminaire très importante pour réussir un projet digital. Elle permettra d'adapter la stratégie aux parcours clients.

Question 2

Connaître les forces et faiblesses n'est pas nécessaire pour concevoir un projet digital.

☐ Vrai

☒ Faux


 Ce détail paraît anodin, pourtant connaître ses forces et ses faiblesses peut fortement impacter la stratégie digitale. Ces éléments permettent de connaître les moyens efficaces à mettre en place.

Question 3

Connaître le budget à allouer est important lors du pilotage d'un projet digital.

☒ Vrai

☐ Faux


 Le financement dispose d'un rôle important dans la mise en place d'une stratégie. Le budget alloué dépend de la nature du projet. Il est important de respecter ses moyens et d'agir en conséquence afin de réaliser un projet viable.

Question 4

Il n'est pas nécessaire de prendre en compte l'expérience client lors du pilotage d'un projet digital.

☐ Vrai

☒ Faux


 Ignorer l'expérience client freine le développement de l'entreprise. Quel que soit le projet digital, il est nécessaire de prendre en compte l'expérience client. Un utilisateur non satisfait est un client perdu.

Question 5

La méthodologie de pilotage d'un projet digital comporte plusieurs phases.

☒ Vrai

☐ Faux

 La méthodologie comprend une phase de maturation, une phase de conception, une phase de mise en production et la postproduction.

p. 11 Solution n°3

Face à une stratégie incertaine, il est primordial de se préparer en amont. Pour cela, il est nécessaire de connaître les diverses orientations à prendre dans le court, le moyen et le long terme. Des limites doivent également être fixées avant de faire un choix.

Lors de la mise en place d'un projet web, il faut savoir anticiper et réagir rapidement au risque de mettre en péril le projet, ainsi que le budget alloué.

La phase de test est très importante, car elle permet de valider ou non les stratégies à mettre en place. Il serait judicieux de mettre par exemple des A/B test de publicités, un financement test sur une ou plusieurs stratégies...

p. 11 Solution n°4

Il existe deux types d'utilisateurs, les passifs et les actifs. Les consommateurs actifs iront chercher eux-mêmes les informations sur les moteurs de recherches ou éventuels leviers.


Les utilisateurs passifs sont une personne que l'on doit guider, notamment sur les réseaux sociaux par exemple.

Exercice p. 11 Solution n°5**Question 1**

Plusieurs étapes sont à prendre en compte lors de la réalisation d'une roadmap.

☒ Vrai

☐ Faux


 La conception d'un plan d'exécution demande une analyse de l'existant, la priorisation des actions à entamer et l'élaboration de la roadmap en question. C'est par la suite que le projet digital peut être mis en œuvre.

Question 2

Lors de la réalisation de la roadmap, toutes les directions métiers doivent participer.

☒ Vrai

☐ Faux


 L'implication des différents services de l'entreprise est nécessaire pour s'assurer du bon déroulement de toutes les démarches.

Question 3

Il n'est pas nécessaire de mettre l'analyse SWOT dans la roadmap.

☐ Vrai

☒ Faux


 L'analyse SWOT permet de se poser les bonnes questions et d'éviter les erreurs. Par ailleurs, cette analyse doit être présente dans le cahier des charges.

Question 4

Après la conception d'un projet digital, il n'est plus nécessaire d'établir une stratégie de lancement de promotion.

☐ Vrai

☒ Faux


 Le monde du digital est très concurrentiel aujourd'hui. Le nouveau produit doit être boosté. Il doit se faire connaître et capter l'attention du public. Les outils de marketing digital constituent une solution pour mettre en avant le produit digital.

Question 5

La mise en production du projet digital demande une validation.

☒ Vrai

☐ Faux

 Le client doit valider le projet avant qu'il ne soit mis à disposition des utilisateurs. Les fonctionnalités doivent être testées et les éventuels blocages doivent être analysés et réparés.