

# CONDUITE ET MANAGEMENT DE PROJET

Alexandre Barnay  
[alex.barnay.ab@gmail.com](mailto:alex.barnay.ab@gmail.com) / 0689790559

# Le sommaire du jour 1

---

**comprehension**



**Le role du chef(fe) de projet , contexte et typologie de projets  
Les enjeux et objectifs**

**Cadrage du projet**



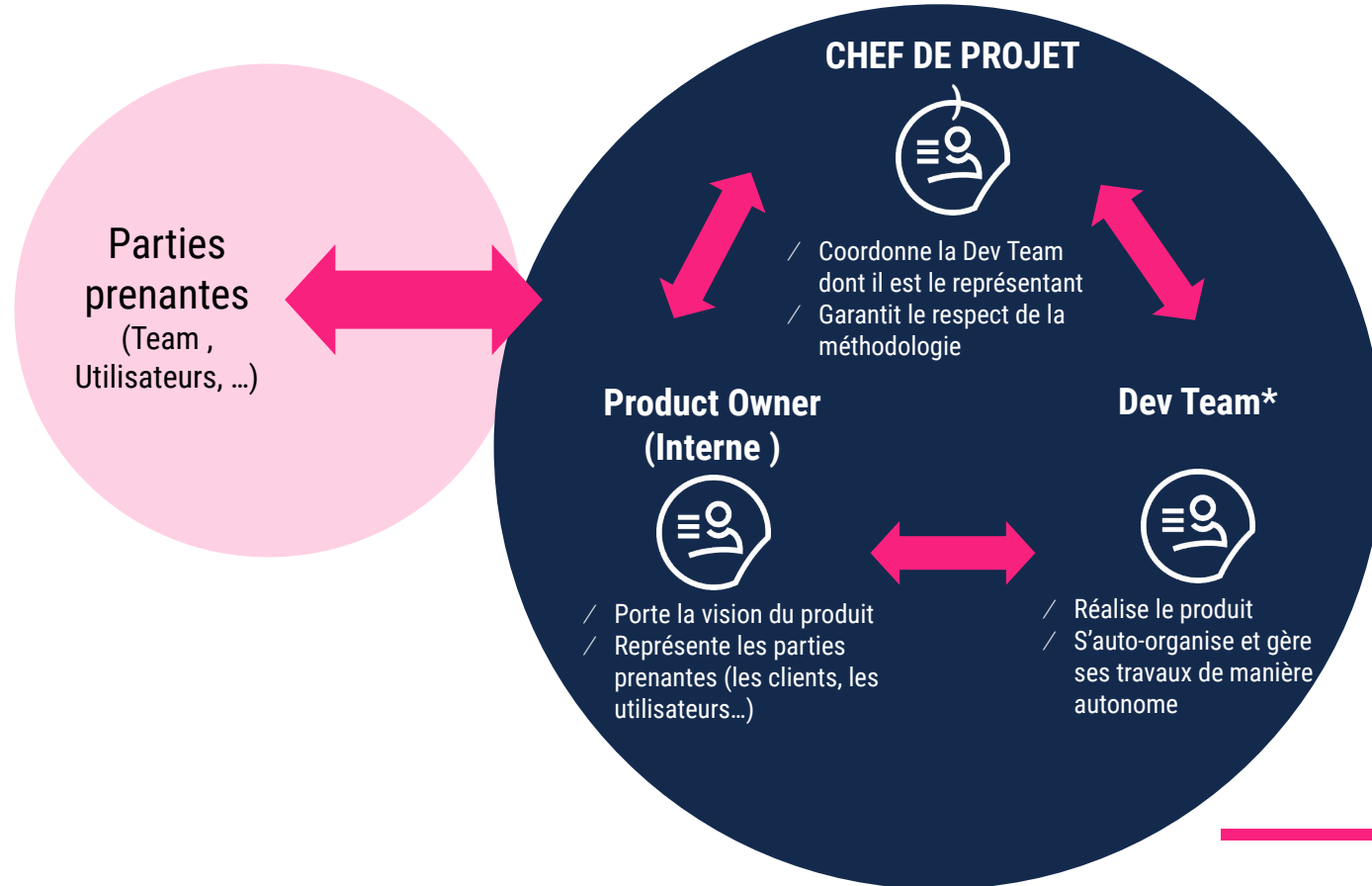
**Cadrage des étapes**

**Les outils**



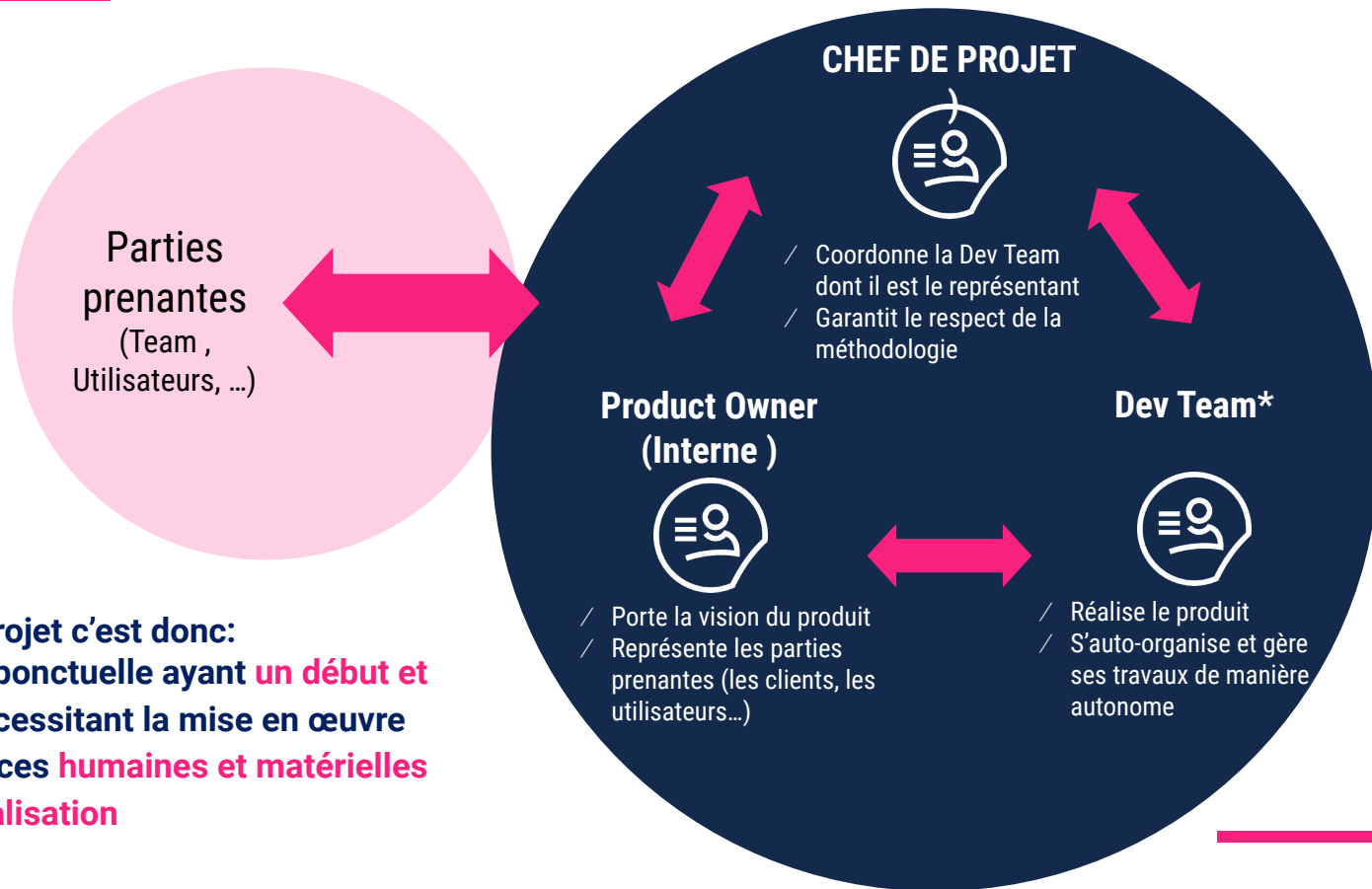
**Présentation des outils utilisés**

# Le rôle de Chef(fe) de projet



\*

# Le rôle de Chef(fe) de projet



Gérer un projet c'est donc:  
Opération ponctuelle ayant **un début et une fin**, nécessitant la mise en œuvre de ressources **humaines et matérielles** pour sa **réalisation**

# La compréhension

---

## Contexte

Étape fondamentale dans la relation marque agence-annonceur, le contexte va permettre d'identifier le problème de la marque grâce aux échanges d'information. L'annonceur va pouvoir ainsi formuler ses objectifs précis à l'agence. Le brief va être l'occasion d'avoir un langage commun entre ces deux parties...

## Le brief

*(note  
d'opportunité,  
note de  
cadrage,  
expression des  
besoins etc..)*

- Présentation du projet,
- Périmètre du projet (ses inclusions et ses exclusions),
- Jalons/livrables
- Budget
- Risques
- Gouvernance, chef de projet, et parties prenantes

## Enjeux & objectifs

Nous allons utiliser un outil de réflexion clef: l'arbre des objectifs dans cette phase d'émergence.

---

# La comprehension (2)

---

## Phase d'émergence

L'émergence du projet est la première étape d'un projet.

Cette étape préliminaire de définition du projet se traduit par l'émergence d'une idée :

- Volonté d'amélioration d'une situation existante
- Volonté de satisfaire un besoin nouveau.

Elle doit permettre de répondre aux questions :

- Quel est le besoin auquel doit satisfaire le produit fini ?
- Quels sont les objectifs attendus ?

Une grande créativité des personnes est à ce stade recherchée afin de :

Favoriser l'innovation ;

Faire émerger un maximum de propositions ;

Ne pas raisonner en termes de solutions techniques, mais plutôt en termes d'objectifs.

---

# La comprehension (3)

---

## L'arbre à objectifs

L'arbre d'objectifs est un outil de formulation du projet. Sa fonction est de définir les résultats attendus par le projet lorsque celui-ci sera terminé et qu'il deviendra opérationnel, ces résultats sont de trois ordres :

- Court terme, traduit par des objectifs dits opérationnels
- Moyen terme, caractérisé par des objectifs dits spécifiques ou intermédiaires
- Long terme, définis par des objectifs dits stratégiques

Ainsi, en complémentarité avec la bête à cornes, l'idée initiale doit être traduite en terme d'objectifs à atteindre.

Pour définir un objectif, il convient d'utiliser un verbe qui caractérise un état à atteindre, auquel s'ajoute un complément. Un objectif est SMART (spécifique, mesurable, atteignable, réaliste, temporelle)

Il bénéficie de marges de manœuvre dans sa réalisation et doit être réaliste, sans équivoque dans sa définition.

Cette définition des objectifs permet de :

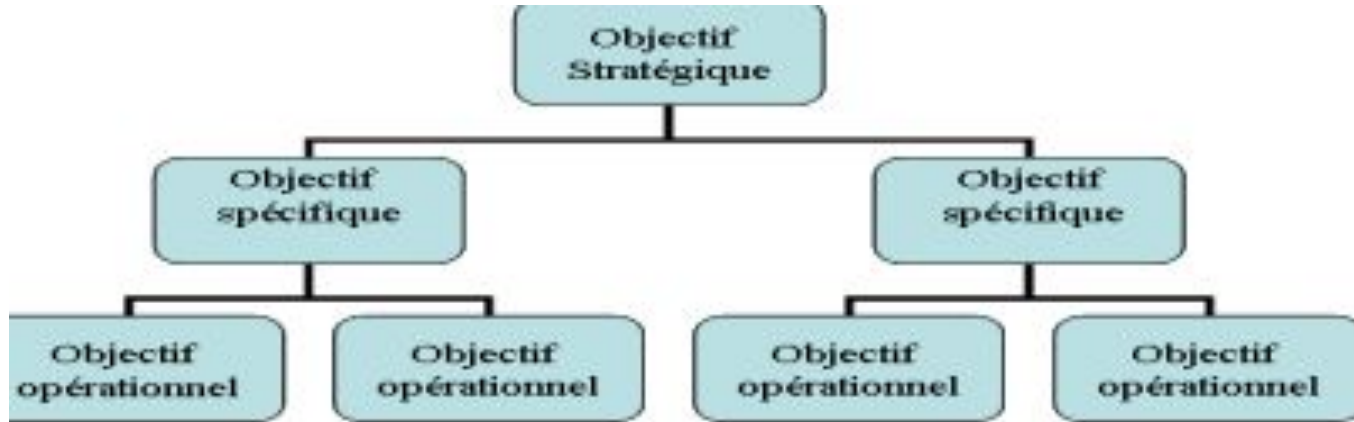
Concrétiser l'idée de départ, dégager l'intérêt du projet (avantages/inconvénients pour les bénéficiaires), définir les conséquences prévisibles sur l'environnement.

---

# Focus sur l'arbre d'objectifs: intégrer la vision client

---

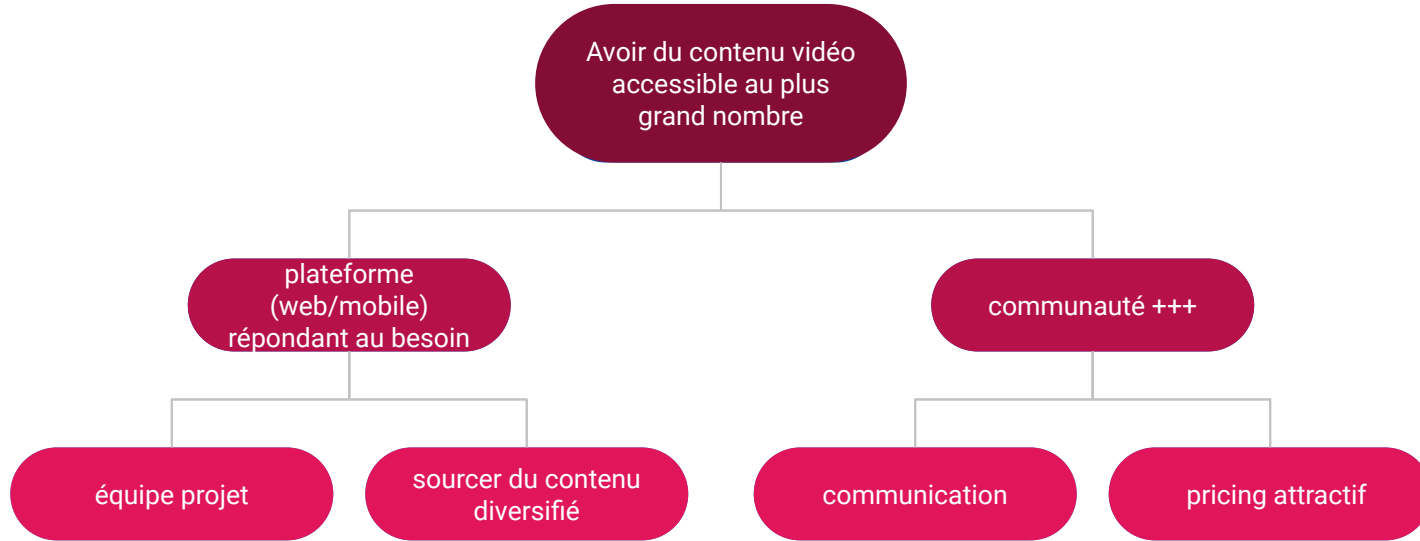
## L'arbre à objectifs





# Focus sur l'arbre d'objectifs: exemple avec Netflix

---



# Les outils

---

## Communication



ZOOM

## Gestion de projet



*Pensez au SSO de votre navigateur*



Google Drive

## Atelier



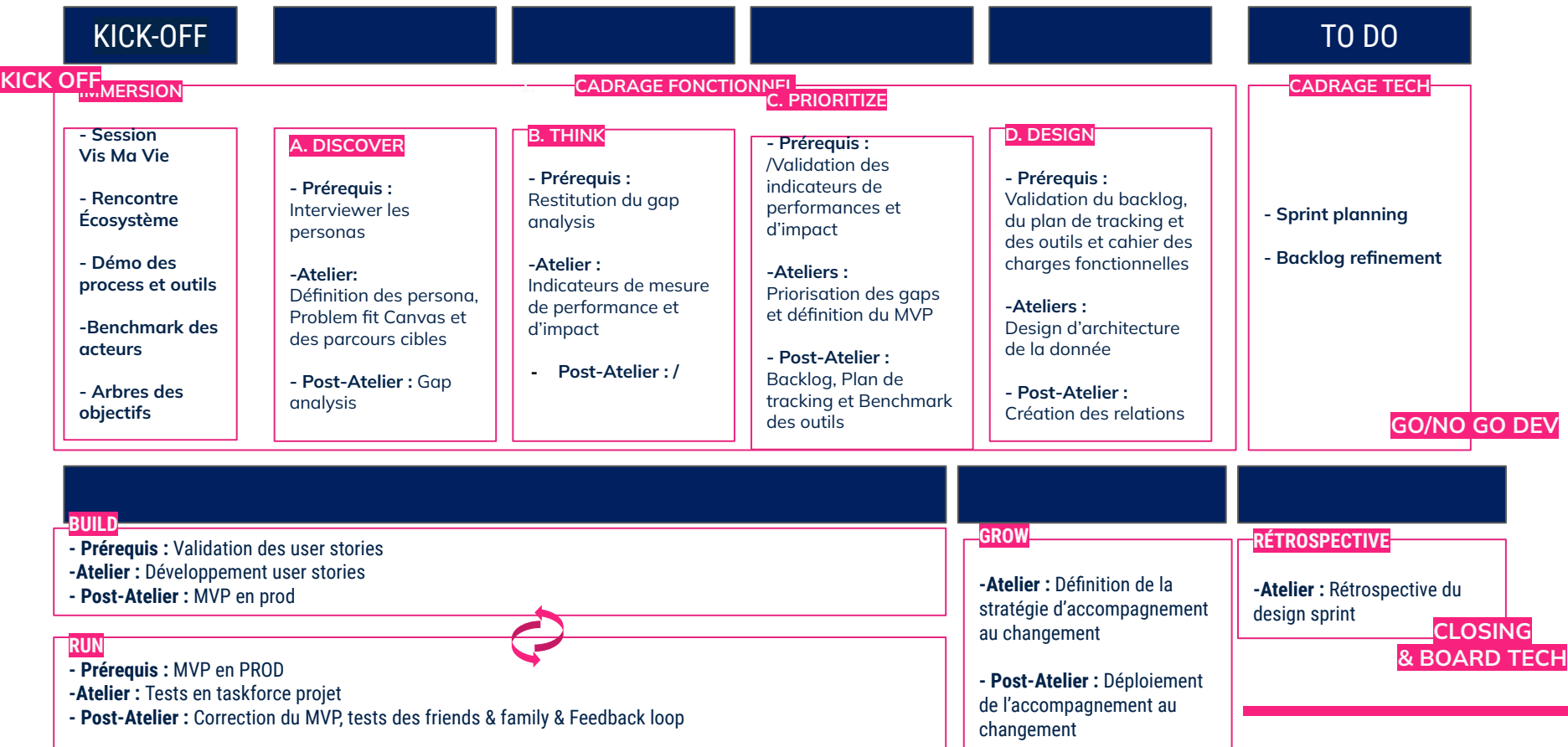
## Gestion du backlog



Airtable

---

# Les étapes: Rappel Design sprint



# Jour 1 TP: réalisation d'un brief

---

*Les acteurs éducatifs (enseignement/ formation ) ont connu des dernières années chamboulées spécifiquement par les pandémies ou les dispositifs de e-learning, par exemple.*

*Un acteur historique fait appel à vous pour innover en matière d'apprentissage. Les raisons sont d'ordres multiples: faire progresser ses apprenants, valoriser des savoirs faire, effectuer une continuité pédagogique, démocratiser l'accès au savoir, se former en continue, apprendre de manière ludique ou personnalisée, développer des compétences...*

*Ce sont autant d'objectifs qui répondent à un besoin et qui permettront de concevoir un outil adapté.*

- **Présentation du projet**
  - **Périmètre du projet**
  - **Jalons/livrables**
  - **Budget**
  - **Risques**
  - **Gouvernance, chef de projet, et parties prenantes**
-

# JOUR 2 ET 3

## PERSONAS ET CAHIER DES CHARGES (SPÉCIFICATIONS) FONCTIONNEL

Alexandre Barnay  
[alex.barnay.ab@gmail.com](mailto:alex.barnay.ab@gmail.com) / 0689790559

# La méthode des “personas”

## Définition

Un persona est une aide à la représentation des connaissances relatives aux utilisateurs futurs. Il évoque ce qui va ou peut se passer pour des utilisateurs, il organise, aussi, les différentes contraintes (matérielles, sociales, techniques, financières, humaines, temporelles, etc.)

## Une constitution de profil psychologique

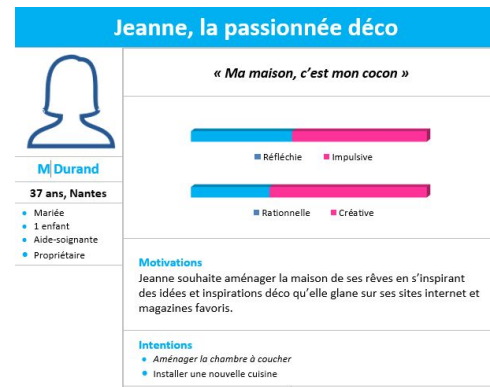
« cibler tout le monde » ne s'avère pas efficace à cause du manque de précision. Alan Cooper.

Pour observer et Analyser, plusieurs techniques s'offrent à nous:

- aller sur le terrain (salons, entreprises, événement etc...)
- Sondage en ligne,
- Créer des landing pages,

## La méthode (récit)

- Les activités : ce que fait l'utilisateur
- Les attitudes : ce qu'il pense de votre domaine
- Les aptitudes : quelle formation et quelle capacité d'apprentissage il détient
- La motivation : ce qui l'a amené vers votre domaine
- Les compétences : ses capacités par rapport au domaine et aux technologies




# Comment construire ces personas

## TP

Chaque persona symbolise un groupe d'individus similaires. Pour lui donner vie et l'approcher au maximum de la réalité, vous allez lui attribuer au moins :

un prénom, représentatif des membres du groupe, en fonction de leurs points communs (date de naissance, origines...)

- une photo, afin de le faire exister physiquement et de mieux le visualiser
- un métier
- un âge
- un récit permettant de comprendre les buts poursuivis et les comportements observés. Il s'agit d'une étape indispensable pour être en mesure de prédire les réactions de votre persona face à vos propositions à venir face à ses irritants. (Dans le récit, introduire la méthode).

Jeanne, la passionnée déco	
	<b>« Ma maison, c'est mon cocon »</b>
<b>M Durand</b>	<div><div></div><div></div></div> <div>■ Réfléchie ■ Impulsive</div>
<b>37 ans, Nantes</b>	<div><div></div><div></div></div> <div>■ Rationnelle ■ Créative</div>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mariée</li><li>• 1 enfant</li><li>• Aide-soignante</li><li>• Propriétaire</li></ul>	<b>Motivations</b> Jeanne souhaite aménager la maison de ses rêves en s'inspirant des idées et Inspirations déco qu'elle glane sur ses sites internet et magazines favoris.
	<b>Intentions</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aménager la chambre à coucher</li><li>• Installer une nouvelle cuisine</li></ul>

# Comment construire ces personas



**CORINNE M.**  
**22 ANS**  
**ETUDIANTE**  
**TOULOUSE**

*Etudiante en master de philosophie, passionnée de sport/ adore lire des bouquins. Elle aime utiliser les RS. Elle travaille à côté de ses études (decathlon le weekend). Elle souhaite devenir professeur d'université.*

*Elle va régulièrement consulter des sites e-learning/ mooc / LMS ...*

## Points de douleurs/ irritants/ Pain Points:

- Perte de temps dans la recherche d'information,
- Performance du site insuffisante,
- Manque de responsivité,
- Coté impersonnel,
- Les programmes ne sont plus adaptés,
- Elle trouve les cours en ligne coûteux,

## Ses aspirations ( ce qu'elle veut faire/ veut voir)

- Design intuitif et ergonomique ( UX/UI)
- Une large choix de contenu
- Des cours interactifs
- Version mobile,
- tutos gratuits,
- MàJ fréquentes,
- Interagir avec une communauté
- Offres liées à l'apprentissage
- Modérateur
- accessibilité hors ligne
- Suivi et la valorisation de son parcours de formation





**Hélène, étudiante en droit**

**Age : 24 ans**

**Domiciliée à Paris**

**Ambition: souhaite devenir avocate**

**Elle aime ses études malgré les difficultés liées aux volumes horaires,**

**Master 1 une utilisation classique des nouvelles technologies avec des notions de bureautiques,**

**Elle a été obligée de se former en ligne pendant le covid,**

### **Ses irritants (des pain points, points de douleur):**

- > Problème d'ergonomie,
- > Peu intuitif,
- > Perte de temps dans la recherche,
- > Manque de fluidité,
- > Peu de communication/ relation,
- > Pb de suivi avec les formateurs,
- > Pb de concentration / organisation
- > Manques de ressources pédagogiques

### **Ses aspirations:**

- > Développer des compétences académiques,
- > Préparer ses examens de manière optimale,
- > Avoir accès à du contenu libre et actualisé,
- > Distinguer sa vie professionnelle / perso
- > Passer moins de temps dans les transports,
- > Se former quand elle le souhaite,
- > Créer sa base de documents perso,

# Jour 2 TP

---

## Persona

I répond de manière sommaire aux questions suivantes:

- Quel est l'objectif ?
- La visée du projet ?
- Qui sont les acteurs du projet ?
- Qui sont les cibles ?
- Que souhaite-t-on obtenir ?
- De quels moyens disposons-nous ?

## Le Benchmark

Etude concurrentielle, voire sectorielle (avantages/inconvénients) pour dégager les spécificités de chaque concurrent ( 7-10 concurrents) et nous aider dans le gap analysis + notre positionnement. Définir ses propres indicateurs.

## L'arbre à objectifs

Cf la notion d'arbre à objectifs

---

# Comment construire un cahier des charges: Présentation de l'ensemble du projet

## TP

1. Présenter l'activité de l'entreprise : date de création, services ou produits vendus, nombre de salariés, CA, principaux axes de développement, principaux concurrents, ...
2. Expliquer le rôle de votre projet web dans la stratégie de l'entreprise.
3. Quelle est sa typologie de projet web: Site vitrine, E-commerce, blog, communautaire, Intranet, Portail etc...
4. S'il s'agit d'une refonte d'un site internet existant, préciser : **son trafic mensuel, quelques statistiques de performance (taux de rebond, taux de conversion, ...)**, le nombre de pages existantes à récupérer, les technologies utilisées, ...
5. Les objectifs du site: Détaillez le ou les objectifs de votre site web. Préciser s'il s'agit d'un site e-commerce destiné à vendre des produits, d'un site vitrine pour présenter l'activité de votre entreprise, d'un média en ligne, d'un support promotionnel par exemple pour le lancement d'un événement, d'un logiciel en ligne, ..
6. Ciblez-vous les entreprises ou les particuliers ? Quelles sont les caractéristiques et les centres d'intérêt de votre cible ? Identifiez les différents segments composant votre cible (par exemple PME et grandes entreprises) et hiérarchisez leur importance stratégique

# Comment construire un cahier des charges (2)

---

## TP

### Objectifs quantitatifs (rester succinct)

7. Ce type d'information doit donner une idée du niveau d'activité sur votre futur site, ce qui peut impacter le choix de l'infrastructure technique. Quel volume de trafic visez-vous sur votre site ? **Dans le cas d'un site e-commerce, quel est votre objectif en termes de volume de ventes ?** Quel volume mensuel de prospects espérez-vous collecter par vos formulaires?

8. **Périmètre du projet** Votre site doit-il être multilingue ? Quelles langues sont concernées ? Pour chaque langue le site doit-il subir des adaptations autres que la traduction du contenu ? Souhaitez-vous que votre site soit adapté pour les supports mobiles ? Personnes souffrant d'handicap ?

9. **Description de l'existant** Y a-t-il une déjà une précédente version du site en ligne ? Possédez-vous le nom de domaine que vous souhaitez utiliser ? Qu'en est-il de l'hébergement ? Y a-t-il des documents de présentation de l'entreprise ou de ses produits disponibles ? Quelles sont les ressources disponibles (logos, éléments graphiques, textes,...)? Y a-t-il des ressources humaines internes ou externes déjà allouées au projet (chef de projet, webdesigner, webmaster, ...) ?

---

# Comment construire un cahier des charges (2)

---

## TP

### 9. Charte graphique

Si vous avez des éléments graphiques que souhaitez réutiliser comme base de votre nouvelle charte graphique, n'hésitez pas à les inclure le cahier des charges de votre site internet.

Quel sera le code couleur de votre site ? Quelle sera la couleur dominante ? Y a-t-il des variations du code couleur selon les sections ou les pages de votre site ? Y a-t-il des déclinaisons de votre logo en fonction du code couleur des pages ? Avez des éléments visuels à réutiliser ? Quelle police souhaitez-vous ? N'hésitez pas à donner des exemples de sites !

### 10. Design:

Avez-vous des exigences particulières concernant le design de votre futur site internet : flat design, effet parallaxe, ... ?  
Maquettes Avez-vous fait réaliser des maquettes graphiques pour décrire l'organisation des principales pages de votre site web (Mock up)?

---

# Comment construire un cahier des charges (3)

---

## TP

### 10 Arborescence du site

Présenter l'arborescence de votre site sous la forme d'un schéma est souvent une bonne idée ! Quelle sont les grandes sections de votre site ? Comment sont organisées les différentes rubriques ? Quelles sont les pages principales ? 11 11

### 11 Description fonctionnelle

Votre site comprend-t-il une boutique en ligne ? Si oui, essayer de préciser les modes de livraison et de paiement envisagés, la présence de fonctionnalités de cross-selling, ... Doit-il y avoir un espace client sécurisé par mot de passe ? Souhaitez-vous un back office de suivi d'activité ? Précisez les besoins en termes de droits d'administration, illustrez vos processus métiers par des schémas. Votre site doit-il intégrer un moteur de recherche interne ? Un blog ? Un module d'inscription newsletter ?

### 12 Informations relatives aux contenus

Quels sont les différents types de contenus que vous comptez présenter sur votre site : articles, images, vidéos, ressources téléchargeables, ... ?

Précisez vos besoins en termes de modification des contenus et création de pages. Indiquez que vous souhaitez que le code HTML respecte les standards SEO notamment en matière de balises titres et de meta-informations.

---

# Comment construire un cahier des charges (4)

---

## TP

### 13 Contraintes techniques

Quelles sont les éventuelles technologies imposées ou privilégiées : langages, frameworks, CMS, ... ? Avec quels navigateurs votre site doit-il être compatible ? Souhaitez-vous que le prestataire prenne en charge l'hébergement ? Quelles sont les intégrations à des systèmes tiers à prévoir : réseaux sociaux, comptabilité, facturation, emailing, marketing automation, CRM, webanalyse...?

### 14 Prestations attendues

Précisez ici la liste de toutes les prestations que vous souhaitez sous-traiter à votre futur prestataire et pour lesquelles vous souhaitez que les candidats vous soumettent de devis :

- Développement
  - Design
  - Intégration
  - Migration de base de données ou autres actifs existants
  - Achat du nom de domaine et gestion de l'hébergement
  - Maintenance et mises à jours
  - Formation à la gestion du site
  - Accompagnement marketing : plan marketing, SEO, SEA, webanalyse, ...)
  - Autre
-

# Comment construire un cahier des charges (5)

---

## TP

### 15 Méthodologie de suivi

Souhaitez-vous que le prestataire recourt à une méthodologie de développement agile ? Comment voulez-vous organiser le suivi du projet : échanges téléphoniques hebdomadaires, présentation physique régulière des avancées, ... ?  
Souhaitez-vous avoir accès à un environnement de pré production ?