

Conception, Projet

Cours 3 - Faisabilité commerciale

Steve Lévesque, Tous droits réservés © où applicables

Table des matières

- 1 Créer votre équipe
- 2 Recherche et analyse du marché
- 3 Trouver l'idée innovatrice
- 4 Collecte de commentaire à la source (clientèle, audience, utilisateurs, etc.)
- 5 Créer un prototype (Développer l'application de base)
- 6 Penser à la commercialisation (marketing et image de marque)
- 7 Lancement du produit (déploiement)

Créer votre équipe

Une équipe devrait être diversifiée. Dans le cadre du programme, vous allez tous devoir assurer un rôle technique pour mener à bien l'évaluation.

Par contre, chacun devrait avoir son centre d'intérêt distinct pour unir les forces de chacun (technique, marketing, gestion, etc.) et agir comme une personne ressource.

Bien que chacun aura des spécialisations et expertises, il est recommandé de prendre les décisions importantes de manière **unanime (accord commun)**.

Créer votre équipe

Voici les différents membres que votre équipe devrait avoir :

- Développeur full-stack, frontend, backend (Expertise technique et programmation)
 - Tâches : Programmation, développement, tests, etc.
- Scrum Master et Designer (Design et Vision du produit)
 - Tâches : Aider à l'utilisation du backlog, personne ressource du produit (exigences).
- DevOps (Déploiement prod, analyse du marché/marketing)
 - Tâches : Mettre le site Web et l'API au grand public, observer les métriques des utilisateurs et l'aspect marketing.

Recherche et analyse du marché

Rechercher des concurrents grâce aux navigateurs Web (Firefox, Google, etc.) pour trouver et/ou valider si votre idée est unique ou novatrice.

Ceci est une étape **régulière** pour améliorer le succès, le marché est **volatil**.

Voici les données généralement collectées :

- Les groupes d'utilisateurs (âge, intérêts, localisation, etc.)
- Les concurrents
- Etc.

Trouver l'idée innovatrice

Avec des données du marché face à une idée embryonnaire, il est plus facile et clair de trouver une idée novatrice.

Il est important de discuter à plusieurs des pour et contre pour choisir la stratégie qui vous convient, autant dans votre culture que vos ressources.

Trouver l'idée innovatrice

Plusieurs méthodes existent pour ajouter de la valeur à une idée :

- Trouver un “gap” unique dans le marché (difficile)
- Créer un **nouveau** marché (difficile)
 - Nouvelle technique proposée par Steve Jobs : “people don't know what they want until you show it to them”
- Trouver un aspect manquant d'un produit sur le marché que les clients veulent à tout prix (moyen)
- Améliorer un produit existant à un point que tout le monde change de produit (facile)

Collecte de commentaire à la source (clientèle, audience, utilisateurs, etc.)

Il est possible de faire des entrevues avec des utilisateurs potentiels pour avoir plus de données sur le projet.

Attention : Si le projet est dans une phase de début, il faut faire attention pour ne pas dévoiler trop d'informations, donc généralement, les utilisateurs en entrevue sont des amis proches, ou des personnes payées.

Collecte de commentaire à la source (clientèle, audience, utilisateurs, etc.)

Questions possibles :

- Qu'est-ce que le public cible veut voir exactement dans le produit / service?
- Comment résolvent-ils ces problèmes maintenant?
- Qu'est-ce que les utilisateurs aiment et n'aiment pas sur les produits existants?
- Qu'est-ce qu'ils ajouteraient ou changeraient sur les produits existants?

Créer un prototype (Développer l'application de base)

Pour éviter tout problème, trouver les bugs, offrir une version utilisable aux utilisateurs beta (ceux qui test l'application dans un environnement contrôlé), et faire des démos à des parties prenantes (shareholders) pour du financement/validation, un prototype est important.

Créer un prototype (Développer l'application de base)

Format : (Vitesse, Risque, Type de culture/processus)

Processus possibles (vis-à-vis la culture et les ressources de l'équipe) :

- Faire l'application en tant que "V1" et le considérer comme prototype, ensuite régler les problèmes/bugs et la déployer
 - (rapide, très risqué, "Move fast and break things")
- Faire une maquette contrôlée (pas du code) et une application en même temps
 - (modéré, peu risqué, "Smokescreen")
- Isoler et tester chaque composant, ensuite tester le système, et avoir des environnements distincts
 - (lent, non risqué, "Cascade/Waterfall")

Penser à la commercialisation (marketing et image de marque)

Avoir un logo et une “marque” est important.

Les utilisateurs (clients) verront votre image de marque et verrons votre produit par son biais avant de l'essayer réellement.

Esuite, il faut penser au marketing. Comment les utilisateurs vont connaitre votre produit ? (réseaux sociaux, etc.)

Lancement du produit (déploiement)

Une étape cruciale et finale, mais elle nécessite de l'adaptation pour ne pas avoir de problème si le nombre d'utilisateur est moindre ou trop élevé.

Par exemple, les sites Webs peuvent être en panne si on ne prévoit pas de méthode de déploiement au cas où le produit est plus populaire que prévu.

Types de lancements :

- **Technique** : Le produit doit être en production et déployé au reste du monde (i.e. Internet).
- **Marketing** : La campagne de marketing et image de marque doit être prête (i.e. logo, réseaux sociaux, etc.)

Bibliographie

- <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2022/12/20/7-steps-for-creating-an-innovative-new-product/>