



# Gérer un projet TIC

Présentation dans le cadre du cycle  
**S'approprier Internet** organisé par TechnocITÉ

1. Stratégie TIC et e-business dans la PME
2. Préparation opérationnelle : réalisation du cahier des charges Internet
3. Développement : gestion du projet TIC
4. Evaluation et suivi du projet e-business

**e-Biz** **Gérer un projet TIC**

Présentation dans le cadre du cycle  
s'approprier Internet organisé par  
Technocité

25 novembre 2003

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

**Phases d'un projet TIC**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

**Phases d'un projet TIC**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

**Pour chaque phase:**

- Enjeux
- Méthodologie
- Pièges
- Armes secrètes
- Points souvent oubliés

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

# Phase 1: Stratégie

---

---

---

---

---

---


---

---

**Enjeux de la stratégie**

1. **Stratégie**
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

- Concevoir le projet selon les intérêts de sa société plutôt que selon ceux du prestataire de services



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux de la stratégie**

1. **Stratégie**
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

- Penser large pour ne pas manquer les meilleures opportunités



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux de la stratégie**

- 1. **Stratégie**
- 2. Préparation opérationnelle
- 3. Développement
- 4. Evaluation et suivi

• Connecter l'outil e-business aux réalités de terrain



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux de la stratégie**

- 1. **Stratégie**
- 2. Préparation opérationnelle
- 3. Développement
- 4. Evaluation et suivi

• Intéresser et mobiliser l'équipe pour préparer la gestion du changement



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux de la stratégie**

- 1. **Stratégie**
- 2. Préparation opérationnelle
- 3. Développement
- 4. Evaluation et suivi

• Identifier la cible et définir ses besoins pour préparer l'outil capable d'y répondre



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Enjeux de la stratégie

- 1. **Stratégie**
- 2. Préparation opérationnelle
- 3. Développement
- 4. Evaluation et suivi

• Définir des objectifs précis et fixes qui permettront d'évaluer le succès du projet



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Méthodologie

Objectifs et intérêts de la société

Analyse, veille

Brainstorming

**Outil idéal**

Objectifs et intérêts de la cible


Observation, écoute

Réalisme

↓

Mobilisation

**Outil désiré**



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Piège: négliger la cible

Objectifs et intérêts de la société

Analyse, veille

Brainstorming

**Outil idéal**

Réalisme

↓

Mobilisation

**Outil désiré**



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**  
> Analyse de la société

1. **Stratégie**
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

- Forces
- Faiblesses
- Environnement
- Gestion de la connaissance et de l'information
- Organisation

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

**Méthodologie**  
> Analyse de la société > Forces

1. **Stratégie**
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

- Quelles sont nos forces?
- Comment les mettre en valeur?
- Comment les utiliser?

**Exemples:** - Notre base de données clients  
- Nos procédures de qualité  
- Notre avance sur le plan éthique

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**  
> Analyse de la société > Faiblesses

1. **Stratégie**
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

- Quelles sont nos faiblesses?
- Comment les compenser ou les contourner?

**Exemples:** - Coûts de stockage  
- Délais de paiement des clients  
- Volatilité des clients  
- Faible réseau de distribution international

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**  
 > Analyse de la société > Environnement

1. **Stratégie**  
 2. Préparation opérationnelle  
 3. Développement  
 4. Evaluation et suivi

- Comment notre environnement évolue-t-il?  
 - Quels sont les acteurs qui influencent nos résultats?

**Exemples:** - Concurrence  
 - Pouvoirs publics  
 - Prescripteurs  
 - Importateurs, distributeurs  
 - Presse et grand public (image)

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

**Méthodologie**  
 > Analyse de la société > Gestion de la connaissance et de l'info

1. **Stratégie**  
 2. Préparation opérationnelle  
 3. Développement  
 4. Evaluation et suivi

- Possédons-nous des connaissances spécifiques susceptibles de nous mettre en valeur?  
 - Notre système d'info gère-t-il des données pouvant intéresser quelqu'un?

**Exemples:** - Expertise dans un secteur de niche  
 - Système de suivi des commandes (peut intéresser le réseau de distribution ou le client final)

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

**Méthodologie**  
 > Analyse de la société > Organisation

1. **Stratégie**  
 2. Préparation opérationnelle  
 3. Développement  
 4. Evaluation et suivi

- Y a-t-il dans notre organisation des tâches répétitives, fastidieuses, coûteuses...?  
 - Comment Internet pourrait-il améliorer les choses?  
 - Qui maîtrise l'information à diffuser? Qui est capable de la diffuser?

**Exemples:** - Encodage des inscriptions à un séminaire  
 - Réponse à des candidatures

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---






---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

## Méthodologie

> Observation et écoute de la cible

Observer et écouter qui?

Toute personne pouvant contribuer à augmenter les recettes ou diminuer les dépenses:

- Clients potentiels
- Clients actuels
- Réseau de distribution
- Partenaire
- Prescripteurs
- Fournisseurs
- Personnel de l'entreprise
- Presse...

© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

## Méthodologie

> Observation et écoute de la cible

Observer et écouter quoi?

- Leur relation avec l'entreprise
- Leurs objectifs, besoins, intérêts
- Leur culture et leur langage
- Leur pouvoir d'influence sur nos résultats
- Leur usage d'Internet, leur équipement et leurs goûts en la matière

© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

## Piège: Se projeter

Ex:

- Croire que la cible a les mêmes goûts que nous
- Croire qu'elle utilise le même vocabulaire
- Croire qu'elle s'intéresse à notre entreprise, à notre historique, à nos exploits...

© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

---

---



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

**Méthodologie**  
> Observation et écoute de la cible

1. Stratégie  
2. Préparation opérationnelle  
3. Développement  
4. Evaluation et suivi

Observer comment?

- Via Internet:
  - Comportement sur le site existant
  - Mots clés utilisés
  - Feedback sur le site existant
- Sur le terrain:
  - Equipe commerciale et marketing
  - Equipe de service après vente

---

---

---

---

---


---

---

---

---

---



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

**Arme secrète: Overture**  
<http://www.content.overture.com/d/FRm/adcenter/fit/index.html>

Offre des statistiques sur les mots clés les plus souvent tapés dans les moteurs de recherche.

Cela donne des indications sur:

- Les centres d'intérêt du public
- Le langage utilisé

---

---

---

---

---


---

---

---

---

---



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

**Méthodologie**  
> Observation et écoute de la cible

1. Stratégie  
2. Préparation opérationnelle  
3. Développement  
4. Evaluation et suivi

Ecouter comment?

- Enquête (par ex. sur le site existant)
- Interviews
- Groupes de discussion
- Questions informelles des acteurs de terrain

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

**Arme secrète: les personnages**

Qu'est-ce qu'un personnage?  
Une personne imaginaire qui représente une partie de la cible.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Arme secrète: les personnages**

Du personnage au groupe de personnages

- Une cible, un personnage
- Pas de personnages-compromis, uniquement les extrêmes.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Arme secrète: les personnages**

Intérêt des personnages

- Ils sont concrets
- Ils nous ramènent sans cesse à la cible
- Ils sont partagés par tous les acteurs du projet



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Le retour d'Hilda**

Personnage pour l'Hôtel\*\*\* du Sanglier à Durbuy

⇒ Personnalité

- Hilda DEPUYDT
- Néerlandaise
- 61 ans
- Retraitée des Postes Néerlandaises



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Le retour d'Hilda**

Personnage pour l'Hôtel\*\*\* du Sanglier à Durbuy

⇒ Objectifs

- Pour s'offrir un peu d'évasion et de distraction, apprendre toujours des choses nouvelles sur sa région de villégiature habituelle, les Ardennes belges.
- Pour obtenir les meilleurs prix, s'informer des promotions.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Le retour d'Hilda**

Personnage pour l'Hôtel\*\*\* du Sanglier à Durbuy

⇒ Profil de touriste

- Fidèle aux Ardennes qui plaisent autant à son mari (qui aime la pêche) qu'à elle (qui aime les promenades dans la nature).
- Chaque année depuis 20 ans, se rend 4 ou 5 fois par an à Durbuy, à toutes les saisons, pour une semaine ou dix jours.
- A déjà passé plusieurs séjours à l'Hôtel du Sanglier.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Le retour d'Hilda**

Personnage pour l'Hôtel\*\*\* du Sanglier à Durbuy

⇒ Profil de touriste

- Y accueille une semaine tous les ans son petit-fils Bart, 11 ans.
- Veut passer du bon temps sans faire d'excès et sans trop dépenser.
- Ne parlant pas bien français, aime rencontrer d'autres dames néerlandaises de son âge ou un peu plus jeunes.

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Le retour d'Hilda**

Personnage pour l'Hôtel\*\*\* du Sanglier à Durbuy

⇒ Profil d'utilisateur

- A appris à utiliser l'e-mail il y a un an pour communiquer avec sa fille.
- Son gendre lui a créé une adresse sur Yahoo.com
- Visite peu de sites Web mais utilise beaucoup l'e-mail (tous les jours)
- Modem téléphonique 56K

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Le retour d'Hilda**

Personnage pour l'Hôtel\*\*\* du Sanglier à Durbuy

⇒ Préoccupations personnelles

- Ne pas se sentir idiote ou dépassée
- Trouver des bonnes affaires
- Communiquer avec des personnes de confiance
- Se sentir en sécurité

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Le retour d'Hilda**

Personnage pour l'Hôtel\*\*\* du Sanglier à Durbuy

⇒ Citation

« Je veux me distraire, mais pas avec des choses fantaisistes ou ridicules. En tant que bonne cliente, j'ai droit à un traitement de faveur fait de respect et d'avantages commerciaux. »

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

1. Stratégie  
2. Préparation opérationnelle  
3. Développement  
4. Evaluation et suivi

Objectifs et intérêts de la société

Objectifs et intérêts de la cible

Analyse, veille

Brainstorming


Observation, écoute

Outil idéal

Réalisme

Mobilisation

Outil désiré

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

> Brainstorming

1. Stratégie  
2. Préparation opérationnelle  
3. Développement  
4. Evaluation et suivi

Le brainstorming demande:

- Créativité (sans limites à ce stade)
- Empathie: se baser sur la cible

D'où l'utilité des personnages dès ce stade

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

**Méthodologie**  
> Brainstorming

**1. Stratégie**  
2. Préparation opérationnelle  
3. Développement  
4. Evaluation et suivi

**Comment faire?**

1. Réunir une équipe hétéroclite
2. Afficher un à un les personnages en grand
3. Pour chacun d'eux, imaginer les informations et les services les plus utiles (en partant de ses objectifs)



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Méthodologie**  
> Brainstorming

**1. Stratégie**  
2. Préparation opérationnelle  
3. Développement  
4. Evaluation et suivi

4. Evaluer quel retour notre organisation peut espérer en échange de chaque information ou service offert (et comment)
5. Transformer l'information ou le service en rubrique, en fonctionnalités, voire en sites
6. Classer et organiser l'ensemble



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**  
> Brainstorming

**1. Stratégie**  
2. Préparation opérationnelle  
3. Développement  
4. Evaluation et suivi

**Sources d'inspiration:**

- Ecoute et observation de la cible
- Veille (concurrentielle et technologique)
- Sites e-business appréciés
- Savoir et informations présentes dans la société
- Besoins et objectifs de la société



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**Piège: focaliser sur la forme**

Ex:  
- Baser le message et le système de navigation sur une métaphore



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Piège: focaliser sur la structure**

Ex:  
- Il faut une partie « Services offerts », une rubrique « Equipe »...



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Piège: confondre fonction et fonctionnalité**

Le brainstorming doit d'abord porter sur les *fonctions* du site: quelles informations et quels services peut-il offrir au visiteur.

C'est dans un deuxième temps qu'on en déduit les *fonctionnalités*, comme le moteur de recherche interne, le formulaire de contact, etc.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

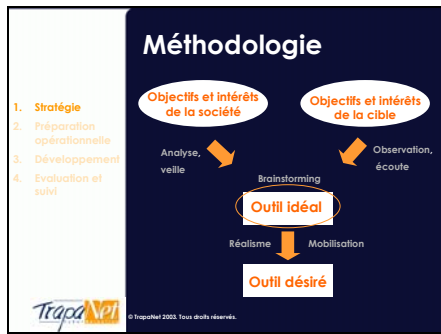
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

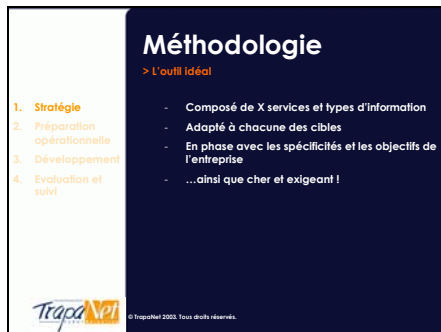
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

> Réalisme

1. Stratégie  
2. Préparation opérationnelle  
3. Développement  
4. Evaluation et suivi

Il est temps de tenir compte des ressources mobilisables:

- En argent
- En temps
- En compétences

© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

> Réalisme

1. Stratégie  
2. Préparation opérationnelle  
3. Développement  
4. Evaluation et suivi

Réalisme = de quelles ressources disposons-nous pour ce projet?

Ex:

- Budget promotion
- Employés qui ont le temps de s'occuper du site
- Employés qui ont la compétence de s'occuper du site

© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

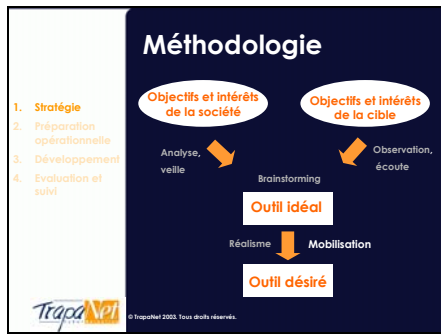
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

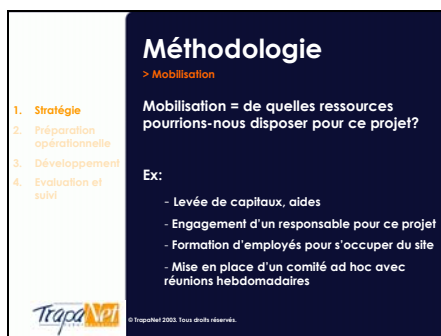
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Méthodologie

> Mobilisation

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

2. Si cette stratégie fait l'objet d'un document qu'on peut leur communiquer.

Ce document permet:

- D'avoir la certitude qu'on parle bien de la même chose, d'éviter les malentendus
- De chiffrer et dater les objectifs pour évaluation ultérieure
- De « marquer le coup » et recueillir l'adhésion lors de sa diffusion

**TrapaNet**  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Oublis fréquents

A ce stade du projet, on oublie souvent de prévoir les ressources pour:

- Produire le contenu du site
- Promouvoir l'outil auprès de ses futurs utilisateurs
- Former ses utilisateurs
- Gérer le projet de construction de l'outil
- Assurer le suivi de l'activité de l'outil
- Evaluer le succès de l'outil

**TrapaNet**  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Méthodologie

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

**Trop cher**      **Personne n'a le temps**

**Outils idéaux**

**Nous n'en sommes pas capables**

↓

**Outil désiré**

**TrapaNet**  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Phase 2:**  
**Préparation  
opérationnelle**

---

---

---

---

---

---


---

---

**Enjeux de la préparation opérationnelle**

- 1. Stratégie
- 2. **Préparation opérationnelle**
- 3. Développement
- 4. Evaluation et suivi

• Définir le plan d'actions qui mènera à l'outil désiré



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---


---

---

**Enjeux de la préparation opérationnelle**

- 1. Stratégie
- 2. **Préparation opérationnelle**
- 3. Développement
- 4. Evaluation et suivi

• Garantir à l'outil le respect de standards de qualité



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---


---

---

**Enjeux de la préparation opérationnelle**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

- Contrebalancer les tendances subjectives du développeur par des contraintes liées aux objectifs de l'outil et à ses cibles.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Enjeux de la préparation opérationnelle**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

- Figer le projet pour éviter de tourner en rond pendant son développement (par l'apport continu de nouvelles idées)



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Enjeux de la préparation opérationnelle**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

- Sélectionner les prestataires de services offrant le meilleur rapport qualité/prix.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux de la préparation opérationnelle**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

- Prévenir les conflits, rester en bons termes avec les prestataires de services

**TrapaNet**  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

**Outil désiré**

**Cahier des charges**

Répartition des rôles	Planning
Description précise	Normes à respecter
Informations techniques	
Infos demandées pour sélectionner les prestataires	

Sélection des prestataires

Négociation

**TrapaNet**  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

**Outil désiré**

**Cahier des charges**

Répartition des rôles	Planning
Description précise	Normes à respecter
Informations techniques	
Infos demandées pour sélectionner les prestataires	

Sélection des prestataires

Négociation

**TrapaNet**  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Méthodologie

> Répartition des rôles

	Réalisation	Contrôle
Production du contenu		
Traduction		
Dév.informatique		
Graphisme		
Hébergement		
Promotion		
Coordination		
Dossiers admin.		

© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Piège: faire intervenir le contrôle en fin de projet

Si certains aspects de l'outil sont développés par des personnes de terrain, sans validation de la hiérarchie, risque de mauvaises surprises.

© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Méthodologie

**Outil désiré**

**Cahier des charges**

Répartition des rôles	Planning
Description précise	Normes à respecter
Informations techniques	
Infos demandées pour sélectionner les prestataires	

→ Sélection des prestataires

→ Négociation

© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Méthodologie

> Planning

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

Le planning doit tenir compte:

- De l'ampleur de chaque tâche
- Des disponibilités de chacun
- De l'articulation entre les tâches



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

## Oublis fréquents

A ce stade du projet, on oublie souvent de prévoir les délais liés :

- Au processus de décision dans l'organisation
- Au contrôle (ex: choix d'un prototype, validation des textes par un supérieur)
- Aux congés et absences



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Méthodologie


Outil désiré

Cahier des charges

Répartition des rôles	Planning
Description précise	Normes à respecter
Informations techniques	
Infos demandées pour sélectionner les prestataires	

→ Sélection des prestataires

→ Négociation



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---


---

---

---

---

---



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

## Méthodologie

> Description précise de l'outil

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

L'outil e-business doit être décrit à deux niveaux au moins:

- Niveau global: vue d'ensemble de l'outil

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---


---

---

---

---

---



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

## Méthodologie

> Description précise de l'outil

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

L'outil e-business doit être décrit à deux niveaux au moins:

- Niveau global: vue d'ensemble de l'outil
- Niveau fonctionnel: objectif et fonction de chaque partie de l'outil (une rubrique, une fonctionnalité)

Un niveau supplémentaire peut être pertinent:

- Niveau écran: chaque page, chaque message affiché

---

---

---

---

---

---

---


---

**Méthodologie**  
 > Description précise de l'outil

1. Stratégie  
 2. Préparation opérationnelle  
 3. Développement  
 4. Evaluation et suivi

La description doit être suffisamment détaillée pour que:

- Les prestataires de services puissent proposer l'offre la plus juste
- La nature et la quantité du contenu nécessaire puissent être évaluées
- Le planning puisse être prévu
- Le respect du cahier des charges corresponde inévitablement au développement de l'outil désiré



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

**Méthodologie**  
 > Description précise de l'outil

1. Stratégie  
 2. Préparation opérationnelle  
 3. Développement  
 4. Evaluation et suivi

Concrètement, la description prend la forme:

1. D'un organigramme du système
2. D'une description textuelle et/ou schématique de chaque élément apparaissant sur cet organigramme:
  - A quoi sert cet élément?
  - A qui s'adresse-t-il?
  - Quelles informations traite-t-il?
  - Comment fonctionne-t-il?



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Oublis fréquents**

A ce stade du projet, on oublie souvent:

- De préparer l'étape d'évaluation et de suivi:
  - Mise au point de bases de données statistiques
  - Accès aux fichiers « log »
  - Processus de mise à jour du site
- D'informer les prestataires de services des objectifs et des cibles du site.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Arme secrète: les scénarios**

Scénario = mise en situation d'un personnage:

- Le personnage part d'un objectif
- Il accède à une partie de l'outil
- Il interagit avec l'outil
- Il atteint son objectif
- Il quitte cette partie de l'outil



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Arme secrète: les scénarios**

Le scénario offre une vision dynamique du site: il décrit un parcours d'utilisateur plutôt qu'une somme de fonctions isolées.

Il peut être décrit par un schéma ou par un texte.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

**Arme secrète: les tests d'ergonomie sur papier**

Objectif: valider le caractère intuitif de l'outil



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Arme secrète: les tests d'ergonomie sur papier**

Méthode:

1. Représenter le site ou une partie du site sur des feuilles de papier (un clic = une nouvelle feuille)
2. Recruter des testeurs
  - Idéat: plusieurs testeurs appartenant à la cible
  - Minimum: un testeur quelconque

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

**Arme secrète: les tests d'ergonomie sur papier**

3. Soumettre un objectif au testeur
4. Observer l'interaction du testeur avec le site:
  - Que s'attend-il à trouver derrière tel intitulé?
  - Comment-il des erreurs?
  - Comment aurait-il formulé les choses?
5. Interpréter les résultats avec précaution

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

1. Stratégie  
2. Préparation opérationnelle  
3. Développement  
4. Evaluation et suivi


Outil désiré

Cahier des charges

Répartition des rôles	Planning
Description précise	Normes à respecter
Informations techniques	
Infos demandées pour sélectionner les prestataires	

Sélection des prestataires

Négociation

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Méthodologie**  
 > Normes à respecter

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

En fonction de son expertise, le client gagne à imposer certains choix techniques au prestataire de services.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Méthodologie**  
 > Normes à respecter

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

Pourquoi?  
 Parce que les techniques utilisées par le prestataire sont celles qui correspondent à sa culture et à ses intérêts.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**  
 > Normes à respecter

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

Ses habitudes de travail peuvent entrer en conflit avec:

- Intérêts financiers du client (ex: coûts de maintenance)
- Ergonomie
- Accessibilité à la cible
- Liberté dans la production de contenu (ex: nombre de mots limité)
- Visibilité dans les outils de recherche



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

**Méthodologie**  
 > Normes à respecter

1. Stratégie  
 2. Préparation opérationnelle  
 3. Développement  
 4. Evaluation et suivi

Quelles normes imposer?

Tout dépend du type de projet et de la cible.

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

**Méthodologie**  
 > Normes à respecter

1. Stratégie  
 2. Préparation opérationnelle  
 3. Développement  
 4. Evaluation et suivi

Exemple: pour un site qu'on veut accessible à tous, exiger notamment:

- Absence de page d'intro en Flash
- Pas de frames
- Pas besoin de plug-in inhabituels ou trop récents
- Compatibilité avec navigateurs et systèmes d'exploitation moins fréquents et moins récents
- Poids des pages < 50 Ko

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**


1. Stratégie  
 2. Préparation opérationnelle  
 3. Développement  
 4. Evaluation et suivi

Outil désiré

Cahier des charges

Répartition des rôles	Planning
Description précise	Normes à respecter
Informations techniques	
Infos demandées pour sélectionner les prestataires	

→ Sélection des prestataires  
 → Négociation

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**Méthodologie**  
 > Informations techniques

1. Stratégie  
 2. Préparation opérationnelle  
 3. Développement  
 4. Evaluation et suivi

Fournir les précisions techniques sur:

- Votre infrastructure informatique
- Votre système d'informations
- Le système e-business préexistant (le cas échéant)
- Etc.

TrapaNet © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**  
 > Informations techniques

1. Stratégie  
 2. Préparation opérationnelle  
 3. Développement  
 4. Evaluation et suivi

Fournir ces précisions assez tôt pour que le prestataire évalue:

- S'il est capable de s'adapter à votre système
- Les efforts que cela pourrait lui demander (par exemple pour se familiariser au système existant)
- Les coûts que cela pourrait engendrer (par exemple achat de licences)

TrapaNet © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

1. Stratégie  
 2. Préparation opérationnelle  
 3. Développement  
 4. Evaluation et suivi

Outil désiré

Cahier des charges

Répartition des rôles	Planning
Description précise	Normes à respecter
Informations techniques	
Infos demandées pour sélectionner les prestataires	

Sélection des prestataires  
 Négociation

TrapaNet © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**


> Informations demandées pour sélectionner le prestataire

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

Il faut pouvoir choisir le prestataire avec la plus grande objectivité.

Il faut donc recevoir des offres comparables.

Pour s'en assurer, demander certaines choses à tout candidat.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

> Informations demandées pour sélectionner le prestataire

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

**Demander par exemple:**

- Répartition des coûts en nombre d'heures \* tarif horaire
- Répartition des coûts entre les différentes parties du système



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

> Informations demandées pour sélectionner le prestataire

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

**Demander par exemple:**

- Equipe prévue pour développer ce projet
- CV des membres de cette équipe
- Références similaires (si possible avec budgets)
- Bilans et attestations financières?



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

**Méthodologie**  
 > Informations demandées pour sélectionner le prestataire

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

**Demander par exemple:**

- Choix technologiques
- Argumentation de ces choix
- Pré-maquette
- Démonstration

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi


**Outil désiré**

**Cahier des charges**

Répartition des rôles	Planning
Description précise	Normes à respecter
Informations techniques	
Infos demandées pour sélectionner les prestataires	

**Sélection des prestataires**

**Négociation**

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Méthodologie**  
 > Sélection des prestataires de services

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

Si toutes les informations pertinentes ont été demandées dans le cahier des charges, il ne reste qu'à comparer.

 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Piège: sélectionner les prestataires séparément**

Par exemple, si le développeur et l'hébergeur d'une solution e-business n'ont pas l'habitude de coopérer, problèmes de compatibilité et de prises de responsabilités.

Mieux vaut avoir un interlocuteur responsable avec des sous-traitants bien identifiés.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Piège: sélectionner trop localement**

Beaucoup de sociétés se prétendent compétentes en e-business.

Peu d'entre elles peuvent le prouver, surtout si on se limite à une petite région.

Parfois, il faut consulter dans toute la Wallonie, à Bruxelles ou au-delà pour obtenir plusieurs offres intéressantes.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

> Sélection des prestataires de services

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

Pour comparer, on peut utiliser des grilles de critères pondérés.

**Aspects à juger:**

- Expérience
- Compétences techniques et de gestion
- Réalisme de l'offre
- Pertinence de la solution proposée
- Tarifs, coût total (y compris maintenance)
- Aspect évolutif, indépendance du client



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**  
 > Sélection des prestataires de services

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

Les grilles de critères ont au moins 3 avantages:

- Elles aident les responsables à juger selon les mêmes critères
- Elles réduisent l'influence du subjectif
- Elles fournissent des armes pour la négociation...

**TrapaNet**  
 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

**Outil désiré**

**Cahier des charges**

Répartition des rôles	Planning
Description précise	Normes à respecter
Informations techniques	
Infos demandées pour sélectionner les prestataires	

Sélection des prestataires

Négociation

**TrapaNet**  
 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**  
 > Négociation de l'offre

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

Tant qu'on n'a pas attribué le marché, on est en position de force.

Les grilles de critères mettent en évidence les points faibles de chaque offre.

**TrapaNet**  
 © TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Piège: étrangler le partenaire**

Si l'on négocie trop durement,

- Le prestataire devra se rattraper à un moment ou un autre pour maintenir sa rentabilité
- Le climat de confiance sera difficile à installer



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Phase 3:**

**Développement**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux du développement**

- 1. Stratégie
- 2. Préparation opérationnelle
- 3. Développement
- 4. Evaluation et suivi

- Garder à l'esprit les objectifs de départ



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux du développement**

- 1. Stratégie
- 2. Préparation opérationnelle
- 3. **Développement**
- 4. Evaluation et suivi

• Préserver le planning



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux du développement**

- 1. Stratégie
- 2. Préparation opérationnelle
- 3. **Développement**
- 4. Evaluation et suivi

• Faire des compromis, sans sacrifier la cible



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux du développement**

- 1. Stratégie
- 2. Préparation opérationnelle
- 3. **Développement**
- 4. Evaluation et suivi

• Ne pas assassiner ses interlocuteurs



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Méthodologie**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

- S'accrocher au cahier des charges
- Se faire une raison: les délais ne seront pas respectés
- Réagir très vite aux problèmes
- Tout confirmer par écrit
- Ne pas dire par e-mail ce qu'on ne dirait pas en face de la personne
- Célébrer collectivement les victoires d'étape



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Piège: « Ce n'est pas possible »**

S'il n'y a pas d'informaticien compétent en e-business dans votre société, vous êtes en position de faiblesse par rapport au développeur.

Vous ne pourrez pas contredire ses arguments techniques, qu'ils soient de bonne ou de mauvaise foi.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Arme secrète: le design interactif**

Rapprocher à l'extrême les étapes de validation pour attaquer tout problème à la racine.

Avantage: on réagit avant qu'il ne soit trop tard.

Inconvénient: demande une grande implication de la part du responsable.



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**Arme secrète: les tests d'ergonomie sur les prototypes**

1. Sélectionner des testeurs
2. Leur soumettre des objectifs réalistes et significatifs
3. Observer leur comportement sur le site en leur demandant de penser tout haut
4. Interpréter les résultats avec du recul



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Phase 4:**  
**Evaluation et suivi**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux de l'évaluation**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. **Evaluation et suivi**

- Amélioration continue de l'outil



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux de l'évaluation**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. **Evaluation et suivi**

- Justification de l'investissement



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Enjeux de l'évaluation**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. **Evaluation et suivi**

- Apprentissage pour les projets à venir



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Enjeux du suivi**

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. **Evaluation et suivi**

- Image de professionnalisme et de crédibilité



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

**Enjeux du suivi**

- 1. Stratégie
- 2. Préparation opérationnelle
- 3. Développement
- 4. **Evaluation et suivi**

- Rentabilité de l'outil



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**

> Pour l'évaluation

- 1. Stratégie
- 2. Préparation opérationnelle
- 3. Développement
- 4. **Evaluation et suivi**

- Fixer au préalable les dates d'évaluation
- Rester fidèle aux objectifs de départ
- Evaluer le résultat final avant tout
- Si nécessaire, interpréter les résultats à l'aide d'indicateurs de moyens
- S'attacher au moins autant aux tendances qu'aux valeurs absolues
- Ne pas négliger les indicateurs qualitatifs



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Piège: Indicateurs centrés sur les moyens**

- Certains systèmes d'évaluation standard n'offrent que des indicateurs liés au système (et pas à l'entreprise)
- Leurs chiffres sont parfois biaisés



© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Méthodologie**  
> Pour le suivi

1. Stratégie
2. Préparation opérationnelle
3. Développement
4. Evaluation et suivi

- Automatiser tout ce qui peut l'être
- Attribuer des responsabilités personnelles
- Octroyer les ressources nécessaires à l'endossement de ces responsabilités
- Faire le point à intervalles réguliers
- Coupler ce point à l'évaluation des résultats de l'outil
- Dépasser les attentes de l'utilisateur

**TrapaNet**  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Piège: De l'automatisation au robotisme**

De nombreux messages peuvent être automatisés (e-mails de confirmation par exemple).

Ce caractère automatique ne doit pas les rendre incompréhensibles, froids et impersonnels.

**TrapaNet**  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemple: publicité par e-mail**

Cette publicité sera rentable dans la mesure où un nombre suffisant de destinataires réaliseront l'action à laquelle ils sont invités.

**TrapaNet**  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemple: publicité par e-mail**

**Moyens:**

- Achat de listes...? **i**
- Opt-in **i**
- Promesse intéressante et respectée **i**

*TrapaNet*  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemple: publicité par e-mail**

**Objectifs:**

- Augmenter le nombre de destinataires **i**
- S'assurer que ces destinataires appartiennent au public cible **i**
- S'assurer qu'ils sont réceptifs **i**

*TrapaNet*  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemple: publicité par e-mail**

**Moyens:**

- Contenu et rédaction **i**
- Ergonomie, accessibilité **i**
- Timing **i**

*TrapaNet*  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemple: publicité par e-mail**

**Objectifs:**

- Capturer la confiance et l'attention **i**
- Informer **i**
- Intéresser et orienter **i**

*TrapaNet*  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemple: publicité par e-mail**

**Moyens:**

- Copywriting **i**
- Ergonomie **i**
- Techniques de marketing direct et promotions **i**

*TrapaNet*  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemple: publicité par e-mail**

**Objectifs:**

- Nombre d'actions réalisées **i**
- Type d'actions réalisées **i**
- Identité des acteurs **i**

*TrapaNet*  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemple: publicité par e-mail**

**Moyens:**

- Pages de confirmation
- E-mails de confirmation

*TrapaNet*  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemple: publicité par e-mail**

**Objectifs:**

- Renforcement de la relation avec le client
- Acquisition d'autres prospects ou clients

*TrapaNet*  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Exemple: publicité par e-mail**

**Moyens:**

- Commande ou réservation en ligne
- Organisation d'un rendez-vous
- Envoi d'un devis

*TrapaNet*  
© TrapaNet 2003. Tous droits réservés.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---




---



---



---



---



---



---



---

Pour en savoir plus sur la gestion d'un projet TIC en PME :

- Service d'audit cybermarketing (ou stratégie e-business) de TrapaNet : <http://www.Trapa.Net/Strategie-Ergonomie/Audit.html>
- Réalisation du cahier des charges de votre site e-business : <http://www.Trapa.Net/Strategie-Ergonomie/Cahier-des-Charges.html>
- Gestion de projet TIC : <http://www.Trapa.Net/Strategie-Ergonomie/Gestion-de-Projet.html>
- Pour être informé par e-mail de nos séminaires et nouvelles publications sur le cybermarketing : <http://www.Trapa.Net/inscription.html>

**TrapaNet Cybermarketing : Stratégie – Ergonomie – Rédaction – E-marketing**  
<http://www.TrapaNet.be>

La reproduction et la distribution de ce document sont autorisées pour autant que le document soit traité dans son ensemble. Il n'est pas permis d'en diffuser des extraits ni de l'altérer d'aucune manière sans l'autorisation de TrapaNet. Contact : Info@Trapa.Net