



## Référentiel de compétences

Semestre 1



Module



Semestre 2



Artéfact

Session de  
formation

Business plan

Lecture individuelle

Systèmes  
d'information &  
management des  
organisations

Docker

**Méthodologie en  
cascade**La veille  
informatiqueSemestre 2 > Artéfact > Lecture individuelle > **Méthodologie en cascade**

## Objectifs

- Analyser et recueillir des besoins client
- Préparer, organiser, animer des réunions et en rendre compte
- Construire un planning de réalisation sous forme de diagramme de Gantt
- Estimer les coûts d'un projet
- Formuler et présenter une proposition commerciale
- Rédiger un cahier des charges fonctionnel
- Rédiger un cahier des charges technique
- Structurer et encadrer une équipe pluridisciplinaire

## La gestion de projet

Qu'est ce que la gestion ?

*la gestion, c'est l'action de gérer, autrement dit d'organiser, d'administrer, de contrôler ou de se donner les moyens de réaliser quelque chose.*



## Qu'est ce qu'un projet ?

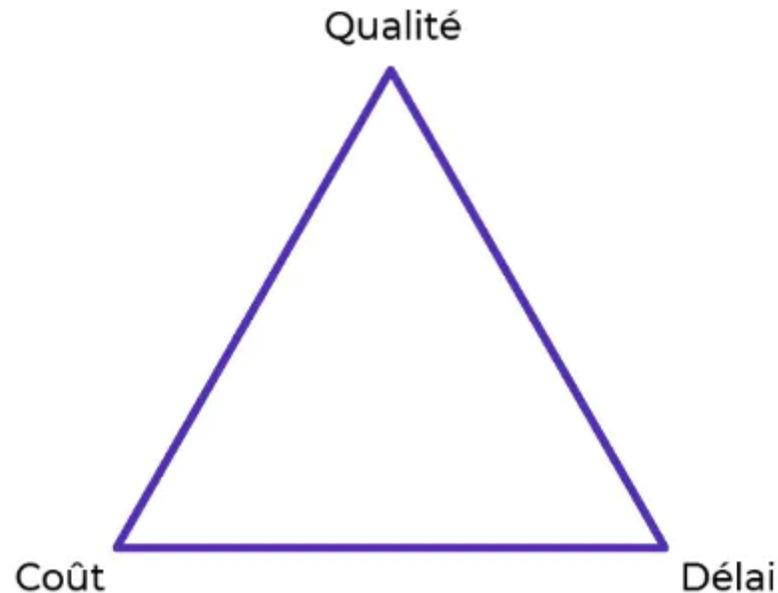
*Un projet est un ensemble d'activités coordonnées et maîtrisées pour atteindre un objectif en respectant des exigences de qualité, de coûts et de délais. Un projet a une date de début et une date de fin.*

## Chef de projet ?

Le chef de projet est l'interface entre le client et l'équipe de production. Un peu comme un chef d'orchestre, il doit s'assurer que tout le monde joue la même partition et que le projet se déroule dans les meilleures conditions possibles.

*Donc l'objectif du chef de projet est de coordonner les différentes parties prenantes du projet, de s'assurer que le projet respecte les exigences de coûts, de délais et de qualité.*

En tant que chef de projet vous devez vous appuyer de l'expertise de vos collaborateurs, un chef de projet n'as pas forcément toutes les compétences techniques pour réaliser le projet.



## Contextualiser un projet IT

Il existe de type de projet :

### 1. Projet interne

- Vous faite intégrante d'une organisation et vous êtes même employé par cette organisation
- Par exemple, supposons qu'une organisation souhaite mettre en place un système de gestion de la formation en interne pour améliorer les compétences des employés. Le projet est porté par un employé de l'organisation qui a identifié le besoin et qui souhaite le réaliser en plus de ses autres responsabilités. Dans ce cas, l'employé doit évaluer les ressources nécessaires, notamment en termes de temps et de budget, pour mener à bien ce projet. Il doit également vendre son idée

auprès des décideurs en leur expliquant les avantages de mettre en place ce système pour améliorer les compétences des employés et, par conséquent, la productivité de l'organisation.

## 2. Projet externe

- Dans certains cas, une organisation peut identifier un besoin mais ne pas avoir les ressources internes ou l'expertise pour le réaliser en interne. Elle peut alors faire appel à des prestataires externes pour mener à bien le projet.
- Prenons l'exemple d'une organisation qui souhaite développer une application mobile pour améliorer l'expérience utilisateur. L'organisation pourrait décider de faire appel à une agence de développement d'applications mobiles pour réaliser le projet. Pour ce faire, l'organisation devra clairement exprimer ses besoins et attentes en matière de fonctionnalités, de design, de budget et de délais. Si l'organisation décide de faire un appel d'offres, elle devra fournir aux prestataires potentiels un document détaillant les spécifications du projet ainsi que les attentes de l'organisation.

### Différence fondamentale :

- Un projet interne est initié et géré au sein même de l'organisation qui a besoin du projet, généralement par les employés de cette organisation. Cela signifie que le projet est financé par l'organisation elle-même et que les employés impliqués dans le projet travaillent généralement en plus de leurs autres responsabilités.
- D'un autre côté, un projet externe est initié et géré par une organisation qui fait appel à une agence ou un prestataire extérieur pour réaliser le projet. Cela signifie que le projet est financé par le commanditaire, qui est l'organisation qui a besoin du projet, et que les employés de l'agence ou du prestataire travaillent sur le projet.

*Pour résumé : Un projet interne est un projet géré en interne par une organisation, tandis qu'un projet externe est un projet géré par une organisation qui fait appel à un prestataire externe pour le réaliser.*

## Méthode classique en cascade :

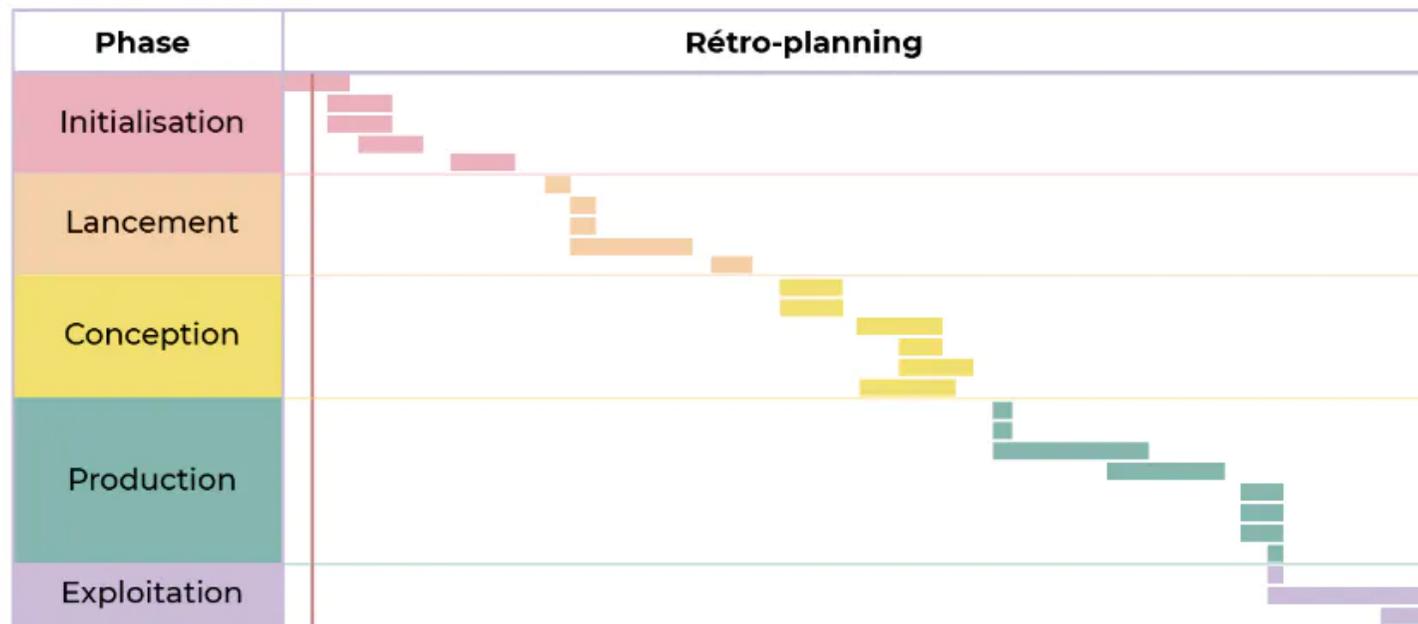
Elle est composée de 5 étapes :

1. La phase d'initialisation : dans laquelle nous sommes actuellement, qui précède la proposition commerciale et qui prend fin au moment de l'acceptation du devis.
2. La phase de lancement (kick-off) : dans laquelle vous re-préciserez et formaliserez tous les éléments du projet dans un "cahier des charges". Cette phase se termine à la signature de ce fameux document.
3. La phase de conception : dans laquelle vous accompagnerez votre équipe dans la création des éléments conceptuel du produit.

Pendant cette phase, les parties prenantes du projet travaillent ensemble pour déterminer les différentes solutions possibles pour répondre aux besoins et aux objectifs du projet. Des ébauches de schémas, des plans, des diagrammes, des maquettes et d'autres documents de conception peuvent être élaborés pour aider à visualiser les idées. Les membres de l'équipe peuvent également définir les normes de qualité pour le projet, ainsi que les procédures de test et de vérification pour s'assurer que le produit final est conforme aux exigences.

4. La phase de production : dans laquelle votre équipe créera le produit final à partir des éléments réalisés en phase de conception. Cette phase s'achève à la livraison du produit.

5. La phase d'exploitation : dans laquelle le produit est livré conformément aux attentes et qu'il suffit de maintenir ou de faire évoluer.



## 1. Phase d'initialisation

### Analyser et recueillir les besoins

Tout commence par une expression ou une identification d'un besoin.

On peut représenter cette analyse de besoin sur un tableau avec deux colonnes :

1. Les besoins ou objectifs

## 2. Les livrables

Par exemple pour le projet d'email marketing :

Objectif / besoin	Librable
Augmenter la base d'abonnés	Développer une stratégie pour attirer et convertir de nouveaux abonnés, y compris la promotion de la newsletter sur votre site web, les réseaux sociaux et les autres canaux de marketing.
Améliorer l'engagement des abonnés	Créer du contenu de qualité et pertinent pour vos abonnés afin d'augmenter les taux d'ouverture, les taux de clics et la durée de lecture de vos newsletters.
Segmenter et personnaliser les communications	Utiliser les outils de segmentation pour créer des groupes d'abonnés et personnaliser les communications afin de mieux répondre aux besoins et aux intérêts de chaque segment.
Automatiser les processus d'email marketing	Mettre en place des automatisations pour envoyer des emails en fonction d'événements spécifiques (par exemple, l'inscription d'un nouvel abonné ou la publication d'un nouvel article de blog) et réduire le temps consacré à la gestion des campagnes d'email marketing.
Mesurer et optimiser les performances	Analyser les statistiques fournies par Mailchimp, Jimdo, Bitly et d'autres outils pour évaluer la performance de vos campagnes d'email marketing et ajuster votre stratégie en conséquence.
Intégrer du contenu multimédia	Expérimenter avec l'intégration de podcasts et d'autres formats de contenu pour diversifier votre offre et augmenter l'engagement des

Objectif / besoin	Librable
	abonnés.
Multiplier les canaux de promotion	Utiliser des outils d'automatisation pour publier simultanément du contenu sur plusieurs réseaux sociaux, afin d'élargir la portée de votre newsletter et d'attirer de nouveaux abonnés.
Renforcer la notoriété de la marque	Développer une identité visuelle cohérente et un ton de voix pour vos newsletters et votre site web, afin de renforcer la reconnaissance de votre marque et d'établir une connexion émotionnelle avec votre audience.
Améliorer la fidélisation des clients	Utiliser l'email marketing pour entretenir les relations avec les clients existants et les encourager à effectuer des achats répétés ou à interagir avec votre marque de manière plus approfondie.
Générer du trafic vers votre site web	Utiliser les newsletters pour promouvoir votre contenu, vos produits ou vos services et encourager les abonnés à visiter votre site web, ce qui peut conduire à des conversions et à une augmentation des ventes.

Il existe deux types de besoins :

- Besoin implicite :

Ce sont les besoins exprimés clairement par le client, par exemple augmenté la fidélité des clients par le biais d'email marketing.

- Besoin explicite :

Ce sont les besoins qui ne sont pas exprimés clairement par le client, par exemple rendre les posts sur le blog en multilingue.

Puis nous pouvons faire le tableau de critère de sélection :

Le tableau de critère de sélection permet de connaître les raisons pour lesquelles le client a choisi notre offre et permet de les prioriser.

Critère de sélection	Importance
Compréhension de la problématique	2
Esthétique	3
Solution technique	4
Méthodologie	5
Budget	1

Jusqu'à présent nous avons identifié les besoins du client et nous avons fait un tableau de critère de sélection.

Ensuite nous allons créer un document **étude de faisabilité** qui va nous permettre de déterminer si le projet est réalisable ou non. Ce document se crée avant la proposition commerciale.

## Etude de faisabilité

Nous allons dans cette étape déterminer si le projet est réalisable ou non. Nous allons donc devoir faire ce que l'on appelle **une réunion de cadrage**.

## Réunion de cadrage

C'est le moment idéal pour réunir l'équipe de production du projet. Dans l'ordre du jour se trouvera :

1. Présentation du projet (restitution des besoins du client)
2. Elaboration d'une solution
3. Estimation de la charge de travail

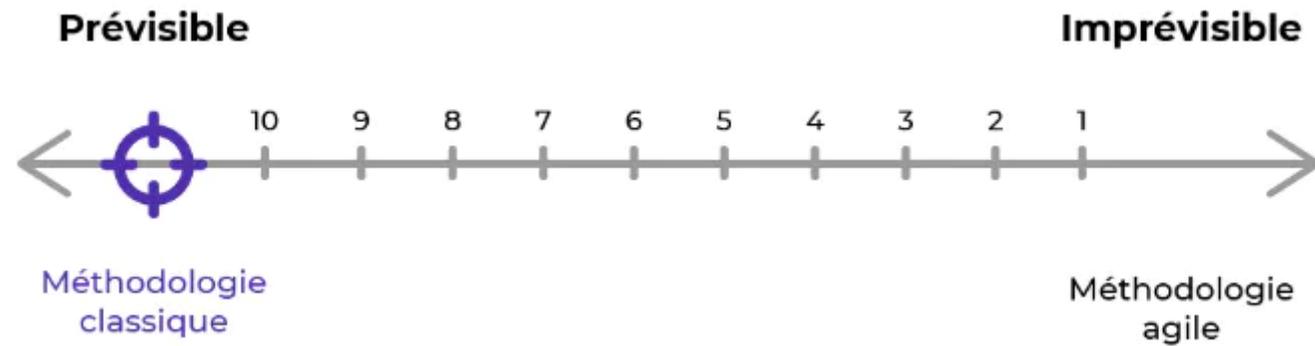
## Choisir une méthode de gestion de projet

Lors de la réunion de cadrage, nous devons déterminer la méthode de gestion de projet que nous allons utiliser. Au même titre qu'un développeur choisit la technologie adaptée au projet.

Nous allons uniquement aborder la méthode classique en cascade aussi appelée **Waterfall** ou encore prédictive, séquentielle.

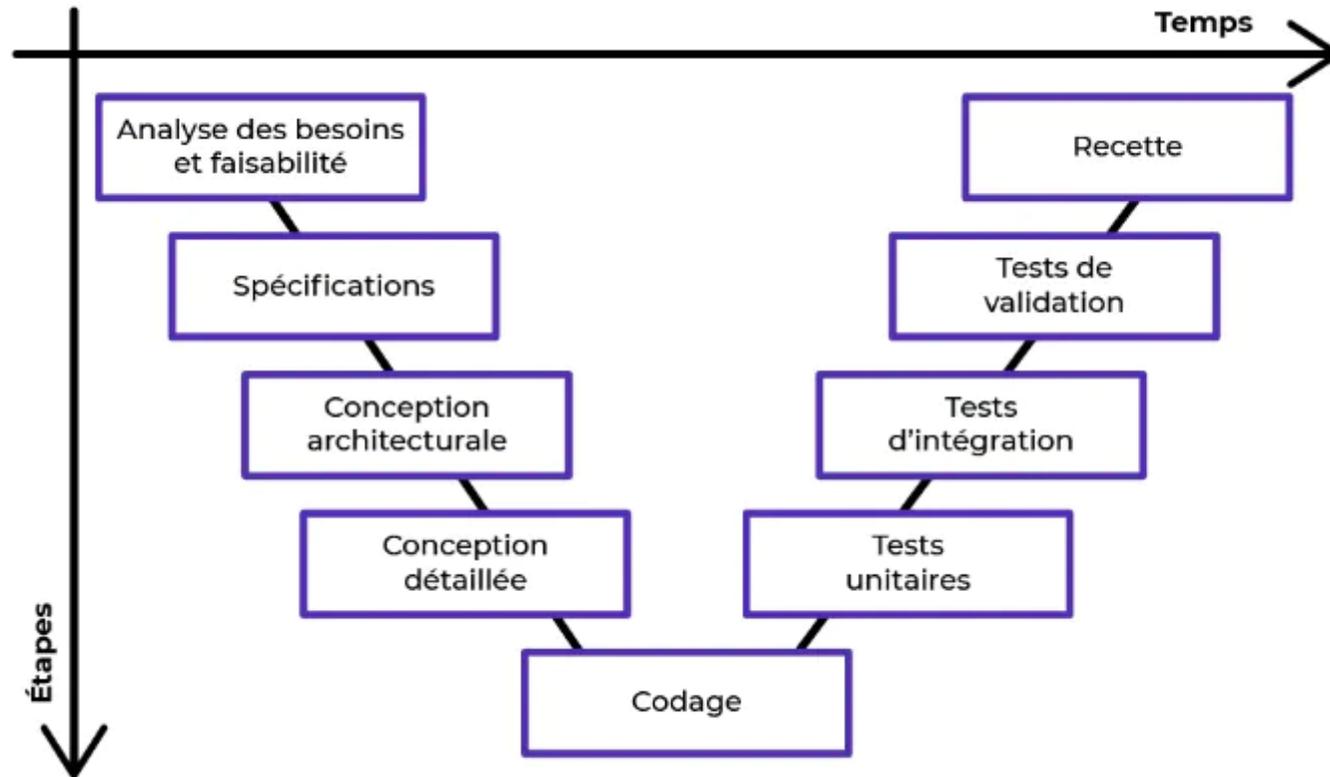
## Quand utiliser une méthodologie classique ou agile ?

Il faut s'intéresser à la **prédictibilité** du projet, c'est à dire la capacité à prévoir des scénarios à l'avance.



Plus le projet a d'inconnus, plus il est difficile de prévoir les scénarios à l'avance. Dans ce cas là, il faut utiliser une méthodologie agile et inversement.

En plus des étapes citées ci-dessus pour la méthode en cascade, une méthode classique en V prend en compte une batterie de tests pour s'assurer que le produit final est conforme aux attentes.



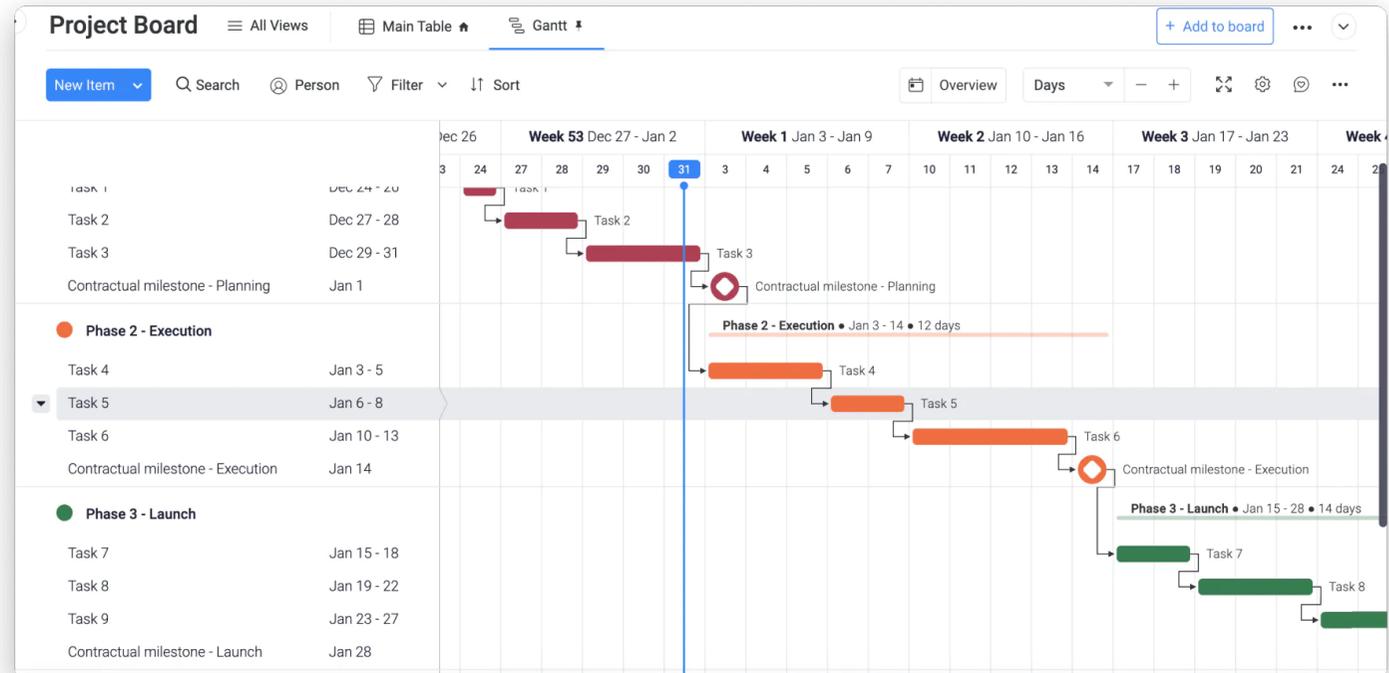
## Planification du projet - le diagramme de Gantt

*Le diagramme de Gantt est un outil de planification qui permet de visualiser dans le temps les différentes tâches liées à un projet. Il permet de suivre l'avancement du projet et de s'assurer que les délais sont respectés.*

## Comment choisir l'outil adapté ?

Trois critères avec priorités :

1. Les fonctionnalités
2. La visibilité
3. Le prix



## Comment utiliser le diagramme de Gantt ?

1. Définir les phases du projet
2. Définir/demander les tâches de chaque phase -> à la personne la plus abilitée à la réaliser
3. Définir/demander la charge de travail de chaque tâche (Jour-homme ou Demi-jour-homme)

4. Assigner les tâches aux personnes concernées
5. Créer les dépendances entre les tâches (c'est à dire les tâches qui doivent être réalisées avant une autre : **[FS, FF, SS, SF]**)
6. Les chevauchements de tâches (c'est à dire les tâches qui peuvent être réalisées en même temps, en parallèle)

## Durant l'exécution du projet

Mettre à jour le diagramme de Gantt, c'est à dire que trois cas de figure se présente à nous :

1. La tâche est dans les temps
2. La tâche est en avance
3. La tâche est en retard

## Budgétiser le projet

Le diagramme de Gantt nous donne quelle tâche doit être exécuté, quand, par qui et en combien de temps. Cela nous permet de définir un budget prévisionnel.

*Nous allons tout d'abord effectuer le budget coté prestataire, c'est à dire nous. Avec celui-ci nous pouvons ensuite faire la proposition commerciale.*

Différentes sources de dépenses :

1. Les ressources matérielles

2. Les ressources informatiques
3. Les ressources humaines

## Comment calculer le coût total du projet ?

Coût total du projet = coût phase d'initialisation + coût phase de lancement + etc...

Comment calculer le coût d'une phase ? en calculant le coût des différentes tâches qui la compose.

On reprend le diagramme de Gantt et on prend en compte :

1. La durée estimée
2. La personne responsable

Ce qui nous donne le coût journalier ou mensuel ou encore annuel de la tâche

Pour obtenir le coût il nous manque la grille de salaire :

	Coût annuel	Coût mensuel	Coût hebdomadaire	Coût journalier	Coût horaire	
Guillaume - Chef de projet	34 000,0 €	2 833,0 €	653,8 €	130,8 €	18,7 €	
Emma - Développeur Wordpress	36 000,0 €	3 000,0 €	692,3 €	138,5 €	19,8 €	
Laura - Graphiste	30 000,0 €	2 500,0 €	576,8 €	115,4 €	16,5 €	
Léon - Stagiaire graphiste	7 200,0 €	600,0 €	140,0 €	28,0 €	4,0 €	
Traducteurs	-	-	-	-	-	0,10€/mot source
Photographe	-	-	-	450,0 €	-	

Nous pouvons dès à présent estimer le coût de la tâche :

Coût de la tâche "rédaction proposition commerciale" =  $0,5 * 130,8 = 65,4$  \$

et ainsi le coût total :

Tâches	Equipe	Coût journalier	durée planifiée	Coût estimé de la tâche
<b>Phase d'initialisation</b>				<b>584,6 €</b>
Recueil des besoins	Chef de projet	130,8 €	0,5	65,4 €
Etude de faisabilité	Chef de projet ; Développeur ; Graphiste	130,8 € + 138,5 € + 115,4 €	(CdP : 0,5) & (D : 0,5) & (G : 0,5)	192,35 €
Cadrage	Chef de projet	130,8 €	1	130,8 €
Proposition commerciale	Chef de projet	130,8 €	0,5	65,4 €
Soutenance	Chef de projet	130,8 €	1	130,8 €
<b>Phase de lancement</b>				<b>930,8 €</b>
Benchmark	Chef de projet	130,8 €	1	130,8 €
Considérations marketing	Chef de projet	130,8 €	0,5	65,4 €
Considérations graphique	Graphiste	115,4 €	0,5	57,7 €
Spécifications fonctionnelles	Chef de projet ; Développeur	130,8 € + 138,5 €	(CdP : 2) & (D : 1)	400,1 €
Spécifications techniques	Développeur	138,5 €	2	276,9 €
<b>Phase de conception</b>				<b>2 412,6 €</b>
Adaptation charte graphique	Graphiste ; Graphiste stagiaire	115,4 € + 28 €	1	143,0 €
Charte éditoriale	Chef de projet	130,8 €	1	130,8 €
Rédaction des contenus	Chef de projet	130,8 €	2	261,5 €
Traductions	Chef de projet ; (+ Traducteurs)	130,8 € (+ 1069,2 €)	3	1 200,0 €
Photos	Photographe	450,0 €	1	450,0 €
Maquettes	Graphiste ; Stagiaire graphiste	115,4 € + 28 €	(G : 1) & (Sg : 4)	227,4 €
<b>Phase de production</b>				<b>4 228,1 €</b>
Hébergement & nom de domaine	Développeur	138,46 € + 82 €	0,5	151,2 €
Installation	Développeur	138,5 €	0,5	69,2 €
Achat du thème	Développeur	138,5 €	0	2 700 €
Customisation du thème	Développeur	138,5 €	5	692,3 €
Internationalisation	Développeur	138,5 €	1	138,5 €
Installation Services tiers	Développeur	138,5 €	1	138,5 €
Création emails	Développeur	138,5 €	0,5	69,2 €
Tests	Chef de projet	130,8 €	1	130,8 €
Développement	Développeur	138,5 €	1	138,5 €

Deployment	Developpeur	135,5 €	1	135,5 €
<b>Phase d'exploitation</b>				<b>392,3 €</b>
Formation CMS	Chef de projet	130,8 €	1	130,8 €
Référencement	Chef de projet	130,8 €	2	261,5 €
<b>Total</b>				<b>8 427 €</b>



## Rédiger la proposition commerciale

La proposition commerciale est un document qui formalise l'offre commerciale du prestataire.

### Structurez votre document

1. Une page de garde
2. Une note de synthèse
3. Des conditions de vente (CGV)
4. L'étude de faisabilité (Toutes les étapes qui précèdent la proposition commerciale)
5. Un devis

### Page de garde

1. Logo
2. Nom de l'entreprise
3. Nom du client
4. Maquette du produit

# Réponse à l'appel d'offre

## PROJET DIGITAL



## Rédigez une note de sythèse

1. Description du projet (besoins & contexte)
2. Solution
3. Objectif (date début & date de livraison)

## Note de synthèse

### 1. Description du projet

Le commanditaire du projet Mme. Bazelaire, gérante de l'Hôtel Paradis a exprimé les besoins suivants :

- développer la présence en ligne de l'hôtel
- moderniser son image
- permettre à ses clients de réserver leur séjour à l'hôtel sans avoir à les appeler

Ces dernières années la compétition sur le marché de l'hébergement parisien s'est intensifiée.

AirBnB et les agrégateurs d'offres d'hébergement ont transformé les usages vis à vis de la réservation de logement. Avoir un système de réservation en ligne est devenu un standard dans le domaine de l'hôtellerie.

Se doter d'un site Web aux fonctionnalités adaptées permettrait à l'Hôtel Paradis d'assurer la pérennité (actuellement compromise) de son établissement.

### 2. Solution

Pour les touristes étrangers et professionnels en déplacement qui ont besoin d'une chambre luxueuse sur Paris, [www.hotel-paradis-10.com](http://www.hotel-paradis-10.com) permet une réservation en ligne automatisée dans la langue du visiteur (contrairement à l'ancien système de réservation de l'hôtel) et depuis tous types d'appareils.

### 3. Objectif

L'objectif du projet est de mettre en place un dispositif communication en ligne permettant à l'hôtel de ré-atteindre un point d'équilibre financier.

Date de début du projet : 2 novembre

Date de livraison : 6 janvier

## Formaliser un devis

1. La durée de validité de l'offre
2. L'indication manuscrite, datée et signée du client : « Lu et accepté »
3. La mention « Lu et accepté », daté et signé par l'entrepreneur

Avec un tableau qui contient :

1. La quantité
2. La désignation (délivrable)
3. Le prix unitaire (HT)
4. Le prix total (TTC)

## Devis

Date d'émission : 27/10/2017

Valable jusqu'au : 27/11/2017

De la part de : Mr. Guillaume Parrou ([guillaume.parrou@digitalizer.com](mailto:guillaume.parrou@digitalizer.com) - 07.23.45.91.34)

Digitalizer | 21 rue Leonard de Vinci, Paris (75004) - France.

SIRET : 52433526200084

N°TVA : FR 123456789

À l'attention de : Mme. Charlotte Bazelaire  
Hôtel Paradis | 1er rue Paradis, Paris (75010) - France.

Quantité	Désignation	Réduction	Prix unitaire HT	Montant TTC
1	Création d'un site vitrine multilingue adapté à tous les écrans et équipé d'un système de réservation (sur base Wordpress)	-	7600 €	9 500 €
1	Adaptation de la charte graphique pour le Web	-	240 €	300 €
1	Photos	-	400 €	500 €
1	Publi-rédaction	-	320 €	400 €
1	internationalisation en anglais, russe et chinois	-	1520 €	1 900 €
1	Formation à la gestion des contenus sur Wordpress	-	200 €	250 €
1	Référencement	-	360 €	450 €
1	Gestion de l'hébergement et du domaine (abonnement annuel)	-	160 €	200 €
1	Création d'emails dédiés	100%	<del>120 €</del>	-
Total HT			10800 €	
Total TVA 20%				2700 €
Total TTC				13 500 €
Net à payer (€)				13 500 €

N.B. Livrables réalisés conformément au cahier des charges conçu avec le droit de regard du client.

Signature du représentant de l'agence :  
Lu et acceptéSignature du représentant de l'Hôtel :  
Lu et accepté

G. PARROU

Calculer la marge commerciale

$$\text{Marge commerciale} = \text{prix de vente} - \text{coût de revient}$$

Ou autrement dit :

$$\text{Prix de vente} = \text{marge commerciale} + \text{coût de revient}$$

Si l'on reprend le budget prévisionnel qui se monte à 8427 \$ et que le client offre au maximum 15'000 \$ pour le projet :

$$15'000 = \text{marge commerciale} + 8427$$

Ce qui donne 6573\$ de marge commerciale.

Imaginons que nous avons une politique de marge commerciale de 20% :

$$\text{Prix de vente} = 8427 + (8427 * 0,2) = 10112,4 \$$$

## 2. Phase de lancement

---

### Formaliser votre projet avec un cahier des charges

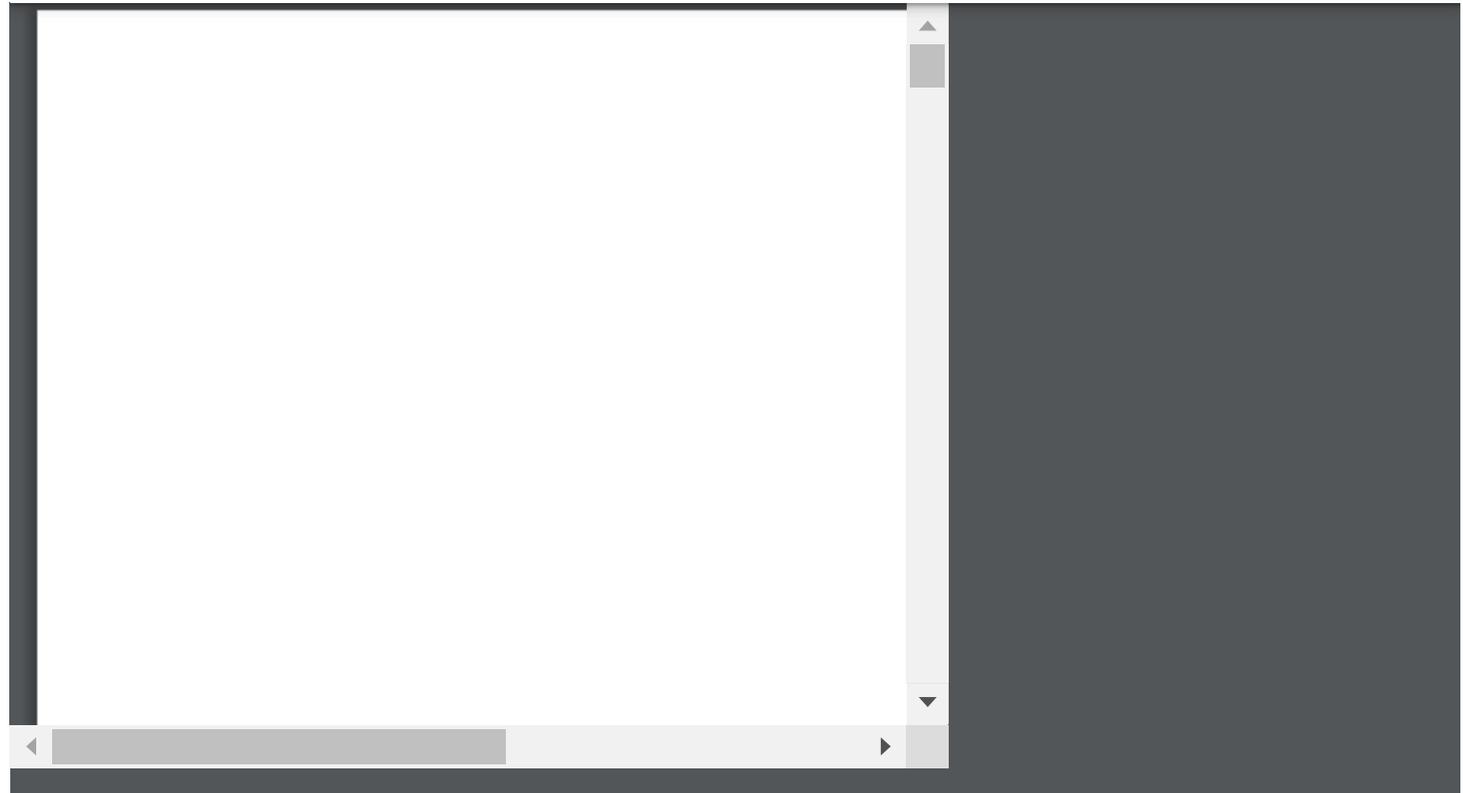
*Le cahier des charges est un document qui formalise les besoins du client et les solutions proposées par le prestataire.*

Qui est chargé de rédiger le cahier des charges ? Le client ou le prestataire ?

1. Le client : il connaît son métier et ses besoins
2. Le prestataire : il connaît les solutions techniques
3. Les deux : le client rédige les besoins et le prestataire les solutions

Voici un exemple de cahier des charges :

1 / 24 - + ↺



Le cahier des charges comprend plusieurs sections :

## 1. Le cadre du projet

1. Résumé
2. Contexte de l'entreprise
3. Enjeux et objectifs
4. Livrables

5. Présentation de l'équipe
6. Planning prévisionnel

## 2. Benchmark

*Il s'agit de comparer les solutions existantes sur le marché. Analyser ces points :- Ergonomie (navigation, adaptabilité mobile)- Charte éditoriale (ton, langues)- Charte graphique (typographie, palette de couleurs)- Fonctionnalités (ex. système de réservation, newsletter)- Technologie utilisée (ex. WordPress)*

## 3. Considération marketing

*Le marketing est l'ensemble des actions visant à faciliter la rencontre entre l'offre et la demande.*

1. Cible (personas)
2. International (langues)
3. Référencement (SEO)

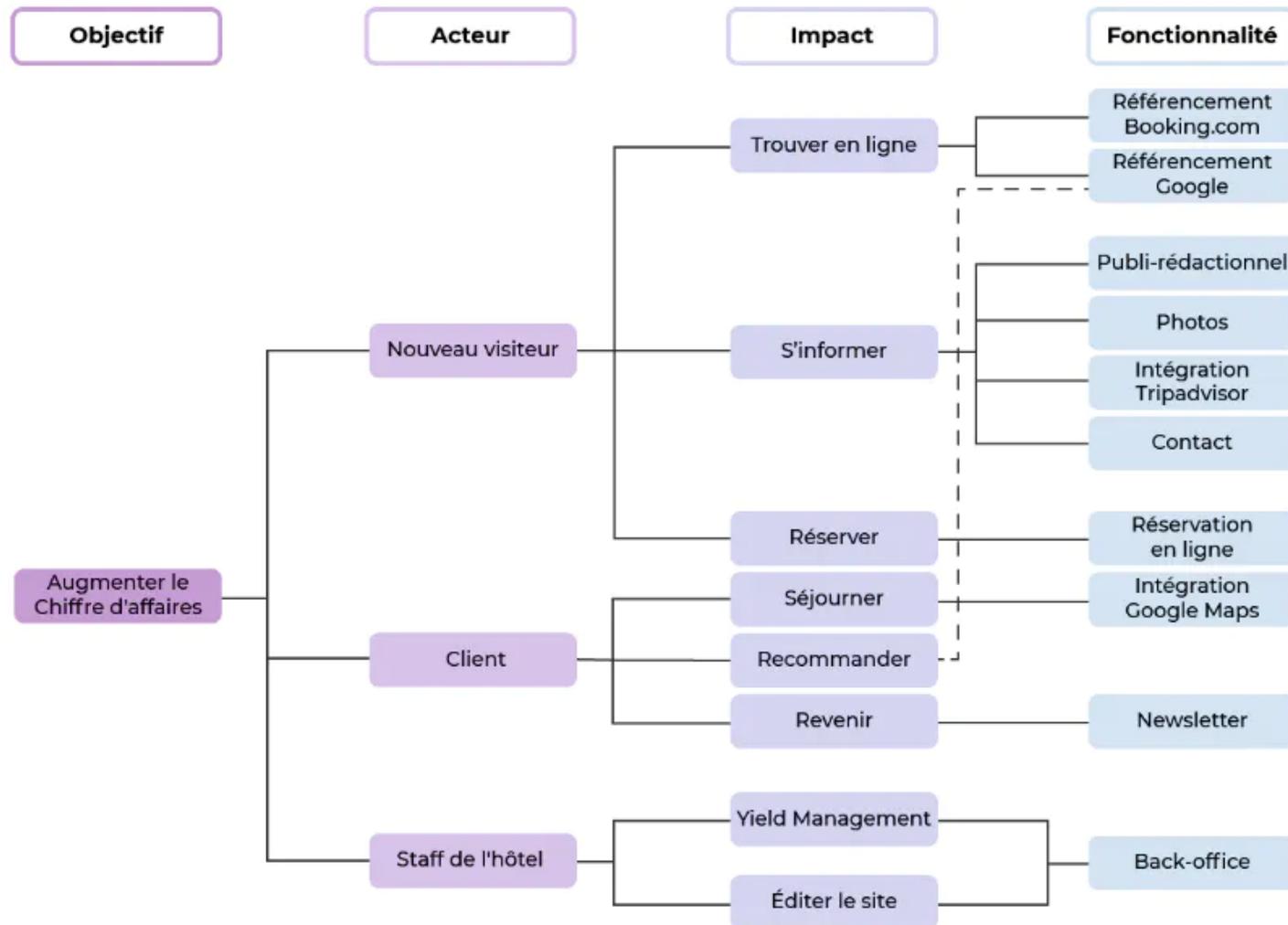
## 4. Conception graphique

1. Brief créatif
2. Charte graphique

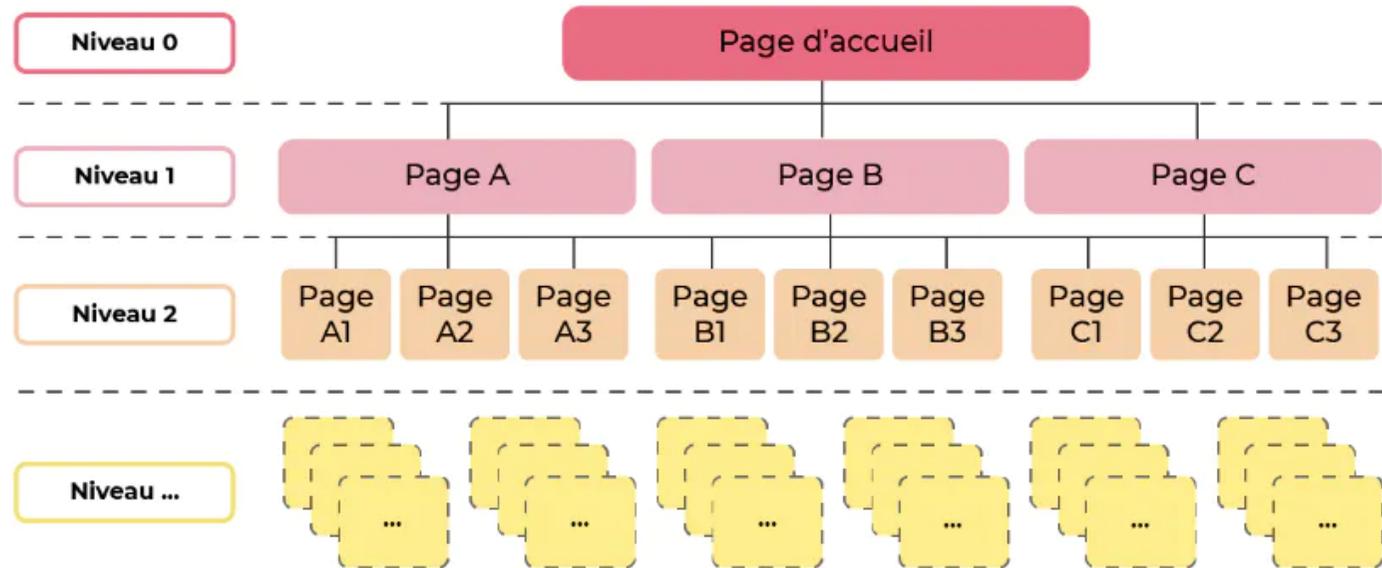
## 5. Spécifications fonctionnelles

*Dans un projet digital, les spécifications fonctionnelles sont une section du cahier des charges ou un document à part entière qui spécifie, décrit, précise les fonctionnalités du site, de l'application ou du logiciel en question. Pour effectuer cette tâche, il est nécessaire de se poser les questions suivantes : 1. Quel est l'objectif de mon site ? 2. Quels sont les différents profils de ses utilisateurs ? 3. Quelles actions cherchent-ils respectivement à faire sur mon site ? 4. Quelles fonctionnalités vont leur permettre de mener à bien ces actions ?*

Une méthode est d'utiliser le diagramme d'impact mapping pour le périphérique fonctionnel :



Ensuite l'arborescence pourrait être représenté comme suit :



Enfin pour l'aperçu des contenus, nous avons le nécessaire pour rédiger les contenus. On distinguera différents niveaux intéressants à définir :

- Basse fidélité : à ce stade de brouillon, rien n'est figé et vous ne prendrez aucune esthétique en considération.
- Moyenne fidélité : à ce stade intermédiaire, les choix majeurs ont déjà été validés mais l'esthétique n'est pas encore définitive.
- Haute fidélité : à ce stade final, les maquettes ressemblent au pixel près à la version finale du produit.

Pour faire les maquettes, on peut utiliser des techniques comme :

- Le zoning

*Le zoning est une technique de maquettage basse fidélité qui permet d'organiser le contenu d'une page web en la divisant en différentes zones.*

- Le wireframing

*Un wireframing (ou maquette fil de fer en français) est une technique utilisée pour créer des versions basse/moyenne fidélité d'un livrable.*

1. Périmètre fonctionnel
  1. Front-office
  2. Back-office
2. Arborescence
3. Aperçu des contenus (maquettes)

## 6. Spécifications techniques

*Les spécifications techniques d'un cahier des charges sont une documentation des méthodes, procédés, et technologies sélectionnées pour faire face aux contraintes de réalisation du projet. Selon que vous avez un profil technique ou non, vous allez plus ou moins déléguer la rédaction de cette section aux techniciens, développeur.*

1. Choix technologiques
2. Domaine et hébergement
  1. Nom de domaine et hébergement
  2. Email

3. Accessibilité
  1. Type de navigateur
  2. Type d'appareil
4. Services tiers
5. Sécurité
6. Maintenance et évolution

## 7. Budget

# 3. Phase de conception

---

Dans cette phase de conception, le chef de projet va passer d'un producteur actif de livrables au centre de toutes les interactions à un accompagnateur, facilitateur et superviseur un peu plus en retrait mais toujours disponible. C'est la phase d'exécution du cahier des charges.

*Trouvez un équilibre entre laisser-faire et interventionnisme pour instaurer un climat de confiance propice au respect de qualité, de délais et de coûts du projet.*

Idéalement, l'équipe serait totalement autonome et suivrait le cahier des charges sans avoir besoin de l'aide du chef de projet. En effet, une équipe "parfaite" rendrait le chef de projet quasi inutile pendant les phases de conception et de production, mais plutôt concentré sur la relation avec le client. Bien que cela puisse sembler paradoxal ou contre-intuitif, c'est l'objectif à atteindre.

*Il est donc important de sensibiliser les membres de l'équipe au métier du chef de projet pour minimiser leur dépendance à son égard et leur permettre de comprendre la vision globale du projet.*

## 4. Phase de production

---

Il s'agit de la phase où l'équipe va produire le livrable. Le chef de projet va devoir s'assurer que le livrable est conforme au cahier des charges. Autrement dit, vos développeurs vont traduire les maquettes dans les langages de programmation.

Quelques points à surveiller :

- La gestion de la pression, du stress et des conflits Avec une détection du retard une semaine à l'avance, vous pouvez sereinement appeler un autre développeur en renfort. Avec une journée, vous n'avez plus vraiment le choix que de supplier votre développeur de faire des heures supplémentaires...
- Tester avant de livrer L'inconvénient majeur de la méthodologie en cascade pour la gestion de projet digital est la détection potentiellement tardive des erreurs. Pour compenser, intégrez donc des batteries de tests plus ou moins fréquents en fonction de la complexité et des risques techniques du projet.

## 5. Phase d'exploitation

---

Dans cette phase, l'attention doit être portée sur la satisfaction du client. Deux cas de figures se présentent à nous :

- Notre performance est supérieur aux attentes du client (satisfait)
- Notre performance est inférieur aux attentes du client (insatisfait)

Pour que le client s'assure par lui-même que le produit répond au besoin, on peut lui proposer une **recette fonctionnelle** :

1. Préparez-lui un cahier de recette, listant tous les tests à effectuer.
2. Donnez-lui un protocole de recette détaillant le processus de remontée d'anomalies.
3. Mettez-vous d'accord sur un planning de recette, période pendant laquelle il pourra faire remonter ces anomalies pour que celles-ci soient corrigées sans entraîner de surcoûts.

*Généralement, lors de la création d'un site web, les agences en profitent pour vendre **un contrat d'assistance et de maintenance du site**. Si c'est votre cas, même si vous clôturez le projet vous devrez toujours provisionner du temps pour cette maintenance sur toute la durée du contrat.*

*Après avoir travaillé avec et pour le client pendant un moment, vous êtes mieux placé que personne pour lui vendre d'autres services. Si vous identifiez une opportunité pour faire de la vente additionnelle, saisissez-la !*

## Faire le bilan en fin de projet

*Le bilan de projet est une étape importante pour le chef de projet. C'est l'occasion de faire le point sur les points forts et les points faibles de votre gestion de projet. C'est aussi l'occasion de faire le point sur les points forts et les points faibles de votre gestion de projet.*

Le moyen pour savoir si le projet a été mené de manière efficace est de comparer le budget prévisionnel avec le budget réel. Si le budget réel est supérieur au budget prévisionnel, c'est que le projet a été mal géré. Si le budget réel est inférieur au budget prévisionnel, c'est que le projet a été bien géré.

## Références et sources

---

- [OpenClassrooms - Gérer un projet digital](#)
- [Adobe Business](#)

Last updated on June 18, 2023

---

< Docker

La veille informatique >

Portefolio Dasek Joiakim