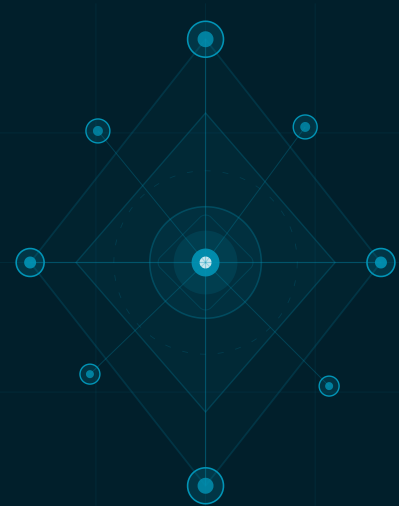


• GUIDE PDF – 11 PAGES – GRATUIT

7 questions à poser avant de lancer un projet digital pour votre PME



Clarifiez votre besoin, évaluez les propositions et évitez les erreurs qui font dériver les budgets — avant même de signer.

20+

ans d'expérience web

10

ans directeur technique (CTO)

150+

projets livrés en production

**Simon Janvier**

Développeur senior & architecte web
Cholet — Pays de la Loire

React · Node.js

Drupal · WordPress

SaaS · IA

« Les déraillements ne commencent presque jamais dans le code. Ils commencent avant — dans les premières conversations. »

Vingt ans de projets web, dont dix comme directeur technique d'un groupe de presse médical et médico-social. J'ai conduit des dizaines de projets — pour des PME, des éditeurs de logiciels, de grands comptes institutionnels. Et j'en ai vu dériver.

Pas à cause d'une mauvaise technologie. Pas à cause d'un prestataire incompetent. Mais parce que les bonnes questions n'avaient pas été posées au bon moment. Un besoin flou produit un devis flou. Un périmètre mal défini dérive. Des critères de succès absents empêchent toute évaluation sérieuse à la livraison.

Ces 7 questions sont celles que je pose systématiquement avant d'accepter un projet. Non pas pour compliquer le démarrage, mais parce qu'elles forcent la clarté là où l'ambiguïté coûte le plus cher — avant même de signer quoi que ce soit.

Prenez le temps d'y répondre avant votre prochain échange avec un prestataire. Une heure ici, c'est souvent des semaines économisées plus tard.

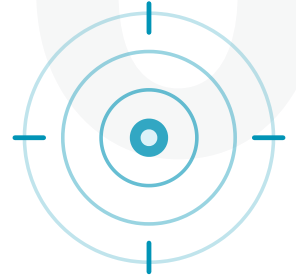
Simon Janvier

Développeur senior & architecte web
Cholet — Pays de la Loire

simonjanvier.com

01 QUESTION 1 SUR 7

Quel est le vrai problème que vous essayez de résoudre ?



Pas le symptôme. Le problème.

« On a besoin d'un nouveau site web » est un symptôme. Le problème est peut-être que vos prospects ne comprennent pas ce que vous faites, ou que votre site actuel ne génère aucun contact qualifié, ou qu'il donne une image décalée par rapport à la réalité de votre offre.

« On a besoin d'un outil pour gérer nos plannings » est un symptôme. Le problème est peut-être que vos planificateurs passent deux heures par jour à faire des copier-coller entre Excel et les emails des clients.

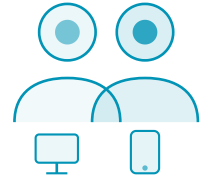
Poser la question du problème réel change radicalement le périmètre d'un projet — et parfois révèle qu'il y a une solution bien plus simple que celle envisagée initialement.

À RETENIR

Poser la question du problème réel peut réduire le périmètre du projet de moitié — ou révéler qu'une solution bien plus simple suffit. Ne partez jamais d'une solution, partez d'un problème.

02 QUESTION 2 SUR 7

Qui utilise cet outil ou ce site, et dans quel contexte ?



Ce n'est pas la même chose — et ça change tout.

Votre site vitrine est consulté par des dirigeants de 45 ans depuis leur bureau, ou par des acheteurs de 30 ans depuis leur téléphone dans un salon professionnel ? Ce n'est pas la même chose.

Votre application interne est utilisée par 3 personnes très à l'aise avec les outils numériques, ou par 40 techniciens de terrain qui n'ont pas l'habitude ? Ce n'est toujours pas la même chose.

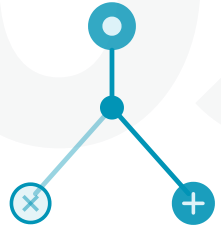
La réponse à cette question conditionne les choix d'ergonomie, de technologie, de compatibilité mobile, et parfois le mode de déploiement entier.

Connaître son utilisateur réel conditionne tout — ergonomie, technologie, compatibilité mobile. C'est le premier filtre de toutes les décisions de conception.

03

QUESTION 3 SUR 7

Que se passe-t-il si vous ne faites rien ?



C'est la question la plus inconfortable — et la plus révélatrice.

Si la réponse est « pas grand chose à court terme », le projet peut attendre. Si la réponse est « on perd 15 heures par semaine en saisie manuelle », le ROI du projet se calcule différemment.

Cette question aide aussi à prioriser : si vous avez plusieurs projets en tête, celui dont le statu quo coûte le plus cher est généralement le plus urgent.

Elle permet aussi de détecter les projets qui relèvent davantage du confort que de la nécessité — une information précieuse pour allouer intelligemment son budget digital.

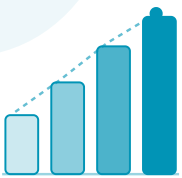
À RETENIR

Estimez le coût du statu quo — en heures perdues, en opportunités manquées, en risques accumulés. C'est le vrai critère de priorisation entre plusieurs projets concurrents.

04

QUESTION 4 SUR 7

Comment mesurerez-vous le succès dans 12 mois ?



Un projet sans critère de succès défini en amont est un projet sans possibilité d'évaluation sérieuse.

« Un site qui donne une meilleure image » n'est pas mesurable. « Un site qui génère 5 demandes de contact qualifiées par mois dans les 6 premiers mois » l'est.

« Un outil qui simplifie nos processus » n'est pas mesurable. « Un outil qui réduit le temps de traitement d'une commande de 45 à 10 minutes » l'est.

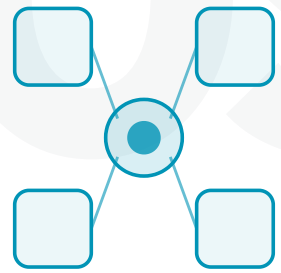
Ces métriques guident les décisions de conception — et permettent de rejeter les fonctionnalités qui ne contribuent pas à l'objectif.

À RETENIR

Définissez au moins une métrique de succès mesurable avant le premier devis. Sans elle, impossible d'évaluer le projet — ni de rejeter les fonctionnalités qui n'y contribuent pas.

05 QUESTION 5 SUR 7

Quelles sont vos contraintes et dépendances techniques existantes ?



Ce que vous avez déjà conditionne ce que vous pouvez construire.

Avez-vous un logiciel de gestion que le nouvel outil doit alimenter ou lire ? Un CRM, un ERP, une plateforme de facturation ?

Votre équipe IT impose-t-elle des contraintes d'hébergement ou de sécurité ?

Un prestataire qui ne pose pas cette question dans les premières minutes est soit inexpérimenté, soit indifférent aux problèmes d'intégration qui surgiront au moment du déploiement.

Les intégrations sont souvent invisibles dans les maquettes — et pourtant, elles représentent fréquemment 30 à 40 % du budget réel d'un projet applicatif.

À RETENIR

Listez tous les logiciels que le projet devra connecter ou remplacer. Les problèmes d'intégration se détectent — et se prévoient — dès le premier échange, pas au moment du déploiement.

06

QUESTION 6 SUR 7

Quel est votre niveau d'implication disponible ?



Un projet externalisé n'est pas un projet délégué à 100 %.

Un projet digital, même entièrement externalisé, demande du temps côté client : valider les maquettes, tester les fonctionnalités, fournir les contenus, arbitrer les priorités.

Sous-estimer cette implication est l'une des causes les plus fréquentes de délais. Non pas parce que le prestataire a pris du retard, mais parce que les retours client ont tardé de semaine en semaine.

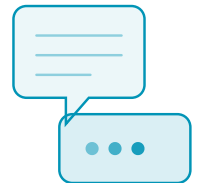
Soyez honnête sur votre disponibilité réelle — cela permettra de caler un planning réaliste dès le départ, et d'éviter les frustrations des deux côtés.

Estimez le temps que vous pourrez consacrer aux validations. Un projet bien piloté côté client avance deux fois plus vite.

07

QUESTION 7 SUR 7

Avez-vous déjà un prestataire, et pourquoi sollicitez-vous plusieurs propositions ?



Cette question n'a pas de mauvaise réponse. Mais sa réponse oriente la conversation.

Si vous avez un prestataire actuel et que vous le consultez en parallèle, dites-le. Cela permet d'adapter le niveau de détail de la proposition et d'identifier ce que le prestataire actuel ne fait pas.

Si vous n'avez jamais travaillé avec un prestataire digital, cela conditionne aussi la nature de l'accompagnement nécessaire — le niveau de guidage, la pédagogie, la fréquence des échanges.

La transparence sur ce point produit des propositions plus précises, mieux ciblées sur votre situation réelle.

À RETENIR

Soyez transparent sur votre démarche de consultation. C'est l'un des gestes les plus simples pour obtenir des propositions de qualité — et un signal fort sur votre sérieux en tant que client.

Ce qu'il faut retenir.

Un dirigeant qui arrive au premier échange avec ces réponses obtient systématiquement une proposition plus précise, plus réaliste et plus utile.

- 01 Partez du problème, pas de la solution.** Le symptôme exprimé masque souvent un besoin plus simple — ou plus profond.
- 02 Décrivez votre utilisateur réel :** qui il est, d'où il accède, dans quel contexte.
- 03 Estimez le coût du statu quo.** C'est le seul critère de priorisation objectif entre projets concurrents.
- 04 Définissez au moins une métrique de succès mesurable** avant le premier devis.
- 05 Listez vos logiciels existants à connecter.** Les intégrations sont invisibles dans les maquettes, pas dans les budgets.
- 06 Estimez honnêtement votre disponibilité.** Vos retours pilotent le rythme du projet.
- 07 Soyez transparent sur votre démarche.** Cela améliore la qualité de toutes les propositions reçues.

AVANT VOTRE PROCHAIN RENDEZ-VOUS — 3 ASTUCES PRATIQUES

- **Mettez vos réponses par écrit** avant le premier échange. Vous obtiendrez une proposition deux fois plus précise.
- **Si une réponse vous échappe, c'est un signal :** le projet n'est peut-être pas encore assez mûr pour être chiffré.
- **Un bon prestataire vous posera lui-même certaines de ces questions.** C'est l'un des meilleurs indicateurs de sérieux.

CE GUIDE VOUS A ÉTÉ UTILE ?

Votre projet mérite un premier échange structuré.

30 minutes pour évaluer ensemble si je suis la bonne personne pour vous aider — sans présentation commerciale, sans engagement.

- Comment distinguer le vrai besoin du symptôme visible
- Les 3 questions qu'un bon prestataire doit vous poser
- Comment évaluer une proposition technique sans être expert
- Ce qui doit être cadré avant tout chiffrage
- Les 3 erreurs de cadrage qui font exploser les budgets

Démarrer la conversation →

simonjanvier.com/contact
simon@simonjanvier.com