

IDENTIFIER LA VRAIE DEMANDE

Pourquoi ce projet existe-t-il ?

Invitez direction, responsables métier et utilisateurs. Chaque réponse doit éclairer une décision, pas décrire un logiciel.

01 Contexte et enjeux

Ce qui justifie un changement maintenant

1. Quel problème de relation client voulons-nous résoudre en priorité ?

2. Qu'est-ce qui a déclenché le projet aujourd'hui ?

3. Quels objectifs de croissance ou de fidélisation sont concernés ?

4. Quelles conséquences concrètes aurions-nous si nous ne changions rien ?

5. Quelles activités ne doivent surtout pas être perturbées ?

02 Processus actuels

Décrire le travail réel, y compris ses détours

1. Comment un prospect devient-il un client, puis un client fidèle ?

2. Où perdons-nous du temps, de l'information ou des opportunités ?

3. Quels outils et fichiers coexistent avec notre système principal ?

4. Quelles décisions ou transmissions restent manuelles ?

5. Quels parcours atypiques devons-nous absolument préserver ?

RENDRE LE TRAVAIL ET LES DONNÉES VISIBLES

Qui utilisera le CRM, avec quelles données ?

Interrogez les futurs utilisateurs et le responsable des données. Évitez les réponses génériques.

03 Utilisateurs et rôles

L'usage avant la liste de fonctionnalités

1. Qui utilisera le CRM chaque semaine et dans quel but ?

2. Combien d'utilisateurs sont concernés par équipe ou par site ?

3. Qui décide, qui valide, qui exploite les rapports ?

4. Qui administrera le CRM après le lancement ?

5. Quelles actions quotidiennes doivent devenir plus simples ?

04 Données et reprise

Préserver la mémoire sans importer le désordre

1. Quelles données doivent être disponibles dès le premier jour ?

2. Dans quels outils et formats se trouvent-elles aujourd'hui ?

3. Quels volumes, doublons et données obsolètes anticipons-nous ?

4. Qui validera la qualité, les droits et les règles de conservation ?

5. Quels historiques devront rester accessibles sans être réimportés ?

PROTÉGER LA FAISABILITÉ

Quelles sont nos contraintes non négociables ?

Faites participer la DSI, la finance et le responsable de projet. Demandez des preuves de faisabilité, pas des intentions.

05 Contraintes techniques

Décrire les flux et les responsabilités

1. Quels systèmes doivent échanger des données avec le CRM (ERP, mail...) ?

2. Dans quel sens et à quelle fréquence circuleront ces données ?

3. Quelles exigences RGPD, sécurité et hébergement s'imposent ?

4. Qu'attendons-nous pour les sauvegardes, la réversibilité et le support ?

5. Quelles dépendances techniques peuvent retarder le projet ?

06 Budget et calendrier

Nommer les ressources et les arbitrages

1. Quel budget global pouvons-nous affecter aux licences et services ?

2. Quelles dépenses de migration, formation et intégration sont prévues ?

3. Quelle échéance est imposée, et par quel événement ?

4. Qui est le responsable du projet et combien de temps peut-il y consacrer ?

5. Quels jalons doivent être validés avant toute mise en production ?

DÉFINIR LES PREUVES DE RÉUSSITE

Comment décider de la suite ?

Un bon cahier des charges CRM fixe les critères de décision avant la présentation des éditeurs.

07 Critères de succès

Se mettre d'accord sur ce qui fera foi dans six mois

1. Quels résultats métier devront être visibles six mois après le lancement ?

2. Quels indicateurs mesurerons-nous avant et après le changement ?

3. Comment saurons-nous que les utilisateurs ont adopté le nouveau fonctionnement ?

4. Quelles erreurs, pertes de données ou retards seraient inacceptables ?

5. Qui arbitrera un désaccord entre métiers, informatique et direction ?

LES DÉCISIONS À PRENDRE EN SORTIE DE RÉUNION

Formulez trois engagements vérifiables. Le modèle complet viendra ensuite.

Décision 1 :

Responsable :

Date :

Décision 2 :

Responsable :

Date :

Décision 3 :

Responsable :

Date :

PROCHAINE ÉTAPE

Transformer les décisions en exigences testables dans le cahier des charges CRM.