

M2 TIW – Module Projet

Le recueil du besoin & La proposition commerciale

DANIELA TSAMALAX MOKELO



AGENDA

Introduction

Présentation du module Projet

Projet: quelques rappels

Le Recueil des besoins

La proposition commerciale

Exercice pour le 03/10/2018



AGENDA

Introduction

Présentation du module Projet

Projet: quelques rappels

Le Recueil des besoins

La proposition commerciale

Exercice pour le 03/10/2018

Qui suis-je?



Prénom : Daniela

Nom: TSAMALAX MOKELO

Profession: Chef de projet informatique

Nombre d'années d'expérience: 9 ans

Entreprise actuelle: Sopra Steria (depuis 4 ans)

Entreprises précédentes:

- Cabinet IENA (3 mois)
- Capgemini (5 ans)
- Groupe Open (1 an)

Parcours professionnel:

- Je suis chef de projet depuis 2010
- J'ai commencé ma carrière en tant que développeuse Java/.Net

Formation scolaire:

- J'ai effectué l'ensemble de mes études informatiques à l'UCBL
- J'ai commencé par un DUT informatique à l'IUT A
- J'ai ensuite effectué un master MIAGE au bâtiment Nautibus ☺

Hobbies:

- Je travaille en tant que bénévole dans une association
- Une de nos activités est l'aide à l'insertion professionnelle



AGENDA

Introduction

Présentation du module Projet

Projet: quelques rappels

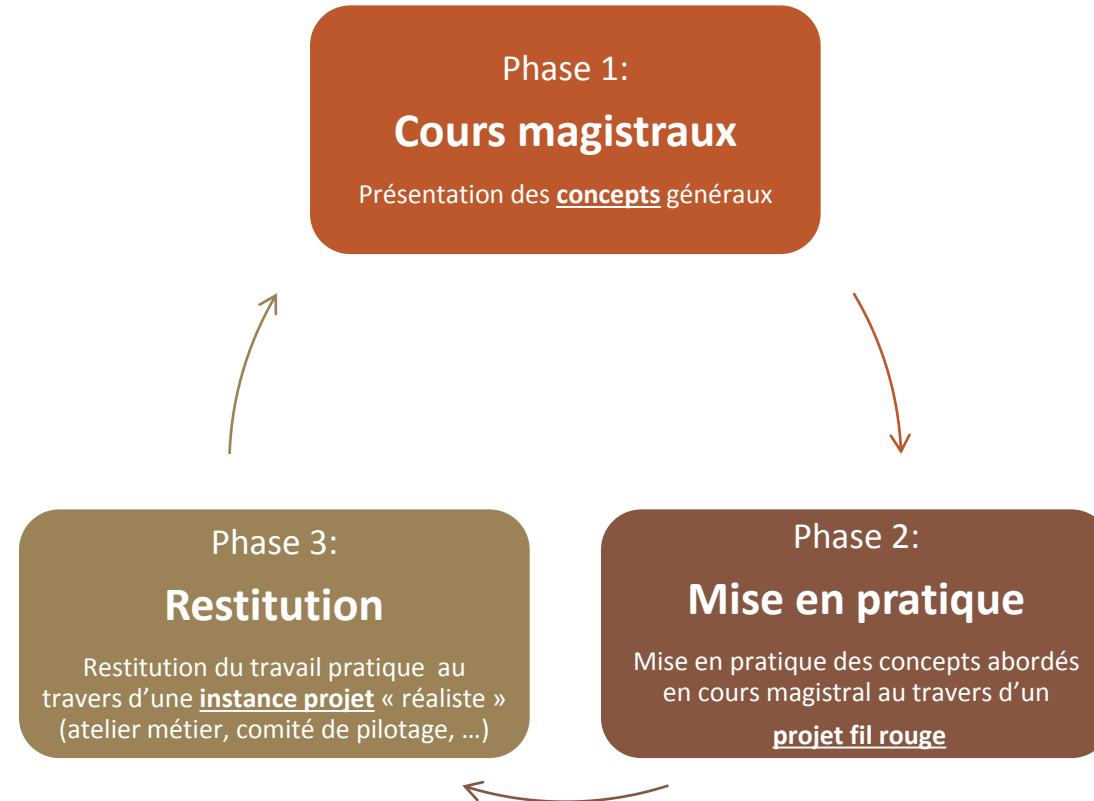
Le Recueil des besoins

La proposition commerciale

Exercice pour le 03/10/2018

Module Projet

Déclinaison en plusieurs cycles de 3 phases



Module Projet

Les parties prenantes



MOA

Qui?

Les enseignants

Mission?

Emettre le besoin et réceptionner le produit final

AMOA

Qui ?

Responsable de formation (R. Thion) +
Consultante (D. Tsamalax)

Missions?

1. Assurer le suivi de projet en délégation des enseignants
2. Préparer et participer aux instances projet
3. Donner du feedback aux étudiants suite aux instances projet

FOURNISSEURS

Qui?

Les étudiants

Mission?

Développer, recetter, déployer et livrer une application qui réponde au besoin émis par la MOA

Module Projet

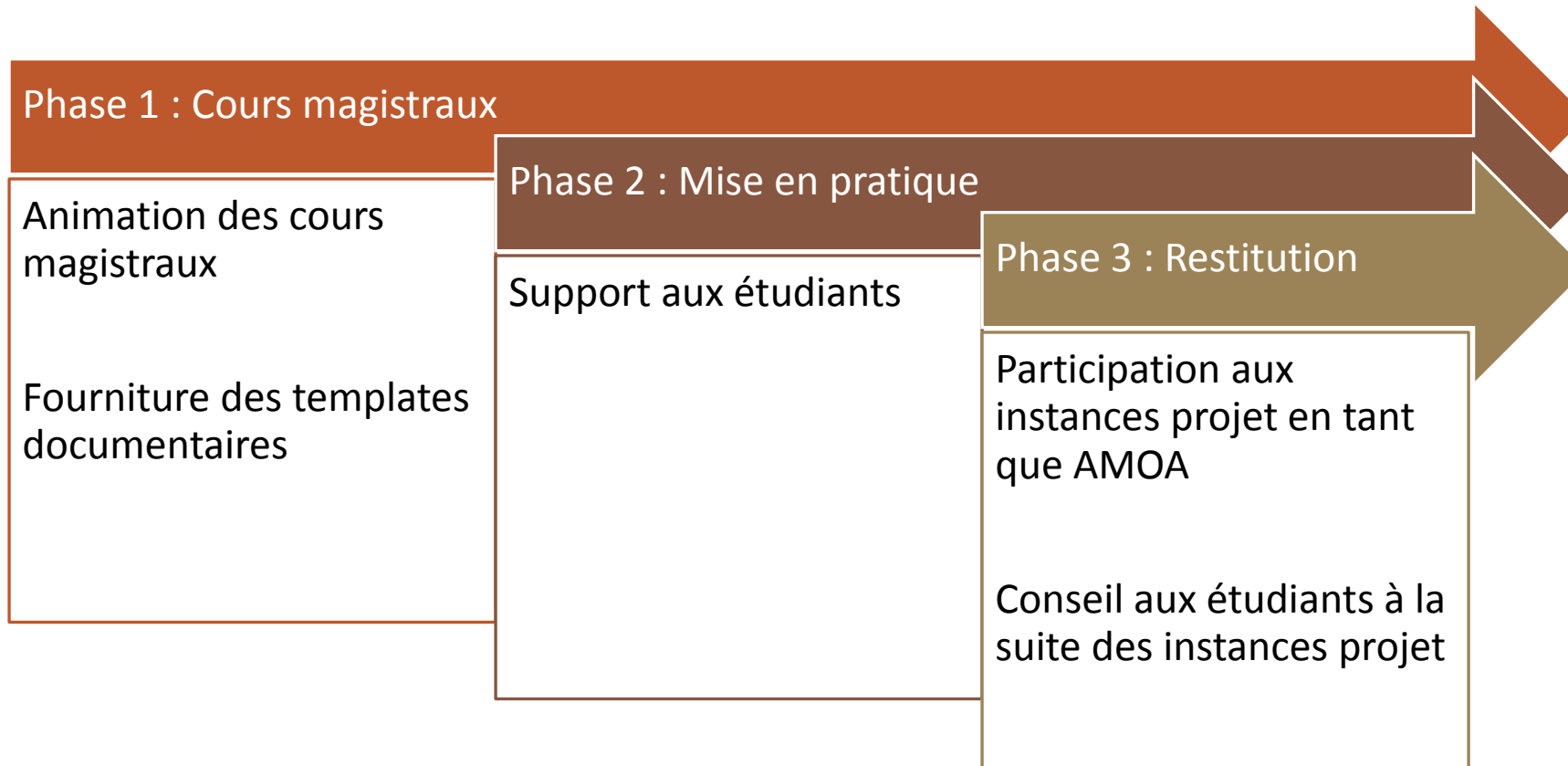
Synthèse



	Phase 1: cours magistral	Phase 2: Mise en pratique par les étudiants	Phase 3: Restitution en Instance projet et livrable associé
Recueil du besoin métier	<ul style="list-style-type: none"> Préparer et animer un atelier Rédiger un compte-rendu d'atelier 		<ul style="list-style-type: none"> Rencontre avec les différents porteurs de projet pour recueillir leurs besoins Rédaction du compte-rendu
Elaboration proposition	<ul style="list-style-type: none"> Les différents types d'engagement Constituer une équipe Élaborer un planning Préparer la soutenance de la proposition 	<ul style="list-style-type: none"> Préparation d'une offre répondant aux besoins émis durant les ateliers 	<ul style="list-style-type: none"> Soutenance de la proposition devant l'équipe AMOA
Développement et testing	<ul style="list-style-type: none"> Les tests unitaires Les tests de qualification Les tests de recette Préparer et animer un comité de recette 	<ul style="list-style-type: none"> Implémentation des tests unitaires durant le développement du projet Rédaction des scénarios de qualification en début de projet Exécution des tests de qualification en fin de projet (tests croisés entre les équipes) Elaboration du support de comité de recette 	<ul style="list-style-type: none"> Tenue d'un ou plusieurs comités de recette (~30 min) A l'issue de la séance, debriefing et conseils de la part de l'AMOA (~30 min)
Donner de la visibilité à son client	<ul style="list-style-type: none"> Préparer et animer un comité de pilotage Rédiger un compte-rendu de comité de pilotage 	<ul style="list-style-type: none"> Elaboration du support de comité de pilotage 	<ul style="list-style-type: none"> Tenue d'un ou plusieurs comités de pilotage (~30 min) A l'issue de la séance, debriefing et conseils de la part de l'AMOA (~30 min)
Déploiement et l'après projet	<ul style="list-style-type: none"> Préparer son déploiement Assistance post déploiement et garantie utilisateurs La maintenance 	<ul style="list-style-type: none"> Déploiement en environnement de production Production du manuel d'exploitation Préparation d'un support de formation 	<ul style="list-style-type: none"> Atelier de formation des utilisateurs Manuel utilisateur Manuel d'exploitation

Module Projet

Mes missions





AGENDA

Introduction

Présentation du module Projet

Projet: quelques rappels

Le Recueil des besoins

La proposition commerciale

Exercice pour le 03/10/2018

Projet

Quelques rappels



Un projet est un ensemble d'actions à réaliser pour atteindre un objectif

Un projet vise à satisfaire un besoin

Un projet implique différentes parties prenantes

- Les utilisateurs finaux : ceux qui utiliseront le logiciel
- La MOA: ceux qui font le lien entre les équipe métier (utilisateurs finaux) et les équipes informatiques
- L'AMOA: accompagne et/ou se substitue à la MOA afin de lui faire bénéficier de son expertise en informatique
- Le fournisseurs: ceux qui vont réaliser le logiciel
- L'exploitant: ceux qui vont installer le logiciel sur les environnements client et s'assurer qu'il tourne sans problème
- Les sponsors: personnes désireuses de voir le projet aboutir
- Le commanditaire : celui qui paie le logiciel

Projet

Quelques rappels



Besoin

- Problématique à résoudre
- Exemple: Le délai entre la publication des résultats aux examens et la mise à disposition de l'attestation de réussite va de 2 semaines à 2 mois. Cela retarde d'autant les recherches d'emploi des étudiants.



Objectif

- Solution que l'outil informatique va apporter pour résoudre la problématique
- Exemple: Permettre aux étudiants d'obtenir une attestation de réussite dès la publication des résultats via leur compte étudiant



Enjeu

- Bénéfices/pertes liées au succès ou à l'échec du projet
- Chaque partie prenante a un enjeu qui lui est propre.
- Il arrive que des parties prenantes aient des enjeux contraires.
- Exemple:
 - Etudiants: trouver un emploi plus rapidement
 - Université: Faciliter l'insertion professionnelle des étudiants + être plus attractif pour les étudiants

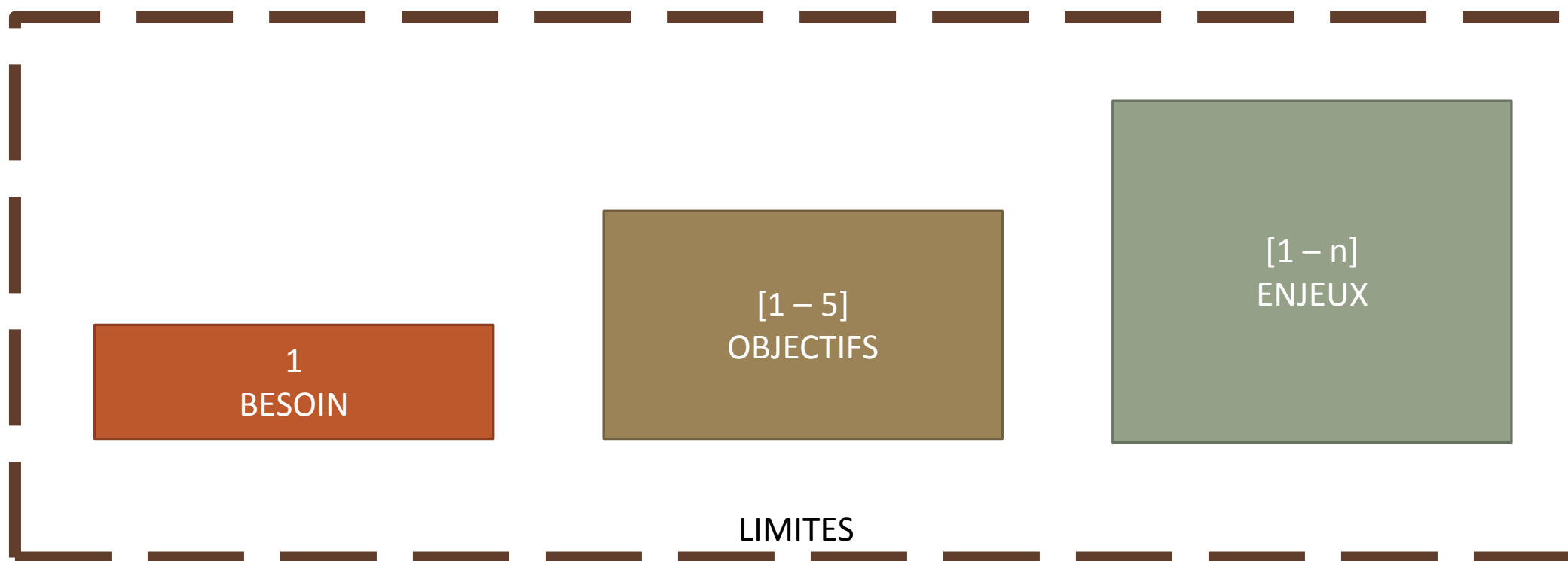


Limites

- Bornes/contraintes fixées au projet
- Exemple:
 - Le logiciel doit être disponible d'ici la fin de l'année scolaire (10 mois) pour pouvoir être utilisé par la nouvelle promo
 - Le budget ne doit pas dépasser 50K€ sinon il est nécessaire de passer en commission de validation

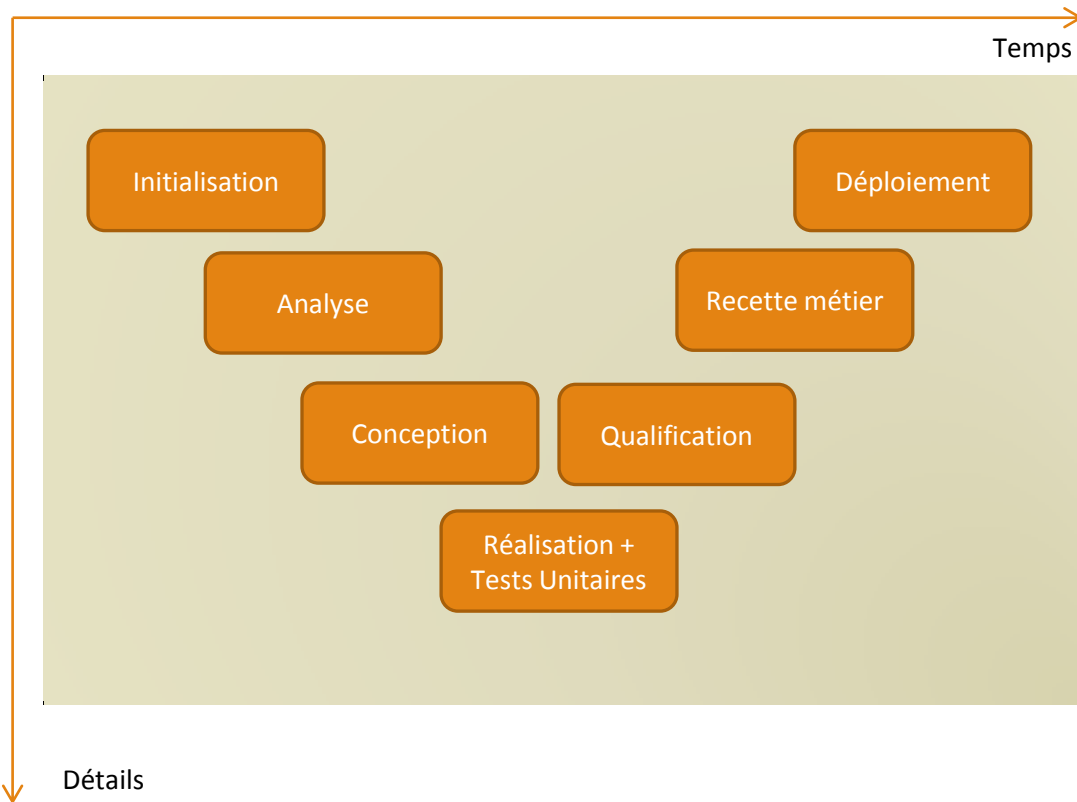
Projet

Besoin, objectif et enjeu



Projet

Quelques rappels: les différentes phases d'un projet



Phase	Description
Initialisation	Lancement du projet
Analyse	Recueil du besoin auprès des utilisateurs: Quelles sont les problématiques à résoudre ? En quoi la nouvelle application va améliorer les choses ?
Conception	Description technique et fonctionnelle de la solution qui va être mise en œuvre par le fournisseur pour répondre au besoin métier
Réalisation + tests unitaires	Développement et tests unitaires du code (niveau fonction)
Qualification	Tests de l'application : vérifier que les enchaînements des actions se passent correctement (niveau écran / batch)
Recette métier	Tests de la solution dans son ensemble, validation des scénarios utilisateurs

Projet - Exercice



Exercice 1: lire le texte puis identifier besoin, parties prenantes, objectifs, limites et enjeux

La société *Vive L'Avion* est spécialisée dans le transport aérien long courrier. Chaque année elle transporte plus de 60 millions de passagers.

Auparavant 1^{ère} compagnie mondiale, *Vive l'avion* n'a cessé de perdre des parts de marché pour être aujourd'hui 11^{ème} compagnie mondiale.

Afin de retrouver sa place de leader mondial, *Vive l'avion* doit s'adapter aux nouvelles habitudes des clients notamment leurs demandes en services numériques.

En matière de digitalisation, l'entreprise *Vive l'Avion* part de très loin. En effet, pour tous ses concurrents, 90% des réservations se font en ligne quand pour eux cela ne concerne que 50%. L'absence d'application proposant des services personnalisés ne leur permet pas d'augmenter le prix moyen dépensé par un voyageur. Leur mauvais positionnement sur les moteurs de recherche les prive d'un chiffre d'affaire précieux. Enfin, leur absence totale des réseaux sociaux, les empêche de toucher la clientèle jeune qui voyage souvent par opportunisme.

Face à ce constat, Herbert Luft, le DAF du groupe, a décidé de lancer un vaste programme de digitalisation de l'entreprise. Ce programme comporte 3 volets:

1. refonte du site internet pour le mettre au goût du jour (un site responsive)
2. s'équiper d'une application mobile
3. exister sur les réseaux sociaux

M. Herbert Luft a fixé les limites suivantes: le nouveau site ainsi que l'appli mobile doivent être disponibles d'ici le début de la haute saison soit début avril 2019. En terme de budget, l'enveloppe allouée à ce programme est de 2,5 M€

Pour mettre en place son nouveau logiciel, M. Luft a fait appel à une ESN de renommée internationale: EasySoft. Il a par ailleurs nommé son directeur commercial Thomas Sales directeur du programme en interne. Comme Thomas Sale n'est pas à l'aise avec l'informatique et les nouvelles technologies, il a nommé son adjoint, Thibault Mercier, directeur de programme adjoint. Thibault a toute latitude pour le projet.

Pour constituer son équipe, Thibault Mercier s'est entouré de Nancy Custom, responsable du service clients, Annie Lacroix, responsable informatique et un nouvel embauché, Tony People qui occupe le poste de community manager.

Thibault Mercier est très désireux de voir le projet aboutir. En effet, il nourrit l'ambition secrète d'être nommé directeur commercial et espère donc que ce projet va montrer l'étendue de son talent. En tant que responsable informatique, Annie Lacroix aussi souhaite voir le projet réussir. Avec un tel projet, l'informatique sera mise au centre de l'entreprise. Elle espère donc que sa contribution sera enfin reconnue.

Au final, tout le monde dans l'entreprise se réjouit de ce projet. Tout le monde sauf le personnel commercial. En effet, ceux-ci redoutent qu'avec le développement de la vente en ligne et du check-in automatique, des suppressions de poste aient lieu. La direction a bien assuré qu'il n'y aurait aucune suppression de poste mais cela ne parvient pas à les convaincre.

Projet

Exercice 1: corrigé



Besoin	<ul style="list-style-type: none">• S'adapter aux nouvelles habitudes / exigences des clients
Objectif(s)	<ul style="list-style-type: none">• Développer des services digitaux• Augmenter la présence sur les réseaux sociaux
Parties prenantes	<ul style="list-style-type: none">• Herbert Luft: DAF, commanditaire du logiciel• Thomas Sales : directeur commercial / directeur du programme en interne• Thibault Mercier: directeur commercial adjoint / directeur de programme adjoint• EasySoft : prestataire de service• Nancy Custom: responsable du service clients,• Annie Lacroix: responsable informatique• Tony People : community manager
Enjeux	<ul style="list-style-type: none">• Redevenir n°1 mondial (Herbert Luft)• Devenir directeur commercial (Thibault Mercier)• Être reconnue (Annie Lacroix)• Plan social (Personnel de vente)
Limites	<ul style="list-style-type: none">• Durée du projet = 9 mois• Budget = 2 000 000€



AGENDA

Introduction

Présentation du module Projet

Projet: quelques rappels

Le Recueil des besoins

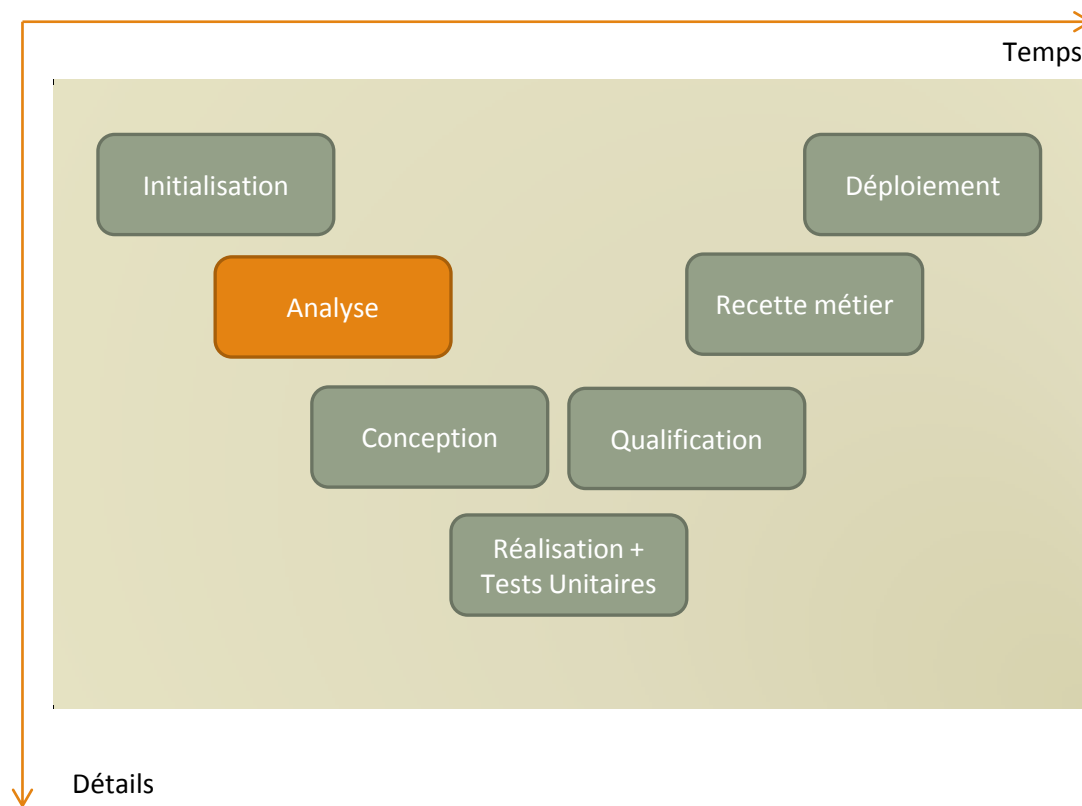
La proposition commerciale

Exercice pour le 03/10/2018



Recueil du besoin

Quelques rappels: les différentes phases d'un projet



Le recueil du besoin est une étape de la phase d'analyse.

Le recueil du besoin consiste à collecter toutes les informations nécessaires à la bonne compréhension du contexte utilisateurs, ses problématiques, ses exigences et ses contraintes

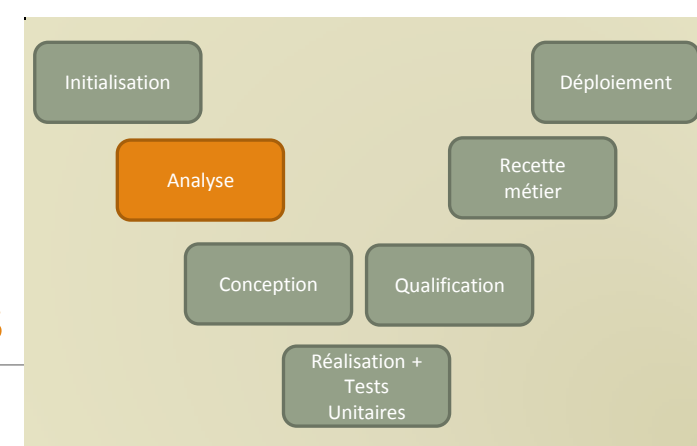
Le plus souvent le besoin utilisateur est recueilli dans des séances de travail appelées 'atelier'

Une des méthodes couramment utilisées pour recueillir le besoin est la méthode QQOQCCP

La méthode QQOQCCP est également utilisée pour identifier et/ou définir les exigences liées à la solution cible

Recueil du besoin

Méthode QQQQCCP: cerner le besoin au travers de 7 questions ciblées

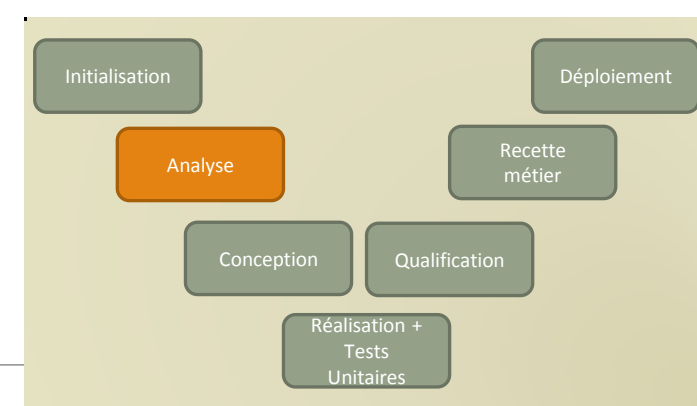


QQQQCCP	Description	Questions à se poser	Cibles
Quoi ?	Description de la problématique, de la tâche, de l'activité	De quoi s'agit-il ? Que s'est-il passé ? Qu'observe-t-on ?	Objet, actions, procédés, phase, opération, machine...
Qui ?	Description des personnes concernées, des parties prenantes, des intervenants	Qui est concerné ? Qui a détecté le problème ?	Personnel, clients, fournisseur...
Où ?	Description des lieux	Où cela s'est-il produit ? Où cela se passe-t-il ? Sur quel poste? Quelle machine ?	Lieux, atelier, poste, machines...
Quand ?	Description du moment, de la durée, de la fréquence	Quel moment ? Combien de fois par cycle ? Depuis quand ?	Mois, jour, heure, durée, fréquence, planning, délais...
Comment ?	Description des méthodes, des modes opératoires, des manières	De quelle manière ? Dans quelles circonstances ?	Moyens, fournitures, procédures, mode opératoire...
Combien ?	Description des moyens, du matériel, des équipements	Quel coût ? Quels moyens ? Quelles ressources ?	Budget, pertes, nombre de ressources...
Pourquoi ?	Description des raisons, des causes, des objectifs	Dans quel but ? Quelle finalité ?	Action correctives, préventives, former, atteindre les objectifs...

Source : <http://www.qualiblog.fr/outils-et-methodes/methode-qqqqccp-outil-analyse-simple-et-performant/>

Comprendre le contexte client

Exercice 2: lire le texte puis dérouler la méthode QQQQCCP



Chaque année, le mois d'avril marque le début de la haute saison pour les compagnies aériennes. En effet, d'Avril à Septembre, plus de 350 millions de réservations ont lieu pour un chiffre d'affaires (CA) de plusieurs milliards d'euros. Sur ces 350 millions de réservations, 75% se font via internet.

Bien que le marché du trafic aérien soit en croissance de 5% chaque année, le CA de *Vive l'Avion* diminue chaque année de 5%.

Cette décroissance s'explique principalement par l'incapacité de *Vive l'Avion* à capter le flux des internautes.

En effet, lorsqu'il désire effectuer un voyage, un internaute lance une recherche dans un moteur de recherche et cette recherche va le conduire sur un comparateur de prix. L'internaute pourra alors sélectionner la compagnie de son choix selon plusieurs critères (prix, évaluation client, sécurité, ...).

Les statistiques démontrent que *Vive l'Avion* ne remonte que dans 20% des recherches effectuées sur comparateurs de prix.

De plus, à prix équivalent, le client aura tendance à privilégier la compagnie ayant les meilleurs commentaires clients.

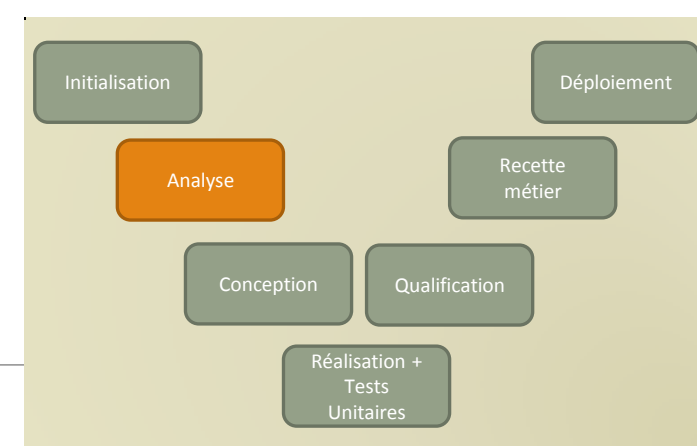
Or, sur cet aspect, *Vive l'Avion* est complètement dépassé puisque le site de la compagnie ne permet pas aux clients d'évaluer la compagnie. En outre, son absence des réseaux sociaux rendent la compagnie complètement inexistante aux yeux des clients (et donc suspecte).

Ainsi, bien que dans 75% des cas où *Vive l'Avion* ressort dans une recherche, la compagnie est dans le top 3 des prix les moins élevés, la compagnie ne capte que 35% des clics.

Enfin, les statistiques ont démontré que 30% des clients qui commencent une transaction d'achat sur le site Internet de *Vive l'Avion* ne l'achèvent pas à cause notamment de la lenteur du site et de son design incompatible smartphone.

Comprendre le contexte client

Exercice 2: corrigé

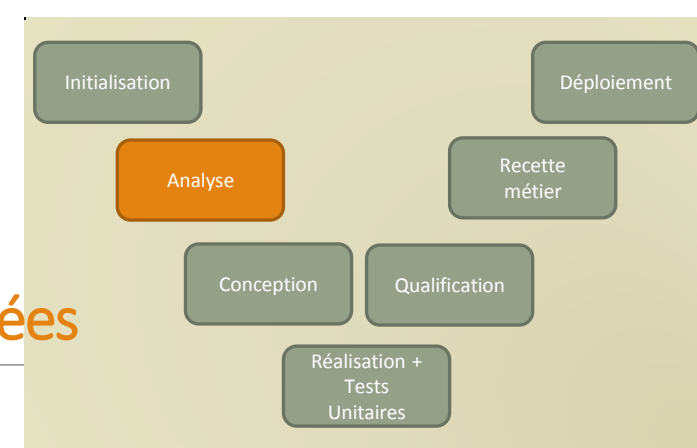


	Comment ?	Combien ?	Pourquoi ?
Qui ?	Le voyageur recherche un billet d'avion sur Internet	$350\,000\,000 * 75\% = \mathbf{281\,250\,000}$	-
	L'internaute ne sélectionne pas <i>Vive l'Avion</i>	$281\,250\,000 * 20\% * 65\% = 36\,562\,500$	<ul style="list-style-type: none"> La compagnie n'inspire pas confiance
	Le client abandonne la transaction	$36\,562\,500 * 30\% = 10\,968\,750$	<ul style="list-style-type: none"> Lenteur du site Site non optimisé pour les smartphones
Quoi ?	<i>Vive l'avion</i> est proposé par le comparateur de prix	Dans 20% des cas soient : $281\,250\,000 * 20\% = 56\,250\,000$	Mauvais référencement ?
Où ?	Internet	-	-
Quand ?	De Avril à Septembre	-	Printemps - Eté

Au final, *Vive l'Avion* n'enregistre que 25 593 750 réservations soient 9,1% de parts de marché

Recueil du besoin

Méthode QQQCCP: Caractériser la solution au travers de 7 questions ciblées



QQQCCP	Description
Quoi ?	<ul style="list-style-type: none">• Quels sont les objectifs à atteindre ? (réponse aux 'pourquoi' de l'analyse du contexte)
Qui ?	<ul style="list-style-type: none">• Qui sont les utilisateurs cible ? Que vont-ils faire avec l'application ?• Qui sont les parties prenantes du projet, leurs rôles et leurs responsabilités ?
Où ?	<ul style="list-style-type: none">• Où sera située la solution• Depuis où sera-t-elle utilisée
Quand ?	<ul style="list-style-type: none">• Quand le projet doit-il être terminé ?
Comment ?	<ul style="list-style-type: none">• Quel(s) processus vont être mis en œuvre ?
Combien ?	<ul style="list-style-type: none">• Quel est le budget ?
Pourquoi ?	<ul style="list-style-type: none">• Quel est la problématique à résoudre ?

Recueil du besoin

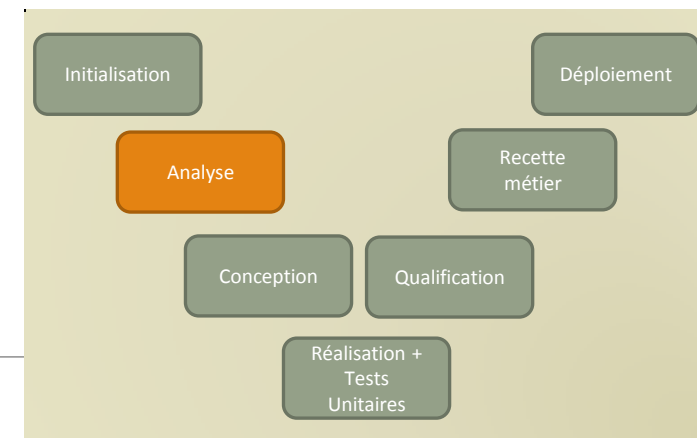
Exercice 3: proposer une solution à l'aide des slides 20 et 21

Thibault Mercier a une idée très précise de la solution qu'il veut voir mettre en œuvre.

Pour lui, la priorité n°1, c'est de capter les jeunes voyageurs, ceux qui font le buzz sur internet et participent à l'image d'entreprise.

Pour cela, il veut qu'on mette le paquet sur le site responsive.

A cause des pertes auxquelles la compagnie a dû faire face ces dernières années, investir dans de nouvelles infrastructures réseau et sécurité représente un investissement que Vive l'Avion ne peut se permettre. Aussi, Thibault aimerait que EasySoft lui propose une solution à moindre coût mais qui permette une navigation rapide et sécurisée.

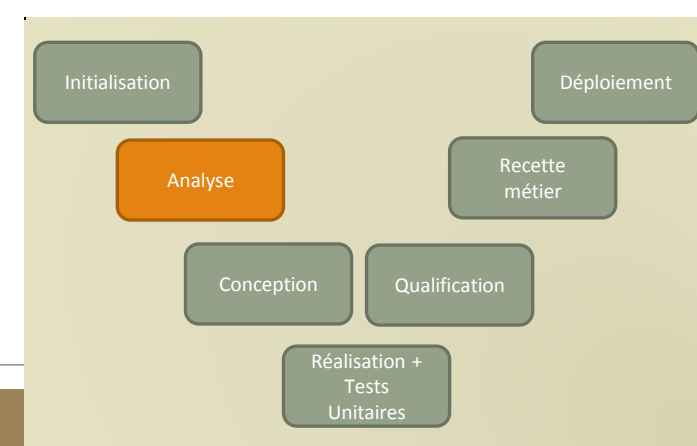


Avec la nouvelle stratégie digitale, M. Luft veut atteindre 18% de parts de marché en 5 ans.

Pour cela, il compte sur le développement de la marque auprès de la clientèle professionnelle. Pour cette clientèle, il souhaite voir mis en œuvre une application dédiée, un peu à l'image de ce qu'a fait la SNCF. Cette appli permettrait de réserver, échanger en quelques clics. Le client pourrait avoir accès facilement à son compte fidélité et la compagnie pourrait lui envoyer des offres personnalisées.

Recueil du besoin

Exercice 3: corrigé



	Comment ?	Combien ?	Pourquoi ?
Qui ?	<ul style="list-style-type: none"> • La clientèle pro utilise l'appli mobile • La clientèle jeune utilise le site responsive 	<ul style="list-style-type: none"> • 18% de parts de marché 	<ul style="list-style-type: none"> • Clients régulier • Les jeunes promeuvent la compagnie sur internet
Quoi ?	<ul style="list-style-type: none"> • Optimisation référencement • Utilisation du SaaS 	<ul style="list-style-type: none"> • - 	<ul style="list-style-type: none"> • Moins cher
Où ?	<ul style="list-style-type: none"> • Sur internet • N'importe où 	<ul style="list-style-type: none"> • - 	<ul style="list-style-type: none"> • -
Quand ?	<ul style="list-style-type: none"> • N'importe quand 	<ul style="list-style-type: none"> • - 	<ul style="list-style-type: none"> • -

Recueil du besoin

Atelier

Qu'est-ce que c'est ?

- Réunion de travail permettant de d'échanger avec le client pour comprendre le besoin
- À partir de 2 participants

Participants

- Les « sachant »: ceux qui ont une connaissance métier
- La MOA : ceux qui suivent le budget
- Les techniques: ceux qui vont réaliser le projet

Objectifs

- Recueillir un maximum d'informations: processus métier, contraintes réglementaires, contraintes techniques, volumétrie de données, ...
- Faire connaissance avec les parties prenantes

Nombre d'ateliers

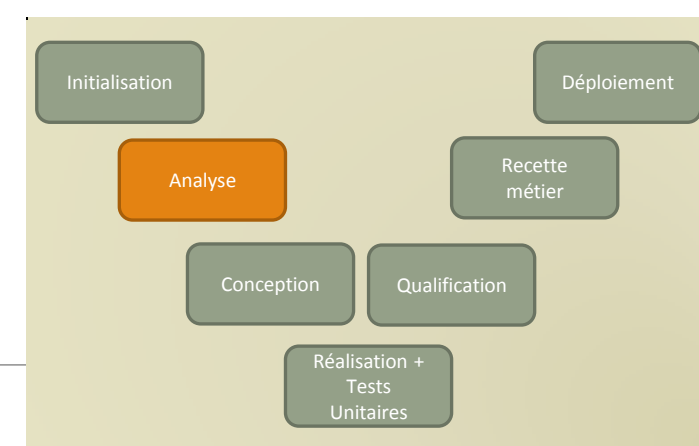
- Dépend de la complexité du besoin
- Recommandation: 2 ateliers par semaine max

Conseils pratiques

- Le préparer à l'avance
- Pour le premier atelier, commencer par un tour de table
- En début de séance, résumer les conclusions du précédent RDV
- Être 2 consultants (1 qui anime, 1 qui prend des notes)
- Ne pas interrompre son interlocuteur
- Reformuler pour valider la compréhension
- Faire un bref résumé en fin de séance
- Donner les prochains RDV en fin de séance

Matériel

- Post-it
- Feutres
- Brown paper
- Appareil photo
- Bombe de colle pour coller les post-it
- Dictaphone (accord des participants requis)





AGENDA

Introduction

Présentation du module Projet

Projet: quelques rappels

Le Recueil des besoins

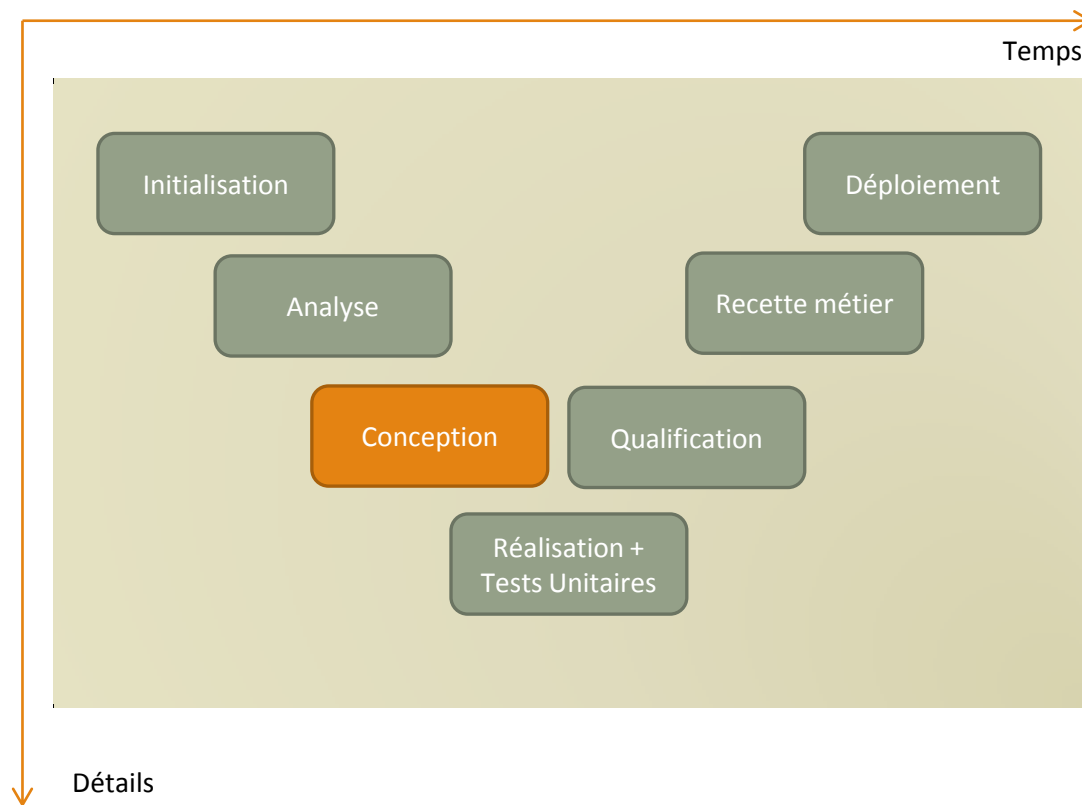
La proposition commerciale

Exercice pour le 03/10/2018



Elaborer une proposition

Généralités



La proposition commerciale est élaborée par le fournisseur.

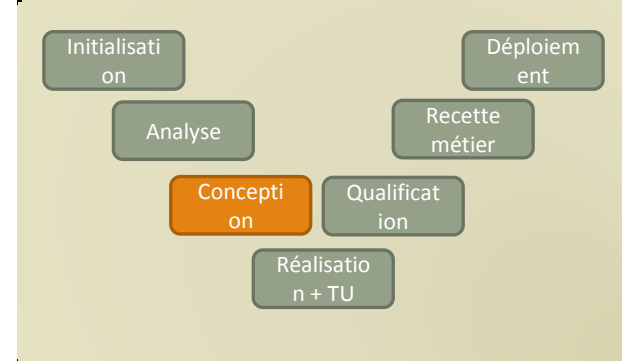
Cette étape commerciale intervient en toute fin de conception, quand le fournisseur a collecté toutes les informations dont il a besoin durant les différents ateliers métier

Cette étape a 2 fonctions principales

- Valider la compréhension du besoin par le fournisseur
- Proposer une solution technico-fonctionnelle avec un planning de réalisation associé

Elaborer une proposition

2 parties



PARTIE 1 - CE QUE J'AI COMPRIS DU BESOIN

Rappeler:

- Le besoin
- Les objectifs
- Les parties prenantes et leurs enjeux
- Les limites / les contraintes

PARTIE 2 – LA SOLUTION QUE JE VAIS APPORTER

Processus projet:

- Les jalons + les livrables associés + RACI

Organisation mise en place

- Rôles et responsabilités
- Instances de suivi

Conception de la solution:

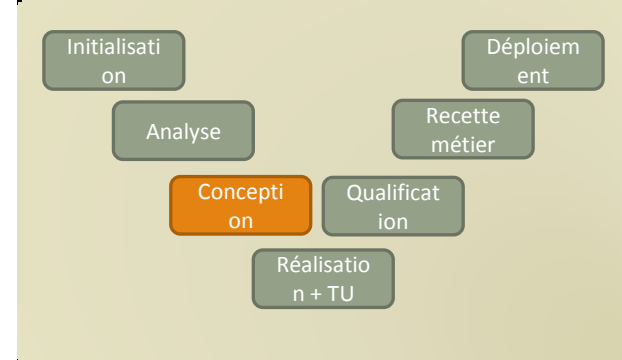
- Architecture simplifiée de la solution
- Description sommaire des principaux processus
- Périmètre du logiciel

Planning des différents jalons

Coût

Elaborer une proposition

Le processus projet



Il s'agit ici d'expliquer

- Quelle méthodologie projet va être appliquée (cascade, cycle en V, modèle itératif, ...)
- Quelles sont les différentes phases du projet
- Quels sont les principaux jalons (événements clé)
- Quels sont les livrables (éléments produits par le fournisseur ou la MOA) associés à chaque phase

Pour chaque livrable, il faut préciser le RACI

- **R**esponsable (obligatoire): celui qui est en charge de produire le livrable
- **A**pprouve (obligatoire) : celui qui valide le document
- **C**onsulté (Facultatif): entités pouvant/devant être consultées durant la réalisation des livrables. Par exemple avant un projet, on vérifie auprès des urbanistes SI que les technologies que l'on veut utilisées sont autorisées/supportées dans le SI interne
- **I**nformées (Facultatif): entités devant être informées. Exemple: avant le déploiement d'une mise à jour, on prévient les utilisateurs qu'une interruption de service va avoir lieu

Notre compréhension du besoin

Notre démarche

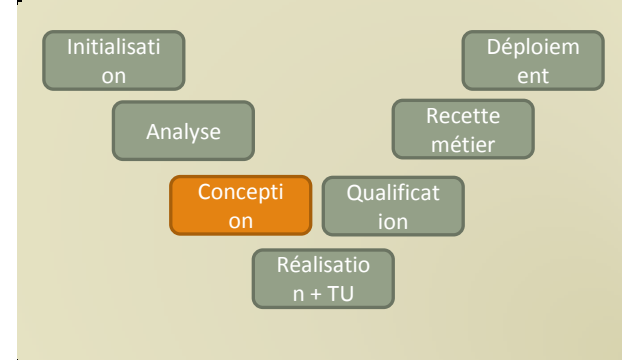
Les 4 phases du projet

Etape	Objectif	Acteurs	Livrables de sortie clé
Cadrage	Obtenir une description précise du besoin Définir l'architecture cible Description précise de l'organisation	MOA, MOAD Architecte technique Scrum master	SFG DAT POF
Réalisation + Qualification	Développer et tester unitairement les briques applicatives Vérifier que l'application permet de dérouler des scénarios applicatifs	Equipe de développement et de tests	Application
Recette	Vérifier que l'application permet de dérouler des scénarios applicatifs	Entité métier / DSI	PV recette
Déploiement	Installer l'application en environnement de production	Architecte technique	Application installée

6

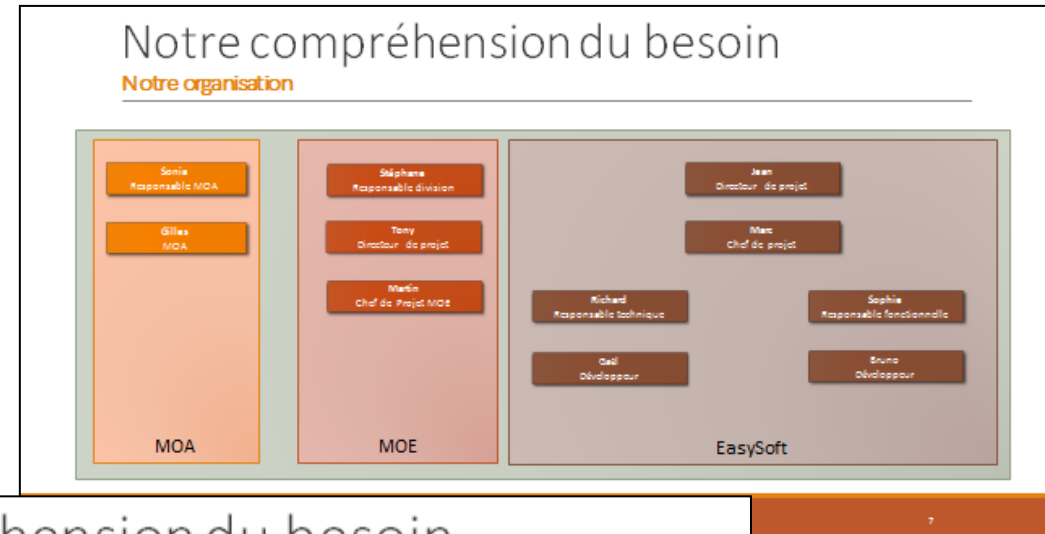
Elaborer une proposition

L'organisation mise en place



Cette partie sert à :

- Identifier les parties prenantes du projet (pour chacune d'entre elles, préciser rôle et responsabilités)
- Préciser la comitologie, c'est-à-dire les instances de suivi qui vont être mises en place (ex: comité de pilotage, comité de recette...). Pour chaque instance il faut détailler
 - Les participants dont la présence est obligatoire
 - Les participants dont la présence est facultative
 - La fréquence de l'instance
 - La durée
 - Les thèmes abordés



Notre compréhension du besoin

Comitologie

Instance	Fréquence	Participants	Objectifs
Comité projet	Hebdomadaire	CP MOE CP EasySoft Resp. fonctionnelle	Suivi de l'avancement Remonter/partager les alertes Suivi des actions
Comité de pilotage métier	Mensuelle	MOA Responsable MOA CP EasySoft	Valider les devis Arbitrer si nécessaire
Comité recette	Bi-Hebdomadaire	Resp. fonctionnelle MOA CP MOE (facultatif) CP EasySoft (facultatif)	Suivi des défauts Suivi des corrections

Elaborer une proposition

Conception de la solution

Il s'agit de décrire de manière succincte l'architecture de la solution cible

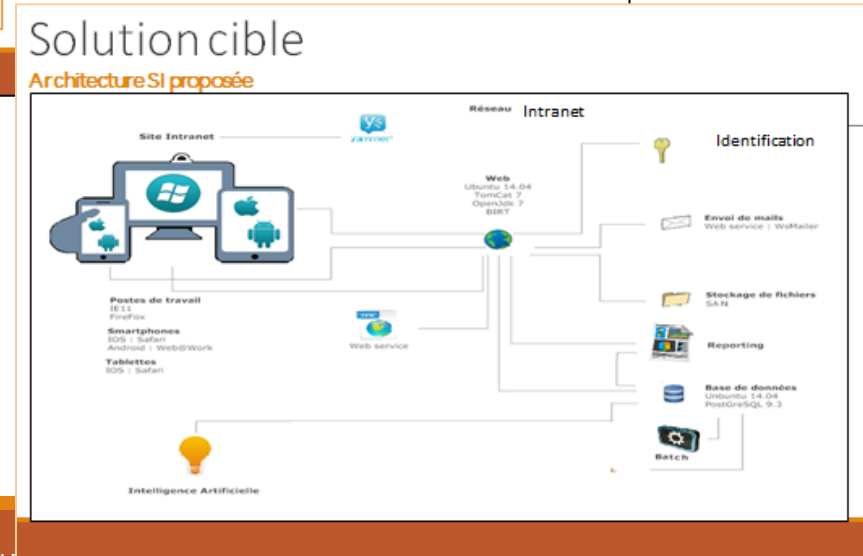
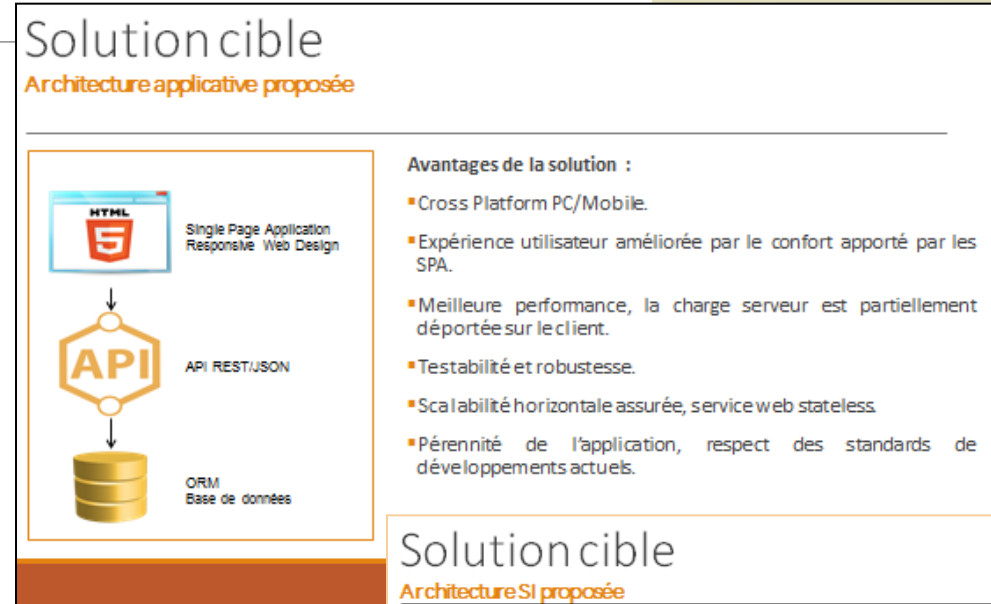
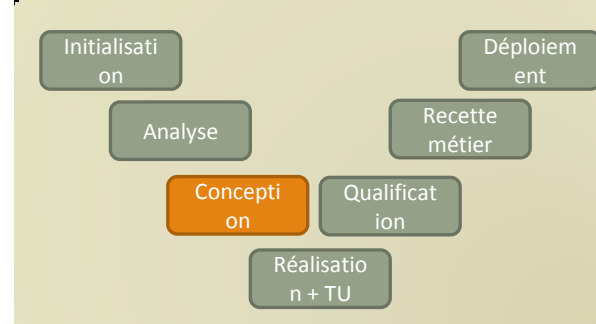
En général, cette description se fait à 2 niveaux

Niveau SI global:

- Description des interactions entre le logiciel à développer et le SI existant

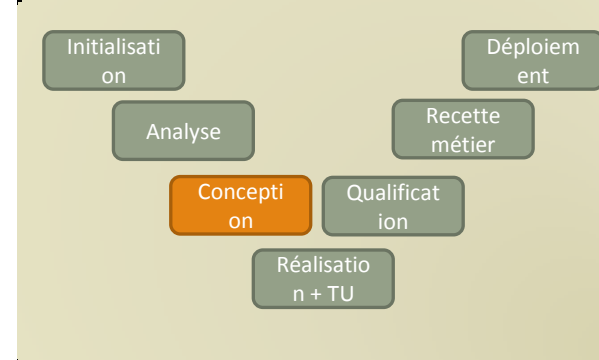
Niveau applicatif:

- Description des différentes couches et leur rôle
- Technologies choisies + justification du choix technique



Elaborer une proposition

Chiffrage (1/2)



GENERALITES

- Le chiffrage consiste à estimer la charge nécessaire à la réalisation d'une tâche
- La charge est estimée en jour homme
- Jour homme (jH) = nombre de jours nécessaires à une seule personne pour réaliser la tâche
- Le chiffrage est fondamental pour un projet car toutes les hypothèses du projet (prix de vente, dimensionnement équipe, planning,...) sont basées sur le chiffrage initial

CHIFFRAGE & MARGE

- Pour qu'une entreprise soit rentable, elle doit avoir une marge > 0
 - Dans le cadre d'un projet informatique, Marge = charge estimée – charge réelle
 - Si charge estimée $>$ charge réelle \rightarrow marge > 0 😊
 - Si charge estimée = charge réelle \rightarrow marge = 0 😐
 - Si charge estimée $<$ charge réelle \rightarrow marge < 0 😞
- Afin de préserver la santé économique des projets, un développeur doit agir de manière à ce que la marge du projet soit toujours ≥ 0

QUAND DOIT-ON CHIFFRER?

Les chiffrages peuvent être réalisés à tout moment du projet.

- En début de projet cela est appelé « chiffrage initial »
- En cours de projet, sur une tâche non démarrée cela est appelé chiffrage actualisé
- En cours de tâche cela est appelé reste à faire (estimation du temps nécessaire pour terminer la tâche)

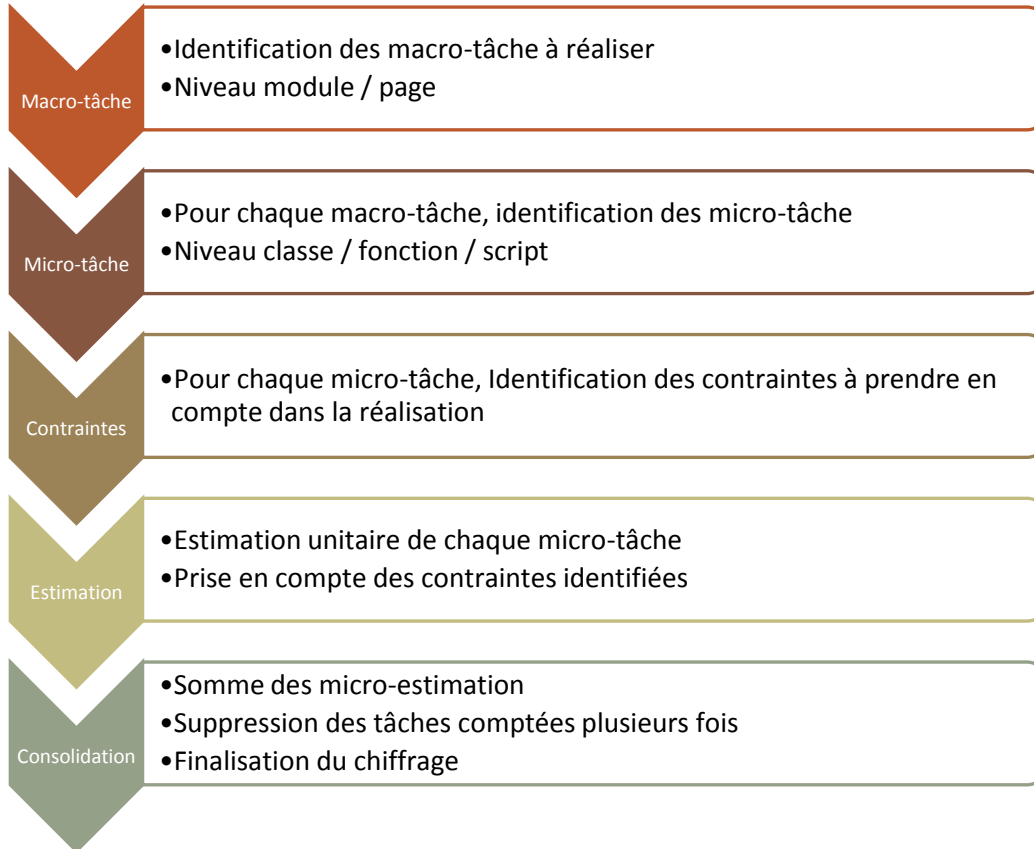
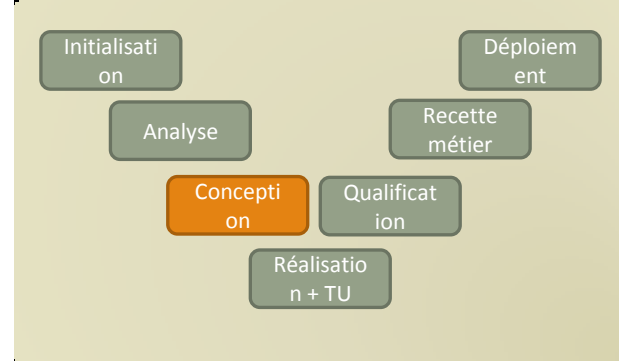
FIABILISER UN CHIFFRAGE

Moins un développeur a d'expérience et moins son chiffrage est fiable. Or, le respect des chiffrages est une de ses responsabilités majeure. Comment peut-il faire pour sécuriser ses estimations ?

- Découper les tâches le plus finement possible
- Faire des chiffrages croisés: plusieurs développeurs estiment la même tâche, on compare les évaluations, on garde la valeur la plus cohérente
- Capitaliser sur les anciens chiffrages et les erreurs du passé
- Faire des prototypes (dans le cas de technologies non maîtrisées)
- Prendre une marge de sécurité

Elaborer une proposition

Chiffrage (2/2)



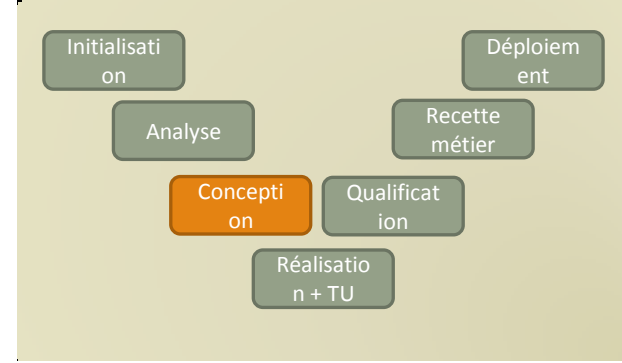
Solution cible Chiffrage

Module	Fonctionnalité	Éléments de complexification	Estimation jH
Menu	Rechercher un compte-rendu	Option des pièces jointes associées aux CR	3
	Ajouter un compte-rendu	Option des pièces jointes associées aux CR	4
	Modifier un compte-rendu	Option des pièces jointes associées aux CR	2
	Supprimer un compte-rendu	Option des pièces jointes associées aux CR	4
	Ajouter une PJ		6
	Modifier une PJ		1
Analyse conflit	Supprimer une PJ		2
	Consulter une fiche conflit		3
	Rechercher les conflits liés	Rechercher dans les documents pdf et docx	2
	Rédiger plusieurs conflits entre eux		1
Suivi de l'ambiance	Déclarer plusieurs conflits		4
	Consulter les données sujet du moment	Accéder aux flux	2
	Calculer la probabilité de conflit		1
Total (Charge RTU)			35

NOM DE LA PRÉSENTATION

Elaborer une proposition

Planning (1/2)



GENERALITES

- Le planning sert à établir le délai de réalisation d'un projet
- Il est un des outils de base de pilotage d'un projet
- Un planning doit faire apparaître
 - Les tâches (macro ou micro selon le niveau de détail choisi)
 - Le délai de réalisation de chaque tâche
 - Les dépendances entre les tâches
 - Les jalons majeurs
 - Les différentes phases du projet

CHARGE VS DELAI

Attention, il ne faut pas confondre charge et délai

- Charge = temps nécessaire pour effectuer une tâche. Exemple: Repeindre mon salon prend 6h
 - délai = intervalle de temps sur lequel ma tâche va s'étendre. Exemple: Repeindre mon salon va prendre 3 jours ouvrés car il faut réaliser 3 couches de 2h avec 12h de séchage entre chaque couche
- charge = $3 * 2h = 6h$
→ délai = $6h + 2 * 12h$ de séchage = 30h

QUAND DOIT-ON FAIRE UN PLANNING?

Le planning est directement lié au chiffrage.

Chaque mise à jour de chiffrage doit donner lieu à une mise à jour de planning

Le planning **doit** être réalisé à tout moment du projet.

- En début de projet cela est appelé « planning initial »
- En cours de projet, il est appelé « planning actualisé »

FIABILISER & OPTIMISER SON PLANNING

Tout comme le chiffrage, il est difficile d'avoir un planning fiable.

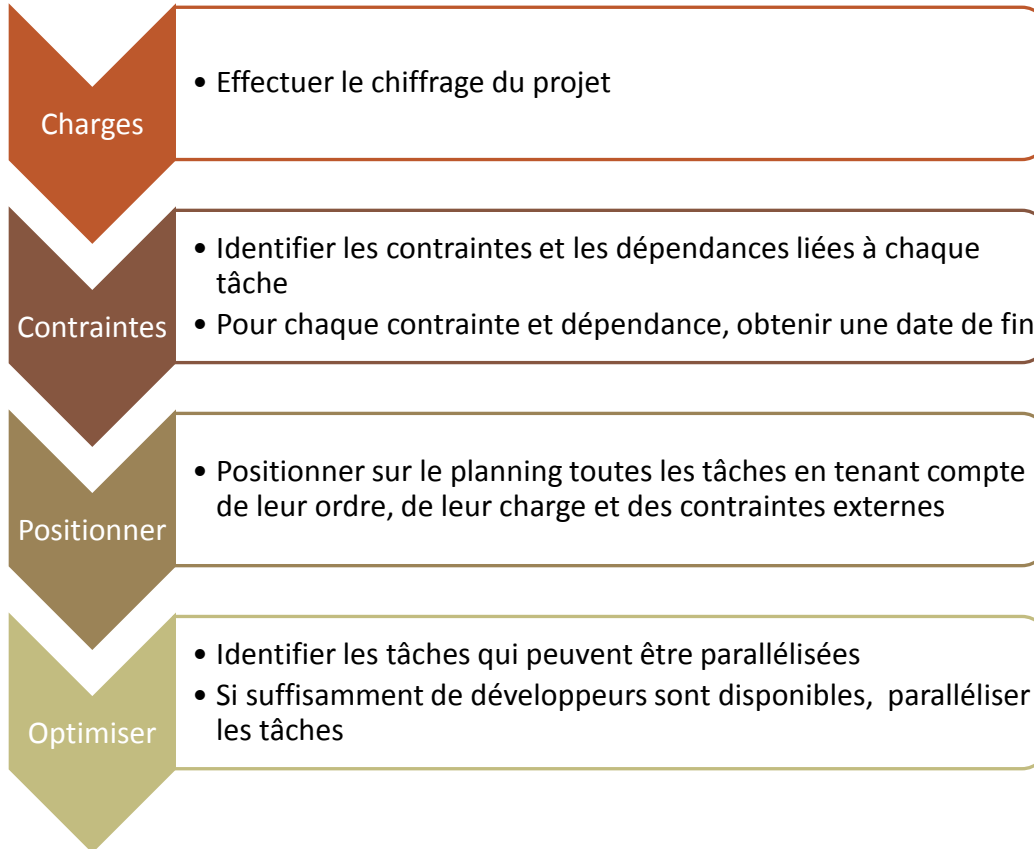
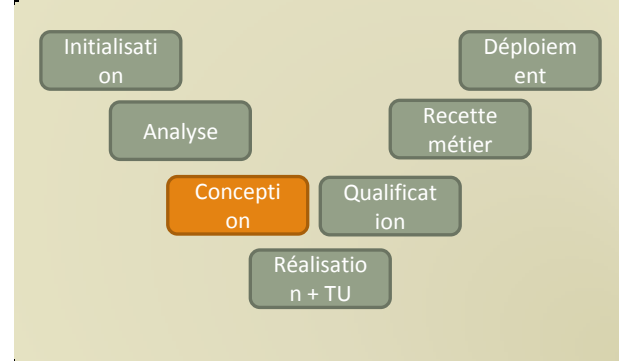
Cependant, quelques astuces existent pour sécuriser son planning

- Prendre des marges sur les délais calculés
- Actualiser le plus souvent possible le planning
- Faire régulièrement la revue des risques (risques = contraintes pouvant survenir sur le projet et ayant un impact sur la réalisation)

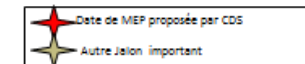
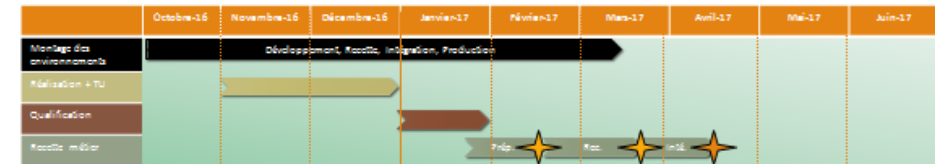
Une manière simple d'optimiser son planning est de paralléliser les tâches

Elaborer une proposition

Planning (2/2)



Solution cible Planning proposé





AGENDA

Introduction

Présentation du module Projet

Projet: quelques rappels

Le Recueil des besoins

La proposition commerciale

Exercice pour le 03/10/2018



Exercice pour le 03/10/2018

1. Choisir son projet (19/09/2018)
2. Réaliser un atelier de recueil du besoin
3. Elaborer une proposition

Une attention particulière sera portée sur

- La conception
- Le chiffrage
- Le planning
- Au soin général apporté à la présentation