

# 7

# étapes clés pour créer une (bonne) Roadmap

## Avec l'exemple stratégie réseaux sociaux

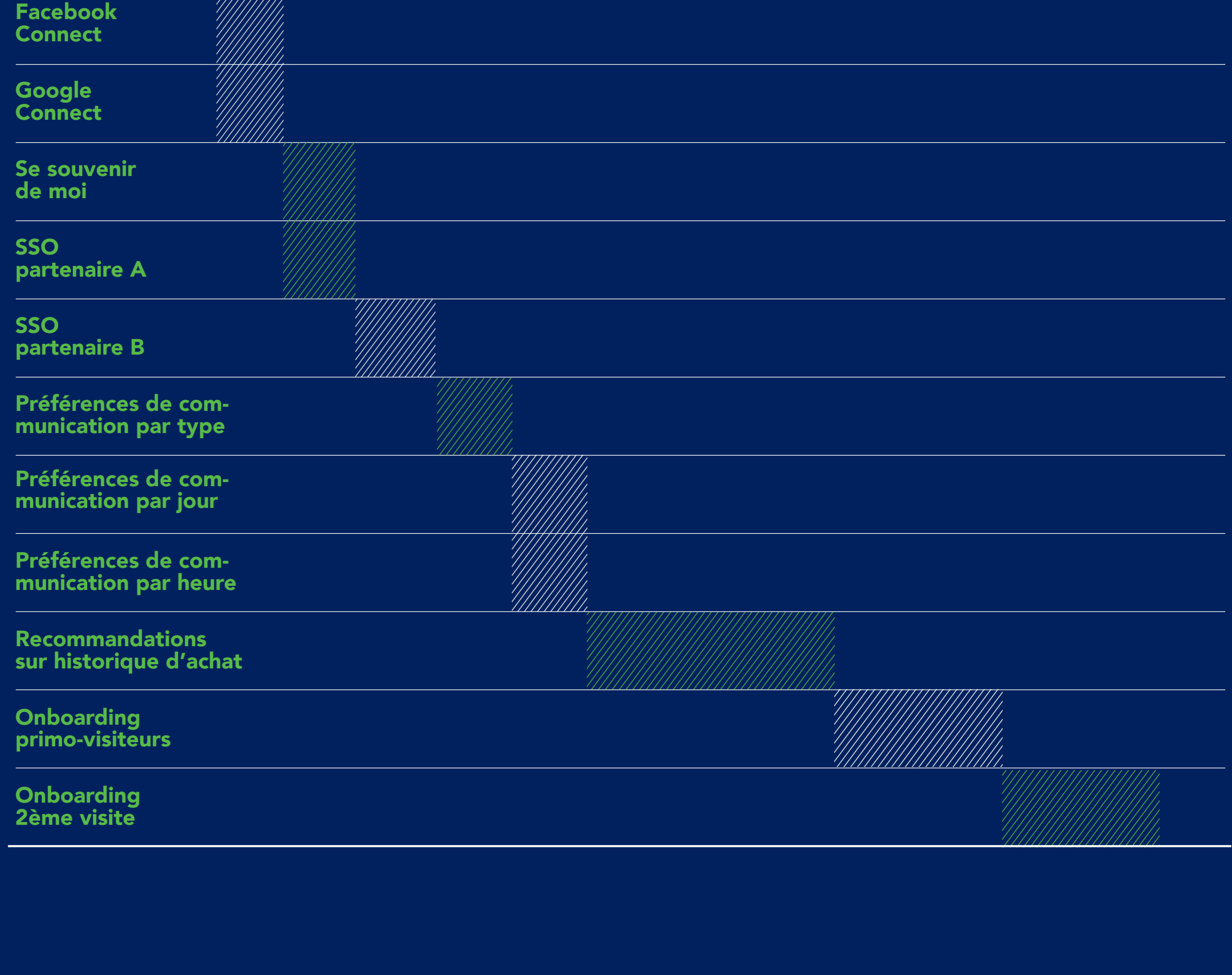
**"Arrêtez de souffrir sur vos roadmaps ! Il est possible de concilier planification et incertitude."**

PAROLE D'OCTO

IMAGINEZ-VOUS UN CAS D'ACQUISITION CLASSIQUE. NOUS CHERCHONS ICI À MAXIMISER L'ONBOARDING DES UTILISATEURS (VIA FACEBOOK CONNECT, LES MAILINGS, DES RECOMMANDATIONS PERSONNALISÉES...)

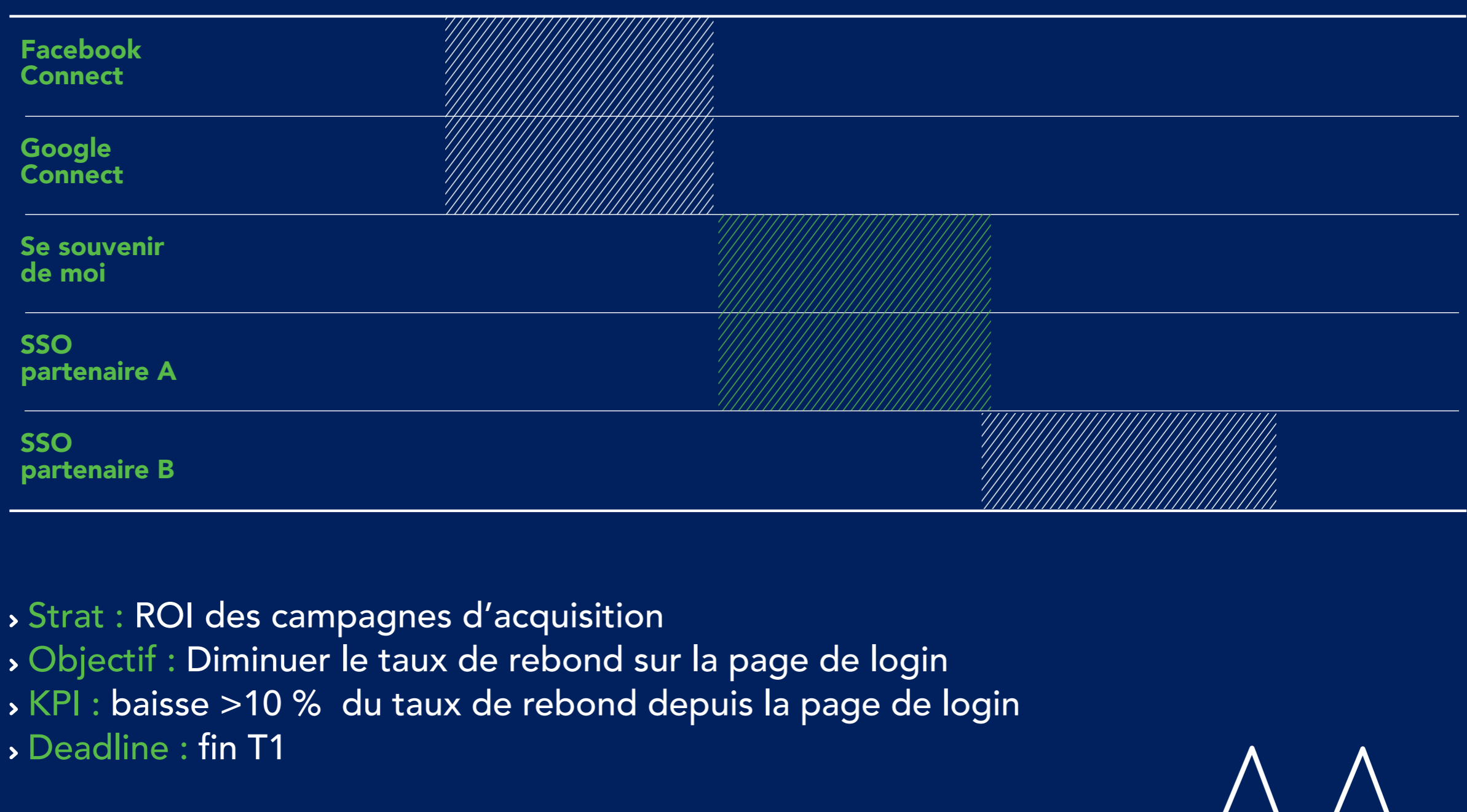
## 1 détaillez un planning

Vous avez des besoins métier et la capacité de mettre en oeuvre votre planning ? Vous êtes prêt ! Mais le voyage ne fait que commencer...



## 2 rendez votre stratégie concrète

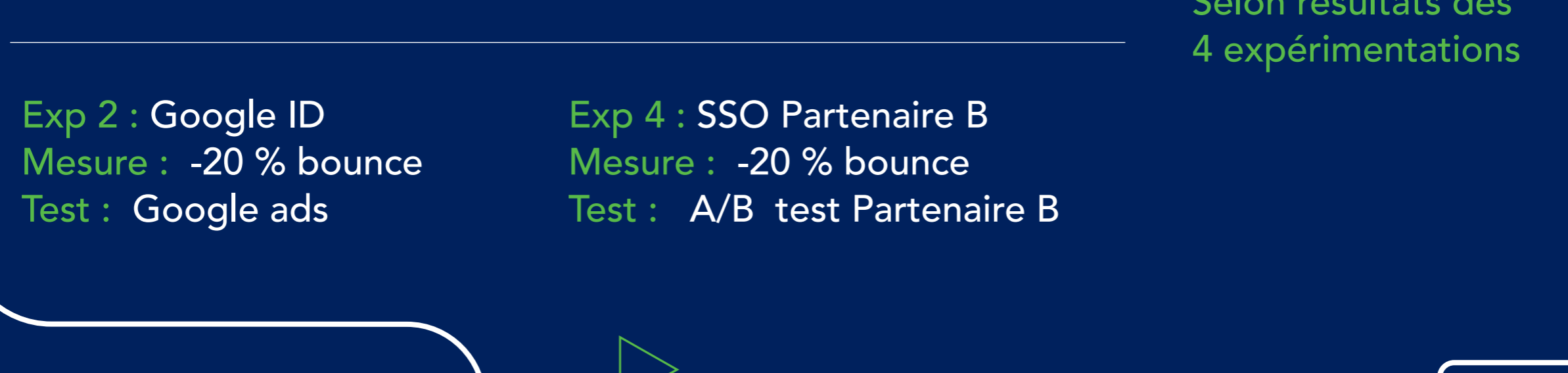
Ce qui compte c'est le voyage ! Décrivez les buts à atteindre plutôt qu'une liste de fonctionnalités à implémenter.



- > Strat : ROI des campagnes d'acquisition
- > Objectif : Diminuer le taux de rebond sur la page de login
- > KPI : baisse >10 % du taux de rebond depuis la page de login
- > Deadline : fin T1

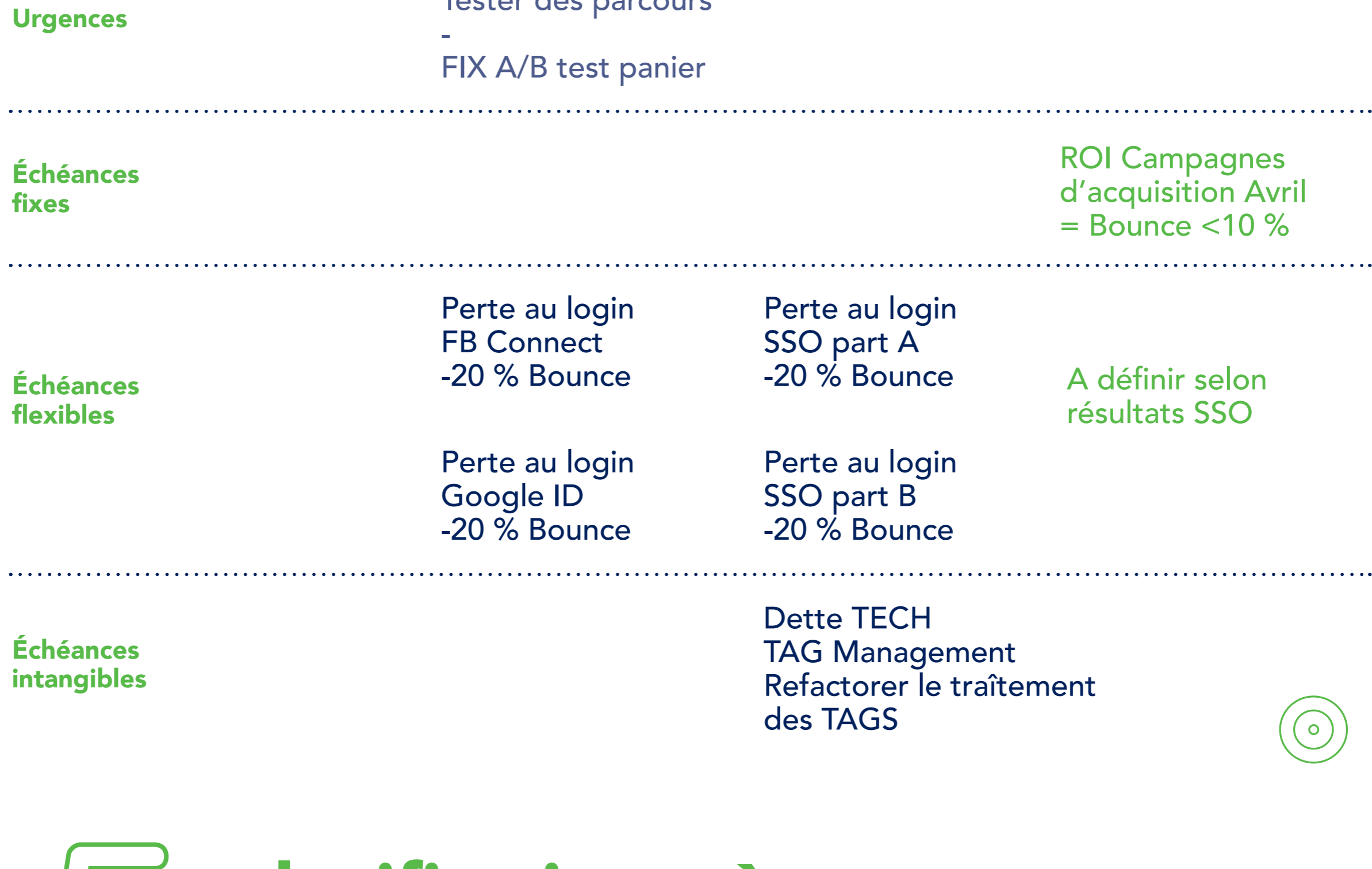
## 3 prenez en compte les retours des utilisateurs

Quelle direction emprunter ? Pour le savoir, choisissez un mode expérimental en inscrivant clairement :



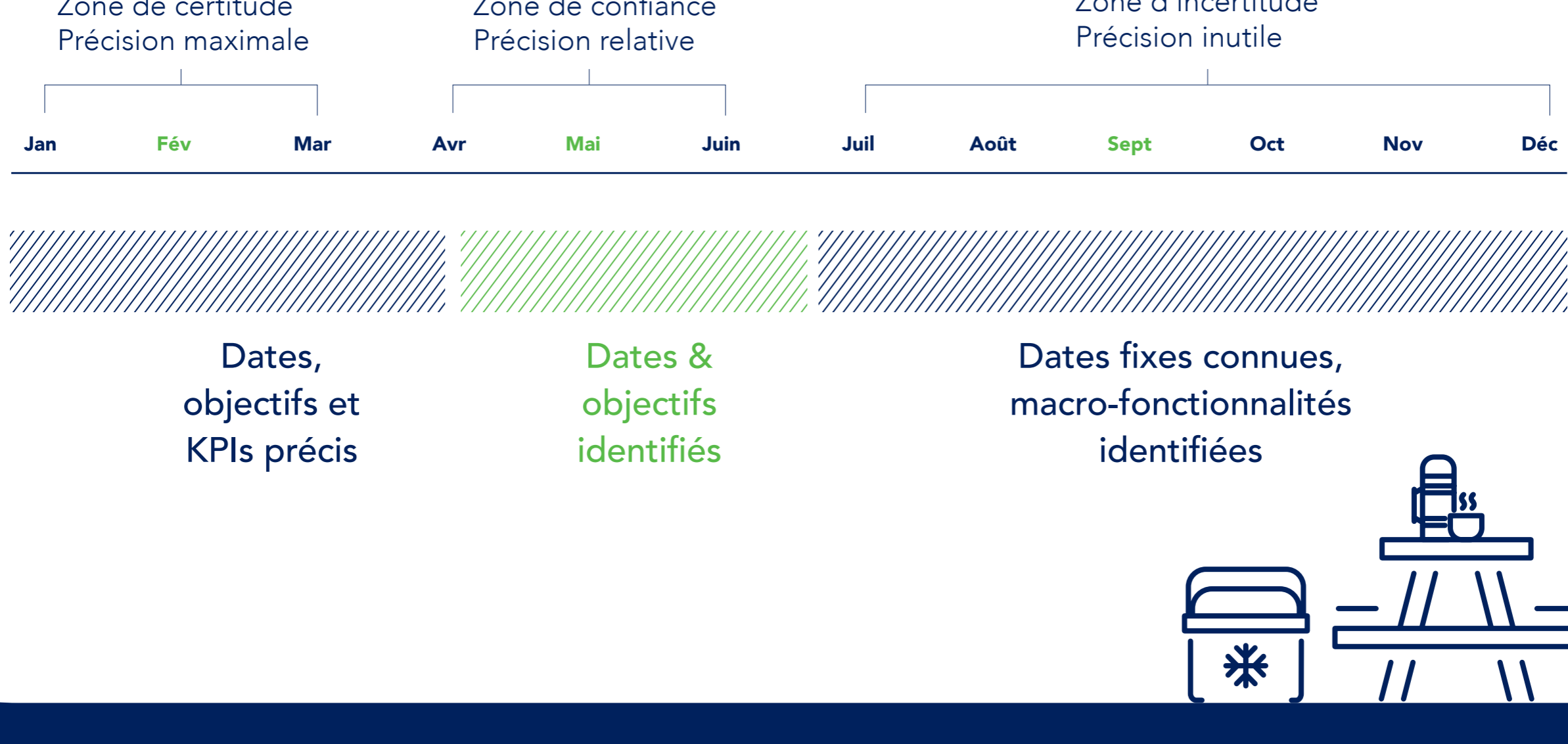
## 4 rendez visibles les contraintes

Ne sombrez pas dans le tunnel des urgences ! Différenciez les vraies dates butoirs des échéances plus flexibles.



## 5 planifiez juste à temps

Rien ne sert de fantasmer l'avenir ! Détailler les étapes une fois que les échéances se rapprochent..



## 6 utilisez une présentation accessible et modulaire

Inspirez-vous des méthodes de management visuel et de flux agiles (large affichage, post-it, couleurs, gommettes, WIP limits etc.).



## 7 co-construisez

Si la stratégie produit reste LA priorité, chacun doit se sentir écouté et concerné.



# Et maintenant, la route est à vous !

Découvrez notre publication Pour une Roadmap produit