

Démarche Agile — ECU

Une démarche mal cadrée dès le départ, plombe un projet même avec une bonne idée de produit. Voici une démarche logique, éprouvée en fintech/produit, qui articule agilité (itération rapide) et rigueur (cadrage, gouvernance, cohérence commerciale/légale).

Vue d'ensemble : 5 grandes phases

1. Cadrage stratégique (Direction + Product) → **2. Discovery / conception produit** (Product + Design + un peu de Dev) → **3. Construction itérative** (Dev/Infra en sprints, avec Product/Design en continu) → **4. Validation & lancement progressif** (tous, coordination Communication/Commercial) → **5. Boucle d'amélioration continue** (tous, pilotée par la data).

Le principe clé : **l'agilité s'applique à la construction (phase 3), pas à l'absence de cadrage**. Une fintech qui "part en sprint" sans phase 1-2 solide se retrouve avec des features non alignées business, des risques de conformité ratés, ou une équipe commerciale qui promet des choses non livrables.

Phase 1 — Cadrage stratégique

Porté par : Direction + Product Lead

- Définir la vision produit, le marché cible prioritaire (ex. lancer sur 1-2 pays avant d'étendre), le modèle économique (freemium, abonnement, partenariats mobile money).
- Fixer les contraintes non négociables : budget, deadline si applicable, contraintes réglementaires (données financières = souvent réglementées, même en V1 sans connexion bancaire : vérifier avec un juriste).
- Définir les OKR/KPIs de succès (ex. nombre d'utilisateurs actifs, taux de rétention à 30 jours, nombre de transactions saisies/utilisateur/semaine).
- **Commercial** intervient ici pour valider le positionnement (ex. gratuit vs payant, cible B2C vs partenariat B2B2C avec un opérateur mobile money).

Livrable : une charte de projet courte (vision, cible, contraintes, budget, échéances macro).

Phase 2 — Discovery & conception produit

Porté par : Product + Design, avec Dev/Infra en support

- Recherche utilisateur (interviews terrain si possible, critique en fintech Afrique où les usages varient énormément d'un pays à l'autre).
- Rédaction des personas et user stories.
- Priorisation MoSCoW / RICE pour définir le **scope du MVP réel** (pas tout le canevas, un sous-ensemble qui a de la valeur seul).

- Prototypage UX/UI (wireframes → maquettes cliquables), testés auprès de quelques utilisateurs cibles avant de coder.
- **Dev/Infra** interviennent tôt ici en tant que conseillers techniques : faisabilité, choix d'architecture (mobile natif vs cross-platform, backend, hébergement).
- **Communication** commence à travailler le positionnement de marque, le nom, l'identité visuelle en parallèle.

Livrable : maquettes validées, backlog priorisé (MVP scope clair), architecture technique de référence.

Phase 3 — Construction itérative (le cœur agile)

Porté par : Dev/Infra, en Scrum ou Kanban

- Sprints de 1 à 2 semaines, avec :
 - **Sprint planning** : Product Owner présente les user stories priorisées, l'équipe dev estime et s'engage.
 - **Daily stand-up** : 15 min, synchronisation dev/infra.
 - **Sprint review/démo** : à la fin de chaque sprint, démo à toute l'entreprise (direction, commercial, comm inclus) — ça maintient l'alignement et évite les surprises à 3 mois.
 - **Rétrospective** : amélioration continue du process d'équipe.
- Infra en parallèle : mise en place CI/CD, environnements (dev/staging/prod), monitoring, sécurité (chiffrement des données financières, gestion des accès) dès le départ, pas après coup.
- Le **Commercial** et la **Communication** ne sont pas inactifs ici : ils préparent le go-to-market (contenus, argumentaire, partenariats potentiels avec agrégateurs mobile money) en s'appuyant sur les démos de sprint pour rester informés de ce qui sera livrable et quand.

Bonne pratique : garder un backlog vivant, review de priorité toutes les 2-4 semaines avec Product + Direction pour rester aligné business.

Phase 4 — Validation & lancement progressif

Porté par : tous, coordination Product

- **Beta fermée** : petit groupe d'utilisateurs réels (30-100 personnes idéalement variées : novice/régulier/averti) pendant 3-4 semaines. Objectif : détecter les frictions UX réelles avant un lancement large.
- QA fonctionnelle et non-fonctionnelle (perf, sécurité : critique pour une app qui manipule des données financières).

- **Commercial** prépare le pricing final et les canaux de distribution.
- **Communication** prépare le plan de lancement (réseaux sociaux, contenus éducatifs qui collent bien avec le positionnement "accompagnement", partenariats médias).
- Lancement en **rolling release** si possible (un pays/segment à la fois) plutôt qu'un big-bang, pour absorber les problèmes à petite échelle.

Phase 5 — Boucle d'amélioration continue

Porté par : tous, piloté par la data et le feedback utilisateur

- Suivi des KPIs définis en phase 1 (rétention, usage des modules, NPS).
- Feedback en continu (in-app, support client) remonté au Product pour réalimenter le backlog.
- Cadence de release régulière (ex. toutes les 2-4 semaines) pour du "product-led growth" plutôt que de gros lancements espacés.
- Revue trimestrielle Direction + Product + Commercial pour ajuster la roadmap selon les résultats réels.

Points d'attention spécifiques à votre contexte

- **Multi-équipes = besoin d'un rituel de synchro transverse** (pas juste les rituels agiles internes à la dev) : une réunion courte hebdo ou bi-hebdo avec Product/Communication/Commercial/Direction pour partager l'avancement et les décisions, sans ralentir les sprints dev.
- **Gouvernance produit claire** : un Product Owner (ou Product Manager) unique qui arbitre le backlog, pour éviter que commercial et direction poussent chacun leurs priorités en parallèle et cassent la roadmap.
- **Conformité/sécurité des données financières** : même en V1 sans connexion bancaire automatique, si vous stockez des montants, soldes, catégories de dépenses par utilisateur, une réflexion légère sur la protection des données est à intégrer dès le cadrage, pas en fin de projet.