

10 CONSEILS

pour garantir

le succès

d'un projet mobile

Livre blanc offert par

AxioCode

ce document est interactif  grâce aux zones cliquables



10 CONSEILS POUR GARANTIR LE SUCCÈS DE VOTRE PROJET MOBILE

- Comment créer une application mobile ?
- Par où commencer ?
- Quel prestataire choisir ?
- Comment promouvoir son application mobile ?

Tant de questions que vous vous posez maintenant que vous avez une idée d'application mobile !

3,6 millions d'applications : le nombre d'applications sur l'App store d'Android en 2022.

Ce chiffre démesuré prouve bien que le développement d'applications mobiles est devenu très tendance ces dernières années.

Que cela soit pour mettre en relation des personnes, jouer, acheter, améliorer la productivité de votre entreprise, faciliter vos process... il existe des applications pour toutes les situations.

Mais monter un projet mobile cohérent et stable ne s'improvise pas !

Il existe une méthodologie à appliquer afin d'aller dans la bonne direction. Nous allons vous partager notre expérience pour augmenter au maximum les chances de réussite et pour que votre application puisse voir le jour dans de bonnes conditions.

Vous avez un projet d'application mobile et vous ne savez pas comment le mener à bien ?

Ce guide vous accompagne et décrit les 10 facteurs clés de succès d'un projet mobile.



Astuce : Pour obtenir une première évaluation de votre projet, réservez votre **diagnostic gratuit**.

Sommaire

Vous avez un projet d'application mobile et vous ne savez pas comment le mener à bien ? C'est le but de ce guide qui vous décrit les **10 facteurs clés de succès d'un projet mobile**.

- 1. Définissez précisément votre projet**
 - 2. Optimisez votre budget**
 - 3. Choisissez le bon prestataire**
 - 4. Anticipez la publication de votre application**
 - 5. Effectuez des tests approfondis**
 - 6. Réussissez le lancement de votre application**
 - 7. Monitorisez régulièrement votre application**
 - 8. Entretenez votre application**
 - 9. Soyez à l'écoute de vos utilisateurs**
 - 10. Imaginez les évolutions**
- Bonus : Fiche action**

Notes :

1. Définissez précisément votre projet

Avant toute avancée dans la création de votre application mobile, il est essentiel de **cadrer votre projet**.

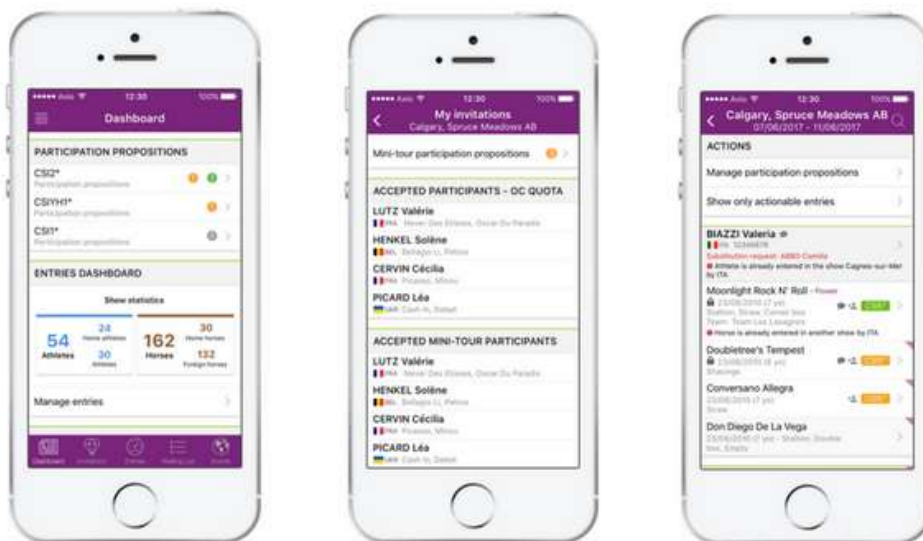
Peaufinez votre cahier des charges



Le **cahier des charges** est la pierre angulaire de votre application mobile.

Il explique l'objectif de l'application, en d'autres termes quels problèmes l'application résout. Il décrit également précisément son fonctionnement, par le biais de spécifications ou user stories. Idéalement, il comporte les maquettes de chaque écran ou vue de l'application. Pour créer des maquettes, vous pouvez utiliser **Figma**, **Balsamiq**, **Gliffy** ou **d'autres outils en ligne**.

Voici un exemple de maquettes (application **réalisée pour la FEI**) :



Astuce : AxioCode vous aide à réaliser votre cahier des charges.

Notes :

Prévoyez l'environnement technique de votre application



L'application mobile sera téléchargée par les utilisateurs sur leur smartphone ou leur tablette à partir des stores Apple et Google. Mais cela ne suffit pas : **les informations délivrées ou enregistrées par l'application seront stockées dans une base de données.**

1. Vérifiez **si cette base de données existe déjà** ou s'il faudra la créer et l'héberger sur un nouveau serveur. Si vous ne connaissez pas la réponse, demandez à votre responsable ou prestataire informatique.
2. Vérifiez également avec lui **si un espace de gestion est nécessaire** pour administrer les informations gérées par votre application mobile.
3. Si c'est bien le cas, ce "back office" sera généralement une application web qu'il faudra **décrire dans votre cahier des charges.**

Vérifiez ce que votre application pourra faire avec ou sans réseau internet



Vous pouvez décider que les informations qui nécessitent une connexion internet seront simplement inaccessibles, ou bien les stocker sur l'appareil de l'utilisateur en vue d'une synchronisation ultérieure.

Faites attention aux options de paiement



Si **les services que vous offrez** avec votre application mobile **sont payants**, vérifiez leur compatibilité avec les conditions financières des stores.

Pour Apple Store par exemple, vous devrez verser une commission de l'ordre de 30% si votre service payant est délivré par l'application (l'achat "in-app" d'une option, autrement dit l'achat "dans l'application" d'une option). A l'inverse, si votre service n'est pas délivré par l'application elle-même, aucune commission ne sera due (par exemple, pour la réservation d'un chauffeur VTC ; la prestation de transport n'est pas réalisée par l'application elle-même).

Notes :

2. Optimisez votre budget

Les **contraintes budgétaires** sont également une composante essentielle dans la réussite d'un projet de développement d'application mobile.

- Favorisez une approche **MVP** : réaliser une version minimale avec les fonctionnalités essentielles avant de l'enrichir avec les retours utilisateurs.
- Vous pouvez aussi **lotir votre projet** en plusieurs lots / versions. Cela vous permettra d'allouer un budget spécifique à chaque brique de votre logiciel.
- Obtenez des engagements fermes sur les prix et les délais de fabrication de votre application mobile.

Le **coût global d'une application mobile** ne se résume pas à sa réalisation technique. Il faut aussi prendre en compte des coûts de design, promotion et marketing, maintenance, etc. Voici un **exemple de budget** à adapter selon votre organisation :

	A	B
	Départements	Montant HT sur 1 an
1		
2	Coût de développement	
3	Back-office (si un espace de gestion est nécessaire en complément de votre appli mobile)	10 000,00 €
4	Appli mobile	15 000,00 €
5	Abonnement / achat des comptes de développeurs pour publier l'appli	
6	- Google Play	25,00 €
7	- Apple	99,00 €
8	Marketing (si pas de compétences en interne, choisir une agence de communication/référencement)	
9	Création d'un site internet ou d'une landing page pour le projet	2 000,00 €
10	SEO	
11	- Rédaction et optimisation de contenu	2 500,00 €
12	- Optionnel : Abonnement / Achat des outils nécessaires	0,00 €
13	Création maquettes de l'appli et du BO	
14	- Création graphique	2 300,00 €
15	- Optionnel : Abonnement / Achat des outils nécessaires (ex. : Photoshop, Sketch, etc.)	180,00 €
16	Promotion (si pas de compétences en interne, choisir une agence de communication)	
17	Campagne e-mailing, envoi de newsletter	
18	- Création et rédaction des e-mails	1 500,00 €
19	- Optionnel : Abonnement/Achat d'outils pour l'envoi en masse de campagne e-mailing, newsletter, etc. (ex. : MailChimp)	180,00 €



Astuce : Pour obtenir une première évaluation de votre projet, réservez votre **diagnostic gratuit**.

Notes :

3. Choisissez le bon prestataire

Définissez l'importance de chaque critère de choix et notez vos prestataires. Nous vous proposons ci-dessous **une grille de calcul** qui prend en compte :

- **L'expérience** : Depuis combien de temps le prestataire réalise-t-il des applis mobiles, avec quelles équipes, combien de développeurs, quelles qualifications, quelles certifications ?
- **Les références** : Elles vous permettront de juger de la pertinence du prestataire par rapport à votre projet. Ses réalisations sont-elles du même ordre que ce que vous recherchez ? Faites la différence entre des applications vitrine, des applications de jeu ou des applications de gestion, de mise en relation ou destinées à un usage professionnel sur le terrain.
- **La technologie** : Pour des applications Apple et Android efficaces, évitez les technologies hybrides web/mobile et exigez des applications natives iOS (Apple), Android, voire Microsoft.
- **L'organisation** : Avez-vous un interlocuteur dédié ? Quelle est l'organisation mise en place par le prestataire pour vous aider et vous garantir une livraison au coût prévu et dans les délais ?
- **Le coût** : Quel est le montant global du devis ? Est-il détaillé fonctionnalité par fonctionnalité ?
- **Les délais** : A quelle date votre application sera-t-elle disponible sur les stores ? La rapidité de fabrication de votre application dépend du nombre de développeurs qui y travailleront simultanément.
- **Les services après-vente proposés** : Un délai de garantie est-il inclus ? Quel contrat de maintenance le prestataire vous propose-t-il ? L'agence mobile devrait vous proposer au minimum de la maintenance corrective pour corriger d'éventuelles anomalies et évolutive pour les futures modifications ou évolutions de votre application.

Critères	Expérience	Références	Technologie	Organisation	Coût	Délais	Après-vente	Score
<i>Importance</i>	3	2	3	3	4	3	4	
Notes prestataire 1	2	1	4	3	2	4	4	65
Notes prestataire 2	3	2	2	2	1	1	2	40
Notes prestataire 3	3	3	1	2	3	3	1	47

Notes :

4. Anticipez la publication de votre application

Le déploiement de votre application mobile sur les stores doit être anticipé, au risque de bâcler la publication par manque de temps. Cela nuirait à votre image et au succès de votre application mobile.

Ci-dessous quelques points à vérifier et à mettre en place soigneusement.

Utilisez un compte développeur à votre nom



Vérifiez bien que **le compte est à votre nom** et ne fait pas partie d'une offre mutualisée. Pour cela, vous devez créer vos propres comptes développeurs sur les différentes plateformes, [Google Play Developer Console](#) et [App Store Connect](#).

Avoir votre propre compte vous permettra d'avoir la main sur les statistiques, les avis ou encore les fiches de présentation de votre application mobile.

Prévoyez les coûts de chaque store : Google Play et Apple Store



S'inscrire sur les plateformes et publier des applications mobiles engendrent un coût qui n'est pas très élevé :

- **Google Play** demande un tarif unique de 25 euros. Ce montant est valable à vie.
- Contrairement à Google, **Apple Store** requiert un abonnement à l'année de 99 euros. Ce tarif, renouvelable chaque année, permet d'obtenir des statistiques avancées, des rapports chaque semaine par e-mail ou encore d'avoir un support plus ou moins réactif selon les demandes.



Astuce : Dans le cadre d'une prestation de création d'application, nous pouvons créer les différents comptes pour vous et vous former.

Notes :

Soignez les visuels de vos fiches



Pour que les utilisateurs téléchargent votre application mobile, vous devez leur donner envie. Et cela commence par la **présentation de votre application mobile**, notamment par les visuels de la fiche des stores mobiles Apple et Google Play.

En 20 secondes, vous devez convaincre l'utilisateur. Le premier visuel doit donc être original et tape-à-l'œil. Voici quelques conseils à appliquer :

- Jouez avec les **contrastes et couleurs**
- Prenez des captures d'écran en **haute définition**
- N'écrivez pas plus d'**une ou deux lignes** de texte

La meilleure tactique est d'expliquer en 4-5 visuels le fonctionnement de votre application et **quel bénéfice l'utilisateur pourra en retirer** (confort, gain de temps, gain d'argent, etc.).

Rédigez un contenu original et riche



Tout comme les visuels, **le texte doit convaincre et être enrichi au maximum**.

La longueur maximale de la description de votre application mobile est de **4000 caractères**.

Vous avez donc un espace conséquent pour détailler votre application.

Pensez notamment à préciser votre site internet, une adresse e-mail de support technique ou encore vos profils de réseaux sociaux.

Google Play permet également d'avoir une description courte de **80 caractères**, en supplément de la description "longue".

Notes :

Optimisez le référencement



Apple Store vous permet d'intégrer **100 caractères de mots-clés dans la fiche de présentation** de votre application mobile. Contrairement à Google Play qui mise tout sur la description de votre application.

Comme pour le web, entretenez-vous avec votre responsable marketing ou votre conseil pour réfléchir à **une stratégie de mots-clés principaux** sur lesquels se placer.

Pensez au délai de publication



Ayez bien en tête qu'une fois la publication lancée, **ce n'est pas immédiat**.

Même si le store Google Play est plutôt rapide (publication de l'application dans la journée), sur Apple Store, c'est une toute autre histoire.

En règle générale il faut compter **2 jours** pour que l'équipe Apple vérifie votre application et la valide avant toute publication définitive dans le store.

Pensez donc bien à ce délai avant de vous engager sur une quelconque date.

D'autant plus que vous n'êtes jamais à l'abri d'un refus pour un oubli d'informations dans la fiche, pour un conflit de nom avec une application existante, etc. Il faudra alors prévoir une marge de manœuvre pour vous laisser le temps d'effectuer les corrections avant de soumettre à nouveau votre application à publier.

Notes :

5. Effectuez des tests approfondis

Lorsque votre application mobile est prête, il faut pouvoir **la tester** à fond. Votre prestataire aura réalisé ses propres tests et devrait vous donner accès à un environnement dit de "recette" qui permettra à votre équipe de procéder à vos propres tests.

Cette étape importante est assez souvent sous-estimée. Elle nécessite de **réfléchir aux scénarios de tests**, de mettre en place les conditions des tests (en particulier si l'application mobile est liée à d'autres applications) et de prendre le temps de les effectuer correctement.

Cela peut représenter **10 à 20 % environ du temps de fabrication** : pour une application mobile qui demande 30 jours de fabrication, vous pouvez compter entre 3 et 6 jours de tests.

Chez AxioCode, nous préparons tout cela avec vous et nous vous donnons accès à notre plateforme de remontée et de **suivi des tests**.

Voici un **exemple de plan de tests** qui regroupe les éléments suivants :

- **Fonctionnalité** : la fonctionnalité concernée à tester.
- **Description** : quelques mots qui permettent de décrire la fonctionnalité.
- **Actions** : l'ensemble des actions à effectuer.
- **Résultat attendu** : ce que vous devez obtenir, ce qui doit se produire.
- **Résultat obtenu** : "OK" ou "X". **OK** signifie que tout est correct et **X** qu'il faut engager des corrections.

Fonctionnalité	Description	Actions	Résultat attendu	Résultat obtenu	Commentaires
Connexion à un compte client	Permet de se connecter à un compte client via un e-mail et un mot de passe.	Tester avec un e-mail et un mot de passe corrects	Connexion au compte client sur la page 'Profil'	OK	
Connexion à un compte client	Permet de se connecter à un compte client via un e-mail et un mot de passe.	Tester avec un e-mail et un mot de passe faux	Message d'erreur	X	ERREUR 500

Notes :

6. Réussissez le lancement de votre application

Notre expérience nous a montré qu'il existe **4 leviers efficaces** pour réussir le lancement de votre application mobile.

Commencez la promotion de l'application avant son lancement officiel



Paradoxalement, il est important de commencer la promotion de votre application mobile avant son lancement officiel.

Pour donner envie à vos clients ou à vos utilisateurs, vous devez leur dévoiler quelques informations avant même que l'application soit disponible. La meilleure façon de faire est de créer **votre page web de lancement** (appelée aussi "landing page"). Vous décrierez dans cette page les fonctionnalités de votre application mobile à l'aide de vidéos et d'images.

Pour attirer l'attention de vos utilisateurs, proposez-leur également un test d'une **version bêta**. C'est aussi un bon moyen pour récupérer des avis et des commentaires avant le lancement en production.

N'oubliez pas d'intégrer des **boutons d'appel à l'action**, afin de récupérer leur **adresse e-mail** et former votre base de données de clients potentiels. Des outils tels que [Pagewiz](#) sont simples d'utilisation, ils vous permettent de créer des pages de vente efficaces et, surtout, professionnelles.

Formez vos équipes à l'outil



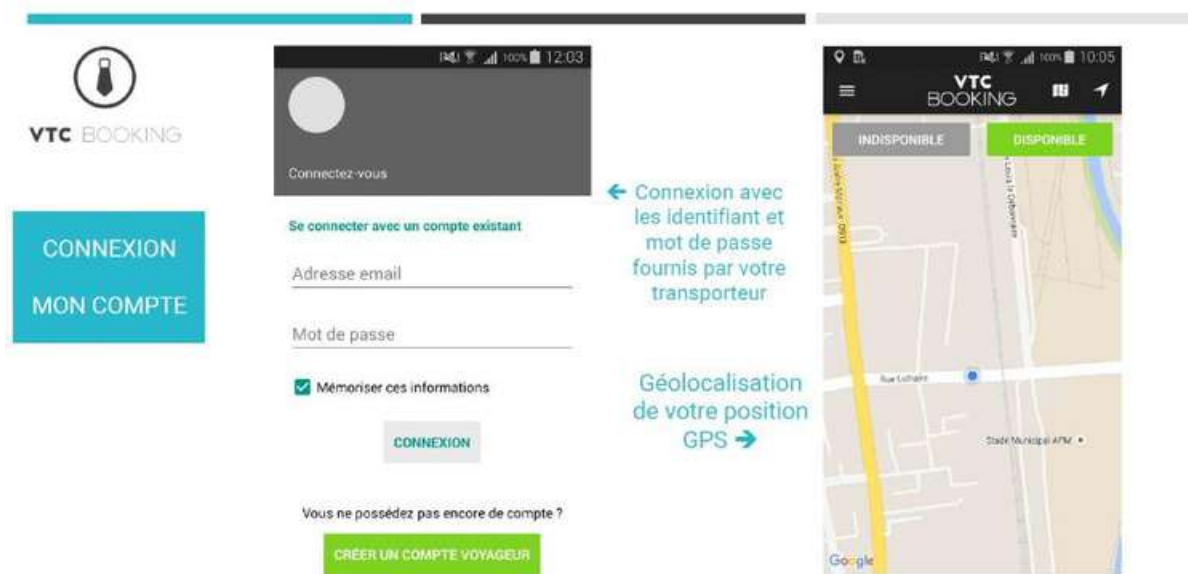
Il est également important de former vos collaborateurs. Votre prestataire peut vous aider à **former vos équipes**. Vérifiez bien qu'une formation à l'utilisation de l'application est comprise dans le prix de la prestation.

Plus vos collaborateurs utiliseront l'application efficacement, plus la transition digitale sera simplifiée. De ce fait, organisez des sessions de formation régulières par petits groupes. Communiquez bien par e-mail des informations régulières sur les mises à jour et les modifications de l'application.

Notes :

L'idéal serait que votre responsable marketing assiste à la formation fournie par votre prestataire afin qu'il **crée une documentation détaillée de l'application mobile**. Celle-ci sera ainsi envoyée par la suite par e-mail à toutes vos équipes.

Découvrez un exemple de [documentation de présentation d'une application mobile](#).



Prévenez vos clients



Puisque vous êtes déjà présent sur le web, vous avez certainement un portefeuille-clients fourni. Utilisez cette base de données pour **envoyer une newsletter à tous vos clients existants**.

Prévoyez le tout avec votre responsable marketing afin qu'une **campagne e-mailing** soit envoyée en amont du lancement et une autre lorsque l'application est lancée officiellement.

Ne négligez pas **la base de données des clients potentiels** constituée grâce aux e-mails récupérés **via votre page de lancement**. Remerciez-les de leur participation au test de la version bêta et annoncez-leur la sortie officielle de votre application mobile.

Notes :

Des outils web comme [MailChimp](#) vous permettront d'envoyer des campagnes d'e-mails en masse gratuitement, jusqu'à 2 000 abonnés et dans la limite de 12 000 emails par mois.

Utilisez votre site internet



Votre site internet peut vous être utile pour **mettre en avant votre application mobile**. Tout d'abord, il permettra de rendre visible l'application à vos visiteurs web mais également il vous apportera un référencement complémentaire.

Travaillez ce **référencement sur la page du site web** présentant l'application mobile et son fonctionnement. Vous devez être en accord avec la stratégie de mots-clés utilisés dans la description de la fiche de présentation des stores Google Play et Apple.

Pensez à ajouter les **liens de téléchargements de votre application** afin que les visiteurs de votre site sur mobile soient renvoyés directement dans le store concerné.

Il est possible de réserver un chauffeur également via notre appli mobile Hey Cab. Disponible sur Android et iOS.

Comment ça marche ?



Exemple de contenu sur une page web expliquant le fonctionnement de l'application mobile

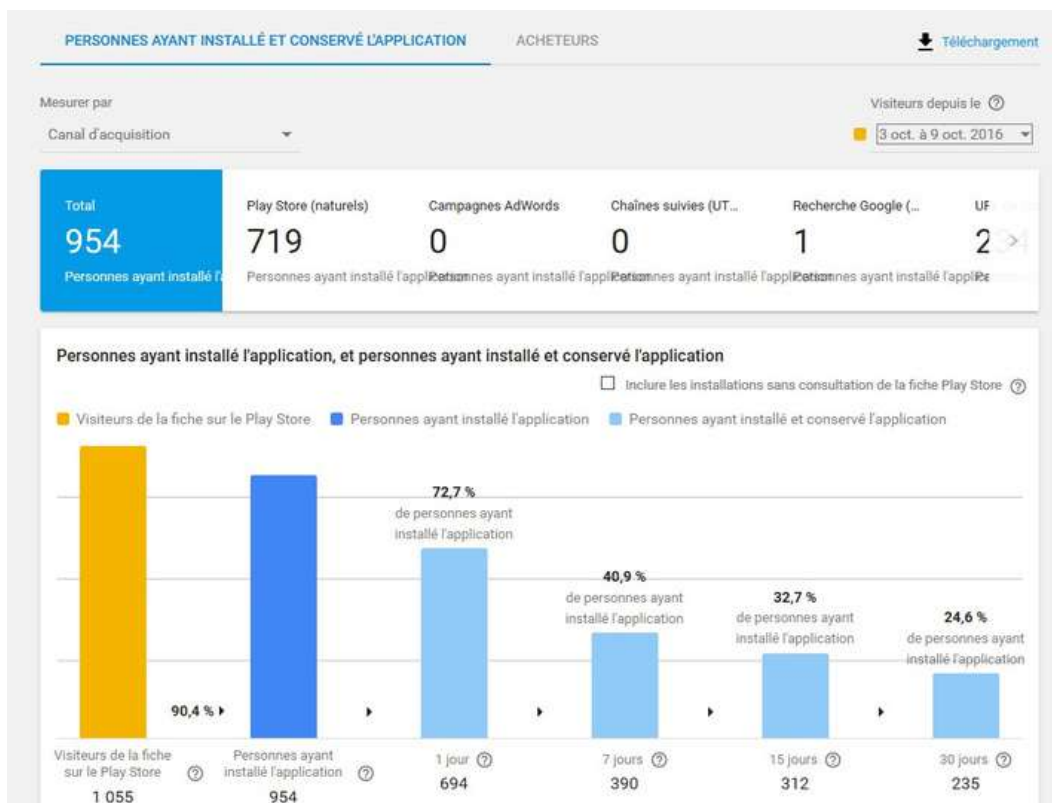
Notes :

7. Monitoriez régulièrement votre application

Une fois l'application lancée officiellement et publiée sur les stores mobiles, il est nécessaire de **suivre les statistiques et d'en comprendre les résultats**, en vue de vous **améliorer** et de procéder à **d'éventuelles modifications**.

Le store Google Play permet de visualiser plusieurs données telles que :

- **Des statistiques "générales"** avec le nombre d'installations sur appareils actifs selon la version de l'appareil ou encore selon le pays ainsi qu'une comparaison de données sur 2 périodes personnalisées.
- **Des rapports d'acquisitions utilisateurs.** Vous obtiendrez notamment des données concernant le canal d'acquisition utilisé par votre utilisateur (acquisition naturelle sur le Play Store, via une URL tierce, etc.) Vous observerez également le nombre de personnes ayant consulté la fiche du store, ayant installé votre application ainsi que le nombre de jours pendant lesquels ils ont conservé votre application après l'installation (1 jour, 7 jours, 15 jours, 30 jours).



Notes :

Sur Apple Store, les données sont affichées différemment mais elles sont (presque) aussi complètes.

Vous observerez sur une période personnalisée le nombre d'installations de l'application, le nombre d'appareils actifs, les pays concernés, les différents appareils (iPhone, iPad...), etc. Vous trouverez également des **indicateurs plus détaillés avec des vues personnalisées pour comparer**, par exemple, le nombre d'applications au nombre d'impressions ce qui peut vous permettre d'avoir une idée de votre taux de conversion.



Même si toutes ces données analytiques vous offrent déjà des informations détaillées, **il ne vous offrira pas d'informations de tracking** : quelles vues (écrans) ont été consultées, combien d'utilisateurs se sont inscrits, quelle source d'acquisition est concernée (X ou Y), etc.

Ainsi pour mesurer l'usage, l'engagement ou la monétisation des utilisateurs, il faudra pousser plus loin avec des éléments de tracking dans l'application.

Consultez votre responsable marketing pour **connaître la liste des données qu'il faudra traquer dans l'application**. Puis, discutez tout ceci avec votre prestataire. Plus vous y pensez en amont, plus l'application sera construite en conséquence et le devis sera réduit.

Notes :

8. Entretenez votre application

Pensez à consulter les possibilité de garantie et de maintenance



Il est essentiel, pour que votre application soit pérenne, de la maintenir régulièrement à jour.

Puisez dans les retours des utilisateurs pour ajouter des fonctionnalités utiles ou retirer des fonctionnalités non utilisées.

En faisant cela, vous maintenez le lien avec eux et conservez leur intérêt !

Sachez que votre prestataire mobile peut **garantir votre application** pour une durée précise, un an par exemple. Ainsi, il s'occupera de corriger les différents bugs qui surviendront.

Il vous proposera également un **contrat de maintenance**. Ce contrat vous permet d'améliorer et mettre à jour votre application.

Comme vous vous en doutez, ce service n'est pas gratuit.

En règle générale, le prix est forfaitaire et vous devrez déboursier 15 à 20% du prix de l'application chaque année. Mensuellement, vous aurez donc une facture à payer, et cela, même si votre prestataire n'a pas effectué de modifications durant le mois.

Voilà pourquoi nous vous conseillons d'opter pour un contrat de support qui ne vous sera facturé qu'en cas d'intervention. N'hésitez pas à nous consulter pour que nous vous présentions nos offres de support applicatif en [tierce maintenance applicative](#) (TMA).

Notes :

9. Soyez à l'écoute de vos utilisateurs

Demandez des notes et avis sur les stores mobiles



Les avis sont très importants dans les **stores Google Play et Apple Store**. En effet, plus votre application est téléchargée et notée, plus elle remonte en bonne position dans les résultats de recherche.

Sans compter que les avis **incitent les nouveaux visiteurs à télécharger** l'application.

Par conséquent, invitez vos utilisateurs à noter votre application mobile après une certaine durée d'utilisation (environ 2 jours).

Cette invitation peut être intégrée dans l'application ou, si vous avez les e-mails des utilisateurs concernés, elle peut être effectuée par un envoi d'e-mailing en masse.

Attention à **ne pas les spammer** et à enclencher l'effet inverse, c'est-à-dire obtenir une mauvaise note, voire une désinstallation de l'application.

Si vous décrochez une mauvaise note sur le store, ne vous braquez pas et répondez à l'utilisateur.

Demandez-lui les raisons de cette note et les améliorations à apporter à l'application.

Notes :



Pour distinguer votre application mobile de votre activité habituelle (rien n'empêche de croiser les deux), **créez une page Facebook** ou **un profil Twitter** consacré à votre application.

Sur ces comptes, vous aurez **une communication axée sur les mises à jour et les nouveautés de l'application mobile**. Mais ce seront également des moyens pour tenir un support technique et commercial auprès de vos utilisateurs. Ils pourront ainsi laisser leurs avis, leurs notes, mais également leur **besoin d'aide ou d'assistance**.

Nous vous préconisons les réseaux sociaux Facebook et Twitter car ce sont les plus utilisés pour ce type d'usage. Néanmoins, consultez votre Community Manager pour comprendre le comportement de votre cible : si elle est bien présente sur Twitter/Facebook ou si un réseau social tel que LinkedIn est plus pertinent.

Il existe également des **groupes Facebook** ou des **groupes de discussion LinkedIn** qui peuvent être utiles afin que les utilisateurs signalent les bugs, les problèmes rencontrés ou simplement suggèrent des améliorations de l'application. Voici un exemple de groupe LinkedIn.



Notes :

10. Imaginez les évolutions

Une application mobile **ne reste pas figée**, elle doit **évoluer dans le temps**.

Par ailleurs, il est nécessaire que ces évolutions et modifications se déroulent sans encombre. C'est pourquoi il est important de choisir le bon prestataire dès le départ.

Le meilleur des scénarios est de **prévoir à la rédaction initiale du cahier des charges** avec une version 1 et une version 2 (éventuellement version 3, 4, etc.). Ainsi, vous avez déjà une vision globale du projet et des lots qui seront à développer.

Exemple d'évolutions à prendre en compte dans un cahier des charges :

- **Version 1** : Connexion à l'application avec une adresse e-mail et un mot de passe
- **Version 2** : Connexion avec une adresse e-mail et un mot de passe + une connexion possible avec un compte Google.
- Etc.

Dans le cas contraire, ce n'est pas dramatique, il suffira de rédiger des **spécifications fonctionnelles** ou, si nécessaire un **nouveau cahier des charges**, avec des **maquettes** pour chaque nouvelle fonctionnalité et pour chaque changement.

Si la modification est comprise dans votre contrat de **maintenance évolutive**, c'est l'idéal. Sinon, demandez bien un devis pour chaque évolution que vous envisagez.



Astuce : Nous réalisons des **missions d'audit et de conseils** pour vous accompagner.

Notes :

CHECK-LIST :

LES ÉTAPES NÉCESSAIRES POUR DÉVELOPPER SON APPLICATION MOBILE

Pour penser à toutes les étapes de la construction de votre projet, voici une check-list des éléments les plus importants en amont du lancement.

- Vous avez rédigé un cahier des charges ou une expression de besoins.
- Les différents types d'utilisateurs sont identifiés.
- Chaque action que les utilisateurs pourront réaliser est identifiée.
- Vous avez la liste des différents écrans de votre application et/ou des maquettes.
- Vous avez évalué l'impact de votre projet sur votre organisation.
- Les personnes concernées sont informées du projet.
- Vous vous êtes assuré que le projet est bien compris et bien accepté.
- Le style ou la charte graphique de l'application a été défini(e).
- L'ergonomie de l'application a été travaillée.
- Un chef de projet a été désigné.
- Le chef du projet est un expert métier du domaine du projet.
- Le chef du projet dispose du temps nécessaire à sa mission.
- Le chef de projet a été formé à la gestion de projet informatique.
- Vous avez soumis votre projet à plusieurs prestataires informatiques.

Recommandation personnalisée :



Cette check-list est déjà bien remplie ?

Passer à l'étape suivante : faites vous aider pour le développement, [en cliquant ici](#).

Suivez nos conseils et actualités :





axiocode
DÉVELOPPEMENT WEB & MOBILE

FAITES CONFIANCE À DES EXPERTS POUR VOTRE PROJET



NOTRE ÉQUIPE
30 experts à votre service



BENOIT CHRISTIAENS
Co-fondateur, Directeur des Opérations



ANTONY ZANETTI
Co-fondateur, Directeur Technique

ILS NOUS FONT CONFIANCE

ALAIN AFFLELOU



**VOUS AVEZ AUSSI UN PROJET ?
CONTACTEZ-NOUS !**



+33(0)3 67 67 46 12

contact@axiocode.com

57 rue Lothaire, 57000 Metz

www.axiocode.com