

# Plan de redressement - EM

1

## Promesse/JTBD/Market Fit

Aspect	Promesse	Jobs-To-Be-Done	Market Fit
Définition	Ce que l'entreprise ou le produit s'engage à livrer	Ce que l'utilisateur veut accomplir	Le degré auquel le produit répond réellement aux JTBD et satisfait le marché cible
Orientation	Marketing / communication	Utilisateur / résultat	Marché / adoption réelle
Exemple	« Notre logiciel centralise toutes vos campagnes et automatisé le suivi, pour que vous puissiez livrer à temps et sans erreur »	« Je veux que mon équipe marketing puisse planifier et suivre toutes les campagnes sans perdre d'informations ni de temps »	Les équipes marketing adoptent massivement l'outil, l'utilisent quotidiennement, recommandent le produit à d'autres équipes : le produit répond vraiment à leur besoin.
Energy Manager	Améliorer la performance énergétique d'un parc de bâtiments. Ce module promet aux gestionnaires immobiliers, collectivités et exploitants : <ul style="list-style-type: none"><li>• Une vision globale et centralisée des consommations énergétiques</li><li>• Une réduction des coûts et des émissions de CO<sub>2</sub></li><li>• Une supervision en temps réel pour agir vite et efficacement</li></ul> C'est une promesse de pilotage intelligent basé sur la donnée, avec un impact direct sur la performance énergétique.	Je veux ...	

## Fonctionnalités EM

Fonctionnalité	Ce qu'elle permet de faire	Élément d'interface / Parcours d'accès / Trigger UX/UI	JTBD correspondant
Visualiser et comparer les bâtiments selon période, variable et fréquence	Analyser les performances énergétiques selon différents critères	Dashboard EM	
Trier les bâtiments par valeur d'une variable	Identifier les sites les plus ou moins performants rapidement	Dashboard EM TOP/FLOP	
Afficher les workflows Enedis	Suivre l'état des demandes ou interventions liées au réseau	Dashboard EM bloc workflow	
Afficher les bâtiments sur une carte géographique	Localiser visuellement les sites	Dashboard EM carte	
Accéder à l'historique des données (jusqu'à 36 mois)	Comprendre les tendances et anticiper les dérives	Données	
Déclencher des alertes sur seuils	Réagir rapidement en cas d'anomalie ou de surconsommation	Alarmes	
Exporter les données (PDF, Excel)	Préparer des rapports pour audits ou communication pour les parties prenantes	Bouton Exporter	
Filtrer par parc, dossier, type de bâtiment	Cibler l'analyse sur des sous-ensembles pertinents	Dashboard EM outil de comparaison	
Accéder aux données en pas de 10 minutes	Suivre les consommations avec précision et réactivité	Données	

## + Atelier d'idéation en équipe

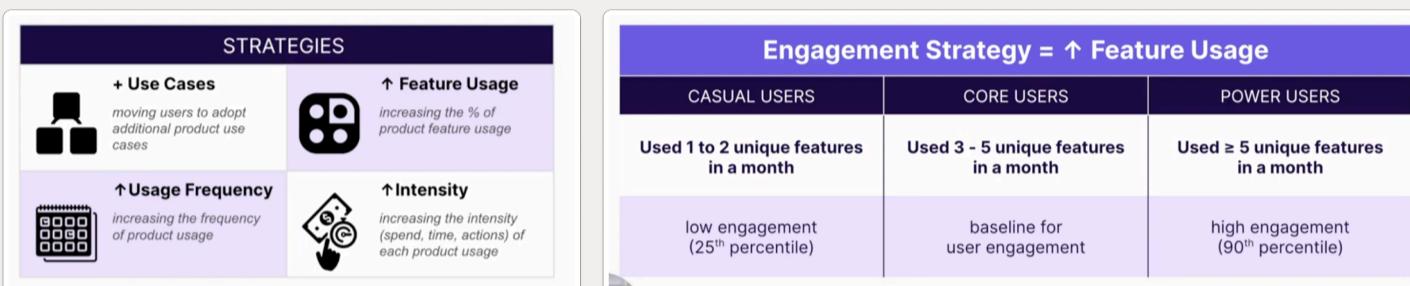
### Mapping des fonctionnalités connexes à l'EM



## 3

Tableau global des analyses produit

Catégorie d'analyse	Objectif	Type d'analyse	Métriques clés	Observations	Insights = pourquoi ça marche/ça ne marche pas	Recommandations
1. Adoption – Le QUOI	Ce qui est utilisé sur le dashboard	Mesure du taux d'utilisateurs qui utilisent une fonctionnalité donnée	% d'utilisateurs actifs par fonctionnalité			
2. Engagement – Le COMMENT	Comment les utilisateurs interagissent	Temps passé, Fréquence d'usage, Scroll depth, Interactions par section	Durée moyenne des sessions, Sessions/semaine, % de scroll, Temps par composant			
3. Performance UX – Le POURQUOI	Pourquoi ça marche ou pas	Taux d'erreur, Temps avant action, Abandons de parcours, Feedback qualitatif, Analyse verbatim	% d'erreurs dans les inputs, Temps avant clic, Taux de complétion, Commentaires utilisateurs			
4. Satisfaction – Le RESSENTE	Ce que les utilisateurs pensent	CSAT (Customer Satisfaction Score), NPS (Net Promoter Score), Feedback libre	Score moyen CSAT, Score NPS, Verbatims			
5. Rétention – Le COMBIEN	Combien reviennent	Taux de retour, Usage récurrent	% de retour à J+7, J+30, Sessions hebdomadaires/mensuelles			
6. Navigation – L'EXPÉRIENCE	Fluidité du parcours	Funnel analysis, Heatmaps, Click tracking	Taux de clics, Taux de drop, Zones ignorées			
7. Segmentation – Le POUR QUI	Pour quels profils ça fonctionne	Analyse par persona, Analyse par secteur	Adoption par segment, Satisfaction par profil			
9. Business Impact – L'UTILITÉ	Est-ce que ça crée de la valeur	ROI perçu, ROI par client, ROI par fonctionnalité, Réduction des coûts, Impact métier	% de gains estimés, Feedback métier			



## 4

Analyse concurrentielle

Concurrent	Positionnement	Fonctionnalités clés	Points forts UX / Produit	Valeur métier	Prix / modèle	Intégration	Défenseurs	Limites / faiblesses

## 5

## Users

**Questionnaire client - JTBD**

- Quel est votre rôle dans votre organisation ?
- Quand utilisez-vous notre Dashboard EM ?
- Qu'est-ce que vous essayez vraiment de faire à ce moment-là ?
- Qu'est-ce qui vous empêche de le faire facilement ?
- Qu'est-ce que vous espérez obtenir à la fin ?
- Si vous pouviez améliorer une chose dans le module, ce serait quoi ?
- Pour finir, pouvez-vous compléter cette phrase : "Quand je suis dans [situation], je veux [motivation / action] pour pouvoir [résultat attendu]."

## Bureaux d'études thermiques

Client	Profil	Power User ?	Jobs-To-Be-Done ("Quand je suis dans [situation], je veux [motivation / action] pour pouvoir [résultat attendu].")	Pain points EM	Opportunité produit

## Gestionnaire de parc immobilier

Client	Profil	Power User ?	Jobs-To-Be-Done ("Quand je suis dans [situation], je veux [motivation / action] pour pouvoir [résultat attendu].")	Pain points EM	Opportunité produit

## Professionnels de l'énergie

Client	Profil	Power User ?	Jobs-To-Be-Done ("Quand je suis dans [situation], je veux [motivation / action] pour pouvoir [résultat attendu].")	Pain points EM	Opportunité produit

## Bailleurs sociaux

Client	Profil	Power User ?	Jobs-To-Be-Done ("Quand je suis dans [situation], je veux [motivation / action] pour pouvoir [résultat attendu].")	Pain points EM	Opportunité produit

## Collectivités publiques

Client	Profil	Power User ?	Jobs-To-Be-Done ("Quand je suis dans [situation], je veux [motivation / action] pour pouvoir [résultat attendu].")	Pain points EM	Opportunité produit