

Créez une analyse d'opportunité (Business Case)

Business Analyse

Analyse Compétences : 3

Le dossier d'analyse d'opportunité est un argument convaincant pour obtenir une approbation (et donc le feu vert pour poursuivre le projet). En anglais, il porte le nom de Business Case. Cela peut-être un document ou même une présentation. Tout dépend de l'auditoire auquel il est destiné.

Publié mardi 10 août 2021, 18h37
Modifié lundi 26 août 2024, 10h04



By Olivier Paudex

Introduction

Un des premiers **"livrables"** que l'on va devoir défendre pour justifier un projet et obtenir un financement est l'analyse d'opportunité. Le **"Business Case"** va permettre d'évaluer une opportunité ou un problème au niveau opérationnel, de le détailler, afin d'obtenir une approbation de la part du sponsor.

Le **"Business Case"** se place dans l'analyse de l'entreprise. Voici les premières actions pour lancer un projet.

- On commence par analyser l'entreprise en effectuant une recherche sur Internet, auprès des clients, des partenaires, etc...
- On identifie le problème principale ou l'opportunité à saisir. (Définir la **"Root Cause"**).
- On prépare un **"Business Case"**.

- On obtient un financement.

> Le **"Business Case"** n'est pas à confondre avec le **"Business Plan"**, qui lui, est un document qui analyse une opportunité au niveau de la compagnie, sur le long terme.

Démanteler l'analyse de rentabilité

Un **"Business Case"** fait ressortir une opportunité et une recommandation à investir pour tirer avantages de celui-ci. Ci-dessous quelques points dont il faut tenir compte lors de sa création.

- C'est un document que l'on ne présente qu'une fois pour tenter de convaincre le sponsor. Vous ne pourrez pas revenir en arrière pour peaufiner celui-ci.
- Le but est de monter un dossier convaincant (document ou présentation), réunir des recommandations pour être crédible afin de permettre à un auditoire d'y adhérer.
- Essayer de démontrer que la solution proposée est efficace, viable et fonctionnel.
- Supporter une étude de faisabilité.
- S'il y a plusieurs projets, il faut les prioriser et expliquer pourquoi entreprendre la solution dans un certain ordre.

Jouer avec la foule

Pour défendre un projet, il faut connaître son auditoire. Quelques pistes à garder à l'esprit sont :

- Le niveau de connaissances de l'auditoire. Avons-nous affaire à des experts dans un domaine précis ou plutôt à des financiers à qui il va falloir expliquer le processus.
- Connaître ceux qui prennent les décisions.
- Être passionné par le produit ou le problème que l'on défend. Si les décideurs sentent que vous croyez vous-même dans ce que vous dites, la partie est à moitié gagné.
- Être capable de comparer le produit avec un sujet similaire. Il sera alors facile d'en ressortir les avantages et peut-être les inconvénients.
- Trouver un argument choc pour leur faire envie.

Si l'auditoire est technique ou très minutieux, il sera alors nécessaire d'augmenter le niveau de détails.

Structure d'un Business Case

Un Business case doit au moins contenir les trois points suivants

- Présenter, définir le produit ou l'opportunité avec des mots clés.
- Faire ressortir le mot clé le plus important et le justifier.
- S'aider d'exemples, de documentations annexées, de vidéos, de GIF animés.

Présentation

Une bonne analyse d'opportunité se présente toujours un peu de la même manière.

- Résumé en quelques lignes le problème ou l'opportunité. C'est la première chose à être lue. Il faut le mettre en évidence pour qu'il soit clair pour tout le monde.
- Décrire l'état actuel et pourquoi il est nécessaire de le modifier.
- Expliquer les raisons principales du changements.
- Ajouter les infos financières si elles supportent et sont à l'avantage de l'opportunité.
- Ajouter une conclusion, une recommandation personnelle et la justifier.

Justifier une recommandation tout en restant SMART

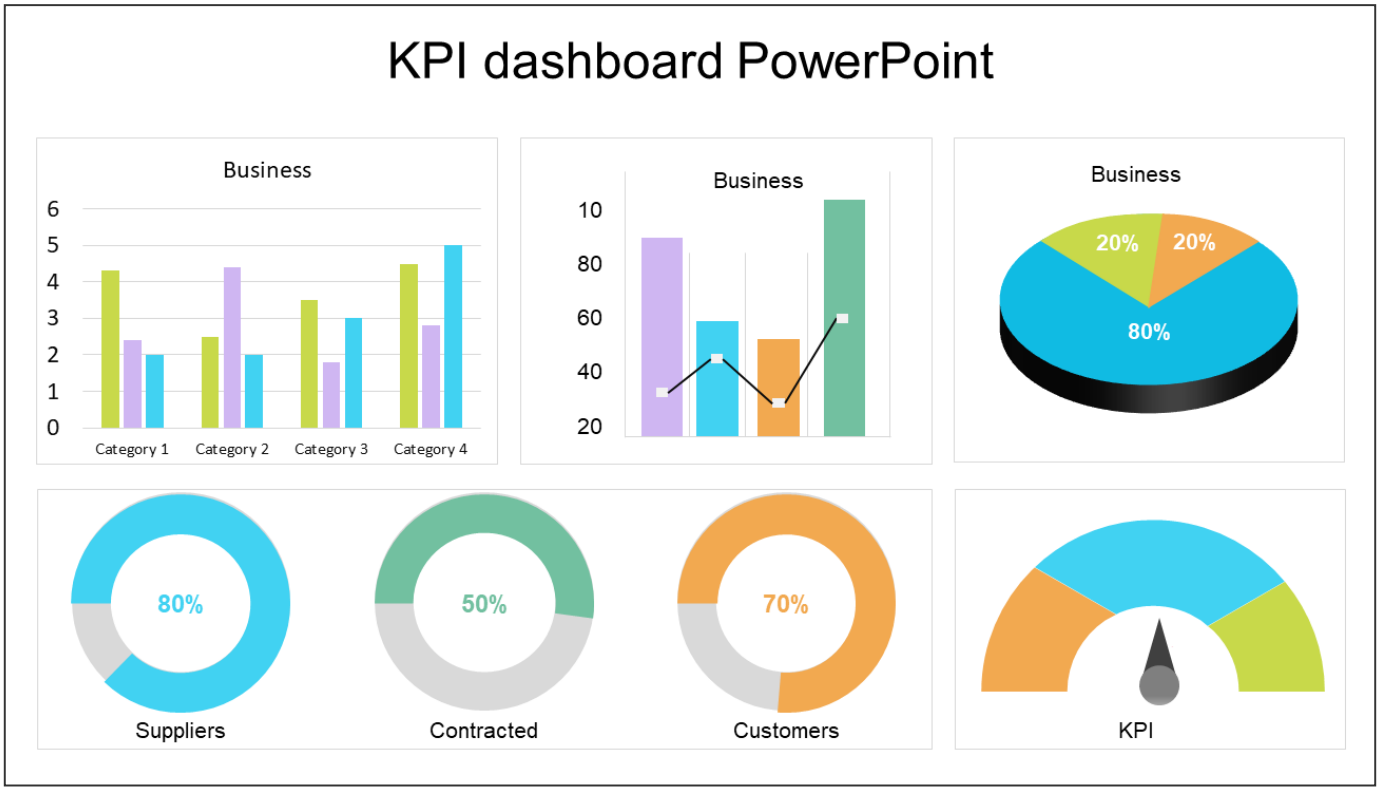
Il n'est pas facile de justifier une recommandation personnelle. Il y aura toujours quelqu'un pour vous dire que c'est une hypothèse personnelle. Il faudra alors vous défendre en appliquant la technique dite**SMART** .

SMART est un acronyme anglais qui signifie "Specific (Spécifique), Measurable (Mesurable), Attainable (Atteignable), Relevant (Pertinent), Time-bound (Limiter dans le temps)".

- **S = Spécifique**. Le but doit être clair et non ambigu.
- **M = Mesurable**. L'objectif à atteindre doit être mesurable.
- **A = Atteignable**. Est-ce que l'objectif est réaliste ?
- **R = Pertinent**. Est-ce que l'objectif est vraiment nécessaire et en phase avec les besoins de l'entreprise ?
- **T = Limiter dans le temps**. Peut-on atteindre l'objectif dans une limite de temps acceptable ?

Le KPI pour prouver que l'on n'invente rien

Pour effectuer des mesures sur l'objectif, il existe tout un arsenal de technique, mais la meilleure est de comparer les chiffres de différents documents et d'en ressortir les arguments principaux par des graphismes représentatifs. On appelle ceci un KPI pour **"Key performance indicators"** ou indicateurs principaux de performance, en français.



Les indicateurs principaux de performance (KPI)

Autres techniques intéressantes à ne pas oublier

- Ajoutez des alternatives peut également être un bon point de comparaison, donc d'affirmation de votre recommandation.
- Ajoutez une comparaison financière des coûts entre le processus actuel et l'état futur peut se relever très efficace, mais il faut bien faire attention à se le faire confirmer par un collaborateur qui détient ce genre d'informations détaillées.
- Apporter des références.
- Noter des hypothèses, mais attention de ne pas vous couper l'herbe sous les pieds. Restez SMART.
- Prendre en compte les risques.

Conclusion

Le business case est un livrable d'importance. Il va servir à valider tout ce que vous avez analysez jusqu'ici. Il va également servir de support de présentation pour obtenir une approbation sur la suite du projet. Alors n'hésitez pas à y mettre la forme. Apprenez à connaître vos interlocuteurs, surtout les décideurs. Ajoutez-y

de la vidéo, des images, de la couleur, des statistiques. Réunissez les plus indécis sous votre bannière. Bon courage !