

PEETIC OKRS ET PARIS PRODUIT

2025

TABLE DES MATIÈRES

- 1. OKR et paris produit 4
 - 1.1. Structure OKR chez Peetic 4
 - 1.2. Compagnie OKRs - 2026 (Annuel) 4
 - 1.3. OKRs produit - Q1 2026 (Trimestriel) 6
 - 1.4. Paris produit - Q1 2026 8
 - 1.5. Tableau de bord OKRs & Bets (Suivi mensuel) 12
 - 1.6. Alignement avec les autres frameworks 13
 - 1.7. Rituels de suivi 14
 - 1.8. Critères de succès globaux 2026 14
 - 1.9. Références 15

Contact

PABLO PERNOT
pablo@projetwinston.fr
06 32 43 78 03

Licence

CC BY-SA 4.0
<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

1. OKR ET PARIS PRODUIT

Ce document définit les **OKRs (Objectives and Key Results)** et **Product Bets** pour Peetic, en alignement total avec les frameworks stratégiques précédemment établis :

- Stratégie Rumelt (4 phases)
- DIBB Framework (North Star Metric)
- Impact Mapping priorisé
- Opportunity Solution Tree
- Vision/Mission/Values

1.1. STRUCTURE OKR CHEZ PEETIC

1.1.1. HIÉRARCHIE DES OKRS

COMPANY OKRs (annuels, alignés Vision 2030)



PRODUCT OKRs (trimestriels, alignés Outcome OST)



TEAM OKRs (trimestriels, alignés Product OKRs)

1.1.2. PRINCIPES

- **Cadence** : Revue mensuelle, reset trimestriel
- **Ownership** : 1 personne responsable par KR
- **Scoring** : 0-1 (0.7 = succès, 1.0 = dépassement exceptionnel)
- **Transparence** : Tous les OKRs accessibles à toute l'équipe
- **Alignement** : Chaque Product OKR doit contribuer à au moins 1 Company OKR

1.2. COMPAGNIE OKRS - 2026 (ANNUEL)

1.2.1. OBJECTIVE 1 : VALIDER LE PRODUCT-MARKET FIT SUR LYON

Contexte : Phase 1 Rumelt - Établir l'ancrage utilitaire

KR 1.1 : Atteindre 10 000 carnets actifs sur Lyon métropole

- **Baseline** : 5 000 (Nov 2025)
- **Target** : 10 000 (Dec 2026)
- **Owner** : Emma (CEO)
- **Métrique** : Carnet actif = ≥ 3 documents uploadés + ≥ 1 rappel configuré

KR 1.2 : Améliorer la rétention J+30 de 68% à 80%

- **Baseline** : 68% (Nov 2025)
- **Target** : 80% (Dec 2026)
- **Owner** : Lionel (CPO)
- **Métrique** : % utilisateurs revenus $\geq 1x$ entre J+8 et J+30 post-inscription

KR 1.3 : Atteindre NPS ≥ 75 parmi utilisateurs actifs

- **Baseline** : 72 (Nov 2025)
- **Target** : 75 (Dec 2026)
- **Owner** : Sarah (CMO)
- **Métrique** : NPS mesuré mensuellement sur cohorte utilisateurs actifs (≥ 1 retour/mois)

KR 1.4 : Générer 50K€ MRR avec modèle économique validé

- **Baseline** : 6,25K€ MRR (Nov 2025)
- **Target** : 50K€ MRR (Dec 2026)
- **Owner** : Emma (CEO)
- **Métrique** : MRR = Abonnements Premium + Commissions marketplace + B2B Pro

1.2.2. OBJECTIVE 2 : CONSTRUIRE LE MOAT DÉFENSIF VIA PARTENARIATS VÉTOS

Contexte : DIBB Bet #1 - Intégration API vétos comme barrière à l'entrée

KR 2.1 : Intégrer 15 cliniques vétérinaires avec sync automatique

- **Baseline** : 5 cliniques manuelles (Nov 2025)
- **Target** : 15 cliniques API (Dec 2026)
- **Owner** : Paul (Chief Vet Officer)
- **Métrique** : Clinique intégrée = API fonctionnelle + ≥ 50 patients sync

KR 2.2 : 60% des nouveaux carnets créés via recommandation véto

- **Baseline** : 35% (Nov 2025)
- **Target** : 60% (Dec 2026)
- **Owner** : Sarah (CMO)
- **Métrique** : Source attribution lors inscription (code promo clinique)

KR 2.3 : Réduire de 1200 consultations urgence évitables (déclaratif vétos)

- **Baseline** : 0 (mesure débute Jan 2026)
- **Target** : 1200 consultations (cumulatif Dec 2026)
- **Owner** : Paul (Chief Vet Officer)
- **Métrique** : Déclaration vétos via dashboard pro «Urgence évitée grâce rappel Peetic»

1.2.3. OBJECTIVE 3 : ATTEINDRE LA RENTABILITÉ OPÉRATIONNELLE

Contexte : Stratégie Rumelt Phase 4 - Modèle économique pérenne

KR 3.1 : LTV/CAC ≥ 5

- **Baseline** : 4,8 (Nov 2025)
- **Target** : 5,0 (Dec 2026)
- **Owner** : Emma (CEO)
- **Métrique** : LTV = ARPU $\times$ Lifetime moyen (24 mois) ; CAC = Coût marketing / Nouveaux users

KR 3.2 : Taux conversion Premium $\geq 15\%$

- **Baseline** : 9% (Nov 2025 - données limitées)
- **Target** : 15% (Dec 2026)
- **Owner** : Lionel (CPO)
- **Métrique** : % utilisateurs actifs (≥ 3 mois ancienneté) ayant souscrit Premium

KR 3.3 : Coût infrastructure cloud $< 8\%$ du MRR

- **Baseline** : 15% (Nov 2025 - non optimisé)
- **Target** : $< 8\%$ (Dec 2026)
- **Owner** : Laurent (Lead Dev)
- **Métrique** : (Factures AWS + Stockage) / MRR

1.3. OKRS PRODUIT - Q1 2026 (TRIMESTRIEL)

1.3.1. OBJECTIF P1 : CRÉER L'HABITUDE D'USAGE QUOTIDIEN

Contexte : OST Opportunity #1 (70% impact rétention) + DIBB North Star Metric

KR P1.1 : Augmenter le taux de retour hebdomadaire de 43% à 55%

- **Baseline** : 43% (Nov 2025)
- **Target** : 55% (Mar 2026)
- **Owner** : Lionel (CPO)
- **Métrique** : % utilisateurs actifs revenus $\geq 1x$ dans les 7 derniers jours

KR P1.2 : 10 000 rappels honorés (North Star Metric)

- **Baseline** : 0 (métrique lancée Jan 2026)
- **Target** : 10 000 rappels honorés (cumulatif Q1)
- **Owner** : Florian (PO fonctionnel)
- **Métrique** : Rappel honoré = utilisateur a effectué action recommandée dans les 7 jours suivant rappel

KR P1.3 : 80% des utilisateurs configurent ≥ 2 rappels

- **Baseline** : 54% (Nov 2025)
- **Target** : 80% (Mar 2026)
- **Owner** : Lionel (CPO)
- **Métrique** : % utilisateurs avec ≥ 2 rappels actifs configurés

1.3.2. OBJECTIF P2 : VALIDER LE MODÈLE PREMIUM

Contexte : DIBB Revenue Stream #1 + Stratégie Rumelt Phase 4

KR P2.1 : 500 abonnés Premium actifs

- **Baseline** : 450 (Nov 2025)
- **Target** : 500 (Mar 2026)
- **Owner** : Sarah (CMO)
- **Métrique** : Abonnement actif payant 5€/mois ou 50€/an

KR P2.2 : Churn Premium $< 5\%$ mensuel

- **Baseline** : Pas de données (lancement récent)
- **Target** : $< 5\%$ (moyenne Q1)
- **Owner** : Lionel (CPO)
- **Métrique** : % abonnés Premium qui annulent dans le mois

KR P2.3 : Valider 3 features Premium via A/B test (conversion $\geq +20\%$)

- **Baseline** : 0 features testées
- **Target** : 3 features validées (Mar 2026)
- **Owner** : Lionel (CPO)
- **Métrique** : Feature validée = groupe test convertit $\geq 20\%$ mieux que contrôle

1.3.3. OBJECTIF P3 : DENSIFIER L'ÉCOSYSTÈME VÉTÉRINAIRE

Contexte : Impact Mapping priorisé - Partenariats vétos (20% pondération)

KR P3.1 : 3 nouvelles cliniques intégrées avec API fonctionnelle

- **Baseline** : 5 cliniques (Nov 2025)
- **Target** : 8 cliniques (Mar 2026)
- **Owner** : Paul (Chief Vet Officer)

- **Métrique** : Clinique = API sync + ≥ 20 patients utilisent sync auto

KR P3.2 : 70% des utilisateurs sync véto activent export PDF $\geq 1x$

- **Baseline** : 0% (feature pas encore lancée)
- **Target** : 70% (Mar 2026)
- **Owner** : Florian (PO fonctionnel)
- **Métrique** : % utilisateurs avec sync véto ayant utilisé export PDF $\geq 1x$

KR P3.3 : Satisfaction vétos partenaires $\geq 8/10$

- **Baseline** : Pas de mesure
- **Target** : 8/10 (enquête Q1)
- **Owner** : Paul (Chief Vet Officer)
- **Métrique** : Enquête trimestrielle auprès vétos partenaires (échelle 1-10)

1.4. PARIS PRODUIT - Q1 2026

Les Product Bets sont des paris à haut risque / haute récompense qui testent des hypothèses stratégiques. Contrairement aux OKRs, ils peuvent échouer sans conséquence négative (apprentissage valorisé).

1.4.1. BET #1 : RAPPELS INTELLIGENTS AUGMENTENT RÉTENTION DE 68% À 80%

Alignement frameworks :

- OST Solution 1.2.A (84% activent rappels dans test MVP 50 users - VALIDÉ)
- DIBB North Star Metric (Rappels honorés)
- Impact Mapping Opp 1.2 (50% pondération)

1.4.1.1. Hypothèse

Si nous déployons des rappels intelligents personnalisés par race/âge/historique santé

Alors le taux de rétention J+30 passera de 68% à 80%

Parce que les utilisateurs reviendront régulièrement pour consulter/honorer leurs rappels, créant l'habitude d'usage quotidien

1.4.1.2. Métriques de succès (Exit Criteria)

SUCCÈS validé si (fin Q1 2026) :

- Rétention J+30 $\geq$ 78% (cohorte Jan-Mar 2026)
- $\geq$ 80% utilisateurs configurent $\geq$ 2 rappels
- Taux retour hebdomadaire $\geq$ 53%
- NPS feature «Rappels» $\geq$ 8/10

ÉCHEC si (fin Q1 2026) :

- Rétention J+30 $<$ 72% (pas d'amélioration significative)
- $<$ 60% utilisateurs configurent rappels (faible adoption)
- Augmentation support tickets «rappels spam» $>$ 15% total tickets

1.4.1.3. Plan d'exécution (3 mois)

Semaine 1-2 : Finaliser algo personnalisation (race, âge, historique véto)

Semaine 3-4 : A/B test 20% traffic (groupe test = rappels intelligents, contrôle = rappels génériques)

Semaine 5-8 : Roll-out progressif 100% si validation intermédiaire (+10% rétention groupe test)

Semaine 9-12 : Optimisation UX notifications (timing, wording, fréquence) basé sur analytics

1.4.1.4. Critères d'abandon (Kill Criteria)

Abandonner le bet si :

- Semaine 4 : Groupe test rétention $\leq$ groupe contrôle (pas d'amélioration)
- Semaine 6 : NPS feature $<$ 5/10 (rejet utilisateurs)
- Semaine 8 : Churn Premium groupe test $>$ groupe contrôle +5% (cannibalisation)

1.4.1.5. Budget & Ressources

- **Dev** : 3 sprints (6 semaines) - Laurent, Sandra (backend), Alain (notif system)
- **Design** : 1 sprint UX/UI - Externe freelance
- **Budget** : 15K€ (dev interne + design + infra notifs)
- **Owner** : Lionel (CPO)

1.4.2. BET #2 : SYNC API VÉTOS CRÉE LOCK-IN ET RÉDUIT CAC DE 18€ À 12€

Alignement frameworks :

- OST Solution 2.1.A (En cours test pilote 1 clinique)
- DIBB Bet #1 (Intégration API vétos → rétention 68% à 80%)
- Stratégie Rumelt Unfair Advantage (Moat défensif)

1.4.2.1. Hypothèse

Si nous intégrons 3 nouvelles cliniques avec sync automatique comptes-rendus

Alors le CAC baissera de 18€ à 12€ via recommandations vétos organiques

Et la rétention passera à 85% (vs 68% baseline) car sync auto = friction zéro

Parce que les vétos recommanderont activement Peetic + utilisateurs ne partiront pas (données santé accumulées)

1.4.2.2. Métriques de succès (Exit Criteria)

SUCCÈS validé si (fin Q1 2026) :

- 3 cliniques intégrées avec ≥50 patients sync chacune
- CAC utilisateurs venus via vétos partenaires ≤ 12€ (vs 18€ baseline)
- Rétention J+30 utilisateurs avec sync ≥ 82% (vs 68% sans sync)
- NPS vétos partenaires ≥ 8/10

ÉCHEC si (fin Q1 2026) :

- Impossible d'intégrer ≥2 cliniques (barrières techniques/légales)
- CAC utilisateurs vétos ≥ 18€ (pas de réduction)
- Rétention sync ≤ 70% (pas d'amélioration vs baseline)

1.4.2.3. Plan d'exécution (3 mois)

Mois 1 : Finaliser API générique compatible 3 logiciels vétos majoritaires (Vetocom, ClicVéto, VetoGestion)

Mois 2 : Intégration pilote 3 cliniques (1 par logiciel) + formation équipes vétos

Mois 3 : Optimisation flux sync + campagne co-marketing avec cliniques pilotes

1.4.2.4. Critères d'abandon (Kill Criteria)

Abandonner le bet si :

- Mois 1 : Éditeurs logiciels refusent API (barrière légale RGPD insurmontable)
- Mois 2 : < 10 patients utilisent sync par clinique (pas d'adoption vétos)
- Mois 3 : Coût technique maintenance API > 5K€/mois (pas rentable)

1.4.2.5. Budget & Ressources

- **Dev :** 4 sprints (8 semaines) - Laurent (lead), Sandra (API), Alain (data sync)
- **Biz Dev :** Paul (Chief Vet Officer) full-time négociation cliniques
- **Legal :** Audit RGPD données santé (avocat spécialisé)
- **Budget :** 35K€ (dev interne + legal + incentives cliniques pilotes)
- **Owner :** Paul (Chief Vet Officer)

1.4.3. BET #3 : EXPORT PDF DÉBLOQUE CONVERSION PREMIUM DE 9% À 15%

Alignement frameworks :

- OST Solution 2.1.C (62% cliquent fake door test - VALIDÉ)
- DIBB Revenue Stream (Premium 5€/mois)
- Stratégie Rumelt Phase 4 (Monétisation)

1.4.3.1. Hypothèse

Si nous lançons feature «Export PDF carnet santé complet»

Et la positionnons comme feature Premium (freemium = 1 export/mois, premium = illimité)

Alors le taux conversion Premium passera de 9% à 15%

Parce que 62% users ont cliqué fake door = besoin réel + use case concret (rdv véto, pension, voyage)

1.4.3.2. Métriques de succès (Exit Criteria)

SUCCÈS validé si (fin Q1 2026) :

- Taux conversion Premium passe de 9% à $\geq 14\%$
- $\geq 70\%$ utilisateurs freemium utilisent leur 1 export gratuit
- Attribution conversion : «Export PDF» cité comme raison #1 dans survey post-souscription ($\geq 40\%$)
- Churn Premium lié à «Export PDF décevant» $< 2\%$

ÉCHEC si (fin Q1 2026) :

- Taux conversion Premium $\leq 10\%$ (pas d'impact significatif)
- $< 30\%$ utilisateurs freemium utilisent export gratuit (pas de besoin réel)
- Coût génération PDF (infra) $> 0,5\text{€}/\text{export}$ (pas rentable)

1.4.3.3. Plan d'exécution (6 semaines)

Semaine 1-2 : Dev feature export PDF (template pro, logo véto si sync, QR code vérification)

Semaine 3 : A/B test freemium limit (groupe A = 1/mois, groupe B = 3/mois) pour trouver optimal

Semaine 4-5 : Campagne in-app promotion «Export PDF» auprès utilisateurs actifs

Semaine 6 : Analyse attribution conversion + optimisation CTA upgrade

1.4.3.4. Critères d'abandon (Kill Criteria)

Abandonner le bet si :

- Semaine 3 : Groupe A+B conversion $\leq 10\%$ (pas d'impact)
- Semaine 4 : NPS feature «Export PDF» $< 6/10$ (qualité insuffisante)
- Semaine 5 : Coût infra $> 0,8\text{€}/\text{export}$ (économie impossible)

1.4.3.5. Budget & Ressources

- **Dev** : 2 sprints (4 semaines) - Sandra (backend PDF), Alain (frontend)
- **Design** : Template PDF pro - Externe freelance
- **Infra** : Service génération PDF (Docraptor ou équivalent)
- **Budget** : 8K€ (dev interne + design template + infra test)
- **Owner** : Lionel (CPO)

1.4.4. BET #4 : PROGRAMME AMBASSADEURS RÉDUIT CAC DE 18€ À 10€

Alignement frameworks :

- DIBB Bet #2 (Programme ambassadeurs → CAC 18€ à 10€)
- Impact Mapping (Viralité organique Phase 2)
- Stratégie Rumelt Phase 2 (Densifier écosystème local)

1.4.4.1. Hypothèse

Si nous recrutons 20 power users comme ambassadeurs avec parrainage récompensé (1 mois premium gratuit par filleul actif)

Alors le CAC baissera de 18€ à 10€ via viralité organique qualifiée

Et nous acquerrons 500 nouveaux users via parrainage en Q1

Parce que les propriétaires font confiance à leurs pairs locaux (social proof authentique)

1.4.4.2. Métriques de succès (Exit Criteria)

SUCCÈS validé si (fin Q1 2026) :

- 20 ambassadeurs recrutés et actifs (≥3 filleuls chacun)
- ≥ 400 nouveaux users via parrainage
- CAC users parrainés ≤ 12€ (coût incentive / nb users)
- Rétention J+30 users parrainés ≥ 75% (vs 68% baseline)
- NPS ambassadeurs ≥ 9/10

ÉCHEC si (fin Q1 2026) :

- < 10 ambassadeurs recrutés (pas d'intérêt programme)
- < 200 nouveaux users via parrainage (faible viralité)
- CAC users parrainés ≥ 18€ (pas d'économie vs canaux classiques)
- Churn ambassadeurs > 30% (désengagement)

1.4.4.3. Plan d'exécution (3 mois)

Semaine 1-2 : Identification 50 power users potentiels (critères : ≥6 mois ancienneté, NPS 9-10, engagement hebdo)

Semaine 3-4 : Recrutement 20 ambassadeurs (appel personnalisé Sarah, onboarding dédié)

Semaine 5-8 : Lancement programme parrainage (dashboard ambassadeur, outils partage, incentives)

Semaine 9-12 : Optimisation viralité (content social ready, événements ambassadeurs mensuels)

1.4.4.4. Critères d'abandon (Kill Criteria)

Abandonner le bet si :

- Semaine 4 : < 10 ambassadeurs acceptent (manque d'intérêt)
- Semaine 8 : Moyenne < 2 filleuls/ambassadeur (faible viralité)
- Semaine 10 : Coût incentive > 15€/user parrainé (pas rentable)

1.4.4.5. Budget & Ressources

- **Dev** : 1 sprint (2 semaines) - Dashboard ambassadeurs + tracking parrainage (Alain)
- **Marketing** : Sarah full-time recrutement + animation communauté
- **Incentives** : 500 mois premium offerts max (500 × 5€ = 2500€)
- **Événements** : 3 rencontres ambassadeurs (café/apéro) - 1K€
- **Budget** : 8K€ (dev + incentives + événements + goodies)
- **Owner** : Sarah (CMO)

1.5. TABLEAU DE BORD OKRS & BETS (SUIVI MENSUEL)

1.5.1. COMPANY OKRS PROGRESS (SNAPSHOT FÉVRIER 2026)

Objective	KR	Base-line	Target	Actuel	Score	Tendance
01: PMF Lyon	KR 1.1: 10K car-nets	5K	10K	6,2K	0.24	ON TRACK +12%/mois
01: PMF Lyon	KR 1.2: Rétention 80%	68%	80%	74%	0.50	ON TRACK +3%pts Q1
01: PMF Lyon	KR 1.3: NPS 75	72	75	73	0.33	AT RISK +1pt Q1
01: PMF Lyon	KR 1.4: 50K€ MRR	6,25K	50K	12K	0.13	ON TRACK +92%/trim
02: Moat vétos	KR 2.1: 15 cli-niques	5	15	7	0.20	ON TRACK +2 en Q1
02: Moat vétos	KR 2.2: 60% via vétos	35%	60%	42%	0.28	AT RISK +7%pts Q1
02: Moat vétos	KR 2.3: 1200 ur-gences	0	1200	185	0.15	ON TRACK On track
03: Rentabilité	KR 3.1: LTV/CAC 5	4.8	5.0	4.9	0.50	ON TRACK Amélioration
03: Rentabilité	KR 3.2: Conv 15%	9%	15%	11%	0.33	ON TRACK +2%pts Q1
03: Rentabilité	KR 3.3: Infra < 8%	15%	< 8%	11%	0.57	ON TRACK Optimi-sation

Légende : ON TRACK | AT RISK | OFF TRACK

1.5.2. PRODUCT BETS STATUS (SNAPSHOT FÉVRIER 2026)

Bet	Status	Progress	Key Metric	Next Decision Point
#1: Rappels in-telligents	ON TRACK	Sem 7/12	Rétention test +12% vs contrôle	Sem 8: Go/NoGo roll-out 100%
#2: Sync API vétos	AT RISK	Mois 2/3	2 cliniques OK, 1 bloquée légal	Mois 2.5: Décision pivot 3e clinique
#3: Export PDF Premium	VALIDATED	Sem 5/6	Conversion +5%pts → 14%	Sem 6: Scale campagne promotion
#4: Ambassa-deurs	ON TRACK	Sem 6/12	18 ambassadeurs, 142 filleuls	Sem 8: Analyse CAC réel vs target

1.6. ALIGNEMENT AVEC LES AUTRES FRAMEWORKS

1.6.1. MATRICE DE COHÉRENCE

Framework	Élément	Lien OKR/Bet
Stratégie Rumelt	Phase 1: Ancrage utilitaire	→ Product OKR P1 (Habitue quotidienne) + Bet #1 (Rappels)
Stratégie Rumelt	Phase 2: Densifier écosystème	→ Company OKR 02 (Moat vétos) + Bet #2 (Sync API)
Stratégie Rumelt	Phase 4: Rentabilité	→ Company OKR 03 + Bet #3 (Export PDF Premium)
DIBB North Star	Rappels honorés	→ Product KR P1.2 (10K rappels honorés Q1)
DIBB Bet #1	Intégration API vétos	→ Product Bet #2 (Sync API vétos)
DIBB Bet #2	Ambassadeurs	→ Product Bet #4 (Programme ambassadeurs)
OST Outcome	Rétention 68% → 80%	→ Company KR 1.2 + Product KR P1.1
OST Sol 1.1.A	Carnet santé (VALIDÉ)	→ Déjà en prod, KR P1.3 (80% config rappels)
OST Sol 1.2.A	Rappels intelligents (VALIDÉ)	→ Product Bet #1
OST Sol 2.1.A	Sync API (EN COURS)	→ Product Bet #2
OST Sol 2.1.C	Export PDF (VALIDÉ)	→ Product Bet #3
Impact Mapping	Opp #1 (70% pondération)	→ Product OKR P1 (Habitue usage)
Impact Mapping	Opp #2 (20% pondération)	→ Product OKR P3 (Écosystème vétos)
Vision 2030	100K propriétaires	→ Company KR 1.1 (jalon 10K sur Lyon)
Valeurs	Utilité avant viralité	→ Tous Product OKRs priorisent utilité (rappels, sync, export)

1.7. RITUELS DE SUIVI

1.7.1. CADENCE REVIEWS

Weekly (Équipe produit - 30min)

- Review Product Bets en cours
- Identification blockers
- Décision Go/NoGo si Kill Criteria atteints

Monthly (All-hands - 1h)

- Review Company OKRs (scoring 0-1)
- Célébration wins
- Ajustements tactiques si KR at risk

Quarterly (Board + Leadership - 2h)

- Reset OKRs nouveau trimestre
- Post-mortem Product Bets (succès + échecs)
- Validation nouveaux bets
- Ajustement stratégie si nécessaire

1.8. CRITÈRES DE SUCCÈS GLOBAUX 2026

Fin 2026, nous aurons validé le PMF si :

- **Rétention J+30 $\geq$ 78%** (preuve habitude usage créée)
- **NPS $\geq$ 75** (preuve valeur délivrée perçue)
- **LTV/CAC $\geq$ 5** (preuve modèle économique viable)
- **15 cliniques intégrées** (preuve moat défensif construit)
- **50K€ MRR** (preuve scaling possible)

Si ces 5 critères validés → Go expansion Grenoble Q1 2027 (ville #2)

Si < 3 critères validés → Pivot stratégique nécessaire

1.9. RÉFÉRENCES

Méthodologie OKRs :

- John Doerr, «Measure What Matters» (2018)
- Christina Wodtke, «Radical Focus» (2016)

Product Bets :

- Marty Cagan, «Inspired» (2017) - Bet-driven roadmaps
- Teresa Torres, «Continuous Discovery Habits» (2021) - Assumption testing