

PEETIC OST ET JTDB

Opportunity solution tree & job to be done

2025

TABLE DES MATIÈRES

1.	Introduction	4
1.1.	Qu'est-ce qu'un Opportunity Solution Tree	4
1.2.	Structure d'un OST	4
1.3.	Lien avec le framework JTBD	5
2.	Outcome : Métrique North Star	6
2.1.	Métrique choisie : Rappels honorés par semaine	6
3.	Opportunités (basées sur JTBD)	7
3.1.	Matrice de priorisation	7
4.	Opportunité 1 : Gérer la santé préventive	8
4.1.	Définition du Job	8
4.2.	Struggles identifiés	8
4.3.	Désired Outcomes	8
4.4.	Impact sur North Star Metric	8
4.5.	Solutions proposées	9
5.	Opportunité 2 : Urgence vétérinaire	12
5.1.	Définition du Job	12
5.2.	Struggles identifiés	12
5.3.	Désired Outcomes	12
5.4.	Impact sur North Star Metric	12
5.5.	Solutions proposées	13
6.	Opportunité 3 : Réduire la charge mentale	16
6.1.	Définition du Job	16
6.2.	Struggles identifiés	16
6.3.	Désired Outcomes	16
6.4.	Impact sur North Star Metric	16
6.5.	Solutions proposées	17
7.	Synthèse et prochaines étapes	20
7.1.	Arbre OST Peetic (Résumé)	20
7.2.	Roadmap expérimentations Q1 2026	21
7.3.	Critères de réussite Q1 2026	22
7.4.	Principes d'expérimentation	23
8.	Alignement avec les autres frameworks	24
8.1.	OST et Stratégie Rumelt	24
8.2.	OST et DIBB Framework	24
8.3.	OST et Impact Mapping	24
8.4.	OST et OKRs Q1 2026	24
9.	Utilisation pédagogique	25
9.1.	Exercices pour formateurs	25
9.2.	Pièges à éviter	27
10.	Conclusion	28
10.1.	Synthèse	28
10.2.	Prochaines étapes	28
11.	Références	29

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. INTRODUCTION

1.1. QU'EST-CE QU'UN OPPORTUNITY SOLUTION TREE

L'Opportunity Solution Tree (OST) est un framework visuel conçu pour organiser les efforts de découverte produit autour des objectifs business. Développé par Teresa Torres de Product Talk, il permet d'aligner les besoins clients avec les objectifs stratégiques de l'entreprise.

1.2. STRUCTURE D'UN OST

Un OST contient quatre niveaux interconnectés :

1.2.1. 1. MÉTRIQUE (OUTCOME)

La métrique business pertinente qui guide la découverte. Cette métrique doit équilibrer le succès business avec la proximité au produit. Exemples : temps passé sur la plateforme, utilisateurs actifs mensuels, taux de rétention.

1.2.2. 2. OPPORTUNITÉS

Représentent les points de douleur clients qui valent la peine d'être résolus. Les opportunités doivent créer de la valeur pour les clients tout en permettant à l'entreprise de capturer cette valeur sous forme d'usage, revenus ou referrals.

1.2.3. 3. SOLUTIONS

Multiples approches potentielles pour adresser chaque opportunité. L'OST encourage la « divergence de solutions » - générer de nombreuses idées avant de converger.

1.2.4. 4. TESTS ET EXPÉRIENCES

Expériences à faible effort qui valident les hypothèses avant le développement complet. Elles décomposent les solutions en hypothèses testables, réduisant le risque et accélérant les cycles d'apprentissage.

1.3. LIEN AVEC LE FRAMEWORK JTBD

Ce document construit un OST basé sur les Jobs To Be Done identifiés dans le document JTBD Peetic. Chaque Job devient une opportunité potentielle, et nous priorisons selon :

- L'importance du Job pour l'utilisateur
- L'écart de satisfaction actuelle (Opportunity Score)
- L'alignement avec la stratégie Rumelt Peetic
- La faisabilité technique et le time-to-market

2. OUTCOME : MÉTRIQUE NORTH STAR

2.1. MÉTRIQUE CHOISIE : RAPPELS HONORÉS PAR SEMAINE

2.1.1. DÉFINITION

Rappel honoré : Utilisateur a effectué l'action recommandée (vaccin, vermifuge, traitement) dans les 7 jours suivant la réception du rappel Peetic.

2.1.2. POURQUOI CETTE MÉTRIQUE

2.1.2.1. Proximité au produit

- Mesure directement l'utilité de la fonctionnalité (rappels)
- Indicateur d'engagement actif (pas passif comme temps passé)
- Actionnable par l'équipe produit

2.1.2.2. Alignement business

- Corrélée à la rétention (utilisateurs qui honorent rappels reviennent)
- Prédictive de la conversion Premium (besoin démontré)
- Validable avec partenaires vétérinaires (urgences évitées)

2.1.2.3. Alignement utilisateur

- Mesure directement l'accomplissement du Job principal « Gérer santé préventive »
- Traduit la réduction de la charge mentale
- Impact réel sur le bien-être animal (outcome final)

2.1.3. OBJECTIFS CHIFFRÉS

- **Baseline** : 0 rappels honorés/semaine (Nov 2025 - métrique non encore tracée)
- **Q1 2026** : 2 500 rappels honorés/semaine (10 000 cumulé sur trimestre)
- **Q4 2026** : 10 000 rappels honorés/semaine
- **Vision 2030** : 100 000 rappels honorés/semaine (échelle nationale)

2.1.4. MÉTRIQUES SECONDAIRES

- Taux configuration rappels : 80% utilisateurs actifs
- Taux honneur rappels : 75% rappels envoyés sont honorés
- Impact santé : -35% consultations urgence évitables (déclaratif vétérinaires)
- NPS utilisateurs actifs : ≥ 75

3. OPPORTUNITÉS (BASÉES SUR JTBD)

3.1. MATRICE DE PRIORISATION

Opportunité (Job)	Importance	Satisfaction	Opportunity Score	Priorité
Opp 1 : Gérer santé préventive	10/10	3/10	7	P0
Opp 2 : Urgence vétérinaire	10/10	2/10	8	P0
Opp 3 : Réduire charge mentale	9/10	3/10	6	P0
Opp 4 : Déplacement avec animal	8/10	4/10	4	P1
Opp 5 : Accès services pros	9/10	4/10	5	P1
Opp 6 : Vie sociale animal	7/10	2/10	5	P1
Opp 7 : Service premium	6/10	3/10	3	P2
Opp 8 : Simplification seniors	7/10	2/10	5	P1

Légende :

- P0 : Priorité critique (Opportunity Score ≥ 6)
- P1 : Priorité haute (Opportunity Score 4-5)
- P2 : Priorité moyenne (Opportunity Score < 4)

Pour cet OST, nous nous concentrons sur les **opportunités P0** qui impactent directement la métrique North Star.

4. OPPORTUNITÉ 1 : GÉRER LA SANTÉ PRÉVENTIVE

4.1. DÉFINITION DU JOB

Quand je dois suivre la santé de mon animal au quotidien,
Je veux avoir la certitude que je n'oublie aucun rappel important,
Pour que je sois serein et que mon animal reste en bonne santé.

4.2. STRUGGLES IDENTIFIÉS

- Post-its éparpillés qui se perdent
- Rappels dans différents calendriers non synchronisés
- Oublis fréquents menant à des urgences évitables (42% propriétaires)
- Culpabilité permanente de « ne pas en faire assez »
- Pas d'historique centralisé accessible rapidement

4.3. DÉSIRÉD OUTCOMES

- Zéro oubli de rappel critique
- Anticipation 15 jours avant chaque échéance
- Historique complet accessible 24/7
- Réduction de 50% des consultations urgence évitables

4.4. IMPACT SUR NORTH STAR METRIC

Direct : Chaque rappel configuré et envoyé est une opportunité de rappel honoré.

Target : 80% utilisateurs avec ≥ 2 rappels actifs contribuent à 2 500 rappels honorés/semaine.

4.5. SOLUTIONS PROPOSÉES

4.5.1. SOLUTION 1.1 : CARNET DE SANTÉ NUMÉRIQUE

4.5.1.1. Description

Interface centralisée permettant d'uploader et stocker tous les documents vétérinaires (ordonnances, vaccins, analyses, radios).

4.5.1.2. Hypothèses clés

- **H1** : Les propriétaires ont des documents éparpillés et veulent les centraliser
- **H2** : L'upload doit être possible par photo (smartphone) ET scan
- **H3** : La visualisation chronologique augmente la compréhension de l'historique

4.5.1.3. Tests et Expériences

Test 1.1.A : Fake Door Test «Carnet santé»

- **Setup** : Bouton «Créer mon carnet de santé» sur landing page
- **Métrique** : Taux de clic $\geq 40\%$ visiteurs
- **Validation** : VALIDÉ (48% clics - Nov 2025)
- **Apprentissage** : Besoin réel confirme, terme «carnet de santé» résonne

Test 1.1.B : MVP 50 utilisateurs

- **Setup** : Version basique upload + visualisation chronologique
- **Métrique** : $\geq 70\%$ uploadent ≥ 3 documents dans 1ère semaine
- **Validation** : VALIDÉ (76% - Nov 2025)
- **Apprentissage** : Photo smartphone préférée au scan (ratio 80/20)

Test 1.1.C : A/B Test visualisation

- **Setup** : Groupe A = Liste chronologique / Groupe B = Timeline visuelle
- **Métrique** : Temps complétion tâche «Retrouver vaccin 2023»
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : Timeline visuelle réduit temps recherche de 40%

4.5.1.4. Métriques de succès

- 90% utilisateurs actifs ont ≥ 3 documents uploadés (baseline : 76%)
- Temps moyen upload document : < 30 secondes
- NPS feature : $\geq 8/10$

4.5.2. SOLUTION 1.2 : RAPPELS INTELLIGENTS PERSONNALISÉS

4.5.2.1. Description

Système de notifications push/email envoie 15 jours avant chaque échéance, personnalisé selon race, âge, historique vétérinaire et saison.

4.5.2.2. Hypothèses clés

- **H1** : Les propriétaires veulent être notifiés 15j avant (ni trop tôt, ni trop tard)
- **H2** : La personnalisation par race/âge augmente la pertinence perçue
- **H3** : Le multi-canal (push + email + SMS optionnel) augmente le taux honneur

4.5.2.3. Tests et Expériences

Test 1.2.A : Prototype cliquable

- **Setup** : Interface configuration rappels avec 50 beta-testeurs
- **Métrique** : $\geq 80\%$ configurant ≥ 2 rappels dans onboarding
- **Validation** : VALIDÉ (84% - Nov 2025)
- **Apprentissage** : Besoin de suggestions automatiques (race/âge)

Test 1.2.B : A/B Test timing notification

- **Setup** : Groupe A = 7j avant / Groupe B = 15j avant / Groupe C = 21j avant
- **Métrique** : Taux honneur rappel (action dans 7j suivant notif)
- **Statut** : EN COURS Q1 2026
- **Résultats intermédiaires** : Groupe B (15j) = 78% honneur vs A (7j) = 62%

Test 1.2.C : Test personnalisation

- **Setup** : Groupe A = Rappel générique / Groupe B = Personnalisé race/âge
- **Métrique** : Taux ouverture notification + Taux honneur
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : Personnalisation augmente ouverture de 25% et honneur de 15%

Test 1.2.D : Wizard configuration

- **Setup** : Parcours guide vs configuration manuelle
- **Métrique** : Taux complétion configuration + Nombre rappels configurés
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : Wizard augmente complétion de 40% et nombre rappels de 2x

4.5.2.4. Métriques de succès

- 80% utilisateurs actifs avec ≥ 2 rappels configurés
- Taux ouverture notification : $\geq 70\%$
- Taux honneur rappel : $\geq 75\%$
- Contribution North Star : 80% des rappels honorés/semaine

4.5.3. SOLUTION 1.3 : SYNCHRONISATION AUTOMATIQUE VÉTÉRINAIRES

4.5.3.1. Description

Intégration API avec logiciels vétérinaires (Vetocom, ClicVeto, VetoGestion) permettant la synchronisation automatique des comptes-rendus de visite et creation automatique des rappels.

4.5.3.2. Hypothèses clés

- H1 : Les utilisateurs preferent la sync auto vs upload manuel (friction zero)
- H2 : La sync auto créé un lock-in fort (donnees accumulees)
- H3 : Les vétérinaires sont prêts à intégrer si valeur demontree

4.5.3.3. Tests et Expériences

Test 1.3.A : Pilote 1 clinique

- **Setup** : Intégration manuelle avec Clinique Dr Lemoine (Lyon)
- **Métrique** : $\geq 50\%$ patients utilisent sync après recommandation véto
- **Validation** : EN COURS Q1 2026
- **Statut actuel** : 34 patients actifs (68% taux adoption)

Test 1.3.B : Fake Door «Sync véto»

- **Setup** : Bouton «Synchroniser avec mon vétérinaire» sur carnet santé
- **Métrique** : Taux clic $\geq 60\%$
- **Validation** : VALIDÉ (67% clics - Nov 2025)
- **Apprentissage** : Besoin très fort, anxiété sur sécurité données (FAQ nécessaire)

Test 1.3.C : Test rétention sync vs non-sync

- **Setup** : Cohorte utilisateurs avec sync vs sans sync
- **Métrique** : Rétention J+30 et J+90
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : Sync augmente rétention de 68% à 85%+

Test 1.3.D : Satisfaction véto partenaires

- **Setup** : Survey trimestriel auprès véto intégrés
- **Métrique** : Score satisfaction $\geq 8/10$
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : Véto satisfaits si $\geq 30\%$ patients utilisent

4.5.3.4. Métriques de succès

- 3 cliniques intégrées Q1 2026 (objectif 15 en 2026)
- 60% patients cliniques partenaires utilisent sync
- Rétention utilisateurs sync : $\geq 85\%$ J+30
- CAC utilisateurs via véto : ≤ 12 euros (vs 18 euros baseline)

5. OPPORTUNITÉ 2 : URGENCE VÉTÉRAIRE

5.1. DÉFINITION DU JOB

Quand mon animal est malade et que je dois consulter un vétérinaire en urgence,

Je veux accéder instantanément à tout son historique médical,

Pour que je gagne un temps précieux et que le vétérinaire dispose de toutes les informations pour le soigner.

5.2. STRUGGLES IDENTIFIÉS

- Impossible de retrouver la dernière ordonnance sous stress
- Ne sait pas quel vétérinaire est de garde
- Pas de souvenir des allergies ou traitements en cours
- Stress émotionnel empêche réflexion claire
- Perte de temps vitale en urgence

5.3. DESIRED OUTCOMES

- Accès historique complet en moins de 10 secondes
- Localisation vétérinaire de garde < 5km instantanée
- Export PDF envoyé automatiquement au vétérinaire
- Partage sécurisé temporaire sans friction

5.4. IMPACT SUR NORTH STAR METRIC

Indirect mais critique : Les urgences bien gérées créent la confiance et le bouche-à-oreille. Chaque urgence résolue = testimonial puissant.

Target qualitatif : 100% des urgences rapportées résolues avec satisfaction $\geq 9/10$.

5.5. SOLUTIONS PROPOSÉES

5.5.1. SOLUTION 2.1 : BOUTON URGENCE AVEC GÉOLOCALISATION

5.5.1.1. Description

Bouton rouge «Urgence» omniprésent dans l'app qui affiche immédiatement :

- Vétérinaires de garde < 5km avec horaires et telephone
- Option appel direct one-tap
- Export PDF historique auto-généré
- Option partage temporaire avec QR code

5.5.1.2. Hypothèses clés

- H1 : En urgence, utilisateur veut action immédiate (< 3 clics)
- H2 : Géolocalisation temps reel plus pertinente que liste statique
- H3 : Option appel direct augmente taux utilisation de 50%

5.5.1.3. Tests et Expériences

Test 2.1.A : Prototype bouton urgence

- **Setup** : Simulation urgence avec 20 beta-testeurs (scenario role-play)
- **Métrique** : Temps acces info vétérinaire de garde < 15 secondes
- **Validation** : VALIDÉ (temps moyen 11 sec - Nov 2025)
- **Apprentissage** : Bouton doit être visible sur TOUTES les pages

Test 2.1.B : A/B Test placement bouton

- **Setup** : Groupe A = Floating button / Groupe B = Menu / Groupe C = Dashboard
- **Métrique** : Taux découverte feature (% utilisateurs qui cliquent 1x)
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : Floating button augmente découverte de 3x

Test 2.1.C : Test appel direct

- **Setup** : Groupe A = Numero affiche / Groupe B = Bouton appel one-tap
- **Métrique** : Taux conversion «voir numero» vers «appeler»
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : One-tap augmente conversion de 60%

Test 2.1.D : Satisfaction post-urgence

- **Setup** : Survey automatique J+1 après utilisation bouton urgence
- **Métrique** : NPS >= 9/10
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Target** : 90% utilisateurs donnent NPS >= 9

5.5.1.4. Métriques de succès

- Temps acces info urgence : < 10 secondes
- Taux découverte feature : >= 80% utilisateurs actifs
- Taux utilisation effective en urgence : tracking via survey
- NPS post-urgence : >= 9/10

5.5.2. SOLUTION 2.2 : EXPORT PDF PROFESSIONNEL INSTANTANE

5.5.2.1. Description

Generation automatique d'un PDF structure contenant :

- Identite animal (photo, race, age, puce)
- Historique vaccinal complet
- Traitements en cours
- Allergies connues
- Derniere visite vétérinaire
- Contact propriétaire

Format professionnel avec QR code de verification.

5.5.2.2. Hypothèses clés

- H1 : Vétérinaires preferent PDF structure vs documents epars
- H2 : QR code verification augmente confiance professionnelle
- H3 : Generation < 5 secondes critique en urgence

5.5.2.3. Tests et Expériences

Test 2.2.A : Fake Door «Export PDF»

- **Setup** : Bouton «Générer PDF urgence» sur carnet santé
- **Métrique** : Taux clic $\geq 60\%$
- **Validation** : VALIDÉ (62% clics - Nov 2025)
- **Apprentissage** : Cas usage anticipe : voyages, pension, véto urgence

Test 2.2.B : Test format PDF

- **Setup** : 3 formats testes avec 5 vétérinaires partenaires
- **Métrique** : Preference format + score lisibilite
- **Statut** : EN COURS Q1 2026
- **Resultat intermediaire** : Format chronologique inverse prefere

Test 2.2.C : Performance generation

- **Setup** : Load testing generation PDF (100 documents concurrents)
- **Métrique** : Temps generation < 5 sec (p95)
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Target technique** : p95 < 3 sec, p99 < 5 sec

Test 2.2.D : QR code verification

- **Setup** : Intégration QR code avec landing page verification
- **Métrique** : Taux scan QR code par vétérinaires
- **Statut** : A LANCER Q2 2026
- **Hypothèse** : 30% vétérinaires scannent QR code

5.5.2.4. Métriques de succès

- Temps generation PDF : < 5 sec (p95)
- Taux utilisation feature : $\geq 70\%$ utilisateurs freemium
- Attribution conversion Premium : 40% citent «Export PDF»
- Satisfaction vétérinaires : $\geq 8/10$

5.5.3. SOLUTION 2.3 : PARTAGE TEMPORAIRE SÉCURISÉ

5.5.3.1. Description

Fonctionnalité permettant de partager le carnet santé avec un vétérinaire d'urgence (où pet-sitter) via :

- Lien unique temporaire (24h, 48h, 7j)
- QR code scannable
- Code PIN à 4 chiffres
- Revocation instantanée possible

5.5.3.2. Hypothèses clés

- H1 : Utilisateurs veulent contrôle granulaire (durée, revocation)
- H2 : QR code plus rapide que saisie email en urgence
- H3 : Notification expiration augmente sentiment sécurité

5.5.3.3. Tests et Expériences

Test 2.3.A : Prototype partage

- **Setup** : Wizard partage avec 30 beta-testeurs
- **Métrique** : Taux complétion wizard $\geq 90\%$
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : Wizard 3 étapes optimal (qui, durée, validation)

Test 2.3.B : A/B Test méthode partage

- **Setup** : Groupe A = Email / Groupe B = QR code / Groupe C = Les deux
- **Métrique** : Temps partage + Préférence utilisateur
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : QR code 2x plus rapide, email préféré pour pet-sitters

Test 2.3.C : Test sécurité perçue

- **Setup** : Survey perception sécurité après utilisation
- **Métrique** : Score confiance $\geq 8/10$
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Éléments rassurance** : Notification accès, revocation, expiration auto

Test 2.3.D : Taux revocation

- **Setup** : Analytics revocations (manuelles vs auto-expiration)
- **Métrique** : % partages révoqués manuellement
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : $< 10\%$ revocations manuelles (auto-expiration suffit)

5.5.3.4. Métriques de succès

- Temps création partage : < 30 secondes
- Taux complétion wizard : $\geq 90\%$
- Score confiance sécurité : $\geq 8/10$
- Taux utilisation feature : $\geq 50\%$ utilisateurs actifs

6. OPPORTUNITÉ 3 : RÉDUIRE LA CHARGE MENTALE

6.1. DÉFINITION DU JOB

Quand je me sens submergée par toutes les tâches liées à mon animal,

Je veux un assistant qui pense à tout à ma place,

Pour que je puisse dormir tranquille sans cette anxiété permanente.

6.2. STRUGGLES IDENTIFIÉS

- Sensation constante d'oublier quelque chose
- Liste mentale incomplète et stressante
- Culpabilité de «ne pas en faire assez»
- Charge cognitive qui impacte vie professionnelle
- Manque de validation objective de ses efforts

6.3. DÉSIRED OUTCOMES

- Passage score anxiété de 7/10 à 3/10
- Sentiment de contrôle et sérénité
- Validation externe des efforts (statistiques)
- Réduction temps passé à «gestion admin» animal

6.4. IMPACT SUR NORTH STAR METRIC

Indirect mais stratégique : La réduction de charge mentale augmente la rétention et le bouche-à-oreille (NPS). Job émotionnel critique pour différenciation vs concurrence.

Target qualitatif : 70% utilisateurs actifs reportent score anxiété $\leq 3/10$ après 3 mois.

6.5. SOLUTIONS PROPOSÉES

6.5.1. SOLUTION 3.1 : DASHBOARD «PROCHAINES ACTIONS»

6.5.1.1. Description

Page d'accueil affichant une liste priorisée des prochaines actions à effectuer :

- Rappels à venir (15j, 7j, aujourd'hui)
- Rendez-vous vétérinaire à confirmer
- Documents à uploader (détectés manquants)
- Suggestions personnalisées (ex: «Pensez au traitement anti-étiqees en mars»)

6.5.1.2. Hypothèses clés

- H1 : Les utilisateurs veulent voir immédiatement «ce qui est important maintenant»
- H2 : Priorisation automatique réduit charge cognitive vs liste plate
- H3 : Suggestions proactives augmentent perception «assistant intelligent»

6.5.1.3. Tests et Expériences

Test 3.1.A : Wireframe dashboard

- **Setup** : 5 tests utilisateurs avec maquettes interactives
- **Métrique** : Compréhension immédiate structure (< 10 sec)
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : Structure «Urgent / Cette semaine / Ce mois» optimale

Test 3.1.B : A/B Test priorisation

- **Setup** : Groupe A = Chronologique / Groupe B = Par importance / Groupe C = Smart mix
- **Métrique** : Taux complétion tâches + Score charge mentale
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : Smart mix réduit anxiété de 30%

Test 3.1.C : Suggestions proactives

- **Setup** : ML basique prédictif (saison, race, âge)
- **Métrique** : Taux activation suggestions $\geq 40\%$
- **Statut** : A LANCER Q2 2026
- **Exemple** : «Les étiqees sont actives en mars pour les chiens en extérieur»

6.5.1.4. Métriques de succès

- Taux visite dashboard : ≥ 3 x/semaine (engagement)
- Taux complétion tâches suggérées : $\geq 60\%$
- Score charge mentale : Réduction de 7/10 à 4/10
- NPS feature : $\geq 8/10$

6.5.2. SOLUTION 3.2 : STATISTIQUES RASSURANTES

6.5.2.1. Description

Dashboard annuel/mensuel affichant :

- Nombre rappels honorés vs oubliés
- Consultations urgence évitées (estimation)
- Économies réalisées (preventif vs curatif)
- Badge «Propriétaire attentif» avec niveau
- Comparaison anonymisée avec moyennes (optionnel)

6.5.2.2. Hypothèses clés

- H1 : Validation externe réduit culpabilité et augmente fierté
- H2 : Gamification légère (badges) augmente engagement sans trivialisier
- H3 : Économies chiffrées justifient investissement temps

6.5.2.3. Tests et Expériences

Test 3.2.A : Prototype statistiques

- **Setup** : Mock-up envoyé à 50 beta-testeurs
- **Métrique** : Taux clics «Voir mes statistiques» $\geq 70\%$
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : Besoin fort reconnaissance efforts

Test 3.2.B : A/B Test formulation

- **Setup** : Groupe A = «Rappels honorés» / Groupe B = «Rappels réussis» / Groupe C = «Vous avez protégé votre animal X fois»
- **Métrique** : Score sentiment positif (survey)
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : Formulation émotionnelle (C) plus impactante

Test 3.2.C : Test gamification

- **Setup** : Badges actifs vs désactivés
- **Métrique** : Impact sur rétention et engagement
- **Statut** : A LANCER Q2 2026
- **Attention** : Éviter gamification excessive (valeur BIENVEILLANCE)

Test 3.2.D : Comparaison sociale

- **Setup** : Option voir moyenne autres propriétaires (opt-in)
- **Métrique** : Taux opt-in + Impact score anxiété
- **Statut** : A LANCER Q2 2026
- **Risque** : Comparaison peut augmenter anxiété si mauvais score

6.5.2.4. Métriques de succès

- Taux consultation statistiques : $\geq 50\%$ utilisateurs/mois
- Score anxiété après consultation : Réduction de 1 point
- Taux partage social statistiques : $\geq 20\%$ (viralité)
- NPS feature : $\geq 8/10$

6.5.3. SOLUTION 3.3 : MODE «PILOTE AUTOMATIQUE»

6.5.3.1. Description

Configuration initiale intelligente qui :

- Analyse race, age, historique uploadé
- Propose automatiquement tous les rappels recommandés
- Configure notifications optimales
- Créé checklist personnalisée «Nouveaux propriétaires» si applicable

L'utilisateur validé en bloc au lieu de tout configurer manuellement.

6.5.3.2. Hypothèses clés

- **H1** : Les utilisateurs veulent «just works» vs customisation granulaire
- **H2** : Configuration automatique augmente taux completion de 3x
- **H3** : Possibilité ajustement posterieur rassure tout en simplifiant

6.5.3.3. Tests et Expériences

Test 3.3.A : Wizard onboarding

- **Setup** : Nouveau parcours «Configuration auto» vs «Configuration manuelle»
- **Métrique** : Taux completion + Nombre rappels configurés
- **Validation** : EN COURS Q1 2026
- **Resultats intermediaires** : Auto = 92% completion vs Manuel = 54%

Test 3.3.B : Qualité suggestions

- **Setup** : Precision rappels auto-suggeres (validation vétérinaire)
- **Métrique** : Taux suggestions pertinentes $\geq 90\%$
- **Statut** : EN COURS Q1 2026
- **Methode** : Review par 3 vétérinaires partenaires

Test 3.3.C : Taux ajustement posterieur

- **Setup** : Analytics modifications après configuration auto
- **Métrique** : % utilisateurs qui modifient ≥ 1 rappel auto-configuré
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : $< 30\%$ ajustent (configuration déjà optimale)

Test 3.3.D : Impact charge mentale

- **Setup** : Survey score anxiété Auto vs Manuel
- **Métrique** : Reduction anxiété $\geq 20\%$ groupe Auto
- **Statut** : A LANCER Q1 2026
- **Hypothèse** : «Pilote auto» réduit anxiété de 7/10 à 5/10 immédiatement

6.5.3.4. Métriques de succès

- Taux adoption mode auto : $\geq 80\%$ nouveaux utilisateurs
- Taux completion configuration : $\geq 90\%$
- Nombre rappels auto-configurés : Moyenne 4,5 par utilisateur
- Score anxiété immédiat : Reduction de 2 points vs manuel

7. SYNTHÈSE ET PROCHAINES ÉTAPES

7.1. ARBRE OST PEETIC (RÉSUMÉ)

Outcome	Opportunités	Solutions	Tests
Rappels honorés/semaine Target Q1 : 2500 Target Q4 : 10000	Opp 1 : Gérer santé Score : 7/10	Sol 1.1 : Carnet santé Sol 1.2 : Rappels intelligents Sol 1.3 : Sync véto	9 tests dont 3 VALIDÉS 4 EN COURS 2 À LANCER
	Opp 2 : Urgence véto Score : 8/10	Sol 2.1 : Bouton urgence Sol 2.2 : Export PDF Sol 2.3 : Partage temporaire	12 tests dont 2 VALIDÉS 1 EN COURS 9 À LANCER
	Opp 3 : Charge mentale Score : 6/10	Sol 3.1 : Dashboard actions Sol 3.2 : Stats rassurantes Sol 3.3 : Pilote auto	11 tests dont 1 EN COURS 10 À LANCER

7.2. ROADMAP EXPÉRIMENTATIONS Q1 2026

7.2.1. JANVIER 2026

Semaine 1-2 :

- Test 1.2.B : A/B timing notification (EN COURS - resultats mi-février)
- Test 3.3.A : Wizard onboarding auto (EN COURS - resultats fin janvier)
- Test 2.1.A : Prototype bouton urgence (COMPLETE)

Semaine 3-4 :

- Test 1.1.C : A/B visualisation carnet santé
- Test 2.2.B : Test format PDF avec véto
- Test 3.1.A : Wireframe dashboard actions

7.2.2. FEVRIER 2026

Semaine 1-2 :

- Analyse resultats Test 1.2.B et décisions Go/NoGo
- Test 1.2.C : Personnalisation rappels
- Test 2.1.B : A/B placement bouton urgence

Semaine 3-4 :

- Test 1.3.C : Rétention sync vs non-sync
- Test 2.2.C : Performance generation PDF
- Test 3.1.B : A/B priorisation dashboard

7.2.3. MARS 2026

Semaine 1-2 :

- Test 1.2.D : Wizard configuration rappels
- Test 2.1.C : Test appel direct
- Test 3.2.A : Prototype statistiques

Semaine 3-4 :

- Review complété Q1
- Preparation tests Q2 (gamification, suggestions ML)
- Décision Go/NoGo roll-out features validées

7.3. CRITÈRES DE RÉUSSITE Q1 2026

7.3.1. NIVEAU OUTCOME (NORTH STAR)

- **Target absolue** : 10 000 rappels honorés cumules Q1 (2 500/semaine en moyenne)
- **Target stretch** : 15 000 rappels honorés cumules Q1

7.3.2. NIVEAU OPPORTUNITÉS

Opp 1 : Gérer santé préventive

- ≥ 5 tests validés sur 9 lancés
- 80% utilisateurs avec ≥ 2 rappels actifs
- Taux honneur rappels $\geq 75\%$

Opp 2 : Urgence vétérinaire

- ≥ 4 tests validés sur 12 lancés
- NPS feature urgence $\geq 9/10$
- Temps acces info < 10 sec (p95)

Opp 3 : Réduire charge mentale

- ≥ 3 tests validés sur 11 lancés
- Score anxiété moyen réduit de 7/10 à 5/10
- Taux adoption pilote auto $\geq 80\%$

7.3.3. NIVEAU SOLUTIONS

- Au moins 2 solutions par opportunité déployées en production
- Chaque solution contribue $\geq 10\%$ à la North Star Metric
- NPS moyen features $\geq 8/10$

7.4. PRINCIPES D'EXPÉRIMENTATION

7.4.1. VELOCITY VS LEARNING

Priorité au learning : Mieux vaut 5 tests bien conçus avec apprentissages clairs que 20 tests baclés.

Cadence cible : 3-4 tests lancés par semaine, 2-3 tests complétés par semaine.

7.4.2. KILL CRITERIA CLAIRS

Chaque test doit avoir des critères d'abandon explicites :

- Métrique principale < seuil minimum
- Cout implementation > budget alloué
- NPS feature < 5/10 (rejet utilisateurs)
- Impact négatif sur autres métriques clés

7.4.3. DOCUMENTATION APPRENTISSAGES

Systematique : Chaque test documente :

- Hypothèse testée
- Setup expérimental
- Résultats quantitatifs ET qualitatifs
- Apprentissages clés
- Recommandations next steps

Partage : Update OST hebdomadaire avec checkmarks (VALIDÉ) ou X (INVALIDE).

7.4.4. COLLABORATION CROSS-FONCTIONNELLE

- **Product** : Définition hypothèses et métriques
- **Design** : Prototypes et tests utilisateurs
- **Engineering** : Faisabilité et implementation rapide
- **Data** : Analytics et interprétation résultats
- **Marketing** : Formulations et messaging

8. ALIGNEMENT AVEC LES AUTRES FRAMEWORKS

8.1. OST ET STRATÉGIE RUMELT

Phase Rumelt	Opportunités OST prioritaires
Phase 1 : Ancrage utilitaire (0-6 mois)	Opp 1 (Gérer santé) : Sol 1.1 Carnet + Sol 1.2 Rappels
Phase 2 : Densifier ecosystème (6-12 mois)	Opp 1 (Gérer santé) : Sol 1.3 Sync véto
Phase 3 : Effet réseau (12-18 mois)	Opportunités P1 : Vie sociale animal (non détaillé dans cet OST)
Phase 4 : Rentabilité (18-24 mois)	Opportunités P1-P2 : Service premium, Monétisation

L'OST se concentre sur Phase 1 car c'est la priorité immédiate (Q1 2026).

8.2. OST ET DIBB FRAMEWORK

North Star Metric DIBB : Rappels honorés par semaine (identique OST Outcome)

DIBB Bet 1 : Intégration API véto -> OST Sol 1.3 Sync véto

DIBB Bet 2 : Ambassadeurs -> Hors scope OST actuel (focus Phase 3)

8.3. OST ET IMPACT MAPPING

Impact Mapping Opp 1 (70% pondération) : Ancrer habitude usage -> OST Opp 1 + Opp 3

Impact Mapping Opp 2 (20% pondération) : Densité partenariats pros -> OST Sol 1.3 + Futures opps P1

8.4. OST ET OKRS Q1 2026

Product OKR P1 : Créer habitude quotidienne

- KR P1.2 : 10 000 rappels honorés -> OST Outcome direct

Product OKR P3 : Densifier ecosystème véto

- KR P3.1 : 3 cliniques intégrées -> OST Sol 1.3 Test 1.3.A

9. UTILISATION PEDAGOGIQUE

9.1. EXERCICES POUR FORMATEURS

9.1.1. EXERCICE 1 : CONSTRUIRE UN OST FROM SCRATCH

Objectif : Pratiquer la construction d'un OST complet.

Consigne :

1. Choisir un produit reel ou fictif
2. Définir l'Outcome (métrique North Star)
3. Identifier 5 opportunités via interviews utilisateurs
4. Prioriser avec matrice Importance vs Satisfaction
5. Générer 3 solutions par opportunité PO
6. Concevoir 2 tests par solution

Duree : 4 heures (atelier collaboratif)

9.1.2. EXERCICE 2 : CONCEVOIR DES TESTS LEAN

Objectif : Apprendre à tester des hypothèses avec ressources minimales.

Consigne : Pour chaque solution Peetic, imaginer :

- 1 test «paper prototype» (0 code)
- 1 test «fake door» (landing page)
- 1 test «concierge MVP» (manuel)
- 1 test A/B (code minimal)

Comparer cout, vitesse, qualité apprentissage.

9.1.3. EXERCICE 3 : ANALYSER DES RESULTATS DE TESTS

Objectif : Pratiquer l'interprétation de donnees experimentales.

Consigne : Donner des resultats fictifs (ex: Test 1.2.B timing = Groupe A 62%, Groupe B 78%, Groupe C 71%).

Demander :

- Quelle décision prendre (Go/NoGo/Iterate) ?
- Quels apprentissages extraire ?
- Quels tests suivants lancer ?
- Comment communiquer aux stakeholders ?

9.1.4. EXERCICE 4 : PRIORISER DES OPPORTUNITÉS

Objectif : Utiliser des critères objectifs pour prioriser.

Consigne : Donner 10 opportunités avec scores Importance/Satisfaction varies.

Ajouter contraintes :

- Budget limite (3 opportunités max)
- Deadline agressive (1 trimestre)
- Equipe reduite (2 devs, 1 designer)

Justifier choix avec :

- Impact business
- Faisabilité technique
- Alignement stratégique

9.2. PIEGES À ÉVITER

9.2.1. PIEGE 1 : CONFONDRE OUTCOME ET OUTPUT

Mauvais Outcome : « Livrer 5 features en Q1 »

Bon Outcome : « Atteindre 10 000 rappels honorés en Q1 »

L'Outcome mesure l'impact utilisateur/business, pas la production d'équipe.

9.2.2. PIEGE 2 : TROP DE BRANCHES SIMULTANÉES

Erreur : Travailler sur 10 opportunités en parallèle.

Bon : Focus sur 2-3 opportunités PO, finish before starting new.

La dispersion tue l'apprentissage et le delivery.

9.2.3. PIEGE 3 : TESTS SANS KILL CRITERIA

Erreur : « On teste et on verra ».

Bon : « Si métrique $X < \text{seuil } Y$ après Z jours, on abandonne. »

Sans critères clairs, biais de confirmation et inertie.

9.2.4. PIEGE 4 : NE PAS DOCUMENTER LES ÉCHECS

Erreur : Celebrer uniquement les tests validés.

Bon : Documenter autant (sinon plus) les tests invalides.

Les échecs apprennent plus que les succès.

9.2.5. PIEGE 5 : OST STATIQUE

Erreur : Construire l'OST une fois et le laisser figé.

Bon : Update hebdomadaire avec résultats tests, nouvelles opportunités découvertes, pivots.

L'OST est un artefact vivant, pas un deliverable ponctuel.

10. CONCLUSION

10.1. SYNTHÈSE

Cet Opportunity Solution Tree pour Peetic, basé sur les Jobs To Be Done identifiés, fournit un cadre structure pour :

1. **Aligner** tous les efforts de découverte produit autour d'un Outcome clair (Rappels honorés/semaine)
2. **Prioriser** les opportunités selon leur impact reel sur les utilisateurs et le business
3. **Expérimenter** de façon systematique avec des hypothèses testables et des Kill Criteria clairs
4. **Apprendre** rapidement grace à des tests lean avant investissements lourds
5. **Communiquer** visuellement la stratégie produit aux stakeholders

10.2. PROCHAINES ÉTAPES

10.2.1. COURT TERME (Q1 2026)

- Lancer les 15 tests prioritaires selon roadmap
- Update OST hebdomadaire avec resultats
- Presenter apprentissages en monthly all-hands

10.2.2. MOYEN TERME (Q2-Q4 2026)

- Etendre OST aux opportunités P1 (Vie sociale, Services pros)
- Intégrer OST dans rituels product (quarterly planning)
- Former toute l'équipe à la méthodologie Teresa Torres

10.2.3. LONG TERME (2027+)

- OST par segment utilisateur (Corinne, Henri, Denise)
- OST B2B (vétérinaires, refuges, pros)
- OST marches internationaux (Belgique, Suisse)

11. RÉFÉRENCES

Méthodologie OST :

- Teresa Torres, « Continuous Discovery Habits » (2021)
- Teresa Torres, Product Talk blog
- Amplitude, [Opportunity Solution Tree Guide](#)

Méthodologie JTBD :

- Clayton Christensen, « Competing Against Luck » (2016)
- Product School, JTBD Framework Guide

Application au cas Peetic :

- Document JTBD Peetic (ce module)
- Stratégie Rumelt Peetic
- DIBB Framework Peetic
- Impact Mapping Peetic
- OKRs et Product Bets Peetic

Licence : Ce document est sous licence CC BY-SA 4.0, comme l'ensemble du matériel pédagogique Peetic.