

LE RUNBOOK DU PRESTATAIRE IA

Construire une activité de services IA en 110 étapes.

110
ACTIONS
À EXÉCUTER

Le chemin complet pour positionner votre offre, trouver des opportunités, vendre, cadrer et livrer des projets IA professionnels — dans le bon ordre.

01 Positionnement	02 Offre	03 Preuves	04 Acquisition
05 Vente	06 Cadrage technique	07 Delivery	08 Capitalisation

Cette roadmap propose une trajectoire de travail, pas une garantie de chiffre d'affaires. Elle doit être adaptée au marché, aux compétences, aux contraintes et aux responsabilités de chaque prestataire.

Huit passages. Un seul système.

Cette roadmap n'est pas une liste de cours. Chaque étape produit une décision, un document ou un signal utilisable par l'étape suivante.

01**Positionnement**

Choisir un marché, un problème et une promesse que le prospect comprend immédiatement.

**02****Offre**

Transformer le positionnement en une prestation achetable, rentable et suffisamment bornée.

**03****Preuves**

Rendre votre capacité visible avant de demander au prospect de vous faire confiance.

**04****Acquisition**

Créer un système simple qui produit régulièrement des conversations avec les bons prospects.

**05****Vente**

Qualifier, diagnostiquer et proposer sans survendre la technique ni sacrifier votre marge.

**06****Cadrage technique**

Transformer une promesse commerciale en système faisable, testable et accepté par les bonnes parties prenantes.

**07****Delivery**

Piloter, tester et déployer le projet en gardant le client informé et la qualité sous contrôle.

**08****Capitalisation**

Transformer chaque projet en meilleure marge, meilleure preuve et acquisition plus facile.



Commencez où vous êtes

Si une étape est déjà maîtrisée, vérifiez son livrable puis cochez-la. Ne recommencez pas artificiellement à zéro.

Travaillez le goulot

Une offre faible ne se répare pas avec plus de prospection. Un bon delivery ne compense pas l'absence d'opportunités.

Mesurez le réel

Conversations, propositions, marge et résultats clients priment sur les vues, les outils testés et les heures travaillées.

001 Fixer votre objectif à 12 mois

Définissez le revenu, le temps de travail et le type de missions que vous souhaitez réellement.

**002 Lister vos contraintes**

Notez votre temps, votre trésorerie, votre localisation, vos obligations et votre tolérance au risque.

**003 Cartographier vos compétences**

Séparez expertise métier, vente, data, IA, développement, automatisation et gestion de projet.

**004 Identifier vos preuves existantes**

Recensez projets, emplois, résultats, contenus, certifications et recommandations que vous pouvez démontrer.

**005 Former une shortlist de marchés**

Choisissez trois secteurs où vous comprenez déjà les processus, les données ou les acheteurs.

**006 Inventorier les problèmes coûteux**

Listez les tâches lentes, erreurs, pertes de revenu et décisions mal informées dans chaque secteur.

**007 Interroger cinq personnes**

Validez les mots employés, la fréquence du problème, son coût et la manière dont il est traité aujourd'hui.

**008 Choisir un segment prioritaire**

Retenez le segment où urgence, budget, accès aux décideurs et crédibilité personnelle se croisent.

**009 Choisir un problème d'entrée**

Commencez par un problème étroit, fréquent et mesurable plutôt que par une transformation générale.

**010 Formuler le résultat**

Décrivez un changement observable pour le client, sans promettre un chiffre que vous ne contrôlez pas.

**011 Définir vos limites**

Écrivez les projets, secteurs, technologies et responsabilités que vous refusez ou transférez.

**012 Écrire votre positionnement**

Complétez : J'aide [cible] à [résultat] en résolvant [problème] grâce à [mécanisme crédible].



Offre

02

Transformer le positionnement en une prestation achetable, rentable et suffisamment bornée.

ÉTAPES 13-25

013 Choisir un format d'entrée

Diagnostic, sprint, prototype, automatisation ou MVP : sélectionnez le plus petit engagement utile.

☐

014 Définir la situation de départ

Précisez ce que le client doit déjà posséder : données, accès, sponsor, équipe ou processus existant.

☐

015 Définir l'état d'arrivée

Écrivez ce qui doit fonctionner, être décidé ou être livré à la fin de la mission.

☐

016 Découper les phases

Structurez la mission en diagnostic, cadrage, construction, validation, déploiement et transfert.

☐

017 Lister les livrables

Nommez les documents, systèmes, démonstrations, formations et décisions remis au client.

☐

018 Écrire les exclusions

Indiquez ce qui n'est pas compris : données manquantes, licences, maintenance, contenu ou intégrations tierces.

☐

019 Choisir régie ou forfait

Utilisez la régie lorsque l'incertitude domine ; le forfait lorsqu'un périmètre et des critères sont maîtrisés.

☐

020 Estimer charge et dépendances

Chiffrez conception, développement, coordination, tests, corrections et attente des parties prenantes.

☐

021 Calculer le prix plancher

Intégrez temps, sous-traitance, outils, fiscalité, risque, marge et coût d'opportunité.

☐

022 Créer trois niveaux

Proposez une entrée, une version recommandée et une extension sans fabriquer de fausse option.

☐

023 Définir les conditions

Fixez paiement, délais de validation, nombre de révisions, accès requis et procédure de changement.

☐

024 Créer la proposition type

Préparez contexte, objectifs, périmètre, méthode, calendrier, risques, prix et prochaine décision.

☐

025 Tester l'offre oralement

Présentez-la à cinq prospects ou pairs et réécrivez chaque phrase qui nécessite une longue explication.

☐

Preuves

03

Rendre votre capacité visible avant de demander au prospect de vous faire confiance.

ÉTAPES 26-37

026 Choisir un cas de démonstration

Prenez un processus proche du marché ciblé et assez petit pour être montré de bout en bout.

☐

027 Créer un environnement sûr

Travaillez avec des données synthétiques, publiques ou explicitement autorisées.

☐

028 Construire une première version

Prouvez le mécanisme central avant d'ajouter interface, automatisations et finitions.

☐

029 Documenter l'avant et l'après

Mesurez temps, erreurs, qualité ou visibilité décisionnelle, même sur une démonstration.

☐

030 Écrire un mini cas

Présentez contexte, problème, choix, réalisation, limites et résultat observable en une page.

☐

031 Enregistrer une démo courte

Montrez le problème puis le système en trois à cinq minutes, sans montage spectaculaire inutile.

☐

032 Publier une note technique

Expliquez un choix d'architecture, de modèle ou d'intégration et ses compromis.

☐

033 Créer une page de preuves

Rassemblez démonstrations, cas, notes et parcours dans un espace facile à partager.

☐

034 Demander les autorisations

Validez par écrit l'usage du nom, du logo, des chiffres et des captures de chaque client.

☐

035 Collecter des témoignages précis

Demandez la situation initiale, le changement observé et ce que le client a apprécié.

☐

036 Définir trois piliers de contenu

Choisissez un pilier commercial, un pilier technique et un pilier delivery.

☐

037 Assembler le pack commercial

Préparez deux preuves pertinentes par type de prospect, accessibles pendant l'appel et dans la proposition.

☐

038 Installer un CRM minimal ☐

Suivez personne, entreprise, problème, source, prochaine action, valeur et date de relance.

039 Lister cinquante contacts chauds ☐

Incluez anciens collègues, clients, partenaires, fournisseurs, communautés et connaissances sectorielles.

040 Écrire votre message de reconnexion ☐

Demandez une conversation ou un avis, pas une vente immédiate déguisée.

041 Activer les recommandations ☐

Expliquez clairement le profil recherché et rendez la mise en relation facile à transmettre.

042 Optimiser votre profil LinkedIn ☐

Votre titre, bannière et résumé doivent nommer cible, problème, résultat et preuve.

043 Choisir un canal principal ☐

Sélectionnez réseau, contenu, prospection ou partenariat selon accès, vitesse et valeur des missions.

044 Choisir un canal secondaire ☐

Ajoutez un canal qui compense la faiblesse du premier sans doubler votre charge.

045 Créer un calendrier de contenu ☐

Planifiez études de cas, décompositions, erreurs fréquentes et décisions techniques.

046 Publier un contenu pilier ☐

Traitez un problème du prospect avec assez de profondeur pour préparer une conversation commerciale.

047 Décliner en formats courts ☐

Transformez le contenu pilier en vidéos, posts, emails et réponses utiles.

048 Relier chaque contenu à une action ☐

Choisissez roadmap, article, diagnostic ou page d'offre selon l'intention du sujet.

049 Construire une liste outbound ☐

Sélectionnez des comptes qui correspondent réellement au segment et au problème choisi.

050 Rechercher un signal par compte ☐

Utilisez recrutement, outil en place, actualité, croissance ou changement de rôle pour contextualiser.

051 Écrire une séquence courte ☐

Créez un premier message simple puis deux à quatre relances apportant chacune une information.

052 Créer deux partenariats ☐

Approchez agences, consultants ou éditeurs complémentaires qui rencontrent votre problème chez leurs clients.

053 Tenir la revue hebdomadaire ☐

Mesurez conversations, réponses, rendez-vous, sources et prochaine expérience, puis ajustez un seul levier.

Vente

05

Qualifier, diagnostiquer et proposer sans survendre la technique ni sacrifier votre marge.

ÉTAPES 54-67

054 Définir les critères d'éligibilité

Précisez type d'entreprise, sponsor, problème, budget, horizon, données et niveau d'urgence.



055 Définir les motifs de refus

Écartez absence de sponsor, données interdites, attente irréaliste, budget incohérent ou risque incontrôlable.



056 Préparer le formulaire

Collectez seulement les informations utiles pour décider si une conversation mérite d'être menée.



057 Structurer l'appel de découverte

Cadrez l'objectif, explorez la situation, reformulez, qualifiez puis décidez de l'étape suivante.



058 Comprendre le processus actuel

Faites décrire acteurs, outils, entrées, sorties, fréquence, exceptions et décisions.



059 Quantifier le problème

Estimez temps perdu, erreurs, revenu retardé, risque, volume et coût de non-action.



060 Identifier les utilisateurs

Distinguez acheteur, sponsor, utilisateurs, équipe technique, sécurité, juridique et finance.



061 Tester la priorité

Demandez pourquoi le sujet doit être traité maintenant et ce qui se passe s'il reste inchangé.



062 Qualifier données et accès

Vérifiez existence, qualité, sensibilité, propriétaires, APIs et restrictions sans concevoir trop tôt.



063 Qualifier budget et calendrier

Obtenez une fourchette et une date de décision avant de produire une estimation détaillée.



064 Reformuler par écrit

Envoyez contexte, objectifs, inconnues, risques et prochaines validations après l'appel.



065 Organiser un cadrage payant

Lorsque l'incertitude est forte, vendez l'atelier qui permet de spécifier plutôt qu'un forfait aveugle.



066 Présenter la proposition

Expliquez d'abord votre lecture du problème, puis méthode, périmètre, risques, prix et alternatives.



067 Conduire la décision

Fixez décideurs, objections, date, relance et condition de démarrage ; clôturez proprement un non.



Cadrage technique

06

Transformer une promesse commerciale en système faisable, testable et accepté par les bonnes parties prenantes.

ÉTAPES 68-83

068 Lancer le kick-off

Confirmez participants, responsabilités, canaux, calendrier, décisions attendues et méthode de validation.

☐

069 Fixer objectifs et KPI

Reliez chaque fonctionnalité à un comportement, une économie, une qualité ou un risque mesurable.

☐

070 Cartographier les utilisateurs

Décrivez rôles, besoins, permissions, contexte d'usage et niveau de compétence.

☐

071 Dessiner le workflow actuel

Représentez déclencheurs, étapes, décisions, outils, données, exceptions et points de douleur.

☐

072 Dessiner le workflow cible

Montrez ce qui est automatisé, assisté, validé par un humain ou volontairement inchangé.

☐

073 Inventorier les données

Listez sources, formats, volumes, fréquence, historique, propriétaires, droits et durée de conservation.

☐

074 Tester la qualité des données

Échantillonnez complétude, cohérence, doublons, biais, fraîcheur et cas limites.

☐

075 Cadrer sécurité et conformité

Traitez secrets, accès, journalisation, données personnelles, sous-traitants et localisation.

☐

076 Cartographier les intégrations

Documentez APIs, webhooks, authentification, quotas, coûts et alternatives manuelles.

☐

077 Décider acheter ou construire

Comparez solution existante, assemblage, développement sur mesure et coût total de possession.

☐

078 Choisir l'architecture

Séparez interfaces, orchestration, données, modèles, validations humaines, observabilité et administration.

☐

079 Justifier les choix techniques

Reliez chaque technologie à une contrainte ; consignez compromis et scénario de remplacement.

☐

080 Rédiger les spécifications

Décrivez comportements, entrées, sorties, erreurs, permissions, règles et dépendances sans ambiguïté.

☐

081 Construire le backlog

Découpez verticalement par valeur testable, pas uniquement par couches techniques.

☐

082 Écrire les critères d'acceptation

Définissez exemples, seuils, cas limites et preuves nécessaires pour accepter chaque livraison.

☐

083 Ouvrir le registre de risques

Suivez probabilité, impact, responsable, mitigation, déclencheur et décision de chaque risque.

☐

084 Installer la gouvernance ☐

Fixez point hebdomadaire, démonstration, journal de décisions, statut des risques et format de compte rendu.

085 Séparer les environnements ☐

Préparez développement, test et production avec données, secrets et accès appropriés.

086 Sécuriser dépôts et accès ☐

Attribuez comptes nominatifs, permissions minimales, sauvegardes et procédure de révocation.

087 Planifier les jalons ☐

Associez chaque étape à un résultat démontrable et à une validation client.

088 Construire le chemin critique ☐

Livrez d'abord le flux qui teste les hypothèses les plus risquées de bout en bout.

089 Démontrer tôt ☐

Montrez une version imparfaite mais réelle avant d'investir dans les finitions.

090 Centraliser les retours ☐

Collectez demandes, bugs et questions dans un seul système avec priorité et responsable.

091 Contrôler les changements ☐

Chiffrez l'impact sur délai, coût, risque et périmètre avant d'accepter une modification.

092 Tester le logiciel ☐

Couvrez logique, intégrations, permissions, erreurs, charge raisonnable et régression.

093 Évaluer l'IA ☐

Créez un jeu de cas représentatifs, mesurez qualité, hallucinations, refus, coût et latence.

094 Prévoir le repli humain ☐

Définissez seuils de confiance, revue, correction, escalade et traitement des cas inconnus.

095 Ajouter l'observabilité ☐

Surveillez disponibilité, erreurs, coûts, usage, qualité des sorties et événements de sécurité.

096 Préparer le déploiement ☐

Écrivez checklist, migration, sauvegarde, rollback, responsables et fenêtre de mise en production.

097 Former les utilisateurs ☐

Adaptez démonstration, exercices et support aux rôles et aux situations réelles.

098 Livrer la documentation ☐

Remettez architecture, exploitation, accès, procédures, limites, incidents et évolution.

099 Organiser le transfert ☐

Vérifiez propriété des comptes, code, données, contrats, clés, responsabilités et support.

100 Clôturer et facturer ☐

Faites accepter les critères, listez les réserves, obtenez le paiement et fixez la période de garantie.

101 Mener la rétrospective

Comparez prévu et réel sur périmètre, calendrier, communication, technique, satisfaction et risques.

102 Calculer la rentabilité

Mesurez revenu, coûts, heures, taux horaire réel, marge, retards et coût des révisions.

103 Mesurer le résultat client

Documentez adoption, temps gagné, qualité, revenu, risque réduit et limites observées.

104 Demander le témoignage

Obtenez une formulation précise et l'autorisation d'utiliser nom, rôle, entreprise et chiffres.

105 Créer le cas client

Racontez situation, décision, méthode, système, résultat, limites et enseignements.

106 Demander les recommandations

Décrivez le profil utile et proposez un message de mise en relation simple à transférer.

107 Proposer la suite

Évaluez maintenance, optimisation, formation, nouveau workflow ou accompagnement en régie.

108 Standardiser les actifs

Transformez cadrage, estimation, tests, reporting et documentation en modèles réutilisables.

109 Mettre à jour l'offre

Corrigez périmètre, exclusions, prix, délais et critères d'éligibilité avec les données du projet.

110 Choisir le prochain goulot

Décidez si la priorité devient acquisition, closing, LTV, capacité, marge ou délégation, puis recommencez.

Les 30 premiers jours.

JOURS 01-07

Décider

Fixez une cible, un problème urgent, une promesse et une offre pilote. Votre objectif n'est pas la perfection : c'est une hypothèse assez claire pour être testée.

JOURS 08-14

Matérialiser

Créez une démonstration, une page d'offre et un support de diagnostic. Assemblez les preuves disponibles sans inventer de résultat client.

JOURS 15-21

Converser

Activez votre réseau, publiez du contenu d'expertise et lancez une prospection ciblée. Cherchez dix vraies conversations, pas mille impressions.

JOURS 22-30

Proposer

Menez les découvertes, qualifiez les risques, chiffrez le périmètre et envoyez vos premières propositions. Documentez chaque objection.

Votre tableau de bord minimum

10

conversations qualifiées sur un problème précis

3

diagnostics ou appels de découverte correctement menés

1

proposition sérieuse envoyée avec périmètre et critères de réussite