

SYNTHÈSE

État des lieux général 2024

Édition services financiers

DU PROJET AU PRODUIT

Découvrez comment les leaders
se démarquent et où se positionnent
les entreprises de services financiers

planview® 





SYNTHÈSE

Le passage du projet au produit

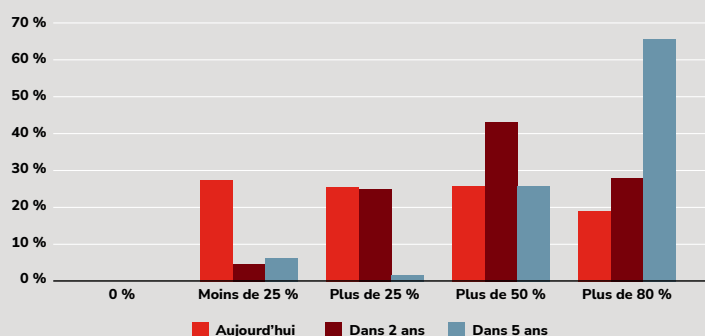
Une importante transformation se profile à l'horizon : malgré un niveau de maturité moins élevé que dans les autres secteurs, les entreprises de services financiers prévoient la plus grande proportion de travail orienté produit d'ici 2029.

3 enseignements clés pour les services financiers

1 D'ici 2029, les entreprises de services financiers prévoient une proportion de travail orienté produit plus élevée en comparaison des autres secteurs.

Bien qu'actuellement en retard de ce point de vue, 66 % des organisations de services financiers prévoient d'atteindre une proportion de travail orienté produit supérieure à 80 % d'ici 2029. Ce chiffre dépasse les projections pour les organisations des secteurs non financiers, dont moins de la moitié (47 %) prévoient une telle progression dans le même laps de temps.

Services financiers : Quelle est votre proportion de travail orienté produit ?



2 Actuellement, le secteur des services financiers est à la traîne dans tous les domaines clés de l'excellence en matière de modèle opérationnel orienté produit.

Alors que les secteurs non financiers affichent des pratiques produit plus avancées dans toutes les catégories mesurées, la majorité des entreprises de services financiers se trouvent à un stade de maturité inférieur, ce qui est révélateur d'un écart significatif en termes de capacités actuelles.

Sept domaines où les organisations les plus performantes excellent et les entreprises de services financiers sont en retard

1. Fonctionner comme un réseau de chaînes de valeur
2. Comprendre et mesurer la valeur client
3. Financer les équipes produit
4. Visibiliser le travail
5. Faire évoluer le Product Manager
6. Graviter autour du client
7. Contrôler quotidiennement les Flow Metrics

LES ORGANISATIONS LES PLUS PERFORMANTES UTILISENT CETTE TERMINOLOGIE.

Réseau de chaînes de valeur

Réseau connecté de chaînes de valeur transverses individuelles, qui améliore la création de valeur avec une visibilité et une efficacité optimisées à l'échelle de l'entreprise

Visibilité du travail

Vue partagée du travail montrant où les équipes s'investissent, ce qui facilite l'évaluation de l'alignement, de la capacité et des progrès par rapport aux résultats attendus

Limitation des activités en cours

Plafonnement du travail en cours pour optimiser le flux d'activités et la productivité de l'équipe

Stagnation du travail

Mesure du temps écoulé depuis le lancement d'une activité, mettant en évidence les retards et identifiant les goulots d'étranglement dans les processus

Flow Metrics®

Ensemble de métriques qui mesurent l'efficacité et l'efficacité du cycle de vie du développement logiciel

3 L'implémentation d'un modèle opérationnel orienté produit peut transformer radicalement les expériences digitales, comme le montre l'exemple de passage du projet au produit de Vanguard.

Ce géant de la gestion des investissements a lancé une initiative de modernisation sur cinq ans en 2020. Grâce aux efforts déployés, il a pu multiplier par cinq le rythme des évolutions techniques, réduire de 75 % la fréquence des incidents majeurs et atteindre des scores de satisfaction client (CSAT) sans précédent.

5x

Multiplication
du rythme des
évolutions
techniques

75 %

d'incidents
majeurs en
moins

Scores
CSAT

plus élevés jamais
atteints



Disposer d'un modèle opérationnel orienté produit et plateforme mature est fortement corrélé à de meilleures performances commerciales, avec notamment une augmentation de 38 % de l'engagement client et de 37 % de la notoriété de la marque.

McKinsey & Company¹



1. McKinsey & Company. *The bottom-line benefit of the product operating model*. Consulté le 12 septembre 2024.
<https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-bottom-line-benefit-of-the-product-operating-model>

Recommandations

Les résultats invitent à une action collective des leaders pour atteindre trois objectifs : augmenter la visibilité, connecter les chaînes de valeur dans toute l'organisation et prioriser l'humain dans un contexte axé sur les résultats.

Augmenter la visibilité

- Examinez le travail qui stagne et les projets annulés pour minimiser le gaspillage et exploiter la valeur non réalisée.
- Optimisez les Flow Metrics pour répondre le mieux possible aux besoins de tous les clients.
- Visibilisez le travail et limitez le travail en cours.

Connecter les chaînes de valeur dans toute l'organisation

- Considérez l'organisation comme un réseau de chaînes de valeur – un maillage cross-fonctionnel à l'échelle de l'entreprise.
- Vérifiez que l'ensemble de l'organisation est en mesure de soutenir les chaînes de valeur, en particulier côté budgétisation et financement.

Prioriser l'humain dans un contexte axé sur les résultats

- Aidez les Product Managers à prioriser en continu.
- Lutte contre le burnout en surveillant le stress et en utilisant notamment les Flow Metrics.

POUR ALLER PLUS LOIN

Quelles sont les caractéristiques des meilleures organisations orientées produit ? Quels obstacles empêchent les autres de se positionner parmi les leaders ? Trouvez des réponses dans la suite de ce rapport.

[🔗 Obtenir le rapport](#)

Vous voulez élaborer une feuille de route pour opérationnaliser et maintenir un modèle produit mature ? Contactez notre équipe d'experts. Nous vous montrons comment passer du projet au produit ; de la transformation à la réalisation.

[🔗 Demander une évaluation personnalisé](#)



À PROPOS DE L'ÉTUDE

Notre rapport Du projet au produit – État des lieux général 2024 propose une approche pour transformer et soutenir les organisations produit les plus performantes (voir la section « Méthodologie et données démographiques » pour les sources et autres détails). Le rapport fait référence au passage du projet au produit décrit par le CTO de Planview Mik Kersten dans son livre *Project to Product: How to Survive and Thrive in the Age of Digital Disruption with the Flow Framework* (2018).

Le rapport s'appuie sur des informations issues de trois sources : 1) une enquête mondiale menée en juin et juillet 2024, à laquelle ont participé 305 personnes issues de six zones géographiques (Afrique, Amérique du Nord, Amérique du Sud, Asie-Pacifique, Europe et Royaume-Uni) et de neuf secteurs (automobile, retail, éducation, énergie, fabrication, gouvernement, santé, services financiers et technologie) ; 2) les réponses de 300 personnes à notre évaluation de la maturité dans le passage du projet au produit ; et 3) les données de 8 000 chaînes de valeur configurées dans la solution VSM de Planview : Planview Viz.