

les affaires

Start-up: lancer un produit avant d'être prêt

Par Julien Brault

Publié le 01/08/2016 à 13:15



Mercredi dernier, peu après 1h du matin, le moment fatidique est survenu. Tony, le développeur principal de Hardbacon, a transféré les fichiers de notre site Web dans le dossier Index.html de notre serveur. Je pense que ç'a été plus facile pour lui de le faire que pour moi de lui demander de faire ça.

J'avais reporté le lancement en version bêta de Hardbacon à deux reprises déjà et, cette fois, j'avais pris la résolution (publiquement, de surcroît), de lancer quelque chose coûte que coûte mercredi à minuit. J'y suis parvenu avec un léger retard, mais **le site Web que Hardbacon** avait alors toute sorte de problèmes.

Certains éléments n'étaient pas traduits sur la version française du site, il y avait des fautes, des bogues et l'interface était loin d'être parfaite. Le pire, c'est que mon équipe et moi étions de moins en moins efficaces, la caféine ne parvenant plus à combattre notre somnolence. Bref, tout n'allait pas être réglé le matin venu, lorsque nos utilisateurs allaient vérifier si nous avions bel et bien lancé le site.

Avant de fermer boutique, cette nuit-là, j'ai toutefois eu la présence d'esprit de vérifier si les formulaires pour s'inscrire à notre infolettre étaient en règle. J'ai découvert que le formulaire sur la version française du site Web était lié à notre liste anglophone, ce qui aurait pu causer des dommages difficiles à réparer.

Je savais que je lancerais un produit imparfait, un produit minimum viable (MVP) dans le jargon des start-ups, mais encore fallait-il qu'il soit suffisant pour nous aider à avancer dans nos objectifs d'affaires et à créer de la valeur pour nos utilisateurs. Une fois ce problème réglé, nous sommes tous allés nous coucher, presque trop fatigués pour nous en faire avec l'état du site Web.

De toute évidence, nous n'étions pas prêts. Le problème, avec l'idée confortable d'attendre une journée, une semaine ou un mois de plus, est qu'on n'est jamais totalement prêt. Aussi, lorsqu'on a l'ambition d'en mettre plein la vue avec un lancement digne d'Apple, on se met à travailler sur des améliorations qui n'en sont probablement pas.

Après tout, c'est l'utilisateur qui sait quoi faire pour améliorer notre produit, et le meilleur moyen d'avoir l'avis honnête d'un utilisateur n'est pas d'organiser un «focus group» et de demander à un participant de se mettre dans la peau d'un utilisateur. Le meilleur moyen d'avoir un avis honnête, c'est de créer de la frustration chez un vrai utilisateur avec un produit assez prometteur pour qu'il prenne le temps de faire entendre sa frustration.

Ce n'est pas facile à faire, car on aimerait que nos clients tombent en amour avec notre produit au premier regard. Le truc, c'est qu'en affaires comme en amour, les coups de foudre sont rares. Les relations à long terme se bâtissent peu à peu, et le meilleur moyen de

développer un produit dont vos clients ne pourront plus se passer, c'est de le développer avec eux.

«Si vous n'avez pas honte de la première version de votre produit, vous avez lancé trop tard», a d'ailleurs **déjà dit** Reid Hoffman, le fondateur de LinkedIn.

Jeudi, non seulement le site était pas mal «croche», mais le serveur nous a lâché durant quelques heures. Les deux premiers jours après le lancement ont ainsi été consacrés à éteindre des feux; à faire des ajustements et à régler les bogues. Durant cette période, j'avais effectivement honte de la version bêta de Hardbacon, si bien que je me suis abstenu de la promouvoir sur les médias sociaux.

Ce n'est que samedi dernier, après plusieurs itérations, que nous avons commencé à partager, sur les médias sociaux, la nouvelle de l'arrivée de la version bêta de Hardbacon. C'est là que l'apprentissage a véritablement commencé. Les gens se sont mis à m'envoyer des courriels et à faire des commentaires sur Facebook et on a rapidement transformé ces rétroactions en mises à jour.

J'ai vite compris que les boutons marqués d'un point d'interrogation étaient l'une des fonctionnalités les plus importantes de notre comparateur. Nous les avons modifiés et nous travaillons à les intégrer à la version mobile. On nous a signalé quelques erreurs également.

J'ai l'impression que Hardbacon a fait plus de chemin entre mercredi dernier et aujourd'hui qu'entre sa fondation et mercredi dernier. J'exagère peut-être un peu, mais pas tant que ça. Bref, je ne regrette pas d'avoir lancé Hardbacon avant d'être prêt. Je regrette de ne pas l'avoir lancé plus tôt.

Principales réalisations:

- Révision des sept premiers textes écrits pour Hardbacon
- Finalisation de la collecte de données pour le comparateur
- Lancement du produit minimum viable de Hardbacon
- Acceptation de Hardbacon dans le programme Bizspark de Microsoft
- Redesign et débogage du site Web

Métriques de croissance:

- Revenu: 0\$
- Nouveaux abonnés à l'**infolettre** : 132 (total: 1428, croissance hebdo: 10%)
- Nouveaux abonnés sur **Snapchat** : 9 (total 89, croissance hebdo: 11%)
- Nouveaux abonnés sur **Instagram** : 12 (total: 264, croissance hebdo: 5%)

- Nouveaux J'aime sur [Facebook](#) : 101 (total: 1257, croissance hebdo: 9%)