

PEETIC

JTBD «Job to be done»

2025

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction au framework JTBD	4
1.1. Qu'est-ce que le Jobs To Be Done	4
1.2. Composantes clés du framework	4
1.3. Application au cas Peetic	5
2. JTBD par segment utilisateur	6
2.1. Segment 1 : Propriétaires actifs (Persona Corinne)	6
2.2. Segment 2 : Propriétaires exigeants (Persona Henri)	9
2.3. Segment 3 : Seniors connectés (Persona Denise)	10
3. JTBD par contexte d'usage	11
3.1. Contexte 1 : Urgence vétérinaire	11
3.2. Contexte 2 : Déplacement avec l'animal	12
3.3. Contexte 3 : Adoption d'un nouvel animal	13
4. Hierarchy et priorisation des Jobs	14
4.1. Matrice Importance vs Satisfaction	14
4.2. Jobs prioritaires pour le MVP	15
5. Alignement JTBD avec les autres frameworks	17
5.1. JTBD et Stratégie Rumelt	17
5.2. JTBD et Personas	17
5.3. JTBD et Impact Mapping	17
6. Métriques JTBD	18
6.1. Mesure du succès des jobs	18
6.2. Dashboard Jobs Metrics	19
7. Utilisation pédagogique	20
7.1. Exercices pour formateurs	20
7.2. Pièges à éviter	21
8. Conclusion	22
8.1. Synthèse des Jobs Peetic	22
8.2. Alignement avec la Vision Peetic	22
8.3. Prochaines étapes	22
9. Références	23

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 AU FRAMEWORK JTBD

1.1. QU'EST-CE QUE LE JOBS TO BE DONE

Le framework JTBD (Jobs To Be Done) est une approche centrée sur le comportement client qui déplace le focus de ce que sont les produits vers pourquoi les gens les utilisent. Le principe fondamental : «les gens n'achètent pas simplement des produits, ils les embauchent pour accomplir des travaux spécifiques.»

1.2. COMPOSANTES CLES DU FRAMEWORK

1.2.1. ENONCES DE TRAVAUX (JOB STATEMENTS)

Descriptions claires de ce que les utilisateurs veulent accomplir, allant des objectifs fonctionnels (par exemple, compléter des tâches rapidement) aux objectifs émotionnels (par exemple, se sentir accompli).

1.2.2. DIFFICULTES (STRUGGLES)

Les obstacles et points de douleur qui empêchent les clients d'accomplir leurs travaux efficacement. Cette information est critique pour concevoir de meilleures solutions.

1.2.3. CONTEXTE

La situation entourant l'accomplissement du travail : pression temporelle, multitâche, facteurs environnementaux qui influencent la façon dont les solutions devraient être concues.

1.2.4. RESULTATS SOUHAITES (DESIRED OUTCOMES)

Les résultats idéaux que les utilisateurs recherchent, qui guident la forme du produit et définissent le succès du point de vue de l'utilisateur.

1.3. APPLICATION AU CAS PEETIC

Ce document applique le framework JTBD au scenario pedagogique Peetic développé par Pablo Pernot depuis 2012. Peetic est presente comme une plateforme sociale dediee aux animaux de compagnie qui aspire a devenir le reseau de référence connectant proprietaires d'animaux, refuges et professionnels du secteur animalier.

2. JTBD PAR SEGMENT UTILISATEUR

2.1. SEGMENT 1 : PROPRIETAIRES ACTIFS (PERSONA CORINNE)

2.1.1. PROFIL DU SEGMENT

Corinne, 32 ans, graphiste independante vivant a Lyon avec Balto, son epagneul breton de 4 ans. Elle représente les propriétaires urbains actifs, ages de 25-45 ans, tres engagés émotionnellement avec leur animal.

2.1.2. JOB STATEMENT PRINCIPAL

Quand je dois prendre soin de mon animal au quotidien tout en gerant ma vie professionnelle chargée,
Je veux avoir la sérénité que je n'oublie rien d'important pour sa santé et son bien-être,
Pour que je puisse me concentrer sur mon travail sans culpabilité et profiter pleinement de nos moments ensemble.

2.1.3. JOBS FONCTIONNELS

2.1.3.1. Job 1.1 : Gérer la santé préventive

Situation : Corinne doit suivre les rappels de vaccins, vermifuges, traitements antiparasitaires et bilans annuels.

Difficultes actuelles :

- Post-its éparpillés qui se perdent
- Rappels dans différents calendriers (Google, papier, emails)
- Oublis fréquents menant à des urgences évitables
- Culpabilité constante de «ne pas en faire assez»

Contexte d'utilisation :

- Multitache permanente entre vie pro et perso
- Consultation en mobilité (smartphone)
- Besoin d'accès rapide à l'historique lors de rendez-vous vétos

Résultats souhaités :

- Zéro oubli de rappel important (vaccins, vermifuges)
- Anticipation 15 jours avant chaque échéance
- Historique complet centralisé et accessible 24/7
- Réduction de 50% des consultations d'urgence évitables
- Sentiment de sérénité et contrôle

2.1.3.2. Job 1.2 : Organiser la vie sociale de l'animal

Situation : Corinne veut que Balto ait une vie sociale riche avec d'autres chiens pour son équilibre comportemental.

Difficultes actuelles :

- Difficulté à trouver des propriétaires locaux avec chiens compatibles
- Groupes Facebook désorganisés et peu actifs
- Pas de filtrage par race, âge, tempérament
- Organisation de rencontres chronophage

Contexte d'utilisation :

- Recherche le week-end ou en soirée

- Besoin de proximité géographique (parc local)
- Préférence pour des propriétaires de confiance

Réultats souhaités :

- Trouver 3-5 compagnons de balade réguliers en moins de 2 semaines
- Organiser une sortie collective en moins de 5 clics
- Participer à au moins 2 sorties par mois
- Rencontrer d'autres propriétaires partageant les mêmes valeurs

2.1.3.3. Job 1.3 : Accéder à des services professionnels fiables

Situation : Corinne a besoin régulièrement de services professionnels (vétérinaire, toiletteur, éducateur, pension).

Difficultés actuelles :

- Manque de confiance dans les avis en ligne généralistes
- Bouche-à-oreille limite son cercle restreint
- Prise de rendez-vous par téléphone chronophage
- Prix non transparents, devis difficiles à comparer

Contexte d'utilisation :

- Urgence parfois (vétérinaire)
- Recherche par proximité géographique
- Besoin de rassurance (notes authentiques)

Réultats souhaités :

- Trouver un professionnel note 4,5/5 minimum en moins de 5 minutes
- Réserver un créneau en ligne sans appel téléphonique
- Accéder aux tarifs et services avant de prendre rendez-vous
- Avoir confiance dans les avis (authentifiés, non manipulés)

2.1.4. JOBS EMOTIONNELS

2.1.4.1. Job émotionnel 1 : Réduire la charge mentale

Job Statement :

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

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

Pour que je puisse dormir tranquille sans cette anxiété permanente d'avoir oublié quelque chose.

Impact mesurable : Passage d'un score d'anxiété de 7/10 à 3/10 après 3 mois d'usage.

2.1.4.2. Job émotionnel 2 : Être une «bonne propriétaire»

Job Statement :

Quand je doute de mes capacités à bien m'occuper de mon animal,

Je veux des preuves objectives que je fais ce qu'il faut,

Pour que je me sente légitime et fière de notre relation.

Impact mesurable : Validation externe via statistiques («12 rappels honorés, 0 oubli cette année»).

2.1.5. JOBS SOCIAUX

2.1.5.1. Job social 1 : Appartenir à une communauté locale

Job Statement :

Quand je me sens isolée avec mon animal dans ma ville,

Je veux rejoindre une communauté locale active et bienveillante,
Pour que nous ayons un cercle social stable et enrichissant.

Impact mesurable : Participer à 2+ événements communautaires par mois, tisser 5+ relations durables.

2.2. SEGMENT 2 : PROPRIETAIRES EXIGEANTS (PERSONA HENRI)

2.2.1. PROFIL DU SEGMENT

Henri, 45 ans, cadre supérieur, propriétaire d'un berger allemand de race. Revenus eleves, attentes elevees, recherche l'excellence dans tous les services.

2.2.2. JOB STATEMENT PRINCIPAL

Quand je veux optimiser la santé et le bien-être de mon chien de race,
Je veux accéder aux meilleurs professionnels et services premium avec un niveau de qualité garanti,
Pour que mon animal bénéficie des meilleurs soins possibles et que je puisse justifier mon investissement financier.

2.2.3. JOBS FONCTIONNELS SPECIFIQUES

2.2.3.1. Job 2.1 : Accéder à un service premium différencié

Situation : Henri est prêt à payer pour un service supérieur avec garanties.

Difficultés actuelles :

- Offres standard ne répondent pas à ses attentes
- Pas de différentiation claire entre gratuit et premium
- Services «premium» souvent décevants ailleurs

Résultats souhaités :

- Téléconsultations vétérinaires incluses (2/an minimum)
- Priorité sur les prises de rendez-vous
- Réductions négociées 15-20% chez professionnels partenaires
- Service de conciergerie personnalisé
- Assurance perte/vol incluse

2.2.3.2. Job 2.2 : Garantir la tracabilité complète

Situation : Henri veut un historique exhaustif et professionnel pour son chien de race.

Résultats souhaités :

- Stockage illimité de documents certifiés
- Export PDF professionnel pour voyages internationaux
- Intégration automatique avec tous ses vétérinaires
- Partage sécurisé avec éleveurs, juges d'exposition

2.2.4. JOBS EMOTIONNELS SPECIFIQUES

2.2.4.1. Job émotionnel : Afficher son statut de propriétaire exemplaire

Job Statement :

Quand j'investis significativement dans le bien-être de mon chien,
Je veux que cet engagement soit reconnu et valorisé,
Pour que mon statut de propriétaire exemplaire soit visible socialement.

Impact mesurable : Badges «Premium», statistiques publiques de soins, profil vérifié.

2.3. SEGMENT 3 : SENIORS CONNECTES (PERSONA DENISE)

2.3.1. PROFIL DU SEGMENT

Denise, 68 ans, retraitée, propriétaire d'un chat siamois. Compétences numériques limitées mais motivation élevée pour rester connectée.

2.3.2. JOB STATEMENT PRINCIPAL

Quand je veux rester connectée à la communauté des amoureux des animaux malgré mes difficultés avec la technologie,

Je veux une solution simple et rassurante qui me guide pas à pas,

Pour que je ne me sente pas isolée et puisse partager ma passion sans stress technique.

2.3.3. JOBS FONCTIONNELS SPECIFIQUES

2.3.3.1. Job 3.1 : Simplifier l'accès aux informations essentielles

Situation : Denise a besoin d'accès aux informations de santé de son chat mais est intimidée par les interfaces complexes.

Difficultés actuelles :

- Interfaces trop chargées, textes trop petits
- Trop d'options, manque de guidage
- Peur de «casser quelque chose»

Résultats souhaités :

- Interface épuree avec gros boutons
- Guidage vocal optionnel
- Mode «simplifi» avec uniquement fonctions essentielles
- Support humain accessible (téléphone)

2.3.3.2. Job 3.2 : Maintenir le lien social

Situation : Denise veut rester en contact avec d'autres propriétaires pour combattre l'isolement.

Résultats souhaités :

- Participer à des événements locaux adaptés (pas de randonnées intenses)
- Échanger avec d'autres seniors propriétaires
- Partager photos de son chat sans complexité technique
- Recevoir des encouragements et validation sociale

2.3.4. JOBS EMOTIONNELS SPECIFIQUES

2.3.4.1. Job émotionnel : Rester autonome et digne

Job Statement :

Quand je dois demander de l'aide à mes enfants pour chaque manipulation technique,

Je veux pouvoir accomplir seule les tâches essentielles,

Pour que je préserve mon autonomie et ma dignité.

Impact mesurable : 80% des tâches accomplies sans assistance externe.

3. JTBD PAR CONTEXTE D'USAGE

3.1. CONTEXTE 1 : URGENCE VÉTÉRINAIRE

3.1.1. JOB STATEMENT

Quand mon animal est malade et que je dois consulter un vétérinaire en urgence,
Je veux accéder instantanément à tout son historique médical et trouver le vétérinaire de garde le plus proche,
Pour que je gagne un temps précieux et que le vétérinaire dispose de toutes les informations pour le soigner.

3.1.2. STRUGGLES SPECIFIQUES

- Impossible de retrouver la dernière ordonnance
- Ne sait pas quel vétérinaire est de garde
- Pas de souvenir des allergies ou traitements en cours
- Stress émotionnel qui empêche de réfléchir clairement

3.1.3. DESIRED OUTCOMES

- Accès à l'historique complet en moins de 10 secondes
- Bouton «Urgence» qui affiche vétérinaires de garde < 5km
- Export automatique PDF envoyé par email au vétérinaire
- Partage temporaire sécurisé avec le vétérinaire d'urgence

3.1.4. METRIQUES DE SUCCÈS

- Temps accès historique : < 10 sec
- Taux succès localisation véto garde : > 95%
- Satisfaction utilisateur post-urgence : NPS > 8/10

3.2. CONTEXTE 2 : DEPLACEMENT AVEC L'ANIMAL

3.2.1. JOB STATEMENT

Quand je pars en voyage ou confie mon animal à quelqu'un,
Je veux partager facilement toutes les informations essentielles sans risque d'oubli,
Pour que la personne qui s'en occupe ait tout ce qu'il faut et que je sois tranquille.

3.2.2. STRUGGLES SPECIFIQUES

- Liste mentale incomplete (alimentation, routines, urgences)
- Photocopies de documents perdues
- Explications orales oubliées par le pet-sitter
- Anxiété de séparation

3.2.3. DESIRED OUTCOMES

- Checklist automatique personnalisée selon durée et type garde
- Partage temporaire one-click avec pet-sitter
- Accès coordonnées vétérinaire habituel + urgences
- Mise à jour temps réel si problème

3.2.4. METRIQUES DE SUCCÈS

- Temps création checklist complété : < 2 min
- Taux complétude informations partagées : 100%
- Réduction anxiété propriétaire : -40%

3.3. CONTEXTE 3 : ADOPTION D'UN NOUVEL ANIMAL

3.3.1. JOB STATEMENT

Quand j'adopte un nouvel animal de compagnie,
Je veux démarrer avec toutes les bonnes pratiques et un suivi structure des le premier jour,
Pour que je prenne un bon départ et évité les erreurs classiques des nouveaux propriétaires.

3.3.2. STRUGGLES SPECIFIQUES

- Submersion d'informations contradictoires en ligne
- Ne sait pas par quoi commencer
- Manque de guidance structuree
- Peur de mal faire

3.3.3. DESIRED OUTCOMES

- Onboarding guide etape par etape (premiers jours, semaines, mois)
- Configuration automatique rappels selon age/race
- Connexion immédiate avec vétérinaire partenaire
- Checklist «Premiers achats essentiels»
- Acces communauta «Nouveaux propriétaires»

3.3.4. METRIQUES DE SUCCÈS

- Taux completion onboarding : > 80%
- Premier rappel configuré : J+1
- Premier rendez-vous véto pris : J+7
- Satisfaction J+30 nouveaux adoptants : NPS > 70

4. HIERARCHIE ET PRIORISATION DES JOBS

4.1. MATRICE IMPORTANCE VS SATISFACTION

Job	Importance	Satisfaction actuelle	Opportunité
Gérer santé préventive (rappels)	10/10	3/10	TRES HAUTE
Accès services pros fiables	9/10	4/10	HAUTE
Organiser vie sociale animal	7/10	2/10	HAUTE
Urgence vétérinaire	10/10	2/10	TRES HAUTE
Réduire charge mentale	9/10	3/10	TRES HAUTE
Service premium différencié	6/10	3/10	MOYENNE
Déplacement avec animal	8/10	4/10	HAUTE
Adoption nouvel animal	8/10	5/10	MOYENNE
Simplification pour seniors	7/10	2/10	HAUTE
Maintenir lien social (seniors)	8/10	3/10	HAUTE

Legende :

- Opportunité = Importance - Satisfaction
- Opportunité ≥ 6 : TRES HAUTE priorité
- Opportunité 4-5 : HAUTE priorité
- Opportunité < 4 : MOYENNE priorité

4.2. JOBS PRIORITAIRES POUR LE MVP

Base sur la matrice, les 5 jobs critiques a adresser en priorité :

4.2.1. 1. GÉRER LA SANTÉ PRÉVENTIVE (OPPORTUNITE : 7/10)

Pourquoi prioritaire :

- Importance maximale pour tous segments
- Cree l'habitude d'usage quotidien
- Resout le problème #1 identifié (charge mentale)
- Alignement total avec stratégie Rumelt Phase 1

Solutions produit :

- Carnet de santé numerique
- Rappels intelligents personnalisés
- Synchronisation automatique vétérinaires

4.2.2. 2. URGENCE VÉTÉRINAIRE (OPPORTUNITE : 8/10)

Pourquoi prioritaire :

- Moment de verite critique
- Valeur immédiate démontrable
- Differenciation forte vs concurrence
- Lock-in émotionnel fort

Solutions produit :

- Bouton urgence avec géolocalisation
- Export PDF instantané
- Partage temporaire sécurisé

4.2.3. 3. RÉDUIRE LA CHARGE MENTALE (OPPORTUNITE : 6/10)

Pourquoi prioritaire :

- Job émotionnel central
- Conséquence directe des jobs fonctionnels
- Métrique alignée avec Mission Peetic («sérénité»)

Solutions produit :

- Dashboard «Prochaines actions»
- Notifications contextuelles
- Statistiques rassurantes

4.2.4. 4. DEPLACEMENT AVEC L'ANIMAL (OPPORTUNITE : 4/10)

Pourquoi prioritaire :

- Use case concret et fréquent
- Viralité (partage avec pet-sitters)
- Monétisation potentielle (premium)

Solutions produit :

- Cercle de confiance
- Checklist garde
- Partage temporaire

4.2.5. 5. ACCES SERVICES PROFESSIONNELS FIABLES (OPPORTUNITE : 5/10)

Pourquoi prioritaire :

- Monetisation directe (commissions)
- Partenariats stratégiques
- Densité ecosystème local

Solutions produit :

- Annuaire professionnel vérifié
- Système notation authentifie
- Reservation en ligne

5. ALIGNEMENT JTBD AVEC LES AUTRES FRAMEWORKS

5.1. JTBD ET STRATÉGIE RUMELT

Phase Rumelt	Jobs adressee
Phase 1 : Ancrage utilitaire	Job 1.1 Gérer santé préventive + Job émotionnel Réduire charge mentale
Phase 2 : Densifier écosystème	Job 1.3 Acces services pros + Job 3.1 Simplification seniors
Phase 3 : Effet réseau	Job 1.2 Vie sociale animal + Job social Communauté locale
Phase 4 : Monétisation	Job 2.1 Service premium + Job 2.2 Traçabilité complété

5.2. JTBD ET PERSONAS

Persona	Jobs principaux
Corinne (active)	Gérer santé préventive, Organiser vie sociale, Réduire charge mentale
Henri (exigeant)	Service premium, Traçabilité complété, Statut social
Denise (senior)	Simplification acces, Maintenir lien social, Rester autonome

5.3. JTBD ET IMPACT MAPPING

Les jobs identifiés alimentent directement les opportunités de l'Impact Mapping :

- **Opportunité 1** (70% pondération) : Ancrer habitude usage quotidien
 - Job 1.1 Gérer santé préventive
 - Job émotionnel Réduire charge mentale
- **Opportunité 2** (20% pondération) : Densité partenariats professionnels
 - Job 1.3 Acces services pros
 - Job 2.1 Service premium
- **Opportunité 3** (10% pondération) : Viralite communautaire
 - Job 1.2 Vie sociale animal
 - Job social Communauté locale

6. METRIQUES JTBD

6.1. MESURE DU SUCCÈS DES JOBS

Pour chaque job prioritaire, nous définissons des metriques specifiques de completion :

6.1.1. JOB 1.1 : GÉRER SANTÉ PRÉVENTIVE

Metrique de completion : Rappel honoré

Définition : Utilisateur a effectue l'action recommandée dans les 7 jours suivant le rappel

Objectif Q1 2026 : 10 000 rappels honorés (cumule)

Metriques secondaires :

- Taux configuration rappels : 80% utilisateurs avec ≥ 2 rappels actifs
- Taux honneur rappels : 75% rappels honorés dans les 7 jours
- Impact santé : -35% consultations urgence évitables (declaratif vétos)

6.1.2. JOB EMOTIONNEL : RÉDUIRE CHARGE MENTALE

Metrique de completion : Sentiment de sérénité

Définition : Score anxiete auto-declare passé de 7/10 à $\leq 3/10$

Mesure : Survey mensuel échelle 1-10 «Quel est votre niveau d'anxiété concernant la santé de votre animal ?»

Objectif : 70% utilisateurs actifs reportent score $\leq 3/10$ après 3 mois usage

6.1.3. JOB 1.3 : ACCES SERVICES PROS FIABLES

Metrique de completion : Reservation effectuée

Définition : Utilisateur a reserve un service via l'annuaire Peetic

Objectif Q1 2026 : 50 transactions/mois

Metriques secondaires :

- Temps recherche professionnel : < 5 min moyenne
- Note moyenne professionnels : $\geq 4,5/5$
- Taux satisfaction post-service : $\geq 8/10$

6.2. DASHBOARD JOBS METRICS

Tableau de bord synthétique pour suivi mensuel :

Job	Métrique principale	Objectif	Actuel
Gérer santé préventive	Rappels honorés	10K (Q1)	3.2K
Réduire charge mentale	Score anxiété <= 3	70%	58%
Accès services pros	Transactions/mois	50	34
Déplacement animal	Cercles confiance créées	2K	847
Urgence vétérinaire	Temps accès historique	<10s	7s

7. UTILISATION PEDAGOGIQUE

7.1. EXERCICES POUR FORMATEURS

7.1.1. EXERCICE 1 : REDIGER DES JOB STATEMENTS

Objectif : Pratiquer la formulation correcte des jobs.

Consigne : Pour chaque situation, rediger un Job Statement selon le format :

- «Quand [contexte]»
- «Je veux [motivation]»
- «Pour que [outcome desire]»

Situations :

1. Un vétérinaire souhaite intégrer Peetic dans sa clinique
2. Un refuge veut améliorer son taux d'adoption
3. Un éducateur canin cherche de nouveaux clients
4. Un touriste étranger voyage avec son chien en France

7.1.2. EXERCICE 2 : IDENTIFIÉR LES STRUGGLES

Objectif : Comprendre les obstacles réels des utilisateurs.

Consigne : Pour le Job «Organiser la vie sociale de mon animal», lister :

- 5 difficultés actuelles concrètes
- Le contexte d'usage (quand, où, comment)
- Les workarounds actuels (solutions de contournement)
- Les points de friction principaux

7.1.3. EXERCICE 3 : PRIORISÉR LES JOBS

Objectif : Utiliser la matrice Importance vs Satisfaction.

Consigne :

1. Interviewer 3 propriétaires d'animaux réels
2. Noter chaque job sur Importance (1-10) et Satisfaction actuelle (1-10)
3. Calculer l'Opportunité (Importance - Satisfaction)
4. Prioriser les 3 jobs à plus forte opportunité
5. Justifier pourquoi ces jobs devraient être adressés en priorité

7.1.4. EXERCICE 4 : ALIGNER JOBS ET SOLUTIONS

Objectif : Vérifier que les fonctionnalités produisent répondent aux jobs.

Consigne : Pour chaque fonctionnalité Peetic listée, identifier :

- Quel(s) job(s) elle adresse
- Quel segment utilisateur en bénéficie
- Quelle mesure de succès mesure son impact
- Si elle est vraiment nécessaire (challenger chaque feature)

7.2. PIEGES A ÉVITER

7.2.1. PIEGE 1 : CONFONDRE JOBS ET SOLUTIONS

Mauvais : «Je veux une application mobile pour gérer mon chien»

Bon : «Je veux accéder aux informations de santé de mon chien même en déplacement»

Le job décrit l'objectif, pas la solution technique.

7.2.2. PIEGE 2 : JOBS TROP LARGES

Mauvais : «Je veux prendre soin de mon animal»

Bon : «Je veux m'assurer que je n'oublie aucun rappel de vaccin ou vermifuge»

Les jobs doivent être spécifiques et actionnables.

7.2.3. PIEGE 3 : IGNORER LES JOBS EMOTIONNELS ET SOCIAUX

Erreur : Se concentrer uniquement sur les jobs fonctionnels.

Réalité : Les jobs émotionnels («réduire ma culpabilité») et sociaux («appartenir à une communauté») sont souvent plus puissants que les jobs fonctionnels.

7.2.4. PIEGE 4 : NE PAS MESURER LA COMPLETION DES JOBS

Erreur : Mesurer uniquement l'usage des fonctionnalités (clics, temps passé).

Bon : Mesurer si le job est réellement accompli (rappel honoré, anxiété réduite, service réservé).

8. CONCLUSION

8.1. SYNTHÈSE DES JOBS PEETIC

Le framework JTBD applique à Peetic révélé que les utilisateurs n'embauchent pas Peetic pour «avoir un réseau social pour animaux» mais pour :

1. **Dormir tranquille** en sachant qu'ils n'oublient rien d'important
2. **Etre rassurés** qu'ils sont de bons propriétaires
3. **Gagner du temps** en accès aux services professionnels
4. **Combattre l'isolement** de leur animal et d'eux-mêmes
5. **Reagir efficacement** en cas d'urgence

Ces jobs guident directement :

- La priorisation des fonctionnalités (carnet santé > photos mignonnes)
- Les métriques de succès (rappels honorés > likes)
- La stratégie go-to-market (partenariats vétos > influenceurs)
- Le positionnement («assistant quotidien» > «réseau social»)

8.2. ALIGNEMENT AVEC LA VISION PEETIC

L'analyse JTBD validé la Vision Peetic «D'ici 2030, chaque animal de compagnie en France possède une identité numérique Peetic qui lui garantit bien-être, traçabilité et connexion sociale.»

Les jobs identifiés confirment que les utilisateurs ont réellement besoin de :

- Bien-être (Job : gérer santé préventive)
- Traçabilité (Job : accès historique urgence)
- Connexion sociale (Job : vie sociale animal)

8.3. PROCHAINES ETAPES

Pour continuer l'application du framework JTBD sur Peetic :

1. **Conduire des interviews utilisateurs** réels pour valider/enrichir les jobs identifiés
2. **Mesurer la completion des jobs** via les métriques définies
3. **Iterer sur les solutions produit** selon les feedbacks de completion
4. **Etendre l'analyse** aux segments B2B (vétérinaires, refuges, professionnels)

9. RÉFÉRENCES

Framework JTBD :

- Clayton Christensen, «Competing Against Luck» (2016)
- Alan Klement, «When Coffee and Kale Compete» (2018)
- Bob Moesta, «Demand-Side Sales 101» (2020)
- Product School, [JTBD Framework Guide](#)

Application au cas Peetic :

- Documents Peetic (Vision, Mission, Valeurs)
- Stratégie Rumelt Peetic
- Impact Mapping Peetic
- Opportunity Solution Tree Peetic
- Storytelling Peetic (personas Corinne, Henri, Denise)

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