

FICHE OUTIL N°2

Le persona et ses besoins !

L'objectif de cet outil est de se mettre dans la peau de vos clients, des consommateurs, d'entrer en empathie avec eux. Il s'agit à travers cette démarche de trouver de nouvelles pistes de développement pour vos produits, services, en prenant en compte les besoins et problématiques réelles rencontrées par votre cible.

Attention, cet outil est un outil de projection, il ne dispense pas d'une étude sociologique de terrain.



TEMPS

60 minutes



RÈGLES D'UTILISATION

Dans un premier temps, réalisez une typologie de vos clients et consommateurs en répondant à cette question : « à quel type de public notre nouveau produit ou service s'adresse-t-il ? ». Pour y répondre, basez-vous sur des études de marchés, les tendances actuelles, une analyse de votre segmentation client... Si vous cherchez à atteindre de nouvelles cibles, sortez de l'atelier de codesign et allez à leur rencontre !

Les participants se répartissent ensuite les types de clients, consommateurs. À partir du canevas, chaque groupe imagine un profil type : commencez par dessiner un visage ou découper une photo dans un magazine. Choisissez ensuite son nom, son âge, sa situation familiale, son métier, son mode de vie, etc.

À partir de la carte d'empathie, les participants explorent le quotidien du client ou consommateur cible et le confrontent à la thématique choisie pour la séance : quelles sont ses aspirations, ses bénéfices espérés, ses problématiques ? Ex : lors d'un atelier de codesign sur la mobilité des seniors, nous nous sommes penchés sur la difficulté des personnes âgées handicapées à se rendre aux arrêts de bus.

Pour terminer, reformulez un ou plusieurs problèmes identifiés en vous aidant de la phrase préconstruite sur le canevas.



PERSONNES

En groupe de 2 à 4 personnes

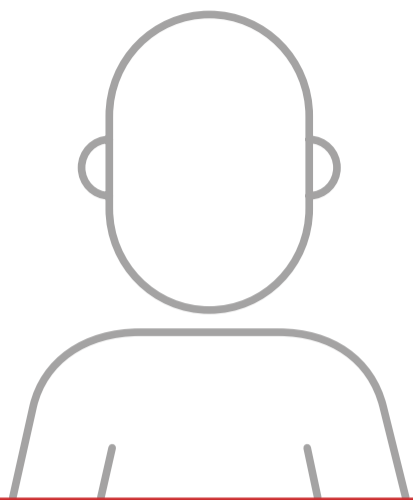
Puis restitution devant tous les participants



MATÉRIEL

Imprimer le canevas en A3 en annexe

Donnez un visage au persona :



PORTRAIT

Nom, prénom :

Age :

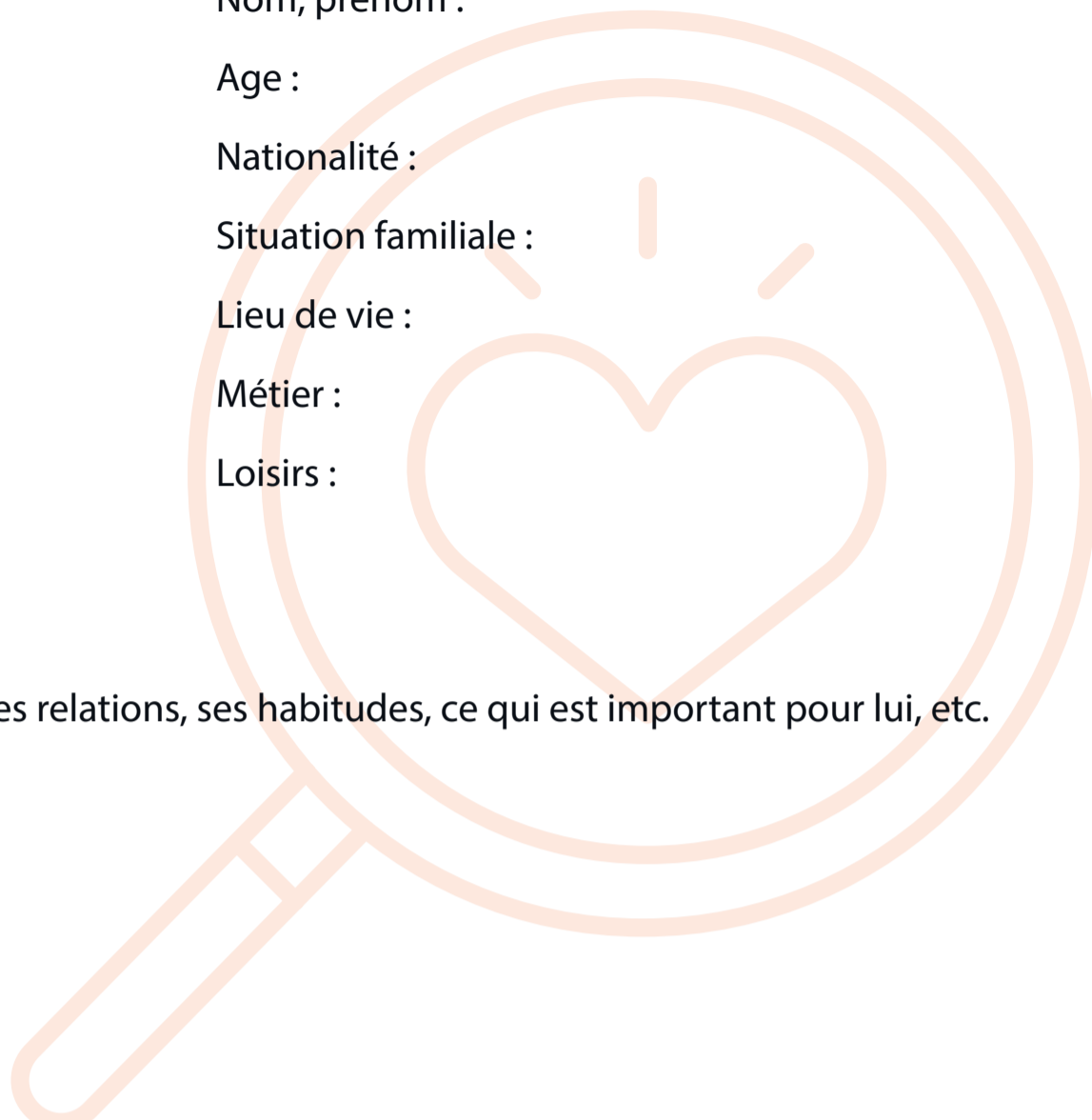
Nationalité :

Situation familiale :

Lieu de vie :

Métier :

Loisirs :



EXPLORATION DU PERSONA

Que fait-il dans la vie, ses loisirs, son travail, ses relations, ses habitudes, ce qui est important pour lui, etc.

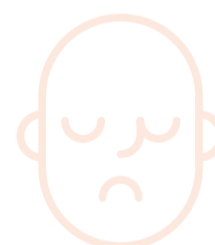
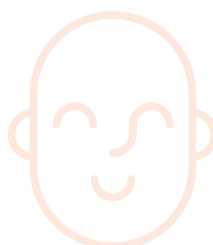
CARTE D'EMPATHIE

Mettez-vous dans la peau du persona.

Aspirations du persona,
passage à l'action

Bénéfices/satisfactions

Problèmes/déceptions



REFORMULEZ LA/LES PROBLÉMATIQUE(S)

• Le persona (*nom – prénom*) a besoin d'un moyen de (*verbe*) parce que/mais/malgré (*lien avec les insights, sous forme d'une phrase*).....

-
-