

LYDIA
POLIENOR

05

LIVRE
BLANC



RE
SSOURCES

D'UNE DESIGNER

CRÉER UN PERSONA

Ton produit

On peut vendre un même produit à différents types de personnes. Donc il faut avoir le bon vocabulaire, le vocabulaire de sa cible client.

C'est pour cela qu'il faut créer un persona.

Le Persona est une personne fictive

Pour créer votre persona, créez lui une vie, avec un passé, un présent et également un futur pour savoir où ce client souhaite se projeter.

Il y a différentes techniques pour trouver son persona, mais le meilleur reste le réel, les trouver dans la vraie vie ; et aller à leur rencontre, les analyser, discuter avec eux. Comprendre leur motivation, leur objectifs.

POUR TOI !

Ton meilleur ami, internet !

N'hésite pas à créer des sondages, avec Google Form par exemple et à les diffuser dans des groupes, forums, qui représentent une niche de clients potentiels.

Surtout, ne diffuse pas ces formulaires dans ton cercle d'amis ou confrères. Les résultats ne seront pas aussi authentiques.

Nous voulons des vrais retours !

Le but ?

En B2C (échange entreprise consommateur)

- Le persona sert à orienter vos décisions marketing.
- Voir comment mon persona percevrait cette offre.
- Est-ce une offre qui intéresserait mon persona ?
- Quel vocabulaire dois-je utiliser pour qu'il comprenne le sens de mon offre ?
- Est-ce le bon canal de communication, car l'utilise-t-il ?

Utile aussi en B2B (échange entre deux entreprises)

- Pourquoi se pencherait-il vers ma solution plutôt qu'une autre ?

Chaque chose en son temps

N'oublie pas qu'il faut débiter petit pour pouvoir viser gros plus tard.

Un conseil

Choisit un cœur de cible et étoffe tes offres plus tard pour différentes cibles.

Il vaut mieux connaître parfaitement son produit de base, le vendre et par la suite le faire évoluer en l'ayant expérimenté.

À l'heure actuelle, je souhaite élargir mes offres, après 8 ans de vente !

- Durant ces 8 années, j'ai compris que je devais étoffer mes offres pour satisfaire mes clients, pour les aider à atteindre leur but.

LES OUTILS !



1. La définition

Persona en marketing

Un persona est, dans le domaine marketing, un personnage imaginaire représentant un groupe ou segment cible dans le cadre du développement d'un nouveau produit ou service ou d'une activité marketing prise dans sa globalité.

Le persona est généralement doté d'un prénom et de caractéristiques sociales et psychologiques.

Plusieurs personas peuvent être utilisés pour un même projet de développement. Le persona peut être même parfois représenté sous forme de story board en situation d'utilisation du produit ou service.

Un persona créé pour le développement d'un nouveau modèle de voiture citadine pourrait être par exemple :

- Caroline
- 40 ans
- 2 enfants
- urbaine
- cadre supérieur
- suit de très près la mode
- etc..

Source : [definitions-marketing.com](https://www.definitions-marketing.com)

2. La carte d'empathie

La carte d'empathie est là pour représenter ce que les gens voient, entendent, pensent, disent, font...

Mais surtout de quoi ils ont peur et de quoi ils auraient besoin. Cela permet d'être en "empathie" avec eux (avec une moindre mesure bien évidemment).



[Source : semrush.com](https://www.semrush.com)

3. SWOT analyse

Réaliser une carte de l'empathie a été assez compliqué pour moi et je suis tombée sur la méthode SWOT qui m'a permis de mieux cerner les résultats attendus avec cette carte.

Le sujet est abordé dans l'article de la carte de l'empathie.

Voici deux autres articles très complets.

SWOT ANALYSIS



[Source : manager-go.com](http://manager-go.com)

[Source : lescahiersdelinnovation.com](http://lescahiersdelinnovation.com)

4. Apprendre à construire des personas

Une autre source qui t'apprends à construire ton Persona.

- Recherche,
- Analyse,
- Modélisation de sa fiche,
- ...



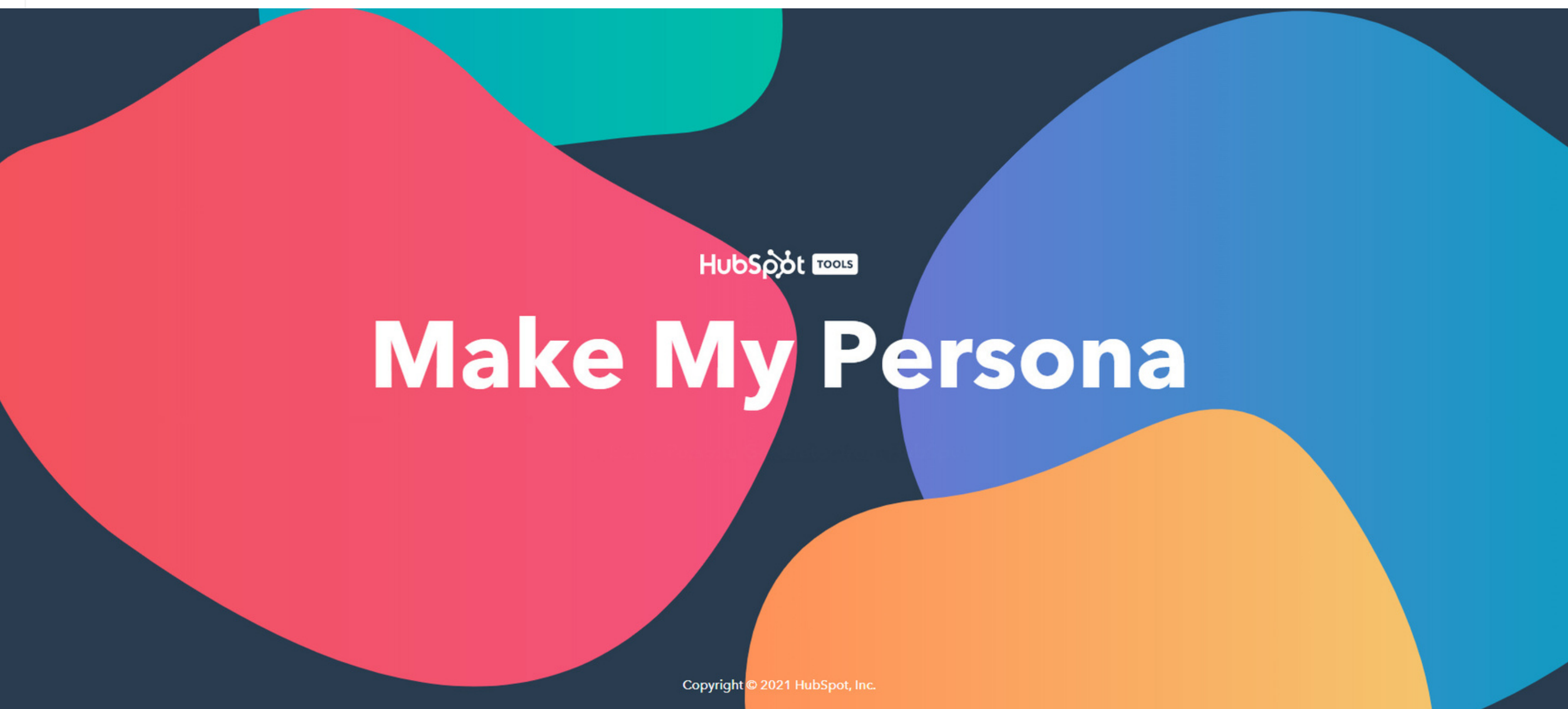
[Source : wloveusers.com](http://wloveusers.com)

5. Site pour créer une fiche

Son nom, prénom, âge, niveaux d'études, son secteur d'activité, son poste actuel, ses objectifs dans la vie, ses responsabilités.

Une vraie fiche de renseignement digne du FBI ;) Tu peux même lui choisir un avatar.

Ce site te permet de te lancer, car c'est un exercice vraiment pas facile !



[Lien : hubspot.com](https://www.hubspot.com)

6. Old school

Et si tu es comme moi, de la vieille école.

Tu peux tout à fait faire ton premier jet sur papier et le mettre au propre sur un document Google Slide ou Powerpoint !

Voici deux sélections de modèles téléchargeables sur les deux plateformes.



Modèle 1



Linear Buyer Persona Infographics With Pictures

Here is where this
infographic begins

Click sur les icônes pour télécharger les documents



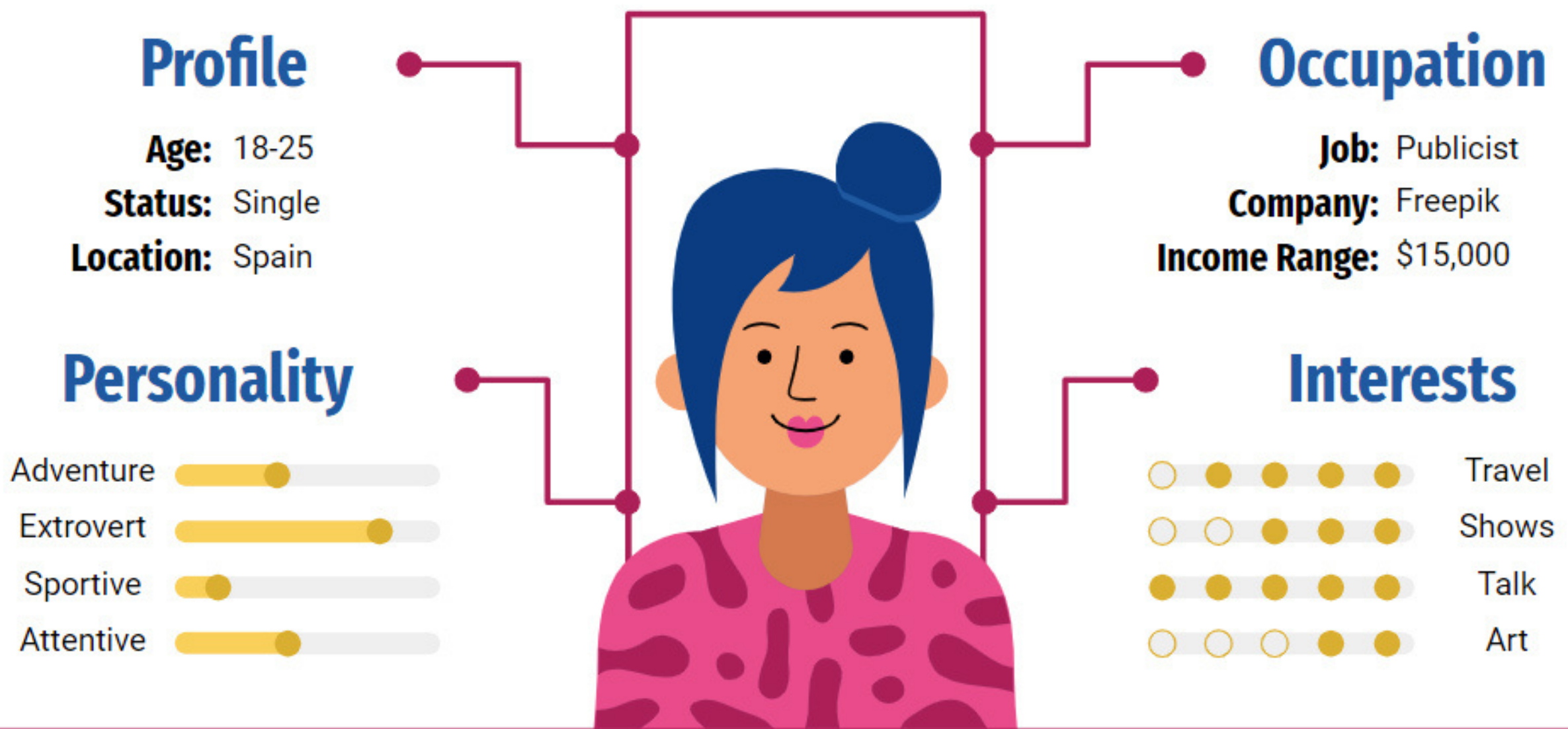
Google Slides



PowerPoint

Modèle 2

Buyer Persona Infographics



Click sur les icônes pour télécharger les documents



Google Slides

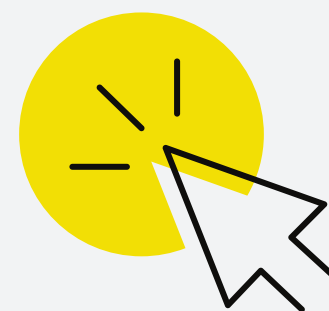


PowerPoint

**LYDIA
POLIENOR**

WWW.TREIZEDEPIQUE.COM

bonjour@treizedepique.com



05

**LIVRE
BLANC**

Bonjour, moi c'est Lydia.

Je travaille aujourd'hui en freelance
en tant que graphiste webdesigner
intégrateur web, près de Lyon
à Vénissieux.



J'AIDE LES ENTREPRENEURS
à lancer leur activité
grâce à une stratégie réfléchie !



Planifie un rendez-vous téléphonique.