

Persona basé sur les faits

Les personas vous aident à mieux comprendre vos utilisateurs.



Démarrer Analyser Développer Implémenter

Durée de l'exercice

2 heures

Nombre de personnes

2 à 6 personnes

De quoi avez-vous besoin ?

- Persona [template](#) (PDF)
- Tableau blanc
- Post-its
- Marqueurs

Objectif

Un « persona » est une représentation fictive mais réaliste d'un utilisateur qui représente un modèle pour un groupe d'utilisateurs spécifique d'un site web, d'un service ou d'un produit.

Cet outil permet de déterminer les caractéristiques, les souhaits, les besoins et le comportement de vos groupes cibles.

Avec un persona basé sur des faits, l'objectif est de décrire le persona autant que possible sur la base de faits. Ces faits peuvent provenir de recherches et de statistiques que vous avez collectées précédemment ou vous pouvez faire des recherches spécifiques pour cela.

Si vous avez créé un persona pour tous vos groupes cibles importants, vous pouvez l'utiliser pour chaque décision afin de voir quel sera l'impact sur ces personas (et donc sur les groupes d'utilisateurs).

Les Personas peuvent être développés de façon générale au départ d'un projet afin d'avoir une vue globale de votre cible et peuvent être améliorés par la suite au travers d'analyses ou des étapes de conception une fois que la recherche en profondeur a eu lieu.

Préparation

- Vous pouvez déjà compléter le template en fonction de la portée du projet (ex : groupes cibles) et des informations déjà collectées.
- Ce modèle est parfait pour être utilisé au début de votre projet, mais peut être complété et amélioré tout au long du projet.
- Invitez les bonnes parties prenantes (les personnes ayant une connaissance des données existantes sur les utilisateurs, par exemple le personnel de première ligne,...).



Persona basé sur des faits

Déroulement

- 1 Groupes cibles :** Déterminez quels sont les groupes d'utilisateurs les plus importants pour vous et pour lesquels vous souhaitez créer un persona. En général, vous en aurez déjà une bonne idée, mais si ce n'est pas le cas, vous devrez d'abord faire des recherches. Note : ne créez pas trop de personas, il est difficile de travailler avec plus de 8 personas en pratique.
- 2 Caractéristiques :** Déterminez ce qu'il est important de savoir sur vos groupes cibles afin d'avoir le plus d'empathie possible pour eux. Pensez aux besoins, à la motivation, Nous l'avons déjà inclus dans le modèle, mais n'hésitez pas à le modifier.
- 3 Conceptualisation:** notez ce que vous savez déjà (les faits !) sur chacun de vos personas. Les sources possibles sont la recherche sur les utilisateurs déjà réalisée, l'analyse du site web, le feedback des utilisateurs, ... Veillez à ne pas ajouter d'informations non fondées ici.
- 4 Discussion :** Rassemblez maintenant toutes les informations, discutez-en en groupe et remplissez les modèles pour chaque persona.
- 5 Compléter :** si les données dont vous disposez et dont vous avez besoin présentent encore de grandes lacunes, effectuez des recherches supplémentaires (par exemple, une enquête auprès des utilisateurs ou des entretiens).

Utilisation

Les personas que vous avez maintenant créés vous permettent d'évaluer chaque décision de conception/produit en fonction de vos personas. Prenez chacun de vos personas et réfléchissez à l'impact de la décision sur eux et à ce qu'ils sont susceptibles d'en penser. Est-ce qu'il répond à leurs besoins ? Cela facilite-t-il leur travail quotidien ? De cette façon, il devient plus facile d'évaluer la valeur de chaque fonctionnalité, de prendre une décision et d'établir des priorités sur cette base.

Exemple : Construire un persona pendant un projet. Sources d'information : tâches principales et entretiens approfondis