

Découvrir le besoin

Un persona est une représentation d'utilisateur type du produit

Plusieurs personas peuvent être créés pour un produit

Ce n'est pas grave si nous ne pensons pas à tous les personas au début

A quoi ça sert ?

Découvrir les besoins des utilisateurs

Harmoniser la vision des priorités au sein de l'équipe, en remettant les utilisateurs au centre des attentions et des arbitrages

Concevoir des fonctionnalités pertinentes donc « utilisées », amenant une valeur ajoutée forte

Organiser des parcours utilisateurs cohérents, respectant leur logique

Bien les construire

Identifier les catégories d'utilisateur du système

Organiser des workshops (avec des utilisateurs potentiels, le marketing, le commerce

Distinguer l'utilisateur du client lorsque ce ne sont pas les mêmes

Bien les construire

Rester concis mais détailler un peu plus
les personas centraux

Créer des personas crédibles afin de
créer de l'empathy

Connecter les personas aux users stories

Afficher aux yeux de l'équipe les différents
personas du projet

A photograph of a clown doll with blonde hair and a red nose, wearing a green hat and a colorful plaid jacket over a green vest. The doll is seated on a small wooden chair in an outdoor setting with foliage and sunlight in the background.

Quelques exemples



MARC TAVAUD

28 ans - 1 enfant
Habite à Paris (75)

- RESPONSABLE MAGASIN**
du supermarché de Paris 15ème
- 2 ans d'expérience à ce poste
- Découvre les services Scutum

“ En tant que nouveau responsable de magasin, je dois me rendre très vite opérationnel. J'ai besoin d'avoir une visibilité sur l'ensemble des mesures de sécurité mises en place sur mon site. J'ai également besoin de pouvoir visualiser différentes statistiques afin d'optimiser mon parc d'équipement. **”**



Profil Métier

Organisé - Ponctuel - Sérieux - Motivé



Profil Digital

- Internet - Très à l'aise
- Ordinateur - Très à l'aise
- Smartphone - Très à l'aise
- Tablette - Très à l'aise



Activités Quotidiennes

- Management des équipes en magasin
- Gestion
- Analyse de l'état du magasin
- Reporting des chiffres du magasin
- Réunion globale des Managers

Besoins

Intuitif

Rapide

Flexibilité

Fonctionnalités

Affichage optimisé de grands volumes de données +
Mise en avant des données prioritaires + Call to Action

Navigation Optimisée (menu d'accès latéral) + Module de recherche

Adaptabilité de la plateforme en fonction des prestations +
Personnalisation de l'espace perso et données



Peter

« Being cool
is just natural for me »

Age: 35 ans

Profession: Directeur de création
à Wieden+kennedy

Statut: en couple

Ville: Amsterdam

Caractère: le créatif curieux et
aventurier

Personalité



Bio

Peter est un talentueux Directeur de Création à Wieden + Kennedy, en charge notamment des campagnes de publicité Nike. Ses campagnes ont été primées à plusieurs reprises par les Lyons d'Or à Cannes.

Compétitif et ambitieux, Peter adore son métier, qui lui prend énormément de temps. Il partage sa vie avec Thessa depuis 5 ans, qui est créatrice de bijoux et galérante d'art.

Ils ont déménagé récemment à Amsterdam-Noord en bord de mer avec leurs 2 chiens, dans un ancien entrepôt industriel, réaménagé en loft lumineux et spacieux, avec jardin et potager bio. Passionné de design, Peter a créé la plupart des meubles de leur loft.

Il puise son inspiration des ses voyages et des sites adsoftheword.com, behance, dribbble. Ultra connecté, il possède un compte Instagram, Snapchat, Twitter et Periscope pour partager ses créations, ses photos et y être inspiré.

Son futur challenge? Demander en mariage Thessa, dans une des villes romantiques d'Europe.

Objectifs

- Organiser un week-end dans une ville romantique, design et culturelle européenne
- Faire sa demande en mariage à sa copine de 5 ans, Thessa
- Vivre une expérience à leur image et selon leurs goûts, authentique, et comme un local

Frustrations

Trop de temps dépensé à chercher des informations dispersées dans les guides de voyage papier et sur internet

Stress de l'organisation d'un week-end parfait

Ne connaît pas les bonnes adresses des locaux "hipsters", en adéquation avec les attentes de Thessa, où trouver les concerts et expos sympas

Ne veut pas se retrouver à déambuler tout le week-end à retrouver ses informations de voyage et adresses dans plusieurs guides de voyage, son iPad et son iPhone avec un réseau Wifi limité, documents de voyage imprimés, etc.

Motivations

Ecofriendly

Confort

Accomplissement / réalisation de soi

Esthète

Sensible au prix

Social

Marques favorites



Technologie

App Mobile

Social Media

Software

E-commerce

Créatif

Audacieux

Hipster

Ambitieux

Aventurier

Ecolo

AGATHE

Institutrice de 38 ans divorcée,
habite à Paris,
maman de Léonie, 7 ans.

*"C'est passionnant d'enseigner
à quelqu'un qu'on aime,
ce qu'on aime"*



Fréquence : 1 fois/mois pour voir ses proches



mauvaise expérience ➤ pas de partage, de convivialité

SES BUTS CLÉS

activités ludiques
jouer ensemble
repos & détente
pas de stress



