

## Jobs-to-Be-Done pour le Site Web d'un Label de Musique

### Introduction :

Cette analyse JTBD (job to be done) vise à comprendre les besoins et motivations des utilisateurs lors de leur visite sur le site d'un label de musique. L'objectif est de définir clairement les tâches que les utilisateurs souhaitent accomplir et les objectifs émotionnels ou pratiques qu'ils cherchent à atteindre.

### JTBD Complété :

**Voici en sommaire les réponses qu'ont donnés nos utilisateurs:**

"When"

**Quand** je visite le site Web d'un label de musique pour découvrir les dernières nouveautés ou mes artistes préférés,

"I want to"

**je veux** avoir un accès facile aux informations sur les nouveaux albums, les artistes émergents, et les événements à venir,

"So I can"

**pour que je puisse** rester informé sur les dernières tendances musicales, découvrir de nouvelles musiques qui correspondent à mes goûts personnels, et ne pas manquer des événements importants dans le monde musicale.