

Modèle Utilisateur Cible

Utilisateur 1 : Sophie Martin - Chargée de communication digitale

Âge : 28 ans

Profession : Chargée de communication digitale dans une PME cosmétique (50 employés)

Contexte : Sophie travaille seule au département communication avec un budget marketing annuel de 30 000€. Elle doit gérer les réseaux sociaux de l'entreprise, organiser des campagnes publicitaires et identifier des partenaires influenceurs pour promouvoir les nouveaux produits.

Objectifs avec FindYourCreator:

- Trouver 5-10 micro-influenceurs beauté sur TikTok pour une campagne de lancement produit
- Vérifier l'authenticité de leur engagement avant de les contacter
- Rester dans un budget de 500-1000€ par créateur
- Identifier des créateurs francophones principalement

Compétences numériques : Bonnes - Utilise Instagram, TikTok, Facebook Business Manager, Canva, Google Analytics quotidiennement. À l'aise avec les interfaces web modernes.

Motivations principales :

- Gagner du temps (actuellement 5-6h par semaine sur la recherche manuelle)
- Éviter les faux influenceurs avec des followers achetés
- Justifier ses choix auprès de sa direction avec des données chiffrées
- Découvrir des talents émergents avant ses concurrents

Freins et frustrations :

- Peur de payer pour un outil qui ne serait pas rentabilisé
- Manque de temps pour se former à de nouveaux logiciels

Usage typique : Sessions de 30-45 minutes, 2-3 fois par semaine, principalement le matin au bureau.

Utilisateur 2 : Thomas Dubois - Responsable marketing digital en agence

Âge : 35 ans

Profession : Responsable marketing digital dans une agence de communication de 25 personnes à Lyon

Contexte : Thomas gère 6-8 comptes clients simultanément (mode, tech, alimentation, sport). Il supervise une équipe de 3 personnes et doit livrer des recommandations stratégiques basées sur des analyses solides.

Objectifs avec FindYourCreator:

- Constituer des listes de créateurs par secteur d'activité pour ses différents clients
- Comparer les performances entre TikTok et YouTube Shorts selon les secteurs
- Présenter des rapports professionnels aux clients lors des réunions mensuelles

Compétences numériques : Expertes - Maîtrise Google Ads, Facebook Ads Manager, Hootsuite, Tableau. Très à l'aise avec les outils d'analyse de données.

Motivations principales :

- Professionnaliser sa démarche de sélection d'influenceurs avec des KPIs clairs
- Se différencier de la concurrence avec un outil analytique performant
- Optimiser le temps de son équipe (actuellement 10-15h/semaine sur la recherche)
- Détecter les tendances émergentes pour conseiller proactivement ses clients

Freins et frustrations :

- Besoin d'exporter les graphiques pour les intégrer dans ses présentations clients
- Obligation de justifier l'investissement dans un nouvel outil auprès de sa direction
- Crainte que les données ne soient pas suffisamment fiables

Usage typique : Sessions longues de 1-2h pour constitution de dossiers clients, consultations rapides quotidiennes (10-15 min) pour veille.

Utilisateur 3 : Amélie Chen - Directrice marketing d'une marque de mode éthique

Âge : 42 ans

Profession : Directrice marketing d'une marque de vêtements éco-responsables

Contexte : Amélie gère une équipe de 5 personnes et pilote la stratégie marketing globale. Elle accorde une importance capitale à l'alignement des valeurs entre sa marque et ses partenaires influenceurs. Elle délègue les aspects techniques mais prend les décisions stratégiques.

Objectifs avec FindYourCreator:

- Identifier des créateurs Youtube shorts qui partagent les valeurs de la marque (durabilité, transparence, éthique)
- Analyser la cohérence de leur ligne éditoriale sur plusieurs mois
- Vérifier qu'ils n'ont pas de partenariats contradictoires avec des fast-fashion
- Privilégier des partenariats long-terme plutôt que ponctuels

Compétences numériques : Moyennes - Utilise les outils bureautiques classiques, LinkedIn, Instagram. Consulte les réseaux sociaux régulièrement mais délègue la gestion technique à son équipe.

Motivations principales :

- S'assurer de la cohérence des valeurs avant tout engagement
- Éviter les bad buzz liés à un mauvais choix de partenaire
- Construire des relations authentiques et durables avec les créateurs
- Avoir une vision d'ensemble du positionnement d'un créateur

Freins et frustrations :

- Besoin d'une interface très simple, sans trop de données techniques
- Manque de temps pour analyser en profondeur chaque créateur
- Difficulté actuelle à évaluer la "sincérité" d'un créateur au-delà des chiffres
- Préfère déléguer la recherche initiale et se concentrer sur la validation finale

Usage typique : Sessions courtes de 15-20 minutes pour valider les recommandations de son équipe. Utilise surtout les profils détaillés des créateurs, moins les filtres de recherche.