

## Techniques de création de contenus éditoriaux

### Identifier ses cibles

#### Définir un profil utilisateur

Une méthode pour comprendre sa cible et se mettre dans la peau de son lecteur consiste à créer un personnage inventé de toutes pièces, qui incarne toutes les caractéristiques de la cible.

Ce **persona** reçoit : un nom, un visage, une fonction, un lieu de résidence, un contexte de vie et trois ou quatre objectifs qu'il souhaiterait réaliser sur le site.

Cette méthode, très utilisée par les ergonomes, permet de travailler autour d'un référent commun au sein d'un projet de site web, d'humaniser sa cible afin de s'en rapprocher, d'en comprendre les besoins et d'y répondre en se posant les questions :

*« Est-ce que Christine (ou Denis) trouverait ce contenu utile ? » et, si oui, « Comment vais-je répondre à ses besoins sur le site ? », « Quelles fonctionnalités dois-je mettre en place et à quel moment ? », etc.*

#### ***Voici un exemple de persona :***

Christine, 47 ans, artiste, sportive et célibataire.

On lui donne une mission (par exemple, acheter le livre Femmes qui courent avec les loups de Clarissa Pinkola Estès).

On se pose les questions suivantes :

Quelles sont les actions nécessaires pour atteindre ses buts ?

Qu'est-ce qui déclenche son action ?

Qu'est-ce qu'elle aime et n'aime pas ?

Quelles sont ses influences, facteurs de décision ?

Quelles sont les tâches et activités associées ?

Quelle est l'interaction avec les autres produits, etc. ?

On peut alors définir le cheminement attendu dans le site, choisir le vocabulaire à utiliser, etc., en somme, définir concrètement comment répondre à ses besoins sur le site.

### **Pour créer un persona représentatif de votre cible :**

- Identifiez la ou les cibles.
- Définissez ses caractéristiques : âge, sexe, état civil, niveau d'éducation et de familiarisation avec Internet, profession, centres d'intérêt, langage, mots-clés, etc.
- Représentez chaque cible par un personnage en lui donnant une identité (prénom, nom, visage) et un contexte de vie. Vous créez un effet de proximité au sein de l'équipe.
- Fixez pour chaque persona des objectifs de visite sur votre site.
- Identifiez les comportements sur votre site, les besoins et les attentes.
- Décelez les contraintes et les obstacles.
- Proposez des réponses pour chaque objectif et des solutions pour chaque contrainte ou obstacle.
- Intégrez vos objectifs d'entreprise et pensez aux appels à l'action (call-to-action) !
- Définissez des indicateurs de performance pour mesurer le succès de vos contenus et les améliorer.
- Mettez en place un processus d'amélioration continue.