

COMMENT CRÉER

# DES PERSONAS

POUR VOTRE ENTREPRISE



## Table des matières

---

Qu'est-ce qu'un persona ?.....	Diapositive 3
Qu'est-ce qu'un persona négatif ?.....	Diapositive 4
Comment utiliser les personas ?.....	Diapositive 5
Comment créer des personas ?.....	Diapositive 7
Modèles vierges.....	Diapositive 14

## Qu'est-ce qu'un persona ?

---

Les personas sont des représentations générales et fictives de vos clients idéaux. Ils vous permettent de mieux cerner vos clients (existants et potentiels) et donc d'ajuster plus facilement votre contenu aux besoins, comportements et préoccupations spécifiques de groupes différents.

Un processus de création de personas rigoureux doit comprendre des études de marché et des recherches sur les informations que vous rassemblez grâce à votre base de clients actuelle en effectuant des enquêtes, des entretiens, etc. En fonction de son type, votre entreprise peut compter un ou deux personas, une dizaine ou même une vingtaine.

(Remarque : si vous débutez tout juste en matière de personas, commencez petit à petit. Au besoin, vous pourrez développer davantage de personas plus tard.)

## Qu'est-ce qu'un persona négatif ?

---

Si un persona représente votre client *idéal*, un persona négatif, ou persona d'exclusion, représente le ou les profils que vous *ne voulez pas* comme client.

Il peut s'agir, par exemple, de professionnels qui sont trop expérimentés pour votre produit ou service, d'étudiants qui ne s'engagent avec votre contenu que pour effectuer des recherches ou développer leurs connaissances, ou encore de clients potentiels dont l'acquisition demanderait un investissement trop important (en raison d'un faible volume de vente, de leur tendance à disparaître ou encore d'une faible probabilité d'achats répétés auprès de votre entreprise).

## Comment utiliser les personas ?

---

Au niveau le plus élémentaire, les personas vous permettent de personnaliser ou de cibler votre marketing pour différents segments de votre audience. Par exemple, au lieu d'envoyer les mêmes e-mails de lead nurturing à chaque personne enregistrée dans votre base de données, vous pouvez effectuer une segmentation par personas et ainsi personnaliser votre message en fonction de ce que vous savez sur eux.

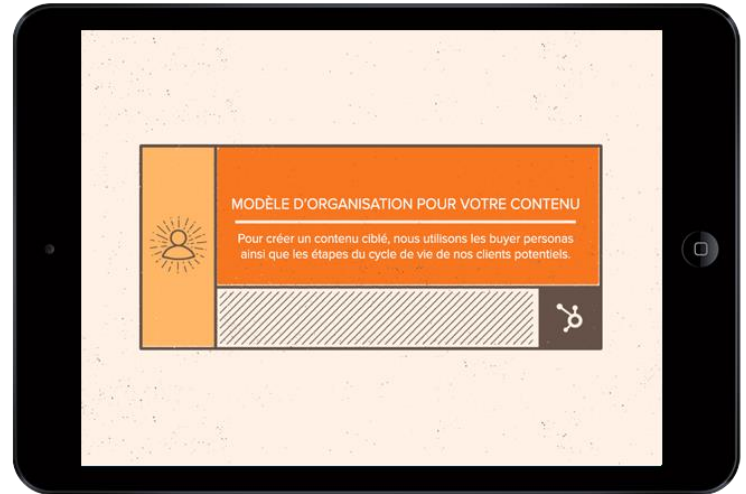
Si vous prenez le temps de créer des personas négatifs, vous bénéficierez d'un avantage supplémentaire : celui de pouvoir isoler les éléments non porteurs parmi vos contacts. Ce faisant, vous diminuerez vos coût par lead et coût par client tout en revalorisant la productivité de vos ventes.

## Comment utiliser les personas ? (suite)

---

Lorsqu'ils sont alliés à la phase du cycle de vie (c'est-à-dire à l'une des différentes étapes du cycle d'achat), les personas vous permettent aussi d'organiser et de créer un contenu très ciblé.

[Pour en savoir plus sur le processus d'organisation du contenu, faites un clic droit ici et choisissez l'option « Ouvrir le lien hypertexte ».](#)



## Comment créer des personas ?

---

Les personas sont créés à l'aide de recherches, d'enquêtes et d'entretiens réalisés auprès de votre audience cible. Celle-ci se compose de vos clients, de vos prospects et de toute personne extérieure à votre base de données qui pourrait s'aligner avec votre audience cible.

Voici quelques méthodes pratiques permettant de rassembler les informations nécessaires au développement des personas :

- Discutez avec vos clients, en personne ou au téléphone, afin de découvrir ce qu'ils aiment dans votre produit ou service.

## Comment créer des personas ? (suite)

---

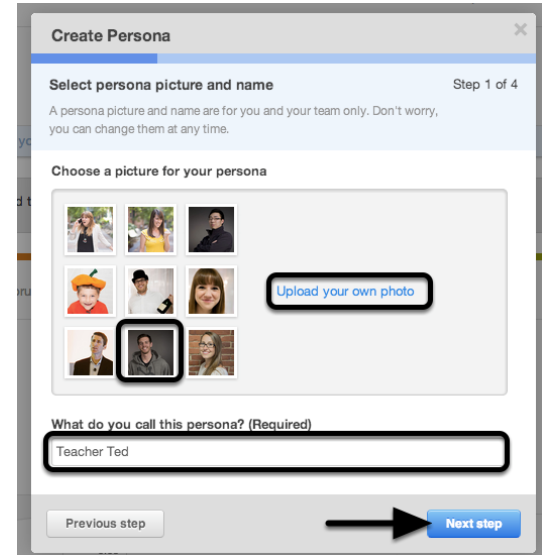
- Analysez votre base de contacts pour identifier les tendances sur la façon dont certains prospects ou clients trouvent et utilisent votre contenu.
- Lorsque vous créez des formulaires pour votre site web, utilisez des champs qui capturent des informations importantes sur vos personas. (Par exemple, si tous vos personas varient en fonction de la taille de leur entreprise, demandez à chaque prospect des informations à ce sujet. Vous pouvez également vous renseigner sur les types de réseaux sociaux qu'ils utilisent en leur posant une question liée à leurs comptes sur ces réseaux.)
- Tenez compte du feedback de votre équipe commerciale sur les prospects avec lesquels elle interagit le plus. (Avec quels types de cycles de vente travaille-t-elle ? Quelles généralisations peut-elle faire sur les différents types de clients qui sont les plus satisfaits par votre entreprise ?)



## Comment créer des personas ? (suite)

- **Clients de HubSpot :** vous pouvez créer et gérer vos personas dans l'outil Contacts.
- **Clients de HubSpot ou non :** vous pouvez utiliser le modèle suivant composé de 4 diapositives pour organiser les données de vos personas.

Nous allons tout d'abord vous montrer un exemple, puis vous donner quelques modèles vierges afin que vous puissiez créer vos personas de manière autonome.



**Create Persona** [X]

**Select persona picture and name** Step 1 of 4

A persona picture and name are for you and your team only. Don't worry, you can change them at any time.

Choose a picture for your persona

[Grid of 9 placeholder images] [Upload your own photo]

What do you call this persona? (Required)

Teacher Ted

[Previous step] [Next step]



## NOM DU PERSONA

1

Exemple **Élise**

## SECTION 1 : QUI ?

### INFORMATIONS GÉNÉRALES

Poste ? Carrière ? Famille ?

2

- Responsable des ressources humaines
- Travaille pour la même entreprise depuis 10 ans ; embauchée comme Assistante RH, elle a peu à peu grimpé les échelons
- Mariée, 2 enfants (10 et 8 ans)

### DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Homme ou femme ? Âge ?  
Revenus ? Zone géographique ?

3

- Femme
- Âge compris entre 30 et 45 ans
- Revenu annuel disponible du foyer : 50 000 EUR
- Vit dans une banlieue résidentielle

### IDENTIFICATEURS

Comportement ? Préférences  
en matière de communication ?

4

- De nature calme
- Dispose probablement d'un(e) assistant(e) qui filtre les appels
- Demande à recevoir les informations imprimées ou par courrier



## NOM DU PERSONA

Exemple Élise

## SECTION 2 : QUOI ?

### OBJECTIFS

Objectif principal ?  
Objectif secondaire ?

5

- S'assurer que les employés sont satisfaits et que le taux de renouvellement du personnel est faible
- Soutenir les équipes de juristes et de comptables

### DÉFIS

Défi principal ? Défi secondaire ?

6

- Effectuer toutes les tâches avec une équipe réduite
- Appliquer les changements au sein de l'entreprise entière

### CE QUE NOUS POUVONS FAIRE

pour aider notre persona à atteindre  
ses objectifs ?  
pour aider notre persona à relever  
ses défis ?

7

- Faciliter la gestion des données des employées sur une seule interface
- Intégrer la plateforme des RH aux systèmes des équipes juridique et comptable



## NOM DU PERSONA

Exemple Élise

## SECTION 3 : POURQUOI ?

### CITATIONS RÉELLES

Sur ses objectifs, ses défis, etc.

8

- « Il a été difficile, par le passé, d'inciter l'entreprise entière à adopter de nouvelles technologies. »
- « Je n'ai pas le temps de former les nouveaux salariés à l'utilisation d'une multitude de plateformes et de bases de données différentes. »
- « J'ai dû gérer de nombreuses intégrations difficiles avec les bases de données et les logiciels d'autres départements. »

### OBJECTIONS FRÉQUENTES

Pourquoi votre persona n'achète-t-il pas vos produits/services ?

9

- J'ai peur de perdre des données si nous migrons vers un nouveau système.
- Je ne veux pas avoir à former l'entreprise entière sur la façon d'utiliser le nouveau système.



## NOM DU PERSONA

Exemple Élise

## SECTION 4 : COMMENT ?

### MESSAGE MARKETING

Comment décririez-vous votre solution  
à votre persona ?

10

- Gestion intégrée de la base de données RH

### RÉSUMÉ DE L' ARGUMENTAIRE

Comment convaincre votre  
persona d'acheter votre solution ?

11

- Nous vous proposons une base de données intuitive qui s'intègre à vos plateformes et logiciels existants, ainsi que des formations permanentes pour aider les nouveaux salariés de votre entreprise à être opérationnels le plus rapidement possible.

## C'est à vous !

---

Voici des modèles vierges pour vous permettre de développer trois personas.

(S'il vous en faut davantage, sélectionnez simplement les diapositives dans l'onglet de gauche, faites un clic droit et choisissez l'option « Dupliquer ».)



## NOM DU PERSONA

[remplir cette partie]

## SECTION 1 : QUI ?

### INFORMATIONS GÉNÉRALES

Poste ? Carrière ? Famille ?

- [remplir cette partie]

### DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Homme ou femme ? Âge ?  
Revenus ? Zone géographique ?

- [remplir cette partie]

### IDENTIFICATEURS

Comportement ? Préférences  
en matière de communication ?

- [remplir cette partie]



## NOM DU PERSONA

[remplir cette partie]

## SECTION 2 : QUOI ?

### OBJECTIFS

Objectif principal ?  
Objectif secondaire ?

- [remplir cette partie]

### DÉFIS

Défi principal ? Défi secondaire ?

- [remplir cette partie]

### CE QUE NOUS POUVONS FAIRE

pour aider notre persona à atteindre  
ses objectifs ?  
pour aider notre persona à relever  
ses défis ?

- [remplir cette partie]





**NOM DU PERSONA**

[remplir cette partie]

**SECTION 3 : POURQUOI ?**

### CITATIONS RÉELLES

Sur ses objectifs, ses défis, etc.

- [remplir cette partie]

### OBJECTIONS FRÉQUENTES

Pourquoi votre persona n'achète-t-il pas vos produits/services ?

- [remplir cette partie]



**NOM DU PERSONA**

[remplir cette partie]

**SECTION 4 : COMMENT ?**

### MESSAGE MARKETING

Comment décririez-vous votre solution  
à votre persona ?

- [remplir cette partie]

### RÉSUMÉ DE L' ARGUMENTAIRE

Comment convaincre votre  
persona d'acheter votre solution ?

- [remplir cette partie]



## NOM DU PERSONA

[remplir cette partie]

## SECTION 1 : QUI ?

### INFORMATIONS GÉNÉRALES

Poste ? Carrière ? Famille ?

- [remplir cette partie]

### DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Homme ou femme ? Âge ?  
Revenus ? Zone géographique ?

- [remplir cette partie]

### IDENTIFICATEURS

Comportement ? Préférences en  
matière de communication ?

- [remplir cette partie]



## NOM DU PERSONA

[remplir cette partie]

## SECTION 2 : QUOI ?

### OBJECTIFS

Objectif principal ?  
Objectif secondaire ?

- [remplir cette partie]

### DÉFIS

Défi principal ? Défi secondaire ?

- [remplir cette partie]

### CE QUE NOUS POUVONS FAIRE

pour aider notre persona à atteindre  
ses objectifs ?  
pour aider notre persona à relever  
ses défis ?

- [remplir cette partie]



**NOM DU PERSONA**

[remplir cette partie]

**SECTION 3 : POURQUOI ?**

### CITATIONS RÉELLES

Sur ses objectifs, ses défis, etc.

- [remplir cette partie]

### OBJECTIONS FRÉQUENTES

Pourquoi votre persona n'achète-t-il pas vos produits/services ?

- [remplir cette partie]



**NOM DU PERSONA**

[remplir cette partie]

**SECTION 4 : COMMENT ?**

### MESSAGE MARKETING

Comment décririez-vous votre solution  
à votre persona ?

- [remplir cette partie]

### RÉSUMÉ DE L' ARGUMENTAIRE

Comment convaincre votre  
persona d'acheter votre solution ?

- [remplir cette partie]



## NOM DU PERSONA

[remplir cette partie]

## SECTION 1 : QUI ?

### INFORMATIONS GÉNÉRALES

Poste ? Carrière ? Famille ?

- [remplir cette partie]

### DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Homme ou femme ? Âge ?  
Revenus ? Zone géographique ?

- [remplir cette partie]

### IDENTIFICATEURS

Comportement ? Préférences en  
matière de communication ?

- [remplir cette partie]



## NOM DU PERSONA

[remplir cette partie]

## SECTION 2 : QUOI ?

### OBJECTIFS

Objectif principal ?  
Objectif secondaire ?

- [remplir cette partie]

### DÉFIS

Défi principal ? Défi secondaire ?

- [remplir cette partie]

### CE QUE NOUS POUVONS FAIRE

pour aider notre persona à atteindre  
ses objectifs ?  
pour aider notre persona à relever  
ses défis ?

- [remplir cette partie]





**NOM DU PERSONA**

[remplir cette partie]

**SECTION 3 : POURQUOI ?**

### CITATIONS RÉELLES

Sur ses objectifs, ses défis, etc.

- [remplir cette partie]

### OBJECTIONS FRÉQUENTES

Pourquoi votre persona n'achète-t-il pas vos produits/services ?

- [remplir cette partie]



**NOM DU PERSONA**

[remplir cette partie]

**SECTION 4 : COMMENT ?**

### MESSAGE MARKETING

Comment décririez-vous votre solution  
à votre persona ?

- [remplir cette partie]

### RÉSUMÉ DE L' ARGUMENTAIRE

Comment convaincre votre  
persona d'acheter votre solution ?

- [remplir cette partie]