

Personas

Agilité

Une persona en UX, c'est un portrait robot d'un utilisateur qui permet d'imaginer et de conceptualiser le comportement d'un segment de **votre audience**. Les personas sont utilisées lors de l'audit d'un site web, notamment l'audit ergonomique (dit audit UX) d'un outil web ou tout au long du processus de conception •

Voici quatre étapes pour créer les personas :

1. Déterminez les questions clés auxquelles répondre

Quelles sont les caractéristiques d'un prospect qualifié ? À l'inverse, qu'est-ce qui caractérise un prospect non-qualifié ?

- **déterminer une liste précise des points à définir dans votre travail de Persona.**

il y a deux types d'information à recueillir : les caractéristiques démographiques et les caractéristiques comportementales.

- caractéristique démographique:
 - il s'agit de déterminer par exemple quelle est la fonction de votre Persona, quelle est sa journée type, quelles sont ses compétences clés ou encore les outils qu'il utilise.
- caractéristique comportementales:
 - **il s'agit de définir quelles sont les questions que se pose votre Persona et les contenus qu'il consulte tout au long du parcours d'achat.** La manière dont il s'informe est également un point important. Les informations comportementales vous permettront en fait de définir ce qu'est un prospect mature.

⇒ **L'essayer c'est l'adopter !**

c'est très utile en conception de site web de se mettre à la place d'un-e

utilisateur/trice pour faire **des sites efficaces et ergonomiques**.

2. Interviewez vos clients ☆☆

Après avoir défini une liste de questions importantes, vous devez les poser à vos clients.

3. Échangez avec vos collaborateurs

⇒ **Laissez libre cours à votre créativité !**

Organiser une réunion de travail entre tous les services en contact avec vos prospects et clients pour définir ensemble un profil de client idéal commun.

4. Compilez les informations et créer le portrait type

Travailler une fiche pour chacun de vos Personas en compilant toutes les informations que vous avez agrégées auprès de vos clients et collaborateurs.

Commencer par donner un nom à votre Persona et ajouter une photo qui permet de mieux le visualiser. Vous pouvez vous épargner cette étape puisqu'elle n'est pas bénéfique pour tout le monde.

faire une fiche persona de cette manière permet de mieux la garder en mémoire.

Décrire ensuite rapidement le quotidien du Persona en fonction de toutes les informations démographiques et comportementales récupérées.

Pour finaliser le Persona, **listez dans une fiche toutes les informations qui permettront de personnaliser et contextualiser les messages.**

