

Qu'est-ce qu'un Persona ?

Le persona aide à comprendre le comportement de ses client/es sur les canaux digitaux et ainsi à mieux orienter la production de contenus pour répondre le plus précisément possible à leurs besoins et préoccupations.

On définit un persona par les caractéristiques suivantes :

- ❑ Des problématiques similaires à résoudre (point de douleur) : qu'est-ce qui conduit un persona à investir du temps dans la recherche de contenus, puis dans la recherche d'informations sur les produits ou services proposés sur le marché? en d'autres termes, qu'est-ce qui les motive ?
- ❑ Des points de contact : où le persona effectue-t-il ses recherches et qu'est-ce qui va influencer son choix durant son parcours d'achat?
- ❑ Quel langage utilise t-il ? : comment exprime t-il ses motivations, ses problèmes, ses craintes, ses envies ...?
- ❑ Des critères de décision : qu'est ce qui permet de gagner la confiance des cibles visées ? Qu'est ce qui fait la différence par rapport aux personnes qui optent pour le statu quo ou pour la concurrence ?
- ❑ Des facteurs de succès : quels résultats opérationnels et personnels (émotionnels) les cibles espèrent t-elles obtenir en se portant acquéreurs des offres proposées ?
- ❑ Des freins à l'achat : quels facteurs conduisent les clients potentiels à estimer que les offres proposées ne sont pas les meilleures ou les plus appropriées ? Quelles peurs ou craintes éventuelles peuvent-ils manifester ?
- ❑ Des données démographiques et biographiques générales.



Modèle pour définir un persona

Informations démographiques

Age, salaire, lieu de résidence

Informations emploi

Fonction, séniorité, niveau hiérarchique

Objectifs

Quels sont les buts du persona lorsqu'il achète vos produits ou services ?

Challenges

A quelles problématiques est-il confronté ? Quels sont ses "points de douleurs" ?

Objections

Quelles sont les objections que votre persona exprime généralement et qui pourraient le dissuader d'acheter vos produits ou services

Message marketing à faire passer

Comment nos produits/services répondent t-ils aux besoins du personas

Citations

Baseline - ce qui caractérise votre persona

Recherche d'informations

Où le persona recherche t'il des informations sur le net (site web spécialisés, blogs, médias sociaux, forums ...?)

Recherche sur Google

Quelles sont les requêtes utilisées par votre persona sur les moteurs de recherches ?

Les questions à se poser pour définir ses personas

Quel est le profil de votre client type ?

- Qui est-il ? : rechercher ici les données démographiques (homme, femmes, âge moyen, rémunération)
- Quel est son titre ? : savoir si c'est un décideur ou un prescripteur.
- Pour quel type de société travaille t-il ? : est-ce une grande entreprise ou au contraire une petite
- Dans quel secteur d'activité ?

Quels sont les rôles et les responsabilités spécifiques qu'il pourrait avoir en relation avec vos processus de vente ?

- Quels sont ses défis, points de douleur, frustrations qu'il doit surmonter ?
- Quelles sont les lacunes qu'il pourrait chercher à combler pour répondre à ses défis/frustrations/points de douleur ?
- Quels sont les objectifs qu'il souhaite atteindre ?
- Comment en mesurera t-il le succès ?
- Quel est son niveau de maturité et de compréhension vis-à-vis des solutions que vous proposez ?
- Est-il décideur et dans ce cas, de quoi a-t-il besoin pour décider ? Ou est-ce prescripteur et dans ce cas, de quoi a-t-il besoin pour effectuer ses recommandations ?

Quels sont ses modes d'accès préférés aux informations et contenus ?

- Comment opère t-il ses recherches d'informations ? Quels sont les canaux empruntés : moteur de recherche, médias sociaux, blogs, salons ?
- Quels sont ses formats de contenu préférés : livre blanc, webinars, infographies, vidéos ...)
- Effectue t-il ses recherches d'informations durant ses heures de travail ou essentiellement à son domicile ?
- De quelle quantité d'informations a-t-il besoin pour effectuer ses choix ?
- Quels sont les canaux qu'il préfère utiliser pour recevoir ces informations (e-mail, médias sociaux, newsletter ...)

Comment a t-il découvert votre société ?

- Comment a-t-il entendu parler de votre société ?
- Comment vos offres ont-elles un impact sur les performances de son entreprise ?
- Quel est le principal bénéfice de vos offres ?
- Comment vous perçoit-il par rapport à la concurrence ?

Quels sont les contenus et thématiques les mieux adaptés à chaque étape ?