

# Les Personas

1.1	Définition	2
1.2	L'utilité des personas	2
1.3	Méthodologie	2
1.3.1	Création du profil .....	2
1.3.2	Le scénario .....	3
1.4	Exemples	3
1.5	Pour aller plus loin...	4
1.5.1	Dans l'élaboration du profil du persona .....	4

## 1.1 Définition

Les personas sont des représentations réalistes de la future audience d'un site. Ils présentent les caractéristiques des attentes, des motivations et des expériences des utilisateurs types.

Elles sont essentielles dans le cadre d'une **conception orientée utilisateurs**.

## 1.2 L'utilité des personas

L'utilisation des personas permet aux différents acteurs du projet d'éviter des développements inutiles en :

- permettant de ne pas perdre de vue les objectifs principaux des utilisateurs finaux ;
- facilitant la communication à l'intérieur d'une équipe projet ;
- favorisant l'**empathie**, c'est à dire la faculté de se mettre à la place des utilisateurs finaux, de ressentir les même choses qu'eux (besoins, contraintes, motivations, freins).

## 1.3 Méthodologie

La modélisation des personas passe par la connaissance de la cible, de la future audience du site. Chaque persona représente un segment des consommateurs réels. Il est donc utile de se baser sur des études qualitatives des clients existants pour construire ses profils ou tout au moins d'utiliser les informations dont on dispose déjà.

### 1.3.1 Création du profil

Commencer la définition du persona en établissant ses objectifs en venant sur le site, puis hiérarchiser ces objectifs :

- Son nom
- Sa photo
- Son âge
- Sa situation de famille
- Son environnement professionnel
- Ses goûts et hobbies
- Sa compétence technique (utilisation d'Internet)
- Ses habitudes, motivations et frustrations sur le Web

- Ses habitudes d'achat et de consommation
- Ses objectifs en venant sur le site

### 1.3.2 Le scénario

Définir un scénario pour chaque profil : la personne virtuelle va arriver sur le site pour une raison précise et va chercher à accomplir une tâche (définie en amont). Cela peut aller de l'ouverture d'un compte, au téléchargement d'une fiche technique, en passant par la recherche d'informations sur un produit.

## 1.4 Exemple

Les fiches de personas selon Yahoo

The image displays three persona cards from Yahoo, each representing a different user profile. Each card includes a profile picture, name, age, gender, location, and a quote. Below each card is a detailed list of characteristics, interests, and needs.

- BRETT (Male Hobbyist User):** 34-year-old male from New York. Quote: "Taking pictures is something I do just for me." Interests include photography, hiking, and travel. Needs include a camera and a camera bag.
- ROBBI (Event Oriented Casual User):** 39-year-old male from New York. Quote: "If I don't have pictures, it's as if it didn't happen." Interests include social events, travel, and photography. Needs include a camera and a camera bag.
- BRAD (Compulsive Life Documenter):** 24-year-old male from New York. Quote: "Things go so fast; I wouldn't know what went on in my life without my journal." Interests include social media, travel, and photography. Needs include a camera and a camera bag.

## 1.5 Pour aller plus loin...

### 1.5.1 Dans l'élaboration du profil du persona

D'après Georges Olsen, [Making Personas More Powerful](#) et en fonction du cas :

- Biographie, démographie, géographie, psychologie
- Relations commerciales entre le client et le persona
- Relations qu'entretient le persona avec les produits et les services
- Ses objectifs, ses attentes et comportements spécifiques
- Sa connaissance du produit
- Le contexte d'utilisation
- Interaction, information, aspect émotionnel de l'expérience.
- Contexte d'accessibilité
- Relations avec les autres personas.

### Sources :

[www.muldermedia.com/presentations/personas](http://www.muldermedia.com/presentations/personas)

[http://www.interactionbydesign.com/presentations/olsen\\_persona\\_to\\_olkit.pdf](http://www.interactionbydesign.com/presentations/olsen_persona_to_olkit.pdf)

<http://www.fredcavazza.net/index.php?q=personas>

Les niveaux du processus émotionnel et cognitif :  
<http://www.uxmatters.com/MT/archives/000019.php>

Processus de décision du consommateur :  
<http://www.instituteforstrategicclarity.org/dmp.htm>  
[www.useit.com](http://www.useit.com)