MODÈLE À REMPLIR · PERSONA

Fiche persona

Une page par client type, remplie avec ce que vos clients vous ont dit en entretien

Mode d'emploi. Trois à cinq fiches suffisent pour une PME. Remplissez cette page avec des informations réelles, issues de cinq à dix entretiens avec des clients ou des prospects et de ce que racontent vos commerciaux. Chaque rubrique sert à décider d'un message, d'un canal ou d'une offre. Les loisirs, la photo souriante et le nom du chien n'y ont pas leur place.

1 La fiche

Prénom du persona

Rôle

Entretiens (nombre, dates)

Dernière relecture

Niveau de preuve : ☐ Construit sur des clients réels ☐ Hypothèse, à vérifier sur les prochains rendez-vous

Rubrique	Vos réponses
Profil et rôle Qui est-il, que décide-t-il ?	
Contexte Dans quelle situation nous cherche-t-il ?	
Canaux Où s'informe-t-il ?	
Motivations Que veut-il obtenir ?	
Peurs et objections Qu'est-ce qui le fait hésiter ?	
Ce que vous lui apportez Pourquoi vous plutôt qu'un autre ?	
Leviers de contenu Qu'a-t-il envie de lire ou de voir ?	

2 Relier le persona au parcours client

La fiche devient utile quand vous la reliez au parcours. Pour chaque étape, notez la question du persona, le contenu qui y répond et l'objection à lever. Ce tableau devient votre plan de contenus.

Étape	Sa question	Le contenu qui y répond	L'objection à lever
Le déclic			
L'exploration			
La recherche d'un prestataire			
L'évaluation			
Le premier échange			
La fidélisation			

3 Mener les entretiens

Posez une question, demandez un exemple concret, puis laissez parler. Notez les mots exacts : ce sont eux que vous reprendrez dans vos textes.

Rubrique	Questions à poser
Profil et rôle	Quel est votre rôle ? Qui d'autre intervient dans le choix d'un prestataire ?
Contexte	Racontez-nous la dernière fois que vous avez cherché ce type de prestation. Qu'est-ce qui vous a fait démarrer ?
Canaux	Où avez-vous cherché ? Qui vous a conseillé ? Qu'avez-vous lu avant de nous contacter ?
Motivations	Qu'attendiez-vous de ce projet ? À quoi voyez-vous qu'il a réussi ?
Peurs et objections	Qu'est-ce qui vous a fait hésiter ? Qu'est-ce qui aurait pu vous faire renoncer ?
Ce que vous lui apportez	Pourquoi nous plutôt qu'un autre ? Qu'auriez-vous fait sans nous ?
Leviers de contenu	Quelle information vous a manqué pendant votre recherche ?

Le test de fusion

Avant d'ajouter une fiche, comparez-la aux autres. Si vous répondez non trois fois, fusionnez les deux fiches.

- ☐ Pose-t-il des questions différentes ?
- ☐ Arrive-t-il par un canal différent ?
- ☐ Oppose-t-il une objection différente ?

POUR QUE LA FICHE SERVE

- ☐ Une fiche écrite sans entretien est marquée « hypothèse », et toute l'équipe le sait.
- ☐ Les peurs et les objections sont remplies avec autant de soin que le profil.
- ☐ La fiche est relue avant une campagne, un brief ou la refonte d'une page.
- ☐ Elle est mise à jour au moins une fois par an.

CONSTRUIRE VOS PERSONAS AVEC UN REGARD EXTÉRIEUR

Les personas font partie de la plateforme de marque que nous construisons avec vous, à partir d'entretiens avec vos équipes et quelques-uns de vos clients. Le premier échange d'une heure est offert.

agci.fr/services/branding/strategie-de-marque