

Comment construire et utiliser les personas ?

Pour vous mettre dans la peau de vos usagers

Cette fiche vous intéresse si:

- ❑ Vous souhaitez mieux connaître et comprendre vos usagers et que vous n'avez pas assez d'informations précises sur eux
- ❑ Vous souhaitez mettre les usagers au centre de vos préoccupations en les rendant plus vivants, plus tangibles
- ❑ Vous souhaitez que les membres de votre équipe projet partagent la même vision sur vos usagers, leurs besoins et leurs attentes
- ❑ Vous disposez déjà de personas mais qui ne vous semblent pas assez adaptés à vos propres usagers ou vous en souhaitez davantage

Les personas

De quoi s'agit-il?

Un persona est une personne fictive, imaginaire représentant un usager-type d'une administration. Cet outil est souvent utilisé pour la conception de site web mais peut tout à fait s'utiliser dans d'autres contextes (conception de produits ou de services). Il est généralement doté d'un prénom, d'un visage et de différentes caractéristiques.

Le persona permet de se mettre à la place d'un ou plusieurs usagers et de prendre en compte ses / leurs besoin(s) et attente(s).

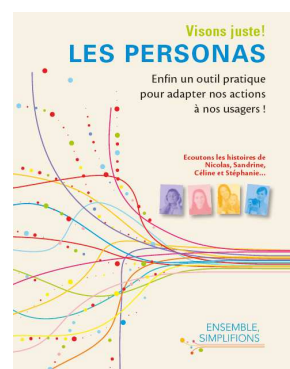
+ Ce que cela apporte

- ✓ Une **vision différenciée** des usagers: il n'y en a pas un mais plusieurs
- ✓ Une **conception partagée** par tous de ces usagers et de leurs principales caractéristiques
- ✓ Une **personnalisation des usagers** qui ne sont plus des « anonymes »



Le saviez-vous?

En Wallonie et en Fédération Wallonie-Bruxelles, 37 personas ont été créés. Vous pouvez soit les utiliser tels quels, soit les compléter ou mettre à jour leurs données si cela vous semble nécessaire.



Utiliser un persona existant

Une brochure éditée par la Fédération Wallonie-Bruxelles présente les **37 personas** qui représentent les usagers-type de la FWB et de la Wallonie. Ces personas sont classés en 6 familles:

1. les **citoyens**
2. les **entreprises**
3. le **non-marchand**
4. les **pouvoirs locaux**
5. les **fonctionnaires** (les usagers internes sont aussi des usagers dont il faut tenir compte)
6. les **intermédiaires**, à savoir ceux qui vont contacter l'administration pour le compte de quelqu'un d'autre. On pense à un notaire ou un architecte, à un secrétariat social ou à une assistante sociale d'un CPAS par exemple. Ce type de public est très important à prendre en compte en tant que catégorie d'usagers

Feuilletez cette brochure, **lisez attentivement la description de ces personas et repérez ceux qui correspondent à vos usagers**. Il est tout à fait possible qu'ils ne correspondent pas totalement à vos usagers mais que certaines caractéristiques vous amènent à réfléchir à des aspects auxquels vous n'aviez pas nécessairement pensé. Par exemple:



- **Jan**, le cycliste flamand, met l'accent sur les usagers qui ne parlent pas nécessairement français mais sont susceptibles d'interagir avec nos administrations.
- **Louis**, l'enfant handicapé de la famille Martin, permet d'aborder la question du handicap.



Ils peuvent changer...

N'hésitez pas à faire évoluer les personas existant si nécessaire. Ne vous sentez pas « coincé » par rapport à la description actuelle. Ce qui est important est qu'il ressemble autant que possible à vos vrais usagers et qu'il vous aide à vous mettre à leur place...



Utilisez ces personas comme fil rouge tout au long de vos projets

- Pour un projet de communication, réfléchissez aux canaux de communication à utiliser, à la forme comme au fond de vos messages...
- Pour un projet digital (site web, formulaire intelligent), cela permet de prendre en compte les différences d'autonomie des usagers par rapport à la technologie ou au numérique et de penser à d'éventuelles mesures d'accompagnement à l'usage à apporter
- Si vous souhaitez diagnostiquer ce que vivent vos usagers, la diversité des personas permet de mettre l'accent sur la diversité de leurs attentes par rapport à l'administration: en fonction de leur âge, leur situation géographique, leur rapport à l'administration, ...
- Etc.

Quelque soit l'usage concret que vous en faites, l'outil Personas va vous aider à concevoir des dispositifs, produits, services, messages... plus adaptés à vos usagers

Construire un persona

- ❖ S'il manque vraiment l'un ou l'autre usager en particulier, vous pouvez en construire de nouveaux
- ❖ Pour construire un persona, vous devez partir de données objectives (émanant d'enquêtes, de statistiques...) et de données subjectives.
- ❖ Vous pouvez soit rajouter des profils dans une famille (citoyens, entreprises, pouvoirs locaux, fonctionnaires, intermédiaires, non marchand), soit ajouter une famille.

Combien de temps ça prend?



½ journée pour le travail de base, 1-2 jours pour la finalisation

La démarche en un clin d'œil



Concrètement



Etape 1 – Profil: Identifiez le profil qui vous manque dans une famille en fonction de la prédominance dans vos usagers d'un profil particulier (ex. directeur, chef de projet dans la famille « Administration ») ou d'une catégorie que vous souhaitez mettre en évidence dans votre projet



Etape 2 – Caractéristiques: Définissez ses caractéristiques en partant soit de la réalité des chiffres (données objectives) soit d'un souhait subjectif de mettre en évidence certaines caractéristiques (ex. mise en évidence d'un public de non-autonomes, souvent oublié, qui ne peut se débrouiller seul par rapport au digital). Décrivez, au minimum



- Sa carte d'identité:**
 - Son sexe (homme ou femme)
 - Son âge
 - Sa formation
 - Son travail actuel
 - Son lieu d'habitation et là où il travaille

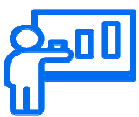
- Ses projets:** ce qui le motive aujourd'hui, va lui donner envie de contacter l'administration car il ne le fera jamais par hasard



3. **Son aisance numérique, son rapport avec la technologie** (ordinateur, téléphone, mobile, Internet) et les moyens qu'il utilise de préférence pour contacter l'administration (téléphone, e-mail, courrier, réseaux sociaux, site web...) car cela a aujourd'hui un impact important dans les interactions avec l'administration



4. **La manière dont il s'informe:** cela peut être important si vous devez identifier le meilleur moyen de communiquer des informations...



5. **Ses démarches administratives:** recensez ici toutes les démarches qu'il est susceptible de faire dans sa situation. C'est important d'être le plus complet possible pour vous rendre compte que vous n'êtes potentiellement pas son seul interlocuteur mais vous pouvez, si vous le souhaitez, vous focaliser sur les seules démarches qu'il est susceptible d'entreprendre par rapport à votre administration. Cela risque néanmoins de vous donner une vision réductrice de la réalité. Il peut être intéressant d'ajouter des informations sur la fréquence ou le volume de ces interactions ou son aisance par rapport au monde administratif



6. Il peut être utile d'ajouter **ses attentes:** qu'est-ce qui est important pour lui dans les interactions qu'il va avoir avec l'administration? Qu'est-ce qu'il considère comme fondamental (ex. politesse, rapidité)? Qu'est-ce qui serait vécu comme un plus et lui donnerait une image positive de l'administration?

7. N'oubliez pas de lui donner un **prénom** (cohérent avec son âge, voire l'endroit où il habite) et un **visage** via une photo pertinente



Etape 3 – Complétude: Complétez idéalement le persona avec des données plus subjectives

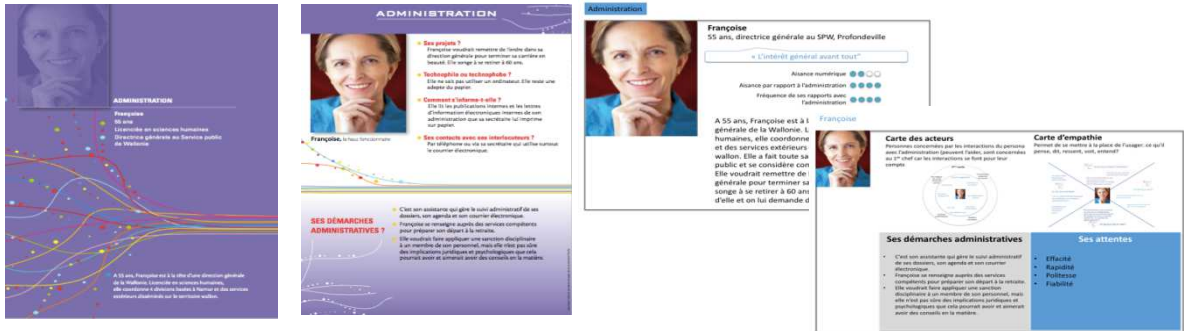
1. **Ce qu'il voit, ressent** avec l'aide d'une [carte d'empathie](#) (rem. lien vers une carte vierge)
2. **Son entourage:** il peut être intéressant de le représenter dans une [carte](#) (rem. lien vers une carte vierge) avec son entourage proche (son 1^{er} cercle) et plus éloigné (2^{ème} cercle), en particulier les personnes pour lesquelles il pourrait entrer en contact avec l'administration ou qui seraient susceptibles de le faire pour lui ou l'aider dans ses démarches



Etape 4 – Histoire: Synthétisez votre persona en quelques phrases-clé qui le définissent, comme si vous deviez parler de lui à votre entourage, racontez son histoire. Cela va lui donner du corps



Etape 5 – Modélisation: Modélisez le persona dans une fiche que vous pourrez facilement utiliser et diffuser. Vous pouvez soit utiliser le [modèle des fiches actuelles](#) (rem. lien vers le document vierge) ou un [modèle un peu plus actuel](#) (rem. lien vers le document vierge)



Etape 6 – Diffusion: Diffusez-le, faites-le vivre, ayez le réflexe d'en parler quand vous évoquez vos usagers, faites-en éventuellement une impression sur un format à afficher dans vos locaux pour vous en rappeler au quotidien...



Points d'attention


- **Ce n'est pas grave si vous n'êtes pas exhaustif**, si vous ne représentez pas tous vos usagers. Si vous avez trop de personas, vous les utiliserez plus difficilement et vous ne vous en rappellerez plus. Ce qui importe, c'est que les grandes caractéristiques de vos usagers soient couvertes par l'ensemble des personas dont vous disposerez
- **N'hésitez pas à être créatif**. Vous pouvez en faire un atelier collage en découpant les éléments descriptifs du persona dans des magazines

Cela peut vous être utile

Si cela vous passionne, vous pouvez vous plonger dans la lecture de l'article du créateur de la méthode, Alan Cooper. Elle est présentée dans l'ouvrage "The inmates are running the asylum:[Why high-tech products drive us crazy and how to restore the sanity] " publié en 1999 déjà!


Exemple concret

Administration



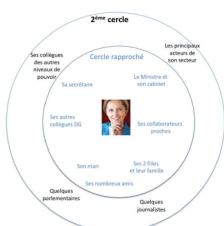
« L'intérêt général avant tout »

Françoise



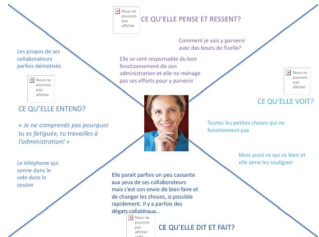
Carte des acteurs

Personnes concernées par les interactions du persona avec l'administration (peuvent l'aider, sont concernées au 1^{er} chef car les interactions se font pour leur compte)



Carte d'empathie

Permet de se mettre à la place de l'utilisateur: ce qu'il pense, dit, ressent, voit, entend?



Ses démarches administratives

- C'est son assistante qui gère le suivi administratif de ses dossiers, son agenda et son courrier électronique.
- Françoise se renseigne auprès des services compétents pour préparer son départ à la retraite.
- Elle voudrait faire appliquer une sanction disciplinaire à un membre de son personnel, mais elle n'est pas sûre des implications juridiques et psychologiques que cela pourrait avoir et aimerait avoir des conseils en la matière.

Ses attentes

- Efficacité
- Rapidité
- Politesse
- Fiabilité