



1

Cadrer le projet avec les parties prenantes.

2

Collecter et nettoyer les données clients.

3

Créer des segments et profils types à partir des insights.

4

Créer une fiche persona structurée.

5

Valider la fiche persona.

6

Diffuser la fiche persona de façon efficace.

### Amia, la pragmatique pressée

« Je veux juste quelque chose de simple. Si je dois trop y réfléchir, je laisse tomber. »



Amia

#### Identité

- **Âge** : 34–45 ans
- **Situation** : Vie active avec peu de temps pour organiser les repas ; cherche à simplifier son quotidien.
- **Contexte utile** : Entre travail, déplacements et vie de famille, Amia optimise tout ce qui peut lui faire gagner du temps. Elle n'aime pas passer du temps à comparer les options.

#### Motivations

##### Motivation principale

- Simplifier l'organisation des repas en évitant les courses hebdomadaires.

##### Motivations secondaires

- Avoir une solution fiable, facile à comprendre.
- Ne plus perdre de temps à réfléchir au contenu des paniers ou aux menus.
- Accéder à de bons produits sans devoir les chercher elle-même.

#### Freins

- Abandonne si le parcours est perçu comme trop long ou trop compliqué.
- A besoin d'une vision claire dès le début : prix, engagement, fonctionnement.
- Craint les options « trop personnalisables » qui demandent des décisions chaque semaine.

#### Comportements dans le parcours

- Consulte rapidement la page d'abonnement, sans lire tous les détails.
- Quitte le site si plusieurs écrans ou étapes successives sont nécessaires.
- Se décide si elle voit immédiatement comment le service lui simplifie la vie.
- Ignore les sections longues ou les contenus explicatifs trop détaillés.

#### Attentes essentielles

- Une formule simple, lisible en un coup d'œil.
- Peu (ou pas) d'ajustements à faire chaque semaine.
- Un prix clair et immédiatement compréhensible.
- La possibilité de mettre en pause ou d'arrêter facilement.

#### Ce qui déclenche la décision

- Un argument simple : « On s'occupe de tout, vous gagnez du temps. »
- Une démonstration claire de la facilité d'usage.
- Une mise en avant des étapes réduites pour s'abonner.
- Une promesse explicite de flexibilité (pause, arrêt, reprise).

#### En bref, ce qui compte pour Amia

- Simplifier au maximum l'organisation des repas.
- Ne pas perdre de temps dans le parcours d'abonnement.
- Comprendre en quelques secondes comment fonctionne le service.
- Avoir une formule qui tourne toute seule, sans gestion hebdomadaire.

Exemple de fiche persona

### Bonnes pratiques 👍

- ✓ Clarifier le besoin commun avec toutes les parties prenantes.
- ✓ Définir un objectif SMART aligné avec les ressources et délais.
- ✓ Nettoyer les données et repérer les récurrences significatives.
- ✓ Formuler des insights actionnables à partir des données.
- ✓ Segmenter les clients selon des logiques claires et utiles.
- ✓ Donner vie aux profils types avec un format homogène.
- ✓ Valider la fiche persona avec une checklist partagée.
- ✓ Mettre à jour régulièrement le persona selon les retours terrain.

### Définitions 🔍

- **Objectif SMART** : Objectif spécifique, mesurable, atteignable, réaliste et défini dans le temps.
- **Insight** : Vérité client tirée des données + opportunité concrète pour l'entreprise.
- **Profil type** : Archétype synthétique d'un segment, utilisé pour choisir une cible.
- **Fiche persona** : Outil synthétique décrivant un utilisateur type pour guider les décisions.
- **Critères de réussite** : Indicateurs permettant d'évaluer la clarté, l'adoption et l'impact du persona.