

# Construisez votre persona

## Exemple de corrigé pour l'activité "À vous de jouer"

Voici les propositions d'objectifs :

- Objectif A : « D'ici six semaines, construire deux personas prioritaires à partir des données CRM, des avis clients et d'entretiens qualitatifs afin de guider le choix des messages et des canaux pour la première campagne de lancement. »
- Objectif B : « Créer des personas complets pour anticiper les besoins de nos futurs abonnés. »
- Objectif C : « Produire plusieurs personas précis dans les prochains jours afin de mieux comprendre toutes les catégories de clients potentiels avant le lancement. »

L'objectif le mieux rédigé est l'objectif A, car il précise clairement le nombre de personas à produire, les sources de données à utiliser, l'échéance et surtout l'usage concret du livrable pour la campagne de lancement.

L'objectif B reste trop vague : il ne définit ni délai, ni périmètre, ni livrable mesurable.

L'objectif C est à la fois flou et irréaliste : « plusieurs personas », « dans les prochains jours » et « toutes les catégories » rendent le projet impossible à cadrer.

À l'inverse, l'objectif A fournit un cadre atteignable et exploitable, ce qui en fait la seule formulation réellement pilotable.