











Fiche de persona et description des champs

Prénom, nom		Catégorie / segment							
Photo 	Bio <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	Données personnelles Age : _____ Formation : _____ Etat civil : _____ Habite : _____ Enfants : _____ Niveau de revenu : _____							
Valeurs mises en avant <table border="1"> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>							Centres d'intérêt, lieux fréquentés, lit, écoute <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	Réseaux sociaux <input type="checkbox"/>  <input type="checkbox"/>  <input type="checkbox"/>  <input type="checkbox"/>  <input type="checkbox"/>  <input type="checkbox"/> 	Buts recherchés 1) _____ 2) _____ 3) _____ 4) _____
Personnalité Introverti <input type="checkbox"/> Extraverti Factuel <input type="checkbox"/> Imaginatif Rationnel <input type="checkbox"/> Empirique Structuré <input type="checkbox"/> Souple	Marques préférées 	Utilise le plus <input type="checkbox"/>  <input type="checkbox"/>  <input type="checkbox"/> 	Problématiques affrontées 1) _____ 2) _____ 3) _____ 4) _____						
Compétences clés ou qualités <table border="1"> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>							Craintes, freins 1) _____ 2) _____ 3) _____ 4) _____		

Fiche de persona et description des champs

Le persona est une personne semi-fictive présentant des caractéristiques stéréotypées du segment de clientèle auquel il appartient. Il est utile dans diverses situations telles que la préparation des campagnes de communication, l'établissement des prix de vente, les canaux de distribution, entre autres.

Description des blocs

- Photo : une photographie représentative, amenant un aspect émotionnel à la fiche ;
- Valeurs mises en avant : valeurs desquelles dériveront les principes d'action, partagés et mis en pratique au sein de l'organisation ;
- Personnalité : principaux traits , basés sur les archétypes du MBTI / Jung ;
- Compétences clés ou qualités : de la personne (au service de son activité professionnelle) ;
- Bio : un petit récit sur le personnage et son histoire ;
- Centres d'intérêt, lieux fréquentés, lit, écoute : servent à cerner d'éventuels thèmes à évoquer ;
- Marques préférées : donnent des indices sur des affinités ;
- Utilise le plus et réseaux sociaux : sont précieux pour définir les canaux d'accessibilité au segment du persona;
- Données personnelles : très classiques, mais utiles pour se concentrer sur certaines tranches du segment ;
- Données professionnelles : aussi très classiques, pour la situer dans l'organisation ;
- Les buts recherchés : ce qu'elle recherche pour l'organisation (et pour elle en son sein) ;
- Les problématiques affrontées : qui peuvent l'empêcher (elle ou l'organisation) d'atteindre les buts recherchés ;
- Les craintes et les freins : de causes ou d'effets collatéraux qui peuvent paralyser l'action.

Autres informations possibles :

- Son style d'habitat, maison ou appartement, urbain ou rural ;
- Les offres similaires qu'il peut envisager d'acquérir ;
- Qui le conseille, à qui il se confie ;
- Etc.