

Fiche persona - Livementor

Nom de l'entrepreneur :

Nom du produit :

Nom du mentor :

> [Mode d'emploi](#) <

*Dans le menu Fichier (en haut à gauche)
Tu peux **créer une copie de ce document**
et le [partager à ton mentor](#) via Google Drive
puis dans la messagerie livementor.com*

Un persona c'est un avatar fictif de mon client idéal, il représente de façon illustrée le segment ou groupe de personnes à qui je souhaite proposer mes services.
Plus ma cible est précise, plus la productivité de mes actions marketing sera élevée, et plus mon discours sera percutant. [Définition du ciblage](#)
>> [Support du cours de Livementor](#)

Qui est ton client idéal ?

- Prénom
- Tranche d'âge
- Catégorie sociale
- Profession
- Situation familiale

Quels sont ses problèmes / frustrations ? Quelles sont ses émotions ?

Quels sont ses besoins ?

Quelles sont les questions qu'il/elle se pose ?

Sur quel média cherche-t-il des réponses ? Peux-tu faire une liste avec 10 exemples de sites, blog, journaux, livres, forums, émission Tv ?

Quelles sont ses habitudes de consommation ? Peux-tu décrire une journée type ?

Quel est son processus d'achat ? Que valorise-t-il pendant l'acte d'achat ?

Quelle est la somme qu'il est prêt à déboursier pour résoudre ce problème ? Combien lui coûte le fait de ne pas avoir ta solution ? Combien de temps et d'argent perd-il ?

Quand il cherche des infos sur le sujet quelles sont les résultats de recherches ? Que disent tes concurrents et qui sont-ils ? Qu'existe-t-il sur le marché actuellement ?

Quelles alternatives existe-t-il pour résoudre son problème ?

Quelles sont tes solutions (ta proposition de valeur) ?

Quelles sont ses 5 objections en phase de vente ?

Stratégie marketing pour augmenter la visibilité de ton produit :

Objectif : Où trouver mon persona et lui parler ? Comment me trouve-t-il ?

- Quels lieux physiques et virtuels fréquente-t-il ? (Groupes facebook, forums, blog, pages linkedin, influenceur instagram, chaîne Youtube, moteur de recherche, podcast écoutés, magasin fréquenté, radio écoutée, newsletter reçue ...)
- Quels sont ses comportements (A quelle fréquence consulte-t-il des contenus ? depuis quel device ? a-t-il déménagé ou divorcé récemment ? A-t-il des enfants ? un iphone ou un samsung ? Quel est son travail ? Comment se déplace-t-il ? Quels sont ses revenus ? Quels moyens de communication préfère-t-il ?)
- S'il faisait une recherche sur un moteur de recherche, quelle serait la phrase qu'il taperait ? Quel titre de blog est-il susceptible de lire ? Quelles sont les questions qu'il se pose avant de connaître ton produit (ta solution) ? Champ lexical
<https://answerthepublic.com/>

Pour aller plus loin

Pour comprendre le Persona, tu peux regarder :

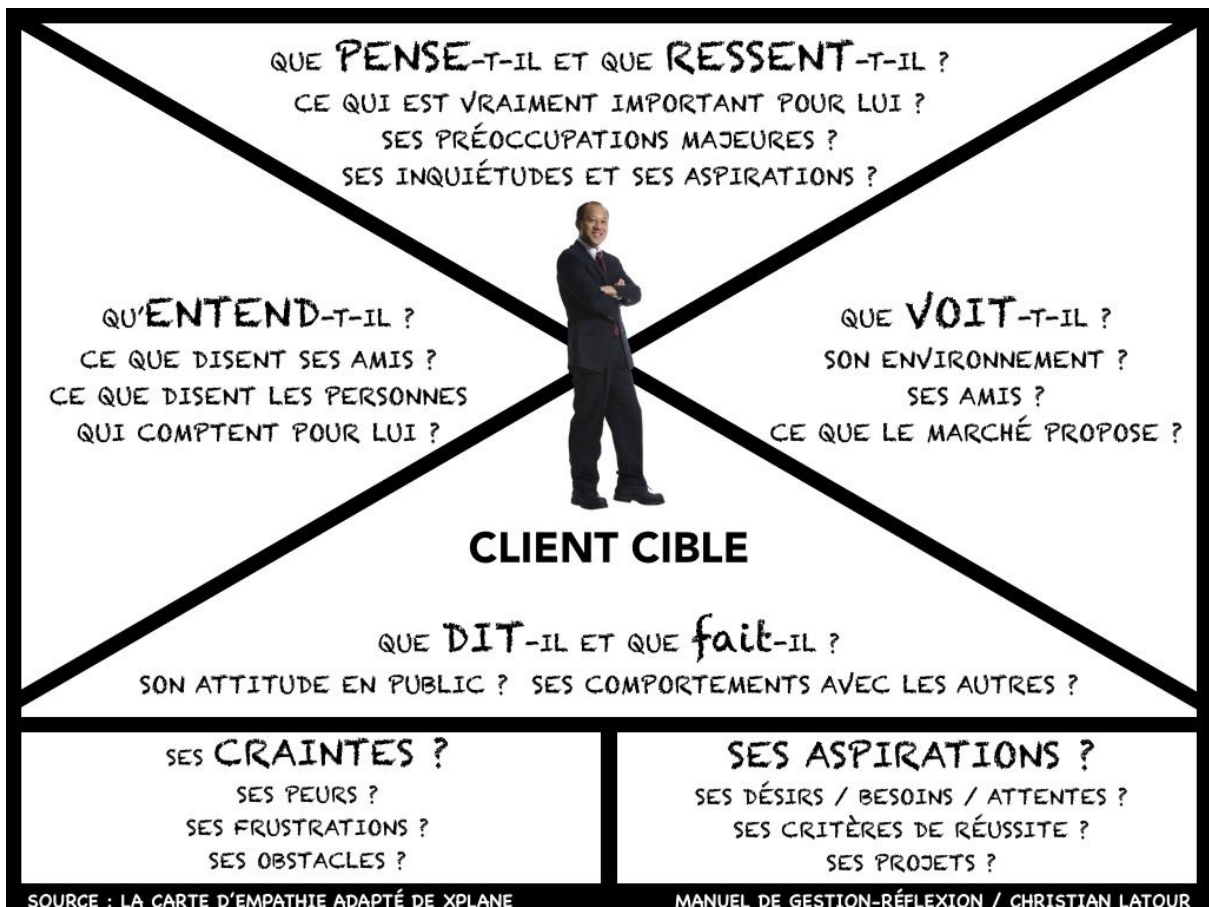
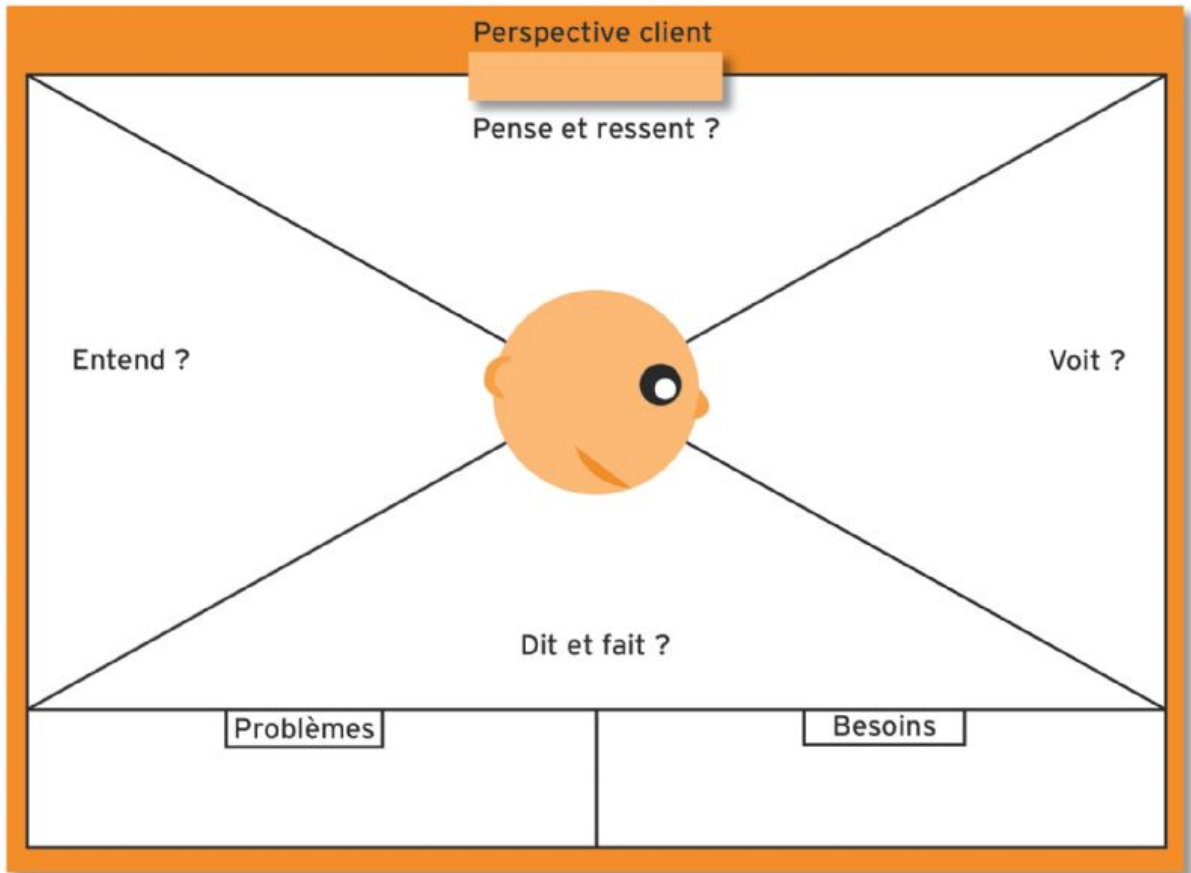
- [Le cours d'Alexandre Dana](#) (minute 26)
- La [Tribu du 9 avril](#) 2020 : Les mentors vous expliquent le persona
- Tribu [Que faire une fois qu'on a défini son persona ?](#)
- [La tribu de Marc](#) avec sa méthode Trello
- [Le loom de Nassi](#) pour faire une recherche du persona sur Facebook
- [Modèle vierge de Trello par Nassi](#) + [Loom](#) comment utiliser le trello par Nassi
- [Témoignage d'un entrepreneur](#) accompagné par Cécile

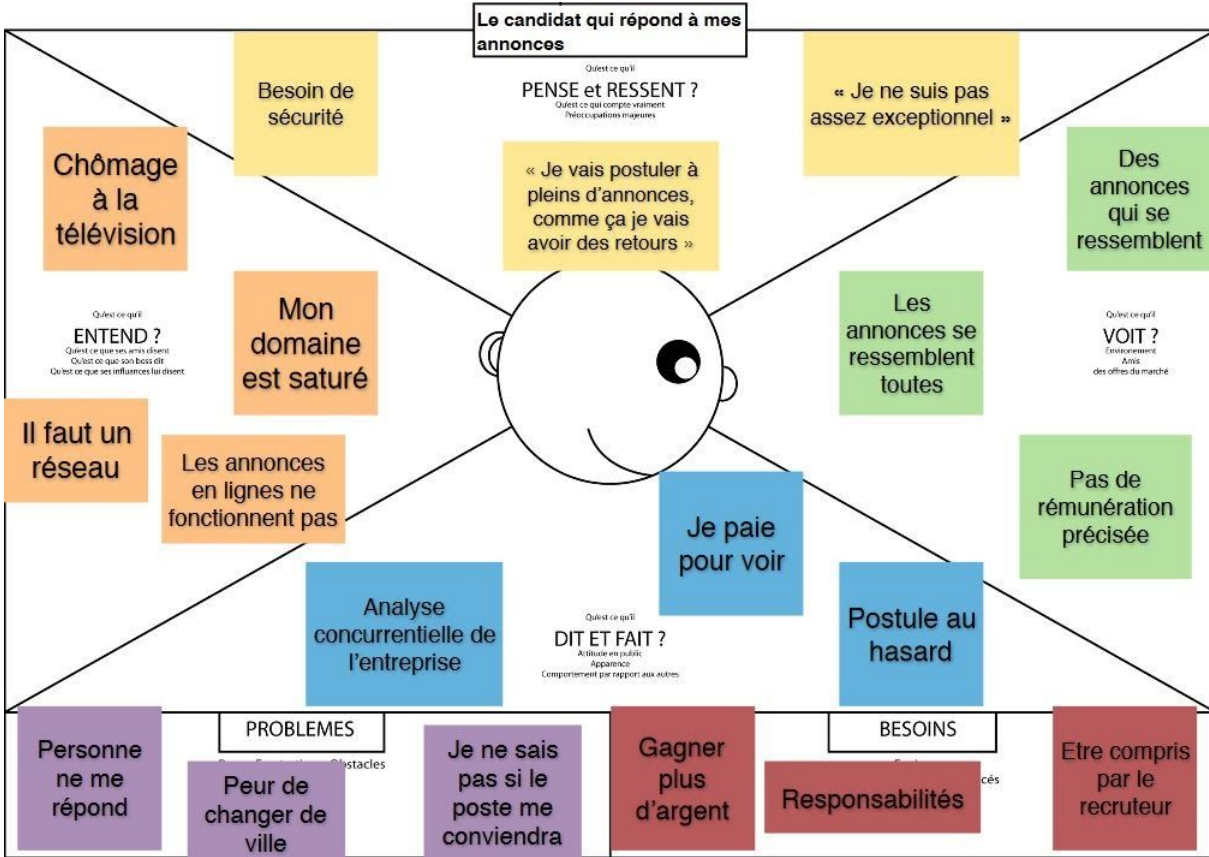
Exemples :

- [Définition et exemple illustré](#) (industrie québécoise)
- [Exemple de Piscines à la Réunion](#)
- Les pub Tv ciblées pour l'élection de Trump ([minutes 18 à 25](#))
- [Exemple publication Facebook](#) (par Justine)
- [Vidéo de vente qui définit son persona](#) Georges.tech

Autres outils pour créer ton persona :

- [La carte d'empathie](#) (ci-dessous)
- [L'Empathy Map personnalisée](#) de Sarah
- <https://www.hubspot.com/make-my-persona>
- <http://www.weloveusers.com/formation/apprendre/personas.html>
- <https://fr.sendinblue.com/blog/buyer-persona-templates/>







STEVE, 47



Who is he?

- CEO of large financial company worth € 85 million.
- Has been in this role for ten years.
- He is an innovator and isn't afraid to take risks.
- He likes to communicate via email or face-to-face. He is on LinkedIn and Twitter.
- He reads financial and economic publications and attends financial conferences.

BRIGHTSPARK
Consulting

PERSONA PROFILE



How he finds us

- He was referred onto by someone he trusts.
- He comes to the website at the beginning of his buying journey.
- He isn't interested in using the information on the site beyond research.



Pain points

- The size of the service team is very important to him.
- There are five other people involved in the buying decision.
- He wants a competitive price with strong experience.



What he wants to know

- Latest projects
- Expertise
- He is looking for a partner-led approach
- Testimonials
- Awards



What he doesn't want

- He doesn't want to pay large fees. Value for money is important.



Why he buys from us?

Price and Expertise

SERVICE TEAMS

