

The background of the entire page is a grid of approximately 25 small, square portraits of diverse people of various ages and ethnicities, all smiling or looking positively. The grid is overlaid with a semi-transparent blue filter.

# *Définir son* **PERSONA MARKETING**

+ d'informations : <http://bit.ly/2xStlTL>



# Thomas, dirigeant d'une startup (< 15 salariés)

29 ans, célibataire sans enfant, Paris

*"Les grandes choses ne sont pas faites par la force, mais par la persévérance."*

## IDENTITÉ

**Personnalité :** ambitieux, hyper-actif, passionné.

**Centres d'intérêt :** nouvelles technologies, sports outdoor, voyages.

**Expertise :** business et finance

## TECHNOLOGIE

|                   |   |   |   |   |   |
|-------------------|---|---|---|---|---|
| Aisance numérique | ● | ● | ● | ● | ● |
| Internet          | ● | ● | ● | ● | ● |
| Logiciels         | ● | ● | ● | ○ | ○ |
| Réseaux sociaux   | ● | ● | ● | ○ | ○ |
| Mobile            | ● | ● | ● | ● | ○ |

## BESOINS

1. Développer son activité
2. Optimiser la gestion de son activité et de ses équipes
3. Être proactif

## OBJECTIFS

1. Augmenter son nombre de clients
2. S'équiper d'outils adaptés
3. Rester informé des bonnes pratiques en gestion d'activité

## FREINS / OBJECTIONS

1. C'est trop cher
2. Ça prend trop de temps
3. C'est trop compliqué
4. C'est pas évolutif / modulable

## BIO / COMMENTAIRES

Thomas passe beaucoup de temps sur des sites et forums dédiés à l'entrepreneuriat. Très actif dans l'écosystème startup parisien, il participe régulièrement à des événements (salons, conférences, ateliers...) qui lui permettent de développer son réseau professionnel. Il est attentif aux retours d'expérience de ses tiers et accorde de l'importance à leurs recommandations.

Il s'intéresse à tous les domaines qui touchent de près ou de loin son activité (innovations technologiques, tendances marketing, bonnes pratiques commerciales...), mais ne dispose pas des outils pour mettre en pratique ses connaissances.

Photo

représentative du persona

## Prénom, profession

Âge, situation familiale, domicile

### VERBATIM

Citation ou témoignage représentatif de l'état d'esprit du persona.

### IDENTITÉ

Personnalité : .....

.....

Centres d'intérêt : .....

.....

Expertise : .....

### TECHNOLOGIE

Aisance numérique ○ ○ ○ ○ ○

Internet ○ ○ ○ ○ ○

Logiciels ○ ○ ○ ○ ○

Réseaux sociaux ○ ○ ○ ○ ○

Mobile ○ ○ ○ ○ ○

### BESOINS

A quelles problématiques est-il confronté ? Les prioriser.

1. ....

2. ....

3. ....

### OBJECTIFS

Dans quels buts clés utilise-t-il votre produit ou service ? Les prioriser.

1. ....

2. ....

3. ....

### FREINS / OBJECTIONS

Quels sont ses freins à l'utilisation de votre produit ou service ? Les prioriser.

1. ....

2. ....

3. ....

### BIO / COMMENTAIRES

Qui est cette personne ? Que fait-elle dans la vie ? Quelles sont ses valeurs ?

Quel sont ses comportements ? Ses habitudes ?

Comment s'informe-t-elle sur ses problématiques ? (sites web, blogs et forums référents...)

Comment il recherche des infos sur vos produits / services ? quelle requête tape-t-il ?



Maintenant que vous avez défini vos personas,  
comment déployer une stratégie de marketing automation ?



Guides, conseils, astuces : <http://bit.ly/2xeaX5J>

appvizer.fr