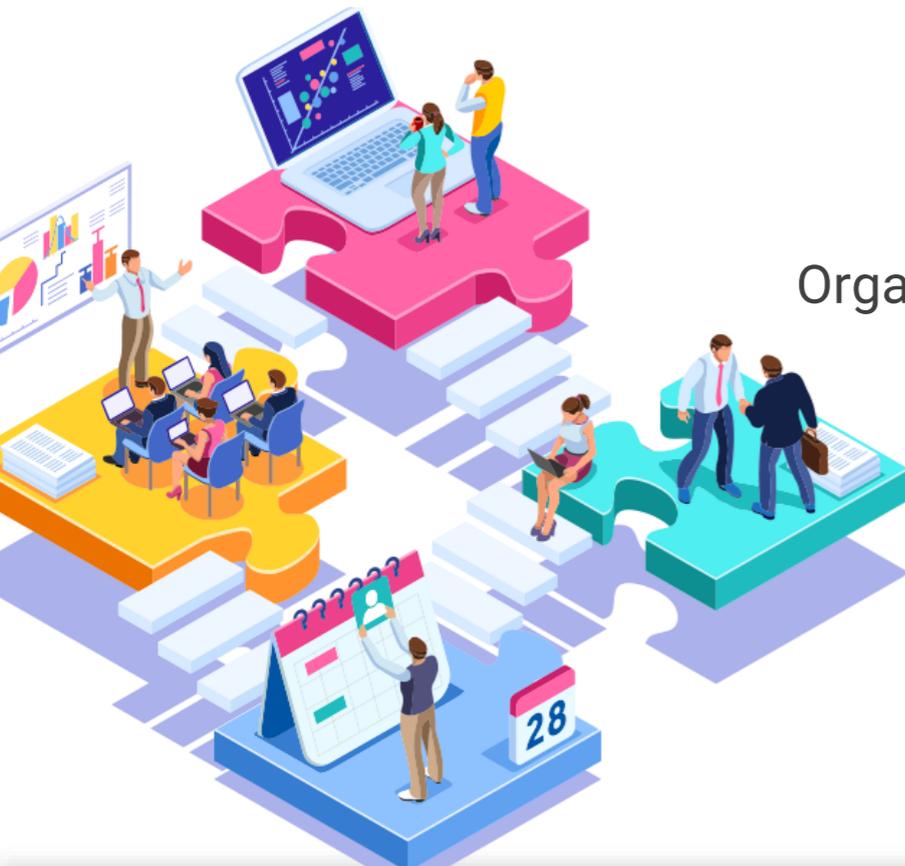
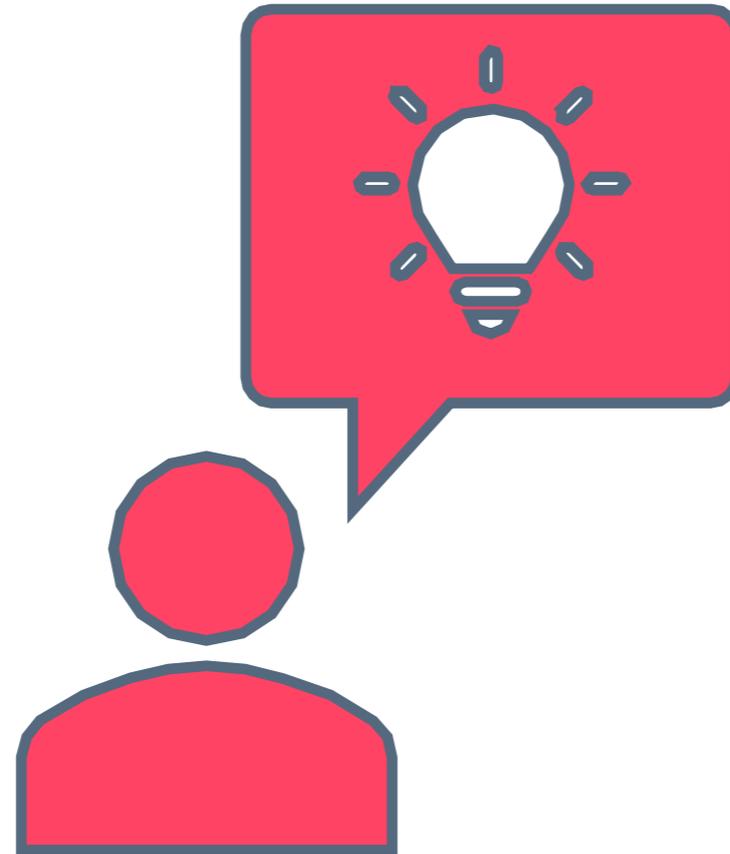


Organisez un atelier de travail

Organiser un workshop commun pour fédérer les gens autour de la fabrication de votre Target Map.



Animateurs



- Il vous faudra un **animateur externe** qui viendra apporter une énergie différente et un regard neutre sur les résultats de votre workshop.
- Notamment dans le cas de tensions entre équipes ou dans des environnements dont la culture de marché est très opaque, un **œil neuf** vous sera utile.

Participants

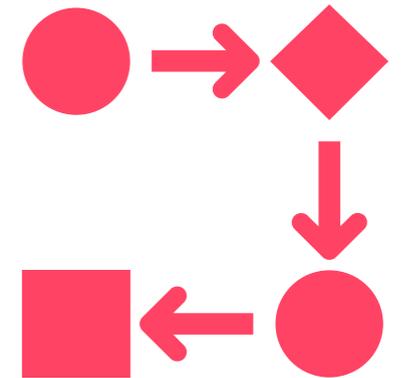
- Conviez :
 - L'équipe marketing
 - L'équipe commerciale
 - Le support SAV
 - Le design
 - La prod
 - Et tous les éléments de votre structure en contact avec le marché
- Si vous êtes une toute petite équipe, tout le monde peut participer !
- Si vous êtes seul, invitez un confrère, un ami... Au minimum, présentez le résultat de votre travail à un confrère.
- Pour tous invitez des personnes venant de l'extérieur : des clients, des fournisseurs, des partenaires...



Déroulé

Vous pouvez utiliser les outils d'organisation de workshops collaboratifs de votre choix ; voici un exemple de déroulé qui fonctionne :

1. Faites des groupes de 3 à 4 personnes, les plus multi-profils que possible.
2. Faites un ice-breaker (un petit jeu pour briser la glace – vous en trouverez de nombreux sur le web).
3. Présentez les enjeux, les objectifs, la segmentation globale et la cible que l'on travaille aujourd'hui.
4. Phase 1 : votre prospect
 - a. Expliquez le modèle du Target Persona en plénière.
 - b. Laissez 30 minutes à chaque groupe pour remplir le haut du Template (Identité, profil, job, drivers, décision et marques).
 - c. Rassemblez les groupes et proposez à chacun de présenter sa version.
 - d. Comparez les versions, échangez sur les différences et résolvez les conflits.
 - e. Repartez d'un modèle à blanc pour le remplir collectivement au tableau.
5. Phase 2 : son parcours
 - a. Expliquez le principe de la progression en 4 phases en plénière.
 - b. Laissez 30 minutes à chaque groupe pour remplir le bas du Template.
 - c. Rassemblez les groupes et proposez à chacun de présenter sa version.
 - d. Comparez les versions, échangez sur les différences et résolvez les conflits.
 - e. Repartez du premier modèle pour le remplir collectivement au tableau.



Livrable

Il est peu probable que vous sortiez d'un tel workshop avec un persona parfaitement défini.

Aussi, collectez *l'ensemble des propositions* ainsi que la proposition collective et faites-en une version aboutie en profitant de ce travail pour documenter les zones d'ombres.

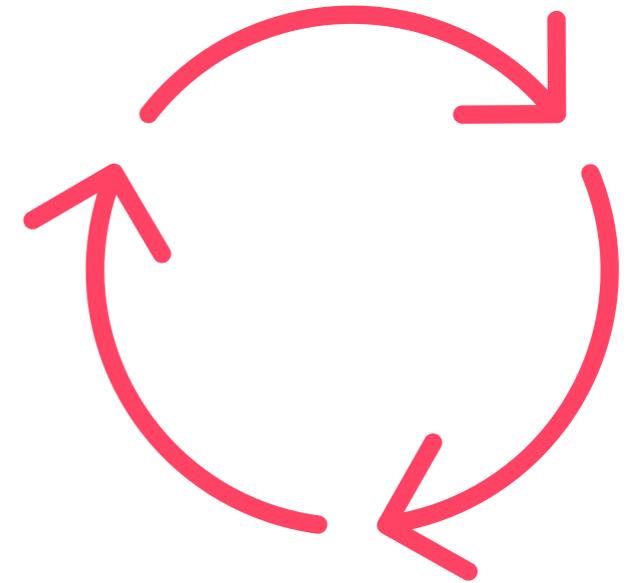
Enfin, proposez la *version définitive* aux participants !

En continu

Le persona est une matière vivante, en **perpétuelle évolution**.

Vous devez le faire **évoluer** en continu sur la base de retours d'expérience, des chiffres et de la progression de votre compréhension.

Inscrivez la mise à jour du persona à l'ordre du jour de toutes vos réunions d'équipe.



BONUS : INVITEZ-LES A VOS REUNIONS !

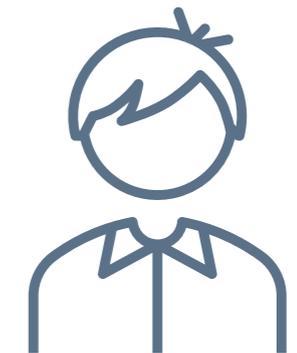
Et ce n'est pas une métaphore !

Vous devez vous appuyer sur votre persona pour toutes vos prises de décision et toutes vos initiatives !

Incarnez votre persona dans un objet que vous installerez à la table de réunion parmi vous : un ballon avec un visage, une peluche, un personnage Lego, un poisson rouge...

Votre persona doit être avec vous !

Désignez une personne (qui peut changer d'une réunion à l'autre ou pas), qui sera le porte-parole de votre persona et faites-la intervenir en lui donnant la parole régulièrement !



The background is a monochromatic red isometric illustration of a factory floor. It features various pieces of industrial machinery, including a large central machine with a vertical column, a smaller machine with a circular top, and several conveyor belts or assembly lines. The floor is marked with a grid pattern, and there are some boxes and components scattered around. The overall style is clean and modern, typical of industrial design graphics.

A vous de jouer !