

Profil Client

Créateur pour les Fondateur·rices Sous- Représenté·es

Secteur

Entreprenariat

Catégorie

Développement Client

Temps estimé

2 à 4 semaines

Objectifs d'apprentissage



- Comprendre l'importance de définir un client idéal.
- Apprendre à segmenter les clients en fonction des critères démographiques et psychographiques.
- Développer des insights sur les endroits où les clients passent du temps en ligne et hors ligne.
- Créer des messages qui résonnent avec différents personnages clients.
- Gagner en confiance dans l'utilisation des personas clients pour les décisions marketing et produits.

Matériel Nécessaire



- Modèle de persona client
- Guide de recherche de marché
- Outils d'analyse des réseaux sociaux
- Études de cas sur la segmentation réussie des clients
- Exemples de questions pour enquêtes ou interviews

Description de l'Activité



Les participant·es créeront des personas clients détaillés pour affiner leur marché cible. La session couvre la segmentation des clients, les critères démographiques et psychographiques afin de comprendre les motivations et les comportements. Les participant·es identifieront où leurs clients idéaux passent du temps en ligne et hors ligne, élaboreront des messages personnalisés et affineront leurs personas grâce aux retours des pairs pour un marketing et un développement produit efficaces.

Adapté Pour :

- Entrepreneur·es
- Fondateur·rices de startups sous-représenté·es
- Professionnels

Facilitateur : Instructions



- Présenter le développement des personas clients.
- Définir les détails démographiques et psychographiques.
- Rechercher les comportements des clients en utilisant des données réelles.
- Créer des stratégies de messages efficaces.
- Fournir des retours sur les personas et les approches marketing.

Participant : Instructions



- Définissez les critères démographiques (âge, sexe, lieu).
- Décrivez les psychographiques (intérêts, valeurs, points de douleur).
- Identifiez les lieux où ils passent du temps en ligne et hors ligne.
- Développez des messages adaptés à chaque persona.
- Documentez les principaux apprentissages et affinez-les en fonction des recherches.
- Partagez vos idées et enseignements avec le groupe.

Débriefing et Évaluation



- Quels ont été les défis rencontrés lors de la définition de vos personas clients ?
- Comment la recherche sur le comportement des clients a-t-elle amélioré votre compréhension ?
- Quelles idées avez-vous obtenues sur vos clients idéaux ?
- À quel point vous sentez-vous prêt-e à cibler efficacement vos clients ?
- Quelles sont vos prochaines étapes pour affiner vos personas clients ?

Lectures de référence pour ce guide



- Blank Buyer Personas – Adele Revella
- Building a StoryBrand – Donald Miller
- The Lean Startup – Eric Ries
- Guide de HubSpot sur la segmentation des clients

Étapes par Étapes :



1. Définissez les critères démographiques (âge, sexe, lieu).
2. Décrivez les psychographiques (intérêts, valeurs, points de douleur).
3. Identifiez où vos clients idéaux passent du temps en ligne et hors ligne.
4. Développez des messages adaptés à chaque persona.



Co-funded by
the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein. In compliance with the new GDPR framework, please note that the Partnership will only process your personal data in the sole interest and purpose of the project and without any prejudice to your rights.

Utilité

*Aide à identifier et à
comprendre vos clients
idéaux.*