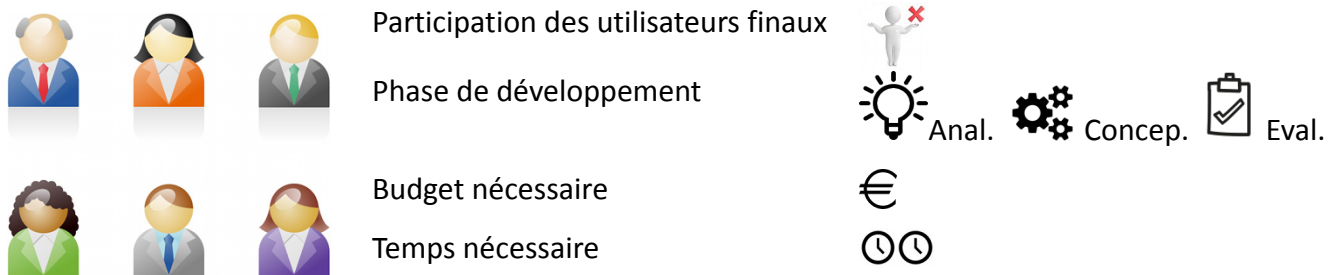


PERSONAS



Qu'est-ce qu'un persona ?

Les personas sont des personnes fictives définies par le spécialiste en utilisabilité ou le concepteur. Il s'agit d'archétypes d'utilisateurs possibles de l'application ou du service développé, auxquels les concepteurs pourront se référer en cas de besoin.

Construit sur la base d'une étude précise des utilisateurs, ils sont présentés sous forme de fiches comprenant différentes informations permettant de les identifier: identité, attitude, profession, compétence, contexte d'utilisation, etc. Toutes ces caractéristiques sont relatives à l'usage du produit et doivent se répercuter sur la conception du produit.

Phase de la CCU

Cette technique peut être utilisée tout au long du cycle de conception. Dès le début du projet, elle permettra de concrétiser les profils utilisateurs ; tout au long de la conception elle servira d'appui pour orienter les développeurs sur les choix de conception ; lors de l'évaluation, elle sera utilisée afin de vérifier la concordance des développements avec les besoins des utilisateurs.

Comment mettre en œuvre des personas ?

1. Rédaction des personas

En s'appuyant sur des données qui décrivent les profils utilisateurs (enquête, retour d'expérience, focus group etc.), il s'agit de définir les trois rubriques qui déterminent un persona :

- *Son identité* : nom, prénom, photo, aspects physiologiques (sexe, âge, présence ou non de déficiences, etc.), aspects sociologiques (réseau social, activité professionnelle, niveau d'étude, hobbies, etc.), aspects psychologiques (personnalité, type d'apprentissage, connaissances spécifiques, etc.), etc.
- *Ses attitudes et comportements* : buts recherchés dans la vie et au travers de ses expériences utilisateurs, influences sociales, motivations et objectifs, etc.
- *Le contexte d'utilisation du produit et/ou service et ses attentes* : environnement, contexte de la tâche, interactions avec le produit (fréquence, durée, expérience, etc.).

Toutes les rubriques ne sont pas obligatoires, il faut sélectionner les plus pertinentes en fonction du contexte et des objectifs.

2. Diffusion de la naissance des personas et introduction dans les équipes

Une fois que l'on a construit un persona, on le présente à l'équipe projet afin d'avoir un retour et de permettre une construction collective. Un persona est dynamique, il va être amené à s'enrichir, se modifier, disparaître, etc.

Une fois rédigé, il est recommandé de placarder les personas sur un mur pour mieux impliquer l'équipe de conception. Cela permet de mieux centrer le projet sur l'utilisateur et

de ne pas les oublier.

3. Utilisation

Il faut mobiliser toute l'équipe autour des personas. L'utilisation de personas dans une équipe projet doit permettre d'avoir une vision commune des utilisateurs. Les personas doivent être utilisés comme :

- Support de discussion.
- Outils d'aide à la conception (adapter les choix d'interfaces par rapport aux contraintes, se retourner vers eux pour évaluer son travail en questionnant leurs buts (priorisés), le moment où ils vont se servir de l'outil et ce qui va déclencher leurs actions, ce dont ils ont besoin, ce dont ils vont se servir, etc.).
- Guide dans les choix ergonomique.

Trucs et astuces

- Généralement 3 à 7 personas suffisent, il est possible d'aller jusqu'à 12 pour des interfaces complexes.
- La création d'un persona ne consiste pas à stéréotyper les utilisateurs mais bien à créer des utilisateurs qui semblent réels. C'est pour cette raison qu'il faut donner des objectifs et des traits de personnalité proches de la réalité.



Aide les membres de l'équipe projet à partager efficacement une même compréhension des différents utilisateurs cibles. Les caractéristiques de chaque persona sont comprises dans un contexte bien particulier et associées à une histoire cohérente.

Les fonctionnalités peuvent être guidées et hiérarchisées en fonction de la manière dont elles répondent aux besoins d'un ou plusieurs persona, en tant qu'utilisateurs distincts.



Nécessite une très bonne connaissance des profils utilisateurs.

Le temps de préparation ne doit pas être négligé. Si la préparation n'est pas réalisée de manière rigoureuse et que les personas sont mal compris, les conséquences peuvent être très néfastes sur le produit final.

Mesures associées

- Profils utilisateurs.