**MÉTHODES DE DÉFINITION DES PUBLICS CIBLES**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Activité/projet/intervention/campagne sur lequel ou laquelle je travaille, seul(e) ou avec mon équipe.***  *(En ce moment ou dans les 3 prochains mois)* | | * WorkflowUser… (brève description de la finalité et du but)   … (groupe cible de personnes/utilisateurs et utilisatrices/TdC) | | | | | | |
| **Caractéristiques** | **Méthodes** |  | **Cartographie du**  **public cible** |  | **Persona** | **Parcours Utilisateur** |  |
| **But** (Pourquoi ?) | |  | |  | |  | | |
| **Type de problème auquel la méthode répond le mieux** (Pourquoi ?) | |  | |  | |  | | |
| **Éléments clés des apports de cette méthode** (Quoi ?) | |  | |  | |  | | |
| **Résultats** (Quoi ?) | |  | |  | |  | | |
| **Processus (**Comment ?) | |  | |  | |  | | |
| **Conclusion**  — Avantages (en quoi votre travail peut-il bénéficier de cette méthode ?)  — Inconvénients ? | |  | |  | |  | | |
| **Sélection**  *Choisissez la méthode la plus adaptée pour vous aider dans votre travail actuel, c’est-à-dire celle que vous voudriez placer au centre de la conception de votre service ou produit (du développement de site Internet à la création de contenu en passant par vos efforts de plaidoyer).* | |  | |  | |  | | |