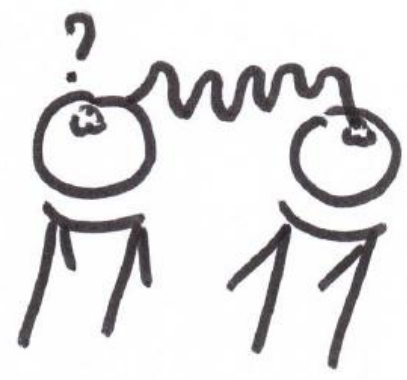
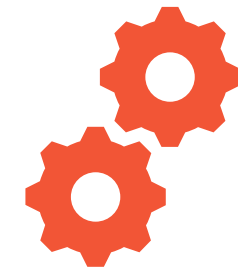




Mémo_ Mobiliser ses parties prenantes



Quelques conseils ...

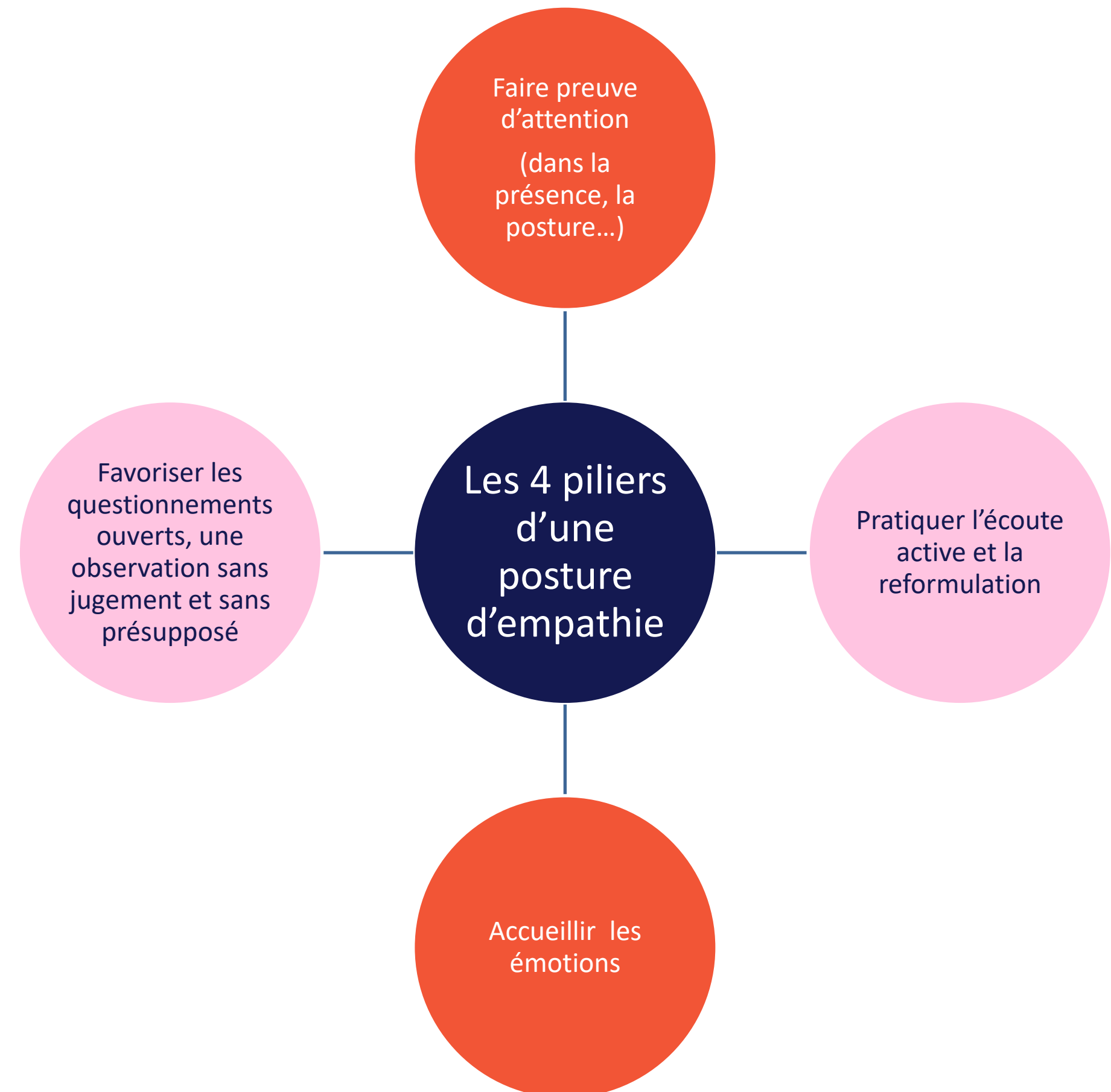


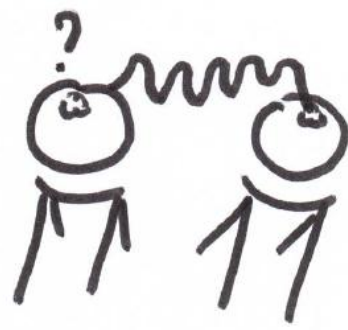
Adopter une posture d'empathie

Il s'agit de « se mettre à la place de... » des usagers, clients, bénéficiaires du projet pour les connaître intimement et identifier aux mieux ses attentes et ses besoins.

Cette phase est incontournable pour imaginer ensuite des solutions adaptées.

On questionne, on observe, on s'immerge le plus possible dans leur réalité.





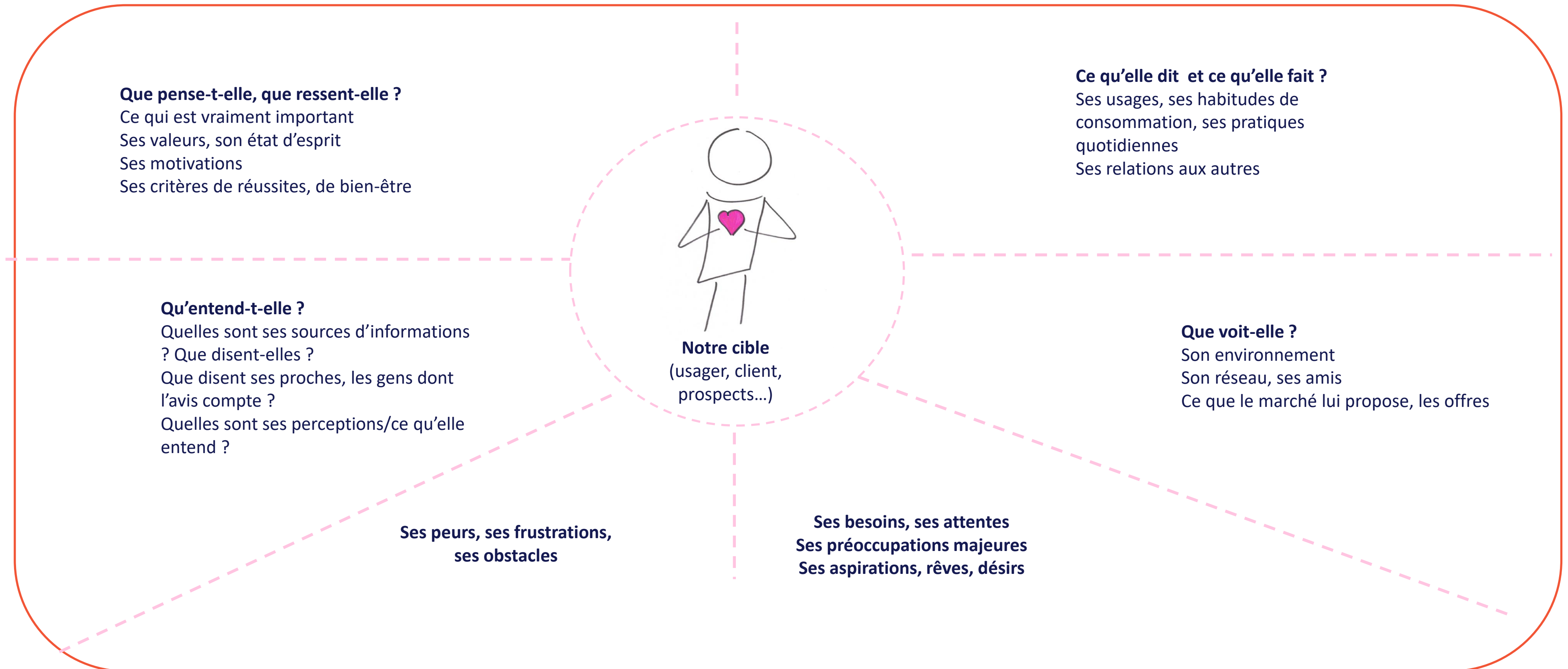
Mémo_La carte d'empathie



Mieux comprendre votre cible (usager, clients, prospects) pour lui proposer une solution ou une offre adaptée à ses besoins.



Imaginer le profil de votre cible / ou interroger une personne représentative de votre cible en explorant les différentes dimensions présenter dans la trame ci-dessous pour vous immerger et affiner votre connaissance.



Que pense-t-elle, que ressent-elle ?

Ce qui est vraiment important
Ses valeurs, son état d'esprit
Ses motivations
Ses critères de réussites, de bien-être

Ce qu'elle dit et ce qu'elle fait ?

Ses usages, ses habitudes de consommation, ses pratiques quotidiennes
Ses relations aux autres

Qu'entend-t-elle ?

Quelles sont ses sources d'informations ? Que disent-elles ?
Que disent ses proches, les gens dont l'avis compte ?
Quelles sont ses perceptions/ce qu'elle entend ?

Que voit-elle ?

Son environnement
Son réseau, ses amis
Ce que le marché lui propose, les offres

Notre cible
(usager, client, prospects...)

Ses peurs, ses frustrations, ses obstacles

Ses besoins, ses attentes
Ses préoccupations majeures
Ses aspirations, rêves, désirs