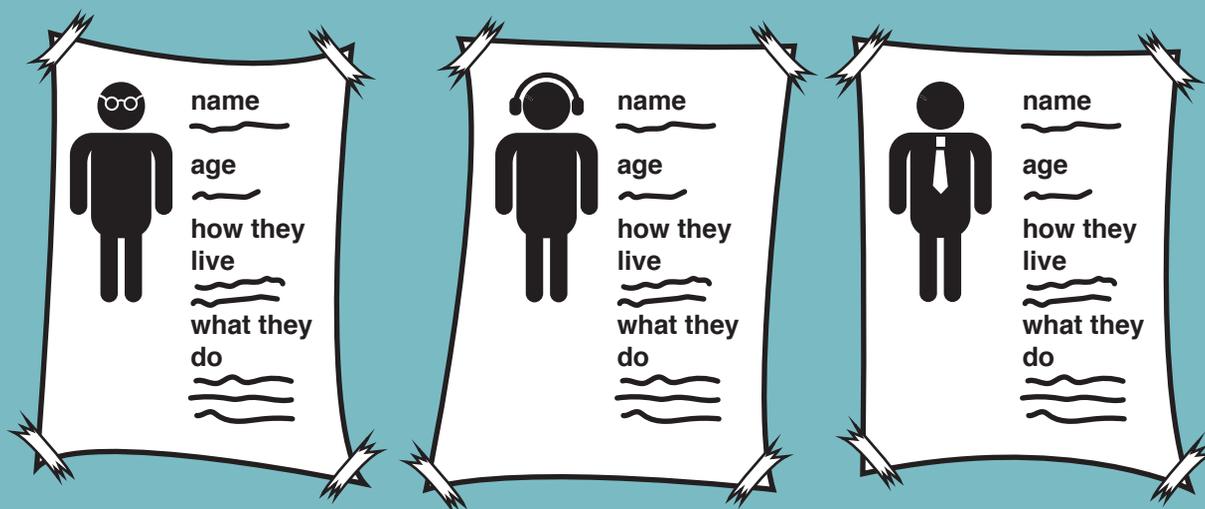


MÉTHODES D'ANALYSE : 29. PERSONNAGES



29. PERSONNAGES

Cette méthode transforme les recherches et informations collectées en personnages de fiction qui donnent l'impression de la réalité des relations que les gens pourraient avoir avec votre projet ou de l'utilisation du produit que vous créez.

Supports nécessaires : équipement photo, blocs-notes ou papier et stylo, papier, colle et crayons, ou logiciel de modification et d'agencement d'images. .

Temps imparti : 1,5 heure à une demi-journée.

Comment ?

1) Commencez par collecter des données à propos des différents groupes cibles relatifs à votre défi grâce à L'anthropologue (méthode n° 21) ou aux Recherches bureautiques (méthode n° 20). Vous devez recueillir des données concernant plusieurs personnes au sein de chaque segment ou groupe cible pour que les informations aient une valeur.

2) Agrégez les informations pour chaque groupe en utilisant vos notes, photos et illustrations.

3) Faites un remue-méninges à propos de chaque groupe cible et tentez de décrire leur vie quotidienne, leurs passe-temps, leurs valeurs et leurs rêves, leurs goûts et leurs préférences.

4) Créez un personnage de fiction pour chaque groupe cible, qui rassemble les caractéristiques générales issues du remue-méninges, avec autant de détails que possible : nom, âge, apparence, mode de vie, ce qu'il fait, etc. .

5) Placez ces personnages dans un espace partagé, de telle sorte que vous puissiez les voir à tout moment. Cela peut vous inspirer et vous guider dans le développement d'une solution ou l'apport de réponses correspondant à vos besoins et au défi de manière plus tangible que des statistiques ou une série de déclarations découlant des recherches.