



OUTILS →

MODÉLISER SON BUYER PERSONA

Modéliser ses personas pour scénariser son arborescence de site

PROCESSUS D'ACHAT <u>Off-Line</u> - Achats routiniers en GMS, Commerces spécialisés - Conseils, tests, découvertes, partage réassurance pour les achats réfléchis et exceptionnels. - Achats impulsifs <u>On-Line</u> Moteurs de recherche pour conseils et comparatifs Utilisation des réseaux sociaux pour partage, publication, avis et retour d'expérience <u>Supports utilisés :</u> Mobiles, tablettes Ordinateurs	PROFIL Jeanne	USAGES ET ATTITUDES - Digitale native : imprégnée de la culture numérique - Usage de loisirs : consommation marchande et non marchande (services, conseils, astuces) - Présence sur Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Blog Wordpress « Jeanne en cuisine »
CANAL D'ACQUISITION : Comment est-il arrivé sur votre site internet ? Référencement naturel ? Campagne presse ?	MOTIVATIONS Aime les sorties entre amis, la cuisine, les voyages, la lecture N'aime pas la routine, les produits alimentaires transformés Motivation hédoniste, oblatrice	BLOCAGE/FREINS - Risques fonctionnels liés aux défaillances technologiques
	ACHATS Type de produits : Consommables, denrées alimentaires Fréquence achats : en ligne 4 à 6 fois par mois, hors ligne 3 fois par semaine Panier moyen : 30 euros	PAGE D'ATERRISSAGE Sur quelle page est arrivé le visiteur ? Fiche produit ? Blog ? N'oubliez pas qu'un site web bien référencé attire plus de 80 % des visiteurs sur des pages d'atterrissage, ou landing pages, différentes de la page d'accueil.
OBJECTIF ET SENSIBILITÉ À VOTRE OFFRE Besoin fort pour un produit, intérêt flou pour le domaine	PROMESSE DU SITE ET DE LA MARQUE :	

PROCESSUS D'ACHAT <u>Off-Line</u> -Achats routiniers en GMS -Conseils, tests, réassurance pour les achats réfléchis et exceptionnels. -Achats impulsifs <u>On-Line</u> Moteurs de recherche pour conseils et comparatifs Utilisation des réseaux sociaux pour avis et retour d'expérience <u>Supports utilisés :</u> Mobiles, tablettes ordinateurs	PROFIL Claire 40 ans Mariée, 2 enfants Saint-Avertin CSP+ Bac +5	USAGES ET ATTITUDES - Digitale native : imprégnée de la culture numérique - Usage de loisirs : consommation marchande et non marchande (services, conseils, astuces) - Présence sur Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn
	MOTIVATIONS Aime partager des moments en famille et entre amis, la nature, la cuisine, la lecture N'aime pas l'échec et perdre du temps Motivation oblique et d'autoexpression	BLOCAGE/FREINS -Risques fonctionnels liés aux défaillances technologiques - Risques liés à la sécurité et à l'atteinte de la vie privée - Risque social : froideur du lien social associé à la technologie
	ACHATS Type de produits : consommables, denrées alimentaires Fréquence achats : en ligne 2 à 3 fois par mois, hors ligne 1 fois par semaine Panier moyen : 50 euros	

PROMESSE DE L'ENSEIGNE :
 Une enseigne originale avec des univers pour satisfaire toutes les activités créatives du jardin à la cuisine en passant par la décoration intérieure : incarnation « **La zôdiosphère** ».
 Des ateliers permettant des moments de partage en famille (cuisine, ateliers parents/enfants, couture, mobiliers...).
 Animations originales pour petits et grands, du débutant à l'expert : **1 à 2 ateliers proposés par semaine.**