

Parcours client

Description: Le parcours client décrit les étapes du processus suivi par ta clientèle avant de se procurer un produit ou une prestation de services. En quoi cela a-t-il de l'importance pour toi? Le parcours client montre en effet les différents points de contact possibles (également appelés Touchpoints) que les clients-es ont (ou pourraient avoir) avec ton entreprise. Ces points de contact ont ainsi une importance décisive: ils déterminent si la personne effectue ou non un achat selon qu'elle est séduite et convaincue maintenant – ou non – par les mesures de marketing que tu as prises.

Consigne: Mets-toi à la place de ta clientèle autant que faire se peut et suis les quatre étapes du modèle de parcours client.

1 Choisis tes "personas" et décris-les brièvement. Pour cela, identifie d'abord les **2** différentes phases de tes personas, **3** puis les actions exécutées par les personas en fonction de la phase. **4** évalue leurs sentiments en fonction de la phase et de l'action, et **5** indique les canaux par lesquels tu envisages de les interpeler.

Personas

Choisis tes personas et décris-les rapidement.

1

Phases

Identifie les différentes phases du parcours client de tes personas, p. ex. comparaison, décision, inscription et utilisation.

2

Actions

Détermine les actions que tes personas accomplissent selon les phases ci-

3

Sentiments

Pour chaque action susmentionnée, dessine une «ligne émotionnelle» dans le but de visualiser les sentiments



4

Canaux

Indique ici les canaux que tes personas utilisent en fonction de la phase.

5

Remarque: Tu peux éventuellement t'appuyer sur le **«Canevas des personas» du blog sur «Analyse du marché»**, afin d'une fois encore te mettre à la place de ta clientèle. Si tu le juges nécessaire, tu peux revoir ou affiner la trame des personas, afin de disposer réellement d'informations suffisantes pour élaborer le parcours client.