

Capsule E03-A4

La carte d'empathie

Ou se mettre dans la tête (...la peau) du client

Le voyage de la création d'entreprise



Au menu !

Introduction

Contexte de la carte

La carte d'empathie en bref

Être ou ne pas être, telle est la question

Valider ses hypothèses

Tester

Ressources: <https://design.my-sbm.ch/rpa/?bid=104>

Saviez-vous que... ?



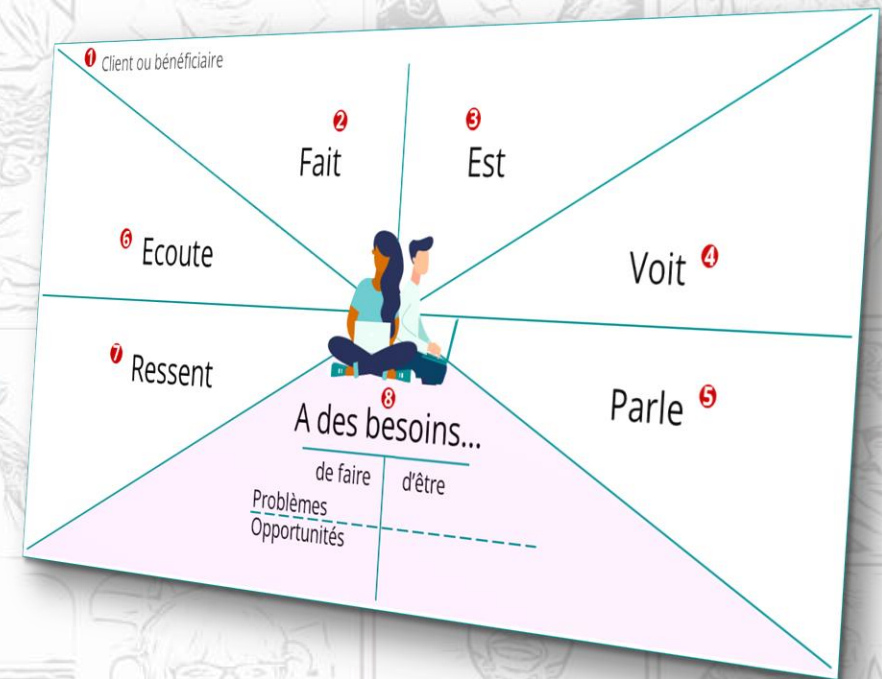
Mettez-vous toujours à la place de l'autre.

Renoncez un temps à vos opinions, à vos jugements afin de le comprendre.

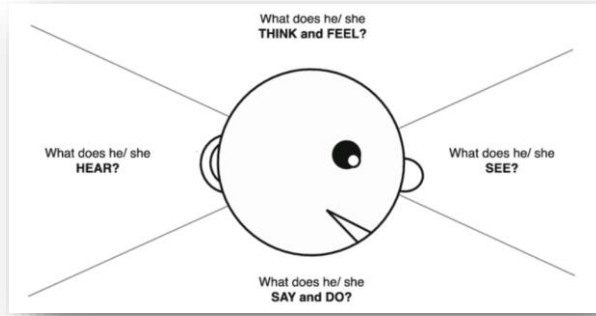
Bien des erreurs peuvent ainsi être évitées.

Dalai Lama

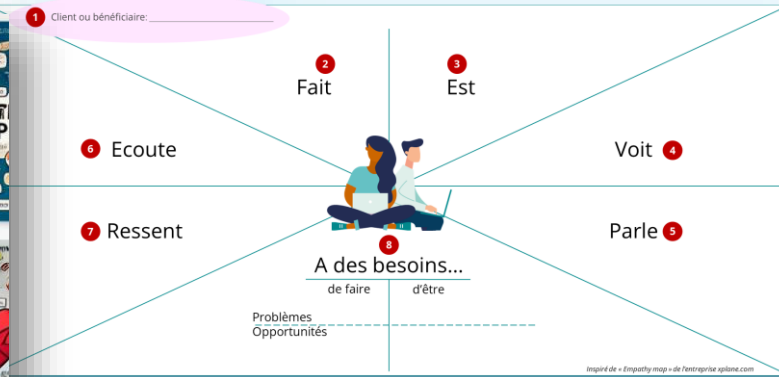
Dans quel contexte, où, quand et comment



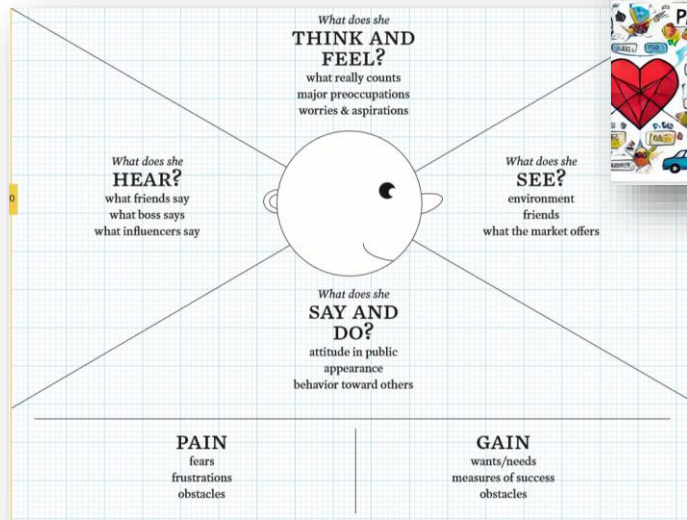
Historique de la carte d'empathie



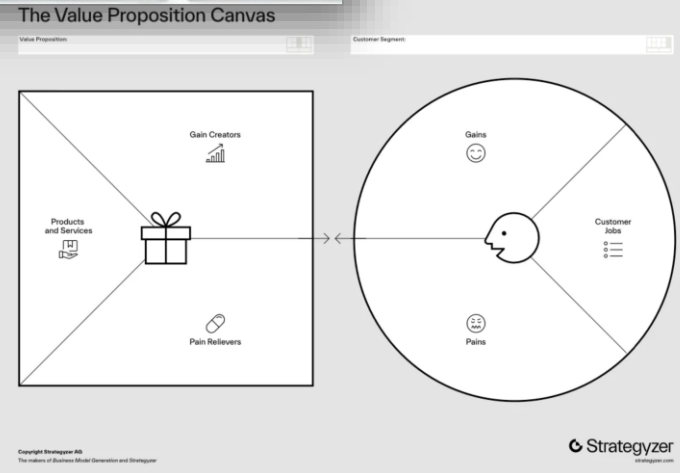
XPLANE : ± 2003



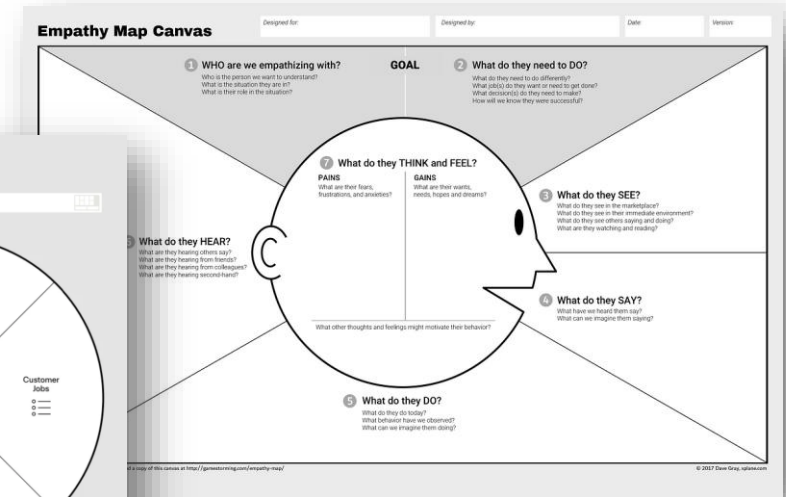
My-SBM : 2018



Osterwalder & Pigneur : 2009

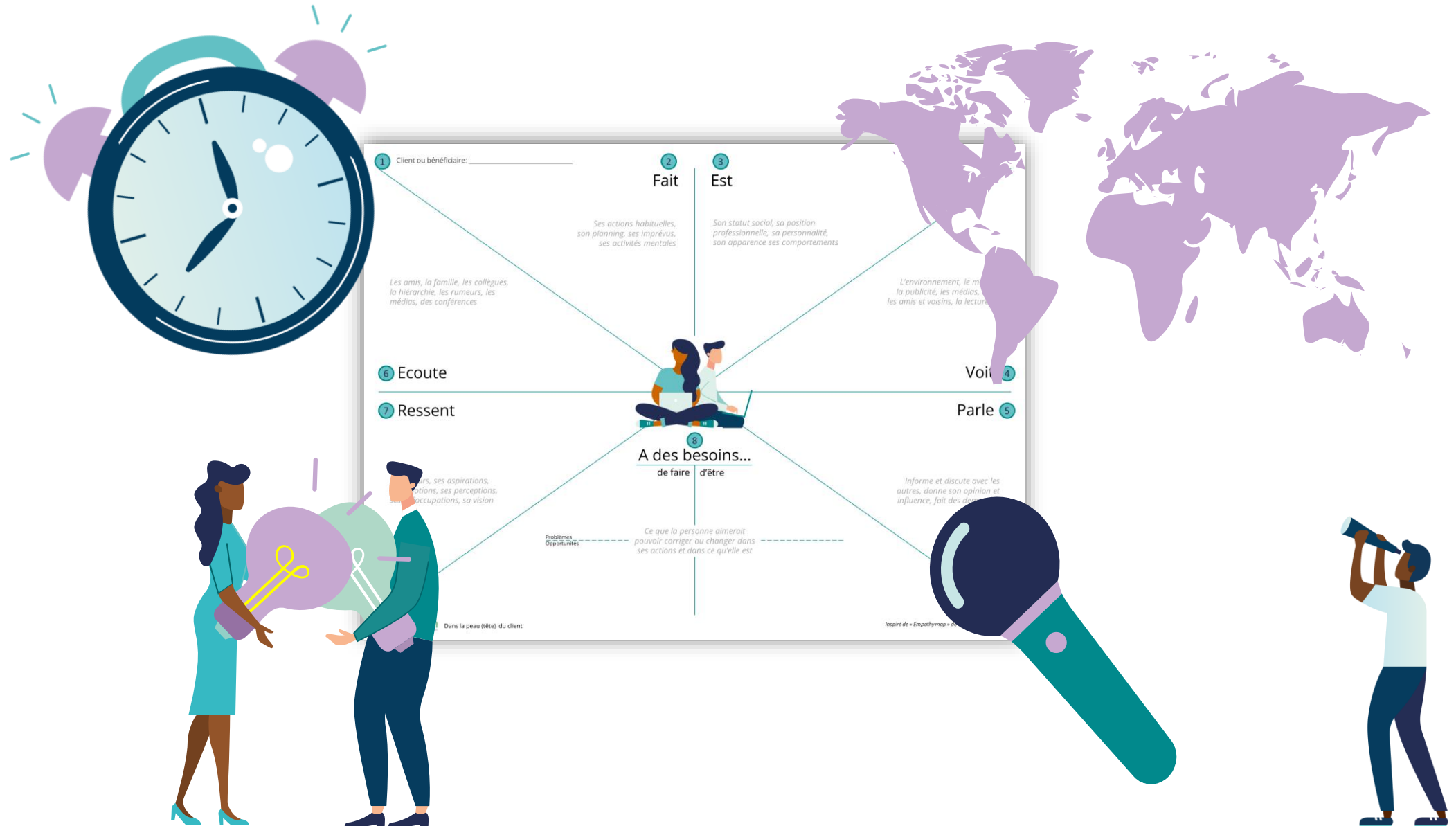


Strategyzer: 2014

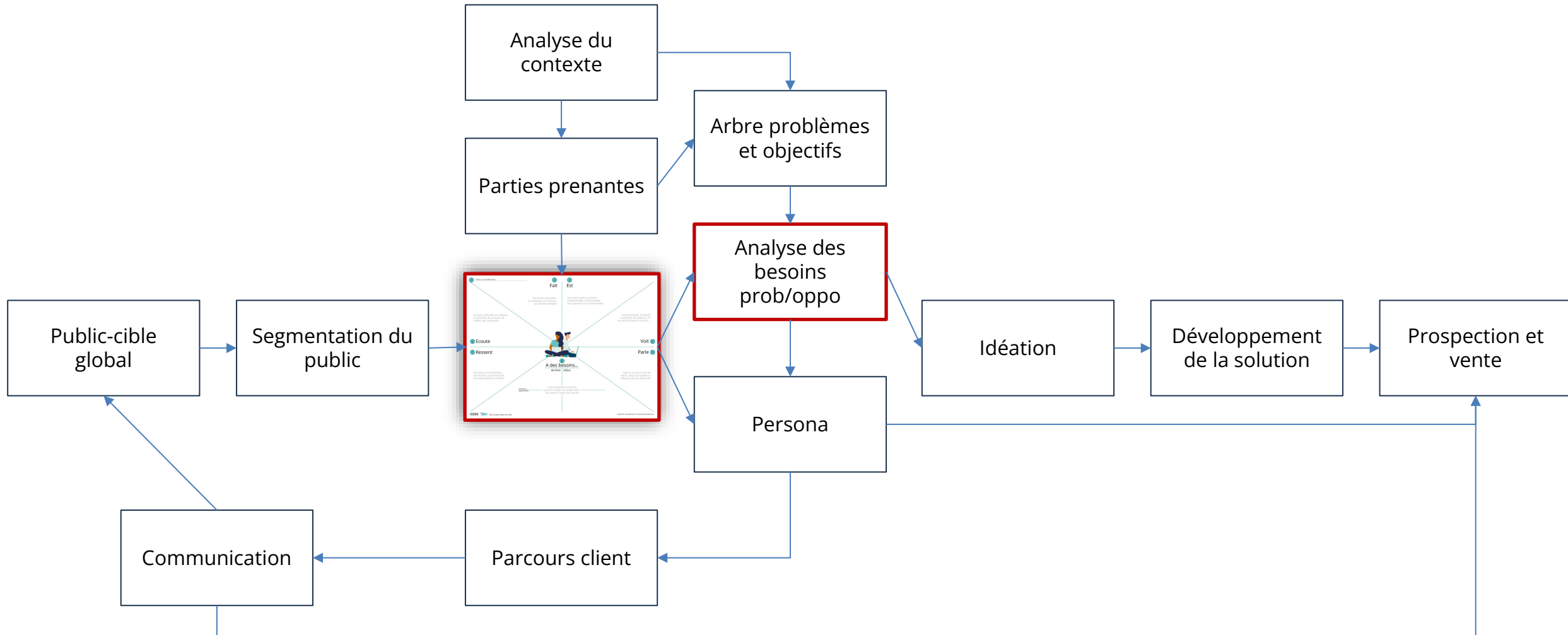


XPLANE : 2017

Où, quand, comment ?



Contexte de la carte d'empathie

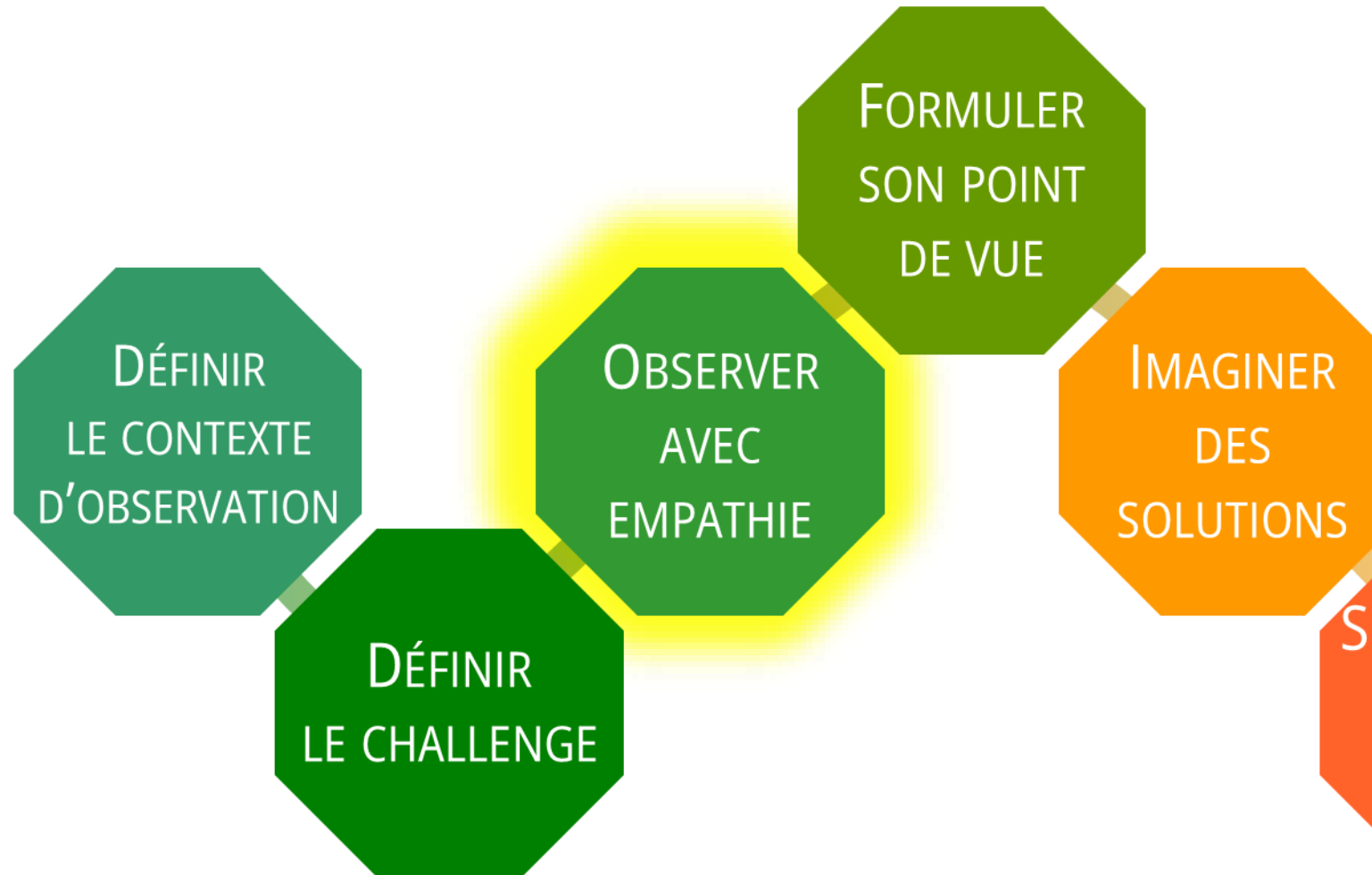


Quand devrais-tu l'utiliser...

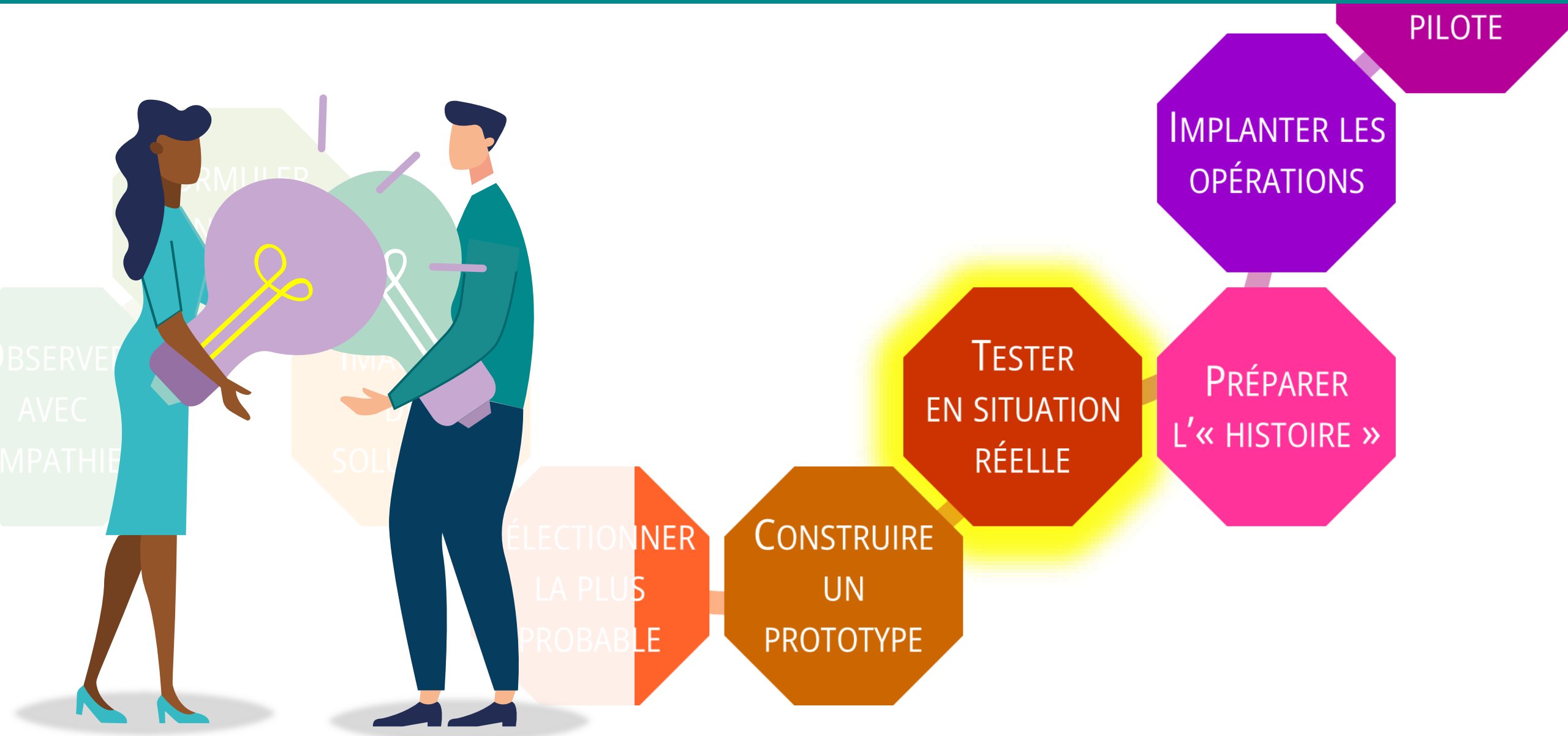


...dans le parcours de création d'entreprise ?

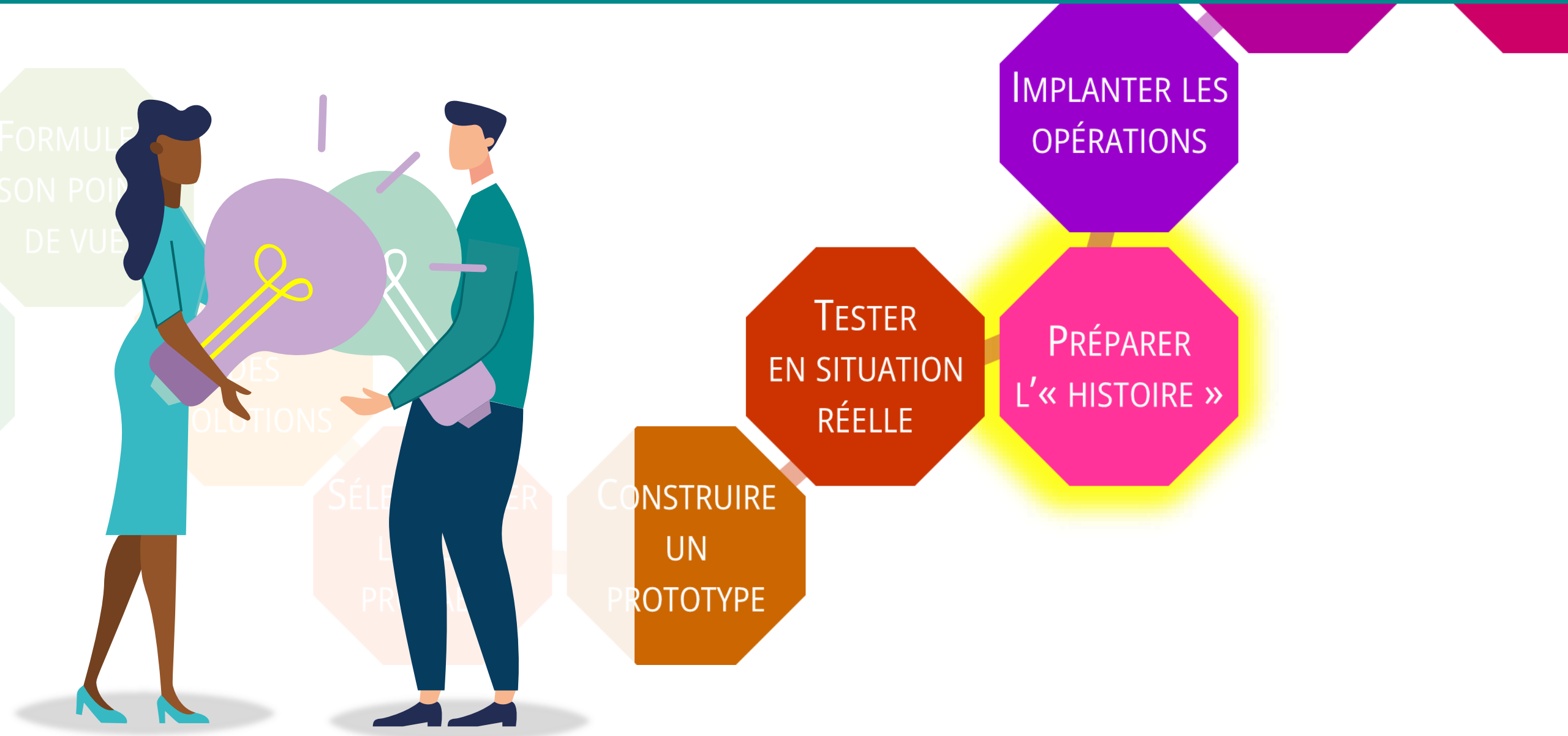
Quand devrais-tu l'utiliser ?



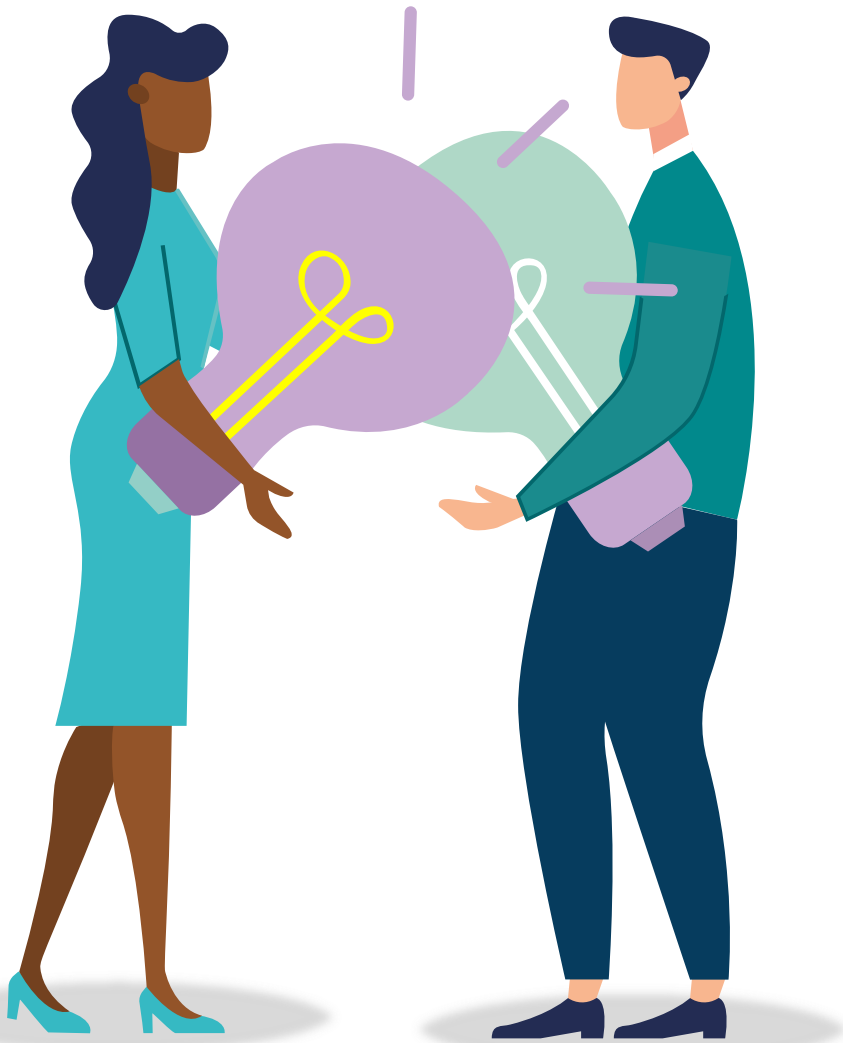
Quand devrais-tu l'utiliser ?



Quand devrais-tu l'utiliser ?

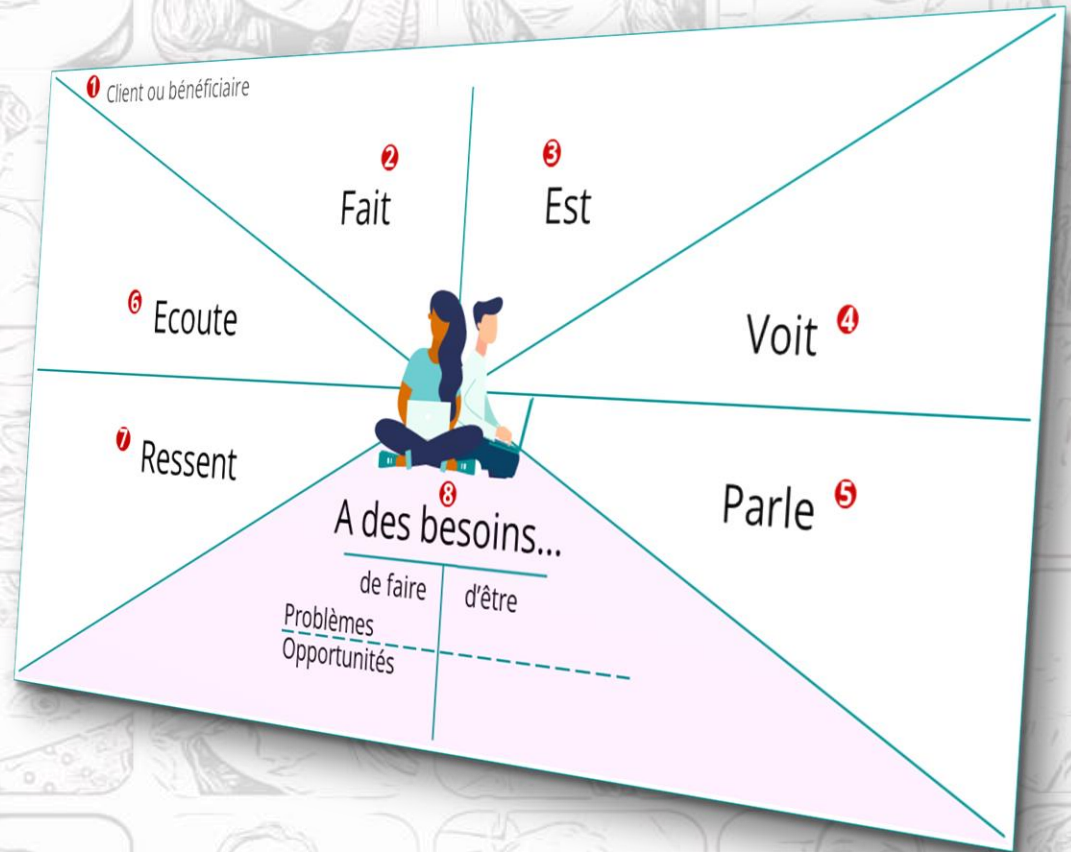


Recommandations préliminaires



- Je peux l'utiliser pour comprendre des personnes physiques: **OUI**
- Je peux l'utiliser pour comprendre des personnes morales (entreprises): **OUI**
- Je peux tout faire depuis mon bureau: **NON**
- Je peux le faire tout seul: **de préférence NON**
- J'en fais une par segment: **OUI**

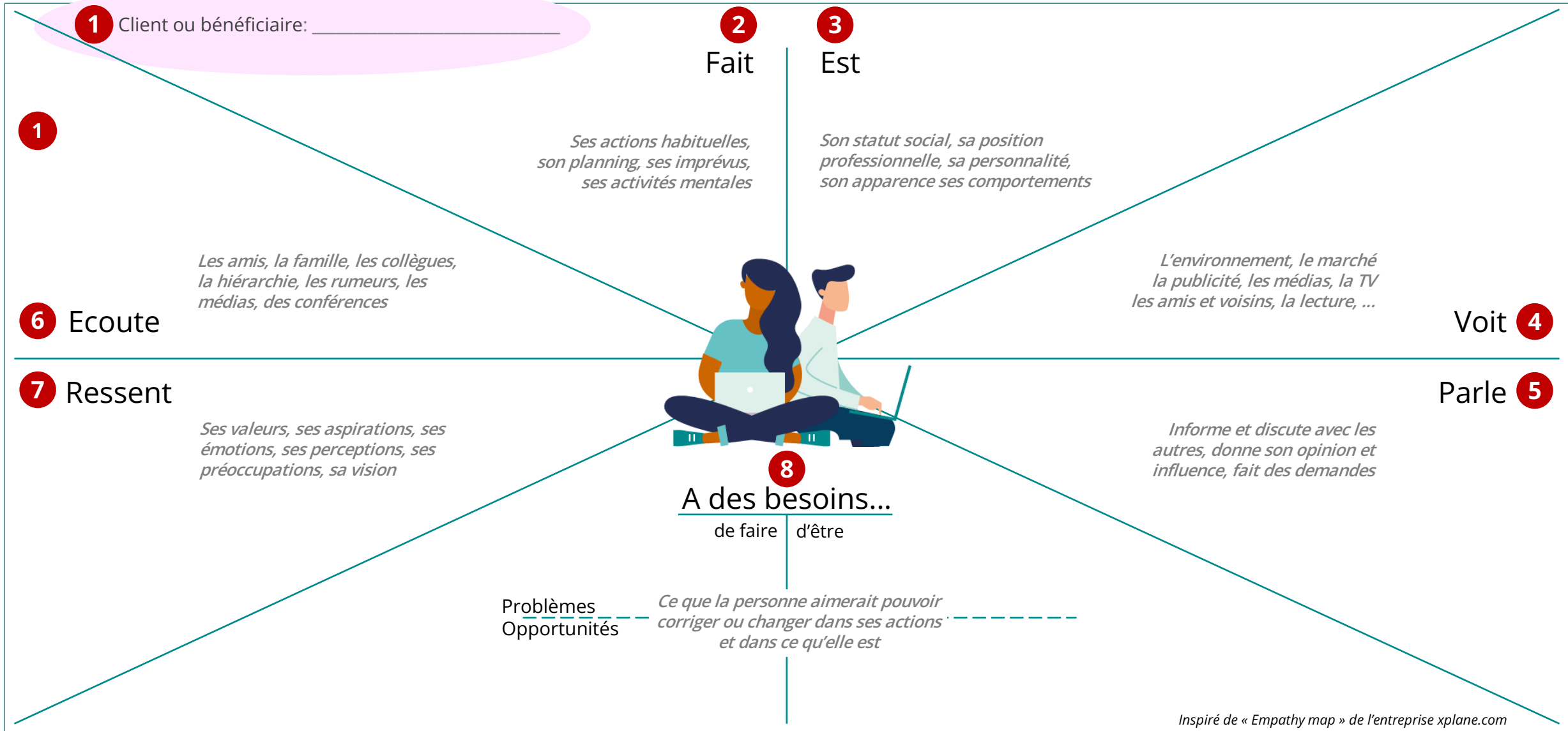
La carte d'empathie en bref



Une cliente ou un bénéficiaire (ou les deux...)

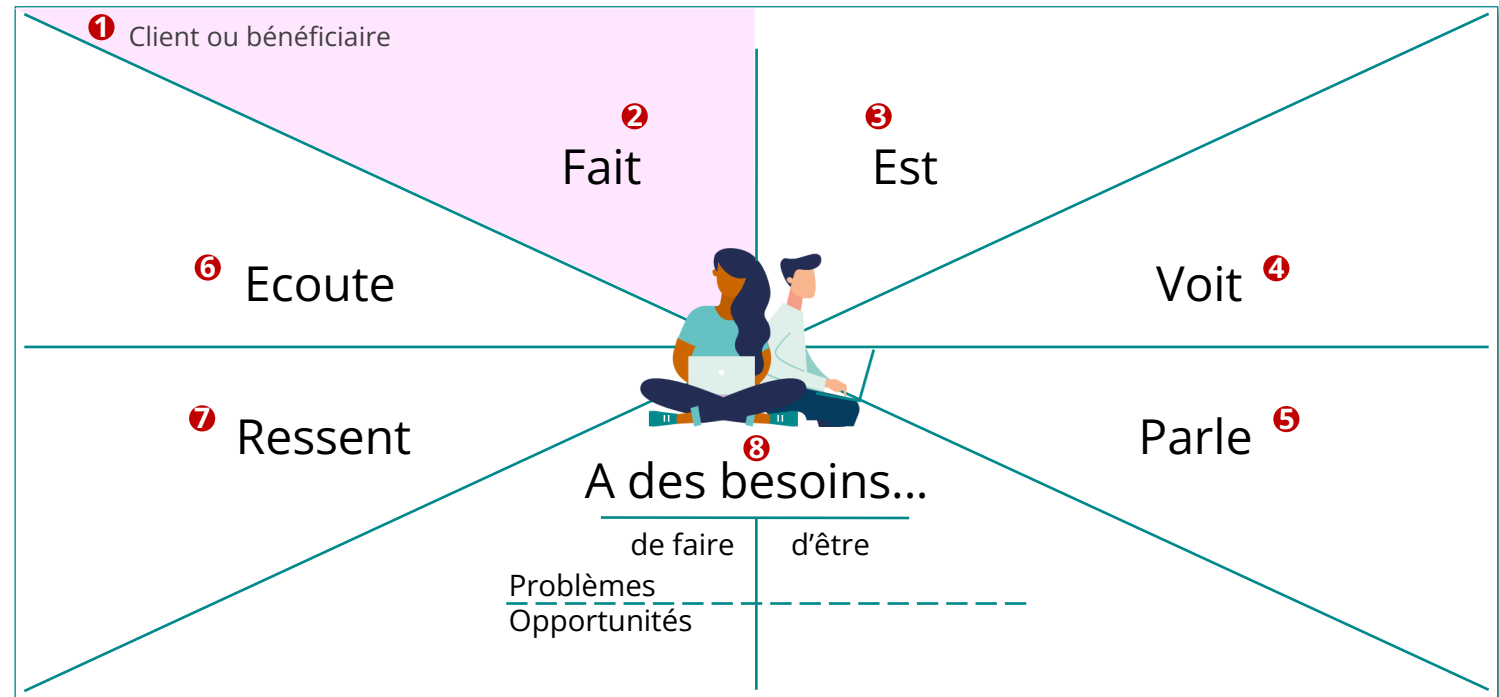


La carte d'empathie en bref



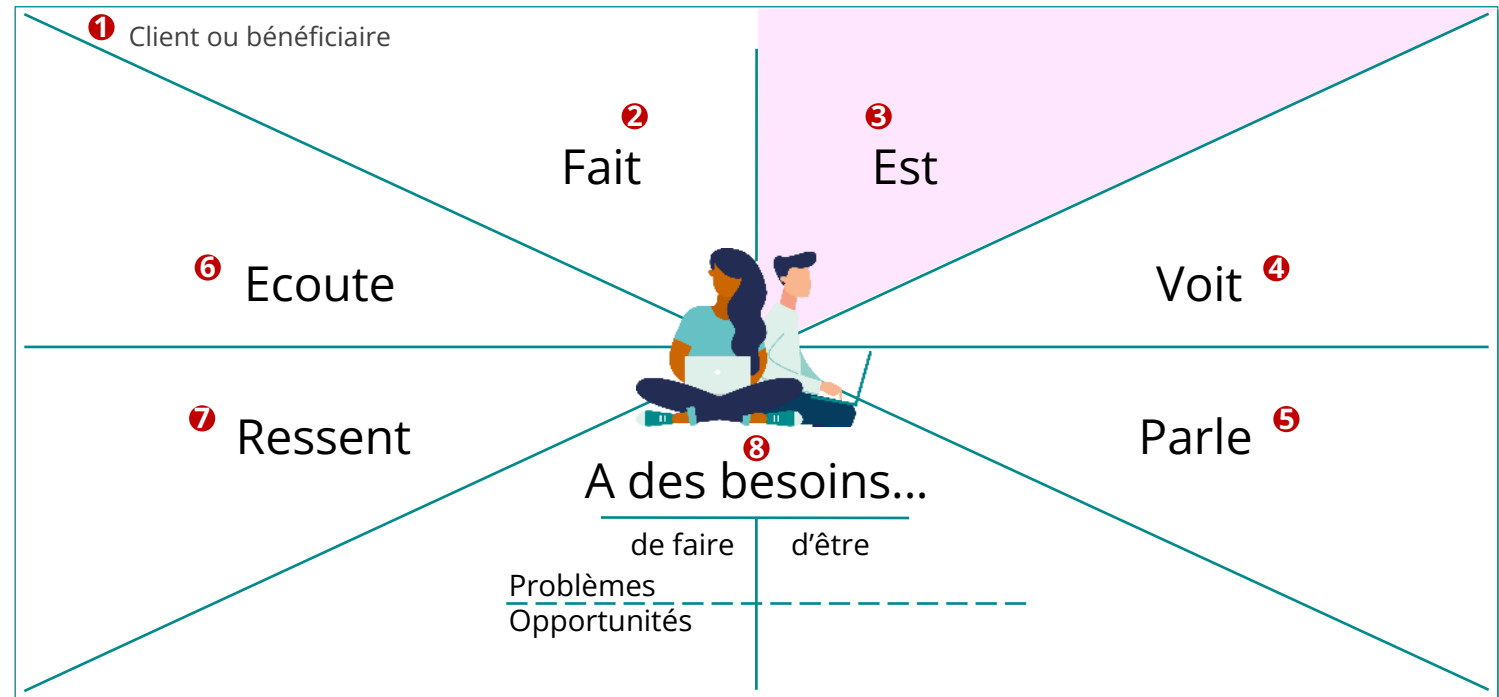
Que fait-elle ?

*Ses actions habituelles,
son planning, ses imprévus,
ses activités mentales*



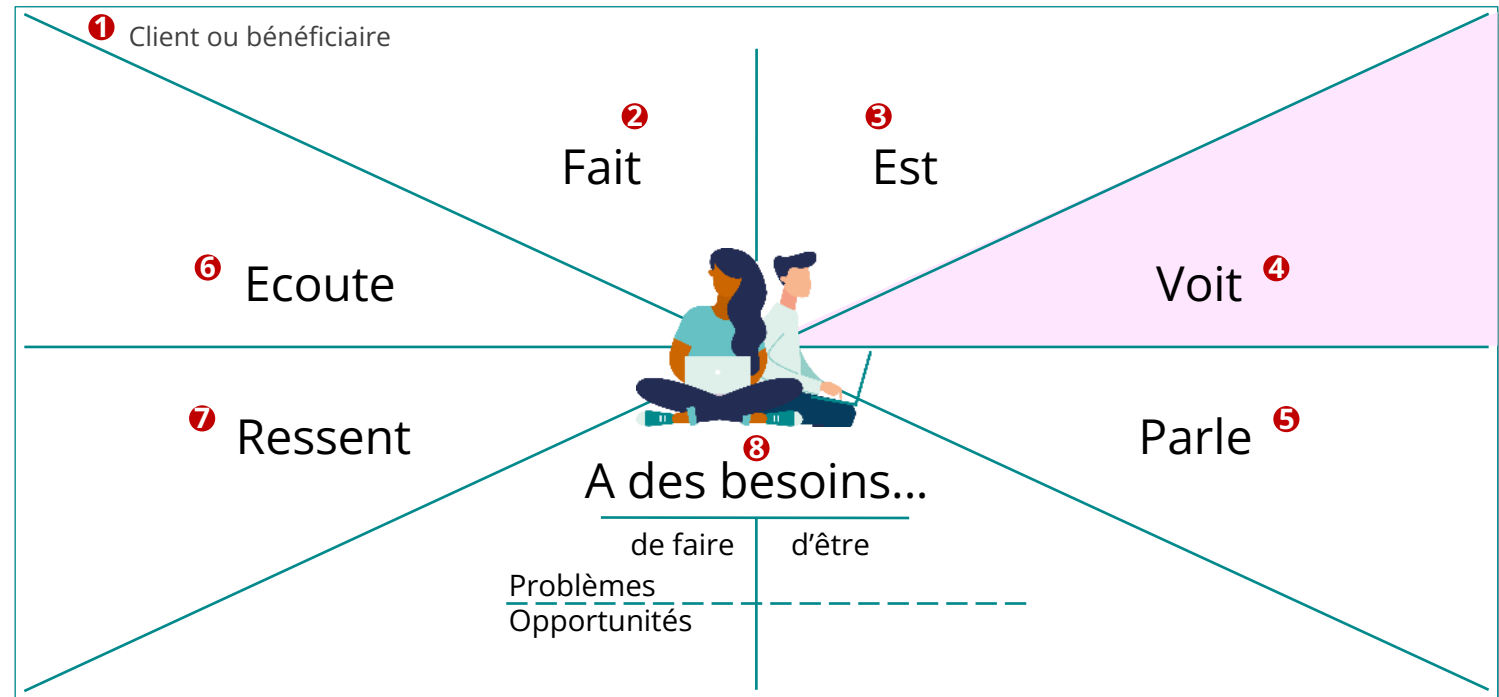
Qui est-elle ?

Son statut social, sa position professionnelle, sa personnalité, son apparence, ses comportements



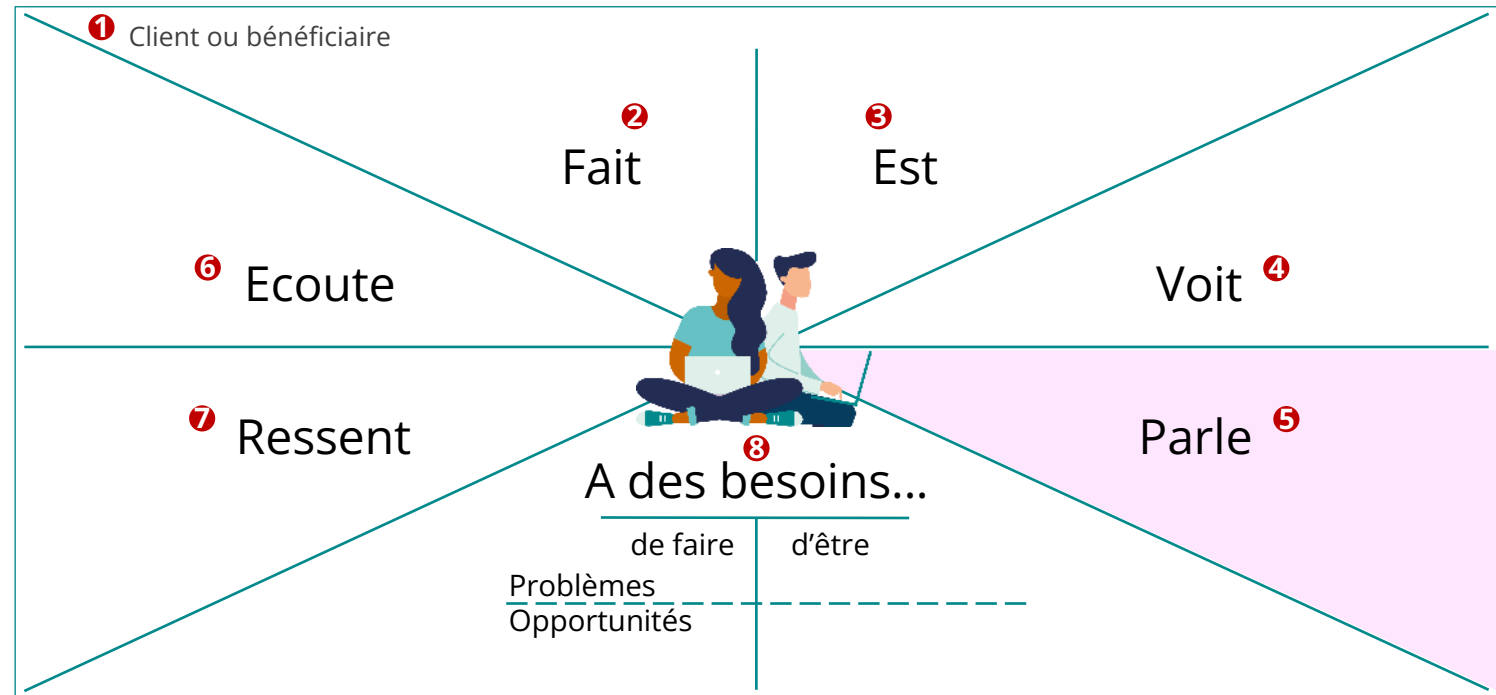
Que voit-elle ou regarde-t-elle ?

*L'environnement, le marché
la publicité, les médias, la TV
les amis et voisins, la lecture, ...*



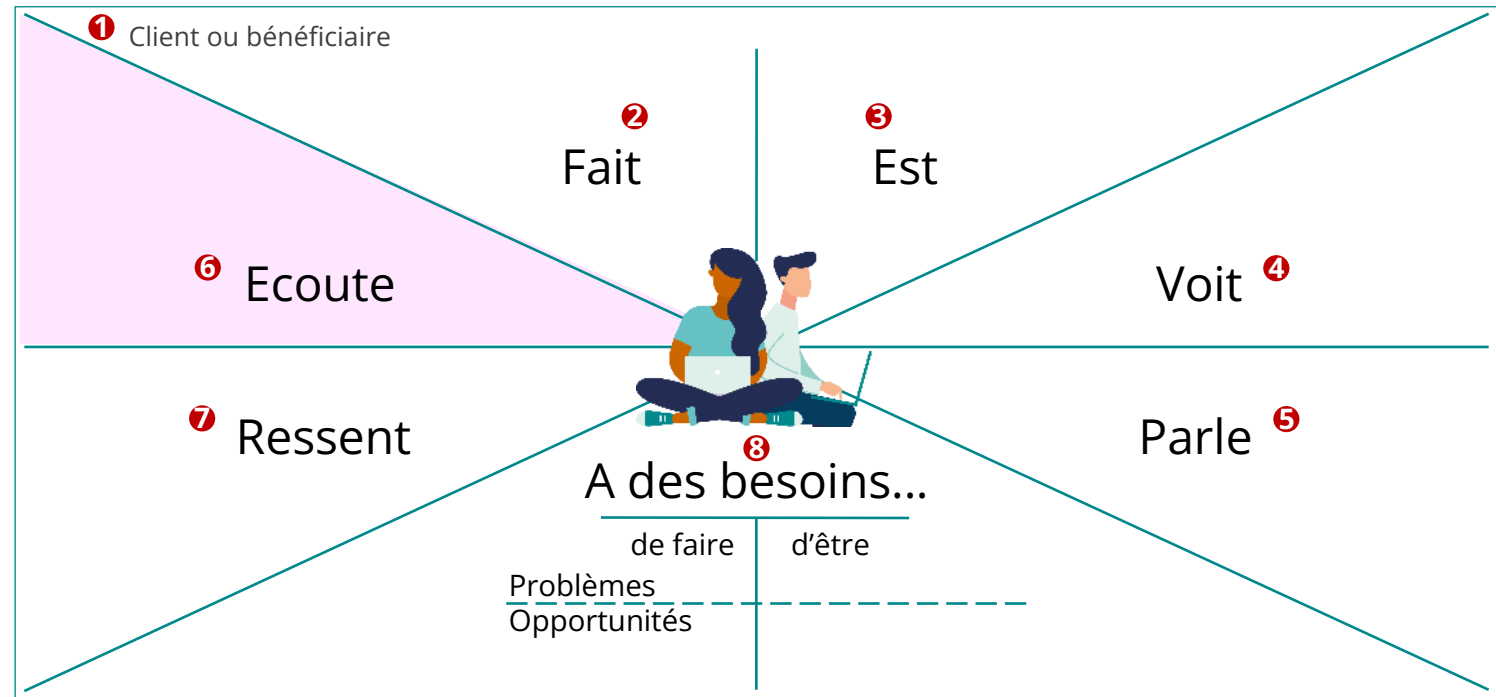
Que dit-elle ?

Informe et discute avec les autres, donne son opinion et influence, fait des demandes



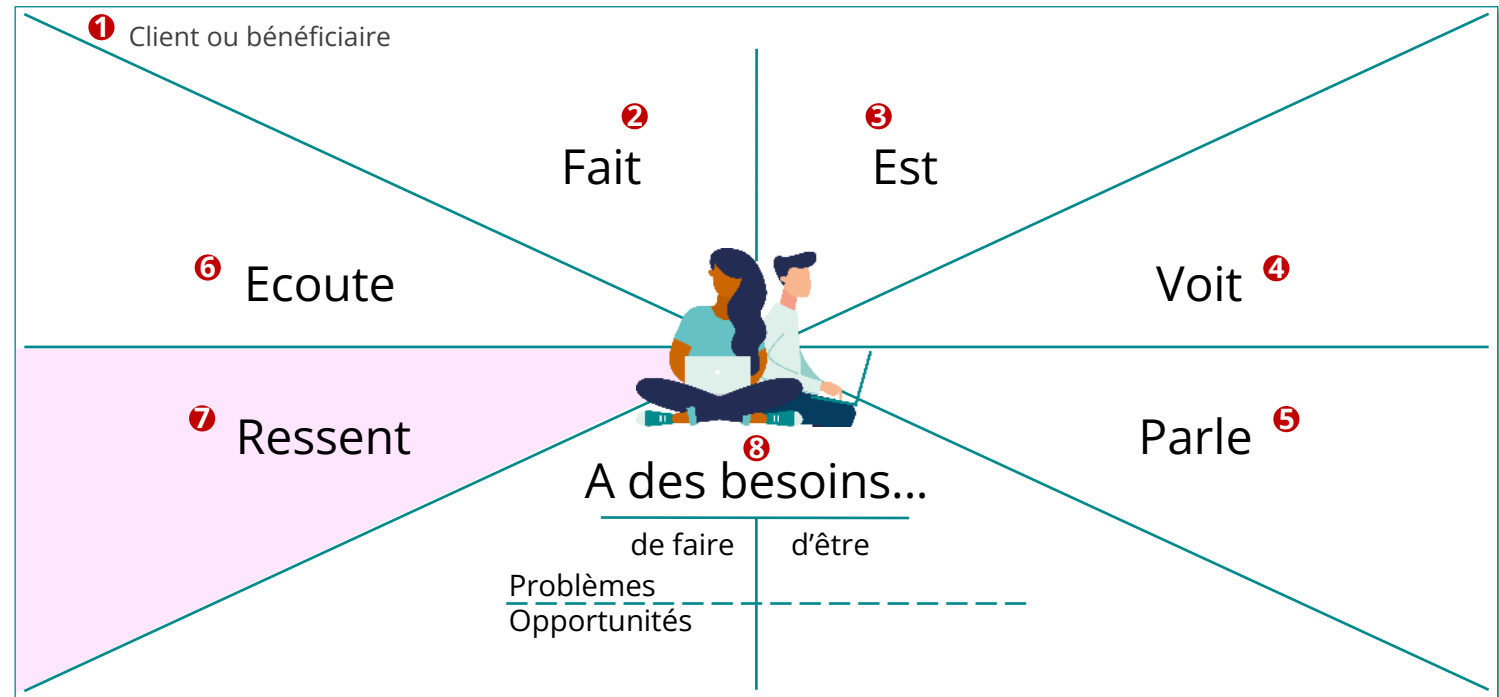
Qu'écoute-t-elle, qu'entend-elle ?

*Les amis, la famille, les collègues,
la hiérarchie, les rumeurs, les
médias, des conférences*



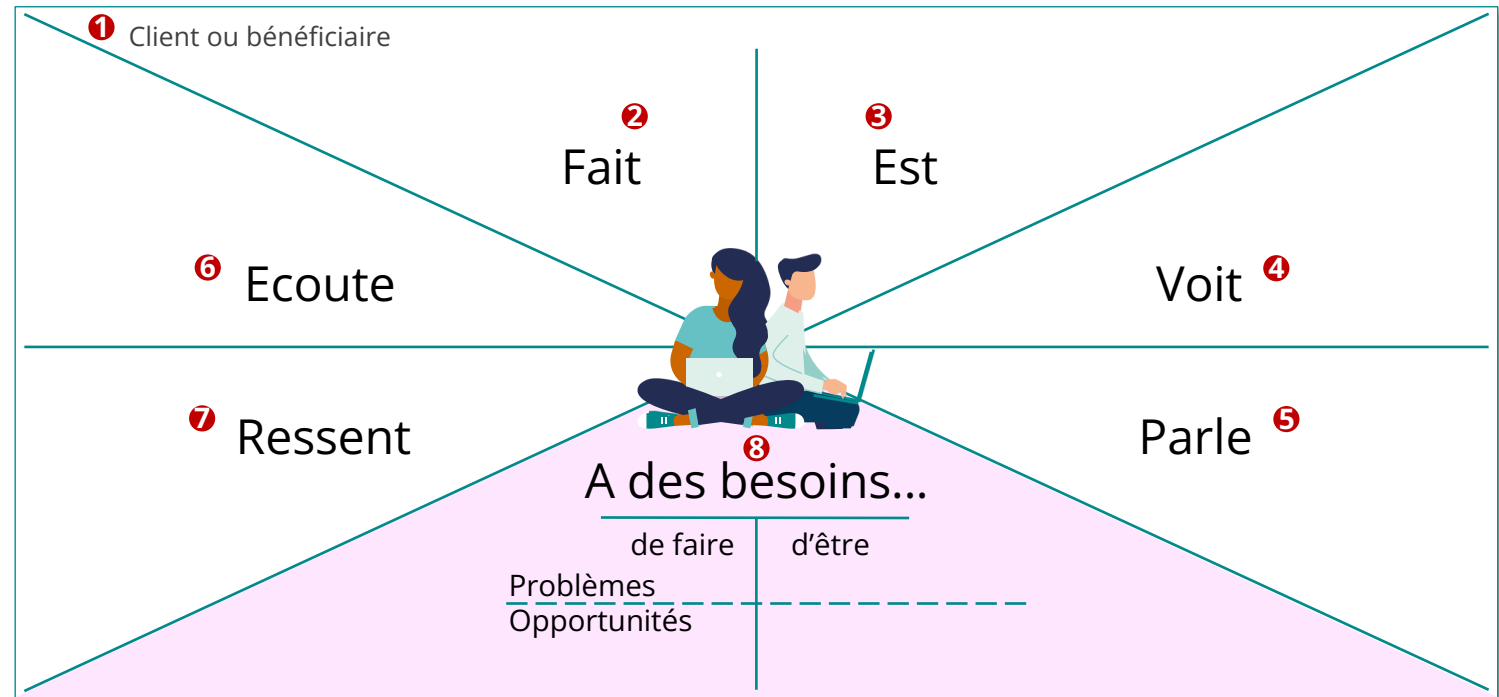
Que ressent-elle ?

Ses valeurs, ses aspirations, ses émotions, ses perceptions, ses préoccupations, sa vision

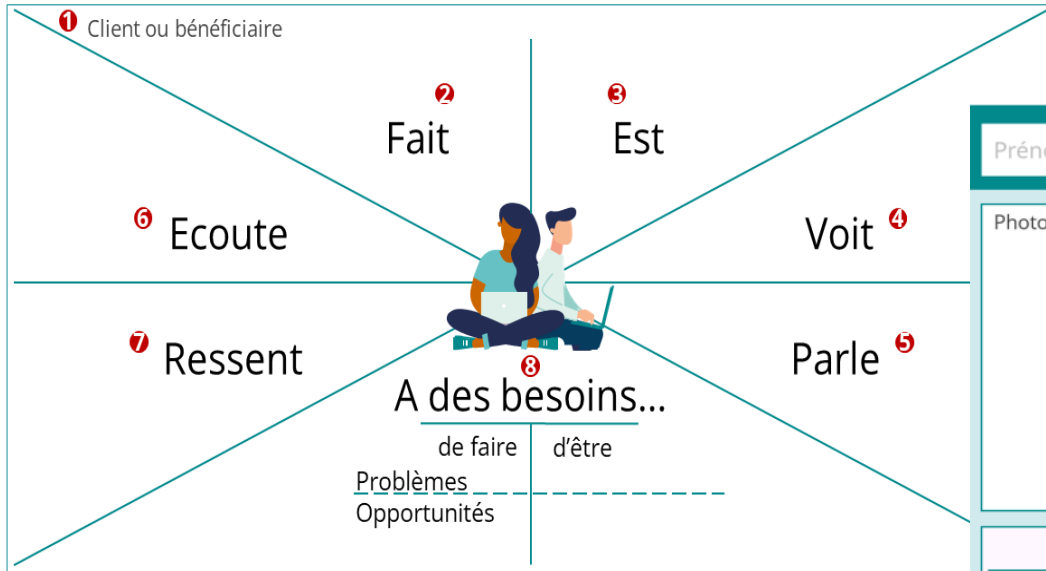


Quels sont ses besoins ?

Ce que la personne aimerait pouvoir corriger ou changer dans ses actions et dans ce qu'elle est



Carte d'empathie et Persona



Prénom, nom		Catégorie / segment							
<p>Photo</p>	<p>Bio</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>		<p>Données personnelles</p> <p>Age : _____ Formation : _____</p> <p>Etat civil : _____ Habite : _____</p> <p>Enfants : _____ Niveau de revenu : _____</p>						
<p>Valeurs mises en avant</p> <table border="1"> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>								<p>Centres d'intérêt, lieux fréquentés, lit, écoute</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>Données professionnelles</p> <p>Titre, fonction : _____</p> <p>Métier exercé : _____</p> <p>Années en poste : _____</p>
<p>Personnalité</p> <p>Introverti <input type="checkbox"/> Extraverti</p> <p>Factuel <input type="checkbox"/> Imaginatif</p> <p>Rationnel <input type="checkbox"/> Empirique</p> <p>Structuré <input type="checkbox"/> Souple</p>	<p>Réseaux sociaux</p> <p><input type="checkbox"/> </p> <p><input type="checkbox"/> </p> <p><input type="checkbox"/> </p> <p><input type="checkbox"/> </p> <p><input type="checkbox"/> </p> <p><input type="checkbox"/> </p>		<p>Buts recherchés</p> <p>1) _____</p> <p>2) _____</p> <p>3) _____</p> <p>4) _____</p>						
<p>Compétences clés ou qualités</p> <table border="1"> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>								<p>Marques préférées</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>Utilise le plus</p> <p><input type="checkbox"/> </p> <p><input type="checkbox"/> </p> <p><input type="checkbox"/> </p>
		<p>Problématiques affrontées</p> <p>1) _____</p> <p>2) _____</p> <p>3) _____</p> <p>4) _____</p>							
		<p>Craintes, freins</p> <p>1) _____</p> <p>2) _____</p> <p>3) _____</p> <p>4) _____</p>							

Être ou ne pas être,
telle est la question !

William Shakespeare

Des besoins de faire ou d'être ?

	Faire	Etre
Actuel	Fait	Est
Un besoin de	Faire: C'est un moyen, un but	Être: C'est un état différent

Corriger ou évoluer ?

	Faire	Etre
Problème	Un problème à résoudre	
Opportunité	Une opportunité à développer	

Combinant les deux axes...

	Faire	Etre
Problème	Problème de faire à résoudre	Problème d'être à résoudre
Opportunité	Opportunité de faire à développer	Opportunité d'être à développer

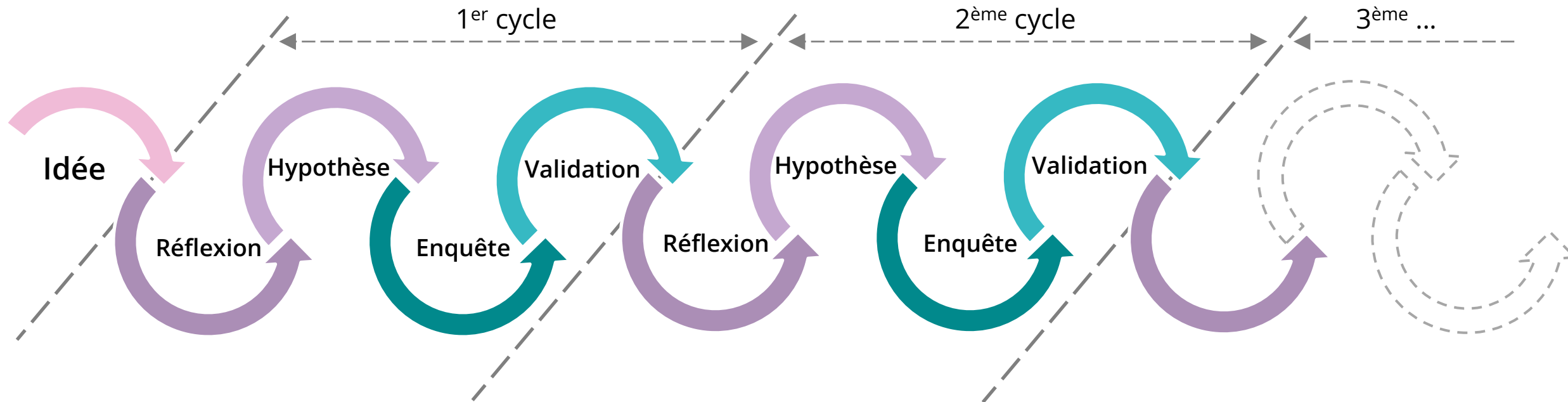
Découvrir le ressenti pour calculer la pertinence !

	Faire	Etre
Problème	+++++	++
Opportunité	+++	+

**Attention, tes hypothèses
doivent être validées !**

Madame Logique Pure

Dans tes murs: des hypothèses à valider!



Tes meilleurs outils pour les valider: **B-Y-O-B**



1. Tes **B**askets pour y aller
2. Tes **Y**eux pour observer
3. Tes **O**reilles pour écouter
4. Ta **B**ouche pour quelques questions

**empatico,
ma non troppo!**



Bonnes cartes et n'oublie pas de valider tes hypothèses

