

WEBINAR
17 Sept. 2026 9h30

Le Persona Actionnable

Comprendre et décider en créant de la valeur pour les clients et l'entreprise

Template & Guide

DIFFERENT FACTORY

Eclairer – Fédérer – Accélérer



THOMAS

L'EXPERT PILOTAGE

Directeur du Digital et SI

« L'agilité et l'expertise sont très importantes en phase de conception, car notre activité novatrice s'enrichit de services numériques en construisant ».

- Gestionnaire et/ou décisionnaire
- Cadre expérimenté de formation technique ingénierie réseaux informatique
- Equipe de 10 pers. pour gérer les process métier.

DIFFERENT FACTORY

Contexte et Objectifs Pro

- PME mature en digital
- Objectif d'optimisation du pilotage de l'activité en temps réel
- Un Codir impliqué dans le développement en enjeux SI
- Cherche des partenaires experts et pro-actifs pour l'accompagner voire suppléer ses équipes

Besoins

- Répondre aux nouveaux enjeux de sécurité & performance face aux risques cyber
- Un partenaire proactif qui soutient la croissance
- Valoriser son offre grâce aux infrastructures
- Maîtrise des risques : 100 % sécurité (cyber, cloud)
- Intégrer des partenaires fiables dans l'offre

Logique & Comportement

- Veut maîtriser la totalité des processus pour garantir 100% sécurité (hébergement et cyber)
- Ouvert à l'externalisation SI externalisé partiellement à un partenaire avec des outils de contrôle précis
- Négocie via la Direction des achats afin d'optimiser les coûts mutualisés

Attentes

- Davantage de conseil et de proactivité sur le pilotage du SI, via un interlocuteur dédié
- Co-construire des KPI et indicateurs personnalisés pour contrôler la qualité de service
- Via un portail client, disposer d'une vue globale prestations et planning
- Réaliser une revue de la relation afin d'anticiper les besoins futurs (6M), et adapter la prestation
- Fournir la documentation des procédures Qualité
- Apporter une réflexion et une veille sur les nouveaux usages, notamment IA

Irritants & Frustrations

- Manque de proactivité, anticipation insuffisante des incidents, alertes non systématiques (ex : capacité serveurs)
- Manque de rigueur en phase de production : (ex :décalage entre le brief initial et le final, non communiqué aux équipes) ;
- Augmentations de prix non annoncées
- Manque de clarté dans les contrats (responsabilité)



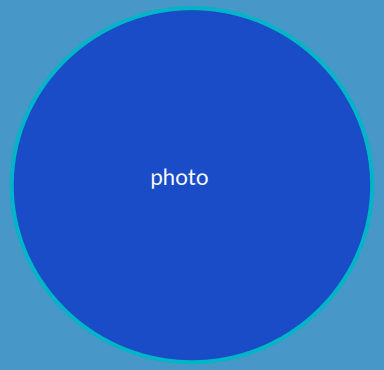
Critères de décision

- Expertise des infra et apport de conseils sur l'usage de l'IA
- Proximité, taille humaine
- Hébergement en France
- Transparence du prestataire (« tour de contrôle »)

3 Futurs Challenges

- Proposer un monitoring des SI via des outils IA fiables (FR)
- Offrir un outil de pilotage et un suivi précis des actions & KPIs
- Outil de data visualisation personnalisable pour la gestion multi sites

Template — Persona Actionnable



P R É N O M

ÉTIQUETTE EN 3 MOTS

Fonction · périmètre · type d'entreprise

« Une phrase entendue en entretien, reprise mot pour mot »

- Ce dont il répond devant sa direction.
- Son rôle dans la décision : prescripteur, décideur, utilisateur ?
- Son expérience, la taille de son équipe, son ancienneté.

Contexte et objectifs pro

- *Maturité de l'entreprise et de son marché.*
- *L'objectif qu'il poursuit cette année.*
- *Qui décide avec lui en interne.*
- *Ce qu'il attend d'un partenaire.*

Besoins

- *3 à 5 besoins, écrits de son point de vue.*
- *Le besoin exprimé… et celui qu'il ne dit pas.*
- *Un besoin = un manque, pas une solution.*

Logique & comportement

- *Comment il choisit et arbitre.*
- *Ce qu'il délègue, ce qu'il garde.*
- *Par où passe l'achat (achats, DG, appel d'offres).*
- *Ce qu'il fait pour agir ou interagir*

Attentes

- *4 à 6 attentes maximum.*
- *Formulées en verbes d'action : co-construire, fournir, anticiper, documenter…*
- *Ce qu'il attend de vous, pas ce que vous savez faire.*
- *Une attente par ligne, sans sous-liste.*

Irritants & frustrations

- *Ce qui coince aujourd'hui, avec le fait précis qui le prouve.*
- *Un irritant sans fait est une opinion.*
- *Citer la situation, pas le fournisseur.*

Le persona en chiffres

- ***(%)** Poids dans la base clients*
- *CA moyen, potentiel*
- ***NPS** du Persona*

Critères de décision

- *Ce qui fait vraiment pencher la balance.*
- *Classés du plus au moins discriminant.*
- *3 à 5, pas davantage.*

3 Futurs Challenges

- *Nos challenges à relever et nos solutions à apporter afin de démultuplier son engagement*
- *Où se situent nos opportunités ?*

La notice Different factory — bloc par bloc (1/2)

Bloc	Ce que vous y écrivez	Où trouver la matière	Le piège à éviter
Identité & verbatim	Prénom, étiquette en 3 mots, fonction, rôle dans la décision, une citation réelle.	Entretiens clients, enquêtes de satisfaction Fiches CRM	*Inventer la citation. Pas de verbatim ? Laissez vide.*
Contexte	Maturité, objectif de l'année, jeu d'acteurs interne, attentes envers un partenaire.	Entretiens, notes des commerciaux, presse sectorielle.	*Décrire l'entreprise au lieu de décrire la personne.*
Besoins	3 à 5 besoins écrits de son point de vue, pas du vôtre.	Entretiens quali, verbatims service client et NPS.	*Recopier son argumentaire commercial à l'envers.*
Logique & comportement	Comment il choisit, ce qu'il délègue, par où passe l'achat.	Entretiens quali, verbatims service client et NPS, Commerciaux	*Rester au trait de caractère (« exigeant », « prudent »).*

DIFFERENT FACTORY

La notice — bloc par bloc (2/2)

Ce qu'il attend, ce qui le bloque, ce qui le fera décider.

Bloc	Ce que vous y écrivez	Où trouver la matière	Le piège à éviter
Attentes	4 à 6 attentes exprimées ou latentes en verbes d'action : co-construire, fournir, anticiper.	Entretiens clients, enquêtes de satisfaction, analyse de verbatims	*Les confondre avec le catalogue de vos offres.*
Irritants & frustrations	Ce qui coince, l'effort demandé pour atteindre une tache, satifaire une attente , avec le fait précis qui le prouve.	Entretiens, Réclamations, verbatims NPS, tickets support, comptes rendus.	*Un irritant sans fait : c'est une opinion, pas une donnée.*
Critères de décision	Ce qui fait pencher la balance, classé par ordre d'importance.	Entretiens clients , clients perdus, ou désengagés, debriefs d'appels d'offres.	*Mettre le prix en premier par réflexe, sans l'avoir vérifié.*
3 futurs challenges	Ce que nous devons réussir dans 12 à 18 mois afin de renouveller la confiance de ce persona et atteindre le "delight" clients .	Entretiens clients , analyse approndie du parcours clients de ce persona	*Faire de la prospective générique, vraie pour tout le monde.*

Le test de sortie

Reprenez vos personas et posez-vous une seule question : est-ce que chacun mène à une décision différente ?
Si deux personas appellent la même action commerciale, marketing et CX, ce sont deux versions du même client : fusionnez-les. Un persona qui ne change aucune décision ne sert à rien.

Eclairer - Fédérer - Accélérer

www.differentfactory.com

F: +33 (0)1 41 41 60 48

hello@differentfactory.com