



Construire des *personas* pour répondre aux besoins des utilisateurs

Fabien DOUET

Conservateur territorial de bibliothèques

Promotion Méditerranée (2018-2019)

Aujourd'hui, l'*UX Design* – ou expérience utilisateur– a le vent en poupe ! Il s'agit de prendre en compte et d'anticiper les besoins d'utilisateurs lors de la conception de nouveaux services. Les *personas*, véritables archétypes – en aucun cas des stéréotypes – tirés d'utilisateurs bien réels, ont toute leur place dans nos bibliothèques pour inventer ou réinventer les services !

Les *personas*, c'est quoi ?

Les *personas* n'ont pas été inventés, *a priori*, pour les bibliothèques ! Imaginés par Alan Cooper au début des années 2000, ils sont principalement utilisés en *design* ou en marketing et permettent de mieux connaître les publics cibles pour bien comprendre leurs attentes. Ces archétypes, correspondant à des groupes de personnes aux besoins et comportements proches, permettent ainsi de concevoir ou de faire évoluer des produits ou des services.

Loin de reposer sur l'imagination romanesque des concepteurs, la construction de *personas* doit suivre une méthode très rigoureuse qu'il convient de respecter si l'on veut en tirer pleinement profit. Si des cabinets spécialisés en UX design peuvent vous accompagner dans la conception de *personas*, voici les quatre étapes indispensables pour y parvenir et les utiliser dans le cadre de vos activités en bibliothèque.

La collecte de données pour incarner les *personas*

Pour « incarner » vos *personas*, il convient de les construire – d'aucuns diront donner naissance – à partir d'un matériau suffisamment riche en quantité et en qualité. Ce matériau c'est bien entendu des données personnelles recueillies auprès d'individus. La collecte de données peut se faire de différentes manières suivant le temps et les moyens mis à disposition. Les entretiens semi-directifs réalisés en face à face avec une personne ou les *focus groups* – ateliers participatifs à plusieurs – sont des moyens efficaces, s'ils sont menés dans les règles de l'art, pour recueillir suffisamment de matière. Bien entendu, vous veillerez, dans la mesure du possible, à enregistrer les entretiens et les ateliers afin de garder l'ensemble du contenu échangé par les participants qui constitue votre matière première. L'objectif recherché, c'est de mieux comprendre, à titre individuel, les usages, les comportements, les attentes des uns et des autres.

La recherche de variables comportementales par l'analyse des données

Face à la masse d'informations brutes collectées, vous vous sentirez peut-être un peu désemparé ! Comment passer de l'individu au collectif, du particulier au général ? Ne paniquez-pas, une fois la méthodologie bien définie vous pourrez venir à bout des heures d'enregistrements en votre possession. La première étape consiste à retranscrire, un par un les entretiens afin de coucher sur le papier les propos tenus par les participants. Il vous faudra ensuite vous plonger – parfois au sens propre – dans l'ensemble de ces données pour rechercher les constantes, les réactions communes, les schémas comportementaux similaires. En somme, il vous faudra réaliser une synthèse thématique pour isoler un certain nombre de groupes d'individus aux attitudes similaires voire identiques face à une problématique donnée.

La modélisation et la construction des *personas*

Vous ne vous êtes pas noyé dans la masse d'informations et vous avez réussi à définir, par rapprochements, deux, trois, peut-être davantage, de groupes d'individus et à en faire la synthèse : vos *personas* sont (presque) là ! La dernière étape consiste à les incarner véritablement : leur trouver une photographie ou une illustration, un prénom, un âge, une biographie et un récit qui explique leurs comportements, sur la base, évidemment, des synthèses tirées des entretiens et ateliers. Cette fiche signalétique pourra être modélisée grâce à des outils en ligne de type Canva qui permettent, assez facilement, et de manière graphique, de présenter vos *personas* sous leur meilleur jour !

Communiquer sur vos *personas* à la bibliothèque

En ce qu'ils sont des outils d'aide à la conception de services, vos *personas*, une fois créés, pourront vous aider à monter de nouveaux projets, nourrir des argumentaires auprès de vos collègues ou de votre hiérarchie. En somme, dans la refonte ou la

réorganisation de services pour la population, vous vous serez dotés d'outils pour réfléchir et pour répondre aux attentes des usagers.

Se lancer dans un tel projet peut être extrêmement grisant pour un collectif de travail car les *personas* vont fédérer autour d'eux : chacun des membres de l'équipe pourra entrer en empathie et, par ricochet, trouver plus de sens dans la mise en place de projets. Ils répondent alors à des attentes bel et bien identifiées, incarnées.

D'un point de vue managérial, il semble indispensable, avant de vous lancer dans une telle aventure, de vous assurer que vos équipes adhèrent et comprennent l'intérêt de définir des *personas*. Il est donc important de communiquer largement sur le ou les objectifs et de montrer comment ils pourront être utilisés. Rappelons, en guise de mot de la fin, que les *personas* répondent à un objectif précis, limité dans le temps, et qu'il conviendra de les faire évoluer ou de les abandonner une fois le projet atteint... Telle est la destinée de vos *personas* !