

Persona



Créatif - Polyvalent - Adaptatif

Alexandre Vidaller



CONTACT:

alexandre.vidaller@gmail.com
06 68 62 48 39



FORMATIONS ET COMPETENCES:

- Bac Scientifique.
- Formation musicale.
- Bts Audiovisuel option Son.
- Ecole de musique .
(C2N2 Piano)
- Guitare en Autodidacte.
- Membre de la SACEM .
- Auteur, Compositeur,
Interprète.



LOGICIELS:

- Chat GPT, Copilot, Gemini...
- Suite office, Suite google...
- Excel/Sheets, Powerpoint,
- Word...
- Notion, Obsidian...
- Suite infographique
- Photoshop, Davinci résolve,
- Capcut, Filmora, Inkscape...
- Hellowork, SAP, Wizzville.
- Logiciel de recrutement,
- gestion des avis...
- MAO
- Tous les Daws, mastering, Vst...
- Réseaux sociaux
- Window, Android, Linux,
- Mac
- Préférence pour Window et
- Android.

Marketing Digital / Community management

MARKETING DIGITAL COMMUNITY MANAGEMENT:

- Analyse Audit de la marque
(concurrence, SWOT, SEO, Réseaux...)
- Création d'un ou de plusieurs Personas
(carte empathique)
- Révélation du Personal branding, de la ligne éditoriale
- Génération d'une Charte graphique
(Logo, favicon, typo, couleurs...)
- Conception d'un Calendrier éditorial
- Production infographique
(MAO, Retouche Photo, Montage Vidéo)

DIRECTION:

- Ressources humaines (Contrats, Plannings recrutements...)
- Comptabilité (Budgets, Devis, Factures, remises en banque.)
- Mise en place et respect des procédures.
- Gestion des litiges, Relationnel Client Organisation groupes...
- Gestion d'équipe (30 pax), Réunions Chefs de services, Bilan de compétences...

RECEPTION:

- Accueil du client, Vente de séjours, Renseignements...
- Affectations via les logiciels de réservations Irésa, Véga Tigres.
- Plannings, Organisation des Ménages...

BAR:

- Gestion d'une équipe.
- Organisation des plannings.
- Gestion des stocks, ratios, commandes. - Mise en place des procédures.
- Permis d'exploitation Licence IV.
- Création de cartes de bar, Procédures cocktails et affiches...

RESTAURATION:

- Service en salle, Runner.
- HACCP.
- Plonge

ANIMATION:

- Gestion d'une équipe de 10 personnes, Plannings
- Mise en place et création d'Animations
(Cabaret, Soirées dansantes, Café Théâtre, Comédie musicale, Jeux apéritifs, Concert acoustique)
- Compétences techniques Son et Lumière - Infographie

Introduction

Pour réellement connecter avec votre public cible, une étape essentielle de mon approche consiste à définir ce que l'on appelle un "persona" car vouloir s'adresser à tout le monde, c'est s'adresser à personne.

Considérez le comme un portrait détaillé et semi-fictif de votre client idéal. Cette personne est soigneusement construite à partir de recherches, nous permettant de comprendre en profondeur ses objectifs, ses valeurs, les défis auxquels elle est confrontée, où elle s'informe et passe son temps, et ce qui la motive réellement.

Pour aller encore plus loin dans cette compréhension et véritablement nous mettre à sa place, nous complétons ce persona par une carte empathique. C'est un outil visuel puissant qui nous aide à explorer ce que votre client idéal pense et ressent réellement, ce qu'il voit dans son environnement, ce qu'il entend de ses pairs ou des médias, et ce qu'il dit et fait au quotidien.

A noter: un persona et sa carte empathique n'est pas figé, il doit être mis à jour tous les trimestres ou lors de grands évènements de la marque.

Pourquoi cette double démarche ?

Car en combinant le persona (le qui) et la carte empathique (le comment il vit et ressent le monde), nous développons une empathie authentique.

Nous ne nous contentons pas de savoir qui il est, mais nous comprenons pourquoi il agit comme il le fait.

Dans le document qui suit, vous découvrirez le persona et la carte empathique que j'ai spécifiquement élaborés pour votre activité.

Ces outils nous permettront de créer ensemble des messages, des contenus et des stratégies marketing qui non seulement attireront son attention, mais résonneront profondément avec ses motivations et ses préoccupations, pour un impact maximal.

Bonne découverte 😊 !

OZEKLA

Valérie



LA COMMERCANTE DÉBORDÉE

Situation

Elle a repris ou créé son fonds de commerce il y a 4 ans. Elle se bat contre les grandes surfaces et Internet. Elle a une page Facebook qu'elle alimente quand elle a le temps (souvent le soir tard), avec des photos faites au smartphone parfois un peu floues.

Adresse

Lieu de vie : Elle habite en périphérie immédiate, dans une maison pavillonnaire à Espira-de-l'Agly ou Rivesaltes (trajet court).

Lieu de travail : Sa boutique est située dans une rue commerçante de Perpignan Centre (ex: Rue de l'Ange, Rue de la Cloche d'Or) ou dans le cœur de ville de Thuir. Elle voit le flux de passants diminuer et ça l'angoisse.

Métier

Gérante de boutique indépendante (Prêt-à-porter féminin, Décoration ou Concept Store). Elle fait tout : les achats, la vente, la comptabilité, le ménage et les paquets cadeaux.

RÉSUMÉ DE VIE

Valérie aime passionnément ses produits. Quand on rentre dans sa boutique, c'est chaleureux, ça sent bon, c'est beau. Mais elle vit avec une frustration constante : son image sur internet ne ressemble pas à sa boutique réelle. Sur le web, elle a l'air "amateur", alors qu'en vrai, c'est une pro. Elle a déjà été démarchée par des agences parisiennes au téléphone qui voulaient lui vendre des abonnements à 200€/mois pour "du référencement".

Elle a raccroché.

Elle pense que le web, c'est soit "l'arnaque", soit "trop compliqué".

BESOINS

Du Beau accessible : Elle a l'œil. Elle veut que son site soit aussi joli que sa vitrine de Noël.

De la Traduction : Elle ne veut pas entendre parler de "Responsive", "SEO", "Hosting". Elle veut entendre : "Votre site s'adapte aux portables" et "On vous trouve sur Google".

Un Prix Fixe (One Shot) : Elle préfère payer une fois pour quelque chose de bien (comme on refait une peinture), plutôt qu'un abonnement mensuel qui pèse sur ses charges fixes.

OBJECTIFS

Attirer du monde en magasin : Elle veut que les gens voient ses produits sur leur téléphone et viennent acheter en vrai.

Avoir une "Vitrine Numérique" propre : Elle veut juste pouvoir dire "Allez voir mon site, tout est là" sans avoir honte du design.

Autonomie simple : Pouvoir changer une photo ou un texte sans devoir appeler un informaticien (ou payer).

OBJECTIONS

Le Jargon (La peur de ne pas comprendre) : "Si vous commencez à me parler chinois avec vos termes techniques, je vais me sentir bête et je vais dire non."

Le Coût Caché : "Est-ce que je vais devoir payer tous les mois ? Je n'ai pas de budget marketing extensible."

Le Temps : "Je suis seule en boutique de 9h à 19h. Je ne peux pas passer 3 heures en réunion."

PENSÉES RESSENTIMENTS

"Je bosse 50h par semaine pour me payer un SMIC. Je ne peux pas jeter l'argent par les fenêtres. Mais je sais qu'il faut être sur internet..."

PROBLÈMES PEURS

La solitude face aux décisions. La peur de se faire avoir par une agence web qui va lui vendre du vent.

ACTIONS PAROLE

Elle dit : "Moi je suis commerçante, pas informaticienne." Elle repousse toujours le moment de s'occuper de sa com' parce que ça la fatigue d'avance.



ÉCOUTE

Elle écoute les autres commerçants de sa rue qui se plaignent de la baisse de fréquentation. Elle écoute ses enfants ados qui lui disent : "Maman, ton Facebook ça fait vieux."

VISION

Elle voit les clients entrer dans sa boutique avec leur téléphone à la main pour comparer les prix. Elle voit les boutiques "Instagrammables" qui cartonnent.

Carte Empathique

BESOINS DÉSIRS

La Tranquillité. Avoir un beau site "clé en main", payé une fois pour toutes, qui tourne tout seul et qui donne une image classe de sa petite boutique.