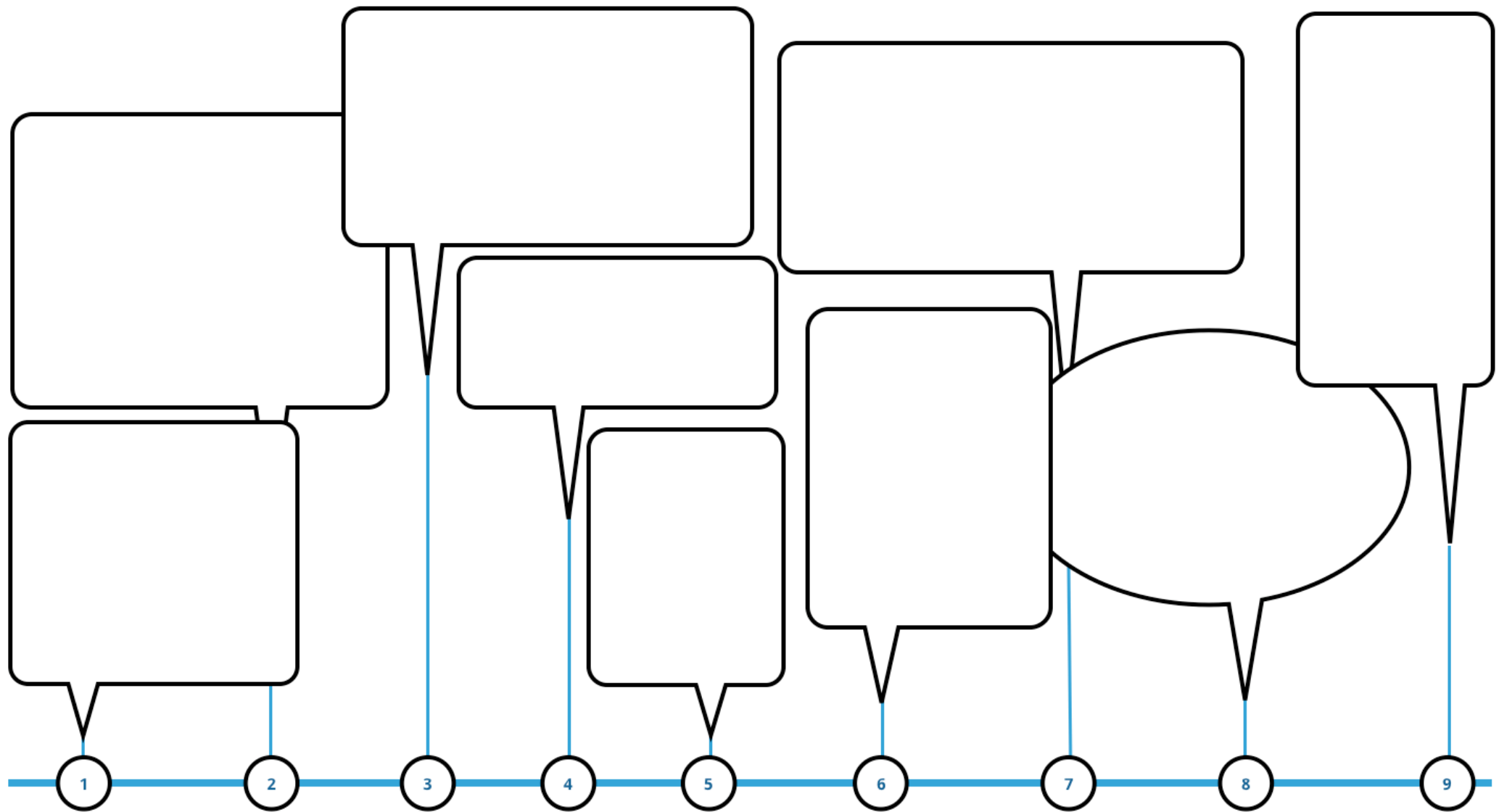






2/ A/ Synthèse : Timeline des « pain points » du parcours utilisateur persona 1 (BtoC)



Commentaires :

## 2/ B/ Détail : Parcours client (customer journey map) : point de contact du persona 1 BtoC

| Numéro du touchpoint<br>Point de contact  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Type de canal<br>(online offline web APP RS stream<br>conversation influence lien display<br>email vidéo SEO nativead DOOH)   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Nom du canal / channel<br>(FB, Insta, Google, TWT, Blog, article,<br>livre blanc, WeChat, YouTube,<br>média, Pinterest, Amazon...)  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Interaction client<br>(Comment et pourquoi le client<br>utilise ce point de contact ? Quelles<br>informations a-t-il reçu ?)  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Interaction marque<br>(Comment et pourquoi la marque<br>est présente ? Outils digitaux<br>utilisés ?)   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Avis / perception du client<br>   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Décalage avec<br>positionnement voulu<br>(image ou actions souhaitées par<br>l'entreprise : mémorisation,<br>téléchargement, commande...)                                   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Solutions et propositions<br>d'amélioration<br>(néant si parcours futur ou<br>proposé, sinon quelles sont les<br>pistes d'amélioration d'un parcours<br>constaté ou audité) |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

#### 4/ Communication digitale BtoC : persona 1 (emarketing / ecommerce / ecommunication)

| Num éro | Cible | Nom opération | Outils utilisés | Avantage, Utilité, Message, Promesse, Objectif, Argument | Respon-sable | Date | Budget HT |
|---------|-------|---------------|-----------------|--|--------------|------|-----------|
| 1       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 2       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 3       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 4       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 5       |       |               |                 |  |              |      |           |

| Num éro | Cible | Nom opération | Outils utilisés | Avantage, Utilité, Message, Promesse, Objectif, Argument | Respon-sable | Date | Budget HT |
|---------|-------|---------------|-----------------|--|--------------|------|-----------|
| 6       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 7       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 8       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 9       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 10      |       |               |                 |  |              |      |           |
| 11      |       |               |                 |  |              |      |           |

5/ Communication digitale BtoB : persona 2 (Vente - emarketing / ecommerce / ecommunication)

| Num éro | Cible | Nom opération | Outils utilisés | Avantage, Utilité, Message, Promesse, Objectif, Argument | Respon-sable | Date | Budget HT |
|---------|-------|---------------|-----------------|--|--------------|------|-----------|
| 1       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 2       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 3       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 4       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 5       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 6       |       |               |                 |  |              |      |           |
| 7       |       |               |                 |  |              |      |           |

