



Cartographie de l'empathie : comprendre les utilisateurs et hiérarchiser leurs besoins

DESCRIPTION

Cet outil de travail présente une carte de l'empathie qui permet aux concepteurs de produits et de services non seulement de comprendre le comportement des utilisateurs, mais aussi de communiquer visuellement leur compréhension aux autres.

QUAND UTILISER

- Avant d'élaborer ou de repenser un produit, un service ou un programme, dans le but de dégager une compréhension initiale commune des utilisateurs et utilisatrices et de leurs besoins.
- À intervalles réguliers, en fonction de l'évolution de votre segment d'utilisateurs et d'utilisatrices.



OUTILS DE TRAVAIL COMPLÉMENTAIRES

- Cartographie des intervenants (DDN2-J07)
- Persona des utilisateurs (code à déterminer)
- Cartographie de parcours : visualiser le parcours des utilisateurs (DDN2-J04)
- Comment rédiger un énoncé de problème subjectif (DDN2-J06)

OBJECTIF

On peut utiliser les cartes de l'empathie pour :

- communiquer des connaissances sur un type particulier d'utilisateur ou d'utilisatrice;
- établir une compréhension commune des besoins et des motivations des utilisatrices et utilisateurs;
- visualiser les attitudes et les comportements des utilisateurs et utilisatrices en un coup d'œil;
- révéler d'éventuelles lacunes dans les connaissances d'une utilisatrice ou d'un utilisateur;
- faciliter la prise de décision.

RÉSULTAT SOUHAITÉ

Une représentation visuelle des comportements et des attitudes des utilisateurs et utilisatrices qui aide à :

- comprendre le point de vue de l'utilisatrice ou de l'utilisateur et créer une affinité avec cette personne lorsqu'elle essaie d'accomplir une tâche ou d'atteindre un objectif.

COMMENT SE SERVIR

1. Sélectionnez le type d'utilisateur ou d'utilisatrice que vous souhaitez analyser plus en détail.
2. Remplissez le modèle de la page 2 en vous appuyant sur votre expérience de l'utilisateur ou utilisatrice. Vous pouvez vous inspirer des questions incitatives du modèle.
 - **VOIR ET ENTENDRE** : À quels types d'influences vos utilisatrices et utilisateurs sont-ils exposés dans leur environnement?
 - **DIRE ET FAIRE** : Quels types d'actions et de comportements observez-vous?
 - **PENSÉES** : Quelles sont les appréhensions mentales de vos utilisateurs et utilisatrices? Qu'est-ce que cela vous révèle sur leurs croyances?
 - **RESSENT** : Quels types d'appréhensions émotionnelles vos utilisatrices et utilisateurs ressentent-ils?
3. Faites part de vos réflexions à votre équipe et résumez-les. Ce processus peut permettre de déceler de nouveaux besoins, de nouvelles attitudes, de nouveaux comportements et peut-être même de susciter de nouvelles perspectives.

CONSEILS :

- Tenez compte des aspects positifs; relevez autant d'expériences positives que possible pour les utilisateurs et utilisatrices
- Tenez compte des aspects négatifs; relevez autant d'expériences négatives que possible pour les utilisatrices et utilisateurs.
- Considérez tout autre point intéressant; relevez tous les points intéressants que vous n'avez pas encore envisagés pour les utilisateurs et utilisatrices.

AVEC QUI faisons-nous preuve d'empathie ?

Qui est la personne que nous voulons comprendre ?
Quelle est la situation dans laquelle elle se trouve ?
Quel est son rôle dans cette situation ?

2. Que doivent-ils FAIRE ?

Que doivent-ils faire différemment ?
Quel(s) travail(s) veulent-ils ou doivent-ils accomplir ?
Quelle(s) décision(s) doivent-ils prendre ?
Comment saurons-nous qu'ils ont réussi ?

7. Que PENSENT-ils et que RESSENTENT-ils ?

DIFFICULTÉS

Quelles sont ses préoccupations?
Que lui passe-t-il par la tête?

GAINS

Quelles sont ses aspirations?
Quels sont leurs désirs ?
Quels sont les critères de réussite ?



6. Qu'est-ce qu'ils ENTENDENT ?

Qu'entend-il dans cette situation?
Que lui disent les personnes d'importance qui pourrat affecter ses opinions?

3. Qu'est-ce qu'ils VOIENT ?

Que voit-il quand il utilise votre produit/service dans son environnement?
Quels sont les éléments de leur environnement qui ont une influence sur eux ?

4. Qu'est-ce qu'ils DISENT ?

Que dit-il aux autres?
Que peut-on imaginer qu'ils disent ?

5. Qu'est-ce qu'ils FONT ?

Que font-ils aujourd'hui ?
Quel comportement avons-nous observé ?
Que dit-il ou que fait-il lorsqu'il utilise votre produit/service?