

La carte d'empathie

#restituer
#imaginer
#comprendre
#connaître

Affiner votre connaissance du segment (ou des segments) de population concerné par notre projet. Cartographier ses sensations afin d'apporter des informations sensibles à des données factuelles ou quantitatives d'empathie.



Visio-compatible avec un outil de travail collaboratif comme Miro ou Klaxoon.

Vous pouvez directement importer le canevas en format png ou jpeg comme image dans votre outil. Présentez le canevas aux participants et demandez-leur de partager les informations qu'ils ont sur le segment analysé (verbatim, prises de notes, questionnaires, etc.). S'il y a plusieurs segments analysés, séparez les participants en plusieurs groupes dans des salles de visio. Partagez ensuite en groupe entier.

NOMBRE DE PARTICIPANTS
4 - 8

TEMPS DE PRÉPARATION
AUCUN

DURÉE DE L'EXERCICE
2H

- | | | | |
|-----------------|--|---|--|
| MATÉRIEL | <ul style="list-style-type: none"> › fiches carte d'empathie A3 | <ul style="list-style-type: none"> › Post-it de couleurs › feutres noirs fins | <ul style="list-style-type: none"> › rouleau de papier brun |
| DÉROULÉ | <ul style="list-style-type: none"> › La carte d'empathie permet de cartographier les propos, actions, pensées et ressentis de l'utilisateur dans une synthèse visuelle et partageable. › Rappeler à l'équipe projet le cadre et la problématique du projet. › Les inviter rassembler un maximum d'informations (études ethnographiques, relevés d'entretien, photographies, relevés de verbatims, etc.) qui viendront alimenter leur connaissance de l'usager. › Chaque groupe détermine avec précision leur utilisateur cible. › Après avoir consulté les documents, inviter chaque équipe à renseigner ce que leur utilisateur voit, entend, dit, fait et pense en suivant les différentes parties du document. Ils doivent pour cela se mettre à sa place et confronter leurs intuitions avec les éléments collectés lors de la phase d'analyse. › L'empathy map permet de créer une vision commune des besoins et des aspirations de l'usager. | | |

Points de vigilance

Cet outil, tout comme le persona, n'a de pertinence que si l'on a pris le temps de partir à la connaissance de son usager. Un atelier de Carte d'empathie réalisé à partir des projections mentales de chacun peut s'avérer contre-productif, voire dangereux, selon la nature du projet.

Pour aller plus loin...

Persona, Customer Journey Map

- ↳ Cette étude préliminaire peut servir de base à la conception d'un produit ou d'un service, à la préparation d'un pitch ou encore au choix de son business model. C'est un support précieux que l'on peut compléter au fil du projet et faire évoluer au gré de nos observations.

Notez/collez vos remarques

.....

.....

.....

.....