

CARTE D'EMPATHIE

Libérer des idées, inspirer la conception

La méthode de la Carte d'Empathie est un outil analytique permettant de favoriser la compréhension, l'empathie et l'analyse des besoins et perspectives des utilisateurs, clients ou parties prenantes. En capturant visuellement les observations, pensées et émotions, la Carte d'Empathie aide à mieux comprendre le public cible, ce qui permet de concevoir de meilleures solutions, produits, interventions et de prendre des décisions éclairées.

UTILISEZ CETTE MÉTHODE POUR:

- Développer de l'empathie en mettant vos participants à la place du public cible;
 - Inspirer des solutions de conception qui répondent directement aux besoins et points de douleur du public cible;
 - Promouvoir une approche centrée sur l'utilisateur;
 - Dépasser les hypothèses et biais lors de la conception de solutions, produits ou processus.
-

Objectif:

Construction des connaissances, Développement

Taille du groupe:

< 10, 20 ou plus (si réparti en groupes)

Durée:

< 60-120 min

Adapté au

multilingue: Oui

Niveau d'interaction:

Élevé

L'ESPACE ICI
PEUT ÊTRE
REPLI AVEC
VOS NOTES



ÉTAPES POUR APPLIQUER LA MÉTHODE: ---

Préparation

1. Identifier et définir l'objectif de l'activité.
2. Identifier le public cible: Déterminer le groupe spécifique d'utilisateurs, de clients ou de parties prenantes que le groupe souhaite mieux comprendre. Cela peut être basé sur des données démographiques, des comportements ou des contextes spécifiques.
3. Préparer une brève introduction de 5 à 10 minutes pour présenter les grandes lignes de la discussion. Mentionnez le(s) public(s) cible(s) sur lesquels vous allez réfléchir, afin que les participants puissent commencer à y penser avant la réunion.
4. Préparer un modèle visuel: Créer ou imprimer un modèle de Carte d'Empathie. Ce modèle est généralement un schéma simple divisé en quatre quadrants: «Dit», «Pense», «Ressent», et «Fait». Cela fournit une structure visuelle pour capturer les observations et les idées. Plusieurs modèles prêts à l'emploi, téléchargeables ou virtuels sont disponibles. Voir les Astuces.
5. Idéalement, cette activité est précédée d'une collecte de données permettant de recueillir des informations sur les utilisateurs: par exemple via des recherches, des entretiens, des observations ou une interaction directe avec les utilisateurs, afin de mieux comprendre leurs perspectives, comportements et émotions.

Déroulement

1. Présenter l'activité et expliquer le fonctionnement de la Carte d'Empathie.
 2. Si besoin, rappeler les données collectées concernant le public cible.
 3. Compléter la Carte d'Empathie: Dans chaque quadrant du modèle, inscrire ou dessiner des informations pertinentes basées sur vos recherches et insights. Le quadrant «Dit» capte les déclarations explicites ou citations des utilisateurs. Le quadrant «Pense» explore leurs pensées, hypothèses ou croyances. Le quadrant «Ressent» enregistre leurs émotions, désirs ou frustrations. Enfin, le quadrant «Fait» documente leurs actions, comportements ou interactions.
-

L'ESPACE ICI
PEUT ÊTRE
REPLI AVEC
VOS NOTES



Lors de la complétion de la Carte d'Empathie, vous pouvez poser une variété de questions pour recueillir des insights riches pour chaque quadrant. Voici quelques questions potentielles à considérer:

Dit:

- Quelles sont certaines citations ou déclarations directes faites par le public au sujet de leurs expériences?
- Quels sont leurs besoins, désirs ou frustrations exprimés?
- Quels retours spécifiques ont-ils fournis lors d'entretiens, enquêtes ou tests utilisateurs?
- Quels sont les thèmes ou motifs récurrents dans leur communication verbale?

Pense:

- Quelles hypothèses ou croyances le public entretient-il à propos du produit, service ou de l'expérience?
- Quelles sont leurs attentes ou idées préconçues?
- Quelles pensées ou considérations influencent leur processus de décision?
- Quels sont les modèles mentaux ou cadres utilisés pour comprendre le problème ou le contexte?

Ressent:

- Quelles émotions le public ressent-il lorsqu'il interagit avec le produit ou service?
- Quels sont leurs points de douleur, frustrations ou anxiétés?
- Qu'est-ce qui leur procure de la joie, satisfaction ou plaisir?
- Comment perçoivent-ils globalement l'expérience sur le plan émotionnel?

L'ESPACE ICI
PEUT ÊTRE
REPLI AVEC
VOS NOTES



Fait:

- Quelles actions ou comportements le public adopte-t-il lorsqu'il interagit avec le produit ou service?
- Quelles étapes ou processus suivent-ils pour accomplir une tâche ou atteindre un objectif?
- Comment naviguent-ils dans l'expérience, physiquement ou numériquement?
- Quels sont les comportements observables qui reflètent leurs besoins ou défis?

4. **Analyser et Synthétiser:** Examiner la Carte d'Empathie complétée en tant que facilitateur ou en équipe collaborative. Rechercher les motifs, points communs et insights clés issus des données collectées. Identifier les besoins, points de douleur ou motivations les plus critiques à adresser. Utiliser ces informations dans les étapes suivantes pour générer des solutions.

Gardez à l'esprit les formats suivants pour synthétiser les insights:

5. **Création de Personae:** Créer des profils utilisateurs basés sur les insights synthétisés. Les personae sont des personnages fictifs représentant différents segments ou archétypes du public cible. Inclure les caractéristiques clés, comportements, objectifs et points de douleur issus de la Carte d'Empathie. Les personae aident à créer une compréhension partagée des utilisateurs et servent de référence tout au long du processus de conception.
6. **Storyboard:** Créer un récit visuel illustrant le parcours utilisateur selon les insights synthétisés. Utiliser une série de vignettes ou cases pour représenter les étapes, actions, pensées et émotions vécues par les utilisateurs. Le storyboard aide à communiquer le point de vue utilisateur et peut révéler des opportunités d'amélioration ou d'innovation.
7. **Carte d'Expérience:** Développer une carte d'expérience illustrant l'expérience utilisateur de bout en bout selon les insights synthétisés. Cette carte représente visuellement les points de contact, interactions et émotions vécues tout au long du parcours. Elle permet d'identifier les points de friction, moments de satisfaction et domaines à améliorer.

L'ESPACE ICI
PEUT ÊTRE
REPLI AVEC
VOS NOTES



Utiliser des éléments visuels tels qu'icônes, codes couleur ou graphiques pour transmettre l'information efficacement.

8. **Matrice d'Insights:** Créer une matrice résumant les insights et observations clés issus de la Carte d'Empathie. Utiliser des catégories ou thèmes comme lignes ou colonnes, et remplir la matrice avec les données pertinentes sous chaque catégorie. Ce format offre une vue d'ensemble concise des résultats synthétisés, facilitant l'identification des conclusions les plus importantes.

ASTUCES:

Modèles de storyboard sur Canva: <https://www.canva.com/templates/storyboards/>

Outil de création de personae sur Hubspot: <https://www.hubspot.com/make-my-persona>

Modèles de personae sur Xtensio: <https://xtensio.com/user-persona-template/>

Modèle de cartographie de l'expérience sur Miro: <https://miro.com/templates/experience-map/>