

## Persona Pro

Identité : Tom Praud

Données démographiques: 42 ans, marié 1 enfant

Activités professionnelles : Réalise de la veille concurrentielle pour un grand groupe de multimédia

Activités domestiques et de loisirs :

S'occupe de son enfant et sa famille, passionné de bons plans sur internet et des technos.

Buts et Tâches :

- Effectuer de la veille et rendre compte à ses supérieurs, périodiquement, sur :
  - o les projets de la concurrence ainsi que leur impact ;
  - o la santé médiatique de son entreprise ainsi que des projets de l'entreprise.
- Faire circuler de l'information ou commenter de l'information sur son entreprise sur la toile.
- Rédiger une newsletter mensuelle sur la santé médiatique de son entreprise.

Connaissances et expérience des technologies :

- Fait fréquemment des recherches sur l'actualité de l'entreprise et de ses concurrents.
- Sait utiliser des flux RSS.
- Partage de l'information via les réseaux sociaux et des sites web.
- Fait de la recherche dans un cadre professionnel.
- Utilise ou a utilisé des logiciels dédiés.

Usage des technologies :

- Possède un PC au travail ainsi qu'à la maison
- Se sert lors de ses déplacements de tablettes tactiles et autres dispositifs nomades.
- Est inscrit un compte sur plusieurs réseaux sociaux personnellement et professionnellement.
- Utilise souvent des logiciels dédiés pour son travail.

Attitudes à l'égard des technologies :

- Très attiré par les nouvelles technologies en général, et leur aide pour son travail ou son quotidien.
- Toujours intéressé pour tester et utiliser des nouveaux outils pour améliorer sa qualité de travail.
- S'en sert tous les jours.
- Confiant quant à l'utilisation d'internet pour la recherche de toutes sortes d'informations.

Communication :

- Reçoit énormément d'informations de tous types, prend en considération :
  - o Les votes ;
  - o Les commentaires ;
  - o Le nombre de fois que la page a été vue.
  - o Les sources d'informations
  - o L'impact de l'information
- Partage également beaucoup :
  - o Newsletter mensuelle par mail adressé à un grand nombre de membres de son entreprise
  - o Intra équipe ou avec ses supérieurs pour discuter de l'information et des choix à prendre quant au partage.
  - o Avec des veilleurs de groupes partenaires ou affiliés
  - o Sur les réseaux sociaux ou équivalents pour donner de l'information ou faire la promotion de son entreprise.

Citation : Je suis l'interface entre les utilisateurs et l'entreprise. Je ne dois rien louper pour qu'elle reste au meilleur niveau.

## Scénario :

Tom vient d'arriver dans ses bureaux, après avoir rapidement salué son équipe il vient directement s'asseoir derrière son bureau. Après avoir vérifié ses mails et ses comptes réseaux sociaux liés à l'entreprise, il se connecte au site. Ses informations sont enregistrées dans le navigateur, il peut donc se connecter à son compte professionnel. Il consulte les actualités sur ses propres filtres existants ainsi qu'un filtre de son historique. En effet, hier soir il avait découvert ce filtre réalisé par un veilleur d'une autre entreprise et après lecture il fallait qu'il y jette un œil. Au final, que ce soit par ses filtres pour celui de son historique il n'y a pas grand-chose de nouveau. Il décide donc de ne pas conserver ce dernier pour lui-même : les informations trouvées dedans ne sont pas très intéressantes, en plus la source de ce filtre n'est pas professionnelle ce qui n'enchant pas Tom.

Soudain, une notification apparaît, un veilleur d'une sous-société du groupe avec qui ils échangent souvent des informations vient de lui partager un filtre. Tom voit apparaître « Regarde ça, ça pourrait t'intéresser » ainsi qu'un lien vers le filtre assez simple qu'il venait de créer. Ce filtre contient uniquement quelques sources (flux RSS) filtrées sur les entreprises du groupe. Même si son interlocuteur n'est pas très intéressé par les informations du jour, il a partagé son filtre à Tom car des informations sur son entreprise remontent. Tom regarde, et en effet, sur un site qu'il ne suivait pas jusqu'à présent, un article ainsi que des commentaires assassins envers sa boîte ont été publiés. Il décide de réagir au plus vite pour ne pas laisser ces critiques négatives s'empiler sur ce site très populaire. Remis en question un de leurs produits dans la catégorie des disques de musique possède un défaut qui empêche une bonne écoute. Même si le problème est connu de l'entreprise, Tom doit renvoyer une bonne image de l'entreprise.

Pour cela, il commence par partager ledit filtre dans un groupe privé sur le site. Ce cercle privé contient certains décisionnaires du groupe qui pourront lui donner le feu vert. En attendant leur réponse, il décide de « fusionner » ce filtre avec un de ceux qu'il possède pour ne plus louper ces informations. Comme d'habitude, il rajoute dans un premier temps les sources ainsi que les termes puis va sur les résultats afin d'affiner son filtre. En effet, certaines actualités qu'il voit remonter ne sont pas pertinentes, il clique alors sur un bouton indiquant au site qu'il ne veut plus d'actualité de ce type afin d'affiner encore plus son filtre. Maintenant qu'il l'a mis à jour, même si tout est dynamique, il envoie un message sur différents groupes privés pour leur indiquer la mise à jour. Ces groupes privés ont en général accès à tous les filtres de Tom.

Dans l'après-midi, son supérieur lui a confirmé dans le groupe privé via une notification de réponse qu'un autre employé s'était chargé de répondre un commentaire sur la page évoquée. En effet, l'entreprise a décidé de donner une grosse compensation aux victimes du défaut : ils leur donneront accès gratuitement au téléchargement digital de l'album en attendant de leur en envoyer une nouvelle copie fonctionnelle. Tom est aussi responsable du profil officiel de l'entreprise sur le site, il s'y connecte donc et met à jour son filtre pour faire apparaître la page avec maintenant une réponse du géant du multimédia. C'est sur ce groupe qu'il partage un certain nombre de filtres avec tout le monde (les fans, les veilleurs de la concurrence, ...) où remontent en général uniquement les bonnes actions de l'entreprise ainsi que les critiques positives. Tom passe beaucoup de temps à affiner ce filtre car il est bon pour sa société qu'aucune « mauvaise » actualité n'apparaisse. Après tout, il doit maintenir la note du compte officiel et de ses filtres au top ! Il est tard, Tom décide alors de rentrer chez lui.

Une fois à la maison, Tom se pose sur son canapé et récupère la tablette tactile qui est posée juste à côté. Après avoir réalisé des recherches personnelles, sa conscience professionnelle revient au galop. Il va sur le site sans se connecter et recherche simplement (en tant qu'utilisateur anonyme) « multimédia » puis « musique » sur le site. Le profil et le filtre de « Inuversal Entreprise » remontent

assez haut dans la liste des résultats, Tom va plus loin en consultant son filtre, tout hors connexion. Apparaît alors en premier la page commentée par l'entreprise, avec bon nombre de commentaires positifs juste après la remarque, comme par exemple Paul qui a dit sur la page « J'étais blasé pour mon album, mais Inuversal vous gérez ! Super réactifs ! ». Alors qu'il consultait le filtre, un nouveau commentaire apparaît dynamiquement « Je fais un exposé sur Inuversal pour mes cours, ce filtre est plein d'informations intéressantes et très bien fourni en sources ! 5/5. Magali ». Tom est alors satisfait de son travail. Il repose alors sa tablette et esquisse un long sourire, avant de repartir voir sa fille qui crie à l'aide pour ses devoirs de maths.