



Carte d'empathie

Quels utilisateurs visez-vous ?

La carte d'empathie

Elle vous sert à mieux connaître votre cible en identifiant les éléments extérieurs qui lui sont proches et qui influencent son comportement d'utilisateur.

Cet outil permet d'aller au-delà des données statistiques afin de visualiser l'environnement, les comportements, les problèmes et les aspirations des utilisateurs que vous souhaitez toucher avec votre produit / service / projet, etc.

Cette méthode est applicable aussi bien en B2C (Business to Customer) qu'en B2B (Business to Business). Elle vise à créer une meilleure expérience utilisateur car elle prend en compte leur point de vue et identifie les moyens de répondre à leurs attentes.

Ce que votre cible **dit** et **fait**

Quelle est son attitude en public, son comportement avec les autres ?

Ce que votre cible **voit**

Qui sont ses amis, à quoi ressemble son environnement ?

Ce que votre cible **pense**
et **ressent**

Quelles sont ses préoccupations
majeures ?

Ce que votre cible **craint**

Quelles sont ses peurs, ses
frustrations, ses obstacles ?

Ce que votre cible **entend**

De ce que disent ses amis, son
entourage, ses collègues, ... ?

Ce que votre cible **veut**

Quels sont ses besoins, ses
attentes, ses désirs ?

À propos de la
carte d'empathie

Il s'agit d'un outil mis
au point par la société
XPLANE, agence de
conseil en design.

À propos de ce document

Il a été réalisé par Laurene Castor et il est enregistré
sous licence Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0)



Attribution : Laurene Castor. Ce(tte) œuvre est
mise à disposition selon les termes de la Licence
Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation
Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions
4.0 International.

L'icône en page de garde a été créée par Path Lord.

Design Thinking

le guide pratique :



laurenecastor.com