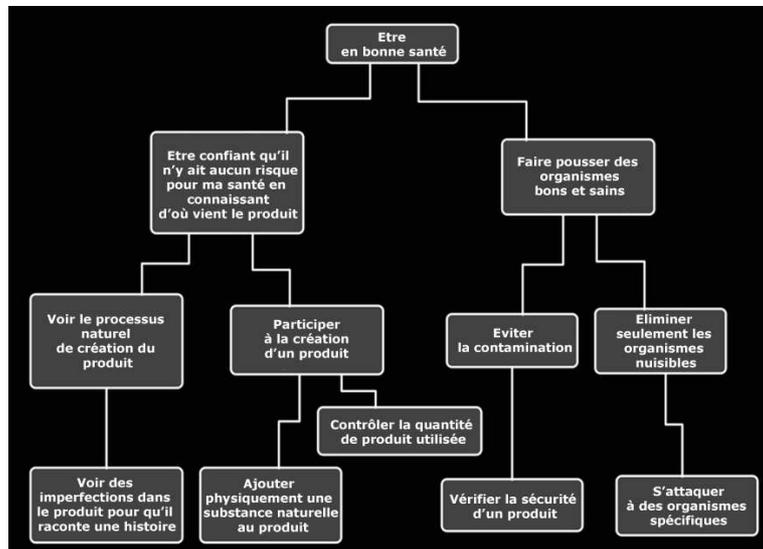


MÉTHODE

CREUSER LES BESOINS



POURQUOI creuser les besoins

En règle générale, demander «pourquoi» amène à des déclarations abstraites alors que demander «comment» rend ces déclarations plus spécifiques. Souvent les déclarations abstraites sont plus porteuses de sens, mais ne mènent pas directement à une action, et vice versa. Vous utilisez ainsi des questions de type « Pourquoi...? » pour creuser certains sujets lors des entretiens. En dehors d'un entretien, quand vous pensez aux besoins de quelqu'un, vous pouvez utiliser l'échelonnement Pourquoi-Comment pour matérialiser un certain nombre de besoins, et trouver un niveau de besoins à la fois significatif et concret.

COMMENT creuser les besoins

Lors de l'étude des besoins de votre utilisateur, commencez par un besoin significatif. Ecrivez ce besoin sur un tableau puis creuser à partir de là en demandant «pourquoi». Demandez-vous pourquoi votre utilisateur aurait ce besoin, et écrivez la réponse sous forme d'un autre besoin. Par exemple, «Pourquoi aurait-elle besoin de comprendre comment un produit a été fabriqué?» « Parce qu'elle doit avoir confiance que ce produit ne va pas nuire à sa santé ». Combinez vos observations et vos entretiens avec votre intuition pour identifier ce besoin. Ensuite, prenez ce besoin plus abstrait et demandez pourquoi encore une fois, pour créer un autre besoin. Écrivez chaque besoin sur la carte en-dessous du précédent. À un certain moment, vous arriverez à un besoin très abstrait, commun à presque tout le monde, tel que le «besoin d'être en bonne santé». C'est le sommet de la hiérarchie de besoin.

Vous pouvez également demander «comment» pour développer des besoins plus spécifiques. Montez ("pourquoi?") et descendez (comment?) de niveaux pour matérialiser un ensemble de besoins de votre utilisateur. Vous pourriez arriver à un besoin, puis redescendre. Dans l'exemple précédent, vous êtes monté à la «nécessité de comprendre d'où provient un produit. Ensuite, demandez «comment» pour identifier la «nécessité de participer au processus de création d'un produit». Il y aura aussi plusieurs réponses aux «pourquoi» et «comment». Ajoutez de nouvelles branches vers le bas.

Le résultat (après quelques peaufinages) est une hiérarchie de besoins qui dresse un tableau complet de votre utilisateur ou de votre persona. De façon alternative, vous pouvez utiliser cet outil pour vous concentrer sur un ou deux des besoins particulièrement importants.