

Bien
DÉTERMINER
VOTRE
PERSONA
en 18
questions
simples





Introduction

Un aspect important lors de la création d'un podcast est de bien définir le persona de son podcast. En effet, il s'agit d'un aspect hyper important pour obtenir un maximum d'impact sur son audience. C'est primordial de savoir exactement à qui on s'adresse lorsqu'on parle sur notre podcast.

Le persona va aussi nous aider à choisir nos invités pour nos émissions basées sur ce que notre auditoire veut entendre, les sujets dont nous allons traiter et bien plus encore. Le plus important est toutefois de se rappeler qu'il ne faut jamais parler comme si on s'adresse à un groupe, mais bien à UN seul individu.

Cet individu est en fait votre persona. Selon vos sujets d'émission, vous pouvez avoir

quelques personas (deux ou trois), mais lors d'un épisode, vous parlez toujours à un seul d'entre eux.

Pour vous aider à créer ce persona, cette personne qui représente votre auditoire, voici 18 questions simples mais combien importantes qu'il vous faut absolument répondre avec justesse.

18 questions pour déterminer votre persona!

1. Quelles sont ses données démographiques?
2. Quel est son emploi?
3. Quel est son niveau de scolarité?
4. Quel est son revenu?
5. Quelle est sa situation professionnelle?
6. À quoi ressemble sa journée type?
7. Quels sont ses défis?
8. Qu'est-ce que cette personne apporte à son entourage?
9. À quoi tient-elle le plus?
10. Où va-t-elle chercher de l'information?
11. Où cette personne pourra-t-elle consommer votre podcast?
12. Quelle est la relation qu'elle a avec vos produits ou services en ce moment même?
13. Que veut-elle le plus?
14. Quel est son plus grand besoin?
15. C'est très différent de ce qu'elle veut/souhaite.
16. A-t-elle besoin de reconnaissance, de confiance, etc.
17. Quelle est sa plus grande peur?
18. Que veut-elle régler comme problème?



Conclusion

Ça fait beaucoup de questions, mais vous devez y répondre pour vous assurer d'adresser votre podcast à un public cible précis. Plusieurs font l'erreur de vouloir toucher un maximum de personnes. Toutefois, vous avez plus de chance de réussir en vous concentrant et en important de la valeur à un groupe précis plutôt qu'en voulant trop en faire.

Aussi, n'oubliez pas que les études démontrent que les gens sont prêts à payer six fois plus pour régler un problème plutôt que pour seulement obtenir un bénéfice. C'est à y penser!

ACADÉMIE PODCAST

