

## PHASE 1 DÉFINIR

# Cartographie du parcours comportemental

Effort ●●●●●

### Objectif

Faire une cartographie qui vous permettra de suivre les décisions et les actions émanant de l'audience, identifier les contextes dans lesquels elles se déroulent et trouver les obstacles et les facteurs propices qui influent sur ces décisions.



### Temps requis

5–6 heures



### Participants

Equipe de recherche et de conception

### Comment utiliser cet outil

La cartographie du parcours consiste en un ensemble de moments communs que votre audience peut vivre. Bien qu'elle ne représente pas ce qui arrive à tout le monde au sein de votre segment d'audience, l'utilisation d'une cartographie du parcours est un bon point de départ pour vous aider à comprendre leurs expériences et à faire preuve d'empathie à leur égard. Utilisez l'une ou l'autre de ces maquettes pour pouvoir identifier les opportunités à fort impact, les zones d'ombre et les émotions qui y sont associées pendant ces moments.

1. **Définir le résultat ou le comportement.** Une fois le résultat défini, vous pouvez réfléchir aux différentes étapes du parcours et aux actions et décisions à prendre tout au long de celui-ci.
2. **Identifier l'audience.** Vous pouvez concevoir une cartographie du parcours pour plusieurs audiences. Par exemple, si vous étudiez la relation entre un individu et un prestataire de soins, vous voudrez peut-être comprendre les deux perspectives. Ou encore, sur la base de vos recherches, vous pouvez avoir différents segments de public que vous souhaitez mieux comprendre.
3. **Déterminez les éléments à cartographier.** Il peut s'agir de facteurs tels que ce qui se passe, ce qu'ils font, avec qui ils interagissent, ce qu'ils ressentent pendant ces moments, et/ou le contexte dans lequel le comportement survient.
4. **Cartographier.** Cartographier toutes les actions et décisions à partir du point de départ du parcours. Vous pouvez les adapter en fonction de vos besoins, en y ajoutant d'autres étapes.
5. **Identifier les opportunités.** Prenez note des opportunités, ainsi que des zones d'ombre ou des obstacles. Vous pouvez également réfléchir à la manière dont le genre et le pouvoir influent sur le parcours de votre audience.

## PHASE 1 : DÉFINIR

## Cartographie du parcours comportemental

AUDIENCE	<i>Quelles sont les personnes qui constituent votre audience?</i>					
	Etape	Etape	Etape	Considérations	<i>Il s'agit ici de prendre en compte les interventions antérieures ou existantes des utilisateurs lors de l'exécution de la tâche et la manière dont ces intentions seront affectées par notre intervention.</i>	
Décisions / Actions	<div style="display: flex; align-items: center; gap: 10px;"> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; width: 150px;"> <i>Chaque action ou décision que les utilisateurs peuvent ou ne peuvent pas exécuter.</i> </div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; width: 100px;"> <i>L'utilisateur décide de...</i> </div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; width: 100px;"> <i>L'utilisateur décide de...</i> </div> </div>					
Contexte	<i>Le(s) contexte(s) externe(s) qui affecte(nt) directement ou indirectement les actions ou la prise de décision des utilisateurs. Chaque détail peut faire une grande différence lorsqu'il s'agit de détecter des obstacles..</i>					
Obstacles	<i>Quels sont les obstacles qui affectent le comportement de l'utilisateur ?</i>					

## PHASE 1 : DÉFINIR

## Cartographie du parcours comportemental

AUDIENCE	<i>Quelles sont les personnes qui constituent votre audience?</i>					
	Etape	Etape	Etape			
<b>Considérations</b>	<i>Il s'agit ici de prendre en compte les interventions antérieures ou existantes des utilisateurs lors de l'exécution de la tâche et la manière dont ces intentions seront affectées par notre intervention.</i>					
<b>Etapes</b>	<i>Chaque action ou décision que les utilisateurs peuvent ou ne peuvent pas exécuter.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>L'utilisateur décide de...</i></li> <li><i>L'utilisateur décide de...</i></li> </ul>					
<b>Espaces</b>	<i>Où cela se passe-t-il?</i>					
<b>Interactions</b>	<i>Avec qui interagissent-ils ?</i>					
<b>Emotions</b>	<i>Que pensent-ils ou ressentent-ils ?</i>					
<b>Contexte</b>	<i>Le contexte externe qui affecte directement ou indirectement les actions ou la prise de décision des utilisateurs. Chaque détail peut faire une grande différence lorsqu'il s'agit de détecter des obstacles.</i>					
<b>Zone d'ombre</b>	<i>Quels sont les obstacles qui affectent le comportement de l'utilisateur ?</i>					
<b>Opportunités</b>	<i>Quelles sont les opportunités qui affectent le comportement de l'utilisateur ?</i>					

---

## Références

---

*Behavioural journey map as a product design process.* (2022, April). Medium. October, 2023 from <https://bootcamp.uxdesign.cc/behavioural-analysis-as-a-product-design-process-4870c8076a61>

Johns Hopkins Center for Communication Programs. (n.d.). Mural Template [Unpublished template].