NEUROPERSONA® · NIVEAU EXPRESS

Dirigeant·e de PME de 10 à 150 salariés

Un décideur seul face à beaucoup d'arbitrages, qui voit l'intérêt du digital et de l'IA mais n'avancera que si le premier pas est sûr, court et compréhensible.



Rapport d'exemple · octobre 2026

Exemple. Ce rapport illustre le niveau Express sur un profil fictive mais réaliste. Il ne décrit aucun client réel.

EN UN COUP D'ŒIL

Ce que vaut ce rapport



SOLIDITÉ DE CE NEUROPERSONA®

Étayé · 41/100

Des hypothèses appuyées par des données ou par vos réponses.

7 sourcé | 13 appuyé | 26 à valider

sur 46 informations

Normal pour un Express : il part de quelques informations et de données publiques. Vos réponses en Avancé, puis vos entretiens, feront monter l'aiguille.

MODE D'EMPLOI

Lire ce Neuropersona®

Profil

Dirigeant ou dirigeante d'une PME de 10 à 150 salariés

Objectif

Obtenir des rendez-vous « diagnostic IA et digital »

Contexte

France ; services B2B et industrie ; prospection à froid et réseau

Offre

Accompagnement Digitalease et Vous : diagnostic, priorités, outils IA et digitaux, formation

Légende de fiabilité

Sourcé

Appuyé sur une donnée publique citée dans les sources du rapport.

Appuyé

Déduit de plusieurs indices convergents (données, recherche, vos informations), sans preuve directe sur les personnes décrites.

À valider

Hypothèse plausible, à confirmer en interrogeant vos clients.

EN UNE PAGE

L'essentiel

MODE DOMINANT

Protection

Il cherche d'abord à ne rien perdre. L'envie d'avancer ne s'exprime qu'une fois rassuré.

Appuyé

OBJECTIF

Avancer sans risque

Faire progresser l'entreprise sans ajouter de charge ni de danger.

À valider

PEUR

Payer pour rien

Un projet inutile, ou des données exposées.

Appuyé

CRITÈRE N° 1

Savoir ce que ça coûte

En argent et en temps, noir sur blanc.

À valider

PREUVE DÉCISIVE

Un pair qui l'a fait

Une PME comparable, nommée, avec un résultat précis.

À valider

DÉCLENCHEUR

Voir les autres avancer

Un concurrent ou un pair qui passe à l'IA.

À valider

RAISON DE DIRE NON

« Pas le moment »

Manque de temps et d'énergie.

Appuyé

PROMESSE À TESTER

Savoir en une demi-journée

Où l'IA vous fera gagner du temps, et ce que cela demande.

À valider

DANS SES MOTS

Phrase-manifeste

> « Je veux que mon entreprise avance, parce que je sens que le monde change vite. Mais je crains de perdre du temps, de l'argent ou la maîtrise de mes données. Pour me décider, j'ai besoin de voir clairement le coût, les étapes, et un exemple chez quelqu'un comme moi. Je choisirai une solution qui me permet de progresser pas à pas, sans tout porter seul. »

QUI EST-CE ?

Profil socio-démographique

SEXE

81 % d'hommes, 19 % de femmes

Dirigeants de PME hors microentreprises, 2023

Sourcé D2

ÂGE

Non connu au niveau national

Repère régional : âge moyen proche de 48 ans en Grand Est

Sourcé D6

TAILLE D'ENTREPRISE

10 à 150 salariés

Pour l'Insee, une PME compte moins de 250 personnes

Sourcé D1

LOCALISATION

France

Région et zone urbaine ou rurale à préciser

À valider

STATUT

Fondateur, repreneur ou salarié

Non connu : à demander en entretien

À valider

SECTEURS VISÉS

Services B2B et industrie

Choix de cadrage de cet exemple

—

SITUATION

Souvent seul pour décider

49 % des dirigeants de PME-ETI se déclarent isolés

Sourcé D3

USAGE DE L'IA

Entre 1 sur 3 et 2 sur 5

31 % (10–19 salariés) à 42 % (50–249) utilisent un outil d'IA

Sourcé D5

CE QUE DISENT LES DONNÉES

Les chiffres clés

Côté protection

49 %

se déclarent isolés

45 % en 2016. Dirigeants de PME-ETI, 2026.

D3

65 %

vivent cet isolement comme un stress lié à la charge mentale

Même enquête Bpifrance, 917 dirigeants.

D3

52 %

s'inquiètent du piratage de leurs données

Même baromètre France Num.

D4

Côté développement

78 %

estiment que le numérique apporte des bénéfices réels

TPE et PME, 11 021 entreprises, 2025.

D4

LA MÉTHODE

Les 4 piliers de la décision

1

Contexte

La situation dans laquelle la décision se prend : contraintes, énergie, entourage.

2

Histoire

Ce que la personne a déjà vécu : achats passés, déceptions, réseaux, sens.

3

Chimie de la décision

Ce qui fait avancer ou freiner, lu à travers 6 repères.

4

Raccourcis mentaux

Les réflexes qui simplifient le choix, et comment les respecter.

Pilier 1 · Contexte

Situation	Arbitre seul entre clients, équipe, production et finances Appuyé D3
Énergie disponible	Faible : la charge mentale freine tout nouveau projet Appuyé D3
Environnement	Incertitudes économiques, énergétiques et politiques citées par les dirigeants Sourcé D3
Qui décide avec lui	Associé, expert-comptable, responsable financier, responsable d'équipe concerné À valider
Quand il cherche	Par moments courts entre deux urgences ; il approfondit le soir ou en fin de semaine À valider

Pilier 2 · Histoire

Achats passés	Des outils achetés puis peu utilisés ; des prestataires qui n'ont pas tenu parole À valider
Rapport au numérique	Convaincu de son utilité en général, prudent sur la sécurité Appuyé D4
Réseaux	Adhésion aux organisations patronales : 28 % en 2016, 19 % en 2026. Moins de pairs pour valider un choix Appuyé D3
Sens	75 % ont remis en question le sens de leur engagement dans l'année Sourcé D3
Parcours	Fondateur, repreneur ou dirigeant salarié : à demander en entretien À valider

CHIMIE DE LA DÉCISION

Pilier 3 · Mode dominant

Protection

Il se met d'abord à l'abri

Face à une décision incertaine, le cerveau passe en vigilance et économise ses ressources. Pour cette cible, c'est le réflexe principal : éviter de perdre du temps, de l'argent ou la maîtrise de ses données.

Il a envie d'avancer…

… mais seulement une fois rassuré. 78 % voient des bénéfices réels au numérique : l'envie existe, elle attend son feu vert.

Ce que cela implique : Rassurer d'abord, donner envie ensuite. Une promesse trop ambitieuse renforce la méfiance.

Appuyé D3 D4 R09 R10

MODE DÉVELOPPEMENT

Leviers qui font avancer

D · Désir et progrès — Moyen

Active : un gain de temps mesurable sur une tâche précise

Freine : les promesses vagues de « révolution de l'IA »

À faire : montrer la destination : une tâche, un gain

À valider

O · Lien et confiance — Fort

Active : la recommandation d'un pair ou de l'expert-comptable

Freine : la pression commerciale, le jargon

À faire : passer par les prescripteurs, montrer les visages

Appuyé D3

S · Statut et reconnaissance

Moyen

Active : rester un dirigeant compétent, qui garde la décision

Freine : se sentir dépassé ou remplacé par l'outil

À faire : valoriser son expertise métier

À valider

E · Apaisement et facilité

Fort

Active : un premier pas court, « on s'occupe de la mise en place »

Freine : « encore un outil », un projet qui mobilise l'équipe

À faire : écrire le temps demandé, réduire chaque effort

Appuyé D3

MODE PROTECTION

Leviers qui freinent

NOR-A · Alerte et risque

●●● Fort

Peur de ne pas changer : se faire distancer par ses concurrents

Peur du changement : exposer ses données, perdre de l'argent

Preuve attendue : des règles de sécurité écrites, un engagement limité

À faire : réduire le risque avant d'augmenter la promesse

Appuyé D4

CORT · Incertitude et contrôle

●●● Fort

Active : savoir combien, combien de temps, qui fait quoi

Freine : un prix « sur devis » sans repère, une durée floue

Preuve attendue : périmètre, étapes, prix, conditions de sortie

À faire : rendre la suite prévisible

À valider

LÉGENDE

Les 6 repères DOSE + NORACORT

D

Désir et progrès

Dopamine · mode Développement

O

Lien et confiance

Ocytocine · mode Développement

S

Statut et reconnaissance

Sérotonine · mode Développement

E

Apaisement et facilité

Endorphines · mode Développement

NOR-A

Alerte et risque

Noradrénaline et adrénaline · mode Protection

CORT

Incertitude et contrôle

Cortisol · mode Protection

Des repères, pas des mesures : les molécules servent à nommer six leviers de décision. Elles ne sont jamais mesurées chez vos clients.

LÀ OÙ LA DÉCISION BLOQUE

3 tensions

D Dopamine × **NOR-A** Noradrénaline et adrénaline

« Je sais que l'IA peut m'aider, mais je ne veux pas prendre de risque avec mes données ni avec mon argent. »

Réponse : Un diagnostic à périmètre limité et à prix fixe, avec les règles sur les données écrites dès le départ.

Appuyé

CORT Cortisol × **E** Endorphines

« Je veux comprendre avant de décider, mais je n'ai pas le temps de tout lire. »

Réponse : Une information à deux niveaux : une synthèse lisible en une minute, puis le détail pour qui le veut.

À valider

S Sérotonine × **O** Ocytocine

« Je veux être accompagné, mais rester celui qui décide. »

Réponse : Une posture de copilote : le prestataire propose et explique, le dirigeant tranche.

À valider

SES RÉFLEXES

Pilier 4 · Raccourcis mentaux

« Je fais comme les autres »

Preuve sociale

Observation : Se rassure si des dirigeants comparables l'ont fait

Usage éthique : Témoignages de PME de taille et de secteur proches

Ne jamais : Inventer des avis ou des chiffres

À valider R26 R27

« Je reproduis mes habitudes »

Biais du statu quo

Observation : Ne rien changer paraît plus sûr

Usage éthique : Reconnaître le coût du changement ; essai réversible

Ne jamais : Dénigrer ses choix passés

À valider R22

« Je détecte plus vite les menaces »

Aversion aux pertes

Observation : Une perte possible pèse plus qu'un gain équivalent

Usage éthique : Chiffrer honnêtement le coût de l'inaction

Ne jamais : Dramatiser, créer une fausse urgence

Appuyé R17 R21

« Je choisis la solution la plus simple »

Évitement de l'effort

Observation : L'option la plus facile à comprendre l'emporte

Usage éthique : Une seule offre d'entrée, claire

Ne jamais : Cacher la complexité réelle

À valider R43 R46

« Je préfère ce que je connais »

Familiarité

Observation : Préfère un interlocuteur local, déjà croisé

Usage éthique : Être présent dans ses réseaux

Ne jamais : Se faire passer pour un proche

À valider R46

ÉTAPE PAR ÉTAPE

Parcours de décision

Étape 1 **Déclencheur** NOR-A	« Est-ce que je prends du retard ? »	**À lui donner :** Un constat concret de son secteur, sans alarmisme **Où :** LinkedIn, pair, expert-comptable
Étape 2 **Recherche** D	« Que peut faire l'IA chez moi ? »	**À lui donner :** 3 usages précis pour une PME comme la sienne **Où :** Google, articles, webinaire court
Étape 3 **Comparaison** O	« Qui peut m'aider sans me noyer ? »	**À lui donner :** Des visages, des références, une méthode en étapes **Où :** Site, recommandation
Étape 4 **Réassurance** CORT	« Combien, combien de temps, et si ça ne marche pas ? »	**À lui donner :** Prix, durée, conditions de sortie, données protégées **Où :** Page offre, appel
Étape 5 **Décision** E	« Mon équipe suivra-t-elle ? »	**À lui donner :** Le temps demandé à l'équipe ; l'accompagnement inclus **Où :** Rendez-vous
Étape 6 **Après** S	« Ai-je bien fait ? »	**À lui donner :** Un premier résultat visible et valorisant pour lui **Où :** Bilan, restitution

OÙ LE TROUVER

Canaux par ordre d'importance

1 Recommandation
Pairs, expert-comptable, réseau personnel
Le canal le plus crédible quand il se sent seul pour décider
À valider

2 LinkedIn
Posts de cas concrets, échanges directs
Veille professionnelle, entre deux rendez-vous
À valider

3 Recherche Google
Articles et pages « IA pour PME »
Quand le besoin est déclenché, il cherche des réponses précises
À valider

4 Réseaux d'affaires locaux
CCI, clubs de dirigeants, petits-déjeuners
Rencontrer en confiance ; adhésion en baisse, à cibler
À valider

5 Webinaires courts
30 minutes maximum, un cas concret
Comprendre sans se déplacer
À valider

6 E-mail de prospection
Court, personnalisé, une seule demande
Utile en relance, faible à froid
À valider

QUOI DIRE

Kit communication · Message

Message principal	Savoir en une demi-journée où l'IA vous fera gagner du temps
Bénéfice	Des priorités claires, sans projet lourd
Preuve	Le cas d'une PME comparable, avec un résultat chiffré
Réassurance	Prix fixe, données protégées, aucune obligation de suite
Appel à l'action	« Réserver mon diagnostic »

Ton : Direct, calme, d'égal à égal.

Un dirigeant qui parle à un dirigeant : des faits, des exemples, pas de superlatifs.

Accroches

« L'IA dans votre PME : par où commencer, sans y passer vos soirées. »

« Ce que l'IA peut faire chez vous, chiffré, en une demi-journée. »

COMMENT LE DIRE

Kit communication · Mots et visuels

Mots à employer

gagner du temps · priorités · concret · pas à pas · vos données restent chez vous · prix fixe · votre équipe

Mots à éviter

~~révolution~~ · ~~disruption~~ · ~~transformation totale~~ · ~~jargon technique (LLM, prompt, API)~~ · ~~« offre limitée »~~

Visuels

Vrais dirigeants et vraies équipes au travail ; captures de livrables ; schémas en étapes. Pas de robots, pas de cerveaux lumineux.

POUR VOS COMMERCIAUX

Kit commercial · Rendez-vous

Questions de découverte

1. Quelle tâche vous prend le plus de temps sans créer de valeur ?
2. Avez-vous déjà essayé un outil ou un prestataire sur ce sujet ? Qu'est-ce qui a manqué ?
3. Qui d'autre doit être convaincu pour lancer un projet ?
4. Qu'est-ce qui vous ferait dire dans 3 mois que c'était une bonne décision ?
5. Qu'est-ce qui vous inquiète le plus avec l'IA ?

Prêt à avancer

Cite une tâche précise ; propose d'associer un collaborateur ; demande un calendrier.

Pas encore prêt

Parle d'IA en général ; renvoie à « plus tard » ; personne pour suivre le projet.

Autres décideurs

Expert-comptable ou financier, un responsable d'équipe, un associé

RÉPONDRE SANS FORCER

Kit commercial · Objections

« Je n'ai pas le temps. »	E	Dire exactement combien d'heures le diagnostic lui demande, et ce qui se fait sans lui.
« Et nos données ? »	NOR-A	Expliquer où vont les données, ce qui n'est jamais envoyé, et le cadre RGPD.
« Combien ça va me coûter au final ? »	CORT	Prix fixe du diagnostic ; fourchette réaliste pour la suite ; aucune obligation.
« On a déjà essayé, ça n'a rien donné. »	S	Lui faire raconter ce qui a manqué, puis montrer ce qui change dans la méthode.
« Mon équipe ne suivra pas. »	O	Associer un référent dès le départ ; formation et suivi prévus.

HYPOTHÈSES À VÉRIFIER

Passer au niveau supérieur

Le mode Protection domine	Question d'entretien : Racontez votre dernière décision d'investissement : qu'est-ce qui vous a fait hésiter ?
Le temps est le frein n°1	Question d'entretien : Qu'est-ce qui vous a empêché de lancer ce projet plus tôt ?
L'expert-comptable est le prescripteur clé	Question d'entretien : À qui avez-vous demandé conseil la dernière fois ?
La sécurité des données bloque	Question d'entretien : Qu'est-ce qui vous inquiète avec l'IA ?
Un prix fixe rassure plus qu'un devis	Question d'entretien : Montrer les deux formulations et observer la réaction.

Signal de réfutation : Si les dirigeants interrogés parlent surtout de croissance rapide, décident en quelques jours et délèguent déjà le numérique, le mode Développement domine : il faut créer un segment distinct.

6 entretiens minimum par segment, dont des prospects qui n'ont pas acheté.

ÉTHIQUE

Garde-fous et fiabilité

Ce qu'il ne faut jamais faire avec ce profil

- ✕ Fausse urgence, fausse rareté, compte à rebours
- ✕ Amplifier la peur de l'IA ou du déclassement
- ✕ Promettre un gain chiffré sans cas réel
- ✕ Présenter une molécule comme une mesure de la cible

Niveau de fiabilité

Niveau Express : rôle, objectif, contexte et offre, complétés par 6 sources publiques. Aucun client interrogé.

Portée scientifique : la méthode s'appuie sur des travaux publiés, qui ne la valident pas eux-mêmes. Les références citées éclairent un mécanisme ; elles ne mesurent pas vos clients.

Sources

Données

D1 · Insee, « Le tissu productif français par catégorie d'entreprises en 2023 », Insee Focus n° 372, 10/12/2025. Lien

D2 · Berardi N., Bureau B., « La part des femmes parmi les dirigeants d'entreprises françaises croît progressivement », Bulletin de la Banque de France n° 257/1, 2025. Lien

D3 · Bpifrance Le Lab, « Les nouveaux visages de la solitude des dirigeants de PME-ETI », 30/06/2026. Lien

D4 · Ministère de l'Économie (DGE), « Les enseignements du baromètre 2025 de France Num », 16/09/2025. Lien

D5 · Institut supérieur des métiers, « Baromètre France Num 2025 : une diffusion rapide de l'IA… », 16/10/2025. Lien

D6 · Insee, Insee Analyses Grand Est n° 143, mai 2022 (périmètre régional). Lien

Références scientifiques

R09 · Elliot A. J. (2006). The Hierarchical Model of Approach-Avoidance Motivation. Motivation and Emotion, 30, 111–116. https://doi.org/10.1007/s11031-006-9028-7

R10 · Higgins E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. American Psychologist, 52, 1280–1300. https://doi.org/10.1037/0003-066X.52.12.1280

R17 · Kahneman D., Tversky A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. Econometrica, 47, p. 263 et suivantes. https://doi.org/10.2307/1914185

R21 · Brown A. L., Imai T., Vieider F. M., Camerer C. F. (2024). Meta-analysis of Empirical Estimates of Loss Aversion. Journal of Economic Literature, 62, 485–516. https://doi.org/10.1257/jel.20221698

R22 · Samuelson W., Zeckhauser R. (1988). Status quo bias in decision making. Journal of Risk and Uncertainty, 1, 7–59. https://doi.org/10.1007/BF00055564

R26 · Cialdini R. B., Goldstein N. J. (2004). Social Influence: Compliance and Conformity. Annual Review of Psychology, 55, 591–621. https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142015

R27 · Goldstein N. J., Cialdini R. B., Griskevicius V. (2008). A Room with a Viewpoint: Using Social Norms to Motivate Environmental Conservation in Hotels. Journal of Consumer Research, 35, 472–482. https://doi.org/10.1086/586910

R43 · Kool W., McGuire J. T., Rosen Z. B., Botvinick M. M. (2010). Decision making and the avoidance of cognitive demand. Journal of Experimental Psychology: General, 139, 665–682. https://doi.org/10.1037/a0020198

R46 · Alter A. L., Oppenheimer D. M. (2009). Uniting the Tribes of Fluency to Form a Metacognitive Nation. Personality and Social Psychology Review, 13, 219–235. https://doi.org/10.1177/1088868309341564

R49 · Mathur A., Acar G., Friedman M. J., Lucherini E., Mayer J., Chetty M., Narayanan A. (2019). Dark Patterns at Scale. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 3, 1–32. https://doi.org/10.1145/3359183