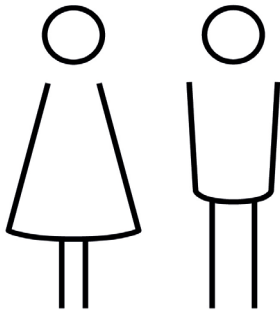


Personas

Personas charakterisieren die typischen Vertreter eurer Zielgruppe. Die Persona-Entwicklung hilft euch dabei, Bedürfnisse eurer Zielgruppe zu verstehen und zu beschreiben. Außerdem unterstützt sie euch, Produkteigenschaften und Funktionalitäten zu identifizieren, damit euer Produkt langfristig Erfolg hat.



Warum eine Persona erstellen?

Ihr fragt euch jetzt bestimmt „Warum soll ich jetzt noch eine Persona erstellen, wenn ich doch schon eine Zielgruppenanalyse durchgeführt habe?“

Personas helfen euch allen dabei, die **Entwicklungsprozesse auf die Bedürfnisse eurer Nutzer und vor allem auf eure Zielgruppe, die ihr vorher ermittelt habt, auszurichten**. Dabei könnt ihr die Wünsche eurer Zielgruppe von den tatsächlichen Anforderungen besser abgrenzen und eure Persona wird übersichtlicher und strukturierter. Wichtige Informationen werden von unwichtigen getrennt.

Außerdem verstehen alle beteiligten Personen die erstellten Personas. Denn **jede Persona hat einen konkreten Namen und ein konkretes Gesicht**. Sie ist sehr bildlich beschrieben, sodass man einfach eine genaue Vorstellung einer bestimmten PERSON im Kopf hat. Jeder kann sich in die Personas hineinversetzen und **Bedürfnisse und Anliegen erkennen**.

Was außerdem noch ein großer Vorteil ist: ihr könnt auch zwei Personas erstellen, die die **Extrema eurer Zielgruppe ausmachen**. An einem Beispiel: Eure Zielgruppe ist zwischen 18 und 50 Jahre alt. Nun könnt ihr eine Persona erstellen, die 18 Jahre alt ist und eine die 50 Jahre alt ist. Wenn ihr euer Produkt entwickelt könnt ihr immer wieder die Personas zur Hand nehmen und schauen, ob es auch die Bedürfnisse dieser doch recht unterschiedlichen Altersgruppen erfüllt.

Kernfrage

Welche Eigenschaften hat ein typischer Vertreter eurer Zielgruppe (ggf. mehrere)?

Die Personas immer mit dabei!

Nachdem ihr die Personas erstellt habt, ist es wichtig, dass ihr die **Personas sichtbar macht**. Das heißt, ihr hängt sie in Form von Plakaten oder Postern gut sichtbar in ein Zimmer was ihr während des gesamten Projektes benutzt, oder legt es ausgedruckt bei euren Treffen mit auf den Tisch. So habt ihr eure Personas immer vor Augen und könnt euch immer an den **Bedürfnissen der Personas orientieren**.

Bei allen Entscheidungen zur Ausgestaltung eures Produkts oder eurer Dienstleistung versucht ihr euch dann in eure Personas hineinzusetzen. So verliert ihr nie die Bedürfnisse eurer späteren Kunden aus den Augen.

Entwerft für jede Persona ein Bild, so habt ihr eure Personas auch immer visuell vor den Augen und könnt sie euch besser vorstellen und euch ihren Bedürfnissen anpassen.

Bild eurer Persona
(Ihr könnt diese auch selber zeichnen)

NAME DER PERSONA

Hier steht ein aussagekräftiges Zitat, welches die Persona, ihre Probleme oder Ziele näher beschreibt.

MOTIVATION & ZIELE

Was sind die größten Herausforderungen?
Welche Ziele besitzt die Persona?

DEMOGRAFIE

Alter
Berufsbezeichnung
Familie
Wohnort
Einkommen

AUFGABEN & AKTIVITÄTEN

// Hier stehen berufliche Aufgaben oder Aktivitäten der Persona
// Wie sieht ein typischer Arbeitstag aus?
// Was sind typische Verhaltensmuster und Vorgehensweisen der Persona im jeweiligen Kontext?

Hier können typische Vorgehensweisen in Form einer kurzen Szenario-Beschreibung festgehalten werden.

Hintergrund

fachlich, technologisch,
produktbezogen

// Welche Kenntnisse besitzt die Persona?
// Welche Werkzeuge verwendet die Persona im Arbeitsalltag?

Nutzungskontext

(Intensität, Frequenz,
Randbedingungen)
// In welchem Kontext nutzt die Persona das Produkt oder den Service?

Probleme & Herangehensweisen

// Welche Probleme besitzt die Persona mit dem Produkt oder dem Service?
// Wie sieht die Herangehensweise zur Bewältigung dieses Problems aus?

Zukünftige Ansprüche an das Produkt oder den Service:



Bild eurer Persona

NAME DER PERSONA

MOTIVATION & ZIELE

DEMOGRAFIE

AUFGABEN & AKTIVITÄTEN

Hintergrund

Nutzungskontext

**Probleme & Heran-
gehensweisen**

Zukünftige Ansprüche an das Produkt oder den Service: