

PERSONA

Doel: Cultiveer inlevingsvermogen in de mensen voor wie je ontwerpt

Een persona is een realistische beschrijving van een denkbeeldige gebruiker van je product of dienst. Het maken van een persona kan het ontwerpproces ondersteunen door nadruk te leggen op het ontwikkelen van een product of dienst voor individuele mensen en de types interacties die ze aangaan, in plaats van voor abstracte beschrijvingen van de gehele groep. Door zich in te leven in een persona, een bestaande gebruiker, of een groep gebruikers kan een ontwerper zich focussen op de mensen voor wie een product of dienst bedoeld is.

Het ontwikkelen van persona's is een methode die is ontstaan in interaction design (het ontwerp van interacties voor bijvoorbeeld software). De manier waarop een interactie ontworpen wordt, kan deels gebaseerd worden op de beoogde gebruikers van het product of de service. Vergelijk het ontwerp van software die functioneel moet zijn voor zowel experts als beginners. De interface voor de laatste groep kan gericht zijn op het visueel ondersteunen van de interactie, terwijl de expert misschien sneltoetscombinaties wil gebruiken. Persona's kunnen ook bruikbaar zijn voor productontwerp of in de context van marketing.

Een document dat wordt gemaakt tijdens het ontwikkelen van persona's, zoals bijvoorbeeld met het werkblad op de volgende pagina, kan dienen als herinnering aan de oefening van het zich inleven in de persona. Daarnaast kunnen persona's nuttig zijn voor de communicatie naar stakeholders.

FASE 1:

Exploreren

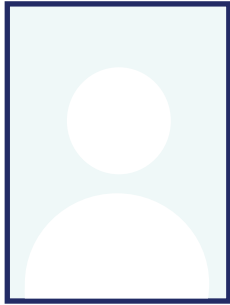
STAP 1:

Begrijpen

Hoe gebruik ik het?

- 1 Onderzoek** de gebruikers van het product of de dienst bijvoorbeeld door hen te interviewen of door hen uit te nodigen voor een focusgroep.
- 2 Organiseer** een workshop met stakeholders van het project (van verschillende departementen).
- 3 Verdeel** de groep in teams van 3 tot 5 personen. Elk team maakt een persona op basis van een bepaalde doelgroep. Het kan makkelijker zijn om je in te leven in een persona als je deze baseert op een persoon die je kent.
- 4 Bespreek** de kenmerken, doelen, motivaties en frustraties van de persona. Maak persona's geloofwaardig door in voldoende detail te treden en baseer persona's op praktijkonderzoek. Een teamlid van elk team pitcht de persona in de eerste persoon naar de andere teams.
- 5 Selecteer** eventueel de meest relevante persona's.

PERSONA



Naam:

Leeftijd:

Rol:

Bijv. moeder van een 5-jarige, wiskunde-professorm ontwikkelaar van iOS-applicaties

Quote:

Begin bijvoorbeeld met: "Ik wil graag..."

Motivatie

Waarom is de persona gemotiveerd om het product of de service te gaan gebruiken?

Andere opmerkingen

Noem andere relevante informatie, zoals de vaardigheden, de persoonlijkheid of het gedrag van de persona.

FASE 1:

Exploreren

STAP 1:

Begrijpen

Doelen

Taken die de persona wil volbrengen.

Frustraties

Wat zijn problemen waar de persona op dit moment tegenaan loopt?

Hoe kan het product/de service deze problemen oplossen of de situatie verbeteren?