

hamburg@work

Durch die Augen des Kunden die Personas Methode

Definition, Abgrenzung, Anwendung

Hamburg, den 26. Januar 2021

Franziska - GF Innovation Strategy

- Kommunikationsstrategie
- ↳ Marke und Unternehmensstrategie
- ↳ Innovationsstrategie
- ↳ Digitale Transformation
- ↳ Beschleunigung von Produkten und Services mit Fokus auf digitale Umfelder

Handel, FMCG, Finanzen & Versicherung, Energie, Medizintechnologie, Medien sowie Non Profits.



Moin

Das X-0 Innovationslabor:

Wir beschleunigen Innovationsprozesse.

Durch Inspiration, kreative Techniken, Prototyping, frühe Tests und schlanke Prozesse unterstützen wir Unternehmen schneller und besser Neuheiten zu entwickeln.



X
0

Was wir heute machen

- 1 Persona Definition und Abgrenzung
- 2 Persona Erstellung und Einsatz
- 3 Übung
- 4 Fragen und Antworten

Frage zum Einstieg

Wie Erfahrung hast
du mit Personas?

- keine Erfahrung
- wenig Erfahrung
- einige Erfahrung
- Ich bin schon Profi.

Frage zum Einstieg

Was spricht gegen die Verwendung von Personas?

- Zeitmangel
- Sinn ist mir nicht klar
- Experte fehlt im Haus
- andere

Persona

Definition und Abgrenzung

Definition

Eine Persona ist eine fiktive Figur, die aus realen Eigenschaften unserer Zielgruppen definiert wird.

Definition

Hintergrund

Persona ursprünglich =
Die Masken, die Schauspieler im alten
Rom aufgesetzt haben.



Persona

Maximale Zuspitzung auf eine Person
als Vertreter eine Gruppe

Fokus auf Ziele, Motive und Barrieren

vs.

Zielgruppe

Abbildung einer Gruppe

Fokus (idealerweise) auf Lebensstil,
oft aber auch Demographie

-> Segmentierung =
quantifiziertes Zielgruppen Cluster
mit harten Zahlen dahinter

Persona



Traveling Tara

Age: 27 years old
 Occupation: Web Designer
 Location: New York City, NY

“ I love traveling with friends to our favorite locations, but I'm weary of visiting new places by myself. ”

Bio

Tara is a 27 year old Web Designer living in New York City, NY. She's single and is very sociable.

She enjoys going to the beach and traveling whenever she can whether it's to Paris or back home in Philadelphia to visit family.

She doesn't mind traveling alone if it's a place she's familiar with but would rather travel to new places with other people. She's close with her family and keeps in constant contact with them.

Data by: Morgan R. Nimmons

Needs

- A way to feel more safe when traveling to new places alone.
- The ability to find out about the new place she's traveling to.

Behaviors

- Loves to travel frequently.
- Visits home to see family whenever she can.
- Tells family her whereabouts when traveling.
- Travels alone to places she's been to before.

Goals

- Carry something with her to protect herself.
- Find an app that would make her feel safer when traveling alone.

Frustrations

- Unaware of common practices/culture when traveling to new places.
- Feels more vulnerable to being a victim of crime when alone because she's a woman.

VS.

Zielgruppe



Business Users

"Traveling is a large part of my job and I seek to minimize my travel time and expenses."

4+ Trips/Month Tech-Savvy

Shopping Preferences



Channels



Frequent Travelers

"I want to find cheaper flights for my job and vacations without much hassle."

3+ Trips/Month Cost-Conscious

Shopping Preferences



Channels



Occasional Travelers

"Most of my travels are vacations so I hope to minimize hassles of exchange flights and delays."

1 Trip/Month Fun-Seeking

Shopping Preferences



Channels



Definition

Vorteile der Persona

- Menschen verstehen
- Konkretes Hineinversetzen
- Echte Nutzerperspektive




Persona

Erstellung und Einsatz

Definition

Personas entstehen durch eine dichte Beschreibung, die ethnografische Forschungsdaten fiktiv zuspitzt und die Figuren damit lebendig macht.

Full Name



"A quotation that captures this person's personality."

Age: 1-100
 Work: Job title
 Family: Married, kids, etc.
 Location: City, state
 Character: Type

Trait
Trait
Trait
Trait

Goals

- The goals this user hopes to achieve.
- A task that needs to be completed.
- A life goal to be reached.
- Or an experience to be felt.

Frustrations

- The frustrations this user would like to avoid.
- The obstacle that prevents this user from achieving their goals.
- The problems with the solutions already available.
- The product or service that currently does not exist.

Motivations

Incentive




Fear

Achievement

Growth

Power

Social

Personality

Introvert Extrovert

Analytical Creative

Conservative Liberal

Passive Active

Bio

The bio should be a short paragraph to describe the user journey. It should include some of their history leading up to a current use case. It may be helpful to incorporate information listed across the template and add pertinent details that may have been left out. Highlight factors of the user's personal and of professional life that make this user an ideal customer of your product.

Preferred Channels

Traditional Ads

Online & Social Media

Referral

Guerrilla Efforts & PR

*Bild &
Collage Lifestyle*

Lebenssituation

Wie würde sie/er sich in drei Sätzen vorstellen?

Woran erkenne ich sie/ihn auf der Straße?

Ziele

Aufgaben

Motivatoren

Schmerzpunkte

Name:

Alter:

Bildungsstand:

Familienstand:

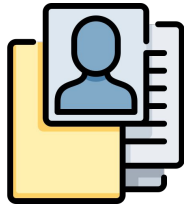
Techniknutzung

Kommunikation & Kanäle

Potential

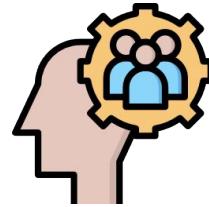
Wie geht das genau?

Entwicklung einer Persona



SEKUNDÄR & HYPOTHESE

Annahmen zu Motiven
und Lebensstil Screening
Kriterien



PRIMÄRFORSCHUNG

Tiefeninterviews
Beobachtung
Prototypen Test
Tagebuch etc.

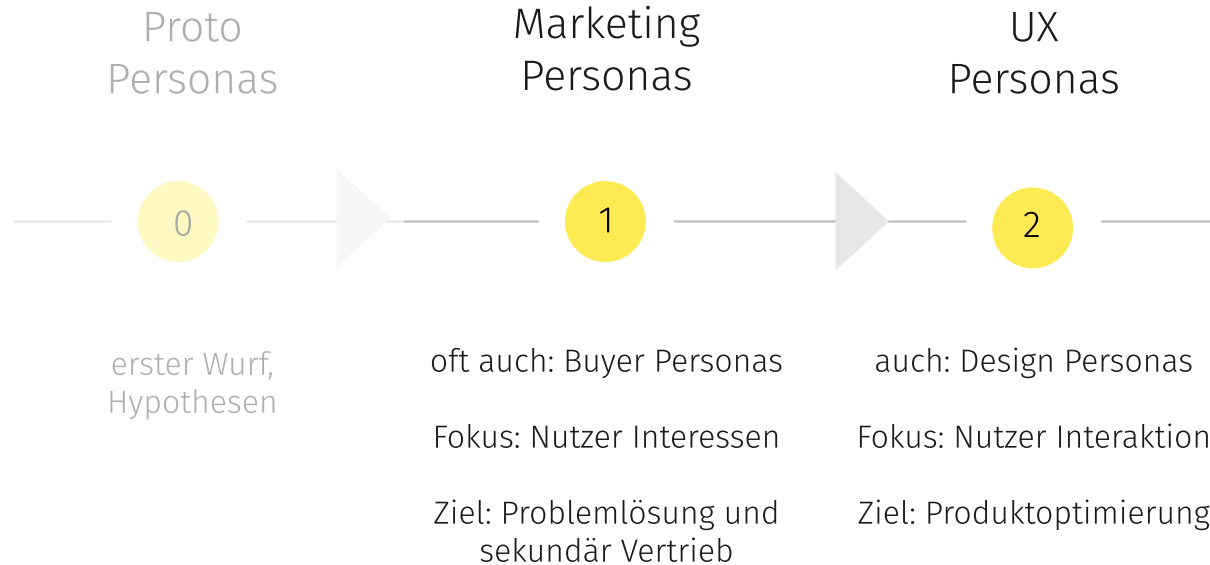


VERDICHTUNG

Template
Visualisierung

Wie geht das genau?

Persona Typen

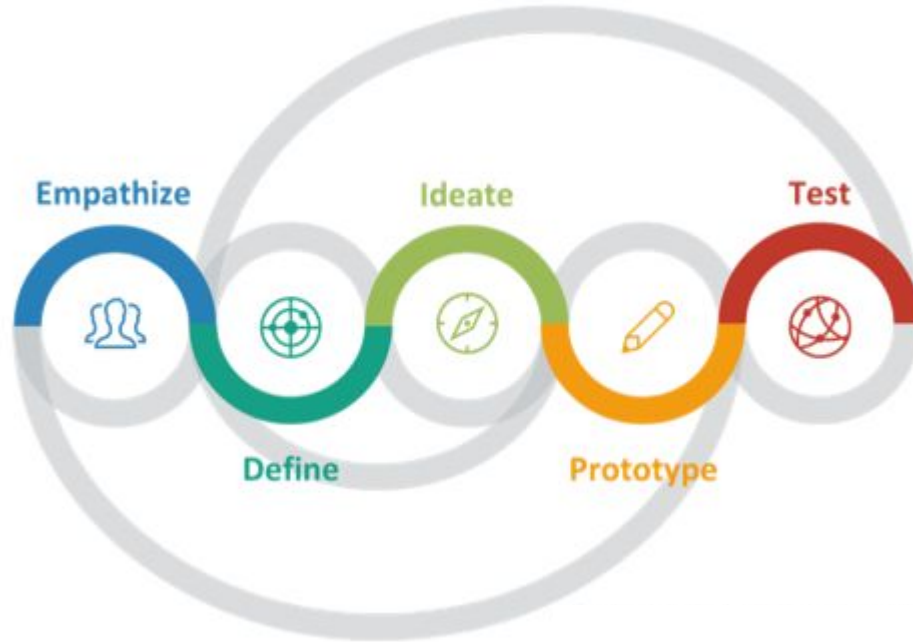


Anwendung von Personas

- gemeinsames Verständnis
- Alignment von Teams
- strategische Grundlagen oder Hypothesen Überprüfung
- Sprungbrett in Problemlösung, Produkt- und Service-Entwicklung oder Produktoptimierung



Nutzerzentrierte Produktentwicklung



Case Study

Keine Nutzerzentrierung
= keine Relevanz = Geld ↓

Failure Case: e-Post Brief der DHL

Zielgruppe privat: Briefeschreiber in einer
digitalen Welt

Persona Ziele: echte Verbundenheit, etwas
Bleibendes schenken



Nutzerzentrierung = Relevanz = Geld

Best Case: e.On Zähler App

Zielgruppe privat: Manager im Haushalt

Ziele: gutes Leben, Zeit für die Familie

Aufgaben: Orga von Nebenkosten muss sein

Pains: Zeitaufwand, Nachverfolgbarkeit,
keinerlei Belohnung

Neue App löst alle Pains auf



Persona

Übung

X
0

Buyer Personas für den Reisemarkt

Wir führen ein Mini Interview und übersetzen die Erkenntnisse in eine Persona.

Breakout Rooms a 3 Personen
15 Minuten Interview
10 Minuten Verdichtung

Vorstellung in der großen Runde
(jede Gruppe hat 5 Minuten)

Teamaufteilung

- 1 - Nutzer (pot. Buyer) - A
- 2 - Interviewer - B
- 3 - Analyst - C

*Bild &
Collage Lifestyle*

Wie würde sie/er sich in drei Sätzen vorstellen?

Ziele

Aufgaben

Das macht eine perfekte Reise für mich aus:

Motivatoren

Schmerzpunkte

Name:

Beschäftigung

Familienstand

Potential



Kontakt

Vielen Dank!



Weitere Fragen und Verknüpfung gern via:

Franziska Luh

Geschäftsführerin | Innovation Strategist
franziska.luh@xo-projects.de

+49 40 18073 826

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/franziskaluh/>
XING: https://www.xing.com/profile/Franziska_Luh/cv

X-0