

Kurzbeschreibung & Zweck

Personas sind fiktive Charaktere, die definiert werden, um die verschiedenen Arten von Nutzern zu repräsentieren, die eine Dienstleistung, ein Produkt, die Website oder eine Marke auf ähnliche Weise nutzen könnten. Dadurch sollen die Anforderungen, Erfahrungen, Gewohnheiten und Ziele besser verstanden werden.

Ereignisse

Einsichten gewinnen

Dimensionen

Fokus & Orientierung

Aufwand

3 - mittel

Kompetenz

2 - Beginner

Dauer

bis 4h

Rahmenbedingungen & Vorbereitung

Du brauchst dafür: Eine Vorlage bzw. Struktur zur Erfassung der relevanten Informationen

Vorbereitung: Bei dieser Methode ist es hilfreich, die zu befragende Zielgruppe vorzubereiten und sie zu befragen, um relevante Informationen zu erhalten.

Wofür gut geeignet?



Personas liefern nützliche Informationen, die dir helfen können, deine Botschaft zur richtigen Zeit an die richtigen Personen zu übermitteln. Sie erleichtern zudem die Marktforschung, gezielte Werbung, Usability-Tests und Keyword-Recherche. Personas helfen Designern dabei, Einfühlungsvermögen und Verständnis für die Endbenutzer zu entwickeln. Mit Hilfe von Personas können bestimmte und relevante Zielgruppen aus einer anderen Perspektive betrachtet werden, um so z.B. viel wirksamere Maßnahmen ableiten zu können.

Fragen und Antworten

Frage 1: Was ist der Mehrwert von Personas?

Personas sind eine Schlüsselkomponente bei der Werbung, der Identifizierung der richtigen Zielgruppe und der Entwicklung einer erfolgreichen Inhaltsstrategie. Die Erstellung von Personas ermöglicht es uns, einen Schritt zurückzutreten und das Gesamtbild zu betrachten.

Frage 2: Warum ist Persona-Marketing bzw. Persona-Analyse wichtig?

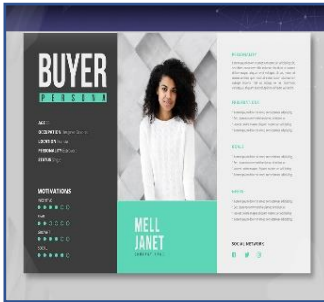
Marketing-/ bzw. Analyse-Personas helfen uns, Zeit und Energie effizienter zu nutzen, indem sie die Bedürfnisse der relevanten Zielgruppen umreißen, was zu besseren Produkten, Dienstleistungen, Lösungen, Informationen und Aktivitäten führt.

Frage 3: Was sind die Schwachstellen der Personas-Methode?

Das Hauptproblem besteht darin, dass konstruierte Identitäten häufig manchmal ungenau, abstrakt oder eindimensional erscheinen. Bei größeren Zielgruppen bzw. unterschiedlichen Bedürfnissen könnten ggf. viele Personas benötigt werden - Zeitaufwand vs. Nutzen.

Frage 4: Wann sollte ich dann mit Personas arbeiten?

Wenn allg. mehr als eine Zielgruppe analysiert werden soll, um wirksame Aktionen ableiten zu können. Wenn Erkenntnisse bzgl. Zielgruppen benötigt werden und wenn Verhaltensmuster und Gewohnheiten besser verstanden werden wollen.



Kurzbeschreibung & Zweck

Personas sind fiktive Charaktere, die definiert werden, um die verschiedenen Arten von Nutzern zu repräsentieren, die eine Dienstleistung, ein Produkt, die Website oder eine Marke auf ähnliche Weise nutzen könnten. Dadurch sollen die Anforderungen, Erfahrungen, Gewohnheiten und Ziele besser zu verstanden werden.

Ereignisse

Einsichten gewinnen

Dimensionen

Fokus & Orientierung

Aufwand

3 - mittel

Kompetenz

2 - Beginner

Dauer

bis 4h

Wie kannst Du es nutzen?

Schritt 1:

Zielgruppe

Wenn Sie eine Persona erstellen, sollten Sie als Erstes Informationen über diese Persona sammeln und es sollte sich um eine Gruppe von Personen handeln, die z.B. vergleichbare Eigenschaften, Bedürfnisse, Ziele und Verhaltensweisen haben. Das wäre dann eine potenzielle Zielgruppe in Form einer Persona.

Schritt 2:

Inhalte definieren

Personas können je nach Art und Zweck verschiedene Layouts haben. Wählt die Elemente aus, die euren Bedürfnissen am besten entsprechen und füllt dann die leeren Rubriken mit den relevanten Informationen z.B. wie Name, Foto, Alter, Familienstand, Arbeit, Einkommen, Wohnort usw. aus. Also eher klare Fakten auflisten.

Schritt 3:

Persona

Der nächste Schritt besteht darin, den Hintergrund zu beschreiben. Listet alles auf, was ihr über die Vergangenheit dieser Persona wisst. Dieser Abschnitt sollte zwei Ziele erfüllen: Einfühlungsvermögen zu wecken und nützliche und aufschlussreiche Informationen zu liefern.

Schritt 4:

Motive der

Es ist von entscheidender Bedeutung, die Ziele und Motive der Persona zu kennen, um die Initiativen zur Zielerreichung besser ausrichten zu können. Je besser die Motive der Personas bekannt sind, desto besser bzw. einfacher wird es sein, die Herzen und dann die Treue der Personas zu gewinnen.

Schritt 5:

Eigenschaften

An dieser Stelle sind wir fast fertig mit der Erstellung einer Persona. Es gibt jedoch noch viele Möglichkeiten zur Verbesserung. Sie können der Persona noch viele weitere Rubriken hinzufügen, um sie so detailliert wie möglich zu gestalten. Dazu gehören z.B. Fähigkeiten, Berührungspunkte, die von der Persona verwendete Technologie, Zitate und so weiter. Alles was hilft sollte aufgenommen werden.



Deine Notizen