



W . I . P .

Persona

Durch eine **Persona** wird die Zielgruppe (Nutzer*in/ Kunde*in) anhand einer fiktiven Person beschrieben, indem auf vorhandene Daten / Erkenntnisse über die Zielgruppe zurückgegriffen wird. Die relevanten Eigenschaften werden skizziert, damit anschließend nutzergerecht Produkte, Dienstleistungen, o.ä. konzipiert, entwickelt oder gestaltet werden können. Die Methode wird insbesondere in der User Experience und im Marketing eingesetzt. Sie stellt jedoch keinen Ersatz für die genaue Zielgruppenbeschreibung dar. Diese Methodenbeschreibung soll als Empfehlung verstanden werden. Entsprechend der persönlichen Bedarfe können jederzeit Anpassungen und Änderungen vorgenommen werden. W.I.P. steht bei Rückfragen gerne beratend zur Verfügung.



NAME, ALTER



Um sich besser in die Persona hineinversetzen zu können, ist ein Foto empfehlenswert sowie die Angabe von Namen und Alter.

<p style="text-align: center;">DEMOGRAPHICS</p> <p>NAME:</p> <p>ALTER:</p> <p>BERUF:</p> <p>INTERESSEN/ HOBBYS:</p> <p>WERTE/ ÜBERZEUGUNGEN:</p> <p>Je nach Produkt zusätzlich bspw. technische Fähigkeiten, Kaufverhalten/-gewohnheiten, bevorzugte Marken, etc.</p>	<p style="text-align: center;">NEEDS & GOALS</p> <p>NEEDS:</p> <p>GOALS:</p> <p>Skizzierung der Bedürfnisse und Ziele der Persona, welche auch voneinander abgeleitet werden können.</p>
<p style="text-align: center;">MAIN TASKS & CHALLENGES</p> <p>TASKS:</p> <p>CHALLENGES:</p> <p>Hier werden die (Haupt-) Aufgaben und Herausforderungen aufgezeigt, bspw. im Job.</p>	<p style="text-align: center;">PAIN POINTS</p> <p>Beschreibung von spezifischen Problemen ganz nach dem Motto „Wo drückt der Schuh?“</p>

KONTAKT

W.I.P.

Werkstatt für Innovationen & Projekte
in Studium und Lehre

E-Mail: wip@h-da.de
www.h-da.de/wip

Ressort 3, VP-S

Gebäude D19, 05.05
Schöfferstr. 10
64295 Darmstadt