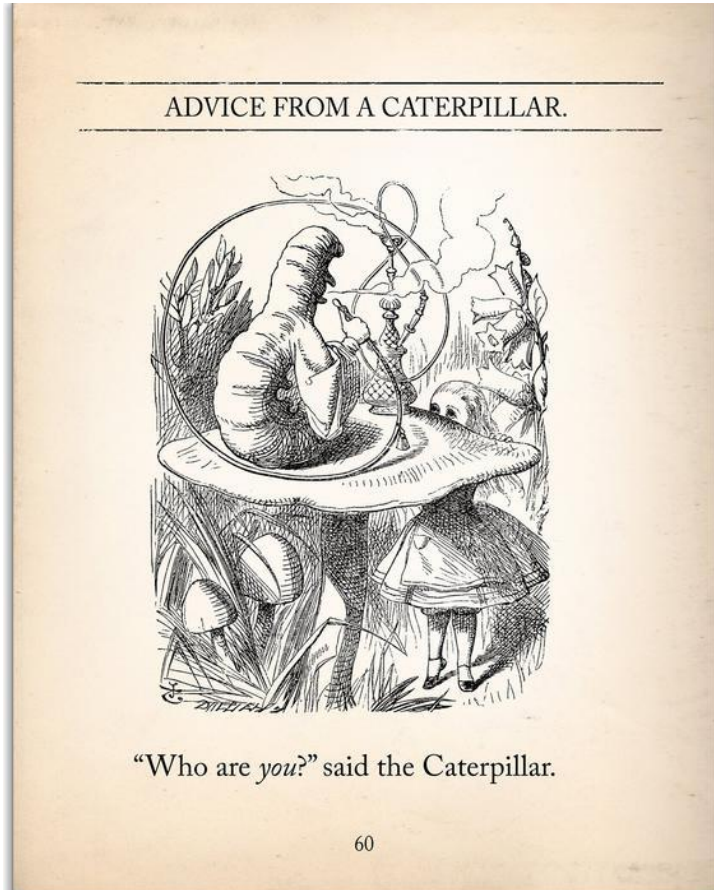
RESEARCH 1
Les 01: Personas

LEERDOELEN

Bij dit ‘Persona’ hoofdstuk:

- ➔ herkennen betrouwbare bron
- ➔ user centric denken
- ➔ doelgroepen omschrijven via Archetypes
- ➔ gedragingen en behoeftes categoriseren
- ➔ het begrip personas definiëren
- ➔ kenmerken van een goede persona herkennen
- ➔ de rol van personas binnen een design proces benoemen





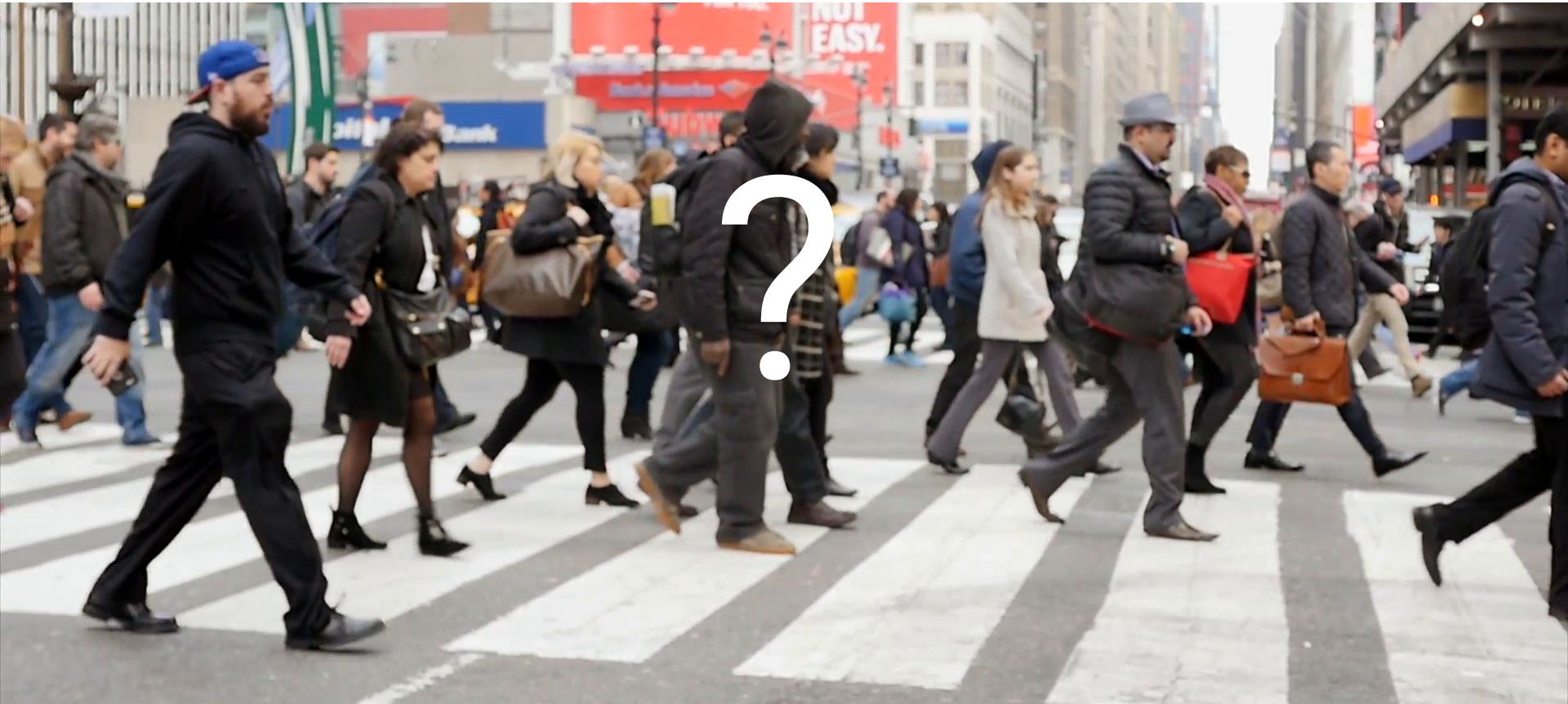
Persoonlijk



JIJ BENT **NIET**
DE USER(S).



Wie zijn onze klanten?

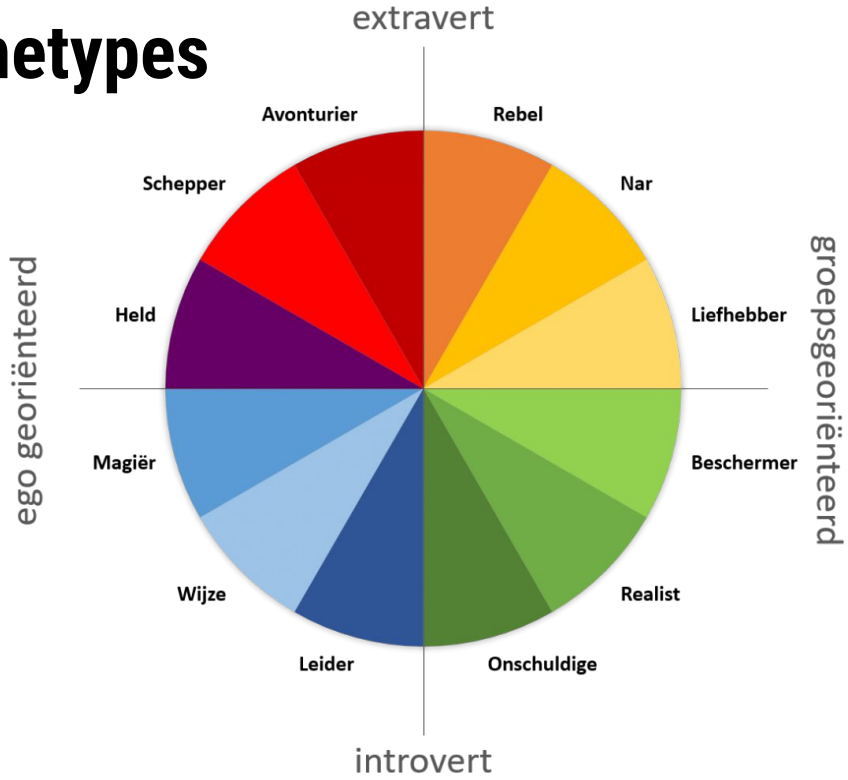


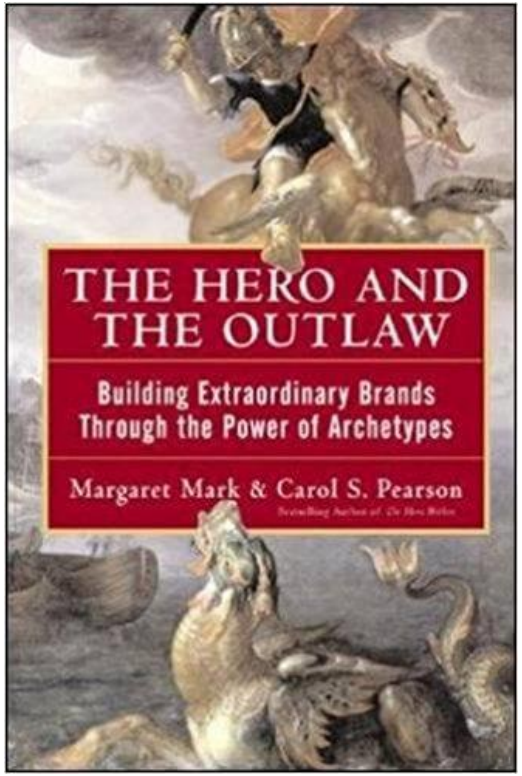
WHEN YOU TRY TO
APPEAL TO EVERYONE,
YOU END UP APPEALING
TO NO ONE


GEMEENSCHAPPELIJKE NOEMERS

Archetypes

Archetypes





12 Jungian Archetypes

bron:https://www.deltamarktonderzoek.nl/item/personas-op-basis-van-archetypen-zijn-het-feest-der-herkenning/

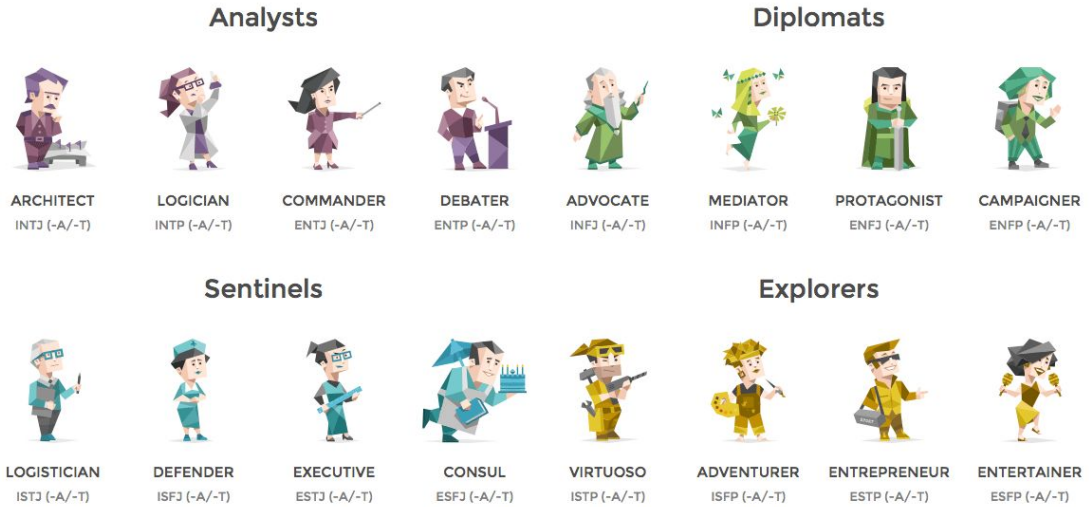
Archetypes

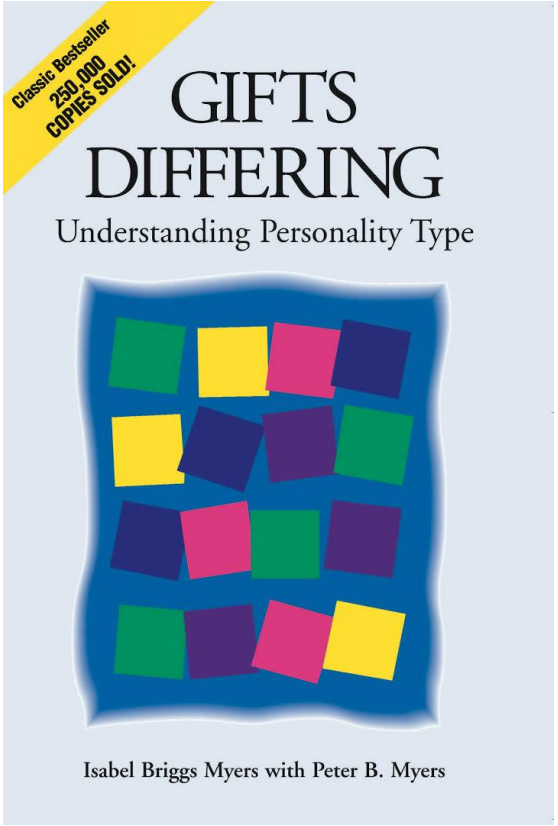
- Zeus: The Ruler
- Poseidon: The Destroyer
- Demeter: The Innocent
- Hera: The Caregiver
- Aphrodite: The Lover
- Ares, God of War: The Warrior
- Hephaestus: The Orphan
- Hermes: The Fool/Jester
- Dionysus: The Magician
- Athena: The Sage
- Artemis: The Seeker
- Apollo: The Creator



Greek God Ares
from https://www.britannica.com/topic/Ares-Greek-mythology

Archetypes





Myers Briggs Type Indicator: 16 Personalities
bron:https://www.16personalities.com/articles/our-theory


BBC
NEWS

Menselijke Behoeftes

50 Menselijke Behoeftes

- Authenticity
- Achievement
- Adventure
- Authority
- Autonomy
- Balance
- Beauty
- Boldness
- Compassion
- Challenge
- Citizenship
- Community
- Competency
- Contribution
- Creativity
- Curiosity
- Determination
- Fairness
- Faith
- Fame
- Friendships
- Fun
- Growth
- Happiness
- Honesty
- Humor
- Influence
- Inner Harmony
- Justice
- Kindness
- Knowledge
- Leadership
- Learning
- Love
- Loyalty
- Meaningful Work
- Openness
- Optimism
- Peace
- Pleasure
- Poise
- Popularity
- Recognition
- Religion
- Reputation
- Respect
- Responsibility
- Security
- Self-Respect
- Service
- Spirituality
- Stability
- Success
- Status
- Trustworthiness
- Wealth
- Wisdom

https://jamesclear.com/core-values

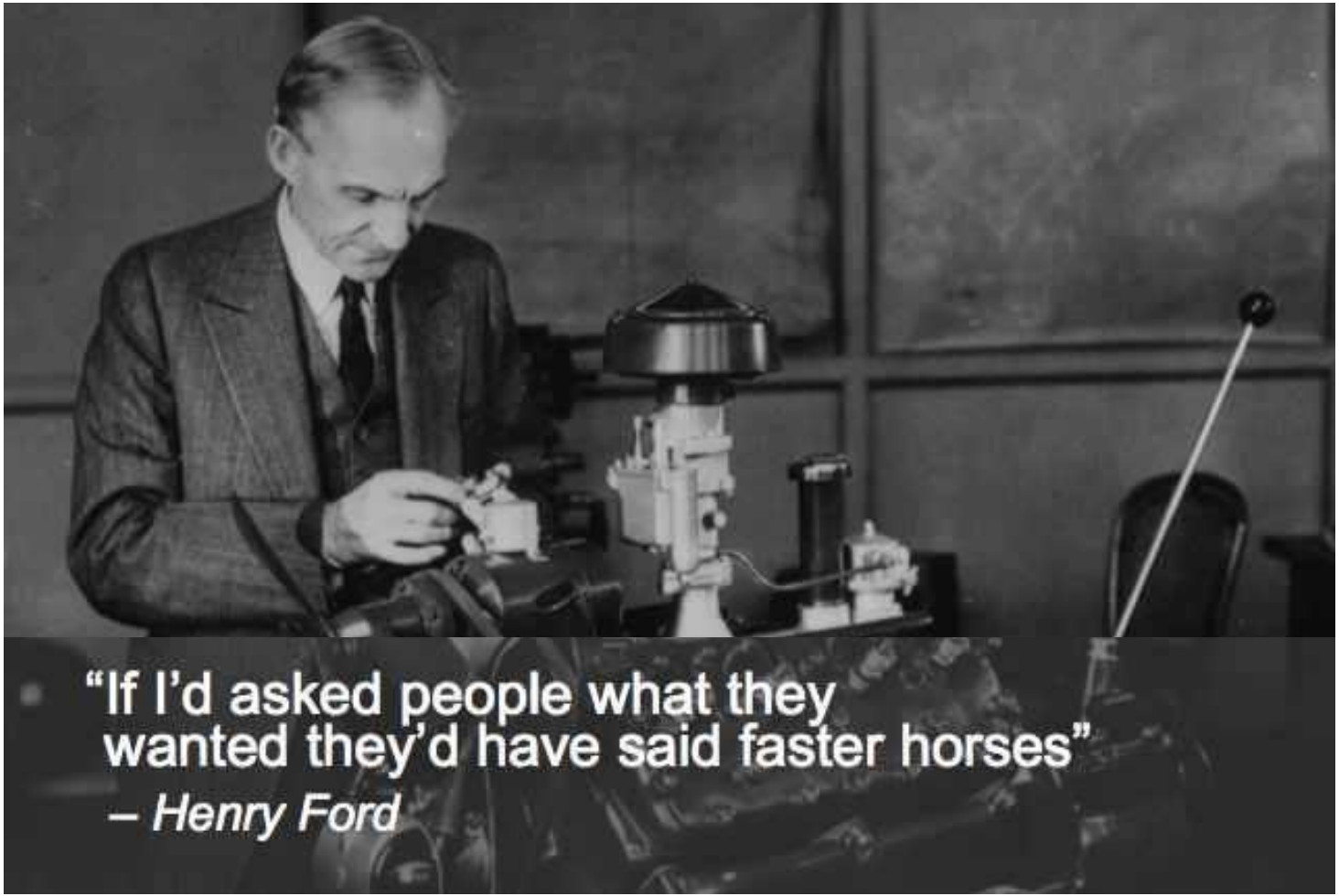
“THE GREAT HOPE OF SOCIETY IS IN ***INDIVIDUAL CHARACTER.”***

-William Ellery Channing


INLEVINGSVERMOGEN
VAYAGIF.COM


INTERMEZZO

Personas


"If I'd asked people what they
wanted they'd have said faster horses"
– Henry Ford

Wat zijn Personas?

Een gedetailleerde beschrijving van wie de **typische gebruikers** van je digitaal product zal zijn.

- ➔ Representatief voor je **volledige** klantenbestand
- ➔ Gebaseerd op **data & tests**
- ➔ **realistisch en gedetailleerde** weergave van profielen, needs, wants, verwachtingen
- ➔ **Samenvattend** en **helder** voor iedereen / heel het bedrijf
- ➔ aanvoelen als echte mensen,
- ➔ voldoende gedetaileerd

Wanneer heb je personas nodig?

Het schrijven van een persona zorgt voor diepgaande kennis van je doelgroep die inzetbaar zijn in de volgende situaties.

- ➔ Ideation fase
- ➔ scenario creation
- ➔ content bepaling
- ➔ design
- ➔ (prototype) development
- ➔ usability testing

Waarom gebruiken we personas?

Om onze eindgebruiker beter te begrijpen en om ons beter **in te leven in de situatie en gevoelens** van anderen.

- ➔ Als makkelijke cheat sheet over de verschillende gebruikers
- ➔ Differentiatie in gebruikers aanduiden
- ➔ USP steeds in de spotlight
- ➔ om beslissingen te kunnen maken
  - content bepaling
  - design
  - technologische keuzes
  - features
- ➔ Vormen basis voor toekomstige design discussies
- ➔ Geven de designer/developer/marketing team/... een **gemeenschappelijk doel** en **focus**

Hoe maak je personas?

Je combineert de bestaande kennis die er binnen je bedrijf aanwezig is met nieuwe kennis die je met behulp van deskresearch genereert.

- ➔ Desk research
- ➔ Field research
- ➔ Data
- ➔ Samen met je team
- ➔ via groeperingen van informatie

Foute Personas

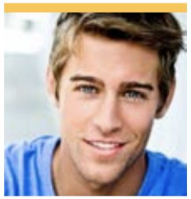
- ➔ Karikaturen
- ➔ stereotypen
- ➔ op basis van een bekende persoon (celebrity of collega)

- ➔ Personas die niet deel uitmaken van je cliënteel
- ➔ te kleine groep verheerlijken als persona

- ➔ Personas ombuigen naar jouw hand -> reageert steeds positief
- ➔ Te weinig gedetailleerd
- ➔ onpersoonlijk
- ➔ ...

Vele Modellen

PERSONAS



TIMON DEWITTE

LEEFTIJD: 23 JAAR
BEROEP: STUDENT
LOCATIE: MEISE

- [x] Smartphone
- [x] Social Media
- [x] Computer
- [x] Online Banking

sociaal
charmant
sportief
jaloers

BIOGRAFIE

Timon studeerd informatica in Brussel en zit in zijn laatste jaar. Naast een goede student is hij ook nog sportief en sociaal. Zo gaat hij elke week tennissen en gaat hij al eens graag weg met vrienden. Een smartphone is dus onmisbaar voor Timon, die er dagelijks gebruik van maakt. Maar ook de online wereld is hem niet vreemd.

CONNECTIE MET PROJECT

Timon gaat
de R
Die la
daard
vernon
doorga
nemen

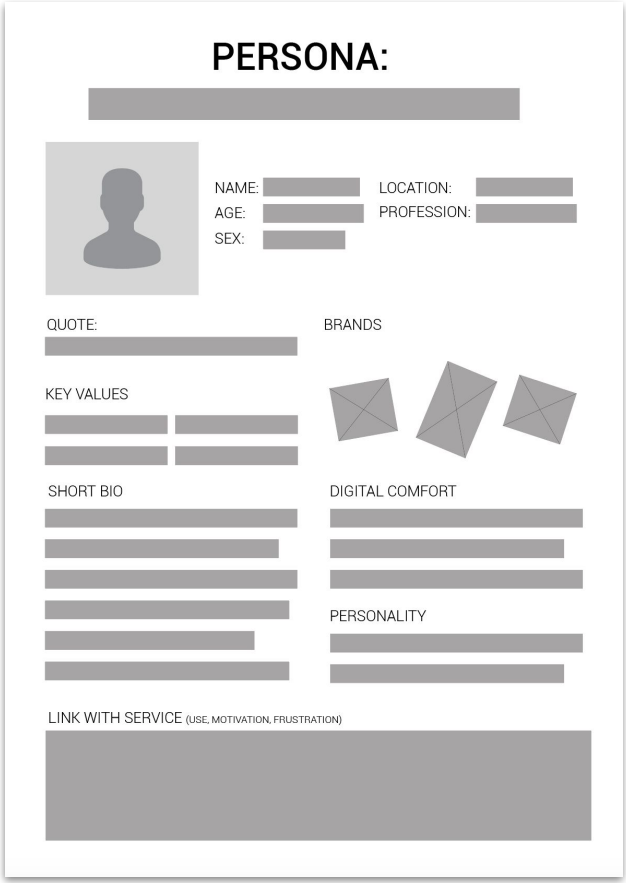




PERSONA CHECKLISTS

- ➔ samenvattende archetype naam
- ➔ foto
- ➔ roepnaam
- ➔ typerend leeftijd, geslacht, locatie, beroep
- ➔ quote
- ➔ digital comfort
- ➔ key words die hun typeert
- ➔ merken

- ➔ biografie
- ➔ link met product of service (goal)
- ➔ bezorgdheden
- ➔ passies



vb personaTemplate-1.ai

CIRKEL



Cirkel Workshop

➔ Onderzoek

Cirkel Workshop

- ➔ Onderzoek
- ➔ Groepeer

Cirkel Workshop

- ➔ Onderzoek
- ➔ Groepeer
- ➔ Benoem

Cirkel Workshop

- ➔ Onderzoek
- ➔ Groepeer
- ➔ Benoem
- ➔ Bepaal & Vertaal

Cirkel Workshop

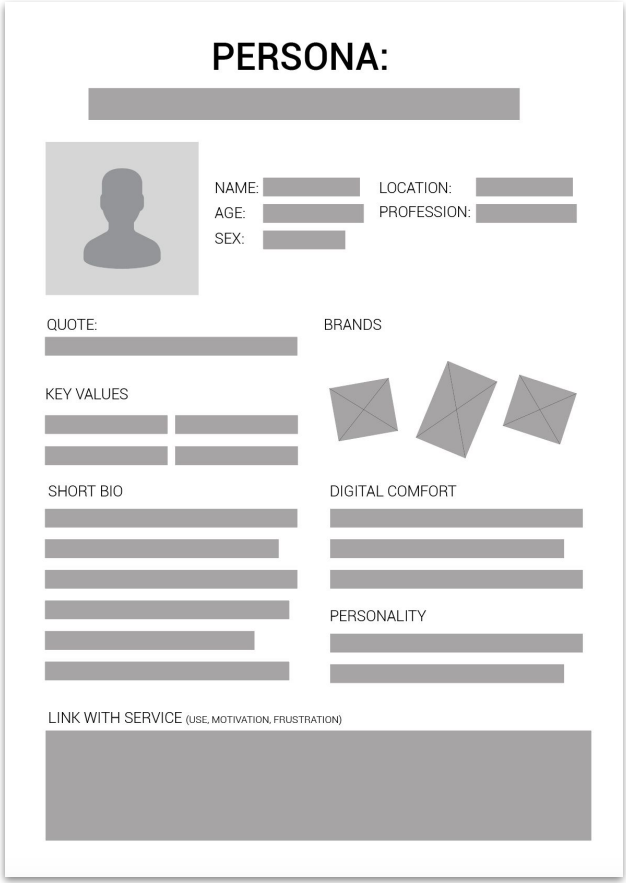
- ➔ Onderzoek
- ➔ Groepeer
- ➔ Benoem
- ➔ Bepaal & Vertaal
- ➔ Persona Template

PERSONA CHECKLISTS

- ➔ samenvattende archetype naam
- ➔ key words die hun typeert
- ➔ quote
- ➔ merken

- ➔ biografie
- ➔ bezorgdheden
- ➔ passies
- ➔ link met product of service (goal)

- ➔ foto
- ➔ roepnaam
- ➔ typerend leeftijd, geslacht, locatie, beroep
- ➔ digital comfort



vb personaTemplate-1.ai

Cirkel Workshop

- ➔ Onderzoek
- ➔ Groepeer
- ➔ Benoem
- ➔ Bepaal & Vertaal
- ➔ Persona Template
- ➔ Presenteer

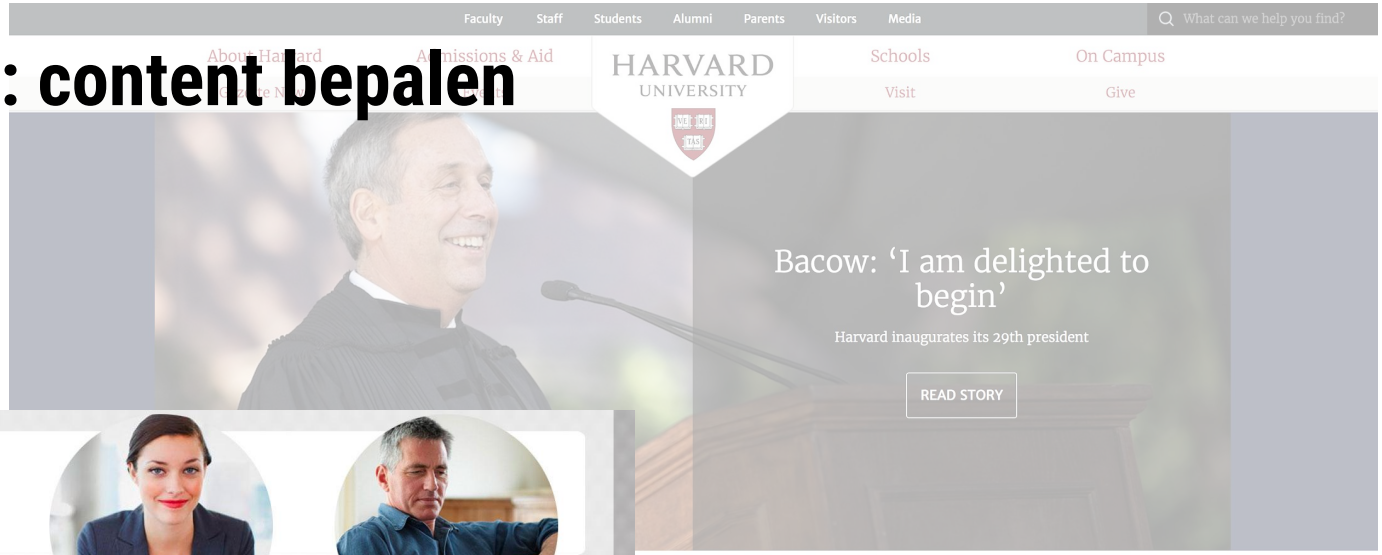
Cirkel Workshop

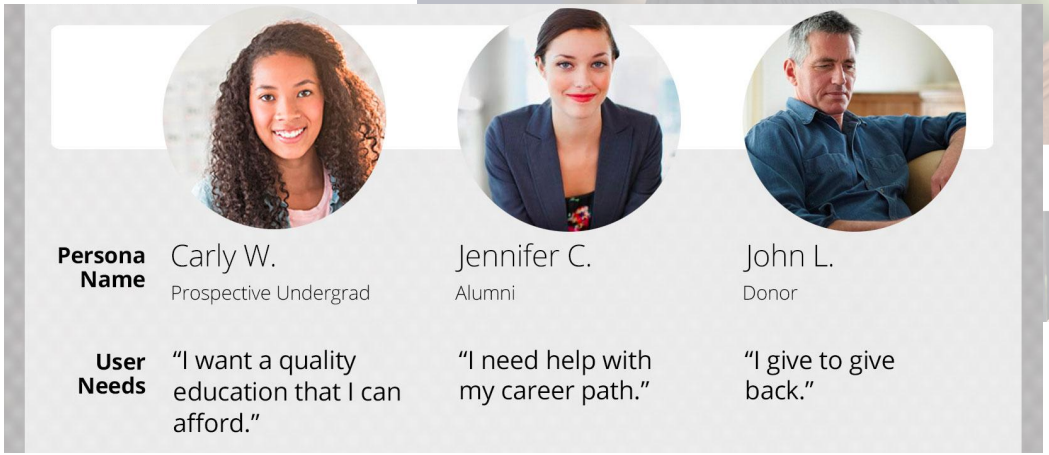
- ➔ Onderzoek
- ➔ Groepeer
- ➔ Benoem
- ➔ Bepaal & Vertaal
- ➔ Persona Template
- ➔ Presenteer
- ➔ Fotografeer
  - ◆ dien in op Leho
  - ◆ dien in met je namen op achterkant

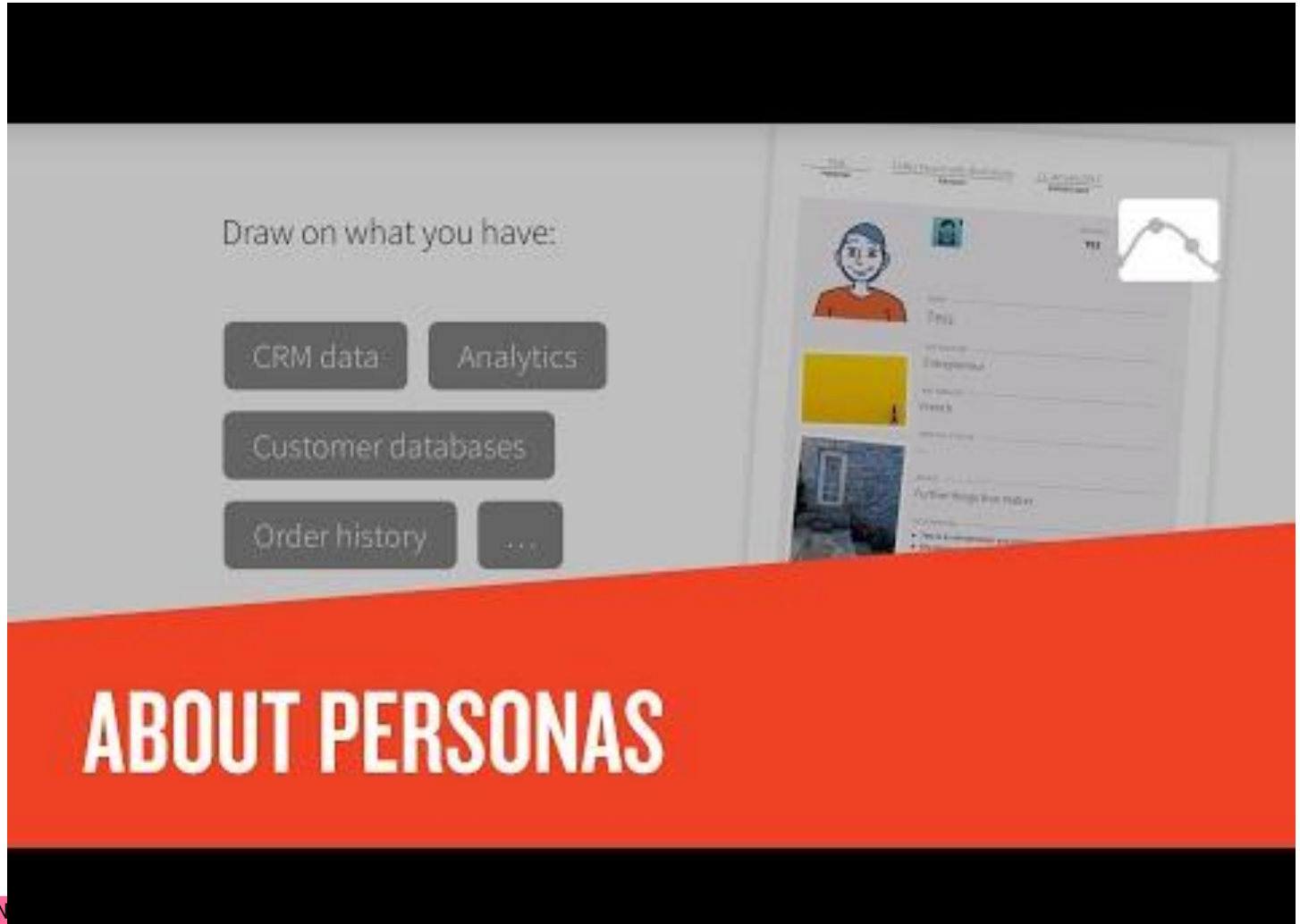
/ OPDRACHT 1

/ HUISWERK

Volgende les: content bepalen






Draw on what you have:
CRM data
Analytics
Customer databases
Order history
...
ABOUT PERSONAS



Jeroen Mortier

EVERYMAN

Leeftijd: 23 jaar
Job: Postbode
Relatie: In een relatie
Familie: Alleenstaand
Locatie: Erpe-Mere

"A happy life is one which is in accordance with its own nature.

Genieter

Reizen

Los

Ambitieus

Motivatie

Beleving

Ontspanning

Comfort

Persoonlijkheid

Introvert		Extrovert
Analytisch		Creatief
Loyaal		Wispelteurig
Passief		Actief

Digital Comfort

Smartphone

Computer

Social media

Biografie

Jeroen is een postbode in Erpe-Mere, hij is zéér sociaal en gaat graag wel eens uit met zijn vrienden. Samen met zijn vriendin gaat hij vaak op reis naar verschillende landen. In zijn leven zou hij zeker eens Peru & Bolivia willen bezoeken.

Hij heeft weinig interesse in sociale media, maar hij heeft wel een smartphone die hij vooral gebruikt voor praktische zaken.

Op zijn werk verplaatst hij zich met de fiets, het is wel tof want hij kent veel mensen in de buurt. Het gebeurd wel eens dat hij eens een koffietje gaat drinken bij iemand en gezellig een babbeltje doet. Zolang hij zijn werk aan het einde van de dag heeft afgerond.

Doelen

- Genieten van het leven
- Een mooie toekomst opbouwen met zijn vriendin
- De volledige wereld hebben gezien

Frustraties

- Zijn vriendin voor een lange tijd niet zien
- Mensen die altijd willen opvallen
- Gaan werken wanneer het zo koud is

Merken

OBEY GREENPEACE VANS

Link met je digitaal project voor ING:

Jeroen is klant bij een ander bank (KBC) en gaat binnenkort een lening openen voor een appartement te kopen zodat hij aan the next step van zijn leven kan beginnen. Hij vindt het een fijn idee om roots te hebben met zijn vriendin. Hij onderzoekt welke bank voor hem het beste zou zijn.

ALIGN WHAT YOU THINK, SAY AND DO.

#authentic