**Persona’s**

**In twee stappen naar levensechte persona’s**

**Klant/Opdrachtgever:**

ECI Cultuurfabriek

Films, theater, cursussen en meer. Ontdek ECI Cultuurfabriek. ECI Theater · Breed Cursusaanbod · ECI Film · Exposities

Maak zowel een desktop- als smartphoneapplicatie voor ECI Cultuurfabriek.

**Stap 1 – Wie is je doelgroep:**

Een doelgroep is gebaseerd op de missie en visie van de organisatie en het doel van de applicatie. Doelgroepen verbinden zich op basis van merken en voorkeuren.

1. Bepaal wie de twee (max. vier) belangrijkste doelgroepen van je applicatie zijn.
2. Verzamel kennis over jouw doelgroep en achterhaal specifieke kenmerken.
3. Werk per doelgroep één of twee persona’s uit.

Competitieve bezoeker (snelle Bezoeker, beslist op basis van feiten), Spontane bezoeker (snelle Bezoeker, beslist op basis van gevoel)

Methodische bezoeker (langzame Bezoeker, beslist op basis van feiten), Humanistische bezoeker (langzame bezoeker, beslist op basis van gevoel)

1a. Mijn doelgroepen:

Beheerders van de Desktopapplicatie ‘ECI-cultuurfabriek’, particuliere klanten.

1b. Achtergrond, missie en visie hoofdgroep:

Bron: <https://www.ecicultuurfabriek.nl/>

1c Persona’s van mijn doelgroepen

Personality Type hoofdgroep:

Extraversion Sensing Thinking Perceiving (ESTP)

Vertaald: Extravert Realistisch Plannend Assertief

Soort bezoeker hoofdgroep:

Methodische bezoeker

Personality Type subgroep:

Extraversion Intuition Feeling Judging (ENFJ)

Vertaald: Extravert Intuïtie Zoekend Voorzichting

Soort bezoeker subgroep:

Spontane bezoeker

**Stap 2: Vertalen naar mensen van vlees en bloed:**

Breng een persona tot leven. Leg dit vast en presenteer je persona aan teamleden.

1. Geef een persona een naam, leeftijd, geslacht, hobby’s en demografische profiel.
2. Meet je persona gedrag en een psychische ‘constitutie’ aan. (Gebruik hiervoor Myers-Briggs Type Indicator. MBTI, met onder meer het rationele- versus het emotionele type)
3. Geef je persona een gezicht met een passende portretfoto
4. Geef de relatie weer tussen de persona en jouw product of dient. (Waarom dit product gebruiker, wat zijn de verwachtingen en behoeften?)

**Customer Journey Mapping**

Customer Journey

In stappen naar je customer journey

Stap 1: Beschrijf het doel die je persona wil behalen.

Stap 2: Beschrijf alle stappen die de persona moet doen (gedrag).

Stap 3: Bepaal de tijdlijn door alle stappen op de juiste volgorde te leggen/

Stap 4: Verdeel de tijdlijn in episodes (ontdekken, oriëntatie, voorbereiden, etc.)

Stap 5: Geef bij alle stappen de kanalen die door de persona worden ingezet.

Stap 6 Geef met de emotiecurve weer hoe over de tijdlijn de beleving verloopt.

Stap 7: Maak bij alle stappen de eventuele interacties op de voorgrond inzichtelijk.

(De zichtbaarheidslijn)

Stap 8: Maak bij alle stappen de eventuele interacties op de achtergrond inzichtelijk.

Stap 9: Maak bij alle stappen de ondersteunende processen inzichtelijk.

Stap 1:

Doel Hoofdgroep: wil inzichtelijk maatschappelijke gegevens van ieder plaats binnen Noord-Brabant binnen één venster zien.

Doel subgroep: wil snel eigen woonplaats opzoeken, hiervan snel algemene gegevens bekijken en eventueel hierover eigen tevredenheid doorgeven.

Stap 2:

Vereiste gedrag Beheerder:

1. Applicatie installeren en opstarten in eigen computer/smartphone
2. Indien een inlogsysteem aanwezig binnen de opgestarte applicatie, moet de applicatiegebruiker beschikken over, een door de applicatie vereiste, account waarmee de gebruiker moet inloggen om toegang te krijgen tot gebruikersschermen waar de account recht op heeft.

Vereiste gedrag klant:

1. Applicatie installeren en opstarten in eigen computer/smartphone
2. Indien een inlogsysteem aanwezig binnen de opgestarte applicatie, moet de applicatiegebruiker beschikken over, een door de applicatie vereiste, account waarmee de gebruiker moet inloggen om toegang te krijgen tot gebruikersschermen waar de account recht op heeft.