



Persona's

Der allererste Schritt von USM ist die **Klärung der Persona(s)** (auch "Buyer Personas" genannt).

Persona's sind **Kunden** und **Nutzer des Produktes im Wunschzustand**. In manchen Fällen ist der Nutzer ein **Interner Kunde**. Eine Initiative wird immer aus der Perspektive einer Persona gebaut und bietet somit sofort die Garantie, dass die Aufwände der Initiative und des zukünftigen Release's einen Mehrwert für den Kunden und Nutzer schafft.

Persona's fokussieren folgende Fragen:

- **Wie Nutzt die Persona das Produkt?**
- **Wie kauft die Persona das Produkt?**
- **Wie viele Unterschiedliche Nutzer und oder Kunden gibt es für das Produkt?**
- **Wie unterscheiden sich die Bedürfnisse der Persona zu einer anderen Persona?**
- **Wie verhält sich die Persona im Gegenzug zu einer anderen Persona mit dem Produkt?**
- **Was sind die MVP's und MSPs für die Persona's?**

Je mehr Persona's in einer USM eingebaut werden, desto klarer könnt ihr sagen, welche der Aktivitäten den höchsten Mehrwert stiften. Ebenfalls garantiert ihr so, dass die Aufwände für alle Szenarien und Anforderungen berücksichtigt wurden, über die interne Architekturen hinweg, denn Aufwand ist Aufwand, egal wo dieser liegt.

Abhängigkeiten oder **Bedingungen** werden so klarer und können später gelieferte Inkremente berücksichtigen.

Persona Profil

- **Persönliche Hintergründe**
Beruf oder Familienstatus
- **Demografische Daten**
Geschlecht, Alter, Wohnort, Transportmittel
- **Charaktereigenschaften**
Geduldig, Ruhig, Aufgeschlossen, Spontan
- **Ziele**
Haus kaufen
- **Herausforderungen**
Abnehmen, Gesünder leben
- **Lösungen**
Mehr Yoga machen
- **Informationsverhalten**
Radio Liebhaber, Digitale Native

▼ **Andere Fragen bezüglich dem Persona Profil:**

- Wie alt ist Ihre Zielgruppe? Welchen Familienstand hat sie? Wo wohnt sie?
- Zu welchen Berufsgruppen zählen Ihre Kunden?
- Welchen Bildungsgrad haben sie?
- Wie verhalten sich Ihre Kunden im Alltag, welche Rollen nehmen sie ein?
- Welche Hobbys und Interessen haben sie? Was sind ihre Lebensziele?
- Wo informiert sich Ihre Zielgruppe? Was liest / schaut sie gerne an?
- Wie kommuniziert Ihre Zielgruppe? Welche sozialen Netzwerke nutzt sie?
- Wie trifft die Zielgruppe Kaufentscheidungen? Was motiviert sie? Wer beeinflusst sie?
- Welche Bedürfnisse haben die Personas darüber hinaus?

