



Create Success for
CREATIVE BUSINESS

Gruppenprogramm für Professionals
Arbeitsblatt_2: Deine Zielkunden

COPYRIGHT UND VERWERTUNG

Diese Unterlagen unterliegen dem Copyright-Schutz. Sie dürfen nicht an Dritte zur Weiterverwendung, Bearbeitung, Veröffentlichung oder Vervielfältigung weitergegeben werden!

Dies betrifft auch Auszüge oder Teilbereiche dieser Ausarbeitung. Die Mentorin Susanne Diemann behält sich das Recht vor, bei Zuwiderhandlung rechtliche Maßnahmen zu ergreifen.

Norderstedt, März 2023

PERSONA ENTWICKELN

- › Ein wiederholender Prozess
- › Empathy-Map nutzen
- › Steckbrief und Moodboards erstellen
- › Weshalb hat die Persona Interesse an meinem Produkt?
- › Gemeinsamkeiten herausfinden
- › Ziel: Ein tiefes Verständnis für den Kunden

Aufgabe: Nutze eine der folgenden Vorlagen, um deine 1- max. 3 verschiedenen Personas zu entwickeln.

Oder erstelle sie digital z.B. bei Canva oder hubspot
<https://www.hubspot.de/make-my-persona>

PERSONA ENTWICKELN



Werte und Einstellung

Werte, Ängste, Sehnsüchte, Vorlieben
(z.B. legt Wert auf Datensicherheit, usw.)

Technologien / Medien / Touchpoints

- Präferierte Geräte und Applikationen der Nutzer (Desktop Computer)
- Smart Phone, Email, digitale Kalender, usw.)
- online und offline Touchpoints

Wer ist das?

Name:

Alter:

Funktion im Unternehmen:

Aufgaben:

Abteilung:

„Eine Aussage der Persona“

Anforderungen / Ziele / Motivation

Erwartungen an das Produkt und Ziele der Systemnutzung.

Probleme und Hindernisse

Herausforderungen und Einwände

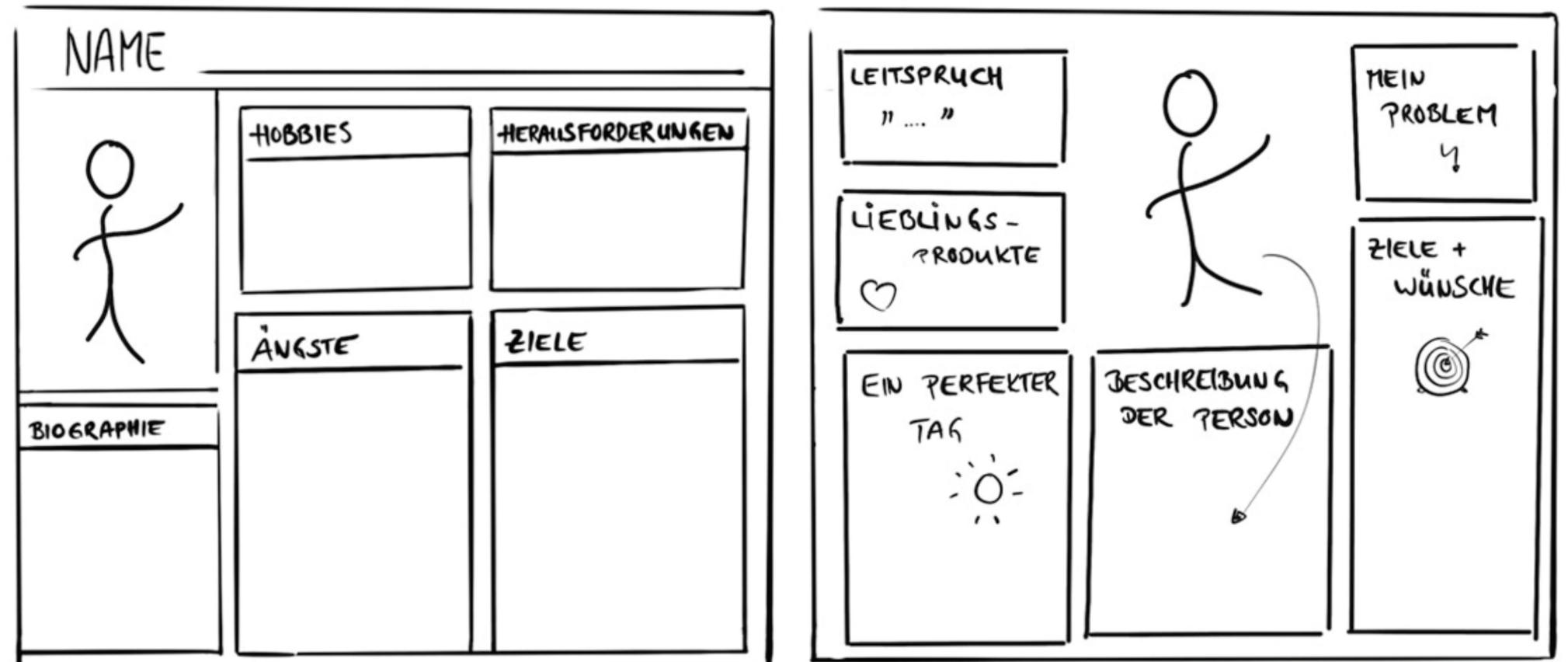
- bei der Interaktion mit dem Produkt
- Probleme, die das Produkt für Nutzer*Innen löst

Welche Leistungen / Lösungen / Funktionen werden gesucht?

Ideale Lösung des Produkts aus Nutzersicht:

- Welche Probleme löst das Produkt aus Nutzersicht?
- Welche konkrete Funktionen ermöglichen es den Nutzer*Innen ihre Ziele mit dem Produkt zu erreichen oder Probleme zu lösen?
- Kenntnisse über verwandte Produkte, Vorgängersysteme, Konkurrenzprodukte

PERSONA ENTWICKELN



PERSONA ENTWICKELN

<p>Persönliche Grunddaten</p> 	<p>Beschreibung der beruflichen Lebenswelt</p>	<p>Bedürfnisse bezogen auf Produkt / Marke / Unternehmen</p>
<p>Berufliche Grunddaten</p>	<p>Psychologische Bedürfnisse</p>	<p>Bedürfnisse / Bedarf bezogen auf den Content</p>
<p>Beschreibung der persönlichen Lebenswelt</p> 	<p>Produkt- / markenbezogener Kontext</p>	<p>Sonstiges, abhängig von Besonderheiten / Kommunikationszielen</p>