

Persona

Wie

Het kernteam van het co-creatieproces.

Doel

De innovatie beter afstemmen op de eindgebruikers van de innovatie. Deze tool is ook geschikt om ideeën te genereren om tot nieuwe / betere innovaties te komen. Deze tool helpt om meer inzicht te verkrijgen in de eindgebruikers van de innovatie en hen te begrijpen.

Om de eindgebruikers in kaart te brengen, wordt er een profiel geschetst op basis van eigenschappen. In dit profiel worden eigenschappen en andere aspecten van de doelgroep beschreven.

Wat

Een persona is 'een typische' voorstelling van een persoon die men voor ogen heeft. Het is een fictieve voorstelling van typische gebruikers. Aan de hand van eigenschappen en karkaterbeschrijvingen stelt men de gebruikers van de innovatie voor. Alle informatie en inzichten die men heeft over de persoon worden in deze tool geïntegreerd en op overzichtelijke en gestructureerde wijze weergegeven.

Voorbeelden van eigenschappen zijn: de drijfveren van de persoon, socio-demografische achtergrondinformatie, beschrijving van de situatie van de persoon, behoeften, wensen, problemen, etc.

Toegepast op innovaties die oplossingen bieden voor de glastuinbouw gaat het dan over de (potentiële) gebruiker voor wie deze oplossing bestemd is (Bijvoorbeeld: telers / teeltbedrijven / kassenbouwers / leveranciers van grond- en hulpstoffen of infrastructuur, etc.)

Wanneer gebruiken

Gebruik deze tool in de beginfase van het co-creatieproces, zodoende leert men zich in te leven in de doelgroepen. Deze tool laat ook toe om verschillende ideeën te genereren die het verdere proces kunnen beïnvloeden (Bijvoorbeeld: een innovatie zo optimaal mogelijk afstemmen op de doelgroep).

De uitwerking van deze tool kan zeker ook in de latere fasen opnieuw aan bod komen. De persona wordt dan gebruikt om te toetsen of de innovatie in zijn geheel bij de eindgebruikers aansluit.

Zeker bij de latere fase wanneer het innovatieconcept ontwikkeld is, is het van belang om deze oefening opnieuw uit te voeren.

Fase:

Fase 2, ontdekfase

In de latere fase van het co-creatieproces. De gevormde concepten kunnen getoetst/aangepast worden aan de hand van de persona.

Aandachtspunten

- Vaak zijn er verschillende eindgebruikers. Daarom stelt men vaak een 3- of 5- tal persona's op zodat men inzicht verkrijgt in de verschillen tussen deze groepen. Deze verschillen kunnen een aanleiding vormen om de doelgroepen op een verschillende manier te benaderen die het best bij het profiel en de situatie past. Het zorgt er ook voor dat de innovatie op al deze profielen afgestemd wordt. Probeer aantal persona's laag te houden om de focus te behouden.
- Gebruik de persona's tijdens verschillende fasen van het co-creatieproces, haal ze opnieuw naar boven tijdens latere fasen. Op die manier wordt bewaakt er, ook in de latere stappen, rekening houden met de doelgroep.

Materiaal:

- Informatie, kennis en inzichten in de eindgebruikers.
- Foto's van de eindgebruikers in hun typische werk- en leefomgeving.
- Een groot blanco blad waarop de verschillende eigenschappen en kenmerken van de doelgroep weergegeven worden
- Voorbeelden van gestructureerde templates kan je hier vinden:
- Website van Flanders Inshape: [Persona Flanders Inshape](#)
- Op volgende website kan men na registratie gratis een canvas vinden die je kan gebruiken om een persona aan te maken en in te vullen: [Persona extensio](#) *Let wel, alle templates die gebruikt worden in de gratis versie zullen zichtbaar zijn voor andere gebruikers extensio.
- Pennen of stiften om de omschrijving aan te vullen.

Hoe

- Bespreek in groep welk type personen de doelgroep vormt of de innovatie zal gebruiken.
- Kies voor elke gebruiker of doelgroep de meest extreme profielen
- Voor elke gebruiker of doelgroep maak je een persona aan door deze de volgende zaken mee te geven
 - o Een foto: dit kan een foto van het internet zijn
 - o Een fictieve naam
 - o Een beschrijving van de context
 - o Sociaal-demografische informatie: bv.:
sociaal-demografische achtergrondinformatie (geslacht, leeftijd, hobby's, gezinssituatie, interesses, etc.) streefdoel van de persoon doelstellingen van de persoon, problemen waarmee de persoon geconfronteerd wordt noden, wensen en behoeften van de persoon, etc.
- Bespreek de kenmerken en eigenschappen van de eindgebruikers: Het help om bepaalde eigenschappen of inzichten van de gebruikers te overdrijven. Op die manier komen typische zaken naar boven.
 - o Bijvoorbeeld: wie zou de innovatie absoluut niet willen gebruiken, wie staat te popelen om de innovatie te gebruiken, een jonge teler versus een teler met meer ervaring, een hobby teler versus een teler met een klein bedrijf versus een teler met een heel groot teeltbedrijf, etc.

- Bespreekt de typische ervaring(en) van deze persoon of personen.
 - o Hoe zit een typische dag eruit?
 - o Met welke problemen komt men in aanraking? Waarom?
 - o Wat kan er beter aan de systemen en de technieken die men gebruikt? Waarom?
- Vat de informatie samen door een quote per persona op te stellen die het gevoel of de attitude ten opzichte van de innovatie weergeeft.

Referentie: Dewit, I., Baelus, C., Van Ael, K., De Roeck, D., De Rijck, R., & Coreynen, W. (2016). PSS design & strategic rollout toolkit. ISBN 978-90-5718-593-9 - UPA, 2016, 212 p.

Visueel voorbeeld

*Dit is maar één van de mogelijkheden die toegepast zijn op teeltbedrijven / telers. Deze canvas(sen) kan/ kunnen ook aangepast worden naar individuele telers toe.

Type teler / type teeltbedrijf



Voor wie (welk soort bedrijf) is het systeem bedoeld volgens u?

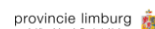
- Soorten teelt:
- Ligging van het bedrijf:
- Opleiding van de bedrijfsleider:
- Grootte van het bedrijf:
- Omzet:
- Aantal werknemers:
- Oppervlakte:
- Afzetmarkten:



Hoe belangrijk vindt een teler voor wie het systeem bedoeld is, volgende zaken?

1 = helemaal niet belangrijk/ 5 = heel belangrijk

	1	2	3	4	5
Milieu					
Welzijn van de werknemers					
Winst in euro's					
Groei van het bedrijf					
Innovatie					
Internationalisering					
Technologische ondersteuning					
Hoeveelheid opbrengst per vierkante meter					
Kwaliteit van het eindproduct					



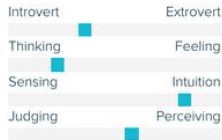
User Persona Type



"A quotation that captures this user's personality."

Age: 1-100
Work: Job title
Family: Married, kids, etc.
Location: City, state
Character: Type

Personality



- Trait 1
- Trait 2
- Trait 3
- Trait 4

Goals

- A task that needs to be completed.
- A life goal to be reached.
- Or an experience to be felt.

Frustrations

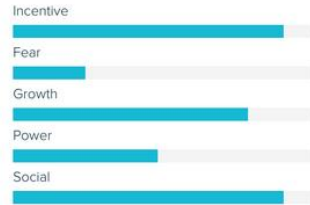
- The challenges this user would like to avoid.
- An obstacle that prevents this user from achieving their goals.
- Problems with the available solutions.

Bio

The bio should be a short paragraph to describe the user journey. It should include some of their history leading up to a current use case. It may be helpful to incorporate information listed across the template and add pertinent details that may have been left out. Highlight factors of the user's personal and of professional life that make this user an ideal customer of your product.

Remember - you may modify this template, remove any of the modules or add new ones for your own purpose.

Motivation



Brands & Influencers



Preferred Channels

