



PERSONA

*Til understøttelse af denne vejledning kan det tilhørende værktøj findes som skabelon og case på
Digitale-forretningsmodeller.dk*

Praktisk information

Afsæt 1-2 timer til beskrivelse af personaen.

I dette arbejde vil det være en stor fordel med deltagelse af forskellige nøglemedarbejdere, der hver besidder sin egen indsigt om kundesegmentet, samt at kombinere med interviews og jeres data fra kunden.

Der skal bruges et stort print af værktøjet Persona i enten A3 eller A2. Desuden skal der bruges et antal penne til at skrive direkte på arket. Det anbefales stærkt at gennemføre analysen på papir fremfor på computer, da det er langt mere fleksibelt og gør det nemmere at holde fokus.

Vejledning trin-for-trin

1. Først udvælges det kundesegment, som personen er en del af.
2. Start med at beskrive personen. Hvad hedder personen, hvad er personens stilling, hvilken virksomhed arbejder personen for, og hvem er personens samarbejdsrelationer både internt og eksternt.
3. Herefter beskrives de produkter eller services, personen udbyder, de opgave skal personen udføre som led i sit arbejde, og de mål personen skal hjælpe sineinteressenter med at opnå.
4. Dernæst beskrives de omstændigheder, der påvirker personen. Dette vil pege på, hvor I har mulighed for at påvirke eller hjælpe personen, og hvor personen bliver påvirket af andre faktorer, som I ikke har nogen indflydelse på.
5. Herefter beskrives, hvad der giver personen hovedpine i forhold til arbejdsopgaver, ansvar og råderum.
6. Endeligt beskrives, hvad der giver værdi for kunden både personligt og professionelt. Dette beskrives gennem, hvad der motiverer kunden, og hvad kunden drømmer om.



I har nu en beskrivelse af, hvem kunden er, hvad kunden laver, hvad kunden bliver påvirket af, hvad der giver kunden hovedpine, hvad der motiverer kunden, og hvad kunden drømmer om.

7. Beskrivelsen distribueres ud i jeres virksomheden til nøglepersoner eller præsenteres på et møde med nøglepersoner, så I får en fælles forståelse af de kundetyper, I henvender jer til.

Refleksionsspørgsmål

Hvor interessant er de enkelte kundetyper for jeres virksomhed?

Hvordan kan dette værktøj i øvrigt bruges på tværs af jeres virksomhed?