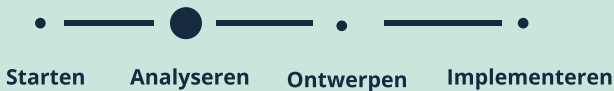


## Fact-based persona

Persona's helpen je om je beter in te leven in je gebruikers.



### Duur oefening

2 uur

### Aantal mensen

2 tot 6 personen

### Wat heb je nodig

- Persona template (PDF)
- Whiteboard of groot vel papier
- Stiften, post-its ...

### Doel

Een 'persona' is een fictieve maar realistische voorstelling van een gebruiker, die model staat voor een specifieke gebruikersgroep van een website, dienst of product. Deze tool helpt om kenmerken, wensen, noden en gedrag van je doelgroepen in kaart te brengen.

Bij een fact-based persona is het de bedoeling om de beschrijving van de persona zoveel mogelijk op basis van feiten te doen. Deze feiten komen uit onderzoek en statistieken die je eerder verzameld hebt of je kunt hier specifiek onderzoek voor doen.

Als je voor al je belangrijke doelgroepen een persona hebt gemaakt, dan kun je deze gebruiken door voor elke beslissing na te gaan wat de impact hiervan zal zijn voor deze persona's (en daarmee de gebruikersgroepen).

Persona's kunnen geformuleerd worden bij aanvang van een project om een algemeen beeld te krijgen van je doelpubliek, maar kunnen evenzeer aangevuld worden tijdens latere fases wanneer er meer diepgaand onderzoek is voltooid.

### Voorbereiding

- Je kunt de template reeds aanvullen afhankelijk van de scope van het project (bv: doelgroepen) en reeds verzamelde kennis.
- Deze template kun je perfect gebruiken bij de opstart van je project, maar je kunt hem ook aanvullen en verbeteren doorheen het project.
- Nodig de juiste stakeholders uit (mensen met kennis over reeds bestaande gebruikersinzichten, bv. eerstelijnsmedewerkers,...).



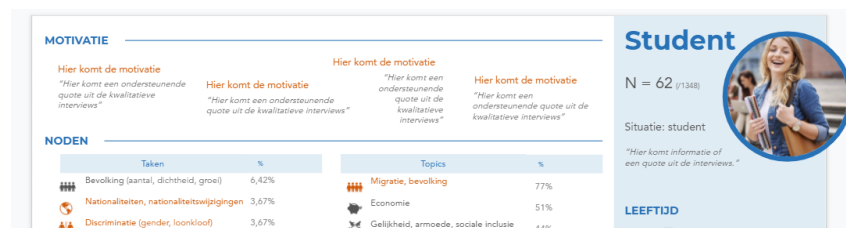
## Fact-based persona

### Uitvoering

- 1 **Doelgroepen:** Bepaal wat voor jou de belangrijkste gebruikersgroepen zijn waarvoor je graag een persona wilt maken. Meestal heb je hier al een goed idee over; indien niet zul je dit misschien eerst moeten onderzoeken. Let wel: maak niet te veel persona's, meer dan 8 is moeilijk werkbaar in de praktijk.
- 2 **Kenmerken:** Bepaal wat je zeker moet weten over je doelgroepen om je zo goed mogelijk in hun situatie in te leven. Denk aan noden, motivatie, ... We hebben dit al in de template voorzien, maar pas gerust aan.
- 3 **Conceptualisatie:** Noteer wat je al weet (feiten!) over elk van je persona's. Mogelijke bronnen hiervoor zijn reeds uitgevoerde gebruikersonderzoeken, website analytics, feedback van gebruikers, ... Voorkom dat je hier ongefundeerde informatie toevoegt.
- 4 **Bespreking:** Breng nu alle informatie samen, bespreek ze in groep en vul de templates voor elke persona.
- 5 **Aanvulling:** Als er nog grote gaten zijn in de gegevens die je hebt en die je nodig hebt, doe dan extra onderzoek (bijvoorbeeld een gebruikerssurvey of een aantal interviews).

### Verwerking

De persona's die je nu gemaakt hebt, stellen je in staat om elke beslissing voor je ontwerp/product te beoordelen op basis van je persona's. Neem elk van je persona's erbij en denk na over hoe de beslissing hen impacteert en wat zij er waarschijnlijk van zullen vinden. Ondersteunt het hun noden? Vergemakkelijkt het hun dagelijks proces? Op deze manier wordt het makkelijker om de waarde van features in te schatten en op basis daarvan een beslissing te nemen en te prioriteren.



Voorbeeld: Opbouwen van een persona tijdens een project. Bronnen voor input: Toptaken en diepteinterviews