

# Personas

## Der Zielgruppe ein Gesicht geben

Thomas ist 39, verheiratet, arbeitet an einer Universität und spielt in seiner Freizeit gerne Handball - er ist jedoch kein realer Mensch, sondern eine fiktive Person, eine so genannte Persona.

Personas sind typische Nutzer, die die Zielgruppen Ihres Produkts oder Ihrer Anwendung repräsentieren. Sie geben dem oft unbekanntem Nutzer im Entwicklungsprozess einer Anwendung von Anfang an ein Gesicht – und dem Entwicklungsteam klare Vorstellungen darüber, was ihre späteren Nutzer auszeichnet. Personas erleichtern damit eine nutzerzentrierte Entwicklung und eignen sich daher besonders in der frühen Konzeptions- und Designphase von Web-, Mobile- oder Consumer Electronics Anwendungen.

### Vorgehen und Methode Personas

Falls bereits Nutzerdaten aus früheren Studien vorliegen, empfehlen wir im ersten Schritt eine Sekundäranalyse der bereits existierenden Daten vorzunehmen und hieraus bereits erste Nutzergruppen und -szenarien abzuleiten.

Liegen noch keine Daten oder Untersuchungen zur Zielgruppe vor bzw. ist das vorhandene Datenmaterial (noch) nicht ausreichend oder basiert auf anderen Produkten, empfehlen wir, Motive und Bedürfnisse der Zielgruppe zunächst im Rahmen verschiedener qualitativer Verfahren zu eruieren und Insights über das Denken und Verhalten der für Ihre Anwendung relevanten Nutzerschaft zu generieren. Dazu können je nach Fragestellung und Anwendung gruppendynamische Verfahren wie Gruppendiskussionen und Online-Foren im Rahmen unseres Tools [blog@phaydon.com](mailto:blog@phaydon.com) zum Einsatz kommen oder Einzelinterviews in Form von (ethnographischen) Tiefeninterviews durchgeführt werden.

Im Anschluss an die Erhebung werden auf Basis der Ergebnisse bestimmte Nutzergruppen bzw. -typen gebildet: Neben der Einbeziehung von soziodemografischen und geografischen Daten fließen in die Bildung von Personas auch spezifische Einstellungen und Charaktereigenschaften ein. Die Konzeption von Personas verläuft somit sehr konkret und umfasst neben Namen, Alter, Aussehen meist auch Wünsche, Fähigkeiten, Meinungen und Hobbies. Ein Bild visualisiert die Personas und gibt Ihren Nutzern ein richtiges Gesicht, das Sie sich immer wieder vor Augen führen können.



### Mögliche Fragestellungen

- Welche typischen Nutzergruppen lassen sich für Ihre Anwendung identifizieren?
- Wie sehen die Motive und Nutzungsgewohnheiten der Personas aus?
- Welche Fähigkeiten und Vorkenntnisse bringen Personas bei der Nutzung der Anwendung mit?
- Was sind typische Nutzungsszenarien, die auf der Anwendung bedient werden sollen?
- Welche konkreten Wünsche und Bedürfnisse haben Personas, wenn es um die Entwicklung und Optimierung der Anwendung geht?

Wir freuen uns darauf, Sie bei Ihren individuellen Fragestellungen unterstützen zu können.

Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner





## Ihre Vorteile bei Personas

Personas stellen abstrakte Zielgruppeneigenschaften in anschaulichen und lebendigen Nutzertypen dar und erleichtern Ihnen, sich während der Entwicklung in die Perspektive der User hineinzusetzen („Was würde Thomas dazu sagen?“). So unterstützen wir Sie und Ihr Entwicklerteam, mögliche Fehlkonzeptionen, die aus mangelndem Wissen über die Zielgruppe resultieren, zu vermeiden.