

PERSONA



Wenn du deine Zielgruppen-Personas kennst, wird es dir leichter fallen, eine Beziehung zu ihr aufzubauen und ihre Ziele, ihre Motivationen sowie ihr Handeln nachzuvollziehen. Hier lernst du, wie du eine fiktive und idealtypische Persona erstellst, um in die Rolle deiner Zielgruppe zu treten.



Was genau ist eine Persona eigentlich und wozu brauchst du sie? Der Begriff der Persona stellt eine Beschreibung einer potenziellen Kundin oder eines potenziellen Kunden dar. Diese ist detailliert ausgearbeitet und beinhaltet Bedürfnisse, Pain-Points, Wünsche, Nutzungsverhalten und Ziele des Prototyps einer Kund*innengruppe (= Persona). Bereits beim Entwickeln des Businessplans oder bei den ersten Marketing-Kampagnen ist es wesentlich, seine Zielgruppe genau zu kennen. Auch im Design Thinking findet die Persona, als typische Vertreterin dieser Zielgruppe, immer intensiver Anwendung. Man versetzt sich aktiv in die Persönlichkeiten der eigenen Kund*innen.

Heute ist es wichtiger denn je, auf die Bedürfnisse der Kund*innen einzugehen. Der Markt und die Bedürfnisse ändern sich rapide, umso notwendiger ist es, schnell auf Veränderungen zu reagieren. Auch große Unternehmen haben das bereits verstanden und sich Personas zunutze gemacht. Für die Kundinnen und Kunden bedeutet diese Ausrichtung, dass sie genau bekommen, was sie brauchen. Unternehmen produzieren somit vorrangig gewünschte Produkte. Außerdem können eine engere Kund*innenbindung, höhere Umsätze und bessere Empfehlungen von Kund*innen erreicht werden, wenn man seine Zielgruppe, durch die Nutzung von Personas, gut kennt. Das Besondere an einer Persona ist das Hineinversetzen in die Kundin und den Kunden, statt sie nur von außen zu betrachten und zu analysieren.

SO GEHT'S

Es müssen folgende Leitfragen aus der Perspektive deiner Persona beantwortet werden:

Grundlegende Aspekte:

- Wie heißt deine Persona?
- Wie könnte sie aussehen?

Soziodemografische Daten:

- Welches Geschlecht hat deine Persona?
- Wie alt ist deine Persona?
- Welchen Familienstand hat deine Persona (ledig, verheiratet, geschieden)?
- Wie hoch ist das Einkommen deiner Persona? Verdient sie sehr gut?



Arbeitsleben:

- Welchen Beruf übt deine Persona aus und in welchem Arbeitsverhältnis steht sie?
- Mit welchen Tools oder Methoden arbeitet deine Persona?
- Wie ist das Verhältnis zu den Kolleg*innen?
- Wie verlief der Bildungsweg? Welche Fähigkeiten und welches Fachwissen besitzt deine Persona?

Geografische Daten:

- In welchem Bundesland lebt deine Persona? Oder lebt sie im Ausland?
- Wohnt deine Persona in einem Dorf oder in einer Stadt/ Metropole?
- Welche Lage hat die Wohnung deiner Persona (ruhig gelegen/ mitten im Geschehen)?

Persönlichkeit:

- Welche Ziele hat die Persona im Leben?
- Was tut die Persona gern (Hobbys, Ehrenämter, Mitgliedschaften etc.)?
- Welche Vorbilder hat die Persona?

Leben und Alltag:

- Welches Auftreten hat die Persona? Hat sie einen besonderen Kleidungsstil?
- Wie und in welchem Wohnverhältnis lebt die Persona?
- Wer sind die Bezugs- und Einflusspersonen deiner Persona?
- Womit oder mit wem verbringt die Persona Zeit im Alltag?
- Was liest sie und an welchen Orten liest sie gerne? Welche Themen sind ihr wichtig?
- Über welche Kanäle informiert sich deine Persona über das aktuelle Tagesgeschehen?
- Verbringt deine Persona viel Zeit im Internet? Was tut sie dort?
- Wie erfolgt die Kommunikation der Persona?

Herausforderungen:

- Welche persönlichen Probleme hat die Persona?
- Vor welchen beruflichen Herausforderungen steht/stand deine Persona (im letzten Jahr)?
- Welche Veränderungen erwarten die Persona, was möchte sie in ihrem Leben ändern?

Bezug zum Produkt/ zur Dienstleistung:

- Was fällt der Persona besonders schwer, welche Gefühle hat sie dabei und wie würde sie sich gerne fühlen?
- Was will sie mit deinem Produkt/ der Dienstleistung erreichen?
- Welche Bedenken, Sorgen und Ängste hat deine Persona?

Lösungswege:

- Wie können Probleme, Herausforderungen, Schwierigkeiten überwunden werden?
- Was begeistert oder was verunsichert deine Persona?
- Wie sieht die ideale Lösung aus? Wie können die Erwartungen übertroffen werden?

Bedürfnisse:

- Was ist deiner Persona wichtiger - Sicherheit oder Freiheit?
- Welche Erwartungen spielen beim Kauf eine Rolle (z. B. Design, Image, Qualität & Haltbarkeit, Nutzbarkeit etc.)?
- Welche Gefühle möchte sie erreichen?

Kaufentscheidung:

- Was bewegt die Persona zu positiven Kaufentscheidungen?
- Hat sie negative Erfahrungen bei Kaufentscheidungen gemacht? Welche genau?
- Kauft die Persona spontan ein oder handelt sie überlegt und systematisch?
- Wer beeinflusst die Kaufentscheidungen? Wie lässt sie sich emotional abholen?
- Welche Gründe gäbe es für die Persona, sich gegen einen Kauf zu entscheiden (Zweifel, Verunsicherungen, Gegenargumente etc.)?
- Wo kauft deine Persona ein und wie bezahlt sie?



Erstelle nun mit unserer Vorlage deine eigene Persona. Beantworte dafür die Leitfragen.

FAMILIENSTAND: EINKOMMEN: BUNDESLAND: LAGE:	BERUF: KOLLEG*INNEN: BILDUNG: FÄHIGKEITEN/FACHWISSEN:	ZIELE: VORBILDER: INTERESSEN:
NAME: ALTER: GESCHLECHT:	HERAUSFORDERUNGEN: VERÄNDERUNGEN:	AUFTRETEN: KLEIDUNGSSTIL: BEZUGS- /EINFLUSSPERSONEN: BUCHGESCHMACK: INFORMATIONSQUELLEN: INTERNETNUTZUNG:
IDEALE LÖSUNG & GEFÜHLE DABEI:	SORGEN /ÄNGSTE:	ZAHLUNGSMITTEL: BEWEGGRÜNDE: ERFAHRUNGEN:
EINFLUSSFAKTOREN ENTSCHEIDUNGEN: GEGENARGUMENTE:	KAUFERWARTUNGEN: BEDÜRFNISSE (SICHERHEIT/ FREIHEIT):	