

Das Ziel der Arbeit mit Personas ist es, Lösungen, Produkte und Dienstleistungen auf Basis der Bedürfnisse und Ziele der Nutzer entwickeln zu können. Personas sollten so beschrieben sein, dass ein tiefes Verständnis und eine gewisse Empathie dem Kunden gegenüber entstehen, um ihn genau zu verstehen.

**Inhalte** [Verbergen](#)

[Wozu Personas?](#)

[Was sind Personas?](#)

[Personas erstellen in 6 Schritten](#)

[Personas - Schritt für Schritt](#)

[Fragen und Antworten Personas](#)

## **Wozu Personas?**

Personas sind fiktive Charaktere, die auf der Grundlage von Recherchen erstellt werden. Sie repräsentieren die verschiedenen Kundentypen, die das Produkt oder die Dienstleistung in Anspruch nehmen (sollen). Diese [Visualisierung](#) hilft die Bedürfnisse, Erfahrungen, Verhaltensweisen und Ziele zu verstehen.

Das Erstellen kann helfen:

- aus sich selbst herauszutreten
- zu erkennen, dass verschiedene Menschen unterschiedliche Bedürfnisse und Erwartungen haben
- sich mit dem Benutzer zu identifizieren und zu entwerfen.

**Personas machen die anstehende Konzeptaufgabe weniger komplex, sie leiten den Ideenfindungsprozess und helfen, eine gute Kundenerfahrung zu schaffen.**

## **Was sind Personas?**

Im Gegensatz zur Gestaltung von Produkten, Dienstleistungen und Lösungen, die auf den Vorlieben der Produktentwicklung basieren, ist es in vielen menschenzentrierten Entwicklungen üblich geworden, Forschungsergebnisse zu sammeln und bestimmte Trends

und Muster in den Daten als Personas zu bündeln. Personas beschreiben also keine realen Personen, sondern sind eine Zusammenstellung auf der Grundlage realer Daten, die von mehreren Personen gesammelt wurden. Personas fügen der Recherche, die größtenteils kalte Fakten bleiben würden, die menschliche Note hinzu. Personas werden auch als Modellcharaktere bezeichnet. Die Konstruktion hilft, die richtigen [Fragen](#) zu stellen und diese Fragen im Einklang mit den Benutzern, für die Sie entwerfen, zu beantworten.



Personas erstellen als fiktive Nutzergruppe, hilft klar zu verbildlichen, für wen etwas entwickelt wird.

## Personas erstellen in 6 Schritten

1. Sammeln oder Brainstormen Sie so viele Informationen über Ihre Kunden wie möglich. Führen Sie Recherchen mit echten Kunden durch, sammeln Sie Erfahrungen und verwenden Sie Daten, die Sie in der Vergangenheit erhoben haben.
2. Basierend auf der Recherche bilden Sie eine allgemeine Vorstellung über Ihre verschiedenen Personas. Geben sie Ihnen einen Namen, ein paar Details. Machen Sie sich klar was die Personas voneinander unterscheidet.
3. Überprüfen Sie die so entstandenen Personas mit internen Kollegen. Priorisieren Sie die entstandenen Personas in einer eindeutigen Reihenfolge. Hierbei spielt ausschließlich die Relevanz für Ihre Geschäft bzw. den Produkterfolg eine Rolle.
4. Entscheiden Sie anschließend wie viele Personal sie berücksichtigen wollen für die weitere Arbeit. Für jede folgende Frage sollte aber immer eine Persona im

Vordergrund stehen, um die besten Entscheidungen zu fällen.

5. Konkretisieren Sie diese, mit denen Sie arbeiten wollen. Der Zweck der Arbeit mit Personas ist es, Lösungen, Produkte und Dienstleistungen auf der Grundlage der Bedürfnisse und Ziele Ihrer Benutzer entwickeln zu können. Achten Sie darauf, die Personas so zu beschreiben, dass Sie genug Verständnis und Empathie aufbringen, um die Benutzer zu verstehen. Hier helfen Details: Alter, Haarfarbe, Job, Geschlecht, Schuhgröße etc. Es kann ruhig einen einseitigen Steckbrief geben.
6. Jetzt treffen Ihre Personas auf Ihr Produkt: Beschreiben Sie wie das passiert, was die Personas erwarten und wie diese Ihr Produkt nutzen. Auch hier geht es wieder um sehr konkrete Beschreibungen der Vorgehensweise, der aktuellen Bedürfnisse und wie diese befriedigt werden.

Mit Personas arbeiten heißt die involvierten, internen Teammitglieder und Projektteilnehmer mitzunehmen. Jeder kann etwas beitragen. Die Metapher sollte allen geläufig sein und der [Organisation](#) in Fleisch und Blut übergehen.

Gerade, wenn man den Eindruck hat, dass bestimmte Kundengruppen von den Personas nicht „erwischt“ werden, ist dies ein Impuls diese zu überprüfen. Sind das echte Zielkunden und ich sollte die Personas überarbeiten oder entwickeln wir eigentlich nicht für diese Kunden?

Personas heißt den Fokus zu stärken. Und auch das Arbeiten mit Personas ist ein steter Prozess der Anpassung - nicht wöchentlich aber alle paar Monate.

## Weiterführende Artikel



**MVP - Minimal Viable Product**



**Value Proposition Canvas**



**BMC, User Story, Personas, Value Proposition als Quartett**

Weiterer schöner Artikel zu Personas: [Behalten Sie die Bedürfnisse Ihrer Nutzer im Blick.](#)

Und: [BMC, User Story, Personas, Value Proposition als Quartett-value-proposition/](#)

---

## **Personas - Schritt für Schritt**

Benötigte Zeit: 7 Minuten.

Mit Personas arbeiten

- 1. Zielgruppen recherchieren.**

Führen Sie Recherchen mit echten Kunden durch, sammeln Sie Erfahrungen und verwenden Sie Daten, die Sie in der Vergangenheit erhoben haben.

## 2. **Fiktive Personen erzeugen**

Geben sie Ihnen einen Namen, ein paar Details. Machen Sie sich klar was die Personas voneinander unterscheidet.

## 3. **Intern validieren.**

Priorisieren Sie die entstandenen Personas in einer eindeutigen Reihenfolge. Hierbei spielt ausschließlich die Relevanz für Ihre Geschäft bzw. den Produkterfolg eine Rolle.

## 4. **Personas priorisieren.**

Für jede folgende Frage sollte aber immer eine Persona im Vordergrund stehen, um die besten Entscheidungen zu fällen.

## 5. **Steckbriefe für die Personas definieren.**

Der Zweck der Arbeit mit Personas ist es, Lösungen, Produkte und Dienstleistungen auf der Grundlage der Bedürfnisse und Ziele Ihrer Benutzer entwickeln zu können.

## 6. **Hypothese erstellen, wie Personas auf das Produkt treffen.**

Beschreiben Sie wie das passiert, was die Personas erwarten und wie diese Ihr Produkt nutzen.

## **Fragen und Antworten Personas**

### **Wie definiert man Personas?**

Zielgruppen recherchieren. Fiktive Personen erzeugen. Intern validieren. Personas priorisieren. Steckbriefe für die Personas definieren. Hypothese erstellen, wie Personas auf das Produkt treffen.

### **Warum Persona erstellen?**

Personas helfen sich die Zielgruppe anhand von einer erdachten Person konkret

vorzustellen. Für eine Person lässt sich das Produkt und die Dienstleistung gut und konkret definieren. Es ist also ein Instrument Innovationen für die Zielgruppe treffender zu gestalten.

### **Wie viele Personas braucht es?**

s braucht mindestens eine Persona. Die weiteres Personas sollten klar differenziertere Zielgruppen repräsentieren. Ist die Anzahl zu groß, können die Produkte und Services nicht spezifisch genug definiert werden. Max. 3-5 Personas sind ein guter Daumenwert.

Wie hilfreich war dieser Beitrag?

Klicke auf die Sterne um zu bewerten!

Bewertung Abschicken

Durchschnittliche Bewertung 5 / 5. Anzahl Bewertungen: 4

Bisher keine Bewertungen! Sei der Erste, der diesen Beitrag bewertet.

[Xing](#)



[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Facebook](#)

[WhatsApp](#)

[Email](#)

[Print](#)