Persoona-työkalu

Persoonat ovat fiktiivisiä arkkityyppejä, jotka kuvaavat tiettyjä asiakasryhmiä heidän kiinnostusten, tarpeiden, haasteiden, toiveiden, toiminnan ja arvojen samankaltaisuuden perusteella (esim. tuloshakuinen järkeistäjä tai ekologinen vaatija). Persoonalla kuvataan relevantteja asiakaskäyttäytymisen attribuutteja (noviisi, utelias, johtaja, jne). Persoona perustuu todennettuun tietoon käyttäjistä/asiakkaista. Kyseessä ei ole demografinen stereotyyppi (turkulainen, nuori, jne). Persoonilla voi olla eri asiakasrooleja: vaikuttaja, suosittelija, torppaaja, ostaja, päättäjä, sabotoija, tms. Älä käytä todellisen asiakkaan nimeä. Persoona pysyy samana, vaikka henkilö vaihtuu. Persoonat ovat empatian työkaluja.

Määrittele realistinen yhdistelmä määreitä, joista syntyy yksi fiktiivinen persoona. Varmista toimiva yhdistelmä. Vältä toisensa poissulkevat tai ristiriitaiset kuvailut.

Näin käytät persoonaa:
Persoona helpottaa palvelun ja tuotteiden kohdentamista asiakkaalle. On helpompi puhua persoonasta nimellä kuin lähteä kuvailemaan asiakkaita.
Kaikki organisaatiossa tuntevat persoonat, joten tekeminen on helppo kohdentaa (esim. “Kalle”-persoona arvostaa nopeutta). Persoonat voi tulostaa näkyville, jotta he ovat työarjessa läsnä.

Ota käyttöön B2B ja B2C persoonien helpot mallit ja muokkaa omien tarpeidenne mukaan!

sales@eficode.com

Rakenna persoona näin:

Pohdi vastaukset näihin:
- Missä roolissa persoona on? Persoonilla voi olla eri asiakasrooleja: vaikuttaja, suosittelija, ostaja, budjetoija, päättäjä, (loppu)käyttäjä, sabotoija
- Onko asiakas ostaja vai käyttäjä vai molempia? Kumpi on merkityksellisempi?
- Vaikka asiakkaasi olisikin toinen yritys, joskus on hyvä pohtia myös asiakkaan asiakkaita.
- Vaikka persoona vaikuttaa yhdeltä, se kuvastaa markkinaa tai segmenttiä.

Ohje B2B persoonaan:

Lisää persoonaa kuvaavat fiktiivinen kuva ja nimi.
Tiivistä persoonalla sopiva motto.
Valitse rooli.
Mikä auttaa häntä hänen työssään eteenpäin? Miten se näkyy toiminnassa?
Mikä on hänen henkilökohtainen ja organisaation tavoite?
Mikä media tavoittaa hänet?

Ohje B2C persoonaan:

Lisää persoonaa kuvaavat kuva, nimi ja esimerkiksi ikä.
Persoonan draiverit, motivaattorit, tavoitteet.
Mitä hän haluaa saavuttaa?
Listaa vaikuttimet, mediat ja asiat, mitkä määrittävät häntä.
Miten, missä ja miksi hän toimii?
Tunnista huolet, esteet, toiveet ja ilahtumiset.

Persoonan tai persoonien luomisen jälkeen:

1. Varmista, että organisaatiossanne olette samaa mieltä siitä, kuka asiakas on.
2. Työstäkää persoonat yhdessä.
3. Tuokaa persoonat osaksi toimintaanne.
4. Jalostakaa persoonia todennetulla asiakasdatalla.
5. Persoonan hyödyntäminen ottaa aikansa. Nopeuta käyttöönottoa Eficoden Persoona-työpajalla.

sales@eficode.com

B2B persoona

Kuva & motto

Nimi

Ammatti, rooli

Käyttäytyminen, toiminta

Tavoite. motivaattori

Kommunikointi

B2C persoona

Nimi
Ikä (esim.)

Tavoite

Kuva

Vaikuttajat
Vaikuttimet
Media

Demografia
persoonallisuus

Käyttäytyminen, toiminta

Harmit, esteet, riskit, huolet

Toiveet, ilot, onnistumiset