



# PERSONA

---



Gebruik van de tool  
Template  
Voorbeeld

# Persona

Een Persona helpt om je doelgroep beter in kaart te brengen en te begrijpen. Persona's zijn fictieve personen met de persoonlijkheid, interesses, pijnpunten, doelen en het gedrag van een typische klant. Met een Persona heb je beter zicht op de wensen, het gedrag of de behoeftes van een klant en kun je beter inschatten hoe je je producten of diensten hierop moet afstemmen.

Persona's kunnen ook worden gebruikt als jouw klanten geen consumenten, maar bedrijven zijn. Hiervoor hebben we een aangepaste template: Organisata.

## Tips voor gebruik

Deze tool kun je gemakkelijk zelf gebruiken. Vaak is het effectiever als je dit doet met een groep, zoals collega's, een expert heb je niet nodig.

Gebruik de template die voor jouw bedrijf van toepassing is om een Persona of Organisata te maken. Gebruik een Persona als het gaat om een consument, en een Organisata als het gaat om een bedrijf. Laat je voor het invullen van de template inspireren door het voorbeeld van Carol als een Persona of Retimed als een Organisata.

Om een levendige Persona of Organisata te maken kun je eerst een foto en naam geven.

## Gebruik van de tool

Kies eerst of je een Persona of Organisata wilt maken. Zijn jouw klanten consumenten (B2C), dan maak je een Persona. Zijn je klanten bedrijven (B2B), dan maakt je een Organisata.

### Persona

De Persona helpt jou de kennis die je hebt verzameld over je klanten te verwerken. Gebruik wat je weet over je doelgroep om het volgende in te vullen:

- Persoonlijke eigenschappen: geef je Persona eigenschappen, zoals naam, leeftijd, geslacht, beroep, burgerlijke staat en woonplaats.
- Persoonlijkheid: Is jouw Persona introvert of extravert? Maakt hij/zij afgewogen beslissingen of op basis van zijn intuïtie?
- Quote: Geef je Persona een motto of beschrijft in een zin wat deze persoon maakt tot wat hij/zij is en doet?
- Doelen: wat wil je Persona bereiken in zijn of haar leven?
- Frustraties: wat zijn de redenen dat jouw Persona ongelukkig is? Wat mist er in zijn of haar leven?
- Bio: wat zijn de belangrijkste aspecten die jouw Persona typeren?
- Interesses: welke interesses of hobby's heeft jouw Persona?

- Voorkeurkanalen: via welke kanalen zoekt jouw Persona contact met organisaties?
- Merken: Wat zijn merken die jouw Persona koopt en waar hij/zij loyaal aan is?
- Bedreigingen: wat zijn de bedreigingen in de markt waarin jouw Organisata zich bevindt? Waar moeten zij rekening mee houden?


## Organisata

Net als een Persona kan de Organisata je helpen om de kennis die je hebt over je te verwerken. Vul daarna de volgende aspecten in:

- Bedrijfsprofiel: geef je Organisata realistische kenmerken, zoals naam, sector, producten en diensten, locatie, omzet, etc.
- Aanbod: wat zijn de producten en diensten waarmee de Organisata waarde levert aan hun klant?
- Missie: waar staat jouw Organisata voor?
- Doelen: wat is het doel van je Organisata?
- Frustraties: wat gaat er nog niet goed voor jouw Organisata, wat voor aspecten mist jouw Organisata in diens diensten of producten?
- Doelgroep: wie zijn de klanten van jouw Organisata?
- Kanalen: welke contactkanalen gebruikt jouw Organisata om in contact te komen met hun klanten? Hoe kun jij ze het best bereiken?
- Nieuwe trends en ontwikkelingen: wat zijn de trends en ontwikkelingen in de markt waarin jouw Organisata zich begeeft? Moet jij hier rekening mee houden?

# persona

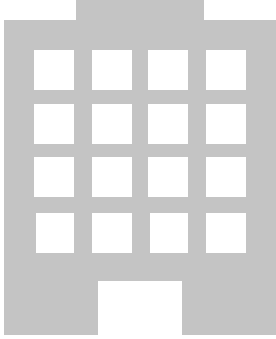
naam \_\_\_\_\_

<b>naam</b>  <b>geslacht</b>  <b>leeftijd</b>  <b>status</b>  <b>beroep</b>  <b>locatie</b>		<b>bio</b>
	<b>quote</b>	<b>interesses</b>
<b>persoonlijkheid</b>  extravert <span style="float: right;">introvert</span> <input type="text"/>  observatie <span style="float: right;">intuïtie</span> <input type="text"/>  denken <span style="float: right;">voelen</span> <input type="text"/>  oordelen <span style="float: right;">waarnemen</span> <input type="text"/>	<b>doelen in context</b>	<b>voorkeurskanalen</b>
	<b>frustraties in context</b>	<b>merken</b>

datum \_\_\_\_\_

# organisata

naam \_\_\_\_\_

naam  industrie  producten & diensten  bedrijfs grootte  omzet  locatie		doelgroep
	missie	kanalen
aanbod	doelen in context	nieuwe trends & kansen
	frustraties in context	bedreigingen

datum \_\_\_\_\_

Geïnspireerd op de Buyer Persona ontwikkeld door Tony Zambito.

# Voorbeeld Carol

Carol is een hardwerkende alleenstaande moeder. Haar vrije tijd staat in het teken van haar kinderen voor wie ze een warme omgeving wil bieden waarin ze veilig kunnen opgroeien. Dit doet ze onder andere door haar grote betrokkenheid bij school en sportactiviteiten van haar kinderen. Daardoor neemt ze weinig tijd voor zichzelf.

## Carol als Persona

Voor het succes van je bedrijf is het essentieel om te weten wie je klanten zijn. Als je doelgroep vrouwen zijn zoals Carol moet je rekening houden met de manier waarop zij haar leven inricht. Zo kun je in het voorbeeld zien dat Carol weinig tijd heeft en daarom veel gebruik maakt van internetwinkels. Wil je succesvol zijn in de verkoop van je product aan Carol, dan moet je ook van dat platform gebruik maken. Er is een andere benadering nodig wanneer je doelgroep een gezin is. Kijk voor inspiratie voor je eigen persona naar het voorbeeld van Carol. Welke zaken vallen op aan haar persona? Wat zijn daarvan de gevolgen als je producten of diensten wil verkopen aan vrouwen zoals Carol?

# Voorbeeld Retimed

Retimed ontwikkeld en produceert producten voor retinale beeldvorming. Het bedrijf werkt samen met artsen, onderzoeksinstellingen en gespecialiseerde technologiepartners. Zo zorgt Retimed ervoor dat de producten altijd voldoen aan de hoogste veiligheidseisen. Ook wordt er zo gebruik gemaakt van de beste technische en digitale oplossingen. Daarnaast verkoopt Retimed hun producten aan oogspecialisten, opticiens en optometristen.

## Retimed als Organisata


Met de organisata ontstaat in één pagina een goed beeld van het soort bedrijf voor wie de producten of diensten bestemd zijn. Door een organisata in te vullen voor een bedrijf krijg je een goed beeld van de kansen en uitdagingen waar zij mee te maken hebben. Sluit jouw product aan bij hun diensten? Hoe zorgt jouw bedrijf voor het verlichten van de bedreigingen van Retimed? Met de antwoorden op deze vragen ontstaat een goede verkooppitch voor Retimed.

# persona

naam Carol

<p><b>naam</b> Carol</p> <p><b>geslacht</b> Vrouw</p> <p><b>leeftijd</b> 45 jaar</p> <p><b>status</b> Single</p> <p><b>beroep</b> Verkoopster</p> <p><b>locatie</b> Amsterdam</p>		<p><b>bio</b></p> <p>Carol is een hardwerkende moeder die haar best doet om een veilig en warm huis te bieden voor haar kinderen. Ze is erg betrokken bij het leven van haar kinderen.</p>
	<p><b>quote</b></p> <p>“Zorgen moet je doen, niet maken”</p>	<p><b>interesses</b></p> <p>Carol wil graag zoveel mogelijk op de school van haar kinderen helpen.</p>
<p><b>persoonlijkheid</b></p> <p>extravert <input checked="" type="checkbox"/> introvert</p> <p>observatie <input type="checkbox"/> intuïtie</p> <p>denken <input type="checkbox"/> voelen</p> <p>oordelen <input checked="" type="checkbox"/> waarnemen</p>	<p><b>doelen in context</b></p> <p>Ondanks dat ze het niet breed heeft, probeert Carol een omgeving voor haar kinderen te creëren, waarin ze veilig kunnen opgroeien.</p> <p><b>frustraties in context</b></p> <p>Carol heeft weinig tijd en baalt van alles wat haar onnodig tijd kost. Soms maakt ze zich zorgen over onverwachte financiële tegenslagen.</p>	<p><b>voorkeurskanalen</b></p> <p>Carol is een online shopper, dit bespaart haar tijd en zo kan ze bovendien op ieder gewenst moment winkelen.</p> <p><b>merken</b></p> <p>Wehkamp H&amp;M Zara <a href="http://bol.com">bol.com</a></p>

datum \_\_\_\_\_

<p><b>naam</b> Retimed</p> <p><b>industrie</b> Medische technologie</p> <p><b>producten &amp; diensten</b> Camera's oogziekte screening</p> <p><b>bedrijfs grootte</b> Middelgroot bedrijf</p> <p><b>omzet</b> € 25 miljoen</p> <p><b>locatie</b> Den Bosch</p>		<p><b>doelgroep</b></p> <p>Oogspecialisten</p> <p>Optometristen</p> <p>Opticiens</p>
<p><b>aanbod</b></p> <p>Retimed ontwikkeld, produceert en distribueert eigen producten voor retinale beeldvorming. Het bedrijf werkt samen met artsen, onderzoeksinstituten en gespecialiseerde technologiepartners voor digitale innovatie van haar producten.</p>	<p><b>missie</b></p> <p>Oogziekte screenings beschikbaar maken voor iedereen, waar nodig.</p>	<p><b>kanalen</b></p> <p>Rechtstreekse verkoop</p>
	<p><b>doelen in context</b></p> <p>Retimed streeft naar digitalisering van de gezondheidszorg met gepatenteerde producten en technologieën voor screening van oogziektes.</p>	<p><b>nieuwe trends &amp; kansen</b></p> <p>Nieuwe groeimarkten, zoals India.</p> <p>Online consulten.</p> <p>Veranderingen in de waardeketen</p>
	<p><b>frustraties in context</b></p> <p>Retimed krijgt steeds meer concurrentie van bedrijven die vergelijkbare producten aanbieden voor een lagere prijs.</p>	<p><b>bedreigingen</b></p> <p>Competitie met een sterk vergelijkbaar aanbod voor een lagere prijs.</p> <p>Disruptieve technologieën</p>