



## Persona's: breng je doelgroep tot leven

De doelgroep van je organisatie, wie zijn dat? Voor de een zijn het de buurtbewoners, voor de ander dierenliefhebbers of de cliënten van een zorgcentrum. Dat zijn de mensen die direct gebruik maken van de diensten of producten van de organisatie. Maar ook de vrijwilligers, de ouders van de kinderen die komen knutselen, de familie van de cliënten in het zorgcentrum zijn allemaal een doelgroep waarmee de organisatie een goede relatie moet onderhouden.

### Wat zijn persona's?

Persona's zijn op maat gemaakte doelgroep profielen om de kennis over doelgroepen 'tot leven' te brengen binnen de organisatie. Zij geven een naam en gezicht aan de doelgroep met motieven, verlangens en doelen in het leven. Het is een simpel, maar zeer krachtig middel om je organisatie klantgerichter te maken. Persona's zorgen ervoor dat de doelgroep tastbaar wordt én ze geven heel concreet aan hoe je hen moet benaderen.

### Hoe werkt het?

Op basis van beschikbare gegevens over klanten en op basis van de ervaring van medewerkers maak je een aantal persona's. Je kunt een enquête houden, websitebezoek analyseren, interviews afnemen of een analyse maken van andere gegevens die er worden verzameld. Met deze gegevens en ervaring ga je aan de slag.

### Aan de slag

1. Kies een doelgroep (de klant, de medewerkers, de samenwerkingspartners) waarvoor je persona's wilt maken (in dit geval: de mensen die je via social media wilt bereiken)
2. Verzamel gegevens over deze doelgroep.
3. Ga met een groepje medewerkers/vrijwilligers uit je organisatie, die deze doelgroep kennen, bij elkaar zitten.
4. Verzin maximaal 4 type mensen uit deze doelgroep op basis van de verzamelde gegevens en de ervaring van de medewerkers/vrijwilligers.
5. Geef alle persona's een naam. Dit kan een echte naam zijn (Jan of Janneke) of een omschrijving: de carrièretijger of de moderne hippie.
6. Beantwoord per persona de volgende vragen:
  1. Geef een omschrijving van deze persoon:

- a. welke interesses/hobby's heeft hij/zij
  - b. wat doet hij/zij in zijn/haar vrije tijd
  - c. hoe oud is hij/zij
  - d. wat voor werk doet hij/zij
  - e. heeft hij/zij kinderen
  - f. welke krant leest zij/hij
  - g. welk tv programma kijkt zij/hij graag
  - h. welke sociale media gebruikt zij/hij?
2. Wat wil hij/zij in het leven bereiken?
  3. Waarover maakt hij/zij zich zorgen?
  4. Welke behoefte heeft zij/hij als hij gebruik maakt van jullie diensten/producten?
  5. Welke behoefte heeft hij absoluut niet?
  6. Waar wordt hij blij van?
  7. Welke vragen heeft hij aan jullie?
7. Zoek in tijdschriften of op internet naar afbeeldingen die passen bij deze persona en de interesses en plak ze op een groot vel papier. Schrijf er ook de naam bij en de belangrijkste kenmerken.
  8. Hang de posters op waar alle collega's ze zien en praat er met elkaar over. Herkennen zij ze? Moet er nog wat aangepast worden?
  9. Kijk vervolgens naar alle persona's die zijn gemaakt en stel de volgende vragen:
    - welke tone of voice moeten we gebruiken richting deze mensen? (bv. formeel, informeel, kritisch, neutraal, grappig, serieus, geëngageerd, vriendelijk, hartelijk)
    - wat voor soort onderwerpen vinden ze interessant?
    - op welke manier kunnen we (beter) aansluiten op hun behoeftes?

**Succes!**