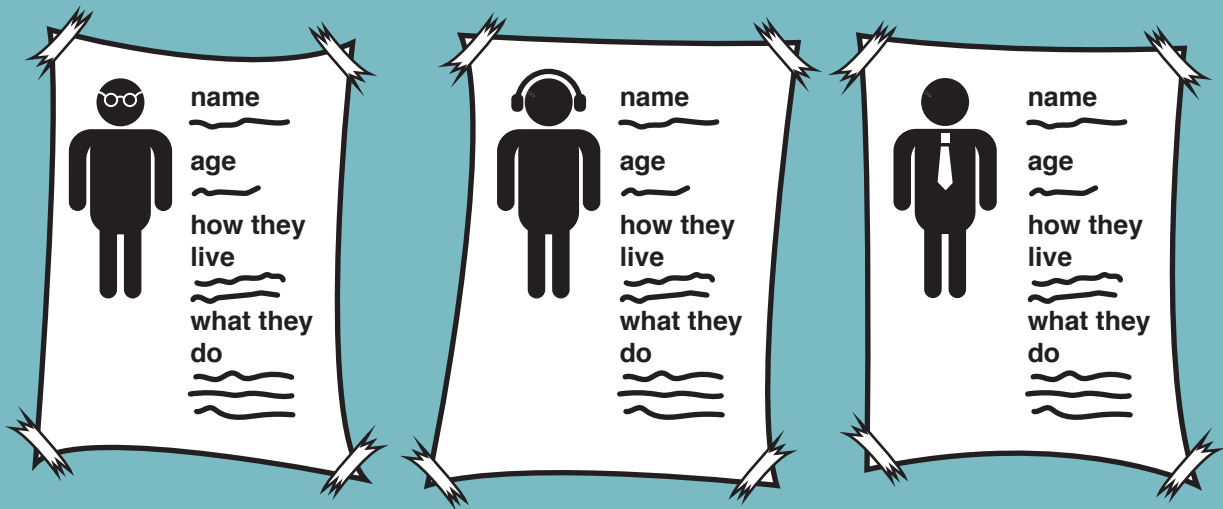


ANALYSEMETHODEN: 29. PERSONAGES



29. PERSONAGES

Deze methode transformeert het verzamelde onderzoek en de informatie tot fictieve personages die een indruk geven van hoe echte mensen zullen denken over jouw project of het product dat je aan het maken bent.

Benodigde materialen: Fotoapparatuur, notitieblokken of papier en pen, papier, lijm en potloden of beeldbewerkings- en opmaaksoftware.

Benodigde tijd: 1,5 uur tot een halve dag.

Hoe?

1) Begin met het verzamelen van data over verschillende doelgroepen die relevant zijn voor jouw uitdaging door gebruik te maken van De Antropoloog (methode nr. 21) of van Bronnenonderzoek (methode nr. 20). Je moet gegevens verzamelen over verschillende mensen binnen elk segment of elke doelgroep om de informatie te valideren.

2) Cluster de informatie over elke groep op een groot vel papier of op een computer met behulp van aantekeningen, foto's en illustraties.

3) Brainstorm over elke doelgroep en probeer hun dagelijks leven, hobby's, hun waarden en dromen, hun smaak en voorkeuren te beschrijven.

4) Creëer een fictief personage voor elke doelgroep die de algemene eigenschappen waar je over hebt gebrainstormd, heeft, met zoveel mogelijk details: naam, leeftijd, uiterlijk, hoe ze leven, wat ze doen, enz.

5) Plaats deze personages in een gedeelde ruimte zodat je ze altijd kunt zien. Dit kan je inspireren en je helpen bij het ontwikkelen van een oplossing of antwoorden bieden die op een meer tastbare manier aansluiten bij je behoeften en de uitdaging dan statistieken, of een reeks stellingen uit het onderzoek zouden doen.