

# Persoonatyökalu

The logo for eficode, featuring the word "eficode" in white lowercase letters inside a black hexagonal shape with rounded corners.

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). Persoonat perustuvat 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. Persoonat pysyvät 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:

Persoonat helpottavat palvelun ja tuotteiden kohdentamista asiakkaalle. On helpompaa 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!**

## 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:

1. Keksi persoonalle nimi ja kirjaa tyypillinen ammatti, titteli tai rooli.
2. Kuvaa toiminta lyhyesti. Mikä auttaa häntä hänen työssään eteenpäin? Miten se näkyy toiminnassa?
3. Kirjaa henkilökohtainen ja organisaation tavoite
4. Mikä media tavoittaa hänet?
5. Lisää kuvaava fiktiivinen kuva ja tiivistä motto.

### Ohje B2C persoonaan:

1. Lisää persoona kuva, nimi ja esimerkiksi ikä.
2. Kirjaa persoonan draiverit, motivaattorit, tavoitteet. Mitä ja miksi hän haluaa saavuttaa?
3. Listaa vaikuttimet, mediat ja asiat, mitkä määrittävät häntä.
4. Miten, missä ja miksi hän toimii?
5. Tunnista huolet, esteet sekä 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.

# B2B persoona

Kuva & motto

Nimi

Ammatti, rooli

Käyttäytyminen, toiminta

Tavoite. motivaattori

Kommunikointi

# B2C persoona

