



Република Србија
Министарство туризма и
омладине



PERSONA

U kontekstu Design Thinking metodologije, Persona je važan alat koji se koristi za razumevanje i kreiranje dublje empatične veze sa krajnjim korisnikom, odnosno vašom ciljnom grupom. Persona je detaljan prikaz navika, ponašanja, želja, potreba ali i muka jednog potpuno izmišljenog karaktera koji predstavlja specifičan segment dela populacije kojem želite da se obratite i ponudite proizvod ili uslugu. Kreira se na osnovu istraživanja i uvida iz realnog života i iskustva sa ciljem razumevanja potreba, ponašanja i ciljeva naših budućih korisnika ili kupaca.

1. Empatija i razumevanje:

Persona ili persone se kreiraju kako bi podstakle empatiju tako što se krajnjim korisnicima daje lice i priča se njihova priča.

Persona vam pomaže da uđete u kožu korisnika, razumete njihovu perspektivu i vidite svet njihovim očima.

2. U centru pažnje je korisnik:

Persona vam pomaže da imate krajnjeg korisnika vaše usluge ili proizvoda stalno na pameti. Krajnji korisnik je u centru vaših radnji. U smislu da ne razvijate proizvod ili uslugu za sebe i svoje najmilije, nego za ljude koje ne poznajete. Kada ste fokusirani na krajnjeg korisnika ili kupca, vi zapravo kreirate i dizajnirate proizvod ili uslugu koji rešavaju tuđu potrebu ili problem, odnosno usklađeni su potrebama potencijalnih kupaca ili klijenata.

3. Persona je i smernica za donošenje odluka:

Persona služi i kao alat za donošenje odluka tokom procesa razvoja proizvoda ili usluge ili definisanja strategije komunikacije.

Persona pomaže u određivanju prioriteta na osnovu identifikovanih potreba i/ili problema i izazova potencijalnih kupaca/klijenata.

4. Komunikacija i usaglašavanje sa ciljanom grupom:

Persona olakšavaju osmišljavanje strategije komunikacije i usklađivanje misli i donošenje odluka ako radite sa još nekim na razvoju ideja, proizvoda ili usluga. Poenta je da stvorite zajedničko razumevanja budućih korisnika/kupaca/klijenata.

Persona može da bude i polazna tačka u diskusiji sa ljudima sa kojima želite da proverite svoju ideju.



Sprovedeno od strane:
giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



Република Србија
Министарство туризма и
омладине



5. Rešavanje problema i ideacija:

Persona kao alat vam pomaže da razvijate novi proizvod ili uslugu koja nije zasnovana na pretpostavkama već je utemeljena na uvidimo o stvarnim potrebama ljudi.

6. Iteracija i neprestano usavršavanje:

Jednom kada imate definisanu Personu, možete na njoj da testirate proizvod ili uslugu koje ste osmislile. Ako vam realno iskustvo pokaže da treba malo da podesite ili promenite nešto u proizvodu ili usluzi, slušajte i primite povratnu informaciju kako biste se što bolje približile potrebama krajnjeg korisnika, odnosno vaše ciljne grupe.

7. Zaključak:

Persona je ključan alat u Design thinking metodologiji. On nam pomaže da saosećamo sa korisnicima, da donosimo informisane odluke – odluke koje idu u našu korist, a ne protiv nje, i pomaže nam da kreiramo proizvode i usluge koje će zaista ispuniti očekivanja i potrebe naše ciljne grupe.