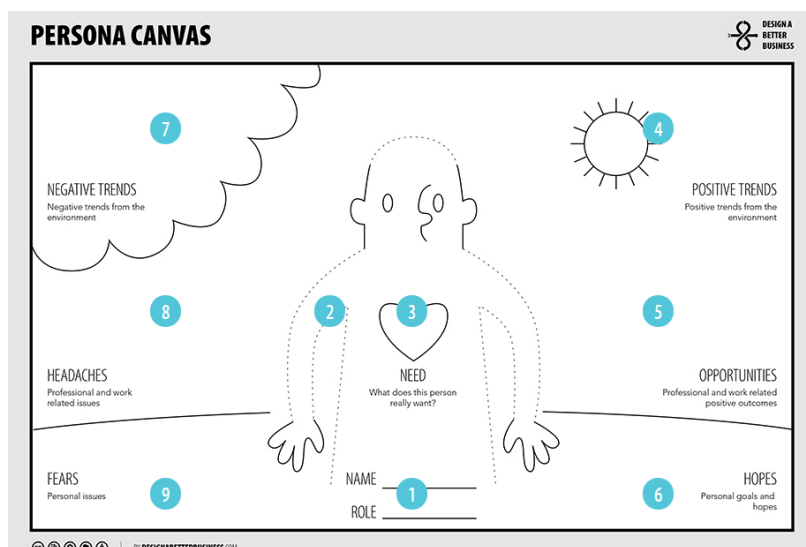


بوم پرسونا می تواند برای داشتن تصویری و نامی از بخش مشتری استفاده شود و کمک می کند راحت تر خودمان را جای مشتری بگذاریم. پرسوناها صحبت درباره مشتریان و خصوصیات آن ها را ملموس تر و شفاف تر می سازند و رجوع دوباره به الگوی خصوصیات او را ساده تر می کنند. پرسوناها خلق و به اشتراک گذاری مدل های ذهنی و داشتن زبان مشترک درباره انواع مختلف مشتریان را ممکن می سازند.

چه طور از این بوم پرسونا استفاده کنیم؟

اگر تا به حال طراحی کرده باشید یا با طراحان کار کرده باشید، تنوعی از پرسوناهاى مختلفی که طراحان برای شناخت حداقلی از خصوصیات مشتری استفاده می کنند را دیده اید. این بوم به شما کمک می کند پرسوناهاى خودتان را بسازید.



قسمت ها:

۱. نام و نقش: به پرسوناهاى خود یک نام و نقش واقعی بدهید که نگر اتصال آن ها به واقعیت باشد. حتی بهتر است از شخصی واقعی استفاده کنید.
۲. خروجی ها: این بوم برای این طراحی شده است که ترسیم آنچه مشتری شبیه به آن می رسد برای شما راحت تر شود. آیا او یک مرد است؟ یک زن است؟ شاد است؟ غمگین است؟ لباس های خاصی می پوشد؟ تصویری غنی از او بکشید.
۳. نیاز: در نهایت، می خواهیم سعی کنیم نیازهای آن پرسونا را شناسایی کنیم. آن ها واقعا چه می خواهند؟ آن ها چه تصمیم هایی خواهند گرفت؟ بقیه بوم به شما کمک می کند در این مورد بیشتر عمیق شوید.
۴. روندهای مثبت: روندهای مثبتی که پرسونا در عمرش تجربه می کند چیستند؟
۵. فرصت ها: فرصت های مثبتی که پرسونا در عمرش تجربه می کند، کدام است؟ این ها می تواند در کار یا در زندگی شخصی پرسونا باشد.
۶. امیدها: پرسونا چه امیدهایی برای آینده دارد؟
۷. روندهای منفی: روندهای منفی که پرسونا در عمرش تجربه می کند چیستند؟

۸. دردسرها: دردسره‌های منفی که پرسونا در عمرش تجربه می‌کند، کدام است؟ این‌ها می‌تواند در کار یا در زندگی شخصی پرسونا باشد.

۹. ترس‌ها: پرسونا چه ترس‌هایی درباره آینده دارد؟

راهنمای گام به گام:

۱. قبل از اینکه شروع کنید

فضایی راحت ترتیب دهید که قطعا اتاق جلسه نیست. فضای خلاقیتی ایجاد کنید و مواد اولیه رنگی و مجله‌های زیادی در دسترس قرار دهید.

نکته: با تعیین نام، سن، جنسیت، نقش و دیگر خصوصیات بیرونی شروع کنید و تصویر پرسونا را بکشید. این به شما کمک می‌کند اطلاعات بیشتری در مورد آن خلق کنید.

۲. فرم پرسونا را پر کنید

فرم پرسونا را همراه با تیم خود پر کنید. سعی کنید که چیزهایی درباره تجربه‌های پرسونا بیرون بکشید و بحث کنید که او ممکن است چه احساسی درباره این تجربه‌ها داشته باشد. پاسخ‌های او چه خواهد بود؟ پرسونا به این طریق، خیلی همراستا با بوم مسیر مشتری جور می‌شود. سعی کنید شفاف و انتخابگر باشید.

۳. هک: استفاده‌های بیشتر برای بوم‌های پرسونا

بوم پرسونا به شما کمک می‌کند که بیشتر روی مدل ذهنی که از یک شخص یا یک گروه از مردم دارید متمرکز شوید. تصویری کردن آن شما را مطمئن می‌سازد که همه تصویر یکسانی در ذهن دارند. و می‌توانید آن را برای خلق یک مدل ذهنی یا پروفایل از هر شخص یا گروهی استفاده کنید.

و وقتی که آن را بشناسید، واضح است که پرسونا می‌تواند برای خیلی از مواردی که الان به شانس یا بحث‌های طولانی واگذار شده است، به کار رود.

۴. هک: استفاده از بوم پرسونا برای آمادگی برای یک جلسه

خود را برای جلسه بعدی، با مشخص کردن پرسوناها برای ذینفعان مهم آماده کنید. امیدهای آن‌ها و ترس‌هایشان چیست؟ چرا آن‌ها وارد بحث شده‌اند؟ آن‌ها شبیه که هستند؟ شما می‌توانید زمانی را قبل از جلسه به تشخیص اینکه آیا فرضیه‌هایتان درست هستند یا نه، صحبت با دیگران یا صحبت با خود ذینفعان بگذرانید. در طی جلسه، مطمئن شوید که یادداشت بر می‌دارید و نقشه خود را پس از آن به روز رسانی کنید.

۵. هک: استفاده از بوم پرسونا برای داستان‌گویی

وقتی که دارید داستانی خلق می‌کنید، می‌توانید از این قالب برای ترسیم مخاطبان خود و اینکه چشم‌اندازشان چیست، استفاده کنید. چرا باید بخواهند داستان شما را گوش کنند؟

۶. هک: استفاده از بوم پرسونا برای ساخت تیم تان

با تیم خود آشنا شوید! افراد تیم را مجبور کنید که پرسوناهای خودشان و دیگران را در تیم بسازند، و آن را مقایسه کنند. حداقل یک عنصر غافلگیرکننده که فراتر از سطح سمت های کسب و کاری می رود را مورد سوال قرار دهید.

۷. چک لیست

ایده های خیلی زیادی در مورد آنچه اهمیت دارد وجود خواهد داشت، بنابراین گام بعدی این است که ایده ها را در حداکثر ۵ دسته ی سطح اول سازماندهی کنید. می توانید از قبل دسته ها را تعریف کنید، یا می توانید از ترسیم پیوسته استفاده کنید و اجازه دهید آن ها خودشان بروز کنند. اعضای تیم را مجبور کنید که روی دسته بندی با یکدیگر کار کنند و آن ها را تشویق کنید که از هم سوال کنند از هر ایده ای چه منظور خاصی دارند و البته، اضافه شدن ایده های جدید هم بلامانع است!

۸. گام های بعدی

چک لیست

- از ساختمان بیرون بروید و با مشتریان (بالقوه) صحبت کنید. پرسوناهای شما برای آن ها معنی دارد؟ یا باید آن را به روز رسانی کنید؟
- *از پرسونا به عنوان پایه ای برای مسیر مشتری استفاده کنید
- *از پرسونا به عنوان پایه ای برای بوم طراحی ارزش پیشنهادی استفاده کنید.