

Problem- und Kundenanalyse (Persona Canvas)

Kurzbeschreibung: Heutzutage ist Kundenzentrierung in aller Munde und deshalb auch für die Ausgestaltung deiner Geschäftsidee ein zentrales Element. Dein Produkt bzw. deine Dienstleistung soll schliesslich in optimaler Weise auf die Bedürfnisse deiner Kund:innen einzahlen. Ein sehr bewährtes Tool ist dabei das «Persona Canvas», welches dir in der allseits bekannten Leinwand-Logik (vgl. Business Model Canvas) die wichtigsten Bausteine der Kundenanalyse offenbart.

Kurzanleitung: Auch beim Persona-Canvas sind wir vom «less is more» Ansatz überzeugt und der Meinung, dass es ausreicht, ein paar wenige unterschiedliche Kundentypen auszuwählen. Du kannst somit entweder ein Canvas verwenden und die jeweiligen Kästchen für alle erdenklichen bzw. für dich relevanten Kundengruppen ausfüllen oder auch, wenn du nicht ausreichend Platz hast, mehrere Canvases dafür verwenden. Lies dazu einfach die pro Kästchen gestellten Fragen durch und fülle diese im besten Wissen und Gewissen für deine Geschäftsidee aus.

<p>Beschreibung</p> <p><i>Beschreibe den/die fiktiven Charakter(e) in Bezug auf Geschlecht, Alter, Beruf, Mindset, Werte und weitere Attribute.</i></p> <p style="text-align: right; font-size: 48px; opacity: 0.3;">1</p>	<p>Anwendungsfälle</p> <p><i>Wie sehen die Anwendungsfälle im Kontext der Persona(s) aus? Wie sieht die Customer Journey vor und nach den Anwendungsfällen aus?</i></p> <p style="text-align: right; font-size: 48px; opacity: 0.3;">3</p>	<p>Aufgabe(n)</p> <p><i>Welche Aufgabenstellung wird mit dem Produkt/der Dienstleistung unterstützt?</i></p> <p style="text-align: right; font-size: 48px; opacity: 0.3;">2</p>
<p>Beeinflusser</p> <p><i>Wer sind die Beeinflusser im Kaufentscheid der Persona(s)? Beeinflusser: Soziales Umfeld des Käufers und weitere Einzelpersonen oder Personen in Organisationen</i></p> <p style="text-align: right; font-size: 48px; opacity: 0.3;">4</p>	<p>Stimmungen & Impressionen</p> <p><i>Wie siehst du die Welt bzw. den Alltag der Persona(s)? Skizziere bzw. illustriere diese mithilfe von Bildern, Fotos, Skizzen und weiteren Materialien. Versuche dich dabei in die Persona(s) hineinzusetzen und dir dabei ein möglichst konkretes auszumalen.</i></p>	<p>Pain Points</p> <p><i>Was erzeugt derzeit bei der/den Persona(s) negative Gefühle? Welche Mängel/Schwachstellen bestehen bei aktuellen Produkten auf dem Markt?</i></p> <p style="text-align: right; font-size: 48px; opacity: 0.3;">5</p>
<p>Markt & Trends</p> <p><i>Welches sind heute relevante (Mega-) Trends für deine Persona(s)? Welche (Mega-)Trends werden dabei in Zukunft von Bedeutung?</i></p> <p style="text-align: right; font-size: 48px; opacity: 0.3;">8</p>	<p style="text-align: right; font-size: 48px; opacity: 0.3;">7</p>	<p>Befriedigung</p> <p><i>Was macht die Persona(s) glücklich?</i></p> <p style="text-align: right; font-size: 48px; opacity: 0.3;">6</p>

Quelle: In Anlehnung an M. Lewrick, P. Link & L. Leifer: Das Design Thinking Toolbook - Die besten Werkzeuge & Methoden (2019)