



## METODE

# Personas

Du står med et fyldigt og komplekst data om brugerne, som skal formidles simpelt og forståeligt til eksempelvis den arbejdsgruppe, som skal hjælpe dig med at idégenerere på løsninger på en problemstilling.

Formålet er, at arbejdsgruppen skal få et indblik i de enkelte individer, personas, og på den måde få en dybere forståelse for variationen i brugergruppen. Personas er et godt formidlingsværktøj, der skaber engagement, og som er nyttigt til at minde om, at vi udvikler løsninger til mennesker, med individuelle behov og ønsker, som skal tilpasses til de forskellige kontekster, de sidenhen skal implementeres i.

## SÅDAN GØR DU

- 1 Gør udgangspunktet tydeligt:** Hvad vil du præcist bruge personaerne til – og hvilken diskussion skal de bruges til at illustrere?
- 2 Få viden om brugerne** ved at samle relevant kvalitativt data, udfør interviews eller andet, der kan give dig et godt kendskab til slutbrugerne.
- 3 Beskriv, udfyld og print personaskabelonen.** Brug den viden, som du og dit team har fundet frem til under vidensindsamlingen i skabelonen.
- 4 Husk at afklare anonymitetsspørgsmål:** I kan eventuelt bruge andre navne til jeres persona, af hensyn til anonymiteten.
- 5 Start med at præsentere jeres personas** til mødet/ workshoppen – så deltagerne lærer slutbrugerne at kende.
- 6 Bed eventuelt deltagerne om at reflektere over jeres personas.** Kan I genkende dem? Er der noget, der overrasker jer? Hvad er mest interessant ved de formulerede personas?
- 7 Herefter kan I starte en idégenerering,** hvis det er det, der er jeres formål. Tag gerne afsæt i "udviklingsspørgsmålene", når I skal diskutere udviklingsspor.

## MATERIALER

Print skabelonen Persona (A4)  
Tusser  
Billeder

## FORBEREDELSE

Målgruppe  
Interview

## OPFØLGNING

Workshop

## TIPS

Har du ikke tid til at opsætte portrætterne, kan de også fint fungere alene som en kortfattet tekst.