

IDÉGENERERING: Persona

Formålet med metoden er at skabe fiktive karakterer baseret på reel viden om udvalgte interessentgrupper for at skabe fælles indsigt i deres behov, værdier, drømme og udfordringer. Persona fungerer som en konkret metode til at målrette og kvalificere jeres ideudvikling.

- ① Start med at udvælge de interessentgrupper, som I vil arbejde med. Indsaml viden om dem, f.eks. gennem desktop research, interviews, observationer m.m.
- ② Definer jeres personaer og afklar, hvor mange I har brug for:
 - Primære personaer: De vigtigste interessenter, der har direkte indflydelse på projektet.
 - Sekundære personaer: Mindre centrale, men stadig relevante.
 - Tertiære personaer: Perifere, men med potentielle indsigter.
- ③ Udfyld persona-profiler som beskriver hver persona. Vælg et format, der fungerer godt for jer, f.eks. en grafisk skabelon eller et skema. Inkluder navn og baggrund, behov og udfordringer, drømme og ambitioner, frygt og forhindringer og foretrukne oplevelser eller løsninger.
- ④ Drøft jeres personaer i fællesskab:
 - Hvilken ny viden eller indsigt har I opnået ift. projektets mål?
 - Hvordan kan denne viden bruges til at kvalificere jeres ideudvikling?
- ⑤ Skriv de vigtigste pointer om hver persona-gruppe i jeres projektbeskrivelse, så de kan bruges aktivt i den videre proces.

Persona



IDÉGENERERING



Navn, Alder, Civilstatus, Bopæl, Uddannelse, Job, Barrierer, Citat, Erfaringer med museer, Motivationer, Kulturelt fokus, Drømme, Værdier, Mål.