



Ontwerptypetje

25 min

Hoe goed ken jij je doelgroep? Misschien werk je al jaren met hen samen, of misschien is het een compleet nieuwe doelgroep. In deze stap leven we ons in in diegene waarvoor jij het doet. Met andere woorden: de eindgebruiker.

Waarvoor gebruik je deze tool?

Door onbevooroordeeld in iemands schoenen te gaan staan kijk je vanuit een ander perspectief naar jouw idee. Dit levert vaak vernieuwende en belangrijke inzichten op. Empathie gaat de één makkelijker af dan de ander. Toch zijn er methodes die iedereen op weg kan helpen met het goed inleven in de doelgroep. Het maken van het ontwerptypetje is hierin de eerste stap.

Hoe past het in het verhaal?

Je goed inleven in de doelgroep is de start van ieder ontwerpproces. Alleen zo kan je een product/dienst/initiatief bedenken dat perfect aansluit bij de behoefte van de doelgroep.

Tips:

- Jij kent vast al iemand die binnen het beeld van jouw doelgroep past. Denk aan diegene tijdens deze opdracht om je zo goed mogelijk in te leven.
- Heb je meerdere doelgroepen? Concentreer je dan eerst op de belangrijkste doelgroep en maak daar een ontwerptypetje voor. Na de doelgroepeninterviews is het mogelijk meer doelgroepen toe te voegen als dat voor jou relevant is.
- Is jouw eindgebruiker iemand anders dan degene die jouw product/dienst afneemt? Maak het ontwerptypetje voor de eindgebruiker. Later, bij het maken van een communicatieplan, kunnen ook andere doelgroepen in beeld komen.



Aan de slag



STAP 1: Sluit je ogen en denk aan iemand die je persoonlijk kent en die jouw product/dienst/initiatief gebruikt of zou kunnen gebruiken. Probeer je in te leven. Hoe heet diegene? Hoe ziet deze persoon eruit? Schrijf de naam op en geef het ontwerptypetje een gezicht.

STAP 2, 3, 4, 5 & 6: Ga de vakjes rond het ontwerptypetje af. Wat hoort/ziet diegene? Wat denkt, voelt, zegt en doet diegene? Schrijf al je gedachten op post-its en plak ze op het bord. Het gaat hierbij om wat *jij* denkt dat iemand denkt/voelt/etc. Probeer je zo goed mogelijk in te leven. Later checken we of deze aannames kloppen.

STAP 7: Kijk nu naar het geheel. Zit er een verschil in wat diegene denkt en wat diegene doet? Wat is voor hen belangrijk? Bespreek dit met elkaar.



Project:

Datum:



HOREN en ZIEN

Wat hoort of ziet de doelgroep?

SPREKEN

Wat zegt de doelgroep?

[vb: Lisanne]

DENKEN

Wat denkt de doelgroep?

VOELEN

Wat voelt de doelgroep?

DOEN

Wat doet de doelgroep?