

# Naam:

Geef je persona een naam. Het is makkelijker om over een persoon 'van vlees en bloed' te praten dan over een abstract begrip als 'doelgroep'.

Plaats hier een inspirerende foto van je persona

## Demografische kenmerken

Wat zijn de demografische kenmerken van jouw persona? Denk hier onder anderen aan geslacht, leeftijd, onderwijsniveau, woonplaats en gezinssamenstelling.



## Persoonlijke kenmerken

Maak hier 5 bullits over de zaken die je denkt te weten over je persona, zoals persoonlijk gedrag, hobby's, welke auto ze rijden, etc.



## Werkgerelateerde informatie

Plaats hier informatie betreft de werkgerelateerde achtergrond van je doelgroep. Wat is hun huidige functie? Hoeveel uur werken ze? Welke werkervaring hebben ze?



## Touchpoints

Waar kun je deze persona bereiken? Of met je doelgroep in contact komen? Antwoorden op deze vragen beschrijf je hier. Denk aan

- **Omgeving:** waar komen deze mensen, bijv. voor reclame
- **Social:** welke sociale media gebruiken ze



## Kansen

Beschrijf hier welke beloften je waar kunt maken die in hun behoeften tegemoet komen, beschrijf er max. 5

## Voelen

- Wat zijn de innerlijke drijfveren van de persona?
- Hoe denkt hij/zij over zichzelf of over jouw organisatie/dienst/product?

Denk hier goed over na, dit worden uitgangspunten in je campagne

## Denken

Wat zijn rationele afwegingen die jouw persona maakt om evt. barrières te slechten die zij voelen/ervaren met jouw organisatie/product/dienst? Deze punten zijn belangrijk in de communicatie van je campagne

