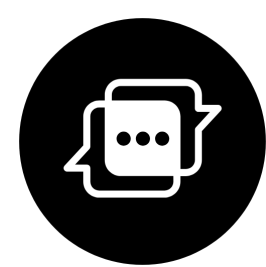
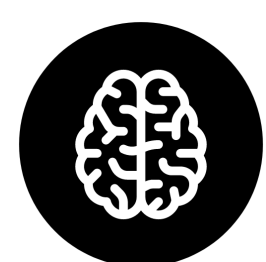
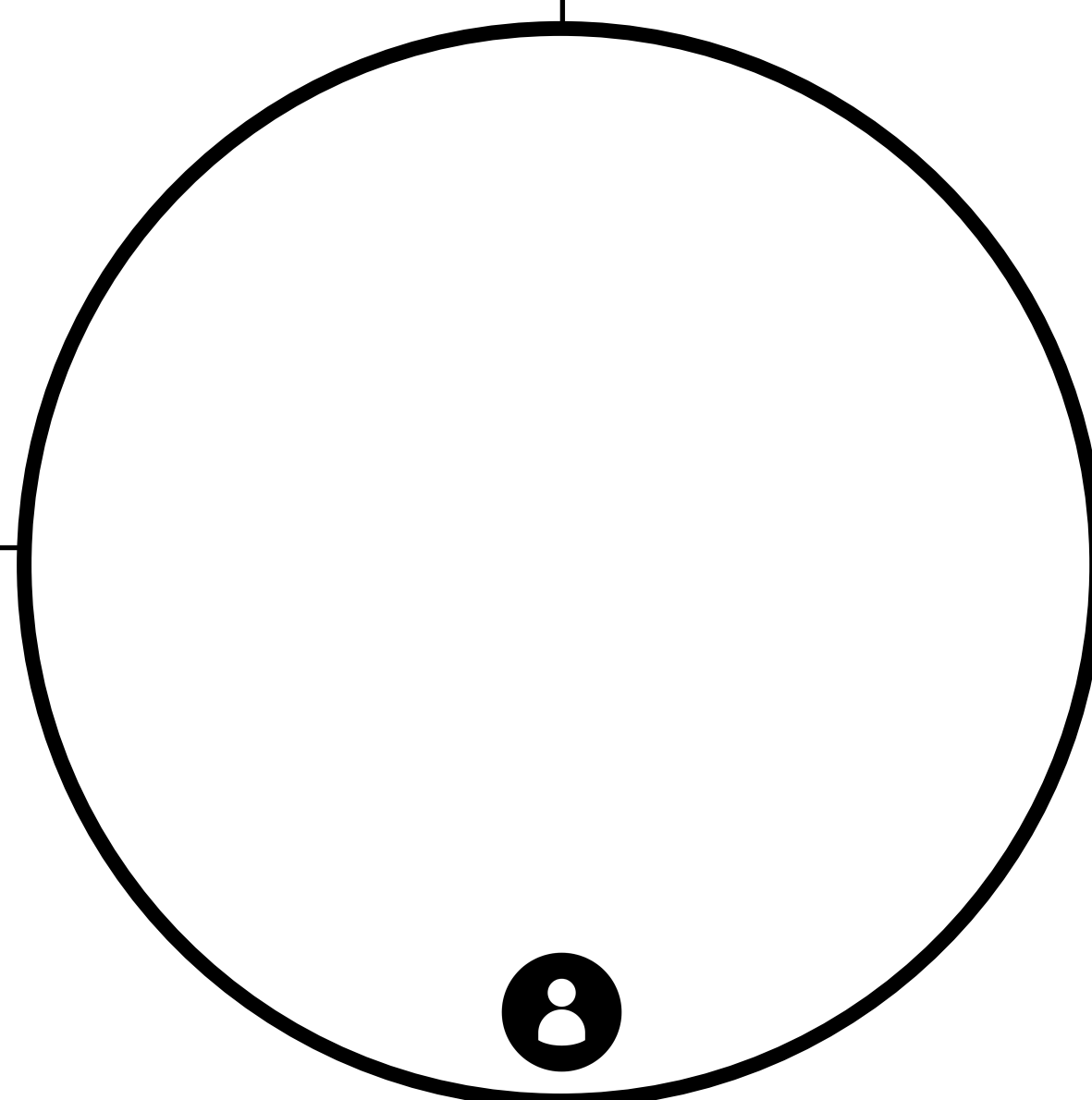


# Empathy Map



Sagen

Tun



Denken

Fühlen



Blockaden

Motivationen



# Empathy Map (Ausfüllhilfe)

Mit der Empathy Map können wir in die Schuhe der Nutzer steigen und deren Sicht auf die Welt greifbar machen. Zu Beginn wirkt die Arbeit übrigens meistens chaotisch und assoziativ, der rote Faden entwickelt sich jedoch, sobald es um zugrundeliegende Muster geht.



## Sagen

- was sind typische Sprüche und Floskeln der Person?
- was sagt sie über ihre Arbeit, ihre Aufgaben, über sich selbst?
- was sagt sie NICHT?
- was sagt sie über andere?



## Tun

- was tut die Person als Erstes und als Letztes am Tag?
- was sind tägliche Routinen?
- was tut sie NIE?
- wie strukturiert sie ihr Tun?
- was tut sie beruflich?
- was tut sie, wenn sie nicht arbeitet?



## Denken

- wie denkt die Person über ihre Umwelt, andere Menschen, ihre Arbeit?
- worüber denkt sie nach?
- denkt sie eher assoziativ oder kausal?
- welche Probleme beschäftigen sie besonders?



## Fühlen

- wie fühlt sich die Person am Morgen und am Abend?
- was sind besonders positive Erlebnisse — und negative?
- wie gut kann sie sich in andere „einfühlen“?
- fühlt sie sich sicher oder ängstlich? Warum?

Nachdem Sie Antworten für Ihre Persona gesammelt haben, können Sie zum zweiten Schritt übergehen: Suchen Sie nach Mustern innerhalb der Antworten, die Hinweise darauf sind, welche zugrundeliegenden Blockaden und Motivationen jemand hat. Das kann eine große Blockade oder Motivation, oder mehrere sein; manchmal widersprechen sich diese sogar.



Name, Zitat & Bild



Verhalten & Daten



Bedürfnisse & Ziele



Mögliche Lösungsansätze

# Proto-Persona (Ausfüllhilfe)

Nachstehende Fragen dienen der Inspiration; weitere Informationen, die Ihre Persona charakterisieren, sind ausdrücklich erlaubt.



## Name, Zitat & Bild

- geben Sie der Person einen realistischen, passenden Namen
- was könnte ein typisches Zitat der Person sein? Ein Lebensmotto?
- für Mutige: skizzieren Sie ein schnelles Bild der Persona, das deren äußere Merkmale hervorhebt



## Verhalten & Daten

- was tut die Person beruflich? was privat?
- wie ist der Anteil Berufliches / Privates?
- was konsumiert sie in ihrer Freizeit?
- wie sozial ist die Person? Hat sie viele Freunde, eine große Familie?
- was tut sie besonders gern — und was hasst sie, zu tun?
- was tut sie heimlich?
- welche Routinen hat sie?
- was begeistert sie?



## Bedürfnisse & Ziele

- ohne was kann die Person nicht leben?
- was wünscht sie sich, kurzfristig, mittelfristig, oder sogar langfristig?
- wie sieht ihre Lebensvision aus?
- welche Ziele sind ihr wichtig?



## Mögliche Lösungsansätze

- welcher Aspekt unseres Produktes/Services passt besonders gut zu ihr?
- was fehlt ihr momentan?
- mal anders herum gedacht: was braucht sie überhaupt nicht? Womit würden wir sie definitiv abschrecken?



## Kommunikation

Was muss unsere Kommunikation zum Kunden leisten, um bestmöglich wertschöpfend zu sein?



## Preis

Wie können wir Kosten optimal für uns UND die Kunden gestalten?



## Nutzung

Was macht die Nutzung so angenehm und wahrscheinlich wie möglich?



## Service

Wie kann der Service unser Produkt noch besser machen?



## Innovation

Wie können wir unsere Kunden mit Innovation begeistern?





## Kommunikation

Wie stellen wir sicher, dass unsere Kommunikation zum Kunden so schlecht wie möglich ist?



## Preis

Wie können wir Kosten gestalten, um unsere Kunden so richtig auf die Palme zu bringen?



## Nutzung

Wie machen wir die Nutzung so unangenehm und unwahrscheinlich wie möglich?



## Service

Wie kann der Service dabei helfen, den Kunden möglichst stark abzuschrecken?



## Innovation

Wie verhindern wir, dass Innovation die Kunden unnötig

