

Personas

Tjenesteutvikling i Sit Bolig

Dato: Februar 2021



Hva er Personas?

- Personifisering av en kundegruppe gjennom visualisering av en fiktiv karakter som representerer den typiske brukeren av en tjeneste eller et produkt.
- Etableres i forbindelse med markedssegmentering, der en Persona representerer en spesifikk målgruppe.
- Nyttig for å forstå kundens reelle behov, mål, og kjøpsadferd.
- Brukes både til markedsføring for å nå frem til målgruppen med riktig budskap, og i tjenesteutvikling for å sikre at brukerperspektiver blir ivare tatt.



Personas i Sit Bolig



Etablert i forbindelse med preferanseundersøkelse «Fremtidens studentboliger» våren 2020.

Representerer våre boligkunder.

Datagrunnlag:

- Sammenstilling av historiske kundeundersøkelser og eksterne markedsrapporter
- Kvantitativ spørreundersøkelse (bredt utvalg fra studentpopulasjonen i TAG, NN:)
- Kvalitative dybdeintervju (beboere i Sit, NN:)

Aktivt tatt i bruk i forbindelse med konseptutvikling i Nardovegen 12 – 14. Alle deltakerne fikk bli kjent med våre Personas gjennom presentasjon i oppstartsseminar. Flere av tilbyderne tok de til seg, og videreutviklet disse i sammenheng med sine konseptforslå.

De samme Personas tas med videre i neste prosjektfase, og har vært spesielt nyttig i forbindelse med konseptutvikling av sekundærareal og sosiale soner i prosjektet.

Synne Sosial



Egenskaper:

Utadvent, energisk, positiv,
omsorgsfull

Fritidsinteresser:

Film, kultur, matlaging

Boligpreferanser:

Et godt fellesrom

Største frykt:

Å være alene



Ulla Uavhengig



Egenskaper:

Målbevisst, kunnskapsrik, ansvarsfull, effektiv

Fritidsinteresser:

Trening, mote og interiør, reise, politikk og samfunnsliv

Boligpreferanser:

Individuell frihet

Største frykt:

Totalt mangel på privatliv

Rikard Rasjonell



Egenskaper:

Sosial, kreativ, fleksibel, tålmodig

Fritidsinteresser:

Musikk, friluftsliv, miljø

Boligpreferanser:

Pris

Største frykt:

Å gjøre en dårlig deal



Ulla Uavhengig, 2.0



23



Kvinne



Single



Campusnært



Ind.øk, NTNU

BIO

Er opprinnelig fra Asker, og bor i en privateid leilighet sammen med en venninne. Vurderer å kjøpe egen bolig dersom hun ikke skal på utveksling neste semester. Liker å være sosial, men festdagene holdes stort sett til helg for å ikke ødelegge studiedagene. Jobber med studier på dagen, men prioriterer trening og fritidsaktiviteter på ettermiddagene. Bruker gjerne helgene til å sjekke ut skemulighetene i Bymarka. I feriene drar hun helst på topptur til Lofoten, eller på shopping og uteliv i London.

MÅL OG DRØMMER

Gode akademiske resultater for å sikre drømmejobben.

FRUSTRASJONER

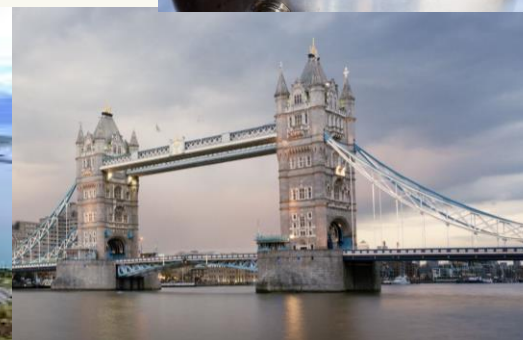
Mangel på privatliv, tidstyver som byråkratiske søknadsprosesser og folk som ikke evner å fatte en beslutning.



NTNU



NETFLIX



Segmentstørrelser

SYNNE SOSIAL

43%

Noe overvekt av
kvinner



ULLA UAVHENGIG

34%

Noe overvekt av
kvinner



RIKARD RASJONELL

23%

50/50 kvinner og menn



Personas vs. boligportefølje

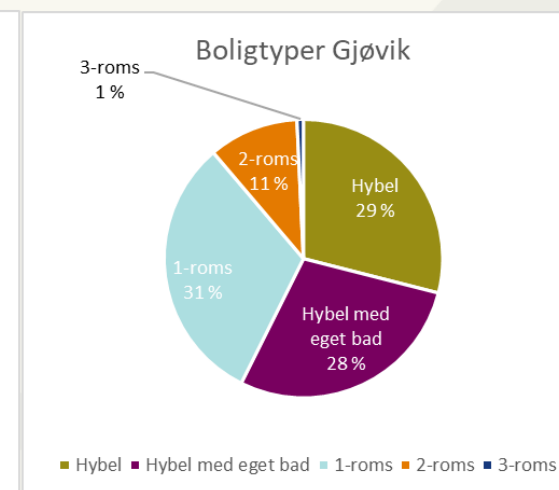
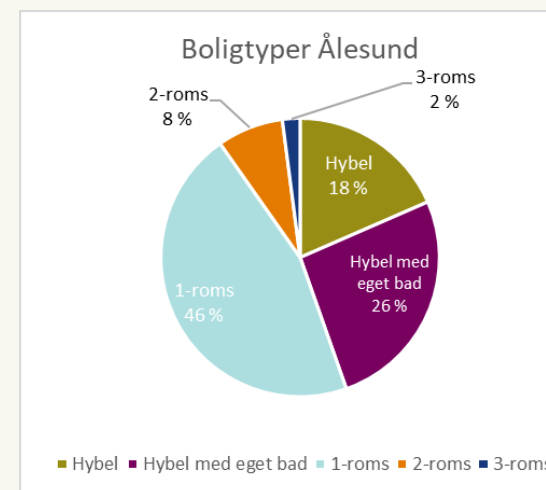
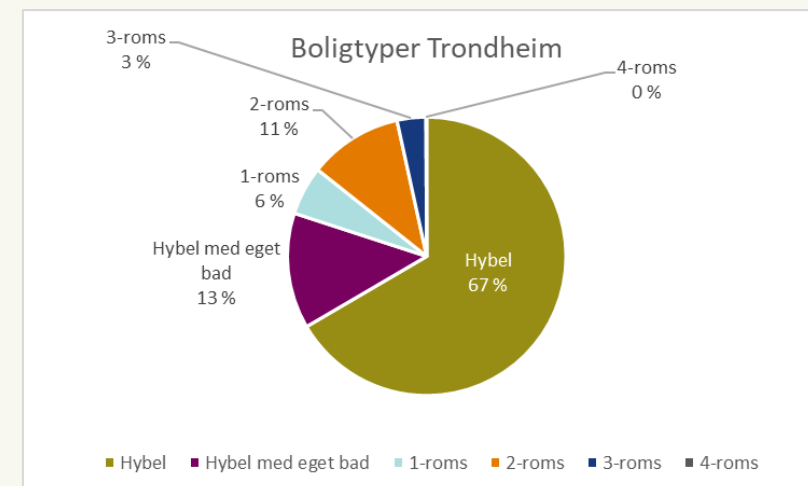
Segmentstørrelser

Rikard
Rasjonell
23 %

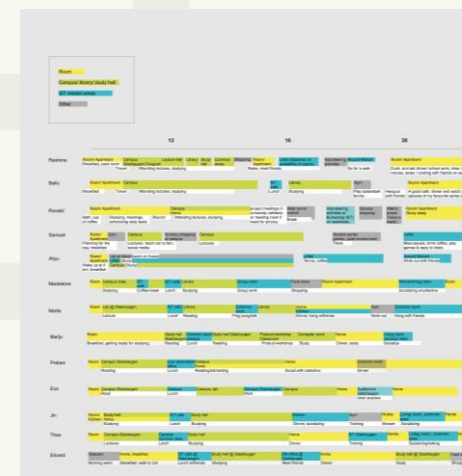


Synne Sosial
43 %

Ulla Uanhengig
34 %



20



Miranda, 23 år fra Tyskland



Spørsmål?



Gunhild Ildjarnstad Hagen



91749093



gunhild.hagen@sit.no

