

PERSONA'S

werkvorm



**ONDERDEEL VAN DE
MDT-IMPACTREIS**

Belang van de doelgroep

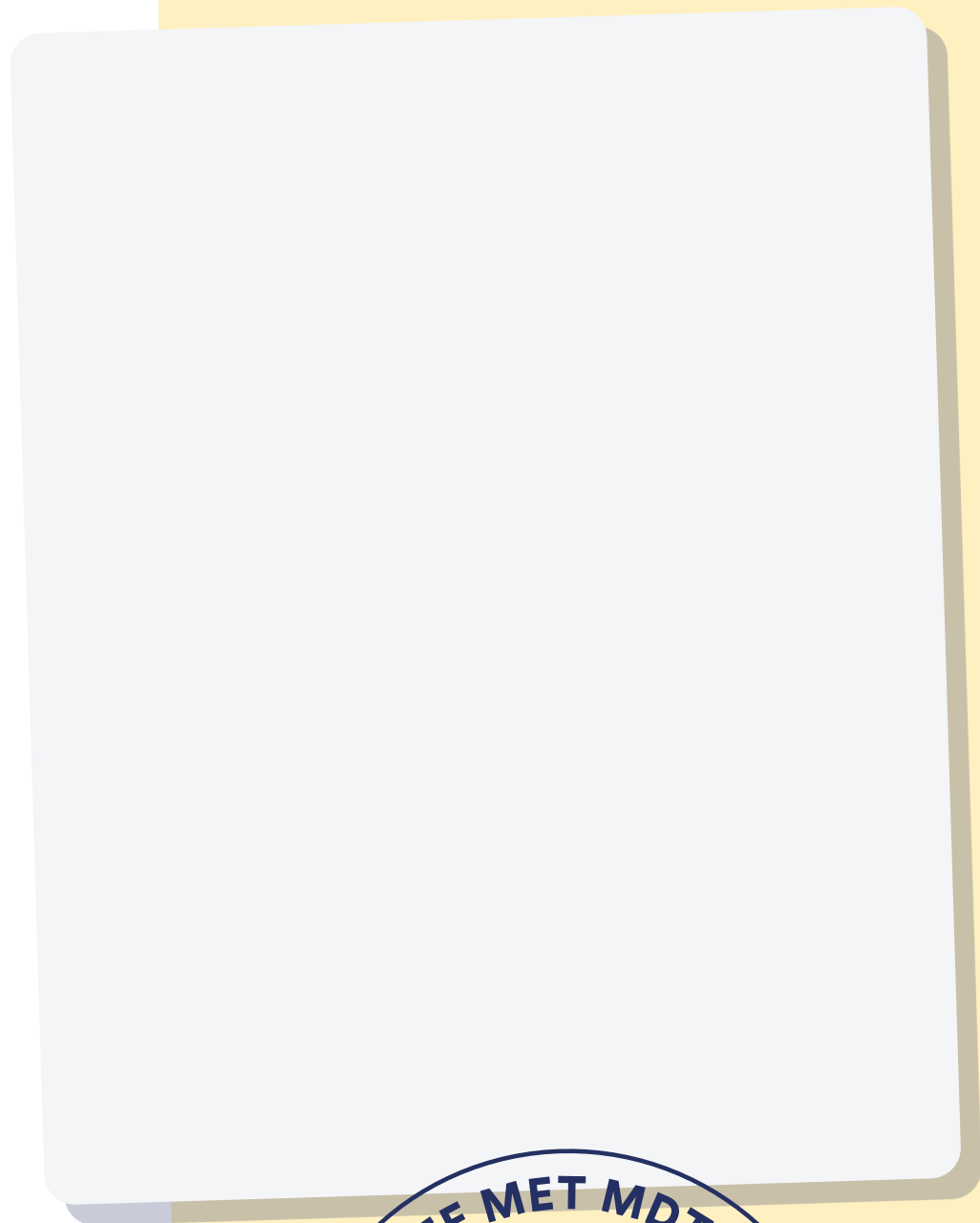
Impact gaat over WAT een organisatie bereikt bij WIE.

Om te weten hoe deze impact tot stand komt, is het handig de “wie” helder te omschrijven. Deze doelgroep (de groep waarbij een organisatie een helder doel voor ogen heeft) geeft aan waarom een bepaalde interventie goed werkt voor deze groep in het bijzonder.

Het formuleren van een doelgroep betekent NIET dat hiermee andere doelgroepen worden uitgesloten. Het maakt alleen duidelijk WAAROM de interventie goed werkt voor een bepaalde doelgroep. Dezelfde interventie werkt mogelijk minder goed of anders bij een andere doelgroep, of dat er wat aanpassingen aan de interventie nodig zijn (denk: een training extra, net wat andere begeleiding) of het doel net wat anders is voor deze groep (denk bijv.: meteen naar werk is een stap te ver voor deze groep, maar ze kunnen wel naar een stage).

AAN DE SLAG MET PERSONA'S

- **Om meer grip te krijgen op de doelgroep van een project, helpt werken met persona's. Een persona is een beschrijving van een fictieve deelnemer die representatief is voor een groter deel van jullie doelgroep.**
- **Voor het maken van een persona, stel jezelf de volgende vragen:**
 - welke jongeren bedient jouw MDT-project?
 - welke jongeren doen mee aan jouw MDT-project?
 - welke jongeren komen onbedoeld in aanraking met jouw MDT-project?
 - waarom komen deze jongeren terecht bij jouw MDT-project?
- **Denk samen na: hoe verschillen jullie deelnemers van elkaar? Wat hebben jullie deelnemers met elkaar gemeen? Misschien komen er zo al een aantal “type” jongeren naar voren die in een persona te passen zijn.**
 - Denk hierin vooral na over wanneer een verschil zo groot is dat het een verandering in je aanpak vraagt.
 - Verschillende aanpakken = verschillende persona's.
- **Maak maximaal 3 persona's voor jouw MDT-project. Op de volgende pagina vind je een template. Gebruik ter inspiratie de voorbeelden uit de regio-bijeenkomst van Amsterdam.**
- **Het maken van persona's vraagt creativiteit. Verzin een naam, een leeftijd, een thuissituatie, zoek een foto* erbij, etc. Het betreft dus een fictief persoon, iemand die je verzint, maar die zo binnen zou kunnen lopen om mee te doen aan jullie project.**
- **Link jouw persona's aan jouw aanpak en jouw impactdoelstelling: wat doe je bij wie en wat bereik je daarmee? Je doelgroep(en) is zo de start van je impactverhaal!**



NAAM

LEEFTIJD

OPLEIDINGSNIVEAU

MOTIVATIE

- ☐ Jongeren die een steuntje in de rug willen en gezien willen worden in hun talenten.
- ☐ Jongeren die hun cv willen verrijken en een leuke tijd willen hebben.
- ☐ Jongeren die zinvol werk willen doen en daarmee nieuwe deuren willen openen.
- ☐ Jongeren in een kwetsbare situatie met een extra ondersteuningsbehoefte.
- ☐ 'Anders', namelijk...

TRAJECT

- ☐ Basis variant
- ☐ Plus variant
- ☐ Extra variant
- ☐ Intensieve variant

DOELGROEP

- ☐ Zonder startkwalificatie, zonder onderwijs en zonder baan vanaf 18 jaar
- ☐ (Arbeids)beperking
- ☐ (Lichte) verstandelijke beperking
- ☐ (Lichte) gedrags- of psychische problemen
- ☐ Statushouders
- ☐ Vroegtijdige schoolverlaters
- ☐ Dak- of thuislozen
- ☐ In aanraking met justitie
- ☐ Jeugdzorg
- ☐ Werkende jongeren
- ☐ Jongeren met een tussenjaar
- ☐ Brede doelgroep jongeren
- ☐ Anders, namelijk...

THUISSITUATIE

INTERESSES

TALENTONTWIKKELING

—



BEDANKT!

Impact
Centre
Erasmus



Disclaimer: Deze werkvorm is ontwikkeld door Impact Centre Erasmus en opgesteld door Multitude - in opdracht van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Deze werkvorm is onderdeel van het MDT Impactmanagement programma en dient alleen gebruikt te worden als onderdeel van de MDT-Impactreis.