

Learner persona

Voorkom een mismatch met je doelgroep



Niets frustrerender dan veel tijd, geld en energie steken in het ontwikkelen van een leertraject en er dan achter komen dat het niet aanslaat. Dat er in het begin nog braaf wat gedaan wordt maar het vervolgens dood bloedt. Het beoogde effect ontbreekt, niemand gaat ermee aan de slag. En toch overkomt het veel bedrijven. Tijdens de online masterclass 'Learner Persona: voorkom een mismatch met je doelgroep' legde onderwijskundig expert Nicole van 't Wout van Blendin uit waar dat aan ligt.

In een tijd waarin blijven op de arbeidsmarkt een must is, is het up-to-date houden van de kennis van je personeel cruciaal. En dus doe je er goed aan om ervoor te zorgen dat wat je ontwikkelt ook werkelijk landt op werkvloer. Om lesstof te serveren zoals die het liefst gegeten wordt.

Nicole van 't Wout: "Een veelgemaakte fout is dat organisaties top-down te werk gaan. Dan neemt de directie bij het ontwikkelen van een leertraject de inhoud als vertrekpunt zonder zich daarbij af te vragen of de vorm wel juist is. Men bedenkt bijvoorbeeld een e-learning met veel tekst, terwijl de doelgroep helemaal niet van lezen houdt. Als het aangeboden vervolgens niet aanslaat lijkt de doelgroep het probleem te zijn, die zit blijkbaar in de weerstand en moet gemotiveerd worden. Maar dat is een denkfout. Het gaat ook mis als je je vooraf niet verdiept in de beginsituatie, de leervragen, flow of work of leervoorkeuren van je doelgroep."

Bottum-up vanuit de doelgroep

Hoe moet het dan wel? Door vanaf het begin je doelgroep centraal te stellen bij alles wat ontwikkelt. Door ze te bevragen op hun behoeftes, wensen en voorkeuren en dat vervolgens te verwerken in je aanbod. Dan weet je zeker dat wat je bedenkt ook daadwerkelijk matcht.

Learner Persona met een leerreis

Een manier om dit proces bewust op gang te brengen is het ontwikkelen van een Learner Persona: een verzonden profiel van de doelgroep met alle informatie die je nodig hebt. Zo'n fictief personage helpt je niet alleen om in de huid van de doelgroep te kruipen, het dient ook als kompas bij het ontwikkelen van de leerreis. Nicole: "Je hebt scherp wat de doelgroep bij de start van de leerreis in zijn rugzak heeft en wat ze nodig hebben om zich optimaal te kunnen ontwikkelen. Dan is er afname en worden de leerresultaten behaald."

Goede voorbeelden

In een tafelgesprek werden vervolgens twee voorbeelden besproken waarin een Learner Persona met succes werd toegepast. Het team SLIM & Leercultuur maakte drie profielen om hun ondersteuningsaanbod voor ondernemers die een subsidie ontvingen te optimaliseren. Bij '010NURSE' een kennisnetwerk voor verpleegkundigen, kon dankzij het werken met een Learner Persona tijdig een andere manier van kennis borgen worden ingevoerd.

Learner persona Voorkom een mismatch met je doelgroep



Alles op een rij

Handige tools om zelf mee aan de slag te gaan

We hebben een aantal documenten ontwikkeld waarmee je vrij laagdrempelig de kenmerken en leervoorkeuren van je doelgroep inventariseert:

- [factsheet](#)
- [reflectiedocument](#)
- [vragenlijst leervoorkeuren](#)
- [gespreksstarter voor leren in een team](#)

Gouden tips

Angélique Klifford namens team SLIM & Leercultuur: *“Bedenk dat een Learner Persona nooit af is. Net als echte mensen maakt ook een Learner Persona een ontwikkeling door. Blijf daarom alert op wat je hoort en ziet bij je doelgroep.”*

Nicole van 't Wout: *“Ga koffie drinken of creëer een ander moment met je doelgroep. Spreek ze en bevrage ze, zodat je optimaal contact hebt.”*

Wil je de masterclass terugkijken? [Dat kan hier](#)