

Workshop Empathy Map

Wat DENKT EN VOELT zij?

wat er echt toe doet
belangrijkste bezigheden
zorgen en aspiraties

Wat HOORT zij?

wat vrienden zeggen
wat de baas zegt
wat beïnvloeders zeggen



Wat ZIET zij?

omgeving
vrienden
wat de markt biedt

Wat ZEGT EN DOET zij?

attitude in openbaar
Verschijning
gedrag tegenover anderen

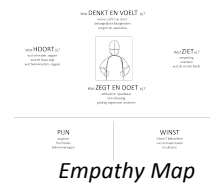
PIJN

angsten
frustraties
belemmeringen

WINST

'eisen' / behoeften
succesmaatstaven
resultaten

Manageable / Richard Haeck



VERPLAATSEN OF EMPATHIE

Het moeilijkst is het verplaatsen in een ander om diens denkwijze te kunnen zien. De belangrijkste reden is dat we dit altijd vanuit onze eigen perceptie doen. Perceptie die niet tot nauwelijks uitgeschakeld kan worden. Tijd dus voor een andere aanpak.

Een Empathy Map is een middel dat helpt om inzicht te verkrijgen in een **gebruiker, klant of gast**. Het helpt om verder te kijken dan demografische kenmerken van een gebruiker. Het ondersteunt bij het ontwikkelen van een beter begrip van omgeving, gedrag, zorgen en aspiraties van een dergelijke gebruiker.

Het leidt uiteindelijk tot denken vanuit de gebruiker of degene die de behoefte heeft, waardoor je aanpak er beter op afgestemd wordt.

STAP 1: KEUZE VAN DE SITUATIE

Allereerst wordt de situatie beschreven. Daarbij kun je denken aan een koper in een winkel of een online shoppende persoon. Maar ook iemand die ergens op bezoek komt zoals een gast in een hotel. Of te denken valt aan vrijwilligers die in een organisatie werken of leden van een vereniging.

We plaatsen de persoon ook in een context. Dus in een plaats en situatie.

Voorbeeld: *een zakelijke gast die een vijf sterren hotel bezoekt.*

STAP 2: KEUZE VAN DE PROTAGONISTEN¹

Voordat je nu kunt denken vanuit de ander dien je een beschrijving te maken van één of meerdere protagonisten die de hoofdrol speelt of spelen. Hiervan dien je te weten wat de omstandigheden zijn. Denk hierbij aan de volgende zaken:

- Leeftijd en geslacht
- Voorkeuren als geloof, gewoontes, mensbeeld, politieke kleur
- Opleiding en gezinssituatie

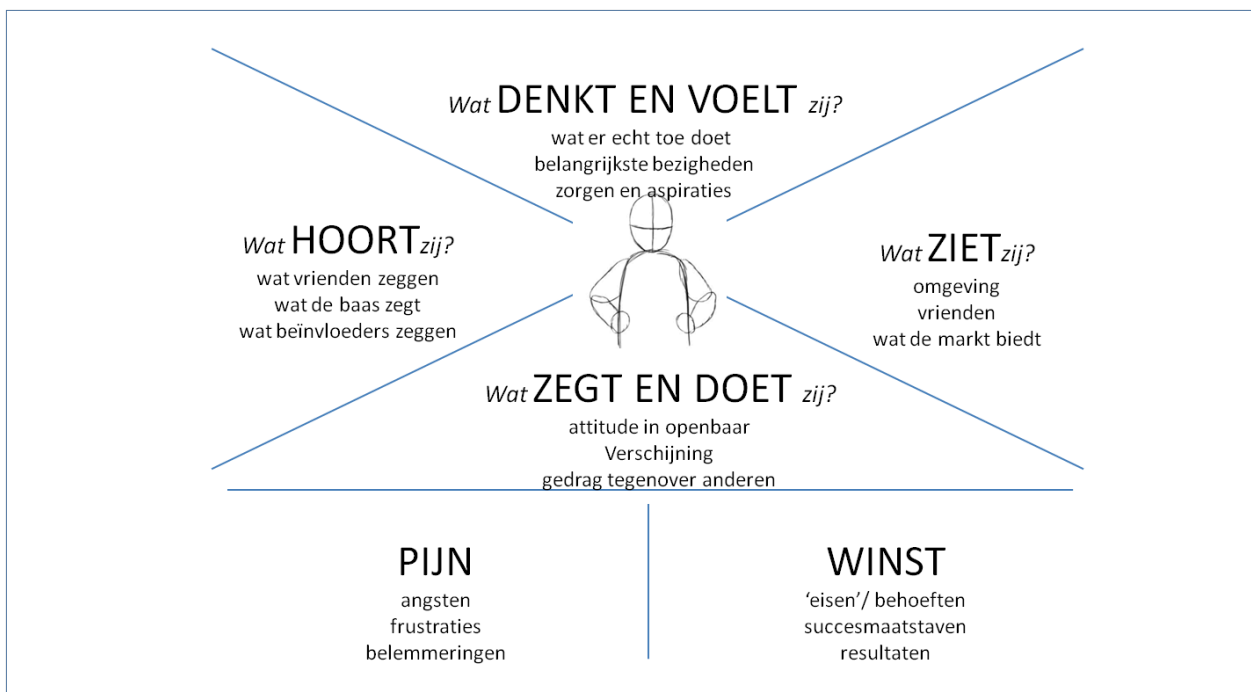
Voorbeeld: *je kunt denken aan een vrouwelijke, zakelijke gast in een hotel. Haar leeftijd is 35, ze heeft twee kinderen op de middelbare school. Ze komt uit Europa en werkt een week per maand in de USA. Haar man is schilder en zorgt in die week voor de kinderen. Ze is lid van een politieke partij en heeft veel bijeenkomsten in de avond.*

¹ De protagonist is hij/zij waar het verhaal om draait. De hoofdrol, voorspeler of pionier. De protagonist is duidelijk het belangrijkste en daarom meest uitgewerkte personage in een verhaal. In het geval van de empathy map is het een gebruiker, lid van een organisatie, medewerker, klant, gast of anderszins een persoon waar een behoefte bij is die gekoppeld wordt aan een product, dienst of voorstel.

STAP 3: EMPATHY MAP

In het vervolg hierop wordt de protagonist, we gaan even van één uit, uitgewerkt en opgehangen. Slechts de korte beschrijving, want juist bij de empathy map is het zaak gevoel van verplaatsing te krijgen, de feiten op een rijtje te zetten en vanuit de perceptie van de hoofdpersoon, de protagonist te denken.

Werkwijze: Er zijn zes vlakken op een groot vel geprint en deze worden voorzien memo papiertjes met teksten die de groep opschrijft. Wanneer je meerdere protagonisten hebt laat je iedere groep aan een protagonist werken en draai je door per protagonist en laat je aanvullen. Toevoeging hierop is dat je bijvoorbeeld tijdschriften, foto's, scheurboekjes en dergelijke als inspiratie kunnen dienen. Vaak helpen beelden goed bij het associëren. Beelden zeggen immers meer dan woorden.



VLAK 1 WAT ZIET ZIJ?

In het vlak **wat ziet zij** wordt beschreven wat de protagonist ziet in haar omgeving. Denk hierbij aan antwoorden op:

- ✓ Hoe ziet de omgeving eruit?
- ✓ Wie omgeeft haar?
- ✓ Wie zijn haar vrienden?
- ✓ Aan wat voor soort verleiding wordt ze dagelijks blootgesteld?
- ✓ Welke problemen komt ze tegen?

VLAK 2 WAT HOORT ZIJ?

In het vlak **wat hoort zij** wordt beschreven hoe de protagonist door haar omgeving wordt beïnvloedt. Denk hierbij aan antwoorden op:

- ✓ Wat zeggen haar vrienden? Haar echtgenoot?
- ✓ Wie beïnvloedt haar echt en hoe?
- ✓ Welke mediakanalen zijn invloedrijk?

VLAK 3 WAT DENKT EN VOELT ZIJ?

In het vlak **wat denkt en voelt zij** wordt beschreven wat er in het hoofd van de protagonist omgaat. Denk hierbij aan antwoorden op:

- ✓ Wat is echt belangrijk voor haar (wat ze misschien niet publiekelijk zegt)?
- ✓ Stel je haar emoties voor. Waar wordt ze door geraakt?
- ✓ Waar zou ze wakker van kunnen liggen?
- ✓ Probeer haar dromen en aspiraties te beschrijven?

VLAK 4 WAT ZEGT EN DOET ZIJ?

In het vlak **wat zegt en doet zij** wordt beschreven wat de protagonist zou kunnen zeggen of hoe ze zich in het openbaar zou gedragen. Denk hierbij aan antwoorden op:

- ✓ Wat is haar attitude / houding?
- ✓ Wat zou ze aan anderen kunnen zeggen?

Note: Besteed vooral aandacht aan potentiële conflicten tussen wat de protagonist zou kunnen zeggen en wat deze misschien echt denkt en voelt.

VLAK 5 WAAR ZIT HAAR PIJN?

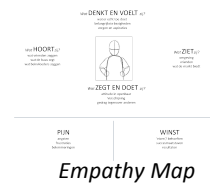
In het vlak **pijn** wordt beschreven wat de grootste frustraties van de protagonist zijn. Denk hierbij aan antwoorden op:

- ✓ Welke belemmeringen staan tussen haar en wat ze of moet bereiken?
- ✓ Welke risico's durft ze misschien niet te nemen?
- ✓ Wat houdt haar echt bezig?

VLAK 6 WAT WINT ZIJ?

In het vlak **winst** wordt beschreven wat de protagonist wil of moet bereiken. Denk hierbij aan antwoorden op:

- ✓ Hoe meet ze succes?



- ✓ Aan welke resultaten en doelen dient ze te voldoen, dan wel wenst ze te bereiken?

Bedenk een paar strategieën die ze zou kunnen gebruiken om haar doelen te bereiken.

STAP 4 HET CONCEPT

Als je de protagonist(en) hebt dan kun je heel goed vanuit die persoon bedenken wat zij op dat moment wenst te zien. Het momentum dat deze tot actie over gaat. Simpel weergegeven is het : **Situatie + Empathy = Concept.**

De werkwijze is om hier uit te schrijven door middel van beelden welke keuzes ze maakt naar aanleiding van de ontstane situatie. De vraag: wat is de handeling vanuit de protagonist is hier de uitkomst?

Voorbeeld: *wanneer we wederom kijken naar de vrouw in het ziekenhuis dan zal ze enerzijds op basis van hetgeen ze gedaan heeft willen zien wat ze mist of wat ze gaat missen. Anderzijds wil ze haar collegae niet opzadelen dus zal alles nog wensen over te dragen. Echter vanuit haar mensbeeld zou ze ook wensen te weten wat andere doen.*

REFERENTIES

Uit: Business Model Generation (pagina 130 – 133) 2009, Alexander Oosterwalder en Yves Pigneur.
ISBN 9789013074086.

Digitale versie van Empathy Map Handleiding en Poster Empathy Map via: www.manageable.nl/empathy-map