

# Personas til Dansk Journalistforbund

Tovejs inddrog Journalistforbundets medarbejdere og medlemmer i at udvikle medlemspersonas.

## Opgaven

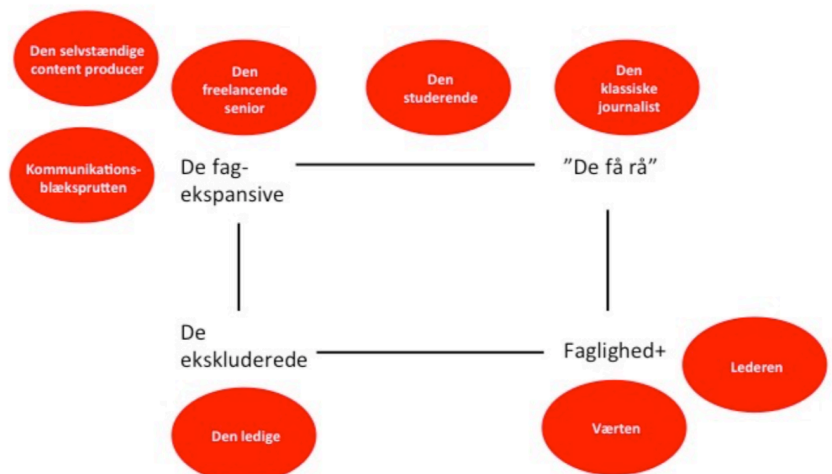
Mediebranchen er under voldsom forandring i disse år. Samtidig er kommunikationsbranchen i stadig vækst. Det ændrer arbejdsmarkedet for Dansk Journalistforbunds medlemmer og betyder, at visse grupper af medlemmer skrumper ind, mens andre vokser.

Tovejs blev bedt om at hjælpe Journalistforbundet med at få overblik over og bedre forståelse for de forskellige typer af medlemmer i forbundet. Arbejdet skulle munde ud i et antal medlemspersonas,

Opgaven blev udført i efteråret 2017.

## Metoder

- Indsamling af interviews med, artikler om og blogindlæg af medlemmerne.
- Kvalitativ analyse af data fra Journalistforbundets medlemsundersøgelser gennem de sidste 10 år samt de indsamlede interviews m.m. Skitsering af et antal personas på baggrund af analysens resultat.
- Co-design-workshop, hvor medarbejdere og medlemmer skabte udkast til personabeskrivelser. Metoden og tankerne bag er beskrevet i indlæggene [Sådan får du personas til at leve i organisationen](#) og [Lad brugerne kvalitetssikre jeres personas](#).



## Løsningen

Arbejdet resulterede i otte personabeskrivelser, som Dansk Journalistforbund kan bruge til at målrette forbundets kommunikation med medlemmerne og i forbindelse med udviklingen af nye medlemstilbud. Jeg anbefalede forbundet at fokusere på et udvalg af de beskrevne personas.

## Samarbejdspartnere

[Dansk Journalistforbund](#).

