

Perszónaelemzés, perszónatérkép, látogatói útvonal

1 Perszónatérkép

Az előkészítő folyamat során, a kiemelt célcsoportok alapján első lépésként egy **perszónatérkép** készült el. A perszónákat kategóriákba rendezve az alábbi fő csoportokat határozták meg:

1.1 Aktív tanár

A kategóriába tartozók jellemző tulajdonságai:

- módszertant kereső;
- fiatal, lelkes, pályakezdő;
- érdeklődő;
- digitális eszközöket használó;
- „tyúkanyó”, jellemzően kisiskolásokkal foglalkozó;
- munkacsoportvezető, vagy igazgató (több felelősség).

Egyértelműen nem tekinthető a csoportba tartozónak, de máshoz sem sorolható:

- „csámborgó” egyetemi oktató;
- humán tárgyat oktató osztályfőnök.

1.2 Passzív tanár

A kategóriába tartozók jellemző tulajdonságai:

- „kiégett”, megfáradt, túlterhelt;
- értetlenkedő (fogalma sincs, mit keres itt);
- digitális valóságot tagadó.

1.3 Passzív gyerek

A kategóriába tartozók jellemző tulajdonságai:

- elhozott a tesóm, muszáj itt lennem kistesó;
- olyan, „akit csak idehoztak”
- nyári táborba „betett” gyerek, akit nem is érdekel a tartalom;
- „minden rossz” kamaszok;
- „mindent” elutasító gyerek;
- „lesz...rom” hangadó gyerek;
- érdektelen gyerek;
- robotoktól féltő gyerek.

1.4 Aktív gyerek

A kategóriába tartozók jellemző tulajdonságai:

- „hozzáértő” gyerek;
- lelkes fiatal „kocka”;
- irritálón kíváncsi gyerek;
- valóban érdeklődő gyerek;
- 12 éves falusi diák;
- 18 éves hobbi programozó;
- heterogén csoportban érkező kisiskolás diák;
- itt minden játék iskolai csoport (szuper volt itt lenni);
- 15 éves éltanuló, kocka;
- cuki kisdíák, akit minden érdekel;
- „gamer” diák;
- „jó lenne így tanulni” diák.

1.5 Aktív szülő

A kategóriába tartozók jellemző tulajdonságai:

- „mérnök”, otthon mindent javító szülő;
- lelkes család;
- mindenben csodálkozó nagymama;
- „végre én is játszhatok” szülő;
- gyermeklelkű felnőttek, akik a gyerekekkel együtt simogatják a robotkutyát;
- „mindent meg kell nézzen a gyerekem” szülő;
- IT szakember és gyermeke;
- mérnök szülő.

1.6 Passzív szülő

A kategóriába tartozók jellemző tulajdonságai:

- „profi üzletember” jellegű szülők;
- „hétvégi”, telefonozó szülő;
- telefont nyomkodó, „nemérekra” szülő;
- „hadd hagyjam itt a gyereket” szülő;
- számítógéphez nem ülő szülő;
- kifáradt „majd itt ellesz a gyerek” szülő.

1.7 Felnőtt látogató/egyéni érdeklődő

A kategóriába tartozók jellemző tulajdonságai:

- munkanélküli felnőtt;
- egyetemi hallgató;
- IT szektorban dolgozó cégvezető;
- unokáját megérteni kívánó nagyszülő;
- segítséget kérő nyugdíjas;
- mezei szülők (apuka, anyuka) aki nem ért hozzá;

- informatikus.

1.8 Az egyes kategóriákban kiemelten kezelt tulajdonságok

Az előkészítő tanulmányban kidolgozásra került, hogy egyes csoportokon belül melyek azok a karak-
terek, amelyekkel a jövőben érdemes lenne – a vizsgált három perszónán kívül – bővebben foglalkozni:

- **Aktív tanár:** módszertant kereső pedagógus;
- **Passzív tanár:** kiégett, elfáradt tanár, ezer feladattal;
- **Passzív gyerek:** kamasz „lesz...om” hangadó diák;
- **Aktív gyerek:** heterogén csoportban érkező általános iskolás diák;
- **Aktív szülő:** lelkes család, „mindent is meg kell nézzen a gyerekem” szülő;
- **Passzív szülő:** hétvégi, telefonozós apukák;
- **Felnőtt látogató/egyéni érdeklődő:** unokáit megérteni kívánó nagyszülő.

2 Kiemelten vizsgált perszónák

A kiemelten vizsgált perszónák esetében különös figyelmet kapott annak megindoklása, hogy mi indokolja az adott csoport részletesebb elemzését.

Vitát váltott ki az aktív és a passzív csoportok összehasonlítása.

2.1 Aktív vs. passzív tanár

A szakértők megállapították, hogy a két csoport megszólításának célja ugyanaz, viszont a hozzájuk vezető út lényegesen eltér egymástól. A passzív pedagógus esetében az érvek mellett szerepelt, hogy a tanárok nagy része (a tanári karokban az arányuk 90%) teljesen motiválatlan és ezáltal láthatatlan a múzeumok, élmény-és tudásközpontok számára. Azzal azonban nem értett mindenki egyet, hogy velük kiemelten érdemes lenne foglalkozni. Hiszen létezik a pedagógusok között egy szűrkezőna (10%), akikben még benne van az a „kis szikra”, ami motivációt adhat számukra a munkájuk folytatásához. A teljes képet nézve a tanárok 50%-a aktív, minden foglalkozásra elviszi a gyerekeket, de 40%-a már nem talál örömet a mindennapi munkában.

Cél: Az élmény- és tudásközpontnak meg kell tudnia szólítani azokat a tanárokat, akik még „menthetőek” és képesek visszanyerni a motivációjukat, optimizmusukat. A látókört tágítani kell azok felé is, akik úgy érzik, a digitális tárgyak és eszközök nem nekik szólnak pl. humán területeket oktató tanárok vagy osztályfőnökök.

2.2 Passzív vs. aktív gyerek

Az aktív gyerekek – és azon belül is az általános, kisiskolás diákok – sokkal könnyebben lelkesednek a látványos, digitális eszközök iránt. Ezért az ő megszólításuk nem olyan nagy kihívás, mint a kamaszok figyelmének megragadása. A kamaszok nehezebben mutatják ki érzéseiket, lelkesedésüket jól „titkolják” a többiek előtt. Ezen belül is a lányok – a fiúkkal ellentétben – nem szívesen jelzik társaik számára, hogy érdeklődnek a digitális szakmák iránt. Általánosságban elmondható, hogy a kamasz fiúkból sokkal könnyebb az érdeklődés kiváltása (például: ha tetszik nekik a robotkutya, szívesebben reagálnak).

Cél: Tetszen a tudásközpont a kamasz gyerekeknek és ennek adhasanak is hangot.

2.3 Aktív vs. passzív szülő

A szülők ellátogatnak és elhozzák gyereüket egy digitális tudás- és élményközpontba, de jelentősen különbözik a motivációjuk. Vannak olyan esetek, ahol a szülő a gyerek érdeklődése miatt érkezik, de vannak olyan családok is, akiket kevésbé a téma, mint inkább a közös időtöltés motivál. Illetve vannak olyan szülők is, akiket meg kell győzni arról, hogy a digitális eszközök használata eredendően rossz dolog és létezik arany középút a használatukban.

Cél: Minél több szülőhöz, családhoz kell elérni, hogy a 21. században ne ijedjenek meg az emberek a digitális eszközöktől.

3 Karakterelemzés és látogatói útvonal

3.1 Perszóna 1: Kati, a fáradt, de még lelkes tanár

Kati karakterének kiválasztásában nagy hangsúly helyeződött azoknak a tanároknak a személyiségére, akik, bár elfáradtak, de még képesek visszanyerni motivációjukat. Cél, hogy a tanároknak ezen – becsült mértékben – 10%-a új lendületet és motivációt kapjon a digitális-és élményközpontok hatására. Feltételezzük, hogy később ők lesznek azok, akik az élmények hatására továbbképzik magukat a digitális oktatás területén.

3.1.1 A karakter leírása, motivációi

Kati 40 éves, férjezett, osztályfőnök. Két gyereke van. Alaptermészetéből fakadóan nyitott a világra, de már a kiégés határán áll, felmerült benne a pályaelhagyás, a váltás gondolata. Azonban ebben is és a munkájában is – a lelkesedés hiánya miatt is – halogató. Főbb érdeklődési köreit tekintve Pinteresten szereti nézegetni a horgolt képeket és néha napján kézműveskedik is szabadidejében. A családjával gyakran kirándulnak is, amely remek közös program a gyerekekkel.

Azért érdeklődik a digitális élményközpont iránt, mert elsősorban többet akar tudni erről a témáról és nyitott a módszertanra. Reméli, hogy itt a diákok új és izgalmas dolgokat tanulhatnak. Továbbá ötlethiányban szenved és úgy érzi, itt egy kicsit szusszanhat egyet a mindennapos teendők mellett. Az akkreditáltatás lehetősége (kreditpontokért) sem hátrány számára, hiszen megfordult már a fejében, hogy továbbképezze magát.

3.1.2 Célok, készségek, problémák

Igényeit és elvárásait tekintve egyrészt motiválja, hogy a gyerekek újat és izgalmasat tanulhassanak és élvezzék a foglalkozásukat. Továbbá, az eszközök miatt neki megengedett, hogy szusszanhasson kicsit és nyugodtan igyon egy kávét. Készen áll arra, hogy megismerjen egy új módszertant és az új digitális eszközöket. A megismerés biztonságérzetet ad számára. Az sem hátrány, hogy kész és használható tudást adjanak át az ő és az osztálya számára egyaránt.

Készségek tekintetében, amit muszáj megtanulnia egy délután alatt, azt megtanulja. A prezentáció készítése már megy neki és az internethasználat sem okoz gondot, ezért nem teljesen elveszett a digitális világban.

Az élményközponttal kapcsolatban olyan feltételezett problémái lehetnek:

- nem hisz eléggé magában;
- nem ért hozzá, el fog veszni az eszközök között és biztosan el fogja rontani;
- a látogatásba a sok szervezési időt és az ott töltött időt is bele kell számolni, ami soknak számít.

3.1.3 Látogatói útvonal

A perszóna megalkotása, valamint motivációinak, céljainak meghatározása után az alábbi látogatói útvonal készült el számára.

<i>Az út (journey) lépései</i>	<i>Első lépés: hall róla</i>	<i>Döntés előtt: Utánanézés, szervez</i>	<i>Eldöntötte: engedélyt kapott, megszervezi a látogatást</i>	<i>Elhozza a csoportot</i>	<i>Alkalmazza a módszertanokat később</i>	<i>Lelkesen újra jön</i>	<i>Utolsó lépés: ajánlja a kollégáknak, segít megszervezi</i>
Interakció	Rádiót hallgat/TV-t néz. Közösségi médiázik. Ül a tanárban. E-mailjeit olvassa.	Felkeresi a weboldalt Telefonál a központnak E-mailen keresztül érdeklődik és társalog Beszélget azzal, akitől hall róla Egyeztet az igazgatóval	Szülőket tájékoztatja Gyerekeket tájékoztatja Időpontot foglal Kapcsolatot tart a helyszínnel Közlekedési eszközt szervez	Várja a program napját Figyel más programokra is Eloolvassa a hírlevelet	Használja a látott applikációt. Óravázlatot készít. Meggyőzi az igazgatót a beszerzésről.	Várja a program napját Figyel más programokra is Eloolvassa a hírlevelet	Mesél a többi kollégának E-mailt ír a többi kollégának Részt vesz az iskolai életben
Touchpoint	Tv, rádió, reklám Élményközpont, alumni/tanár/szülő Közösségi média Szórólap, plakát, képeslap E-mail/hírlevél	Központ weboldala Szervező kolléga Tanár/alumni tagja Helyszíni kollégák büfé/ruhatáros Nincs közvetlen érintkezés	Szülő/diák (nincs konkrét érintkezés) Szervező kolléga Weboldal/reg felület Applikáció Fuvarozási cég	Barátokkal beszélget a hétvégéről Hírlevél Más weboldalon olvas a központról	Barátokkal beszélget a hétvégéről Hírlevél Más weboldalon olvas a központról	Barátokkal beszélget a hétvégéről Hírlevél Más weboldalon olvas a központról	Helpdesk Animátor Előadó
Felhasználó gondolatai	„Érdekl az osztályt?” „Mennyibe kerül? Akkreditált?” „Tényleg nekem való ez?” „Mennyi energia és idő?” „Iskola/szülő mit fog szólni?”	„Hogyan válik hasznomra?” „Ez tökre érdekel!” „Fuhh, vannak itt még jó dolgok” „Jaj, mennyi érzés lesz ez?” „Kapok-e engedélyt?”	„Várom a programot!” „Izgulok, hogy milyen lesz” „Jaj, mindent megszerveztem?” „Jaj de jó, hogy megszervezik nekem!” „Milyen szuper a honlap/app!” „Már megint elvállaltam valami sz_art”	„Várom a programot!” „Ez is érdekel!” „Fuhh, vannak itt még jó dolgok”	„Várom a programot!” „Ez is érdekel!” „Fuhh, vannak itt még jó dolgok”	„Várom a programot!” „Ez is érdekel!” „Fuhh, vannak itt még jó dolgok”	„Wow, izgalmas!” „Remélem nem lesz unalmas a vége sem” „Kár, hogy nem egyedül jöttem!”

Az út (journey) lépései	Első lépés: hall róla	Döntés előtt: Utánanézés, szervezés	Eldöntötte: engedélyt kapott, megszervezi a látogatást	Elhozza a csoportot	Alkalmazza a módszertanokat később	Lelkesen újra jön	Utolsó lépés: ajánlja a kollégáknak, segít megszervezni
Felhasználó érzései	érdeklődő, izgatott, aggodalmas	izgatott, boldog, szkeptikus	Izgatott, ideges	boldog	boldog	boldog	ünnepe

Kati látogatói útvonalából levonható az a következtetés, hogy az ő karaktere számos helyen elbizonytalanodik, segítségre szorul, lelkesedése hol megnő, hol pedig lecsökken. Éppen ezért az útvonal számos pontján **„fogni kell a kezét”, bátorítani kell** arra, hogy érdemes a célja felé haladni. A célunk, hogy a helyszínen olyan maradandó élmények ériék, amely után **új lendületet kap a szakmájában** és ihletet meríthet a hétköznapiakban.

3.1.4 Javaslatok a karakter elérésére

Célzott közösségi média tartalmak: a közösségi média csatornáit a 40 körüli korosztály is aktívan követi. Célzott hirdetésekkel elérhetők, az érdeklődési körükkel egyező tartalmak segítségével. Ugyanitt Facebook események által is találkozhat a programokkal, amelyekhez tud csatlakozni.

DTK (Digitális Tudás- és Élményközpont) Podcast: az élményközpont digitális beágyazódását és a célcsoport számára további információk gyűjtését szolgálja egy saját podcast csatorna kialakítása. A téma szakértőivel, nagyvállalatok vezetőivel, oktatási szakemberekkel és a digitális világ úttörőivel folytatott izgalmas beszélgetések meghozhatják az érdeklődést a téma iránt. A podcast elindítása nem csak a látogatás előtt, de az után is fenntarthatja az érdeklődést azokban, akik fogékonyak a továbbképzésre, önmaguk képzésére.

Feltűnő óriásplakátok: a 40+-os korosztály – bár adaptálta a digitális eszközök használatát – az *offline* világban nőtt fel. Éppen ezért az ő esetükben hatásos lehet citylight-ok, vagy óriásplakátok kihelyezése a város stratégiai pontjain: forgalmas útvonalakon vagy általános iskolák, gimnáziumok közelében.

Akkreditált továbbképzések: a látogatás után sem szabad elengedni azoknak a tanároknak a kezét, akik érdeklődnek. Hosszú távon javasolt egy olyan akkreditált továbbképzési rendszer kialakítása, amely motivációt ad a digitális pedagógiában való elmélyüléshez.

Pontgyűjtő rendszer: annak érdekében, hogy a tanári karok, kollégák között megvalósulhasson az egyes tankerületekben a élményközpont ajánlás általi ismertsége, javasolt egy pontgyűjtő rendszerrel bevezetése. A látogatáskor vagy továbbképzés során szerzett pontok segítségével kedvezmények gyűjthetők olyan szolgáltatásokra, mint pl. szakmai kiadványok megvásárlása, konferenciákra való részvétel vagy kedvezmény a következő csoportos látogatás árából.

Lépésről-lépésre navigáló szervezési útmutató vagy remote szervező: a mindennapos teendők által leterhelt tanárok számára további motivációt nyújthat a részvételre az, ha a Központ a látogatás szervezésében aktív szerepet vállal. Mindez történhet a honlapon található, lépésről-lépésre navigáló útmutató segítségével, illetve egy dedikált munkatárs segítségével is, aki az igényeknek megfelelően segít az utazás leszervezésében.

„Hogyan táld az igazgatónak” tréning: az oktatási intézményekben a legtöbb esetben egy-egy iskolán kívüli látogatás igazgatói engedélyhez kötött. Azonban nem minden pedagógus rendelkezik a megfelelő érvrendszerrel, hogy megindokolja felettesének, miért támogassa a digitális központba való látogatást. Ebben a honlapon, vagy a Youtube-csatornán elhelyezett „oktató” anyagok segíthetnek azoknak, akik bizonytalanok.

Próbakör a Központban: a kezdeti időszakban nemcsak a gyerekeket, de a tanári karokat is érdemes meghívni egy próbakörre az épületbe, hogy megismerkedjenek az eszközökkel, a szolgáltatásokkal.

Saját applikáció: a saját applikáció minden kiemelt célcsoport számára kínálhat releváns tartalmakat. A tanárok számára például tartalmazhatja a pontgyűjtő rendszert, valamint letölthető oktatási segédanyagokat, útmutatókat is.

Minden, ami egy tanórához kell: annak érdekében, hogy a látogatás előtt és után is támogassuk a megfelelő „keretezés” kialakítását, javasoljuk a saját honlapon oktatási segédletek, óravázlatok, illetve fényképes élménybeszámolók és tájékoztató anyagok elérhetővé tételét.

Hírlevél: a hírlevél előnye, hogy a feliratkozás következtében növelhető a központ iránti elköteleződés. Itt tájékoztatást nyújthatunk az aktuális programokról, időszaki kiállításokról, kedvezményekről vagy az új tartalmak (podcast, YouTube-videó) megjelenéséről.

3.2 Perszóna 2: Béla, a nem tradicionális látogató szülő

A fiatalok digitális pályaválasztásának elősegítése érdekében a szülőket partnerként kell kezelnie az élményközpontnak. Érdekes hangsúlyt fektetni arra, hogy a megfelelő tájékoztatásnak köszönhetően, később bátorítsa gyermekét az IT szektorban való elhelyezkedésre. Nem másodlagos cél, hogy ő maga is jól érezze magát, élményekkel távozzon és sikerélményt szerezzen.

3.2.1 A karakter leírása, motivációi

Béla 41 éves, BKV-ellenőr. Felesége ruhabolt eladó, akivel közösen három gyermeket nevelnek. Kissé fáradt, de nyitott szülő, aki keresi a digitális programokat. A családjáért bármit megtenne, de a munkája miatt fáradt, ezért gyakran lesz frusztrált is.

Főbb érdeklődési körei a sport és a fotózás, valamint az animációk készítése. Társasági ember, ezért szeret családi, közösségi eseményekre járni és ezek szervezésében is aktív szerepet vállal.

A digitális élményközpont iránt azért érdeklődik, mert a gyerekei – ezért rajtuk keresztül ő maga is – érdeklődnek a téma iránt. Napi szinten szeretné használni a technológiát és csak itt vannak olyan képességek, amik számára is elérhetők.

3.2.2 Célok, készségek, problémák

Igények és elvárások tekintetében elsősorban érteni szeretné, hogy miről szól ez a digitális világ. Szeretne egy olyan közös pontot és témát találni a gyerekeivel és közösségével, amely által majd ő is „cool” lehet a szemükben. Ha tetszik neki az élmény, akkor többször is szeretne visszatérni.

Készségek tekintetében minimális digitális írástudással rendelkezik. Logikus a gondolkodása és magabiztos az internethasználat terén.

Problémaként elsősorban az merülne fel benne, hogy mennyire költségérzékeny számára a látogatás. Továbbá nem is biztos, hogy a foglalkozások mindig elérhetőek lesznek számára, hamar betelik a nap-tár. Összességében sok időt eltölteni itt neki időrabló tevékenységet, túl sok képernyőidőt jelent. Legbelsőbb félelme, hogy kudarcot vall a gyerekei előtt, a bőség zavarába kerül.

3.2.3 Látogatói útvonal

A perszóna megalkotása, valamint motivációinak, céljainak meghatározása után az alábbi látogatói útvonal készült el számára.

<i>Az út (journey) lépései</i>	<i>Első lépés: Érdeklődik</i>	<i>Köztes lépések: felkészül a látogatásra</i>	<i>Köztes lépés: Eljön a programra</i>	<i>Utolsó lépés: nyilvánosan ajánlja a szolgáltatást (mérhető módon)</i>
Interakció	Érdeklődik a digitalizáció iránt Megnéz kapcsolódó digitális tartalmat Bejelentkezik, időpontot foglal	Naptár-menedzsment Google maps Weboldal átnézése, tartalom megismerése Facebook oldal áttekintése, bekövetése Visszajelzések olvasása	Belép A recepció fogadja Lepakol a ruhatárban Tájékoztatást kap a programról Részt vesz a programon	Posztol a közösségi oldalán az élményről Visszajelzést ad a központról a közösségi média oldalán.
Touchpoint	Közösségi média E-mail Telefon Instant Messaging	Családtagoknak meséli, hova mennek Weboldal Közösségi média oldalak	Recepció Animátor Oktató Tájékoztató táblák	Közösségi média
Felhasználó gondolatai	„Nem-e játszóház ez?” „Mennyibe kerülhet?” „Tényleg nekem való ez?” „Sokan lesznek?” „Kapok segítséget a helyszínen?”	„Várom a programot” „Ez is érdekel” „Fuhh, vannak itt még jó dolgok” „Ki akarom próbálni az x eszközt”	„Wow, izgalmas” „Kevés a 90 perc” „De jó, hogy együtt jöttünk” „Mindent ki akarok próbálni” „Remélem, sikerülni fog” „Legközelebb x attrakcióval többet foglalkozok”	„Eljuttatni minél több emberhez a lehetőséget”
Felhasználó érzései	érdeklődő gondolkodó	boldog	nagyon boldog	lelkes, fel van dobva

Béla karaktere érdeklődő és nyitott, azonban olykor szkepticizmussal párosul. Kiegyensúlyozott látogatói élmény úgy érhető el nála, ha **az út minden egyes pontján újdonságokba ütközhet** és bizonyítást kaphat arra, hogy a gyermekeivel **minőségi idő eltöltésére** készülhet fel. A látogatás alkalmával **a gyermekei elismerő pillantása az a belső motiváció**, amit egy szülő esetében élményközpontnak be kell teljesítenie.

3.2.4 Javaslatok a karakter elérésére

Online naptár funkció bevezetése: az elfoglalt szülők segítségére válhat a jegyvásárlás után a látogatóról naptárbejegyzést küldő funkció bevezetése. Így egész biztosan nem felejtí el a programot és jobban „készül rá” mentálisan.

Szülői Chatbot: a legtöbb szülő úgy érzi, hogy nem kellő mértékben tájékozott a digitális szakmákkal, pályaválasztással kapcsolatban. Ez visszafoghatja őket abban, hogy kisiskolás vagy gimnazista gyermeküknek segítséget nyújtsanak a pályaválasztás során. Az applikáción keresztül kifejlesztett, a leggyakoribb kérdéseket tartalmazó chatbot segíthet megválaszolni a szülők leggyakoribb kérdéseit és nagyobb önbizalmat adhat – a látogatás előtt és után – az érdeklődő gyermekük bátorítására.

YouTube-tartalmak megosztása: az élményközpont tartalmairól a podcast csatorna mellett érdemes videók formájában is tájékoztatni a leendő látogatókat. Ezeknek a tartalmaknak köszönhetően felkelthető az érdeklődés az eszközök, programok, valamint általánosságban a téma iránt. Csökkenthető annak a kockázata, hogy a szülő idegennek érzi magát ebben a környezetben, hiszen előzetesen már tudja vizualizálni, hova és milyen céllal érkezik.

Digitális oklevél: a legtöbb szülő motivált arra, hogy kitűnjön a többiek közül és gyermeke büszke legyen rá. Ebben segíthet „Lelkes rajongó” jelvények kiosztása, vagy digitális oklevél arról, hogy sikeresen teljesítette a központban található kihívásokat, feladatokat.

Közösségi média kampányok, célzott hirdetések: minden célcsoport – így a szülők – esetében is elengedhetetlen olyan célzott hirdetések létrehozása, amelyekkel felkelthető érdeklődésük a látogatás iránt.

3.3 Perszóna 3: Péter, a kamasz srác

A kamaszok megszólítása, lelkesedésük felkeltése és megtartása a látogatás alkalmával az nagy kihívás a Központ esetében. Az ún. *digitális bennszülöttként* felnövő generáció számára az okos eszközök használata és létezése magától értetődő, ezért nehezebb bevonni, elkötelezni őket. Mindezeneken felül nehezen fejezik ki tetszésüket a társaik előtt. A tudásközpont célja, hogy megragadja a kamaszok fantáziáját, valamint egy olyan támogató közösséget hozzon létre számukra a falain belül, ahol bátran kifejezhetik érzelmeiket, megélhetik a sikerélményeket.

3.3.1 Karakter leírása, motivációi

Péter 15 éves, vidéki kamasz fiú. Nyitott és érdeklődő a digitális világ iránt, keresi azokat a programokat, ahol többet tanulhat. Közepes tanuló, de az osztályban hangadónak számít, a társai adnak a véleményére.

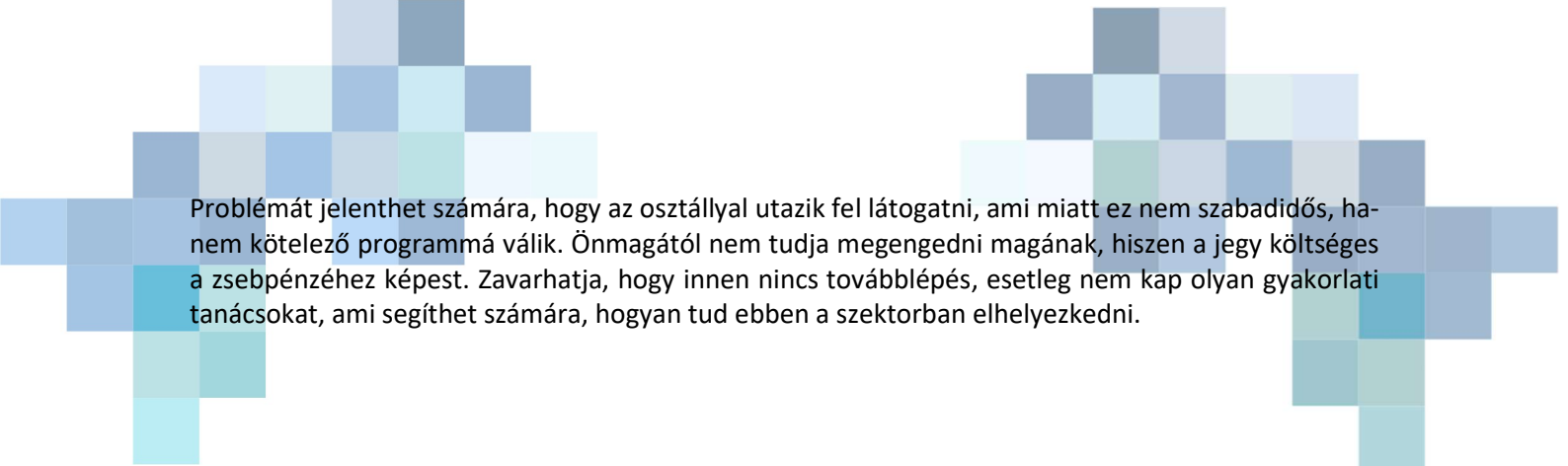
Főbb érdeklődési köreit tekintve, a Z-generáció tagjaként profin használja a digitális eszközöket és platformokat. Az elől sem zárkózik el, hogy egy nap majd a technológia világában helyezkedjen el. Ha éppen nem a laptop előtt ül, akkor szívesen gitározik vagy focizik.

Azért érdeklődik a digitális tudásközpont iránt, mert azt reméli, hogy itt egy hasonló érdeklődésű közösség tagja lehet. Illetve emellett csak itt vannak olyan jellegű képzések, amik érdeklik őt.

3.3.2 Célok, készségek, problémák

Célok tekintetében Péter szeretne új dolgokat megtanulni. Esélyesnek érzi, hogy egy napon hasonló területen fog elhelyezkedni, ezért a karrierválasztás sem utolsó szempont számára. A „munka” mellett pedig szórakozni is szeretne olyan eszközök segítségével, amelyek még újak számára.

Fiatalként megvannak azok a készségei, amikre építeni tud majd a jövőben: a digitális-és eszközhasználati képességei emelt szintűek, valamint aktív social media felhasználó.




Problémát jelenthet számára, hogy az osztállyal utazik fel látogatni, ami miatt ez nem szabadidős, hanem kötelező programmá válik. Önmagától nem tudja megengedni magának, hiszen a jegy költséges a zsebpénzéhez képest. Zavarhatja, hogy innen nincs továbblépés, esetleg nem kap olyan gyakorlati tanácsokat, ami segíthet számára, hogyan tud ebben a szektorban elhelyezkedni.

3.3.3 Látogatói útvonal

A perszóna megalkotása, valamint motivációinak, céljainak meghatározása után az alábbi látogatói útvonal készült el számára.

Az út (journey) lépései	Első lépés: érdeklődik	Robottechnológia	Kódolás	Tárgyalgatás (3D printing, lézervágás)	Smart tech (IOT, M2M, Big Data)	Vizuális technológiák (AR/VR)	Bevonódás, kapcsolódás megerősítése
Interakció	Social media híreket olvas, néz Influenszer videókat néz és a beszámolókat hallja Online regisztrál	Testközelből tapasztal Játszik Tevékenységen keresztül megismeri a működését Beavatkozik, irányítja-uralja a technológiát Felismeri a használhatóságát, hasznosságát	Játszik Megérti a technológiát Megismeri a folyamatot Átéli az alkotás örömet Felismeri a hasznosságát	Játszik Megérti a technológiát Megismeri a folyamatot Átéli az alkotás örömet Felismeri a hasznosságát	Játszik Megérti a technológiát Megismeri a folyamatot Átéli az alkotás örömet Felismeri a hasznosságát	Játszik Megérti a technológiát Megismeri a folyamatot Átéli az alkotás örömet Felismeri a hasznosságát	Hírlevélre feliratkozik Bekapcsolódik a Tudásközpont Networkjébe Letölti az appot Chatbottal kommunikál min. egyszer Feliratkozik online képzésre
Touchpoint	Weboldalt megnéz FB/Insta/TikTok oldalt követ	Online applikáció, tematikus fórum, hanganyag Koordinátor Attrakció (eszköz/alkalmazás)	Online és applikációs fórum/anyag Koordinátor Attrakció (eszköz/alkalmazás)	Online és applikációs fórum/anyag Koordinátor Attrakció (eszköz/alkalmazás)	Online és applikációs fórum/anyag Koordinátor Attrakció (eszköz/alkalmazás)	Online és applikációs fórum/anyag Koordinátor Attrakció (eszköz/alkalmazás)	Hírlevél/weboldal Blog Applikáció Chatbot Online tananyag Social media (FB, iG, TikTok) Online verseny Dicsőségfal
Felhasználó gondolatai	„Mit kapok én itt?” „Jó vagyok én ebben?” „Tényleg nekem való ez?”	„Ez is érdekel” „Könnyebb, mint gondoltam!” „Milyen hasznos dolog ez!” „Ez a jövő (már ma)” „Nem maradhatok ki ebből!”	„Ez is érdekel” „Könnyebb, mint gondoltam!” „Milyen hasznos dolog ez!” „Ez a jövő (már ma)” „Nem maradhatok ki ebből!”	„Ez is érdekel” „Könnyebb, mint gondoltam!” „Milyen hasznos dolog ez!” „Ez a jövő (már ma)” „Nem maradhatok ki ebből!”	„Ez is érdekel” „Könnyebb, mint gondoltam!” „Milyen hasznos dolog ez!” „Ez a jövő (már ma)” „Nem maradhatok ki ebből!”	„Ez is érdekel” „Könnyebb, mint gondoltam!” „Milyen hasznos dolog ez!” „Ez a jövő (már ma)” „Nem maradhatok ki ebből!”	„Többet kaptam, mint vártam” „Könnyebb, mint vártam, ez nekem való!” „Nem maradhatok ki a digitális világból” „Ha hobbiból is, de beleszom magam, még jól jöhet!”



Az út (journey) lépései	Első lépés: érdeklődik	Robottechnológia	Kódolás	Tárgyalkotás (3D printing, lézervágás)	Smart tech (IOT, M2M, Big Data)	Vizuális technológiák (AR/VR)	Bevonódás, kapcsolódás megerősítése
							„Ezt otthonról is folytathatom”
Felhasználó érzései	gondolkodó	boldog	boldog	boldog	boldog	boldog	nagyon boldog

Egy önmagában bizonytalan kamasz számára az ideális látogatói útvonalnak tartalmaznia kell **a közösségi élmény és a flow-élmény megtapasztalását**. Az iskolai tanórákon kívül sorsfordító lehet számára, hogy egy tevékenységben, alkotási folyamatban el tud merülni és ezeket az élményeket utána társaival is meg tudja osztani. A hosszú távú cél, hogy **később visszatérjen** látogatóként családjával, vagy beiratkozzon a tanfolyamokra, **továbbképezze magát**.

3.3.4 Javaslatok a karakter elérésére

Online dicsőségfal: a fiatalok számára létfontosságú egy közösséghez tartozni, versenyezni és – ha sikerrel járnak – egy online dicsőségfalra felkerülni. Cél, hogy meg tudja osztani a közösségi oldalain, hogy bár 1 hónapja még nem értett a kódoláshoz, ma a Tudásközpontnak köszönhetően profi ebben a tevékenységben.

Geek Academy: a sikeres big tech vállalkozók a fiatalok számára motiválóan hatnak. Éppen ezért ma-napság „geek”-nek lenni sokkal elfogadottabb, mint az előző évtizedekben bármikor. A Tudásközpont falain belül biztosítani kell a diákok számára a továbbképzési, továbblépési lehetőséget tanfolyamok vagy különórák által, hogy láthassák jövőjüket az IT szektorban.

Tudásközpont Network: a tudásközpontban egy olyan network kialakítására kell törekedni, ahol a kamaszok meg tudják osztani saját alkotásaikat, munkájukat. Egy olyan befogadó közösséget kell létrehozni számukra, ahol bátran fel tudják vállalni izgatottságukat, elköteleződésüket.

Kiegészítő tudásanyag: minden attrakciónál fel kell tüntetni, átadni, hogy az érdeklődő kamasz hol és hogyan tud mélyebben beleásni a témába. Ennek lehetőség szerint a Tudásközpont Networkon belül kell megtörténnie, akár QR kódok használatával, amelyet leolvasva megjelennek a kiegészítő információk

„Oszd meg, és uralkodj!”: a social media felületein ösztönözni kell a kamaszokat arra, hogy megosszák saját élményeiket, alkotásaikat pl. egy új programot, amelyet ők alkottak. Ezáltal növelhető a lelkesedés és a tenni akarásban