

ANDERSTALIGE LAAGGELETTERDEN

WAT ER VOOR JE LIGT

PERSONA'S

ALGEMENE KENMERKEN

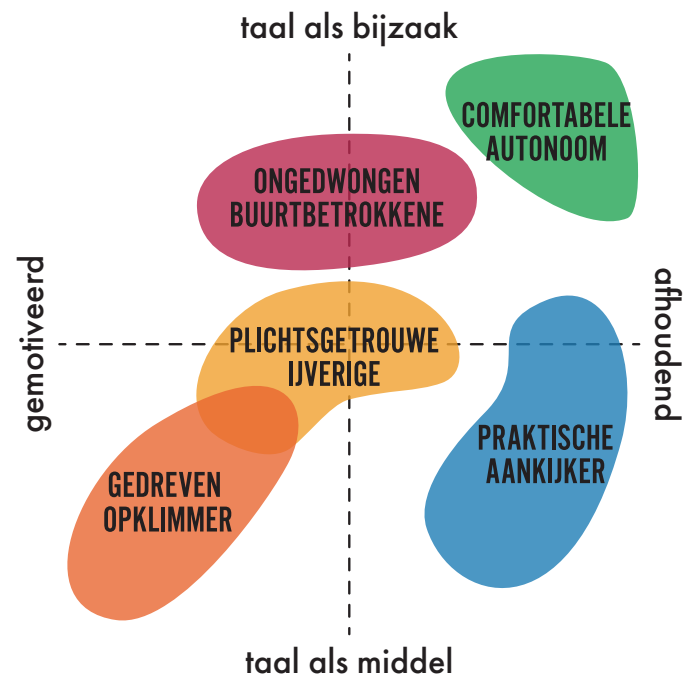
HOE BEREIKEN WE LAAGGELETTERDEN MET NEDERLANDS ALS TWEEDE TAAL (NT2) EN MOTIVEREN WE HEN OM AAN HUN BASISVAARDIGHEDEN TE WERKEN?



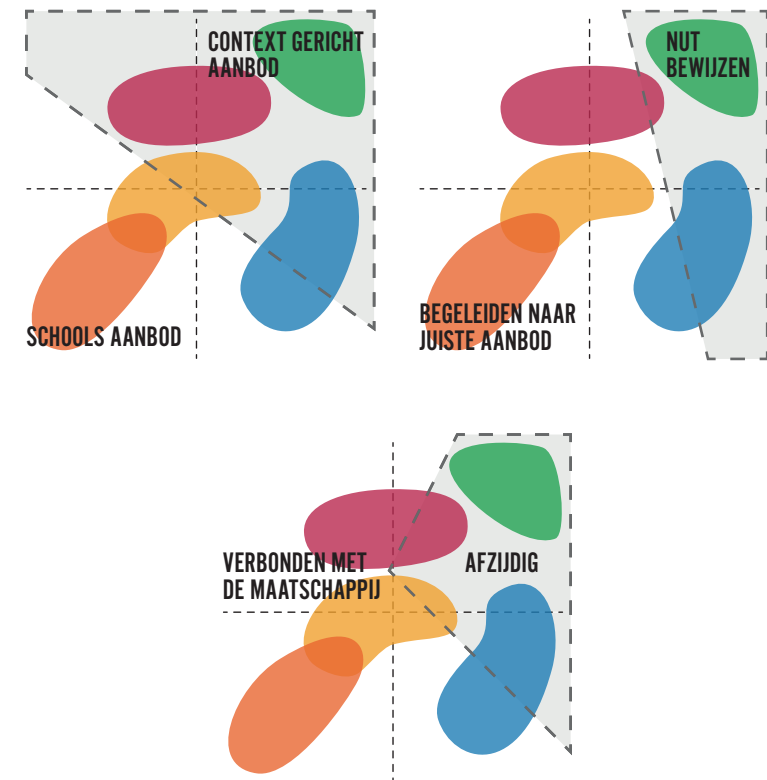
Een deel van de anderstalige laaggeletterden is niet (meer) inburgeringsplichtig. Daarom zijn zij moeilijker te bereiken om aan hun basisvaardigheden te werken. En wanneer zij bereikt zijn, is het van belang om hen door te verwijzen naar aanbod dat bij hen past. De meesten van hen zijn niet op zoek naar taalles, maar willen wel zaken in hun dagelijks leven beter begrijpen of kunnen. Anderstalige laaggeletterden zijn om diverse redenen in Nederland en hebben verschillende onderwijservaringen en motivaties. Dat vraagt om een persoonsgerichte benadering.

In samenwerking met professionals én laaggeletterden ontwierp adviesbureau Lost Lemon een aanpak die hierbij helpt. De kracht zit in het ontdekken hoe je iemand uit de doelgroep het beste bereikt en aansluit bij waar hij/zij behoefte aan heeft. In dit pakket vind je vijf typen anderstalige laaggeletterden die op échte verhalen zijn gebaseerd. Deze handleiding licht toe hoe je de personaboekjes kunt gebruiken. Daarnaast vind je achtergrondinformatie over de opbouw van de persona's en de onderzoeksverantwoording.

De verschillende typen laaggeletterden zijn ingedeeld op basis van hun houding tegenover taal en hun houding tegenover leren. Elk type kan zowel een man als vrouw zijn en verschillen in leeftijd en afkomst. Stap met deze set persona's in hun schoenen!



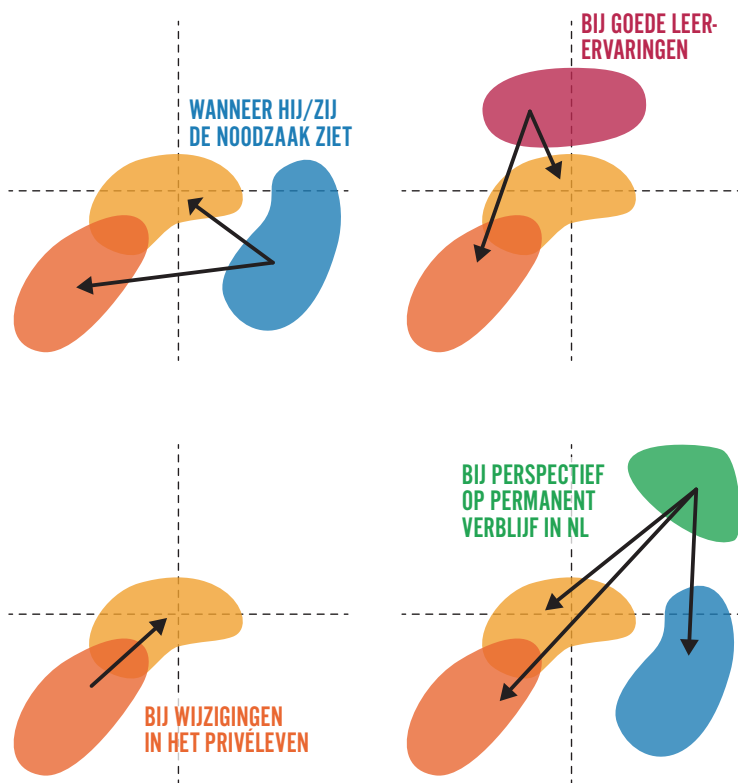
In onderstaande afbeeldingen zie je de drie algemene kenmerken die je over alle persona's heen kunt leggen.



Een onderzoek van Lost Lemon in opdracht van de gemeente Den Haag.

VERSHUIVINGEN

Sommige veranderingen kunnen een verschuiving richting een andere persona veroorzaken.



AAN DE SLAG MET DE PERSONA'S

1) Herkennen en aanspreken: de voorpagina en beschrijving *Dit ben ik!* schetsen een beeld waarmee je persona's in mensen kan herkennen. *Zo trek je mijn aandacht* en *Tone of voice* helpen je vervolgens om iemand op de juiste manier aan te spreken.

2) Beleidsevaluatie: bedenk welke persona's bij jouw organisatie het meest langs zullen komen. Hoe herken je die persona's en hoe bedien je ze nu? Wat kun je doen om deze persona's beter te bedienen?

3) Communicatie: stem de Tone of voice en Kanalen af op basis van de persona's. De kopjes *Zo verleid je mij*, *Dit is mijn doel* en *Dit motiveert mij* helpen om de juiste boodschap te communiceren.

4) Aanbod ontwikkelen: persona's bieden handvatten voor het ontwikkelen van nieuw aanbod. *Dit is mijn doel*, *Zo sta ik erin* en *Dit motiveert mij* vertellen waar de verschillende persona naar op zoek zijn. *Nu haak ik af* en *Dit zijn mijn voorwaarden* bieden handvatten voor de praktische criteria en inhoud van het aanbod.

ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Sociaal-maatschappelijk adviesbureau Lost Lemon onderzocht de verschillen in de leefwereld, drijfveren en behoeften van laaggeletterden voor wie Nederlands een tweede taal is. Lost Lemon heeft inzichten uit diepte-interviews vertaald naar concrete persona's. Persona's representeren verschillende typen binnen een doelgroep, op basis van échte ervaringen en verhalen. Door hun beleving centraal te stellen en hun motivaties te begrijpen, komen statistieken tot leven en worden oplossingen toepasbaar en waardevol.

De onderzoeksmethode die Lost Lemon hierbij gebruikt is co-design. Met deze methodiek achterhalen we achterliggende behoeften en motivaties. Daarmee zoeken we naar oplossingen die aansluiten op hun dagelijks leven.

Dit ontwerp is gebaseerd op de NT1-persona's uit het onderzoek Laaggeletterden in Beeld van Lost Lemon en Muzus, 2018. De NT2-persona's zijn volgens dezelfde structuur opgebouwd zodat je de personaboekjes aanvullend op elkaar kan gebruiken.

MET DANK AAN

