



# **Brugerdrevet innovation**

**Et udviklingsværktøj i bibliotekerne**



# Hvorfor?

**Vi kan let få den tanke at vi selv kan gætte os til brugernes behov, men det kan vi ikke!**

- Brugeren ved hvordan det er at være bruger**
- De ved hvad der virker og hvad der ikke gør**
- De kan beskrive behovet fra deres perspektiv**
- Har kompetencer som ikke er tilstede i vores organisation**
- De forventer at blive taget seriøst**



# Hvad er brugerdrevet innovation?

Når brugeren eller viden om denne er med til at ændre en eksisterende service eller produkt eller opfinde en ny service eller produkt

Det handler ikke om at spørge – men om at *bruge* brugeren!



# Hvad er brugerdrevet innovation?

- *Viden* om brugeren med vægt på den systematisk indsamlet viden om brugeren, hans præferencer, vaner og behov
- *Inddragelse* af brugeren med vægt på praksis, handling og deltagelse fra brugerens side

Vi kan bruge det når vi har brug for kvalitative data frem for eller kombineret med kvantitative. Kvalitet kan være svær at omsætte, men til gengæld får vi en meget værdifuld viden om brugeren og hans behov



# Fænomen eller metode?

Når vi taler om brugerdrevet innovation i bibliotekerne kan det være en fordel at dele begrebet mellem fænomen og metode



# Fænomen

Der hvor tingene sker "af sig selv" - uden styring

Byg jeres organisation op så der er plads til at "fænomener" opstår:  
*Look, Learn, Ask and Try.*

(Hold øje med jeres *mis-brugere*)



# Metode

**Systematisk og bevidst tilgang til udvikling af serviceydelser, der bygger på udforskning eller inddragelse af brugernes liv, identitet, praksis og behov – herunder ikke-erkendte behov**

**Gør plads til brugeren i jeres organisation (luk nørderne ind!)**



# Hvordan?

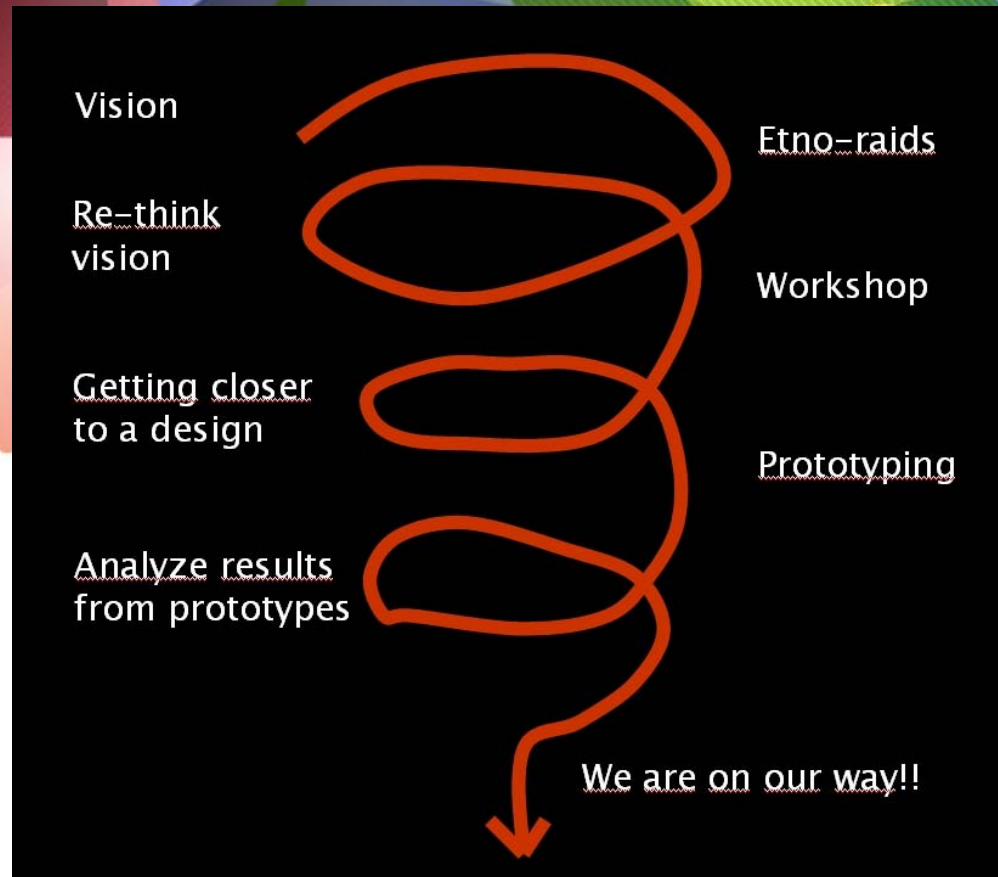
Der findes et væld af metoder

*-Interviews, feltstudier, workshops, fokusgrupper, test ...*

Valg af metode afhænger af formålet med at bruge brugeren

**- Husk også at bruge de lavt hængende frugter**

# Hvornår?



Der er brugere i alle væsentlige beslutninger vedrørende biblioteket.

Men de forskellige metoder kan anvendes på forskellige tidspunkter:

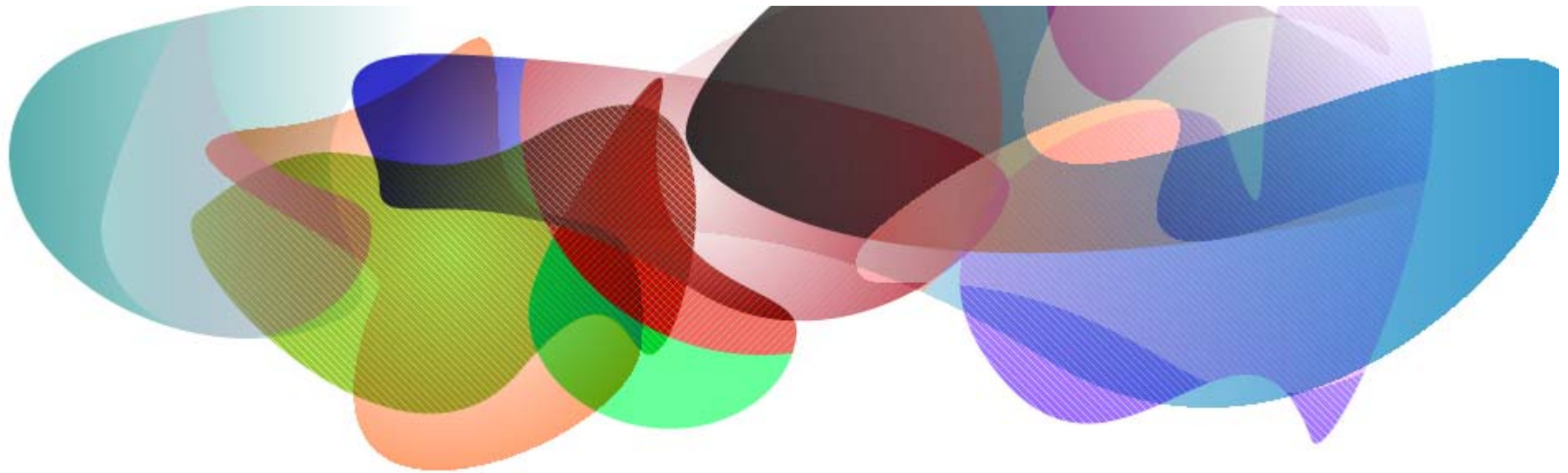
- Tidligt i processen til inspiration eller udvikling af idéer
- Senere i processen til afprøvning af idéer



# **Roller og ansvar**

**Det er ikke brugerne der ”driver” processen. Det er en bruger-forankret proces, som vi styrer. Vi har ansvaret for processen**

**Og det er vores opgave at analysere brugerens input – de tror måske de bare vil have ”hurtigere heste”**



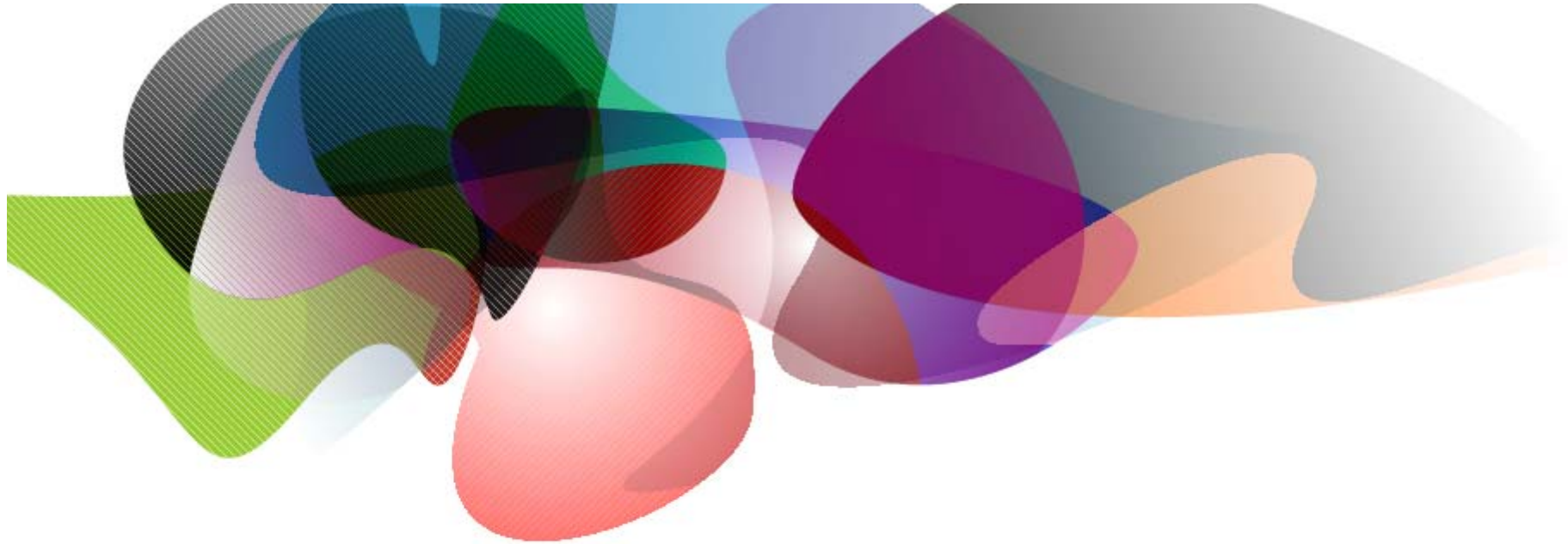
**Et udpluk af metoder:**



# Observationer

**Formål:** Indsamle viden om hvad brugerne rent faktisk gør

**Fordele:** Ser situationer, som brugerne ikke selv kan genfortælle



# Leadusers

**Formål:** Kan vurdere idéer og produkter

**Fordele:** De er ofte et par skridt foran



# Prototyping

**Formål: Udvikling og afprøvning af idéer**

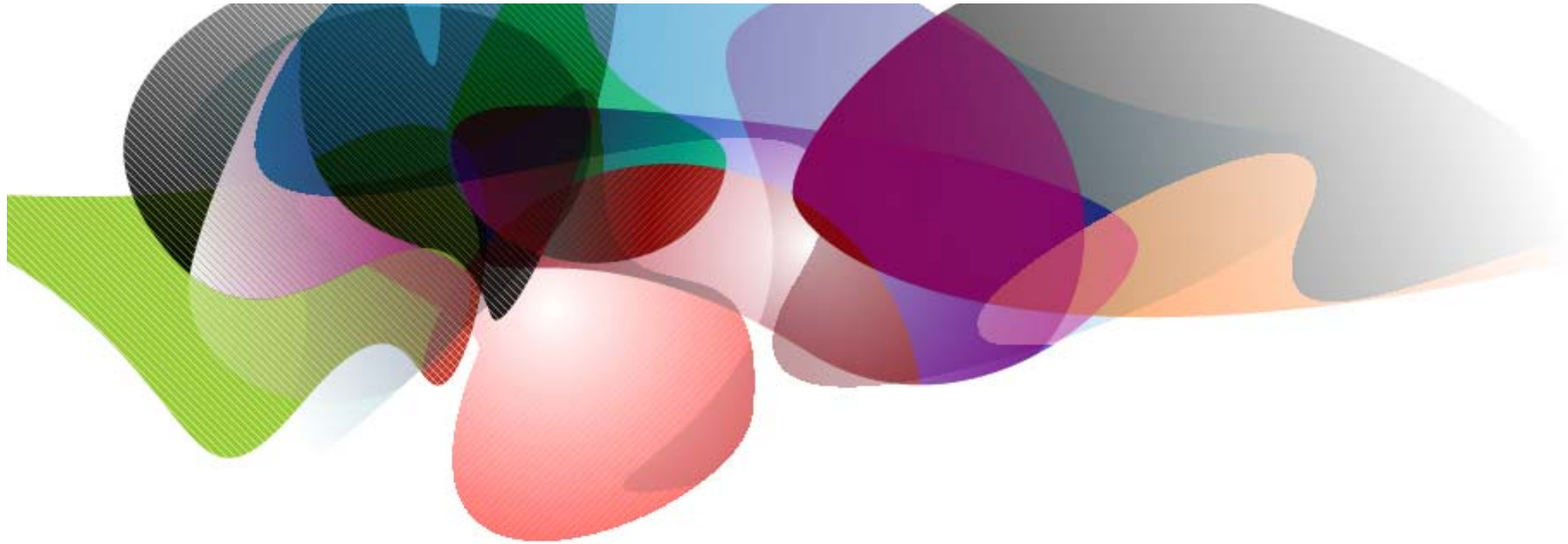
**Fordele: Idéerne bliver håndgribelige og man får et fælles udgangspunkt**



# Fotosafari / Cultural probes

**Formål:** At give brugeren andre værktøjer at beskrive sine behov med

**Fordele:** Man får en ny viden om brugeren og dennes adfærd



# Piloter / Ambassadører

**Formål:** Målgruppen er repræsenteret i projektet.

**Fordele:** Ny viden og kompetencer. Ambassadører for projektet eller biblioteket ude i byen.



# **Eksempel: Rockpiloter på Danmarks Rockmuseum**

40 unge mellem 13 og 19 år.

**Indhold:**

- Være med til at udvikle museets formidlingsstrategi
- Bidrage med viden om hvilken rolle musik spiller i deres daglige identitets-dannelse og hvordan et museum kan spille sammen med dette
- Udvikle events, koncerter, workshops med musikere...
- Opbygge museets netværk af unge musikinteresserede



# **Eksempel: Rockpiloter på Danmarks Rockmuseum**

40 unge mellem 13 og 19 år.

**Opmærksomhed/markedsføring:**

- Være ambassadører for museet
- Understreger det kommende museums eksperimenterende inkluderende karakter
- Opbygge museets netværk af unge musikinterreserede



# **Eksempel: Rockpiloter på Danmarks Rockmuseum**

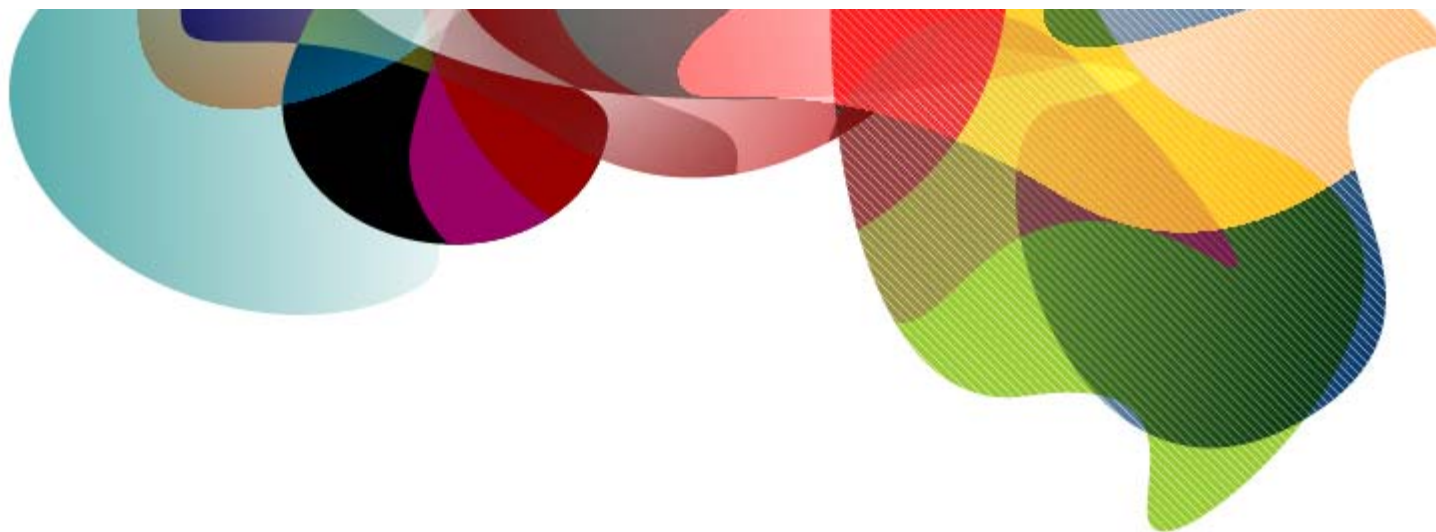
## **Erfaringer:**

- **Det var ikke de genstande som museet ville udstille, som piloterne var mest fascinerede af**
- **En virtuel platform er altafgørende for teens**
- **”Facebook er for gamle mennesker”**
- **Det er vigtigt for dem at museet er seriøst og ikke et kun et oplevelses-rum**
- **Museet skal være en autoritet overfor de unge**



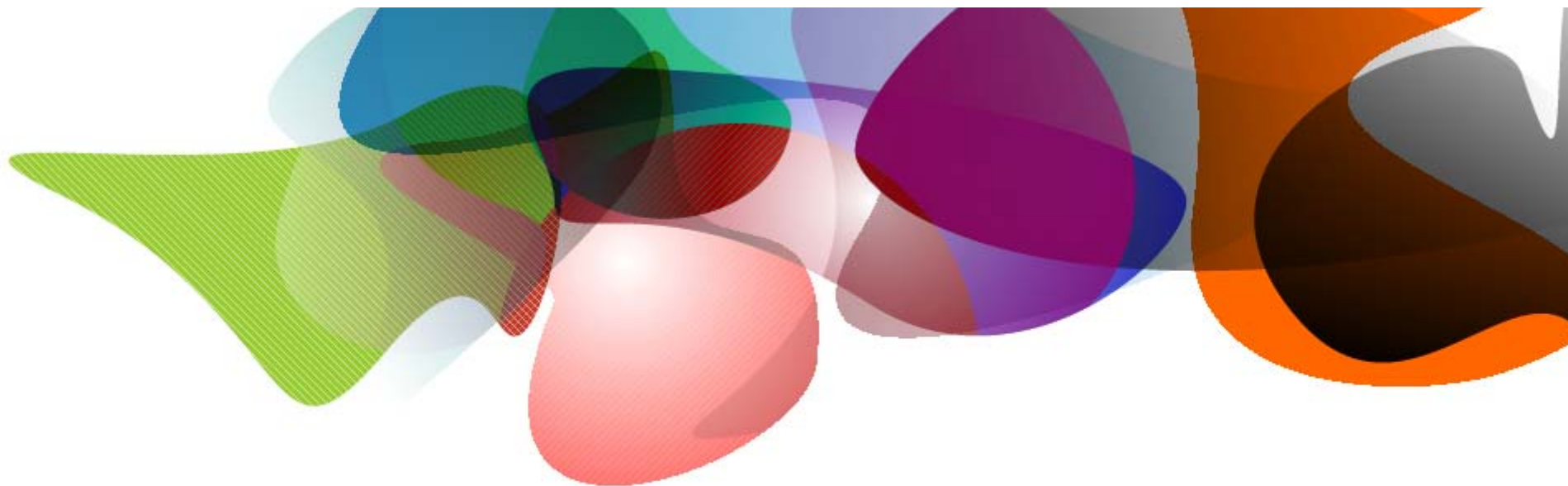
## Vigtige pointer

- "Learn, look, ask and try"
- Vi skal ikke antage, vi skal vide
- Gør aldrig noget uden brugerne
- Analysér brugerens input
- Ta' konsekvensen og brug brugernes input!
- Dokumenter og formidl
- Vælg en metode du kan overskue (og/eller køb hjælp udefra)
- Gør det rentabelt (hav en strategi med det du gør)



# **brugbrugerne.dk**

**Et katalog over metoder og gode råd**



**Stine Staunsager Larsen / Roskilde Bibliotekerne**  
**stinesl@roskilde.dk**