

FASE 2: OPDAG

I innovationsforløbets anden fase skal I på opdagelse, blive overraskede og lære nyt. Målet med opdagelsesfasen er at indhente ny viden om det innovationsspørgsmål, I har fundet frem til. I skal ud i virkeligheden og undersøge, hvordan innovationsspørgsmålet viser sig og indvirker på jeres arbejde og borgernes liv.

Fasen kort fortalt

I er på vej ud på en opdagelsesrejse, hvor I tager billeder eller taler med borgere, kollegaer eller eksperter på området med brug af en eller flere af følgende metoder:

- Observation
- Fotosafari
- Interview
- Brugerrejse

På opdagelsesrejsen indsamler I materiale i form af skriftlige noter, billeder, optagelser eller andet. Jeres fund har stor betydning. Når I bagefter har analyseret det, vil det fungere som vigtigt brændstof til ideudvikling.

Inden de opdagelsesrejsende bliver sendt ud, skal I planlægge rejsen og holde et møde for deltagerne.

SÅDAN FORBEREDER I OPDAGELSEN

Før du sætter opdagelsesrejsen i gang, har du brug for at afklare rammer og proces. Find inspiration ovenfor i ”Sådan får I succes med innovationsforløbet”.

Tidsforbrug

Ca. to timer til et møde for de personer, der skal gennemføre opdagelser.

Tiden til at gennemføre opdagelserne varierer alt efter, hvor mange opdagelser I laver og hvilke metoder I vælger. Tidsforbruget er beskrevet under hver enkelt metode.

Roller

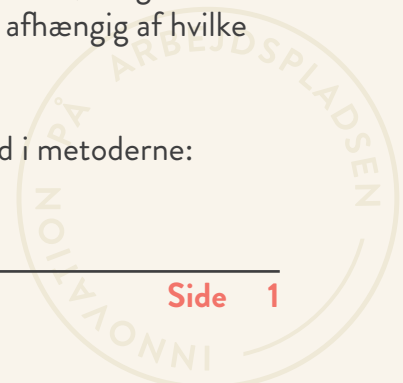
Udnævn en mødeleder, der leder deltagerne igennem det indledende møde og en række opdagelsesrejsende, der skal gennemfører opdagelserne.

Vælg rejselider og deltagere

Beslut hvem der skal stå for og gennemføre denne fase. En projektleder er et oplagt bud.

Vælg også en eller flere ”opdagelsesrejsende”, det kan være medarbejdere, ledere, borgere eller helt andre aktører. De skal være interviewere, observatører eller fotografer, afhængig af hvilke metoder, I vælger.

Mødelederen skal forberede møde for opdagelsesrejsende og have sat sig ind i metoderne: Observation, fotosafari, brugerrejse og interview.



SÅDAN GENNEMFØRER I OPDAGELSENE

Fasen gennemføres ved først at holde et møde for de personer, der skal gennemføre opdagelser og efterfølgende ved at lave opdagelsen ved brug af en eller flere af opdagelsesmetoderne.

MØDE FOR OPDAGELSESREJSENDE

Før opdagelserne skal projektlederen og deltagerne holde et møde og tilrettelægge rejsen.

Start med at alle mødedeltagere på et stykke papir skriver innovationsspørgsmålet og den værdi, de forventer, at arbejdet med spørgsmålet vil have for arbejdspladsen. Hæng sedlerne op i lokalet, så alle kan se hinandens bud.

Mødelederen præsenterer de fire metoder og gruppen drøfter, hvilke metoder der bedst kan give inspiration til innovationsspørgsmålet. På den baggrund vælger gruppen opdagelsesmetoder.

I aftaler, hvordan I dokumenterer opdagelserne. Skriver I noter, tager I billeder? Optager I lyd? Hvordan samler og nedskriver I det, I finder. Skal I have hjælp til det?

Gruppen skal også aftale et etisk regelsæt for opdagelsesrejsen. Observationer, fotos og interviews zoomer ind på borgere, og det kan nogle opleve som grænseoverskridende.

Forslag til etiske spilleregler for opdagelsesrejsen:

Spørg altid borgere og andre kilder, før I tager billeder, observerer eller interviewer dem.

Forklar hvad I skal bruge materialet til og sikre jer, at de forstår det.

Tilbyd kilderne, at de kan se billeder, noter og citater igennem. Men vær præcise, når I fortæller, hvad de har indflydelse på. De kan eksempelvis få indflydelse på fejlcitater, men ikke på jeres konklusioner eller analyser (med mindre de er baseret på fejlcitater eller misforståelser).

Selv om I har accept og kilderne har godkendt jeres fremstilling, skal I alligevel altid overveje, om fotos, citater og andet udstiller dem.

Aftal hvem, der løser hvilke opgaver, hvem der skal interviewes, hvor der skal observeres mv. Hent hjælp i beskrivelserne af de enkelte metoder nedenfor.

Beslut hvordan I vil dokumentere resultaterne af opdagelsesrejsen. Efter opdagelsesrejsen følger tematiseringen, hvor I skal fordøje og fortolke det indsamlede materiale.

Før de opdagelsesrejsende drager ud, skal det derfor være klart, hvilke typer materiale der skal komme ud af rejsen.

Aftal hvornår rejsen skal være afsluttet, og hvordan I forbereder materialet, så I kan præsentere det i næste fase, tematiseringen.

OPDAGELSESMETODE: OBSERVATION

Observation er en "flue-på-væggen"-øvelse. Observatøren har en rolle som tavs opdager, der lægger nøje mærke til, hvad der foregår på et bestemt sted, i en bestemt situation, arbejdsproces eller i et tidsrum. Emnet for observationen skal knytte sig til innovationsspørgsmålet.

Eksempel på observation:

I en daginstitution kan man fx observere hvordan børn bliver klædt på til at komme på legeplads. Her kan observation give mange informationer som andre metoder, eksempelvis interview, ikke fanger.

Fordele

Observation er en opdagelsesmetode med flere fordele. Observatøren ser, hvad der rent faktisk sker – ikke hvad det var tanken, at der skulle ske. Samtidig opstår der et rum til fordybelse, når observatøren har sin fulde opmærksomhed rettet mod en given situation i eksempelvis en time. Når observatøren ikke selv deltager, men alene iagttager, kaster det lys på detaljer, som let bliver overset i en travl hverdag. Det giver ofte anledning til refleksion og nye indsigter.

Opmærksomhedspunkter

Observatøren kan ikke spørge uddybende ind til det, der bliver observeret. En dybere forklaring kræver, at observation bliver suppleret med andre metoder, eksempelvis interview.

Tidsforbrug

Observér længe nok til at få et tilstrækkeligt indblik i det, I undersøger. Hvis I eksempelvis afsætter en time til at observere, hvad der sker ved receptionen, vil observatøren sandsynligvis efter 20-30 minutter opdage noget, I ikke har lagt mærke til før. I kan også vælge at lave flere observationer eventuelt på forskellige tidspunkter.

Rekvisitter

Papir og skriveredskab.

SÅDAN UDFØRER DU EN OBSERVATION

En observation har fire trin.

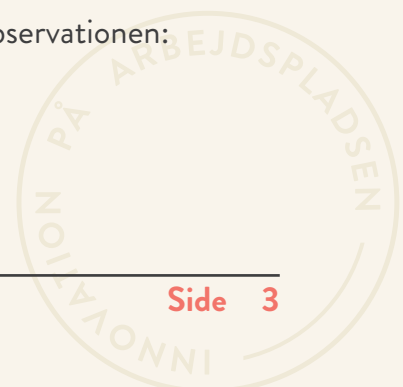
1. Planlæg observationen

Start med at vælge en situation eller sted til observationen. Herefter vælger du et tidspunkt for observationen og laver en aftale med dem, du gerne vil observere.

2. Beslut hvad du skal se efter under observationen

Her er inspiration til en række spørgsmål, som du kan stille dig selv under observationen:

- Hvad sker der?
- Hvor lang tid tager det?
- Hvem er til stede?
- Hvem taler sammen?



- Hvordan taler de?
- Hvad laver de, der ikke taler?
- Er der grupperinger, eller står folk alene?
- Sidder eller står de?
- Hvordan er kropssproget?
- Hvilket tøj har de på?
- Hvordan ser de fysiske rammer ud?
- Hvordan er tingene placeret i forhold til hinanden?
- Hvor placerer folk sig i rummet?

3. Tag noter undervejs

Det er vigtigt at få så mange detaljer med som muligt. Det, der virker irrelevant, kan vise sig at være den mest karakteristiske detalje, når I fortolker materialet bagefter. Derfor er det vigtigt at notere alle observationer.

4. Reflektér over det, du har observeret

Efter observationen er det en god idé at sætte tid af samme dag til at tænke over, hvad du har set.

Følgende spørgsmål kan igangsætte din refleksion:

- Hvad har jeg lært i dag?
- Hvad kan jeg ikke forstå?
- Hvad gik jeg glip af?
- Hvad ved jeg i dag, som jeg ikke vidste for fem dage siden?
- Hvad er anderledes, end jeg troede?

Skriv dine overvejelserne ned sammen med de noter, du har taget, mens du observerede. De bliver nyttige i næste fase, tematisering.



OPDAGELSESMETODE: FOTOSAFARI

Fotosafari er at tage billeder af et bestemt sted, en situation, en proces fra start til slut eller noget helt fjerde. En fotosafari er en form for observation men baseret på fotos i stedet for noter. Opgaven er at finde og tage billeder, der fortæller noget om det valgte innovationsspørgsmål. Det kunne være en tom stolerække i et rum fyldt med mennesker eller vinduer som lyser, fordi lamperne er tændt indenfor, selvom alle er gået hjem.

Det kan være en god idé at få andre til at fotografere for jer. Mange kommunale arbejdspladser har succes med at få borgere til at fotografere deres hverdag eller oplevelser, når de er i kontakt med den kommunale arbejdsplads.

Eksempel:

Her et eksempel på, hvad en fotosafari kan bruges til. Billedet viser problemet tydeligt.



Fordele

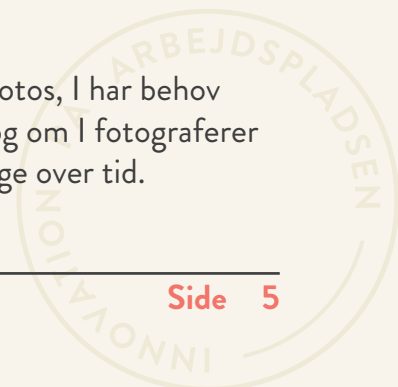
Ved at bruge fotosafari som opdagelsesmetode skaber I et fælles billede af en situation. Tekst efterlader et stort rum til fortolkning. Sætningen "der var mørkt" vil skabe forskellige billeder hos os af mørke, men med et foto af et mørkt rum vil vi i højere grad se det samme.

Opmærksomhedspunkter

Fotografen kan ikke spørge uddybende ind til det, der bliver fotograferet. En dybere forklaring kræver, at fotosne bliver suppleret med andre metoder, eksempelvis interview.

Tidsforbrug

Tidsforbruget til en fotosafari afhænger af, hvor mange og hvor forskellige fotos, I har behov for. Om motiverne er i baghaven eller i den modsatte ende af kommunen, og om I fotograferer hvert motiv én gang eller om I skal have fotos af det samme motiv flere gange over tid.



Rekvisitter

Kamera og papir og skriveredskab til eventuelle noter.

SÅDAN UDFØRER DU EN FOTOSAFARI

1. Lav aftaler

Hvis du får andre til at tage billederne, skal du lave en aftale med dem. Husk at fortælle dem hvilke etiske retningslinjer de skal følge.

Hvis du gennemfører fotosafarier selv, skal du lave aftaler med personerne på det sted, du gerne vil fotografere. Er det et offentligt rum, bør I orientere tilstødende butikker, kontorer, husejere eller foreninger.

2. Gennemfør din fotosafari

Find og tag fotos af motiver, som du synes belyser innovationsspørgsmålet.

Forslag til, hvad du kan fotografere:

- Måder at arbejde på, eksempelvis hvordan medarbejderne løser en opgave fra ende til anden
- Fysiske rammer for arbejdet
- Uudnyttede redskaber, rum eller ressourcer
- Flaskehalse
- Paradokser
- Tidsrøvere
- Successer

3. Reflektér over det, du har fotograferet

Efter fotograferingen er det en god idé at sætte tid af samme dag til at tænke over, hvad du har set.

Følgende spørgsmål kan igangsætte din refleksion:

- Hvad har jeg lært i dag?
- Hvad kan jeg ikke forstå?
- Hvad gik jeg glip af?
- Hvad ved jeg i dag, som jeg ikke vidste for fem dage siden?
- Hvad er anderledes, end jeg troede?

Skriv dine overvejelser ned og saml det med dine billeder og måske noter, hvis du har skrevet ned mens du fotograferede. De bliver nyttige i næste fase af innovationsforløbet.



OPDAGELSESMETODE: INTERVIEW

Et interview er en samtale mellem to eller flere, hvor interviewerens primære rolle er at lytte. Formålet med interviewet er at få detaljeret viden om interviewpersonerne, deres verdensbilleder, oplevelser og tanker.

Et interview kan foregå individuelt eller i grupper.

Fordelen ved et individuelt interview er, at interviewpersonen kan føle sig mere tryk, og dermed tale om oplevelser, erfaringer eller viden, som personen måske er tilbøjelige til at holde for sig selv, hvis andre er til stede.

Fordelen ved et gruppeinterview er, at du kan få indblik i en fælles forståelse af en problematik på en arbejdsplads eller det kan vise forskelligheder og konflikter. Andres udsagn kan også få deltagerne til at komme i tanke om noget, de ellers ikke ville have forbundet med interviewet.

Fordele

Interview som opdagelsesmetode giver nuanceret viden om den person, der bliver interviewet. Det er muligt at spørge indtil nøjagtig dét, der har interesse i forhold til innovationsspørgsmålet, og den interviewede kan bidrage med overraskende og relevant viden.

Opmærksomhedspunkter

Et interview giver ikke indblik i faktiske handlinger, men bygger alene den interviewedes beskrivelser. Derfor kan interview med fordel suppleres med en af de andre opdagelsesmetoder, for eksempel observation eller fotosafari.

Tidsforbrug

Afhænger af interviewets emne og interviewpersonen. Et interview kan vare fra en halv time til 2-3 timer. Det tager typisk længere tid at lave et gruppeinterview. Aftal forinden, hvor lang tid interviewet skal vare.

Rekvisitter

Spørgeguide, papir og skriveredskab, gerne en lydoptager fx en smartphone.

SÅDAN UDFØRER DU ET INTERVIEW:

1. Vælg og lav aftaler med interviewpersonerne

Der findes overordnet tre typer af interviewpersoner – også kaldet kilder:

- **Ekspertkilder:** Velegnet når du mangler specifik viden eller faglige input, eksempelvis en professor, en konsulent, en leder eller kollega med særlig uddannelse eller erfaring.
- **Partskilder:** Velegnet når du har brug for at forstå holdninger hos organisationer, som på virker dit arbejde, eksempelvis en forældrebestyrelse, frivillige organisationer eller faglige organisationer.
- **Erfaringskilder:** Velegnet når du vil forstå borgerens oplevelse af de opgaver, din arbejdsplads løser.

Det er vigtigt at overveje, hvem der kan give dig viden om dit innovationsspørgsmål.

Kontakt de mennesker, du gerne vil interviewe, og aftal tid, sted og omfanget af interviewet. Brug de etiske retningslinjer til at lave en "kontrakt" om interviewet: Hvad det bliver brugt til, er interviewpersonerne anonyme eller ej, om de får resultatet til gennemsyn, så de kan rette fejlцитater og så videre.

2. Lav en spørgeguide

En spørgeguide kan sikre, at du når igennem de emner og spørgsmål, du vil afdække i interviewet. Det er en disposition, du kan bruge under interviewet.

En spørgeguide kan være mere eller mindre detaljeret. En detaljeret spørgeguide kan være gavnlig, hvis du har nogle bestemte spørgsmål, du vil stille. En mere løs spørgeguide giver dig større mulighed for at trække interviewet i den retning, som interviewpersonen finder interessant. Det kan give dig indsigt i forhold, du ellers ikke ville have fået belyst. Du kan se et eksempel på en spørgeguide nedenfor.

En spørgeguide til interviews kan bestå af følgende trin:

En brainstorm. Skriv dine tanker ned om emnet, du skal lære mere om, og spørg dig selv, hvad du har brug for at vide efter interviewet, som du ikke ved inden?

Valg af temaer. Beslut hvad du skal have ud af interviewet og de temaer, du vil undersøge. Hvis du skal finde ud af, hvordan borgere oplever deres første møde med jobcentret kunne det være temaer som "første brev", "første samtale" og "jobcentrets fysiske indretning".

Find på gode spørgsmål til hvert tema. Inspiration til gode spørgsmål finder du nedenfor.

3. Gennemfør interviewet

Vær undervejs i interviewet opmærksom på, hvilke svar der knytter sig til hvilke spørgsmål. Her er seks råd til, hvordan du får svar, du kan bruge til noget.

a) Stil gode spørgsmål

Journalisten John Sawatsky er ekspert i interviewteknik. Han tror på styrken ved simple spørgsmål og har oplistet 20 stærke spørgsmål, som kan bruges i alle sammenhænge. De virker, fordi de giver plads til kilden, emnet og deltagerne. Hans spørgsmål er:

1. Hvad skete der?

2. Hvad mener du?

3. Hvorfor det?

4. Hvad er valgmulighederne?

5. Hvordan vil du karakterisere det?

6. Hvad gjorde udslaget?

7. Hvad sagde han?

8. Hvordan går det til?

9. Hvad tænkte du på?

10. Hvad er et eksempel på det?

11. På hvilken måde?

12. Hvilken virkning får det?

13. Hvilke implikationer har det?

14. Hvordan det?

15. Hvad følte du/Hvordan havde du det?

16. Hvordan reagerede du?

17. Hvordan endte det?

18. Hvordan klarede/håndterede du det?

19. Hvad er beviserne på det?

20. Hvad fik dig til at sige det?

b) Stil specifikke spørgsmål

Specifikke spørgsmål virker meget bedre end generelle spørgsmål og giver ofte en dybere indsigt.

Hvis du spørger: ”Læser du avis?”, vil personen, du interviewer, sikkert svare noget i stil med: ”ind i mellem”, og det svar bliver du ikke meget klogere af. Hvis du i stedet spørger: ”læser du avis i weekenden?”, har du større chance for et specifikt svar: Ja eller nej. Et spørgsmål kan altid blive mere specifikt, eksempelvis ved at spørge: ”Lørdag eller søndag – morgen eller aften?”.

Vurdér hvad der passer, men de specifikke spørgsmål gør svarene mere præcise, og du får flere detaljer frem. Det kan betyde, at I opdager noget, der overrasker jer, noget I ikke vidste før.

c) Stil åbne spørgsmål

Det er også vigtigt at stille åbne spørgsmål, der ikke er ledende. Hvis du siger: ”Det må være svært at henvende sig på jobcentret første gang” stiller du et ledende spørgsmål, der fanger den interviewede i din forståelse af en situation, og du finder ikke ud af, hvordan interviewpersonen selv opfatter situationen. Spørg i stedet: ”Hvordan oplevede du at henvende dig på jobcenteret første gang?”.

d) Lyt

Formålet er at forstå, hvad de personer du interviewer har oplevet eller ved. Derfor må du hele tiden fokusere på, hvad de siger og afvige fra din spørgeguide, hvis det viser sig, at helt andre temaer optager dem. Måske kan du så ikke bruge deres udsagn bagefter. Men det kan også være, at du må indse, at den innovation du gerne vil lave, skal tage en helt anden drejning end planlagt.

e) Spørg ind

Guldet ligger ofte i detaljen. Hjælp kilden til at fylde detaljer på deres oplevelser. Hvad skete der så? Hvad tænkte du om det? Hvordan reagerede du på det? Hvad gjorde de andre så? Sawatzky's spørgsmål er gode til det.

Tip: Spørg borgere, hvad de tænkte eller gjorde, snarere end hvordan de følte. Ofte vil svarene være af typen: ”Det føltes ikke så rart” eller ”Det blev jeg glad for”, og de udsagn fortæller ikke særlig meget om, hvad der rent faktisk foregik, eller hvad problemet eller den gode oplevelse egentlig gik ud på.

f) Vær ikke bange for tavshed

Guldgruberne kommer tit i forbindelse med tavshed, fordi interviewpersonen – ligesom dig – vil længes mod at bryde tavsheden. Den interviewede får samtidig en pause til at formulere svar, der er mere nuancerede end umiddelbare reaktioner og tanker.

4. Reflektér over det, du har hørt

Efter interviewet er det en god idé at afsætte tid samme dag, til at få tænkt over hvad du har hørt.



Følgende spørgsmål kan igangsætte din refleksion:

- Hvad har jeg lært i dag?
- Hvad kan jeg ikke forstå?
- Hvad gik jeg glip af?
- Hvad ved jeg i dag, som jeg ikke vidste for fem dage siden?
- Hvad er anderledes, end jeg troede?

Skriv dine refleksioner ned sammen med de noter, du har taget mens du interviewede, eller bidder af det du har optaget. De bliver nyttige i næste fase.

EKSEMPEL PÅ EN SPØRGEGUIDE

Her et eksempel til inspiration, når du skal lave din egen spørgeguide. Denne guide er brugt i en privat virksomhed med det formål at undersøge, hvordan medarbejdere i en organisation deler viden.

Spørgeguide:

Spørgsmål om kunderne

- Hvad er kendetegnende for en god kunderelation?
- Hvilken viden vinder en opgave?
- Hvad får kunden til at komme igen?
- Er kunden en faglig sparringspartner?
- Hvad ville ske, hvis du forlod firmaet? (Ville kunderne følge med?)

Spørgsmål til det fysiske rum

- Hvad betyder det at arbejde sammen med nogen, der sidder fysisk på afstand af én selv?
- Hvad betyder det for vidensdelingen at arbejde i projekter?
- Hvad synes du om indretningen af rummet?
- Hvordan ser det ideelle kontor ud i dine øjne?

Spørgsmål om at søge information

- Når en kunde efterefterspørger en viden, som du ikke selv har, hvad gør du så?
- Hvordan finder man ud af, hvem der ved hvad?
- Hvilke kontakter benytter du dig af i det daglige arbejde
 - o Indenfor organisationen?
 - o Udenfor organisationen?
- Hvordan bruger du ellers organisationens faciliteter: Bibliotek, rapporter og tidsskrifter på gangene osv.
- Hvordan finder man informationer når man er ny?
- Hvordan finder man ud af ”hvordan man gør her?”



Spørgsmål om intranettet

- Hvad bruger du intranettet til?
 - o Hvor meget?
- Hvad synes du om måden intranettet er opbygget på? (Struktur, layout osv.)
- Bidrager du til intranettets indhold?
 - o Med hvad?
- Hvordan skulle intranettet se ud efter din mening?
- Hvordan kunne intranettet støtte videndeling?

Spørgsmål om at give information

- Hvad gør du, når du får en god idé?
- Hvad taler du om med dine kolleger?
- Hvilke erfaringer udveksler I?
 - o Faglige
 - o Sociale (om kunden)
 - o De dårlige erfaringer
- Hvordan deler du viden, du har erhvervet om/hos kunden?

Spørgsmål til motivationen for vidensdeling

- Hvad får dig til at videndele i dag?
- Hvilke formelle ”rammer” synes du er en støtte?
- Hvornår – i hvilke sammenhænge – videndeler du?
- Hvornår har du oplevet at det var værdifuldt at dele viden med andre?
- Hvad hindrer at du deler din viden med andre?
 - o I afdelingen?
 - o I organisationen?



OPDAGELSESMETODE: BRUGERREJSE

Brugerrejser afdækker, hvordan borgere/brugere oplever et konkret 'møde' med jer. Ved at tale med udvalgte brugere og spørge til en konkret situation, bliver I klogere på, hvordan de oplever relationen til jer og de behov de havde i det konkrete 'møde' med jer.

På en brugerrejse tager I altså borgerens briller og sko på og forsøger at opleve mødet med jer ud fra brugerens perspektiv. Enten ved at følge en konkret situation mens den foregår eller ved at spørge ind til en tidligere situation. I kan vælge mellem flere metoder til en brugerrejse. Interview, observationer og fotosafari er meget anvendelige.

Fordele

Brugerrejsen giver mulighed for at få et overblik over sammenhængen mellem forskellige dele af jeres arbejde. I får også mulighed for at se jeres arbejde og samarbejde med brugerens øjne.

Opmærksomhedspunkter

En brugerrejse giver typisk kun indblik i én borgers oplevelse. Andre borgere kan opleve de samme ting på andre måder. Prøv derfor at få viden om flere borgers oplevelser.

Tidsforbrug

Fra en halv time til flere timer afhængig af, hvor langt et forløb, brugerrejsen skal dække, og hvor detaljeret beskrivelsen skal være.

Rekvisitter

Fx lydoptager, et kamera, et skriveredskab og papir.

Variation:

Intervieweren kan variere omfanget af den rejse, brugeren skal fortælle om. Spørg til det første besøg hos sundhedsplejersken eller et helt behandlingsforløb. Længden på interviewet kan også variere. Det afgør, hvor detaljeret beskrivelsen af brugerrejsen bliver.

SÅDAN UDFØRER DU EN BRUGERREJSE

1. Planlæg brugerrejsen

Kontakt de personer, du gerne vil interviewe eller observere, og aftal tid, sted og omfanget. Det er vigtigt at overveje, hvem der kan give dig viden om dit innovationsspørgsmål. Brug de etiske retningslinjer til at lave en "kontrakt" om gennemførelsen af brugerrejsen. Se beskrivelserne af interview og observation ovenfor.

Selvom brugerens historie er i fokus i denne metode, bør du ud fra jeres innovationsspørgsmål beslutte, hvilke dele af brugerens møde med jer, du vil fokusere på, eksempelvis afleveringen i daginstitutionen, afhentningen eller oplevelserne til et forældrearrangement. At afgrænse emnet sikrer en detaljeret beskrivelse, som kan give ny viden og overraskelser, der er relevant for jeres innovationsspørgsmål. Det er dog vigtigt at forholde sig åbent til brugerens fortælling, og hvilke oplevelser brugeren synes er relevante.

2. Gennemfør brugerrejsen

Formålet med brugerrejsen er at få kortlagt, hvad der er sket, og i mindre grad hvad brugeren tænkte og følte. Derfor skal interviewerens særligt gøre brug af spørgsmålet ”Hvad skete der så”? Det er vigtigt, at du ikke beslutter, hvornår rejsen starter og slutter. Det beslutter din interviewperson. Hvis du eksempelvis interviewer forældre om, hvordan det er at aflevere deres barn i daginstitutionen, kan en forældre godt opleve, at afleveringen reelt starter aftenen før, når madpakkerne bliver lavet og afleveringen planlagt.

Det er den type brugererfaringer, du er interesseret i, da de kan give nye indsigter om arbejdet og hvordan arbejdspladsen bedst kan lykkes med sin kerneopgave.

Af samme årsag kan fotosafari, hvor borgeren selv indhenter fotos fra en konkret situation være meget anvendelig.

Ved anvendelse af observation som metode er det selvfølgelig rent praktisk nødvendigt at afgrænse, hvad observationen skal omfatte. Du kan efter observationen i et interview spørge ind til andre oplevelser, der knytter sig til den observerede situation.

3. Reflektér over det, du har hørt og set

Efter brugerrejsen er det en god idé at sætte tid af samme dag, til at få tænkt over hvad du har set og hørt.

Følgende spørgsmål kan igangsætte din refleksion:

- Hvad har jeg lært i dag?
- Hvad kan jeg ikke forstå?
- Hvad gik jeg glip af?
- Hvad ved jeg i dag, som jeg ikke vidste for fem dage siden?
- Hvad er anderledes, end jeg troede?

Skriv dine refleksioner ned sammen med dine ”rå-data”, for eksempel noter, du har taget eller bidder af det, du har optaget på en diktafon. I skal bruge det i næste fase af innovationsforløbet.

