

## 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.

