

# Biblioteket kommer forbi

Denne guide klæder jer på til at aflægge et visit hos en eller flere aktører, der har god kontakt til en målgruppe, som I selv ønsker at lære bedre at kende.

**Målgruppe:** Medarbejdere og ledere, som arbejder med outreach til nye målgrupper.

**Tid:** Planlægning ca. 1,5 time. Afvikling af møde(r) ca. 1 time pr. møde.

**Tip!** Denne guide kan med fordel anvendes i forlængelse af redskabet “Afdækning: Hvem kender vores målgruppe bedst?”, som handler om at kortlægge mulige ressourcepersoner i og uden for jeres netværk.

Inden I kaster jer over guiden, skal I have følgende på plads:

- Hvilken målgruppe er I interesseret i at lære bedre at kende?
- Hvilke personer/organisationer kan I med fordel aflægge et visit hos med henblik på at lære målgruppen bedre at kende?

Har I ikke ovenstående på plads, anbefales I at starte med redskabet “Afdækning: Hvem kender vores målgruppe bedst?”.

Hvis I er klar til at gå videre kan I følge denne guide, som består af tre steps.

## Step 1: Find den rette indgang og skab den første kontakt

Afklar allerførst, hvem I skal tale med for at få et frugtbart møde. Kunsten er at finde en person, som har den fornødne faglige viden, og som dertil har mandat og beslutningskompetence til at mødes med jer. Henvendelsesformen vil dernæst afhænge af, om I allerede har en relation til vedkommende, samt hvor nær relationen i så fald er.

Følg ét af følgende trin:

- **Vi har en nær personlig relation:** I dette tilfælde handler det om at gribe knoglen og ringe til vedkommende. Hvis personen ikke er den rette til at modtage jeres henvendelse, kan I bede personene om at henvise jer videre.

- **Vi har en god bekendt:** I dette tilfælde formulerer I en kort mail om jeres intention og foreslår et møde. Send ikke mailen, men ring til vedkommende først og introducer jeres idé om at mødes. Straks efter opkaldet sender I mailen og følger op efter senest en uge. Hvis personen ikke er den rette til at modtage jeres henvendelse, kan I bede personen om at henvise jer videre.
- **Vi har ingen personlig relation:** I dette tilfælde skal I starte med lidt research. Start med at google eller ring til hovednummeret og forhør jer. Det handler som nævnt ovenfor om at finde en person, der har faglig indsigt og mandat til at tage et møde med jer. Når I har et godt bud, sender I en mail til vedkommende om jeres intention og foreslår et møde. Motivér gerne mailen ved at svare på, hvorfor I har fundet interesse i at mødes med netop denne person/organisation.

**Husk!** Selvom det kan føles en smule påtrængende at invitere sig selv på kaffe, skal I blot huske på, at I har en god intention, og at I repræsenterer en god sag. Måske har I også indsigter eller ressourcer, som jeres mødepartner kunne være interesseret i? Sæt ikke jeres lys under en skæppe. I er interessante at tale med for de fleste!

## Step 2: Forbered mødet

Når mødet er i kalenderen, er det jeres ansvar som initiativtagere at sikre et godt og veltilrettelagt møde.

Følg disse trin:

- Vær tydelig om jeres hensigt med mødet og sørg for, at de rette personer deltager. Der skal helst være beslutningskompetence og faglig viden med ved bordet. Det kan være én eller flere personer.
- Forbered jeres spørgsmål. Forud for mødet sætter I jer sammen og formulerer 3-4 centrale spørgsmål, I gerne vil have svar på. Hvis muligt kan I involvere et par kollegaer i denne proces.
- Send en dagsorden i god tid, så alle ved, hvad der skal ske.
- Hvis muligt, så bed om at kombinere mødet med en kort rundvisning. Det er særligt relevant, hvis der er tale om et sted med mange fysiske faciliteter og forskellige brugere, f.eks. i et fitnesscenter, et plejehjem, en ungdomsklub eller lignende.
- Inden mødet kan I med fordel gøre jer nogle tanker om, hvad I eventuelt kunne tilbyde jeres mødepartner. Har I nogle aktiviteter, faciliteter, kompetencer eller andre ressourcer, som kunne være relevant for jeres mødepartner at høre om?

**Husk!** Man ved aldrig, hvad en kop kaffe kan føre til. Formålet med dette visit er at lære en fælles målgruppe bedre at kende, men det kan være, at det viser sig at føre til mere. Se

eventuelt også redskabet "Det første møde - sådan sikrer du en god start på et nyt tværgående samarbejde".

## Step 3: Se, lyt, spørg, dokumentér - og del jeres indsigter, når I kommer hjem

Så er det tid til at tage på visit. Hvis muligt, så deltag med 2-3 personer. Hvis I deltager en hel flok, skal I være opmærksomme på, at jeres tilstedeværelse kan påvirke brugernes/målgruppens adfærd i forbindelse med en eventuel rundvisning. Det afhænger af stedet og situationen.

Under og efter jeres besøg kan I følge disse råd:

- Det handler om at suge til sig. I er der for at lære en målgruppe bedre at kende. Spørg ind til ting som:
  - Hvad er deres typiske adfærd? Hvordan bruger de stedet?
  - Hvad kan virkelig begejstre denne målgruppe? Hvad motiverer dem?
  - Hvad kan de bestemt *ikke* lide? Hvad skræmmer dem væk?
  - Hvilke kommunikationskanaler anvender de?
  - Hvor loyale er de?
  - ...
- Hvis jeres møde foregår i et mødelokale, så tag masser af noter undervejs. Hvis I får mulighed for at gå rundt og observere, så tag billeder og evt. video (hvis tilladt). Tag jer tid til at observere og stil flere spørgsmål til det, I ser.
- Når I kommer retur fra besøget, så hold et debriefing møde - og gerne lige med det samme. På mødet deler I jeres indtryk og sammenfatter jeres indsigter. Bliv ved med at tage noter.
- Hold et oplæg for jeres kollegaer, hvor I deler indsigterne. Efterfølgende kan I lægge op til en åben samtale om, hvordan jeres indsigter eventuelt kan omsættes til at skabe et nyt tilbud eller forstærke et eksisterende tilbud til den pågældende målgruppe.
- Aftal, hvordan og hvornår I følger op - og gerne med konkrete opgaver og ansvarsfordeling.