



## MINDSET

# Målgruppe

### **Kend din målgruppe og interesser – og inddrag dem tidligt.**

For at offentlig service og lovgivning skal opfylde de behov, borgere, virksomheder eller interesseorganisationer har, skal vi naturligvis være gode til at have fingeren på pulsen hos dem, der skal skabes forandring hos. Det kræver at vi løbende indhenter perspektiver fra slutbrugerne. Både, når der skal formuleres ny lovgivning, en reform eller når en service skal gentænkes og sidenhen gøre en forskel i slutbrugernes hverdag.

Vi har stor erfaring med at hente kvalitative input ind i offentlige udviklingsprojekter, og det skaber altid langt mere konkrete diskussioner, som bidrager til at skabe en klar fornemmelse af, hvad projektet kan og skal opnå hos den enkelte borger eller virksomhed. Offentlige projekter er oftest ganske komplekse og abstrakte med rigtig mange interesser og slutbrugere. - Netop derfor er det vigtigt hurtigt i projektet, at få slutbruger inputs med, overfor de nogen gange endeløse kvantitative undersøgelser og data - for derigennem at skabe empati og handlekraft i projektgruppen.

Når vi interviewer borgere eller virksomheder er det typisk mellem 4 og 8 - mere behøver I faktisk ikke, for at få et nuanceret bidrag til udviklingen af projektet. Det kan være en udfordring at vælge, hvem I skal tale med men, tænk på, at få en række forskellige perspektiver med eksempelvis fra en stor, mellemstor og en lille virksomhed etc. De kvalitative inputs skal næsten altid stå sammen med kvantitativ data, så besøg slutbrugerne uden, at I først har et overblik over feltet. Find også hjælp i metoden Læring om brugerne.

Vi kan aldrig analysere os til om antagelser, vil kunne ramme plet. Vi må ud og undersøge antagelser og gode ideer undervejs - væk fra skrivebordet og ud til målgruppen hvor løsningerne skal leve.