

Epinion

Udviklings- redskab



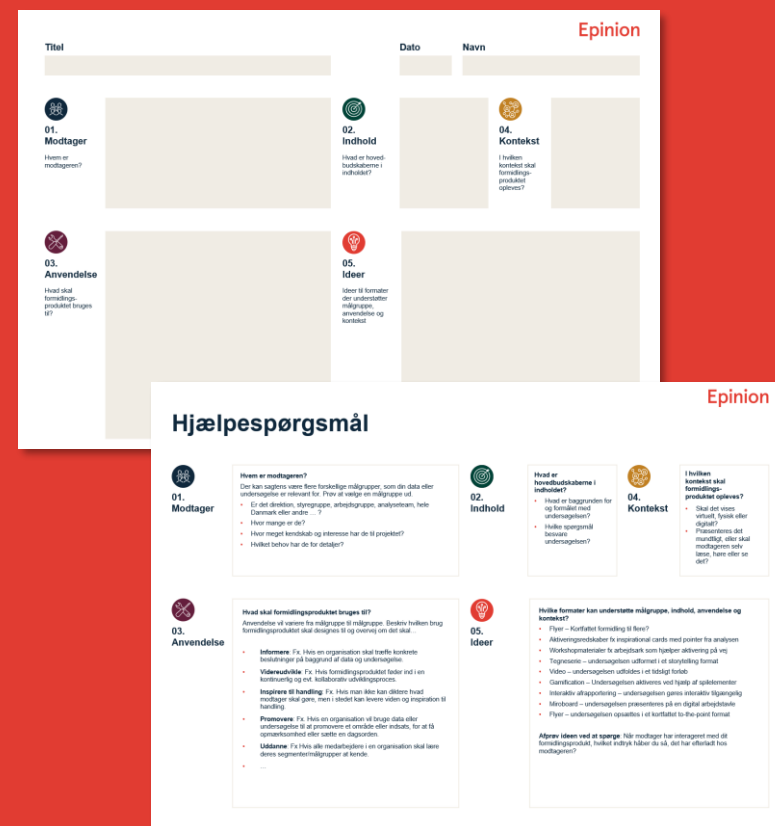
Design af værdiskabende
formater og formidling

Guide

Arbejdsarket er designet til at understøtte en samtale om output af en analyse. Det indeholder fokuspunkter og hjælpespørgsmål, som kan skærpe fokus og forventningsafstemning om hvad et analyseprojekt skal munde ud i.

Sådan kan du gøre:

1. Print arbejdsark i A3
2. Print hjælpespørgsmål
3. Sæt dig sammen med en gruppe personer, som skal bruge outputtet
4. Bed deltagerne om at overveje spørgsmålene individuelt
5. På skift deler I i gruppen, hvad I er kommet frem til
6. I løbet af samtalen, identificere i enigheder og evt. uenigheder som skal afklares



Titel

Dato

Navn



01. Modtager

Hvem er modtageren?



02. Indhold

Hvad er hovedbudskaberne i indholdet?



04. Kontekst

I hvilken kontekst skal formidlingsproduktet opleves?



03. Anvendelse

Hvad skal formidlingsproduktet bruges til?



05. Ideer

Ideer til formater der understøtter målgruppe, anvendelse og kontekst

Hjælpespørgsmål



01. Modtager

Hvem er modtageren?

Der kan sagtens være flere forskellige målgrupper, som din undersøgelse er relevant for. Prøv at vælge en målgruppe ud.

- Er det direktion, styregruppe, arbejdsgruppe, analyseteam, hele Danmark eller andre ... ?
- Hvor mange er de?
- Hvor meget kendskab og interesse har de til projektet?
- Hvilket behov har de for detaljer?



02. Indhold

Hvad er hovedbudskaberne i indholdet?

- Hvad er baggrunden for og formålet med undersøgelsen?
- Hvilke spørgsmål besvare undersøgelsen?



04. Kontekst

I hvilken kontekst skal formidlingsproduktet opleves?

- Skal det vises virtuelt, fysisk eller digitalt?
- Præsenteres det mundtligt, eller skal modtageren selv læse, høre eller se det?



03. Anvendelse

Hvad skal formidlingsproduktet bruges til?

Anvendelse vil variere fra målgruppe til målgruppe. Beskriv hvilken brug formidlingsproduktet skal designes til og overvej om det skal...

- **Informere:** Fx. Hvis en organisation skal træffe konkrete beslutninger på baggrund af undersøgelse.
- **Videreudvikle:** Fx. Hvis undersøgelsen føder ind i en kontinuerlig og evt. kollaborativ udviklingsproces.
- **Inspirere til handling:** Fx. Hvis man ikke kan diktere, hvad modtager skal gøre, men i stedet kan levere viden og inspiration til handling.
- **Promovere:** Fx. Hvis en organisation vil bruge undersøgelsen til at promovere et område eller indsats, for at få opmærksomhed eller sætte en dagsorden.
- **Uddanne:** Fx. Hvis alle medarbejdere i en organisation skal lære af eller oplæres i undersøgelsens resultater.



05. Ideer

Hvilke formater kan understøtte målgruppe, indhold, anvendelse og kontekst?

- Flyer – Kortfattet formidling til flere?
- Aktiveringsredskaber fx inspirational cards med pointer fra analysen
- Workshopmaterialer fx arbejdsark som hjælper aktivering på vej
- Tegneserie – undersøgelsen udformet i et storytelling format
- Video – undersøgelsen udfoldes i et tidsligt forløb
- Gamification – Undersøgelsen aktiveres ved hjælp af spilelementer
- Interaktiv afrapportering – undersøgelsen gøres interaktiv tilgængelig
- Miroboard – undersøgelsen præsenteres på en digital arbejdstavle
- Flyer – undersøgelsen opsættes i et kortfattet to-the-point format

Afprøv ideen ved at spørge: Når modtager har interageret med dit formidlingsprodukt, hvilket indtryk håber du så, det har efterladt hos modtageren?