



## 2 Opdagelse

---

*The real voyage of discovery consists not in seeking new landscapes, but in having new eyes.*

*Marcel Proust*

---

### Data indsamling og analyse

Vi forlader nu den trygge havn – godt forberedte til vores rejse.

Næste stop er på øen "Opdagelse", hvor vi vil indsamle, fortolke og analysere information om de behov vores nye "produkt" skal dække. Spørgsmålene er delvist de samme som før afrejsen, men nu vil vi søge efter `beviser` på at vores forberedende antagelser holder stik.

### Brugeren

På denne "Ø" vil vi møde vores brugers kultur og forsøge at opnå en dybere forståelse for denne. Hvad optager brugeren, hvad er hans/hendes motivation og behov? Er de en "gruppe" eller består brugergruppen i virkeligheden af en mængde mindre subkulturer?

Hvis man ikke har en klart defineret bruger, kan man skabe en fiktiv bruger (persona) for at beskrive de centrale egenskaber denne bruger har. Det skaber forståelse hos jeres opdagelses team for hvilke behov de skal imødekomme. Der kan også vise sig nye mulige målgrupper/brugergrupper, som man ikke hidtil har været opmærksomme på.

### Trends og tendenser

Brugerne påvirkes også af de strømninger der omkring dem.

Man skal forsøge at afklare både strømninger nu og her og evt. modstrømninger der venter i nær fremtid og på længere sigt.



## Værktøjer

Kundeanalyse:

<http://ivaekst.dk/vaekst/0/6/3/0/kundeanalyse--metode-til-at-beregne-en-kundes-vaerdi>

Om persona:

<http://innovationsguiden.dk/brugere/analyse/personas>

<http://klysner.com/10-trin-til-udvikling-af-personas/>

Trends:

<http://trendwatching.com/>

[www.cifs.dk/en](http://www.cifs.dk/en)

Det kan være en god ide, at kigge efter ideer i en andre sektorer:

<http://www.crossindustryinnovation.com/21ways>

Websearch:

<http://www.techrepublic.com/blog/10-things/10-tips-for-smarter-more-efficient-internet-searching/>

Der findes mere end google.

[http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_search\\_engines](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_search_engines)