

Oversigt over gode metoder, der med fordel kan anvendes til at gennemføre den holistiske 360 graders undersøgelse

Brugerresearch: Fokus på hvordan og hvorfor. Evaluer mindre testgrupper, observer hvad mennesker gør. Afgør hvordan markedet vil bruge løsningen, fokuser på krav til produkt/service.

Workshop med brugere: Afklarer fokusområder under 'brugerworkshop'.

Desktop research: Analyser og sammenfat resultater fra andre identificerede kilder, som er relevante for mål og formål med undersøgelsen. Vær opmærksom på eventuel bias i egne overbevisninger og blandt kilderne.

Megatrends: Identificerer langsigtede megatrends på baggrund af kilder (rapporter, artikler, eksperter, statistikker og forskning), der er relevante for fokusområdet. Evaluer betydning, prioriter trends, udvikl scenarier og identificer muligheder og trusler.

SWOT: Lav en liste over styrker, svagheder, muligheder og trusler. Evaluer, prioriter og læg en strategi for at håndtere de forskellige emner.

Business Model Canvas: Udfyld en BMC-skabelon, som visualiserer forretningsmodellen, analyser og reflekter over hvordan elementerne arbejder sammen.

Omverdensanalyse (PESTEL): Indsaml og analyser information om politik, økonomi, social, teknologi, miljø og lovgivning og sammenfat muligheder og trusler.

Kortlægninger: Kortlæg relevante sammenhænge for løsning, fx systemer, processer, værdistrømme, service-sammenhænge mv., der giver forståelse for processer, visualiserer ineffektivitet, standardiserer og automatiserer, forbedrer kommunikation og samarbejde mv.

Bird-in-hand: På baggrund af egne erfaringer og færdigheder udvikles en projektidé, fx spørg personer med forskellige perspektiver og færdigheder, identificer interessenter, og undersøg det første, næste og større vision for endelige løsning. Del, diskuter og indhent feedback, iterer og gentag.