

RAPPORT GEODATARÅDETS HANDLINGSPLAN 2018

Aktivitet 1a - användarbehov



Denna rapport är sammanställd av Johanna Fröjdenlund, Lantmäteriet, och innehållet är framtaget i samarbete med Boverket, SGU, SCB och med bidrag från övriga aktörer i arbetet med handlingsplanen för Geodatastrategin.

Innehållsförteckning

1	INLEDNING OCH BAKGRUND	3
2	INTRESSETER.....	4
3	TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	4
4	RESULTAT OCH DISKUSSION	5

1 Inledning och bakgrund

Aktivitet 1A – användarbehov och samhällsnytta tar sin utgångspunkt i den nationella geodatatrategin och dess vision, som beskriver att Sverige har en nationell infrastruktur för geodata som:

- främjar innovation och tillväxt inom näringslivet
- möjliggör digitalisering och effektivisering av processerna inom offentlig sektor
- aktivt bidrar till att medborgarna har en god, säker och hållbar livsmiljö.

I handlingsplanen för geodatastrategins genomförande 2016-2020 sägs att Geodata ska bidra till att lösa samhällsutmaningarna genom en utvecklad samverkan mellan stat och kommun samt privata aktörer. De övergripande mål som anges för detta är att

- Geodata är öppna
- Geodata är användbara
- Geodata är tillgängliga
- Samverkan är välutvecklad

För att nå dessa mål har arbetet inom handlingsplanen formats utifrån ett antal fokusområden varav fokusområde 1 är "användarbehov och samhällsnytta". Detta fokusområde säger att den nationella infrastrukturen ska utvecklas med grund i användarbehoven och inkludera metoder för analys av användarbehov samt kartläggning av användarbehoven inom samhällsbyggnadsprocessen, klimatanpassningen och inom de areella näringarnas olika ekosystem (skogsbruket, jordbruket, fiskenäringen och energiutvinningen)

Aktivitet 1a har jobbat med metodstöd med fokus på att sänka trösklarna för att jobba närmare och tillsammans med användarna.

Aktiviteten 1A har arbetat för att utgöra ett tillgängligt och inspirerande stöd som kan bidra till offentliga aktörer i arbetet med att tillvarata användarbehov.

Denna rapport är en kort sammanställning av aktivitet 1As arbete där SCB, Boverket och SGU har ingått i den primära arbetsgruppen men arbetet har även dragit nytta av och bidragit in i övriga delar av handlingsplanen samt influerats av Lantmäteriets arbete med användarbehov. Även andra nätverk som diskuterar liknande frågeställningar, såsom till exempel Nätverket för livshändelsedrivna utveckling inom eSam mfl har inspirerat i arbetet.

2 Intressenter

Den här rapporten är en del av genomförandet av geodatarådets handlingsplan och finns till för dennes intressenter och övriga intresserade.

3 Tillvägagångssätt

Detta arbete har inte gjort anspråk på att utveckla någon heltäckande vägledning utan har arbetat för att ge inspiration och erarenhetsutbyte för att gemensamt utveckla lärande om användare och användarbehov och utforska olika metoder för detta. Aktiviteten har också samlat erfarenheter från övriga aktiviteter i handlingsplanen. Tanken är att erfarenhetsutbyte och kunskapsbyggande kring detta ska kunna fortsätta över tid och speglas på geodata.se.

Arbetet har genomförts i form av Skypemöten mellan olika deltagare i handlingsplanerarbetet där fokus har varit på att dela metoder och erfarenheter. Aktiviteten har också deltagit i de andra delarna inom fokusområde 1 i handlingsplanen. Arbetet har också synkroniserats med Lantmäteriets arbete med användarbehov som indelats i

- Metoder
- Omvärldsanalys
- Fakta om användning
- Lärande om användare

Under handlingsplanens genomförande har flera olika metoder för att fånga behov prövats.

Några av de metoder som på olika sätt bearbetats under arbetets gång är

- "Får jag lov-metoden" (Boverket)
- Workshopmetodik
- Effektkartläggning
- Referensgrupper
- Intervjuer
- Enkäter
- Personas
- Tjänstedesign/servicedesign

Dessa metoder utgör inget komplett urval på något sätt och är heller inte jämförbara med varandra utan utgör bara ett antal exempel som kommit upp och på olika sätt använts under arbetets gång.

4 Resultat och diskussion

Att fånga och ta omhand användarnas behov är en stor och viktig del för aktörer inom geodataområdet. I en föränderlig omvärld är det viktigt att ha förmågan att hela tiden kunna lyssna in och anpassa sig till dessa behov.

Att mäta och värdera rätt fakta är en utmaning i den allt mer digitala värld vi befinner oss i där otroligt många mätvärden går att fånga och att läsa av och att välja rätt data och mätvärden är ett ständigt arbete.

Ett exempel som kom upp under arbetets gång var Nya Zeelands val av att, istället för att använda BNP som ett mått på landets välmående, istället fokusera på FNs (United Nations Sustainable Development Solutions Network) sk World Happiness Index då det ansågs vara ett bättre mått. Inom geodatavärlden är det exempelvis viktigt att förstå olika värden när det kommer till användning. Nedladdade datamängder, antal abonnenter på en tjänst, transaktioner och sessioner är alla exempel på olika mängder som kan mätas. En liten mängd nedladdad data kan tex ha en avgörande betydelse för användaren medan stora mängder nedladdade data kan var av ringa betydelse. Att känna sina användare är med andra ord nyckeln för att förstå behoven.

Några tankeställare som också uppkom under arbetet är kunskapen om olika behovstyper. Tre exempel på detta är:

De uttalade behoven är sådana som kunder förväntar sig och uttalar som viktiga. Uttalade behov anses vara relativt enkla att mäta och när de uppfylls ökar kundnöjdheten.

De underförstådda behoven tas för givna av kunden. Det innebär att kundnöjdheten inte påverkas av att verksamheten lever upp till dessa behov. Om verksamheten inte tillgodoser underförstådda behov riskerar det att leda till att kundnöjdheten minskar avsevärt.

De omedvetna behoven - produkten eller tjänsten överträffar kundens förväntningar vilket medför en positiv överraskning som i sin tur leder till att värdet av produkten eller tjänsten ökar.

Beroende på vilket sätt användaren ombeds beskriva sina behov kan därmed också påverka vilken behovsbild som blir belyst.



Några ytterligare exempel på områden och begrepp som berörts utifrån erfarenheter är bland annat:

- **nyttorealiseri**ng - där fokus ligger på att säkerställa att den planerade nyttan, som t.ex. ett projekt är startat för att skapa, också verkligen blir realiserad nytta
- **produkt**drivet **perspektiv** - utgår från en ide om en produkt och att sedan hitta användare till denna
- **användar**drivet **perspektiv** - utgår från att definiera ett behov och sedan arbeta fram en lösning för detta behov
- **Tjänst**design och **service design** med fokus på kundens upplevelse av en tjänst

Sammanfattningsvis kan sägas att arbetet inom 1A har skilt sig från övriga delar i handlingsplanarbetet då aktiviteten i sig på olika sätt ingått i de andra delarna på ett spännande sätt. Förhoppningsvis kan de diskussioner och frågor som framkommit i arbetet att kunna leva vidare som en del i ett erfarenhetsutbyte mellan aktörerna på geodataområdet för att fortsätta lära om och med användare på bästa möjliga sätt.