NEEDFINDER™

ET DIGITALT SYSTEM
TIL REGISTRERING AF KLIENTERS BEHOVSPROFIL
I EN KONSULENTPRAKSIS

CHRISTINA MALMGREN MIKKELSEN - PHILIP HUNDEVAD NYMANN
VEJLEDER - CLAUS A. FOSS ROSENSTAND
KANDIDATSPECIALE I INTERAKTIVE DIGITALE MEDIER AALBORG UNIVERSITET

DET HUMANISTISKE FAKULTET
AALBORG UNIVERSITET

INTERAKTIVE DIGITALE MEDIER

10. SEMESTER, KANDIDATSPECIALE

PROJEKTTITEL

NEEDFINDER™ - *ET DIGITALT SYSTEM TIL REGISTRERING AF KLIENTERS BEHOVSPROFIL I EN KONSULENTPRAKSIS*

VEJLEDER

CLAUS A. FOSS ROSENSTAND

ANTAL SIDER AF 2400 TEGN

77,5 (186.056)

PROJEKT PERIODE

1. JANUAR 2016 - 31. MAJ 2016

PHILIP HUNDEVAD NYMANN

CHRISTINA MALMGREN MIKKELSEN

FORORD

Dette kandidatspeciale afslutter vores Kandidatuddannelse i Interaktive Digitale Medier ved Aalborg Universitet og har varet i perioden fra 01. Januar 2016 til 31. Maj 2016.

I denne rapport tager vi afsæt i, hvordan konsulentvirksomheder laver en behovsprofil af deres klient i forarbejdet inden et konsulentforløb. Ofte står klientvirksomheder i den situation, at et konsulentforløb er omkostningsfuldt både i form af tid og penge, og der er en risiko forbundet med at indgå i et konsulentforløb, da virksomhederne ikke på forhånd har tilstrækkelig viden om, hvad sådan et forløb vil gavne virksomheden. Rapportens fokus centrerer sig om at digitalisere denne behovsprofilering i et digitalt system, der kan rationalisere denne proces og derved skabe en risikoreduktion og skabe mulighed for flere salgsforløb i konsulentvirksomheden, da konsulenten ikke bliver begrænset geografisk.

Perioden for specialets udarbejdelse har været en lærerig proces, der har bidraget med både faglige udfordringer, frustrationer og glæder. Speciale arbejdet har været en kontinuerlig læringsproces, som har givet os en enorm mængde viden, vi kan putte i rygsækken.

I tilblivelsen af specialet skal lyde en særlig tak til vores vejleder Claus A. Foss Rosenstand, der med hans store faglige viden altid har bidraget med god konstruktiv vejledning, faglig sparring og kreativ tankegang. Derudover skal også lyde en tak til UCN act2learn for deres rolle som eksemplarisk case i specialet. Herunder vil vi særligt takke proceskonsulent Cecilie Kobbelgaard, salgskonsulent Anne Hüttel og daglig leder Hanne Lendal for deres behjælpelighed i forbindelse med empiriindsamling og sparring.

God læselyst!

ABSTRACT

This thesis sets out to investigate if it is possible to make a design, and a system description of the digital system NeedFinder. NeedFinder is a simulation of the consultation between a consultant and a client, where the interactivity simultaneously gets registered and systematized in a profile of the client's current condition to the consultant.

We sought to achieve a design and system description of the core-design for Needfinder, which we accomplished. However, the thesis did not acclaim to achieve justification for the systems existence through test and evaluation.

The process of the making of the thesis, through theory and analysis is briefly described. We set out to understand how consulting firms currently conducts the early profiling of a client's condition. To obtain practical information of how this profiling is done, we allied ourselves with a consulting firm called act2learn, and interviewed two consultants as well as a day-to-day manager. This resulted in three succes criteria for NeedFinder. The investigation then led us to divide which parts of the system should offer custom solutions and which parts that should not, and how the digital consultation should function as a simulation within the bounded reality of the system. This led us to three requirements for the success criteria. These requirements were then applied within the object-oriented method for system designs, to conclude in a UML diagram, presenting a visual overview for the structure of NeedFinder. We then sought a structure for the simulation through narratives, to implement the behavior of the consultant through. For this we chose to use interactive storytelling. Furthermore, we decided to use an interactive video as the instrument of communication in NeedFinder, to complement the simulation and narrative. To strengthen the interactivity between user and system, we included human-computer interaction by identifying architectural elements in NeedFinder and using usability to develop design criteria which functioned as a guiding principles and argumentation in the design of NeedFinder. Furthermore, we derived the system description of NeedFinder from the findings in the analysis.

INDHOLDSFORTEGNELSE

DEL 1

KAPITEL 1. ET SYSTEM TIL BEHOVSPROFILERING AF KLIENTER TIL KONSULENTER 1
1.1 PROBLEMOMRÅDE 1
1.2 MOTIVATION 2
1.3 UNDREN 3
1.4 KONCEPTUALISERING AF PROBLEMFELT 4
1.5 ACT2LEARN – DEN EKSEMPLARISKE CASE 5
KAPITEL 2. ARBEJDSHYPOTESE OG PROBLEMER 5
KAPITEL 3. UNDERSØGELSESDESIGN 6
3.1 HVAD ER EN KONSULENTPRAKSIS, OG HVORDAN BEHOVSPROFILERES EN KLIENTS BEHOV AF EN KONSULENT? 6
3.2 HVORDAN DESIGNES NEEDFINDER, SÅLEDES AT SYSTEMET KAN BRUGERTILPASSES? 6
3.3 HVORDAN SYSTEMDESIGNES DEN DIGITALE KONSULTATION VED BRUG AF SIMULATIVE ELEMENTER? 7
3.4 HVORDAN KAN NARRATIVITET BRUGES SOM VIRKEMIDDEL TIL GENERELLE OG SPECIELLE DESIGNS? 7
3.5 HVORDAN KAN HCI INDDRAGES SOM RETNINGSLINJE TIL AT STYRKE INTERAKTIVITETEN MELLEM BRUGER OG SYSTEM? 7
3.6 HVORDAN DESIGNES SYSTEMET NEEDFINDER? 8
KAPITEL 4. PROJEKTSTRUKTUR OG ARBEJDSPROCES 8

DEL 2

KAPITEL 5. UDFOLDELSE AF ARBEJDSHYPOTESE 11
5.1 MODELLENS ANVENDELSE 11
5.2 MODELLENS FEM LAG 11
KAPITEL 6. SYSTEMBESKRIVELSE 13
6.1 SYSTEMDEFINITION AF NEEDFINDER 13
6.2 SYSTEMBESKRIVELSE AF NEEDFINDER 13
KAPITEL 7. KONSULENTPRAKSIS OG BEHOVSPROFILERING 15
7.1 KONSULENTEN I PRAKSIS 15
7.2 ANALYSE AF KRITERIER TIL NEEDFINDER 17
7.3 ACT2LEARNS SUCCESKRITERIER FOR ET SYSTEM DESIGN AF NEEDFINDER 19
7.4 DELKONKLUSION PÅ STRATEGY LAGET 23
KAPITEL 8. BRUGERTILPASNING OG SYSTEMDESIGN 24
8.1 DIGITAL SIMULATION 24
8.2 KONSULENTTILPASNING 25
8.3 BRUGERTILPASNING AF ELEMENTER I NEEDFINDER 26
KAPITEL 9. OBJEKTORIENTERET METODISK SYSTEMDESIGN 28
9.1 OBJEKTORIENTERET ANALYSE OG DESIGN 28
9.2 NEEDFINDER SOM ET OBJEKTORIENTERET SYSTEM 29
9.3 DELKONKLUSION PÅ SCOPE LAGET 31
KAPITEL 10. SIMULATION SOM NARRATIVT VIRKEMIDDEL 32
10.1 STORYTELLING 32
10.2 ANALYSE AF NEEDFINDERS NARRATIVE ELEMENTER 34
10.4 DELKONKLUSION PÅ STRUCTURE LAGET 35
KAPITEL 11. HCI TIL AT STYRKE INTERAKTIVITETEN MELLEM BRUGER OG SYSTEM 36
11.1 BRUGEROPLEVELSE 36
11.2 ARKITEKTONISK OPDELING AF NEEDFINDER 37
11.3 USABILITY 38
11.4 DELKONKLUSION PÅ SKELETON LAGET 40
KAPITEL 12. DESIGN AF NEEDFINDER 41
12.1 VISUALISERING AF NEEDFINDER 41
12.2 DELKONKLUSION PÅ SURFACE LAGET 44

DEL 3

KAPITEL 13. KONKLUSION 47
KAPITEL 14. DISKUSSION 48
14.1 ACT2LEARN SOM EKSEMPLARISK CASE 48
14.2 PRAKTISK-ETISKE UDFORDRINGER 49
14.3 SPECIALETS UDVIKLINGSMETODOLOGI 49
KAPITEL 15. PERSPEKTIVERING 50
15.1 EVALUERING AF CORE-DESIGNET 50
15.2 INNOVATIONSSPOR FOR NEEDFINDER 50
12.3 BUSINESS MODEL 51

LITTERATURLISTE 52
FIGURLISTE 54
BILAGSOVERSIGT 55

DEL 1

I denne del af rapporten vil læseren blive introduceret for rapportens problemfelt, og den motivation, der ligger til grund for rapportens tilblivelse. Derudover vil der blive redegjort for vores undren samt rapportens arbejdshypotese og problemer. Dette vil slutteligt munde ud i en model der sammenfatter hele projektets struktur.

KAPITEL 1. ET SYSTEM TIL BEHOVSPROFILERING AF KLIENTER TIL KONSULENTER

Interaktive digitale systemer er og bliver stadig en større del af de fleste danske borgers dagligdag både i privatlivet men også ude på arbejdsmarkedet. Det er især på arbejdsmarkedet, at integrationen mellem mennesker og disse systemer er i udvikling. For virksomheder anses det i stigende grad mere normalt at benytte sig af de muligheder en digitaliseringen tilbyder både hardware- og softwaremæssigt. Det kommer også til udtryk i en rapport fra Teknologisk Institut, der skriver at: "I disse år får avancerede virksomheder afgørende konkurrencemæssige fordele ved at bruge computere, netværk og sensorer til at udveksle data på kryds og tværs af virksomheden fra leverandører over fremstilling og helt frem til produkterne på markedet" (Sørensen, Østergaard & Conradsen, 2015, s. 4). Det er eksempelvis inden for et anvendelsesområde med ressource- og produktmæssige opgaver, der går fra at være håndteret af personer til at være en digital proces, som kan bidrage med betydelige besparelser i form af tid. Det er dog vigtigt i implementeringen af interaktive digitale systemer, at man har lavet et solidt grundarbejde for at sikre at slutproduktet bliver en succes. Det er ofte set, at halvfærdige systemløsninger er udgivet, men ikke formår at varetage sine opgaver til tilfredshed for virksomheden. Dette kan være betinget af mange årsager, hvor især involvering af brugeren i udviklingsfasen har været mangelfuld. Det er vigtigt for et system, der går ind og overtager en rolle i en virksomhed ikke kun vil skal kunne gøre det mere effektivt, men samtidigt have medarbejdernes konsensus og forståelse for behovet af digitaliseringen.

Mulighederne for et interaktivt digitalt system virker nærmest uendelige, hvad angår funktioner, interface, layout og så videre. Eksekvering af disse områder spiller alle en stor rolle i det produkt systemet ved sin færdiggørelse udmundes i og indikerer, hvor væsentlig designfasen af et interaktivt digitalt system er.
Vi mener, at potentialet for brugen af interaktive digitale systemer i virksomheder stadig kan udnyttes i højere grad. I denne rapport vil vi tage udgangspunkt i konsulentbranchen, og hvordan interaktive digitale systemer kan bidrage til en effektivisering af en af deres nuværende arbejdsopgaver.

1.1 PROBLEMOMRÅDE

Rapportens problemområde tager derfor afsæt i den behovsprofilering, der sker mellem en konsulent og en klient i det tidlige forarbejde. I Figur 1 har vi illustreret de tre faser, som typisk er til stede i et konsulentforløb fra et salg påbegyndes til den endelige afregning og den efterfølgende evaluering af forløbet. Påbegyndelsen af salgs- og afregningsfasen arbejder med henholdsvis forarbejde og ydelse set fra konsulentens synsvinkel og behovsprofilering og løsning fra klientens synsvinkel. Efterfølgende i rapporten vil der optræde steder, hvor vi skriver, at der vil være behovsprofilering af klienten, her menes der, at behovsprofileringen tager udgangspunkt i de behov og udfordringer klientvirksomheden har. Forarbejdet består fra konsulentens side i at opnå viden om klienten og klientvirksomheden og derudfra skabe en behovsprofilering, før der kan fastsættes en pris på konsulentforløbet. Gennemgående i rapporten vil vi benytte klient, når der er tale om den eller de personer, der indgår direkte i konsulentforløbet og klientvirksomhed, når der er tale om hele organisationen tilsvarende gør sig gældende med konsulent og konsulentvirksomhed.
Efter prisfastsættelsen følger konsulentens ydelser og bliver deraf løsningen for klienten for til sidst at ende ud med en afregning. Dette illustrerer konsulentforløbet som herefter kan munde ud i en evaluering af klientens samlede

FIGUR 1 - KONSULENTFORLØB

syn på forløbet. Der er naturligvis mange varianter herover med løbende afregninger mv., men det går vi ikke dybere med, da det falder uden for rapportens problemområde. Rapportens udgangspunkt er, hvordan konsulentens forarbejde af klientens behovsprofilering kan digitaliseres med brug af narratologiske virkemidler.

1.2 MOTIVATION

Interessen for konsulentrollen og den behovsafdækning, der opstår i den sammenhæng, blev primært vakt i kraft af vores 9. semester, der var en vekselvirkning mellem teori og praksis idet dette semester tog udgangspunkt i et praksisforløb. Forfatterne indtog begge med et aktionsforskningsperspektiv rollen som konsulenter, dog med forskellige praksisser, eftersom vores praksisforløb var i to forskellige organisationer. Den ene forfatter var ved Det Danske Akademi for Interaktiv Digital Underholdning (DADIU), et forløb med fokus på computerspilsudvikling, hvor forfatteren havde rollen som Quality Assurance (QA) og User Experience (UX) Group Manager. Denne rolle indebar at lede fire hold af to personer i deres konsulterende arbejde med QA og UX for deres klienter i form af respektive produktionshold. Den anden forfatters praktikforløb var hos UCN act2learn TEKNOLOGI. Her udviklede forfatteren et læringsspil, som i dag indgår i de konsulentydelser, de sælger. UCN act2learn er en hybrid afdeling inden for UCN, der varetager efter- og videreuddannelser på diplom og akademiniveau. Derudover udfører de også konsulentarbejde og ser sig selv som en konsulentvirksomhed i et offentligt hus, hvor deres primære fokus er at få mennesker og virksomheder til at udvikle sig igennem aktiv læring (Bilag 2, s. 4). Fælles for de to forfatteres praksisforløb var at forene de forventninger kunder, klienter og brugere har til det produkt eller den ydelse, som en organisation bidrager med. Forventningsafstemning og behovsafdækning blev nøgleordene for måden at tilgå de problematikker, der kan opstå i den fase af konsulentarbejdet, hvor mindre virksomheder står og har brug for en konsulentydelse.

I forlængelse af især den ene forfatters praktikforløb hos UCN act2learn TEKNOLOGI blev det tydeligt, at der var en udfordring med at få små og mellemstore virksomheder, typisk virksomheder med 1-30 ansatte, til at indgå i et konsulentforløb, selvom de potentielt havde behovet for hjælp fra en konsulent. Til dette udtalte en konsulent hos act2learn: ”Inden for det private marked, der er det prisen og tiden. Tit ser vi, at dem, hvor det kører rigtig godt, de har ikke brug for os. Og dem, hvor det kører dårligt, har ikke tid og råd til os.” (Bilag 2, s. 5) Oftest står virksomheder i den situation, at et konsulentforløb er omkostningsfuldt både i form af tid og penge, og der er en risiko forbundet med at indgå i et konsulentforløb, da virksomhederne ikke på forhånd har et tilstrækkeligt indblik i, hvad et sådant forløb, vil ende med - altså om det i sidste ende gavner klientvirksomheden mere, end det koster? For at opnå en viden om et konsulentsamarbejde kan være givtigt for en klient, kræver det, at klienten risikerer tid og penge og for mindre virksomheder der typisk ikke er så velpolstrede, så er risikoen relativ høj i forhold til en stor virksomhed med tilsvarende større likviditet. Dette forarbejde er en nødvendighed, da konsulenten også skal at have en viden om klientvirksomheden, før han kan tilbyde og prissætte den rigtige løsning. Til at tilegne sig denne viden har konsulenten brug for at have forudgående samtaler med klienten. Dette sker enten ved at klienten opsøger konsulenten med et behov eller en udfordring, som de søger hjælp til at få løst af konsulentvirksomheden. Konsulenten modtager på dette tidspunkt en masse viden om klienten, hvilket fører til at konsulenten herefter tager ud og besøger klienten. Ved det fysiske møde får konsulenten en mere indgående viden om klienten, og hvilken type virksomhed de er, og hvad der skal til for at sammensætte et forløb tilpasset klienten. Af og til har konsulenten ikke fået tilstrækkelig med viden om klienten, og konsulenten stiller derfor klienten en opgave, som er udformet således, at konsulenten kan få et større kendskab til, hvad det er deres behov er. Efter denne proces kan der være brug for et møde yderligere før det endelige konsulentforløb påbegyndes. På dette tidspunkt har konsulenten allerede brugt ressourcer i form af tid på at skabe en behovsprofilering af klienten uden at være sikre på, at klienten ønsker at indgå i et forløb og dermed takke ja til det tilbud konsulenten opsætter. Der er således en risiko for både konsulenten og klienten forbundet med behovsprofileringen og forarbejdet inden det reelle forløb starter. For konsulenten ligger risikoen i, at de i forarbejdet har ofret tid og konsulentens timer på at skabe en behovsprofilering af klienten, som de ikke er sikre på ender ud med et salg til klienten. Klientens risiko ligger i at de ligesom konsulenten har ofret tid på behovsprofileringen, og at de ikke har tilstrækkeligt indblik i, hvad et forløb vil ende med og om det som tidligere skrevet vil gavne klientvirksomheden mere end forløbet koster. Konsulentforløbet er således især ressourcekrævende både hvad angår tid og penge for virksomhederne, og der mangler en behovsafdækning samt forventningsafstemning i mellem parterne før et forløb kan påbegyndes. Spændet mellem klienten og konsulenten bidrog til en nysgerrighed om konsulents forarbejde, og hvordan dette kan rationaliseres digitalt, så det både tilgodeser klientens ressourcer og den viden konsulenten skal have om klientvirksomheden.

Weiss definerer konsulentrollen som følgende ”the Role of a consultant is to improve the client’s condition” (Weiss, 2011, s. 3). Ifølge Weiss er det således konsulentens rolle at forbedre klientens vilkår. For at kunne forbedre klientens vilkår er det en nødvendighed for konsulenten at få et indgående kendskab til klientens behov i form af ønsker og problemer. Hvilke ønsker har klienten til resultatet for samarbejdet med konsulenten, og hvilke problemer er der behov for, at konsulenten løser.

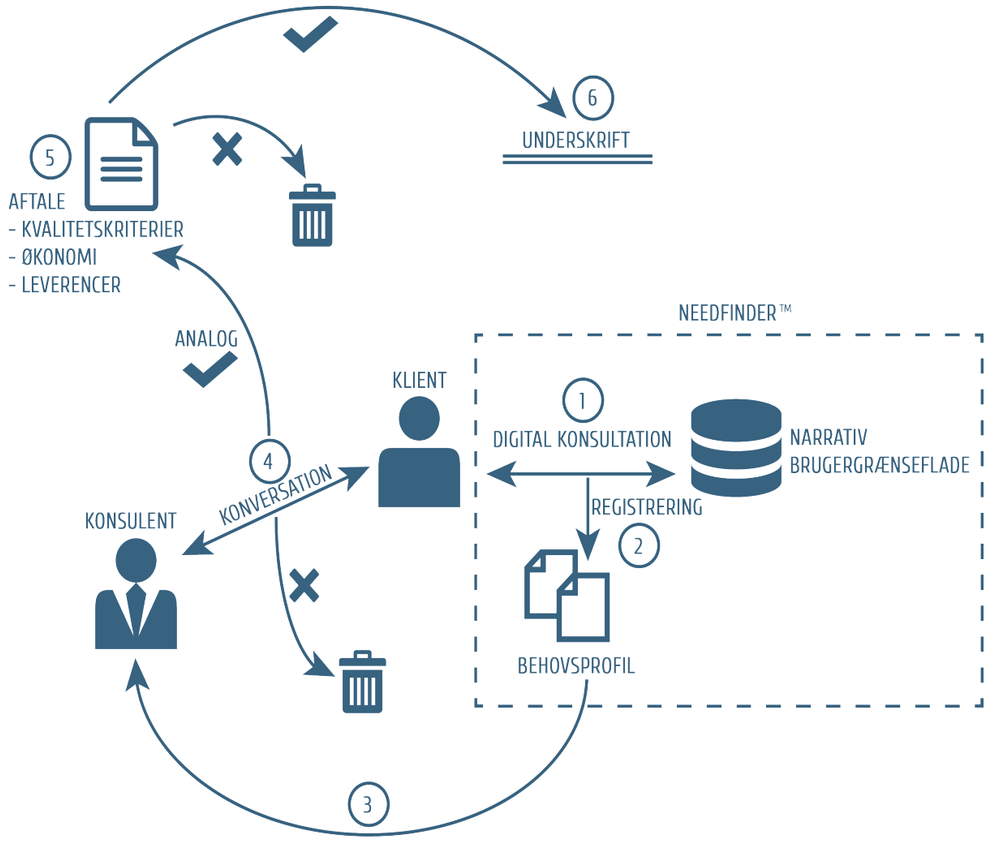
Et andet element, der blev synligt for os på 9. semester, var, at konsulenten som person også er en væsentlig medspiller i forhold til at sælge et konsulentforløb. Konsulentens adfærd herunder personlighed, kompetencer, viden og holdninger, i forhold til at sælge et forløb blev således også en afgørende faktor for, om klienten indgik i et forløb. Vi fandt det derfor interessant, hvorvidt den personlige kontakt mellem klient kan inddrages i den digitale rationalisering således det ikke gik tabt, men i stedet blev erstattet af et andet virkemiddel.
Set retrospekt oplever vi, at der igennem vores kandidatuddannelse har tegnet sig et mønster for hver af os men også en fælles profil for, hvor vores faglige interessefelt har været. I kraft af specialearbejdet er vores fælles interesser blevet sammenkædet ved en interesse for samme problemområde. Tidligere har konceptudvikling og brugercentrering været et interessefelt hos begge forfattere. Den viden forfatterne har tilegnet sig på disse semestre har bidraget til en viden om, hvordan en idé blev til et koncept og system og derved en basisviden, som rapporten har taget sit afsæt i. Fælles for forfatternes tidligere semestre har også været den grundlæggende udvikling af digitale koncepter og systemer med perspektiver inden for narratologi, kundetilpassede produkter og systemdesign.

Til at binde forfatternes faglige interesseområder sammen var systemdesign og derunder brugercentrering et fælles interessefelt. Brugercentrering og konsulentrollen blev efter en refleksion det centrale afsæt fra forfatternes 9. semester, der som tidligere nævnt havde brugercentrering i form af spiludvikling som et fælles hovedelement. Brugercentrering gav forfatterne en erfaring med, hvordan vi med brugerens behov for øje og i samspil med de udfordringer vi har oplevet, kan designe et system tilpasset brugeren.

Et andet fællestræk har været, at vi igennem semestrene har arbejdet med rekvirenter som eksemplarisk cases, hvilket har bidraget til, at vi udover at generere ny viden om problemområdet også har fået en praksisforståelse af, hvordan det udviklede koncept eller system kunne bruges i en virksomhed. Derudover har arbejdet med en rekvirent medvirket til, at vi har opnået praktisk indsigt i, hvordan en konsulent arbejder, og hvilke udfordringer en konsulent står overfor, herunder især forarbejdet med behovsprofileringen, er nødvendig for at tilbyde den rigtige løsning ti den rigtige pris.

1.3 UNDREN

Med de tanker og erfaringer, vi har gjort os fra de tidligere semestre, opstod der en undren over de problematikker, vi har oplevet i konsulentrollen i vores praksisforløb. Denne undren tog især afsæt i den behovsprofilering, der opstod i de tidlige stadier af et konsulentforløb. Kan vi designe et generisk system, der kan bidrage til, at denne behovsprofilering bliver mindre ressourcekrævende for både klientvirksomheden og konsulenten? Er det muligt at øge engagementet for en potentiel klient i denne proces, ved at inddrage narratologi som virkemiddel i de anvendte konsulentmetoder? Vi undrede os over, om det vil bidrage positivt at designe systemets opbygning med udgangspunkt i en simulation som et styrende narrativt element? Og er det muligt at sammensætte disse aspekter til et samlet koncept, der giver mening for både konsulenter og klienter? Med baggrund i denne undren var det vores hensigt at rationalisere den måde, hvorpå konsulenter laver en behovsprofilering af deres klienter. Ved at rationalisere denne proces skaber det en risikoreduktion, da der således tidligt i forløbet opstår en forståelse for, hvad det er for behov klienten måtte have og den rette pris kan herefter fastsættes. Dette skaber også mulighed for flere salgsforløb i konsulentvirksomheden, eftersom konsulenten ikke bliver begrænset geografisk, som ellers normalt kun kan være hos én klient på samme tid. Så på denne måde kan der sælges flere salgsforløb for samme ressourcer.



FIGUR 2 - KONCEPT: KONSULENT

1.4 KONECEPTUALISERING AF PROBLEMFELT

Gennem det problemorienterede arbejde udmundede vores undren sig i vores forståelse for, hvordan et konsulentforløb er fra den indledende fase, hvor en klient tager kontakt til en konsulent og til en endelig kontrakt er udarbejdet og underskrevet. Denne forståelse for forarbejdet har vi forsøgt at konceptualisere visuelt for læseren i modellen på efterfølgende side.

Ovenstående Figur 2 visualiserer, hvordan konceptet vil være fra indledende fase til kontrakten er underskrevet. I figuren optræder vores forestilling om konsulentforløbet, hvortil vi har inddraget det behovsprofilerende system, vi med denne rapport havde i sinde at udarbejde. Behovsprofileringssystemet er navngivet NeedFinderTM ud fra devisen om, at behovsprofileringssystemet skal finde klientens behov. Konceptet er inspireret af Bordewijt og Kaams matrix for de fire kommunikationsmønstre der optræder i en medieformidlet kommunikation. Vi har derfor anvendt deres terminologi til at beskrive de faser af konsulentforløbet, konceptet bevæger sig i (Jensen 1998, s. 201-202). Konceptet og NeedFinder skal forstås således, at konceptet omfatter hele det beskrevne forløb af forarbejdet, hvor NeedFinder udelukkende vedrører de første tre punkter i forhold til at skabe en behovsprofilering af klienten.
For at få en bedre forståelse af konceptmodellen er progressionen i konceptet synliggjort numerisk og forklaret i det følgende:

1. Her illustrereres interaktion mellem klienten og NeedFinder i form af en digital konsultation.
2. Den registrerede information fra klienten i NeedFinder udmunder i en behovsprofil.
3. Behovsprofilen bliver transmitteret til den tilknyttede konsulent.
4. Konsulenten og klienten mødes og drøfter mulighederne for et konsulentforløb med udgangspunkt i den udarbejdede behovsprofil. Hvis ikke klient og konsulent kan blive enige om forløbet afsluttes forløbet her.

5. Konsulenten formulerer konsulentydelsen i et aftaledokument indeholdende kvalitetskriterier, leverance og økonomi. Samarbejdet afsluttes ligesom i foregående punkt, såfremt klient og konsulent ikke kan blive enige eller:
6. Klienten underskriver aftalen og konsulentforløbet kan begynde.

Til at forstå, hvilken kontekst NeedFinder skal indgå i, inddrog vi altså hele konceptet vedrørende konsulentforløbet, og hvordan denne proces er. Dette gjorde vi eftersom konceptet er NeedFinder omverden, og det er i den forbindelse systemet skal indgå i. Uden det omkringliggende koncept har systemet ikke have sin eksistensberettigelse. Vi har derfor ikke ønsket at ændre eller rationalisere på det eksisterende koncept, men i stedet afgrænset os til at fokusere på designet af NeedFinder, da det er dette, der er det nye i konceptet og distancerer sig fra den måde konsulenter behovsafdækker deres klienter på på nuværende tidspunkt.

1.5 ACT2LEARN - DEN EKSEMPLARISKE CASE

I arbejdet med projektet inkluderede vi en samarbejdspartner til praktisk rådgivning og vidensbank i forhold til at få større indsigt i konsulentarbejdet og klientbehov. Det, der var vigtigt for os i forhold til udvælgelsen af den eksterne samarbejdspartner, var, at konsulentvirksomheden havde fokus på forarbejdet og derved den tidlige del af konsulentforløbet, at de var konstruktive i deres måde at indgå i et sådant samarbejde, og at de havde en bred faglig vifte. Ud fra vores allerede indgående kendskab og adgang til act2learn som konsulentvirksomhed i kraft af den ene forfatters praktikforløb hos virksomheden, valgte vi at indgå et samarbejde med dem. Da act2learn er et konsulenthus, der udelukkende arbejder med konsulentforløb henvendt til procesoptimeringer, blev NeedFinders design også reflektereret heraf. Det vil sige, at vi afgrænser os fra at designe i mod andre discipliner indenfor konsulentpraksissen som f.eks. IT-konsulenter og produktorienterede konsulentforløb. Dette betyder, at vi i specialet opererer med to typer af konsulenter, en salgskonsulent, der har den initierende kontakt med klienten og sælger forløbet samt en proceskonsulent, der er den konsulent, der faciliterer det efterfølgende konsulentforløb.

KAPITEL 2. ARBEJDSHYPOTESE OG PROBLEMER

Det område vi har arbejdet med i specialarbejdet har trukket på erfaringer vi tidligere har arbejdet inden for og i særdeleshed den undren, der er opstået i forlængelse af vores praksisforløb og erfaring med den konsulterende rolle. Dette har bidraget til, at vi i specialet har arbejdet ud fra den arbejdshypotese at:

Vi kan udvikle et design og en systembeskrivelse af systemet NeedFinder, der er en simulation af en konsultation mellem en klient og en konsulent, hvor interaktiviteten simultant registreres og systematiseres i en behovsprofil af klienten til konsulenten.

Til at kvalificere vores hypotese om udviklingen af systemet og systembeskrivelsen for NeedFinder, har vi til hensigt at sigte efter en løsning, der er generisk i den henseende, at behovsprofileringssystemet kan udskiftes alt efter, hvilken konsulentpraksis der benytter sig af systemet, og hvilken tilgang konsulenten praktisere i sin behovsafdækning af klienter. Der er således tale om et system, der er skalerbart, hvor forskellige formaliser bare behovsprofileringssystematikker kan indsættes og derved gøre systemet unikt og specielt brugertilpasset den enkelte konsulentvirksomhed. Rapporten har systemudviklingsmetodologisk taget afsæt i core-design. Med core-design mener vi, de kernefunktioner systemet skal indeholde for at kunne fungere optimalt (Rosenstand, Kyed, 2013 s. 84). Ved at udvikle systemet på baggrund af så få funktioner som muligt, giver det mulighed for på længere sigt at videreudvikle systemet rundt om det allerede etablerede design. Filosofien bag core-design er "...if the core is not fun or whatever the quality criteria is, then the golden master - the full system - will not be fun either. The digital media system will not be better than the core it is created around" (Vistisen, 2014 s. 5). Ved at vi fra start af havde fokus på at skabe et gennemarbejdet core-design, giver det mulighed for at afprøve principperne samt evaluere og iterere på systemet. På denne måde sikrede vi, at grundstenen for den videre udvikling af NeedFinder er lagt.

Denne undren og arbejdshypotese har affødt en række problemer, der ligeledes har affødt rapportens struktur. Den samlede struktur for rapporten vil være at finde til sidst i dette kapitel.

1. Hvad er en konsulentpraksis, og hvordan behovsprofileres en klients behov af en konsulent?

2. Hvordan designes NeedFinder, således, at systemet kan brugertilpasses?

3. Hvordan systemdesignes den digitale konsultation ved brug af simulative elementer?

4. Hvordan bruges narrativitet som virkemiddel til generelle og specielle designs?

5. Hvordan inddrages HCI til at styrke interaktiviteten mellem bruger og system?

6. Hvordan designes systemet NeedFinder?

KAPITEL 3. UNDERSØGELSESDESIGN

I dette afsnit vil vi udfolde og frame vores teoretiske og metodiske problemer. Dette gøres for at give læseren et indblik i måden, hvorpå vi ønsker at udfolde de affødte problemer, samt hvordan vi ønsker at designe det interaktive system NeedFinder. Undersøgelsesdesignet bidrager med en argumentation for vores teoretiske og metodiske til- og fravalg i arbejdet med problemerne. Denne udlægning medvirker til et fælles grundlag og forståelseshorisont hos forfatterne og har til formål at give læserne en større forståelse for, hvad det endelige system er designet ud fra. Undersøgelsesdesignet skal ikke ses som den endegyldige redegørelse for de valgte teorier og metoder, men i stedet som en overordnet introduktion til det videre arbejde med teorierne og metoderne i de efterfølgende teori- og analyseafsnit i rapporten. Strukturen for udlægningen af problemerne er bygget op i den rækkefølge som de løbende vil blive videre udfoldet og bearbejdet i rapporten.

3.1 HVAD ER EN KONSULENTPRAKSIS, OG HVORDAN BEHOVSPROFILERES EN KLIENTS BEHOV AF EN KONSULENT?

Til den praktiske del af problemet, der bestod i, hvordan konsulenter afdækker klienters behov, inddrog vi act2learn som eksemplarisk case, da dette gav os viden om act2learns behovsprofileringsmetoder, der efterfølgende har fungeret som systemkrav i udarbejdelsen af designet. Måden, hvorpå vi opnåede denne viden, var gennem kvalitative interviews, hvor vi tog afsæt i Kvale (2009) og Tanggaard (2010) samt Rogers, Sharp & Preece (2011) metodiske tilgang til dataindsamling. For at besvare den teoretiske del af problemet opbyggede vi en samlet definition på, hvad en konsulent praksis er, hvortil vi valgte at tage udgangspunkt i Steele (1975), Block (2011) og Weiss (2011). Valget faldt på baggrund af deres overordnede beskrivelse af konsulentrollen og fordi de ikke kun forholder sig til én type konsulent som Kubr (2002) og Greiner & Metzger (1983) eksempelvis gør. Vi undersøgte, hvordan konsulenter afdækker klienters behov, her beskriver Weiss (2011) og Steele (1975) forholdet i mellem konsulent og klient, hvordan konsulenten skaber værdi, og hvordan klienten får opfyldt deres egentlige behov, som ikke nødvendigvis er dem, de selv opstiller. Forfattere som Kubr (2002) og Greiner & Metzger (1983), der er mere fokuserede på at beskrive konsulenten, og hvad der individuelt gør dem dygtige samt diverse eksterne faktorer, som man skal forholde sig til, blev fravalgt, da det er områder, vi ikke fokuserede på.

3.2 HVORDAN DESIGNES NEEDFINDER, SÅLEDES AT SYSTEMET KAN BRUGERTILPASSES?

Vi vil i arbejdet med det ovenstående metodiske problem undersøge, hvordan systemet kan brugertilpasses således, det kan facilitere den enkelte konsulents behovsprofileringsmetoder. Til dette tog vi afsæt i Pine og Korns (2011) samt Pine og Gilmores (1997) tilgang. Pine og Korns afsæt er i konkrete produkter, hvor brugeren tildeles en magt over

de produkter eller ydelser der sælges. Eftersom vores interessefelt ikke er inden for et fysisk produkt som brugeren herunder klienten har indflydelse på, vil dette afsnit i stedet tage afsæt i, hvordan systemet kan tilpasses konsulenten og det bliver således herudfra, at brugertilpasningen finder sted. Det videre arbejde med dette metodiske problem vil i sin brug blive sammenkædet med det efterfølgende problem omhandlende systemdesign og simulation. Dette er gjort eftersom disse to problemer komplementerer hinanden i udviklingen af systemet, men vi vælger dog i denne udlægning at redegøre for problemerne adskilt.

3.3 HVORDAN SYSTEMDESIGNES DEN DIGITALE KONSULTATION VED BRUG AF SIMULATIVE ELEMENTER?

Til at undersøge de indledende principper indenfor systemdesign har vi forholdt os til Mathiassen, Munk-Madsen, Nielsen & Stages (1998) objektorienterede tilgang med fokus på analyse og metode. Analysen blev brugt til at objektificere de krav, der blev stillet til NeedFinder og som metode til at sætte det ind i et UML diagram. UML diagrammet bruges til at skabe en fælles platform, hvor designere og programmører kan tale samme sprog og for at give et overblik over systemets funktioner. Tilgangen blev komplimenteret af Henfridsson, Mathiassen & Svahns (2014) indsigt i arkitektur og mønstre til at beskrive vores løsningsmodel for problemet i en objektorienteret term. Teksterne er benyttet med et hvis forbehold, da forfatterne henholdsvis har et større fokus på andre områder end hvad der ligger indenfor projektets problemfelt. Disse områder er blandt andet programmeringsdelen af systemdesign og forretningsmodeller med afsæt i fabriksproduktion og produktudvikling. Vi benyttede os ikke af forfattere som Comer (1983), der beskriver en top-down design proces, da den ikke tillader den samme frihed som den objektorientede tilgang. Til at beskrive og analysere de simulative elementer tog vi afsæt i Rosenstands (2004 & 2011) forståelse af området til at danne en forståelsesramme. Dette gjorde at vi efterfølgende i designet kunne tillægge NeedFinder et simulativt element.

3.4 HVORDAN KAN NARRATIVITET BRUGES SOM VIRKEMIDDEL TIL GENERELLE OG SPECIELLE DESIGNS?

Vores afsæt i udfoldelsen af dette problem var i Chris Crawfords Interactive Storytelling (2012) tilgang, idet vi havde et ønske om at skabe en interaktivitet mellem brugeren og systemet og give os mulighed for at kunne videreformidle information fra en enhed til en anden. Dertil har vi inddraget Rosholm og Højbjergs (2004) forståelse af narrativitet som kommunikationsværktøj i samspil med Wachtman og Sheeres (2009) bud på, hvorfor historiefortælling kan bruges som virkemiddel til at viderebringe information og påvirke modtageren følelsesmæssigt. Udfoldelsen af narrativitet har givet os et værktøj til at kunne udforme, hvordan simulationen af konsultationen skal forløbe. Til dette har vi taget afsæt i Peter Hams Larsens (1990) model om den episke, didaktiske og dramatiske narrative genre. Dertil inddrog vi Rosenstands (2011) videreudvikling af selvsamme model med fokus på simulation, og hvordan denne genre bidrager til, at modtageren har en aktiv rolle.

3.5 HVORDAN KAN HCI INDDRAGES SOM RETNINGSLINJE TIL AT STYRKE INTERAKTIVITETEN MELLEM BRUGER OG SYSTEM?

Til at besvare dette metodiske problem undersøgte vi først, hvad en brugeroplevelse er og kiggede her på International Organization for Standardization (herefter ISO) (ISO, 2010, ¶ 2.15), Kraft (2012) og Rogers et. al. (2011), som alle argumenterer for, at man i en designproces skal have fokus på at give brugeren en tilfredsstillende oplevelse. De differentierer sig fra hinanden ved deres fremgangsmåder og analysemetoder, dog valgte vi at inddrage dem alle til at give en nuanceret beskrivelse. Herefter undersøgte vi feltet HCI og mere specifikt begrebet usability for at kunne styrke brugeroplevelsen i NeedFinder. Vi benyttede os her af Kuniavsky (2003) til at opdele arkitekturen af NeedFinder for derved bedre at kunne identificere overordnede steder i systemet, hvor en indsats for brugeroplevelsen skal laves.

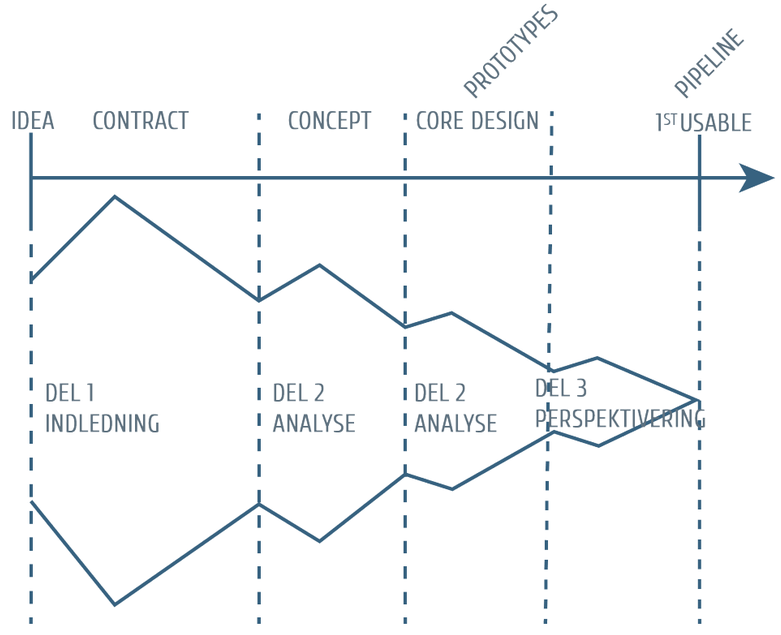
Denne indsats kommer i form af Rogers, Sharp & Preece (2015) hvor vi benytter usability til konkret at identificere de områder, hvor vi kan optimere interaktionen mellem brugere og det interaktive produkt.

3.6 HVORDAN DESIGNES SYSTEMET NEEDFINDER?

Til at besvare det praktisk-orienterede problem anvendte vi den viden, vi har tilegnet os fra det forudgående problemer til at kunne lave et design af NeedFinder. Designet tog derfor afsæt i skeleton laget, som tog afsæt i structure laget, der tog afsæt i scope lag, som tog afsæt i strategy laget. Derfor har den viden vi startede med at tilegne os i strategy laget løbende udviklet sig gennem den designmetodiske tilgang og de problemer, der blev arbejdet med. Designet skal ses som svaret på arbejdshypotesen om, hvorvidt det er muligt at designe NeedFinder, der er en simulation af en konsultation mellem en klient og en konsulent, hvor interaktiviteten simultant registreres og systematiseres i en behovsprofil af klienten til konsulenten.

KAPITEL 4. PROJEKTSTRUKTUR OG ARBEJDSPROCES

Dette afsnit redegør for den arbejdsproces vi har været igennem ved tilblivelsen af denne rapport. Afsnittet vil være redegørende for vores iterative arbejdsproces med supplering af vores videnskabsteoretiske forståelseshorisont. Rapportens struktur vil være lineær idet vi i opbygningen bevæger os fra initierende idé til det færdig udviklede system. Ved at strukturen optræde lineært bidrager det til en naturlig progression af rapporten og giver således læseren et samlet overblik. Denne struktur er dog ikke et udtryk for vores arbejdsproces idet selve arbejdsprocessen har været en iterativ proces, hvor vi kontinuerligt har været i en vekselvirkning mellem en divergerende og konvergerende tilgang. Den divergerende og konvergerende tilgang har bidraget til at åbne op for potentielle muligheder for designet af NeedFinder for derefter at lukke ned for mulighederne igen, således systemets hele tiden konkretiseres.

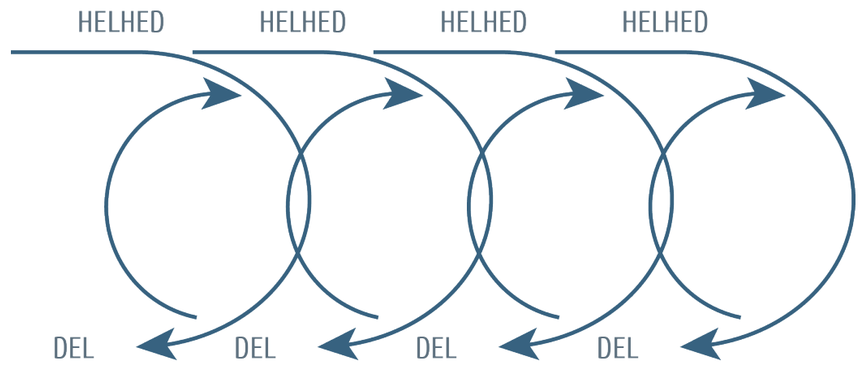


FIGUR 3 - BUXTON DESIGN FUNNEL
(EGEN TILVIRKNING)

Modellen er inspireret af Buxtons Design Funnel (Buxton, 2007, s. 148). Hver iteration indikerer en individuel proces som består af en divergerende og konvergerende fase, dog skal hele modellen ses som en samlet iterativ proces. I Figur 3 ses vores tilvirkning af modellen hvor vi har placeret Design Funnelen under Rosenstand og Kyeds model omhandlende creation cycle in digital media creation. Ved at sammenholde disse to modeller kan vi illustrere, hvor i systemudviklingen og den iterativfase, vi befinder os.

Den iterative tilgang kan vi inkorporere i vores hermeneutisk metodiske tilgang. Idet vi benytter hermeneutikken som fortolkningsredskab til at tilegne os ny viden i kraft af arbejdet med udviklingen af systemet. Vi arbejder i rapporten ud fra vores helhedsforståelse, der er arbejdshypotesen. Til at besvare denne arbejdshypotese har vi brudt den ned til de førnævnte problemer hvilket derfor udgør derved delene. Ved at fortolke og analysere delene giver det os en ny forståelseshorisont som bidrager til besvarelsen af arbejdshypotesen. Den nye forforståelse og fortolkningsprocessen fortsætter vekslende mellem delforståelse og helhedsforståelse eftersom vores delforståelser bliver sat op i mod helhedsforståelsen (Højberg, 2009, s. 312). Den divergerende og konvergerende tilgang kommer således også til udtryk, da vi i vores undersøgelser har åbnet op for mulige systemkrav og tilgange til systemdesignet med afsæt i brugeren for derefter at konvergere og konkretisere disse mulige systemkrav til det endelige core-design. Denne proces er visualiseret i Figur 4. og er vores egen tilvirkning af den hermeneutiske spiral. Den hermeneutiske spiral illustrerer, hvordan vi ved arbejdshypotesen har brudt denne ned i problemer, som alle er blevet fortolket og har bidraget til en ny forståelse og forforståelse som til sidst er resultatet af det endelige core-design. Modellens udtryksform er lavet som en spiral fremfor den klassiske cirkel da en cirkel er lukket kan anses som afsluttet. Ved at anvende en spiral, ser vi det som et udtryk for, at den iterative arbejdsproces kan fortsætte med det videre arbejde med systemet for version 2.0, der igen vil indeholde en divergerende og konvergerende fase, hvilket vi ikke vil komme nærmere ind på i denne rapport. Modellen har bidraget som vores designstyringsværktøj og som illustration for, hvor vi har befundet os i designprocessen. Efter hver endt iteration har vi taget det konvergeret materiale med videre til at divergere den næste fase med udgangspunkt i tidligere fase. Denne proces er et udtryk for, at vi har bevæget os mellem at have vores forforståelser af helheden, til at fortolke enkeltdele, til igen at få en ny forforståelse af helheden. Da man i hermeneutikken fastslår at et individs forståelse grundlæggende er en fortolkning opstår der en risiko ved, at individer fortolker forskelligt alt afhængigt af, hvordan deres foregående forforståelse var indledende til deres nuværende forforståelse. Derfor blev forfatternes forforståelse løbende sat i spil for at opnå en fælles forståelseshorisont.

Ved, at vi i rapporten tog udgangspunkt i en iterativ arbejdsproces, har det været muligt at gennemgå de forskellige aspekter af designprocessen og tilføje ny viden vi har tilegnet os igennem arbejdet med konsulenterne og derved sikret core-designet en mere optimal løsning. Det sikrede således, at slutproduktet for denne rapport blev designet ud fra konsulentens krav og ønsker og den måde konsulenten behovsprofilere deres klienter på. På samme måde mener Gadamer, at man ikke fuldt kan forstå en tekst ud fra sine egne fortolkninger, men at man også skal se på tekstens eget perspektiv (Gadamer, 2007, s. 254). Dette betyder eksempelvis, at man som designer af et system som NeedFinder skal opnå en indsigt i dens brugere for selv at kunne forstå systemet på et højere niveau.



FIGUR 4 - HERMENEUTISK SPIRAL
(EGEN TILVIRKNING)

DEL 2

I denne del af rapporten gennemgår vi vores metodologiske udviklingsmodel, og hvordan denne bliver brugt i samspil med vores arbejdshypotese og problemer. Der følger herefter en overordnet beskrivelse og definition af NeedFinder systemet så læseren får et samlet indtryk af, hvad systemets funktioner er. Herefter vil problemerne, vi har udledt fra del 1, blive udfoldet teoretisk og metodisk for derefter at blive analyseret ift., hvordan core-designet af NeedFinder skal designes. Det er således i disse kapitler, at argumentationen for systembeskrivelsen og definitionen findes.

KAPITEL 5. UDFOLDELSE AF ARBEJDSHYPOTESE

Vi søgte med vores arbejdshypotese at udvikle et design og en systembeskrivelse af NeedFinder. Systemet skal være en simulation af en konsultation mellem en konsulent og en klient, hvor interaktiviteten simultant registreres og systematiseres i en behovsprofil af klienten til konsulenten. Til at udfolde denne arbejdshypotese og som rammeværktøj for hele specialet har vi taget afsæt i Jesse James Garretts User Experience udviklingsmodel. Modellen kan ses i Figur 5. Modellen arbejder sig op ad fra et abstrakt strategisk udgangspunkt til et konkret visuelt design, der til sidst bliver systemets design ud ad til. "If you peel away the layers of that experience we can begin to understand how those decisions are made" (Garrett, 2011, s. 20). Modellen benyttede vi som metodologi for designet af NeedFinder systemet. Vores hensigt med at bruge modellen har været med udviklingsmetodologisk øje med, da vi ved at benytte modellen har kunnet systematisere vores design tilgang. Modellen har således ikke optrådt som en strukturopbygningsmodel men udelukkende som udviklingsmetodologi. Dette har vi gjort, eftersom modellen er et praktisk værktøj til systemudvikling, hvorfor vi fandt dens tilgang relevant eftersom de problemer, vi udledte fra vores arbejdshypotese, har været praktisk metodiske problemstillinger. I det følgende vil vi redegøre for de enkelte lag i modellens opbygning, og hvordan modellens metodologisk har været anvendt til udarbejdelse af analysen.

5.1 MODELLENS ANVENDELSE

Vi har brugt modellen som en udviklingsmetodologi til at inddele de metodiske problemstillinger, der er affødt af vores arbejdshypotese i det lag i modellen, hvor de er blevet anvendt og udfoldet. Ved at placere udfoldelsen af teorierne i de enkelte lag gav det os mulighed for at beskrive, overskueliggøre og udarbejde systemets elementer for til sidst at stå tilbage med et færdigudviklet core-design. Dette gjorde vi for at skabe et overblik over teoriernes anvendelse i en ellers kompleks designproces. Det skal dog nævnes, at selvom vores udfoldelse af teorien og problemerne blev placeret i de lag, hvor de har været brugt, så er én teori ikke nødvendigvis ekskluderet fra de øvrige lag, men kan overlappe hinanden løbende i designprocessen.

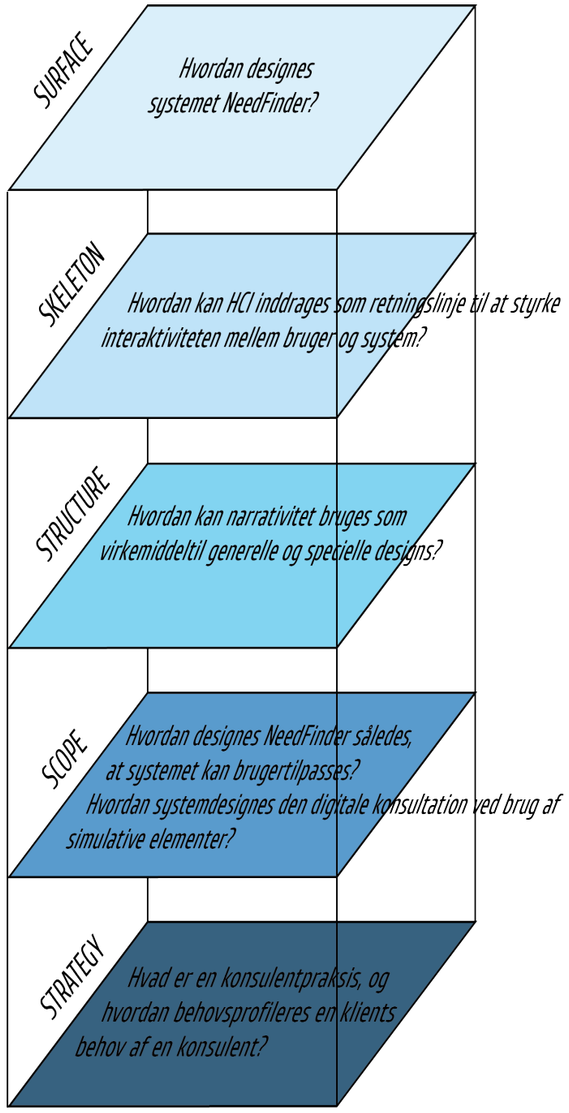
Som nævnt indledningsvist har rapportens arbejdsproces været iterativ. Dette har også været gældende for brugen af denne design model på trods af modellens hierarkiske opbygning, idet vi har bevæget os i en vekselvirkning mellem de forskellige design lag. I takt med rapportens udvikling har vi gjort brug af en iterativ hermeneutisk fremgangsmåde, da vi i udviklingen af designet udvider vores horisont og bruger den nye viden, vi tilegner os, til hvordan vi konkret kan designe vores system. De enkelte lag kan således anskues som dele til forståelsen for systemets samlede hele, og hver gang vi har færdiggjort et lag i modellen og dermed også i designet af systemet har det bidraget med en ny viden og horisont, som vi har taget med til udarbejdelsen af det næste lag. Selvom vi har bevæget os op og ned i arbejdsprocessen med modellen, vil rapportens struktur dog tage afsæt i den hierarkiske opbygning af modellen.

5.2 MODELLENS FEM LAG

Det nederste lag betegner Garrett som strategy laget. Dette lag tager afsæt i to basale spørgsmål: "hvad vil vi gerne have ud af systemet? (Garrett bruger betegnelsen produkt, men eftersom det er et system, vi designer i denne rapport vil det være dette ord, vi vælger at benytte os af i redegørelsen af modellen) Og hvad vil vores brugere have ud af systemet?" (Garrett, 2011, s. 36). Ved at svare på disse spørgsmål kan vi beskrive, hvilke behov det er brugerne af systemet måtte have og tage disse behov med i designet af systemet. Det bliver således også disse, der danner den første grundsten til, hvordan systemet skal opbygges. Vi tog derfor afsæt i vores første problem om: "hvad er en konsulentpraksis, og hvordan behovsprofileres en klients behov af en konsulent?". Ved at inddrage dette problem i strategilaget bidrog det med en grundforståelse for konsulentpraksissen og hvilke metoder konsulenterne benytter til at afdække deres klienters behov. Ydermere har vi inddraget act2learn som den eksemplariske case i forhold til, hvilke krav de har til det digitale system med baggrund i, hvordan de behovsprofilere deres klienter på nuværende tidspunkt. Derudover giver dette lag os mulighed for, at vi som designere kan få en fælles forståelseshorisont for, hvordan systemet skal opbygges, så der ikke opstår misforståelser allerede ved det indledende arbejde med designet. Det var også på dette

niveau, vi opstillede de succeskriterier, vi anså som værende vigtige, at systemet opfylder. Strategy laget bliver således grundstenen for, hvilken retning designet af systemet skal gå. Over strategi laget er systemets scope defineret. Dette lag har til hensigt at udforme hvilke(t) delmål de enkelte funktioner systemet skal have, samt hvilke(t) behov det skal afdække. Til at afklare dette udfoldede vi problemerne: Hvordan designes NeedFinder således, at systemet kan brugertilpasses? Samt: Hvordan systemdesignes den digitale konsultation ved brug af simulative elementer? Eftersom vi havde til hensigt at udarbejde et core-design af systemet, der udelukkende tog afsæt i, hvilke funktioner og elementer der er de vigtigste at inkorporere form at systemet vil fungere både generisk og specielt, er det i dette lag, vi tager disse beslutninger. Dette gav os også mulighed for at have for øje hvad det er systemet ikke skal kunne på det tidlige stadie af NeedFinder ved at tydeliggøre de elementer, vi vil have med. Efter dette lag bevæger vi os op i systemets structure lag.
Dette lag definerer, hvordan brugeren skal interagere og navigere med systemets muligheder. Vi valgte derfor at udfolde problemet: hvordan bruges narrativitet som virkemiddel til generelle og specielle designs? Da narrativiteten bidrager til strukturen for den førnævnte simulation hvilket, udgør den oplevelse brugeren får med konsulenten i behovsprofileringen samt den interaktion brugeren har med systemet. Måden hvorpå dette lag definerer systemets design er endnu engang med afsæt i, hvilken type materiale den enkelte konsulent benytter sig af i sin behovsprofilering af en klient. Det fjerde lag i modellen er skeleton laget. Til dette lag arbejdede vi med brugeroplevelsen for interfacet af NeedFinder, vi arbejdede her mod at skabe kvalitetskriterier at designe efter. Disse kvalitetskriterier skal frembringe stillingstagen hos os som designere i forhold til, hvordan arrangeringen af elementerne skal placeres og præsenteres, således vi opnår det optimale udbytte og effekt af systemet.

Til dette valgte vi at udfolde problemet: hvordan kan HCI inddrages som retningslinje til at styrke interaktiviteten mellem bruger og system? Sidste og øverste lag i modellen er også kaldet surface laget. Det er i dette lag brugeren vil opleve, når de interagere med systemet og vil påvirke den oplevelse den enkelte bruger får i brugen af systemet (Garrett, 2011, s.134). Der er ikke tilknyttet et problem til dette lag, da dette lag i stedet opererer som en visuel og tekstuel beskrivelse af NeedFinder systemet. Vi har således igennem modellens fem lag gået fra et abstrakt niveau til nu at være konkrete. Efter hvert lag er bearbejdet, vil der være en opsummerende delkonklusion på, hvad det er for nogle elementer, vi har udledt har været de væsentligste at bringe videre til modellen næste lag, som i det næste lag vil blive videreudviklet ud fra i vores iterative arbejdsproces, som til sidst skal ende med en besvarelse af den indledningsvise opstillede arbejdshypotese.



FIGUR 5 - JESSE JAMES GARRETTS USER EXPERIENCE (EGEN TILVIRKNING)

KAPITEL 6. SYSTEMBESKRIVELSE

Inden vi præsenterer vores teoretiske og analytiske gennemgang af NeedFinder designet vil dette kapitel tage udgangspunkt i en konkret beskrivelse af systemet. Beskrivelsen fokuserer overordnet på systemets egenskaber. Argumentationen for de til- og fravalg vi har gjort os i systemudviklingen og designet af systemet, er først præsenteret i de efterfølgende kapitler. Systembeskrivelsen af NeedFinder har til hensigt at give læseren et kortfattet og præcis beskrivelse af systemet i et naturligt sprog som giver et helhedsorienteret syn på systemet. Det er vigtigt at pointere, at denne systembeskrivelse er et udtryk for vores måde at se verden på, hvorfor systemet også vil være beskrevet ud fra en designmæssig tilgang. Denne systembeskrivelse ville forventeligt være anderledes såfremt det eksempelvis havde været en programmør, der skulle give beskrivelsen, da den således ville tage afsæt i denne forståelseshorisont.

6.1 SYSTEMDEFINITION AF NEEDFINDER

NeedFinder er et system der skal fungere som en simulation af det indledende møde mellem en konsulent og klient. Systemet er tiltænkt at skulle indgå i forarbejdet af et konsulentforløb, og skal bruges i arbejdet med at skabe en behovsprofil af de udfordringer og behov en klient må have. Systemets primære opgave er at skabe en profil af klienters behov i forhold til den situation klientvirksomheden befinder sig i som salgskonsulenten og proceskonsulenten efterfølgende kan bruge i deres videre arbejde med at tilrettelægge det resterende konsulentforløb.
Systemet skal konfigureres med en primær behovsprofileringsmetode så systemet bliver generisk. Systemet skal kunne benyttes på en computer, hvortil både klient og konsulent opretter sig som brugere af systemet.

6.2 SYSTEMBESKRIVELSE AF NEEDFINDER

Systemdefinitionen redegør kort for de væsentligste elementer i NeedFinder og vil i det efterfølgende blive eksplicitiseret mere detaljeret. Der er i denne beskrivelse af NeedFinder systemet tale om et core-design, hvorfor kun de elementære og grundlæggende elementer i systemet vil være inddraget. Altså mindst muligt featrues og contet, der skal til for at vise, at systemet lever op til vores kvalitetskriterier. Såfremt core-designet er stærkt og solidt gennemarbejdet vil det være muligt i den iterative arbejdsproces at videreudvikle systemet efter en evaluering af core-designet, da dette er solidt funderet. NeedFinders kvalitetskriterier er at skabe en simulation af det indledende møde mellem en konsulent og en klient, hvor konsulenten udarbejder en profil af de behov klienten måtte have. Denne behovsprofilering bliver således digitaliseret ved hjælp af en video simulation i NeedFinder. Systemet vil kunne effektivisere arbejdsbyrden for både konsulent og klient i form af at systemet bliver tidsbesparende. Konsulenten skal ikke bruge tid og penge ved at køre ud til klienten en til to gange for at lave behovsprofilen, men i stedet kan systemet benyttes, hvilket giver konsulenten mulighed for at foretage andre opgaver. Systemet giver samtidig også klienten mulighed for at gennemgå metoderne på det tidspunkt, hvor det passer ind i klientvirksomhedens tidsplaner.
Behovsprofilen skal sidenhen benyttes af hhv. salgskonsulenten og proceskonsulenten. Salgskonsulenten skal bruge de informationer klienten bidrager med i systemet til at udarbejde et tilbud på et efterfølgende konsulentforløb. Proceskonsulenten kan ligeledes bruge informationerne til at tilrettelægge det efterfølgende konsulentforløb mere specifikt til den enkelte klient. På nuværende tidspunkt er det kun salgskonsulenten som opnår informationen om en klient i behovsprofileringen. Ved at digitalisere denne proces bliver den indsamlede viden ikke tabt i overleveringen af information fra salgskonsulent til proceskonsulent, da proceskonsulenten selv vil kunne tilgå informationen i NeedFinder systemet. Både klienten og konsulenten opretter sig som brugere i systemet. Konsulenten og klienten vil herefter kunne tilgå systemets funktioner gennem forskellige grænseflader. Konsulenten vil have mulighed for at indsætte behovsprofileringsmetoderne og sammensætte det forløb klienten skal igennem for at skabe behovsprofileringen for herefter at sende det til klienten som kan gennemgå metoderne. Efter klienten har færdiggjort behovsprofileringen vil systemet give konsulenten besked om det endelige resultat og konsulenten kan herefter danne sit et overblik over klientens behov, og derudfra formulere et tilbud til et efterfølgende forløb. Derudover har proceskonsulenten, der skal facilitere det efterfølgende forløb også mulighed for at logge på systemet og tilgå informationen om klienten.

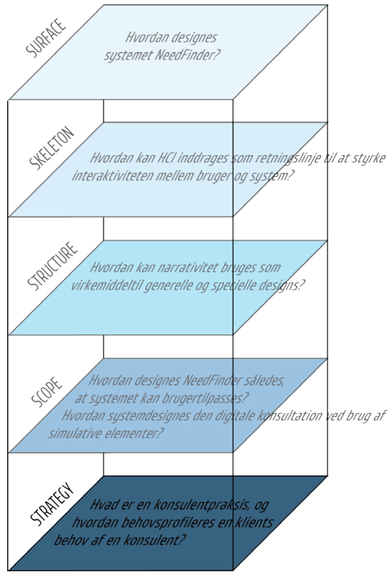
NeedFinders core-design:

- er en video simulation af den indledende konsultation mellem klient og konsulent
- skaber en behovsprofil af klienten ud fra video simulationen, der består af forudgående konfigureret materiale af konsulentens metode til behovsprofilering.
- giver både salgs og proceskonsulent mulighed for at tilgå informationen som klienten registrerer.

I de efterfølgende kapitler er der en uddybelse af designet af NeedFinder herunder argumentation for de til og fravalg vi har gjort os i designprocessen.

KAPITEL 7. KONSULENTPRAKSIS OG BEHOVSPROFILERING

I dette afsnit vil vi undersøge vores problem omkring: hvad er en konsulentpraksis, og hvordan behovsprofileres en klients behov af en konsulent? Vores fremgangsmåde, i forhold til at besvare dette problem, har omfattet arbejdet i at forstå, hvad der definerer en konsulent og forholdet mellem konsulent og klient, samt de midler, der anvendes til at lave en behovsprofil. I forhold til vores udviklingsmetodologiske tilgang i form af Garretts User Experience Model vil vi i dette afsnit bevæge os i modellens strategy lag. Som modellen anviser, er det i dette lag, vi undersøger og udleder succeskriterier til systemets core-design på baggrund af brugerne. Det kan derfor siges, at succeskriterierne danner grundlag for core-designet af NeedFinder. Brugerne, vi undersøger succeskriterierne ud fra i dette kapitel, vil være på baggrund af konsulenterne hos act2learn, hvortil vi bruger deres ekspertviden om klienterne i kraft af deres arbejde med den konsulterende rolle.



Vi ser dette kapitel som en grundsten for vores forståelse til udarbejdelsen af core-designet. Da vores overordnede arbejde omhandler et design af et produkt til konsulentbranchen, ser vi det først og fremmest elementært, at vi er i besiddelse af en grund viden på området. Dertil tog interviews vi foretog med konsulenter hos act2earn vores viden fra et teoretisk plan til at være mere praktisk orienteret. Vi benyttede derefter vores viden til at opbygge strategien for NeedFinder i form af de opstillede succeskriterier.

7.1 KONSULENTEN I PRAKSIS

Til at udarbejde en definition af konsulentrollen tog vi et teoretisk afsæt i Steele, Block og Weiss.
Steele forklarer, at den konsulterende rolle indeholder enhver form for rådgivning i forhold til indhold, proces, strukturen af en opgave eller en række af opgaver, hvor konsulenten ikke har et ansvar for selve udførelsen af opgaven, men hjælper dem som har ansvaret. Modtageren af denne rådgivning kaldes klienten og kan være en person, flere personer, en enhed, eller hele virksomheden (Steele, 1975, s. 2-3). Weiss tilføjer her, at en klient ikke er virksomheden som organisation men menneskene som arbejder der (Weiss, 2011, s. 6).
Block supplerer med, at i de tilfælde, hvor en konsulent går ind og tager ansvaret for nogen af disse beslutninger eller handlinger, omend på opfordring af klienten, vil man ikke længere agere i en konsulterende rolle men derimod påtage sig en leders rolle, og vil gå fra at være konsulent til surrogat (Block, 2011, s. 2). Yderligere forklarer Block, at i samarbejdet mellem konsulent og klient er en af udfordringerne, at de har en lateral magtbalance i mellem sig, som betyder, at selvom den betalende klient stiller krav, er konsulenten ikke påkrævet at adlyde og vice versa. I situationer, hvor en klient stejler på et område, er det op til konsulenten at vælge, om han skal presse på for at få sit forslag igennem eller, om han skal lade det slippe. I disse beslutninger er det er vigtig for konsulenten at få klienten til at føle sig hørt og forstået både som person og i forhold til deres problem. Hvis ikke der bliver taget ordentligt hånd om dette, kan klienten på sigt trække sig op i et hjørne og blive modvillig og derved hindre processen. I værste tilfælde vil det kunne resultere i, at samarbejdet vil afbrydes på et tidligt stadie (Block, 2011, s. 9). Denne situation, mener Weiss, handler om at have tiltro til hinanden. Han beskriver det som at agere i en anden persons bedste interesse, og at det bliver modtaget på samme måde af den anden person.

Det handler om, at de beslutninger, der bliver taget og den kritik, der bliver givet både menes og modtages konstruktivt for begge parter. Hvis ikke man stoler på hinanden, kan der opstå tvivl selv ved komplimenter og om den anden personen opererer med en skjult agenda. Det er derfor vigtigt for en konsulent, ikke kun at kunne adskille sig fra en beslutnings- eller handlingsproces men forblive i sin rolle som den rådgivende instans og vide, hvornår man skal slå igennem på et område, hvor der er uenighed mellem konsulenten og klienten. Konsulenten skal hele tiden arbejde

imod de problemer, der gør ondt på klienten samtidig med, at konsulenten opholde tiltroen mellem klienten sig selv (Weiss, 2011, s. 12).

I starten af et konsulentforløb, er det oftest klienten, der præsenterer det problem, de mener, at de har, til konsulenten, og hvilke forventninger de har til, at konsulenten kan finde en løsning. Weiss fortæller, at en af de største faldgrupper for konsulenter er, at acceptere det problem, klienten fremlægger, som det endelige problem at arbejde med. Han forklarer videre, at det reelle problem ofte er et godt stykke fra det umiddelbare ønske fra klienten. Hvis man som konsulent har til mål at tilfredsstille klientens umiddelbare ønske, tilføjer man ikke processen meget værdi og derfor kunne arbejdet nærmest have været udført af hvilken som helst konsulent. Derimod hvis man kan demonstrere overfor klienten, at deres problem egentlig er en underbygning af det reelle problem, de står overfor, kan konsulenten udvide forløbet, yderligere tilfredsstille klienten med konsulentens værdi og dermed også få en større hyre (Weiss, 2011, s. 8). Når forløbets problem er fastsat i samarbejde mellem konsulenten og klienten, arbejdes der mod det at få det løst. Målet eller slutproduktet for et konsulentforløb, beskriver Block som at skabe en forandring hos klienten, og at denne forandring kan være en af to ting. Den første forandringstype er en ændring i en virksomhed som organisation, hvor der blandt andet kan fokuseres på virksomhedsstruktur, policer og proceduremæssig fremgangsmåder. Et slutprodukt af et konsulentforløb med dette fokus kan udmunde sig i en ny kompensationsordning for de ansatte eller en mindre bureaukratisk rapporteringsproces. Den anden forandringstypes slutprodukt er ved en eller flere personer har lært noget nyt, normalt om deres arbejdsgang- eller proces. Denne nye viden kan for eksempel danne rammen til at opnå indsigt i, hvilke normer der er dominerende i deres møder eller til at foretage bedre evaluering af de ansattes præstationsniveau (Block, 2011, s. 4).

Et konsulentforløb omend det varer ti minutter eller ti måneder gennemgår ifølge Block altid fem forskellige faser, som er beskrevet i nedenstående. Han forklarer yderligere, at i den gode konsultation har der været en grundig eksekvering af alle trin (Block, 2011, s. 6). Det bør nævnes her, at det er de to første trin som NeedFinder systemer beskæftiger sig med, da disse trin placerer sig inden for forarbejdet af en behovsprofilering.

1. Entry and contracting
Dette er den initierende fase, hvor den første kontakt mellem konsulent og klient finder sted. Det første møde bliver afholdt, hvor klientens problem bliver drøftet for i første omgang at se, om den pågældende konsulent er den rigtige til at varetage jobbet. Dertil bliver både klientens og konsulentens forventninger til forløbet fremlagt og fasen afsluttes med, at der aftales, hvordan det kommende forløb startes. Det nævnes her, at når konsulenter fortæller om forløb, der endte i en katastrofe, er det ofte fordi, at denne fase og især udarbejdelsen af kontrakten ikke blev ordentligt gennemarbejdet.

2. Discovery and dialog
Her starter konsulenten med at undersøge og få en bedre forståelse af problemet, der skal arbejdes med, og hvilke styrker og svagheder klientenvirksomheden har. Dette beskrives som en af konsulentens fornemmeste opgaver. Dernæst hjælper de klienten med at forstå de samme ting. De spørgsmål konsulenten arbejder ud fra her er følgende: "Hvem skal involveres i at definere problemet eller situationen?", "Hvilke metoder skal der benyttes?", "Hvilken type data skal indsamles?", "Hvor lang tid vil det tage?" og "Skal undersøgelsen foretages af konsulenten eller klienten?".

3. Analysis and the decision to act
Denne fase arbejder med organisering og rapportering af den foretaget undersøgelse. Til at starte med skal konsulenten vurdere, hvornår det er relevant at inkorporere klienten i analysen af empirien. Når konsulent skal give feedback på undersøgelsen af problemet, vil der altid
opstå modstand fra klienten, hvis den rammer nogle ømme områder. Det er derfor vigtigt, at en konsulent har taget hånd modstanden og vendt stemning til noget positivt, før man går videre og tager de bedst egnede beslutninger om, hvordan man skal fortsætte processen. Disse beslutninger indeholder generelt de endelige krav for konsulentforløbet, og hvilke skridt man vil tage for at nå i mål.

4. Engagement and implementation
Her udføres arbejdet, der er planlagt i den forrige fase. I de fleste tilfælde er det ledelsen i klientvirksomheden, som står for implementeringen af de planlagte ændringer men ved større ændringer kan konsulenten være dybt involveret. Når konsulenten er indblandet starter implementeringsfasen oftest ud med at afholde en form for lærings-bootcamp, hvor klientvirksomheden samles og bliver underrettet vedrørende de kommende ændringer. Der vil her være mulighed for at diskutere diverse problemstillinger i plenum på tværs af organisationen eller afholde en træningslejr, der arbejder med, hvordan man kan tackle de kommende ændringer. Konsulenten er i disse tilfælde ofte involveret i et kompliceret designarbejde og står derfor for lærings-bootcampen og træningslejren.

5. Extension, recycle, or termination
Den sidste fase handler om at konkretisere, hvad man har lært igennem forløbet, hvorefter der skal tages om beslutning om, man vil fortsætte med forløbet. Nogle gange er det først efter en implementering, at det reelle problem bliver belyst, og klienten skal her beslutte, om de er villige til starte et nyt forløb, der varetager det nye problem. Hvis det nuværende forløb hverken har været en større eller middelstor succes, er der også mulighed for at slutte samarbejdet. Dette er en vigtig og legitim del af en konsulents arbejde og hvis det bliver gjort korrekt kan det udmønte sig i erfaring for både konsulent og klient og åbne op for et fremtidigt samarbejde (Block, 2011, s. 6-8).

Med denne viden in mente, udformede vi en definition af en konsulent. Vi startede med at inddrage den definition, der tidligere blev benyttet i rapporten, der er udarbejdet af Weiss: "The role of a consultant is to improve the client's condition". Overordnet set er vi enige i, at det er en god beskrive af, hvad den overordnede opgave for en konsulent er, men med vores fokus på proceskonsulenter mente vi, at der mangler visse aspekter i definitionen til at præcisere den mod det. Vi har derfor udarbejdet den følgende definition af proceskonsulenter til at være: *En konsulent er en person, der arbejder i en rådgivende rolle, der i sit arbejde bistår en klient igennem et aftalt forløb. Konsulents fornemmeste opgave er at sikre en adfærdsændring hos klienten, som er lønsom for deres virksomhed.*

7.2 ANALYSE AF KRITERIER TIL NEEDFINDER

I ovenstående afsnit har vi defineret konsulentrollen samt fået en indsigt i, hvad den konsulterende rolle indebærer ud fra et teoretisk perspektiv. I det følgende vil vi tage afsæt i konsulentvirksomheden act2learn. Act2learn er inddraget i strategy laget, eftersom de er den ene af systemets to potentielle brugere og det er deres måde at behovsprofilere deres klienter på, vi ønsker at tage afsæt i. Vi har derfor først og fremmest taget udgangspunkt i den ene type bruger af systemet, som er konsulenterne hos act2learn.
Vi inddrager derfor de tre interviews, vi har foretaget med henholdsvis to konsulenter hos act2learn, en salgskonsulent og en proceskonsulent samt et interview med en daglig leder fra act2learn Teknologi. Interviewsene havde til formål at give os som designere en indsigt i deres krav som potentielle brugere af systemet, og hvordan de behovsprofilere deres klienter. Hos act2learn har de ligeledes også en viden om den måde klienterne henvender sig til en konsulent hos act2learn på, og derudfra giver det et indblik i, hvilket stadie klienten er på i forhold til, hvad deres behov er, eller om de overhovedet er klar over, hvad deres behov er. Dette giver konsulenten mulighed for at få skabe et overblik over, hvilken nødvendig viden, de skal have i forarbejdet for at lave en behovsprofilering af klienten, som skal sætte rammerne for det videre konsulentforløb i leveringsfasen.

7.2.1 INTERVIEW MED ACT2LEARN

Som metode for dataindsamlingen og som interviewform fandt vi det relevant at benytte os af en metode, der tilgodeså og fremhævede de interviewede konsulenters erfaringer og oplevelser med at behovsprofilere klienter. Dette opnåede vi bedst igennem et kvalitativt interview, da det gav os mulighed for at stille uddybende spørgsmål på baggrund af det vores interviewdeltagere fortalte. Metoden vi anvendte er en fænomenologisk baseret semistruktureret interviewform, hvor vi ud fra prædefinerede spørgsmål søger at opnå en større viden om konsulentrollen i praksis og behovsprofileringen af klienter ud fra konsulenternes livsverden. Den kvalitative data bruges til, at vi i undersøgelsen har fokus på uddybende og/eller beskrivende svar (Rogers, Sharp & Preece, 2015, 234-235). Den semistrukturerede interviewform med prædefinerede spørgsmål skal bidrage til at holde samtalen i gang og derudfra bane vejen for dialog mellem hhv. konsulenten og os som interviewere. Det semistrukturerede interview er derfor ikke et lukket spørgeskema eller en hverdagssamtale, men et interview som har en prædefineret interviewguide (se Bilag 1+3) (Kvale, 2009, s. 45). Der er kun interviewguides til interviewene med salgs- og proceskonsulenten, da interviewet med den daglige leder udsprang fra mødet med proceskonsulenten og derfor ikke havde samme forberedelse.

Vi optrådte som moderatorer under interviewet, og det var vores opgave at stille spørgsmålene samt sikre dialogens fremdrift (Kvale, Tangaard, 2010).

De tre interviews er blevet transskriberet til tekst og vil være at finde i rapportens bilag. Transskriberingen er en oversættelse fra talesprog til skriftsprog dog med det formål for øje at gøre vores data konkret og analyserbart og derved skabe en meningskondensering. Vi har derfor undladt at registrere gentagelser, betoninger, pauser osv., da dette ikke har relevans for måden, hvorpå vi ønsker at benytte den indsamlede data (Kvale, 2009, s. 208).
Den indsamlede data er blevet brugt til analyse og
citering, hvortil den skriftlige form er bedst egnet (Kvale, 2009, s. 202).

7.2.2 KILL-JOY METODE - DATABEHANDLING AF INTERVIEWS

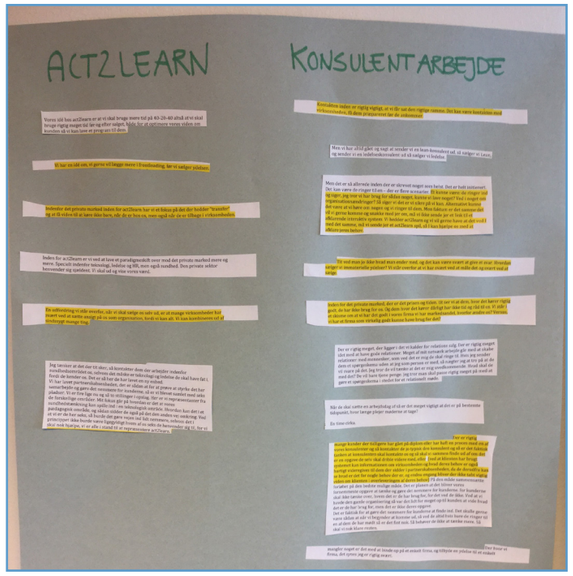
Til at behandle det data vi har fået igennem de tre interviews med act2learn, har vi gjort brug af Kill-Joy metoden (herefter KJ-metoden). Metoden er brugt til at skabe overblik over de emner, fællestræk og problemstillinger, der er optrådt i empirien. Metoden har været medvirkende til, at vi har kunnet se nogle generelle tendenser i de ytringer salgskonsulenten, proceskonsulenten og den daglige leder havde i forhold til udviklingen af NeedFinder systemet. KJ-metoden indeholder følgende fire trin:

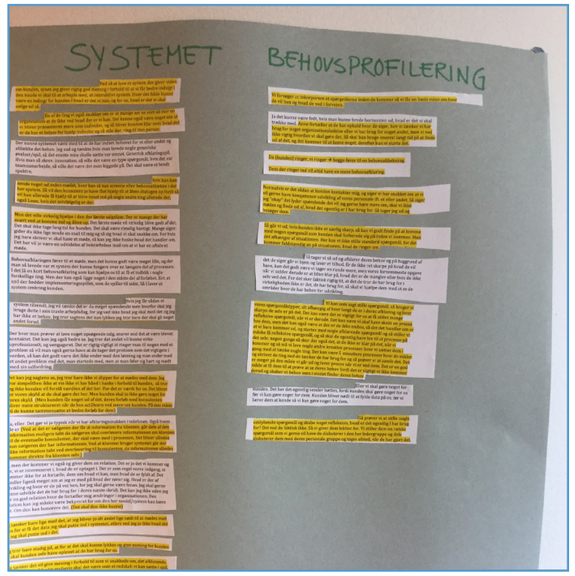
1. Man samler al information fra undersøgelserne, som er relevant for problemet og nedskriver den separat på en post-it eller et stykke papir.
2. En sorteringsproces påbegyndes, hvor de informationer, som har relevans for hinanden bliver grupperet sammen. Grupperingerne får hver en kategori, de bliver placeret under.
3. Man søger her efter mønstre i de særskilte grupperinger, for derefter at underkategorisere grupperingerne endnu en gang.
4. Her diskuteres grupperingernes placering i forhold til hinanden og den generelle opbyggede struktur. Igennem drøftelsen vil de deltagende parter ofte realisere diverse problemløsninger (Scupin, 1997, s. 235).

I arbejdet med KJ-metoden definerede vi de kategorier, vi ønskede at kategorisere interviewsene ud fra, således vi fik mulighed for at benytte det bearbejdede data i strategy laget. Vi konvergerede derfor interviewsene til at fokusere på fire kategorier: act2learn, konsulentarbejde, kriterier og behovsprofilering.

Act2learn valgte vi på baggrund af, at vi benytter dem som eksemplarisk case, hvorfor vi så det nødvendigt at samle den information, vi fik igennem interviewsene om virksomheden. Dette gav os en samlet forståelse af, hvilken type virksomhed de selv anser dem for at være, samt hvordan deres daglige gang i virksomheden er. Kategorien vedrørende konsulentarbejdet benyttede vi til at samle de steder, hvor de hos act2learn udtaler sig om, hvordan de forskellige konsulenter, de har i virksomheden arbejder. Denne viden kan vi bruge senere i arbejdet med udviklingen af NeedFinder systemet, da det giver et indblik i måden, hvorpå de arbejder som konsulentvirksomhed. I interviewet med act2learn spurgte vi ind til de kriterier, de måtte have i forhold til udviklingen af et system som NeedFinder. Vi kunne under denne kategori samle bemærkninger og holdninger de havde omkring systemet. Disse udtalelser vil blive brugt i det senere arbejde med udarbejdelsen af succeskriterierne til NeedFinder systemet. Den sidste kategori er behovsprofilering. Ved at kategorisere act2learns udtalelser om, hvordan de på nuværende tidspunkt behovsprofilere deres klienter, giver det os mulighed for at inddrage dette i de fremtidige designovervejelser i forhold til, hvordan simulationen af den digitale konsultation skal være.

Kategoriseringerne er vist i de efterfølgende billeder, men vil også være at finde i bilag 6.
Udover at bidrage til at overskueliggøre og kategorisere vores indsamlede data bidrager KJ-metoden også til, at vi internt får en fælles forståelseshorisont at kunne arbejde ud fra i designet af NeedFinder. Dette fælles grundlag vil blive videre bearbejdet i det følgende afsnit, hvor vi benytter fællestrækkene til at hjælpe med at opbygge den overordnede strategi for NeedFinder.





7.3 ACT2LEARNS SUCCESKRITERIER FOR ET SYSTEM DESIGN AF NEEDFINDER

I strategy laget for den designmetodologiske tilgang stiller Garrett spørgsmålet: hvad vil vores brugere (konsulenten) have ud af systemet? Og hvad vil vi have ud af systemet? I dette afsnit tager vi afsæt i konsulenten som den ene bruger af systemet, eftersom det er måden, hvorpå de behovsprofilere deres klienter på, vi ønsker at undersøge nærmere, hvorfor det også er deres succeskriterier til systemet, vi ser som brugbare i denne fase af systemudviklingen. Derudover har vi også i dialog med act2learn erfaret, at de besidder meget viden om deres klienter i forhold til at skabe et billede af, hvad det er, der vil være relevant for dem, at inddrage i systemet. Vores forventninger til systemet er, at der er tale om et core-design, hvor indholdet er brugertilpasset således indholdet kan skiftes ud alt efter måden, hvorpå konsulenten behovsprofilere deres klienter på (Rosenstand, Kyed, 2013 s. 84).

7.3.1 FRA FØRSTE KONTAKT TIL UDARBEJDET TILBUD

Da vi som beskrevet vil tage afsæt i, hvad act2learn vil have ud af systemet vil vi i det følgende se nærmere på, hvordan de behovsprofilerer deres klienter på nuværende tidspunkt. Act2learn benytter sig af, hvad de kalder 40-20-40 modellen. Modellen tager udgangspunkt i den devise, at 40% af deres energi skal ligge i forarbejdet, 20% under konsulentforløbet og igen 40% efter konsulentforløbet er afsluttet. En konsulent hos act2learn udtaler, at: *"kontakten inden er rigtig vigtig, at vi får sat den rigtige ramme. Det kan være kontakten med virksomheden (klienten), få dem præpareret før de ankommer... Vi har en idé om, at vi gerne vil lægge mere i frontloading, før vi sælger ydelsen"* (Bilag 2, s. 2). Act2learn har således især fokus på forarbejdet, dog er dette ikke blevet implementeret i organisationen endnu. Når de hos act2learn skal behovsafdække deres klienter, kan der være forskel i forhold til, hvordan den indledende kontakt er. Såfremt klientvirksomheden kontakter act2learn med henblik på et muligt samarbejde, sker den første behovsprofilering allerede ved den første personlige kontakt igennem et telefonopkald eller en e-mail. Her forsøger den pågældende salgskonsulent som klienten er i kontakt med at ligge de første byggesten til et muligt samarbejde, ved at forhøre sig hos klienten, hvad det er for nogle tanker, de har gjort sig om et eventuelt samarbejde. Denne proces kan have to udfald, enten at klienten er meget behovsafklaret og ved, hvad det er for et felt de søger hjælp til at afdække, eller klienten kan være i tvivl om, hvad deres behov er. Ens for den videre proces for konsulenterne hos act2learn er, at den første personlige kontakt afføder et fysisk møde, hvor konsulenten tager ud til klienten for at lave en yderligere behovsafdækning. Salgskonsulent hos act2learn udtaler om processen *"Normalvis er det sådan, at kunden kontakter mig, og siger vi har snakket om, at vi vil gerne have kompetenceudvikling af vores personale ift. et eller andet. Så siger jeg "okay" det*

lyder spændende det vil jeg gerne høre mere om, skal vi ikke mødes og finde ud af, hvad det egentlig er I har brug for. Så tager jeg ud og besøger dem. Hvis de er meget skarpe på forhånd, kan det godt være jeg hiver en konsulent med allerede der" (Bilag 4, s. 7). Konsulenten får således ikke afdækket alle aspekter af klientens behov over telefonsamtalen eller i en e-mail og vil i alle tilfælde tage ud og have et fysisk møde med klienten. Denne fase af konsulentydelsen ligger stadig indenfor forarbejdet og det er således stadig usikkert for konsulenten om det forestående fysiske møde med klienten resulterer i en underskrift og derved et salg. En anden måde, hvorpå konsulenten søger at afdække klientens behov, er ved at inkorporere spørgeskemaer inden de kommer. Dette spørgeskema er dog inden selve forløbet men efter klienten har indvilget i at indgå i et forløb med act2learn. *"Vi forsøger at inkorporere et spørgeskema inden de kommer så vi får en basis viden om, hvor de vil hen og hvad de ved i forvejen. På den måde kan vi målrette undervisningen, og vi kan sigte ind og anlægge nogle kil til, hvad skal man læse eller hvad kommer kurset til at handle om. Eller nogle øvelser på forhånd, så har de kommet på kurset og så har jeg (konsulent) de en eller to øvelser med de har lavet på deres arbejdsplads, og så evaluerer vi dem"* (Bilag 2, s. 2). Act2learn bruger således allerede en del af konsulentforløbet som klienten har indgået i til at skabe en yderligere behovsprofilering af, hvad det er, deres klient vil have. Det tager tiden fra det forløb, hvor klienten i stedet kunne få brugbar rådgivning.

7.3.2 RIGE BILLEDER AF BEHOVSPROFILERING

Til at illustrerer, hvordan forløbet, når en konsulent behovsprofilerer deres klient hos act2lean, er, har vi taget afsæt i metoden om rige billeder. Rige billeder bruges til at give en bred beskrivelse af en konkret situation med mulighed for forskellige fortolkning alt efter, hvem der fortolker det rige billede. Rige billeder er ydermere med til at opnå et overblik over situationen. Et rigt billede er en tegning uden formelle symboler og skal afbilde den opfattelse den enkelte måtte have af den pågældende situation (Mathiassen et al.,1998, s. 29-31). I en tegning af et rigt billede er det vigtigt at fokusere på væsentlige forhold i situationen og skal være en subjektiv opfattelse af situationen med fokus på at belyse alle forhold, der er relevante for at forstå situationen (Mathiassen et al., 1998, s. 38).

Vi gør brug af tre rige billeder i måden, hvorpå vi vil illustrere konsulentens måde at behovsprofilere deres klienter på. De to første rige billeder tager afsæt i måden, hvorpå act2learns behovsprofilering er på nuværende tidspunkt og vil være rige billeder med fokus på stabilitet. Det tredje billede vil have fokus på forandring og et rigt billede over den overordnede transformation det vil være i act2learn og generelt i konsulentvirksomhederne ved implementeringen af NeedFinder.

Det første rige billede illustrerer, hvordan forløbet med behovsprofileringen af klienten forløber såfremt det kun er nødvendigt med et fysisk møde med klienten. Billedet viser, hvordan den første kontakt mellem konsulent og klient er ved en e-mail eller via et telefonopkald. Herefter kører konsulenten ud til klienten hvor konsulenten forsøger at skabe en behovsprofil af klienten. Konsulenten kører herefter tilbage til act2learn og udarbejder et tilbud som herefter bliver præsenteret for klienten. Dette scenarie gør sig gældende såfremt konsulenten har fået et stort nok kendskab til klientens udfordringer og behov.

1. SCENARIE

FIGUR 6 - RIGE BILLEDER 1

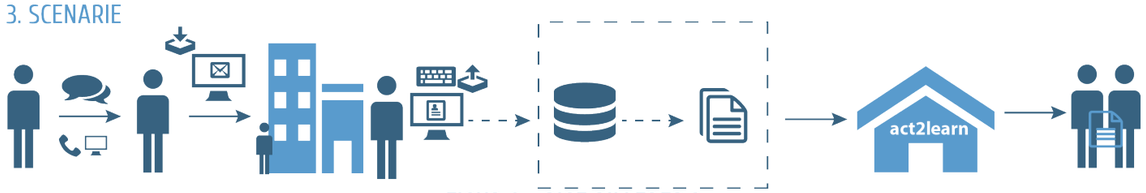
Såfremt der stadig opstår usikkerhed hos konsulenten ift. om den viden de har fået er tilstrækkelig eller hvis klienten har udvist stor usikkerhed, så vil scenarie to udspille sig.

2. SCENARIE

FIGUR 7 - RIGE BILLEDER 2

Ved ovenstående rige billede er der tilføjet en ekstra tur, hvor konsulenten tager ud til klienten for at foretage en yderligere behovsprofilering af klienten som herefter skal resultere i et salg og en underskrift på det tilbud konsulenten udarbejder. På nuværende tidspunkt har konsulentvirksomheden endnu ikke haft en indtjening men blot udgifter i forbindelse med transport og løn, samt den tid konsulenten har brugt uden at være sikre på, at klienten vil underskrive det tilbud konsulenten fremviser. Det tredje rige billede har fokus på forandring, og hvordan situationen ville se ud såfremt klienten benytter sig af NeedFinder systemet.

3. SCENARIE



FIGUR 8 - RIGE BILLEDER 3

Her foregår den første kontakt stadig ved e-mail eller telefon, dog sker forandringen ved at konsulenten ikke længere tager ud til klienten, men i stedet sender dem et link til NeedFinder, hvorefter klienten selv kan udfylde de metoder som konsulenten har opsat til dem. Dette er således tidsbesparende for konsulenten da det ikke længere er nødvendigt at bruge tid på transport og selve behovsprofileringen. Dog vil der være et tidsaspekt i form af, at konsulenten skal bruge tid på at oprette den digitale behovsprofilering i systemet. Succeskriteriet her er, at udarbejdelsen af den digitale behovsprofilering ikke vil tage længere tid at udføre end den nuværende måde. Tilsvarende kan klienten udfylde behovsprofilen, når der er tid til det. Den information som klienten har indtastet vil herefter blive registreret og således give konsulenten data om klienten, som herefter kan bruges til at udarbejde tilbuddet for konsulentforløbet.

7.3.3 METODER TIL PROFILERING

Klienten kan indledningsvist have en ide om, hvad det er act2learn skal bidrage med, og altså hvad deres udfordringer måtte være. Som nævnt i den teoretiske gennemgang af konsulenter og måder til behovsprofilering, er dette en af de største konsulentfælder. Det er derfor vigtigt de hos act2learn ikke tager klientens ord for gode varer, men stadig gennemgår en grundig behovsafdækning, før der sammensættes et hold af konsulenter og udarbejdes et tilbud. Er klienten meget usikker på, hvad deres behov er, opsætter salgskonsulenten endnu et møde, hvor det bliver muligt at undersøge nærmere hvad det er for behov klienten har, hvilket var illustreret i scenarie to af de rige billeder (se Figur 7). Metoderne de oftest bruger til at behovsprofilere deres klienter på, er ved refleksive spørgsmål, der sætter tanker i gang hos klienten og giver dem mulighed for at reflektere. Derudover benytter de sig af procesøvelser, hvor de i klientvirksomheden får til opgave at skulle løse opgaverne i fællesskab og derefter reflektere over de svar, de er kommet frem til (Bilag 4). Generelt er refleksion og processer, to nøgleordene hos act2learn, når de søger at behovsprofilere deres klienter. Dette er således vigtig information at inkorporere i en brugertilpasset version af NeedFinder til act2learn, således det reflekterer den måde de behovsprofilere deres klienter på.

Den information, salgskonsulenten får fra den indledende telefonsamtale eller i e-mailen fra klienten samt fra det første og eventuelle andet møde, er kun information, som salgskonsulenten får. Det er herefter salgskonsulentens opgave at videreformidle denne information til den eller de proceskonsulenter, der skal facilitere forløbet. Der kan derfor argumenteres for, at der kan gå viden tabt i overleveringen fra salgskonsulenten til proceskonsulenten. Proceskonsulenten har på nuværende tidspunkt ikke selv været i forbindelse med klienten, hvilket også er derfor, vi antager, de har brug for at fremsende et spørgeskema, som kan give en større forståelse for behovene. Ved at samle de data

som både proceskonsulenten og salgskonsulenten får fra klienten i ét system, vil man derfor have en fælles platform, hvor den indsamlede data frit kan tilgås mellem de to konsulenttyper. Det kan være med til at minimere tabet af viden og give proceskonsulenterne mulighed for at sammensætte et mere tilrettelagt forløb.

Act2learns salgskonsulenter behovsprofilerer altså deres klienter ud fra førnævnte procesøvelser, refleksive spørgsmål og eventuelt spørgeskemaer. Dette er således de elementer, der skal kunne indgå i en brugertilpassede version af NeedFinder til act2learn, da det er den måde, de som konsulentvirksomhed får information om deres klienter på. Den brugerprofil og de metoder som act2learn er oprettet med i NeedFinder skal derfor kunne bruges bredt og uafhængigt af, hvilket behov deres klienter står med.

En anden udfordring, de oplever, de står med hos act2learn, er i forhold til salgskonsulenten. De oplever, at såfremt denne salgskonsulent har sit interessefelt indenfor et vidensområde, så er det den type af konsulentforløb, der bliver solgt til klienten. *"Jeg tænker det der virkelig altid har været problemet i en salgssituation i act2learn det handler om at de konsulenter der kommer ud, de har næsten alle sammen et ben inde i et eller andet fagområde. De kommer enten som Lean-konsulenter eller sundhed, pædagogik, hvad det end måtte være. Og især det private marked. Hvis en Lean-konsulent kommer ud og spørger ind til Lean, han afdækker behovet inden for det og det er det han sælger, det kan godt være han lige siger at act2learn ser sådan og sådan ud men han får ikke afdækket andet. Han har et tunnel syn"* (Bilag 5, s. 15). Dette tunnelsyn vil også kunne afhjælpes ved, at klienten selv tager styringen for behovsafdækningen i NeedFinder, og konsulentens interessefelt får således ikke en indvirkning på den endelige behovsprofilering. Endnu et succeskriterium er derfor, at konsulentvirksomheden, der vil benytte NeedFinder, har styr på de metoder, de bruger til at skabe behovsprofileringen af deres klienter, således der kan oprettes en profil af konsulentvirksomhedens behovsprofileringsmetoder i systemet, som kan danne et fælles grundlag for konsulenternes arbejde.

7.3.4 YDERLIGERE SUCCESKRITERIER HOS ACT2LEARN

Som tidligere nævnt bliver act2learns intention om at have mere fokus på frontloading ikke indfriet i forhold til de metoder de gør brug af på nuværende tidspunkt. De ønsker at denne forandring kan gøre det endelige konsulentforløb så tilrettelagt som muligt ud fra klientens behov. Ved at inddrage et system som NeedFinder, kan forarbejdet, der bliver lavet af salgskonsulenten, samles og registreres på én platform for derved at undgå en spredning af informationen, som ellers er et problem i følge proceskonsulenten Cecilie Kobbelgaard hos act2learn (Interview, 3. Maj, 2016). Det vil samtidig også sikre, at der ikke går information tabt, da alle vil have mulighed for at tilgå klientens svar, der er indlagt i systemet.
Efter interviews med en salgskonsulent, en proceskonsulent og en daglig leder fra act2learn, fik vi kendskab til de kriterier, act2learn måtte have til brugen og udviklingen af NeedFinder.

Som vi tidligere har nævnt opererer vi i dette speciale med to brugere af systemet, der er konsulenterne og klienterne. Act2learn ønsker, at systemet skal være givtigt for begge brugere af systemet og give klienten en større indsigt i, hvem act2learn er, og hvem de skal henvende sig til, for at få den fornødne kompetence de søger. *"Ved så at lave et system der giver viden om kunden, synes jeg giver rigtig god mening i forhold til at vi får bedre indsigt i den kunde vi skal til at arbejde med, et interaktivt system. Hvor det både kunne være en indsigt for kunden I hvad er det vi kan, og for os, hvad er det vi skal sælge ud så. En af de ting vi også snakker om er at mange ser os som så stor en organisation at de ikke ved hvad det er vi kan. Det kunne også være noget om at vi bliver præsenteret mere som individer, og så bliver kunden klar over hvad det er de har et behov for hjælp indenfor og så står der, ring til den person"* (Bilag 5, s. 15). Systemet skal også bidrage til at klienten kan se, hvad de får ud af at bruge dette system, da det ellers er en bekymring salgskonsulenten hos act2learn har. Hun udtaler, at: *"Selvom det selvfølgelig også er til gavn for os. De skal kunne se det giver mening for dem at gøre det her. Det kunne være nogle processer de skal igennem snarer end en hel masse spørgsmål de skal svare på. Det tror jeg vil kunne være medvirkende til at det fik succes"* (Bilag 4, s. 14). Såfremt systemet bliver udarbejdet således, at klienten ikke får en fornemmelse af, at de laver konsulentens arbejde for dem, men at systemet bliver brugt til at videregive information om klienten til konsulenten som ved en fysisk konsultation, vil det kunne afværge salgskonsulentens bekymring.

En generel tendens, vi oplevede hos salgskonsulenten, var en skepsis i forhold til at kunne se de potentielle muligheder NeedFinder vil åbne op for. Der var en stor forskel på, hvordan salgskonsulenten så systemet på i forhold til proceskonsulenten. Vi er af den opfattelse, at det, der ligger til grund for dette, er, at et system som NeedFinder på

mange måder vil kunne erstatte salgskonsulentens rolle eftersom der ikke vil være et behov for denne konsulent på samme måde som tidligere. Salgskonsulenten pointerede hvor vigtig den fysiske kontakt er, og at meget af deres arbejde består i at skabe en personlig fysisk relation til klienten, hvilket ikke vil være til stede i et digital system.

For at den personlige relation til klienten ikke mistes, vil det være en mulighed at inddrage en simulation af konsulenten, så tabet af den personlige fysiske relation mindskes. Da den digitale relation som udgangspunkt ikke vil være lige så fyldestgørende som den salgskonsulenten kan bidrage med, skal simulationen mere ses som et måde hvorpå klienten får en opfattelse af, at konsulenten er til stede. Den digitale konsultation vil altså ikke kunne erstatte den fysiske konsultation fuldstændig, men i stedet være et alternativ, der i sin distribution og brug er uafhængig af tid og rum. Dog kan der argumenteres for, at denne relation mellem salgskonsulenten og klienten ikke vil få så stor en betydning på selve konsulentforløbet, da det oftest kun er i forarbejdet salgskonsulenten er tilknyttet og det i stedet er proceskonsulenten, der skal have en indgående relation i forløbet med klienten. Den personlige relation kan dog komme i spil igen på et senere tidspunkt, hvor den samme klient står og har brug for et nyt konsulentforløb og kan derved endnu engang tage kontakt til salgskonsulenten, da der netop er opstået en relation mellem de to parter. Derved kan vi udlede et succeskritere til NeedFinder, der lyder på, at det skal kunne facilitere den konsulterende rolle i en simulation, så tabet af den personlige fysiske relation mindskes.

Hos act2learn ser de også en potentiel mulighed i, at konsulenterne kan bruge systemet som et værktøj til at nedskrive de resultater, de har opnået i samarbejde med klienten. Dette vil endnu engang også lette overleveringen mellem konsulenterne, og det giver mulighed for at indsamle data, som også kan gemmes til senere brug såfremt den samme klientvirksomhed opsøger act2learn med henblik på endnu et forløb hos dem. *"...Sådan et værktøj, så kunne vi samle noget data, som vi kunne bruge til at mappe vores kunder, til at finde ud af hvad det er for nogen vi har med at gøre og hvad der det for nogle behov, hvis vi har gang i et projekt et andet sted. Fordi vi pludselig har noget data om de enkelte kunder. Det tror jeg faktisk det kunne være rigtig godt til"* (Bilag 4, s. 13). Der bliver videre fortalt *"...det kunne være fedt at have et værktøj der gik ud på, hvad er det egentlig for nogle mennesker vi har mødt?"* (Bilag 4, s. 13). Denne mulighed ser vi som et innovationsspor til NeedFinder. Det betyder, at det er en idé til en videreudvikling af systemet, der ligger udenfor specialets problemområde, dog har vi inddraget dette for at give læseren et indblik i de potentialer, der er i systemet.

7.4 DELKONKLUSION PÅ STRATEGY LAGET

Vi har i dette lag af vores designmetodiske tilgang afdækket den teoretiske ramme for, hvad der definere en konsulent, og hvilke midler en konsulent kan bruge til at danne en behovsprofil af klienter. Denne teoretiske ramme har vi haft in mente, når vi har analyseret måden hvorpå act2learn behovsprofilere deres klienter samt undersøgt, hvilke kriterier de anser som væsentlige at inddrage i designet af NeedFinder. Det, vi har taget med fra dette lag til det næste lag i designmetodologien er act2learns behovsprofileringsmetoder og succeskriterier, da det er disse, der skal skabe fundamentet for core-designet af systemet. Succeskriterierne for NeedFinder er som følgende:

- Systemets indhold skal være brugertilpasset ud fra de enkelte konsulentvirksomheders behovsprofileringsmetoder, så der dannes et fælles grundlag for konsulenternes arbejde.

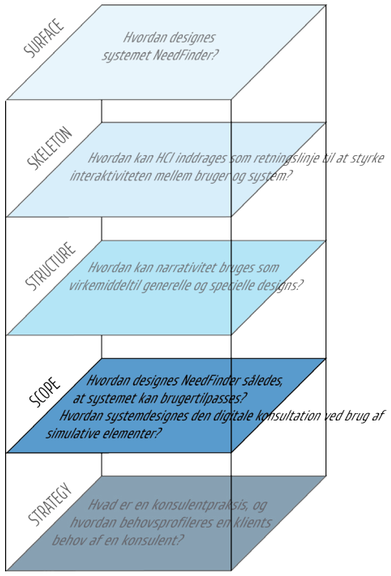
- Systemet skal kunne facilitere den konsulterende rolle i en simulation, så tabet af den personlige fysiske relation mindskes.

- Udarbejdelsen af den digitale behovsprofilering skal ikke koste konsulenten flere ressourcer at udføre end den nuværende måde.

Vi har i disse kapitler gået fra et konvergerende og åbent niveau vedrørende, hvordan konsulenter behovsprofilere deres klienter til et divergerende niveau, som har resulteret i en definition af konsulentrollen og systemets succeskriterier som, vi kan inddrage i analysens næste lag.

KAPITEL 8. BRUGERTILPASNING OG SYSTEMDESIGN

Fra i det tidligere lag at have undersøgt og udledt de succeskriterier til systemets design, vil vi i det følgende afsnit foretage en yderligere konkretisering af NeedFinder systemets scopelag. Dette lag har til hensigt at videreformidle, de ønsker og kriterier konsulenterne havde til systemet til specifikke krav for, hvad indholdet og funktionaliteten af systemet vil bidrage til hos brugerne, herunder konsulenten. Til at gøre dette vil vi i dette kapitel udfolde to af vores problemer. Det første problem, vi undersøger, er: hvordan designes NeedFinder således systemet kan brugertilpasses? Dette problem udfoldes ved en teoretisk gennemgang af Pine, Korn og Gilmores teori om brugertilpassede produkter, hvortil vi undersøger og analyserer, hvordan NeedFinder kan brugertilpasses. Dette vil blive sammenholdt med den teoretiske udlægning af begrebet simulation, for dertil at udlede, hvordan systemet skal designes således den digitale konsultation mellem klient og konsulent kan fungere som en simulation indenfor systemets afgrænsede virkelighed. De simulative elementer, vi udleder, skal kunne brugertilpasses, vil herefter blive inddraget i arbejdet med vores andet problem: Hvordan systemdesignes den digitale konsultation ved brug af simulative elementer? Problemet tager afsæt i en beskrivelse af Mathiassen, Munk-Madsen, Nielsen og Stages objektorienterede metode. Deres udlægning benytter vi til at analysere, hvordan succeskriterierne fra strategy laget samt de brugertilpassede elementer skal implementeres i systemet. Den objektorienterede metode giver os mulighed for at kategorisere og kontekstualisere det simulative indhold og de dertil liggende funktioner i NeedFinder. Dette vil ende op med et UML-klassediagram, som giver et overblik over NeedFinders core-design.



8.1 DIGITAL SIMULATION

Til at supplere det kommende afsnit om konsulenttilpasning, vil vi give en teoretisk udfoldelse af, hvad en simulation er. Til dette benytter vi os af Rosenstand (2008 & 2011), der blandt andet forklarer om brugen af simulation i et digitalt computersystem. En simulator bliver beskrevet som en model, der kan reagere på inputs, der er rammesat i en afgrænset virkelighed (Rosenstand, 2008, s. 101). Dette betyder, at inden for den verden simulationen er designet til, vil den reagere på inputs fra brugere og fra systemet selv, på en måde, man vil kunne forvente i den virkelige verden. For NeedFinder vil det betyde, at de måder hvorpå klienten kan svare på metode afspejler det, man naturligt kunne forvente, at de ville svare uden brugen af systemet.

Rosenstand beskriver, at arkitekturmæssigt kan en simulator, som med andre computersystemer, opdeles i tre hovedkomponenter: Model, interface og funktion .

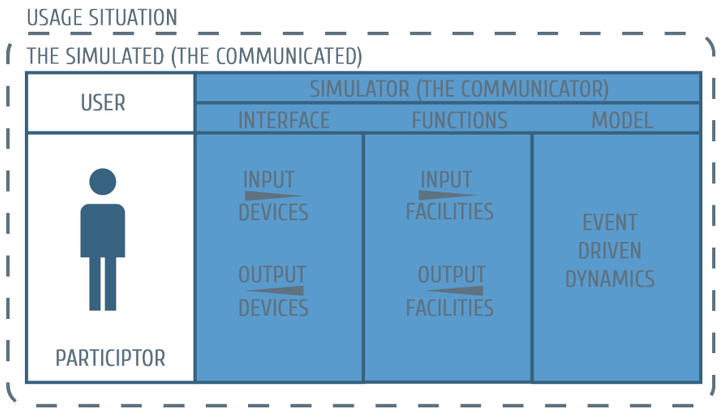
- Modelkomponenten er en dynamisk model af systemets problemområde og i forhold til det simulative er det, hvad der forsøges at designes er en afgrænset virkelighed af.

- Interfacekompenten forbinder systemet til omverdenen igennem diverse interfaceenheder.

- Funktionskomponenten repræsenterer, hvad der bliver faciliteret igennem interfacet og for systemet selv både i form af, hvordan inputtet bliver håndteret og outputtet bliver leveret (Rosenstand, 2011, s. 261).

Disse komponenter sammensat i en simulativ praksis, skaber en simulator (se Figur 9). I forhold til NeedFinder er

modelkomponenten den dynamiske model som indeholder behovsprofileringen og interfacekomponenten er det der tillader klienten og systemet at kommunikere med hinanden, eksempelvis gennem de svarmuligheder der kan gives til en metode. Funktionskomponenten faciliterer både, hvordan de muligheder klienten har at vælge imellem vil manipulere systemet, og hvordan interfacet skal opdateres efter en manipulation til at give mening til det efterfølgende. Det betyder, at funktionskomponenten styrer den simulative progression i form af, hvordan NeedFinder reagerer. I en simulator sker der en hyppig distribution af kontrol mellem en bruger og systemet idet brugeren får en aktiv deltagende rolle, og det er vigtigt under sit design at have in mente, at denne vekselvirkning er til stede for at kunne udnytte simulaterens potentiale (Rosenstand, 2011, s. 264).



FIGUR 9 - SIMULATOR (EGEN TILVIRKNING)

Det beskrives videre, at en simulation både kan referere til virkelighed og fiktion, og at termen narrativ simulation kan benyttes i en situation, hvor der er et større fokus på narrativ formidling. Det er vigtigt for narrative output, mulighederne for input og de systematiserede events i systemet at holde sig inden for rammen af, hvad der kunne forventes i dens afgrænsede virkelighed, dog betyder det ikke, at det skal være forudsigeligt. Det forventelige og forudsigelige skal afvige fra hinanden for, at man kan opbygge en narrativ spænding i den narrative simulator (Rosenstand, 2011, s. 262). Klienter der gør brug af NeedFinder oplever den narrative spænding i form af, at de godt ved de vil blive spurgt ind til områder omkring deres dagligdag i virksomheden, men ikke nødvendigvis om hvad, for hvis de gjorde, ville de ikke have brug for at betale for en konsulent.

8.2 KONSULENTTILPASNING

Som et af succeskriterierne indikerer er det hensigten, at NeedFinder bliver tilpasset efter de metoder, den enkelte konsulentvirksomhed behovsprofilerer deres klienter ud fra. Elementerne i NeedFinder skal derfor kunne ændres mellem hver konsulentvirksomhed, hvorfor vi inddrog teori om brugertilpassede produkter. Om brugertilpassede produkter siger Pine og Korn: *"The core principle they all (red: brugertilpassede produkter) share to one degree or another is modularity: breaking apart the offering (weather a good, service, experience or even potentially a transformation) into a set of interchangeable elements that can be reconfigured, dynamically linked together to create different offerings for different people"* (Pine & Korn, 2011, s. 122). Brugertilpassede produkter tager afsæt i at give brugeren en magt over de produkter eller ydelser, der sælges. Grundprincippet i brugertilpassede produkter er, at brugeren kan få tilpasset sit produkt ud fra, hvad brugerens præferencer, krav og ønsker måtte være. Ved Pine og Korn tager de afsæt i konkrete produkter, når de taler om "mass customization". Formålet med at benytte Pine og Korns tilgang til brugertilpassede produkter, kommer til udtryk i vores design af NeedFinder, som metode til at undersøge, hvordan elementer i systemet skal designes så de tilpasses den enkelte konsulentvirksomheds metoder. Der er således ikke tale om brugertilpassede produkter i traditionel forstand, som når en forbruger kan designe sine egne Nike sko, men i stedet som en metodisk fremgangsmåde i vores udvikling af det digitale system. Vi mener, at der kan argumenteres for brugen af denne tilgang eftersom teorien stadig bidrager med viden omkring, på hvilke niveauer systemet skal kunne bruges bredt, og i hvilke sammenhænge vi skal tage afsæt i konsulentvirksomhedens præferencer.

Ved at designe ud fra en brugercentreret tilgang med fokus på brugertilpasning handler det for designeren om, ikke at give brugeren en komplet kontrol over systemet, men i stedet bidrage med muligheder så det hos brugeren, giver en følelse at være i kontrol over systemet (Pine & Korn, 2011, s. 123). Det skal være muligt for den pågældende bruger at vælge et tilpas antal muligheder, når de skal benytte systemet. *"Your job is to present the possibilities to them in a way that they can figure out what they want – even if they do not know what that is or cannot articulate it. This is the task of design tools"* (Pine & Korn, 2011, s. 123). Hos Pine og Gilmore opererer de med fire tilgange til brugertilpasning: adaptive, cosmetic, transparent og collaboration.

- Adaptive giver brugeren mulighed for at tilpasse det eller de produkter, de ønsker. Der er ofte tale om et standard produkt, som tilpasses efter brugerens ønsker, inden for de rammer konteksten for produktet opsætter.

- Cosmetic tilgangen fokuserer ikke på det enkelte produkt, men i stedet på den måde brugeren oplever produktet er præsenteret. Brugerens behov bliver på denne måde indfriet, ved den måde produktet tager sig ud. Dette kan for eksempel være i form af
indpakning.
- Transparent tager afsæt i virksomhedens viden om brugerens adfærd, og produkterne tilpasses herefter den enkelte bruger, uden at brugeren er klar over det. Denne tilgang kræver væsentlig viden om ens bruger, således produktet fremstår tiltalende for dem.

- Collaboration bruges når en virksomhed skal producere et produkt for en bruger, hvor brugeren har svært ved at definere egne behov og ønsker. Dialogen mellem virksomheden og brugeren bliver derfor altafgørende for, at finde frem til det produkt, der passer bedst til brugerens behov. Det bliver således virksomhedens opgave at hjælpe brugeren med at træffe den endelig beslutning (Pine & Gilmore, 1997, s. 92).

Ved at benytte os af Pine, Korn og Gilmores udlægning af brugertilpassede produkter, kan vi i det følgende analysere og identificere, hvilke elementer i designet af NeedFinder systemet der skal kunne tilpasses den enkelte konsulentvirksomhed. Dette vil blive suppleret med vores teoretiske afsæt i simulation, og hvordan designet af systemet skal fordre den interaktion og behovsprofilering som både konsulenten og klienten vil kunne forvente, der ville være i en fysisk interaktion fremfor den digitale, som NeedFinder er.

8.3 BRUGERTILPASNING AF ELEMENTER I NEEDFINDER

For at systemet skal kunne være brugertilpasset skal der være elementer i systemet, der bliver ens uanset, hvilken konsulentvirksomhed, der benytter systemet. Dette vil dog kun være baseret på de grundlæggende elementer af systemets design, da selve måden, hvorpå behovsprofileringen hos den enkelte konsulentvirksomhed, kan være forskellig. Denne forskellighed kan også opstå, selvom det er i den samme konsulentvirksomhed, dette har vi erfaret hos act2learn, hvor der hos dem er en forskellighed hos deres konsulenter, i hvordan de behovsprofilere klienterne. Dog er der en tendens i virksomheden til at benytte sig af refleksive- og procesorienterede metoder. Det bliver således en vigtig faktor at elementerne i NeedFinder systemet er adaptive, da det giver mulighed for at tilpasse et system efter konsulentvirksomhedens ønsker. Dog skal det påpeges, at de ønsker og krav den enkelte konsulentvirksomhed måtte have til systemet stadig skal være indenfor den kontekst, systemet er designet til. Der vil således være en grænse af elementer der kan tilpasses konsulentvirksomheden. De elementer, der vil være de væsentligste parametre er indholdet i behovsprofileringsmetoderne fremfor selve udseendet, og måden hvorpå systemet er opbygget.

For at gøre systemet adaptive valgte vi, at konsulenter og klienter kan tilgå systemet forskelligt, i form af de funktioner der er til rådighed for dem. Den del af NeedFinder, vi ønsker at designe, er konsulentdelen, hvorfor det er denne del, og de elementer vi har taget afsæt i. Når konsulenten tilgår systemet, vil de have mulighed for at benytte sig af de konfigurerede metoder, de kan tilgå gennem den profil, de fik oprettet til deres virksomhed. Metoderne vil være konfigureret forskelligt fra konsulentvirksomhed til konsulentvirksomhed, der benytter systemet. Den enkelte konsulentvirksomhed skal derfor ikke bidrage med andet end en samlet profil af deres behovsprofileringsmetoder.

Når vi taler om en adaptive tilgang til systemet, er det vigtigt at have for øje, at det brugertilpassede i systemet primært er henvendt til konsulenten, da det er dem, der skal have mulighed for at bruge de metoder, der er til rådighed,

hvorimod vores anden brugergruppe - klienterne, ikke har samme behov, eftersom de er dem, der bidrager med information fremfor indhold. Dette vil også være den virkelighed der på nuværende tidspunkt er gældende i en konsulentpraksis, at det er konsulenten, der har metoderne og processerne til at behovsprofilere klienten, og det er klienten, der bidrager med information. Simulations elementet i NeedFinders afgrænsede virkelighed vil derfor være en refleksion af den ovenstående virkelighed.

De dele af systemet, som vi designer, altså selve skallen af systemet som konsulentvirksomhedens metoder skal sættes ind i, vil være en transparent tilgang. Den transparente tilgang kommer til udtryk ved, at systemets informationsarkitektur ikke skal være omskiftelige for konsulenten. Det er således vigtigt, at systemet er designet med baggrund i konsulenternes adfærd og bliver tilpasset dette. Det kræver som tidligere nævnt, at vi har en væsentlig viden om vores bruger, der i dette tilfælde er repræsenteret ved konsulenten. Som salgskonsulenten hos act2learn udtaler i et interview: *"Det kommer også an på, hvordan det er konstrueret. Hvordan vægtningen er i redskabet. Vi har tidligere brugt CRM-systemer. Det virker ikke super godt for os. Det er simpelthen for tungt. Man kan sige i CRM-system, der har vi heller ikke mulighed for at skrive om kunden, men det ligger op til at man skrive noget om, hvad har vi lavet af aftaler, hvornår skal vi snakke sammen igen og hvad er det for nogle ting vi har været i gang med. Det lægger ikke op til at skrive om, hvad er det for en type virksomhed, hvor mange er de, hvad er det for nogle udfordringer de står i pt."* (Bilag 4, s. 13).

Et system, de tidligere har benyttet sig af hos act2learn, har været et customer-relationship-management-system (CRM-system), der har haft til hensigt at fungere som et kunde-relations-værktøj. CRM-systemet skiller sig ud fra vores system ved at fungere som et planlægningsværktøj fremfor et behovsprofileringsværktøj. CRM-systemet har været et tungt system, da det har været for ressourcekrævende for konsulenterne hos act2learn at bruge. Det har givet os en indsigt i at NeedFinder skal designes således, at det er tilpasset konsulenternes adfærd i systemet og hvis det bliver for tungt vil stoppe konsulentvirksomheden med at bruge det. NeedFinder skal derfor være let tilgængeligt for konsulenterne at inkorporere i deres hverdag, hvorfor systemet også bliver konfigureret specifikt til dem. Act2learns salgskonsulent udtaler yderligere, at: *"Det går mere på, vi har nogle værktøjer hvor det kunne være fedt at have et værktøj der gik ud på, hvad er det egentlig for nogle mennesker vi har mødt? Det kan man godt bruge et CRM-system til, det er det bare ikke fleksibelt nok til. Så det tænker jeg faktisk kunne være en kæmpe gave. At man kunne prøve at mappe sine kunder eller potentielle kunder. Det vil gøre det nemmere og bedre at få systematiseret kunderne."* (Bilag 4, s. 13). NeedFinder vil automatisk lagre den registrerede information fra klienterne igennem de besvarelser, de har angivet. Dette bidrager således også til, at konsulenterne automatisk kan systematisere klientvirksomhederne. I core-designet vil det dog ikke være muligt for konsulenterne at indskrive deres tanker og refleksioner om forløbet i systemet, og må i stedet anses som et innovationsspor til NeedFinder. Designmetodisk vil vores transparente tilgang til brugertilpasning fremtræde i core-designet af systemet både i de dele af systemet, der kan ændres og tilpasses den enkelte konsulentvirksomhed men også i de tilfælde, hvor der udelukkende er tale om skallen af designet. Designet af skallen er baseret på den transparente viden, act2learn bidrog med i undersøgelserne. Vi bruger således en krydsning mellem transparent og adaptive, da vi har foretaget undersøgelser, hvorigennem vi har fået indsigt i, hvilke dele af systemet der vil være elementære og derved ens for alle konsulentvirksomheder, og hvilke dele, der kræver en specifik tilpasning til den enkelte konsulentvirksomhed. Vi har i dette designmetodiske lag udledt de væsentligste core-design funktioner systemet skal have. Systemet giver konsulenten adgang til to funktioner som er at kunne sammensætte de brugertilpassede konfigurerede metoder i en behovsprofilering og at kunne tilgå den registrerede information fra klienten.
Brugertilpasningen af systemet bliver således primært med afsæt i konsulenten, og vil derfor være en konsulenttilpasning, så systemet kan bruges bredt af flere konsulentvirksomheder og ikke være specifikt målrettet én konsulentvirksomhed.

Et andet element, der er væsentligt i dette lag af vores designmetodiske tilgang og har afsæt i vores problem, er, hvordan konsulenten iscenesættes simulativt, da den digitale konsultationen imellem klient og konsulent ikke længere optræder i sin fysiske form, som vi kender den i dag, men i stedet vil være en simulation af dette møde. Det er således vigtigt, at de konfigurerede behovsprofileringsmetoder optræder i den enkelte klients behovsprofilering, på en måde, hvor det er åbenlyst for klienten, hvordan der skal ageres for at bidrage med den optimale information, da konsulenten ikke vil være fysisk tilstede til at stille flere kritiske eller opklarende spørgsmål.

Salgskonsulenten havde en skepsis til den digitale konsultation i forhold til at salgskonsulenten ikke længere bliver nødvendig ved det første møde med klienten, idet hun udtaler: *"Der er rigtig meget idet med at have gode relationer. Meget af mit netværk arbejde går med at skabe relationer med mennesker, som ved det er mig de skal ringe til. Hvis jeg sender dem*

et spørgeskema uden at jeg som person er med, så nægter jeg at tro på at de vil svare på det. Jeg tror de vil tænke at det er mig uvedkommende. Hvad skal de med det? De vil bare tjene penge. Jeg tror man skal passe rigtig meget på med at gøre et spørgeskema i stedet for et relationelt møde" (Bilag 4, s. 11). Såfremt systemet faciliterer konsulentens adfærd, sådan den holder sig inden for rammen af, hvad der kunne forventes i dens afgrænsede virkelighed, mener vi, at dette kan nedbringe salgskonsulentens skepsis omkring, hvorvidt det fysiske møde er det bærende element i behovsprofileringen, eftersom simulationen af konsultationen vil være inkorporeret i systemet.

NeedFinder skal således kunne facilitere den konsulterende rolle med dele af den adfærd og metodiske fremgangsmåde, en konsulent typisk vil have ved en fysisk konsultation. Dette skal inddrages sådan, at funktionskomponenten i simulatoren fungerer overbevisende overfor klienten inden for systemets afgrænsede virkelighed og derved ikke forekommer statisk men opleves mere som en konversation.

Ovenstående kapitel har resulteret i en uddybelse af succeskriterierne fra strategy laget i form af krav, som skal anvendes i core-designet af NeedFinder. Til dette har vi fundet frem til, at:

- behovsprofileringsmetoderne skal være adaptive.
- konsulenten skal kunne indhente og derved systematisere den registrerede information fra klienten.
- simulationen af konsultationen skal afspejle konsulentens naturlige adfærd.

Kravene vil i de følgende kapitler blive inddelt og kategoriseret, således vi på baggrund heraf kan arbejde ud fra den objektorienteret metodiske tilgang til system design.

KAPITEL 9. OBJEKTORIENTERET METODISK SYSTEMDESIGN

Vi har i dette kapitel valgt at undersøge og benytte den objektorienterede tilgang, da denne metode tillader for implementering af core-designets krav. Den objektorienterede tilgang benytter en bottom-up designtilgang, der ligesom vores designmetode arbejder fra et abstrakt niveau til at blive mere og mere konkret.

Mathiassen, Munk-Madsen, Nielsen & Stages forklarer om den objektorienterede metode, at en af dens overordnede fordele er ved brugen af objektbegrebet. Objekter kan være alt fra personer, til økonomi, til funktioner, til behandling af data, og kan refereres til under alle stadier af udvikling; analyse, design, interface (brugergrænseflade) eller programmering (Mathiassen et. al., 1998, s. 8). Vi har derefter opdelt stadierne i yderligere to grupper, som vi selv har defineret som de proaktive og reaktive. Det, der ligger inden for den proaktive gruppe, er analyse og design mens interface og programmering ligger i den reaktive gruppe. Begrundelsen for definitionen af disse begreber er, at i vores tilfælde leder det, der er defineret som det proaktive arbejde op til det reaktive. Vi vil i dette kapitel arbejde med de proaktive stadier, da det kun er de undersøgende elementer, vi undersøger. Vi vil i skeleton laget arbejde med det reaktive i form af interfacet, men vi kommer ikke til at beskæftige os med programmering.

9.1 OBJEKTORIENTERET ANALYSE OG DESIGN

Analyse og design arbejder begge mod at blive klogere på et system, men har forskellige måder at gøre det på, hvor analyse fokuserer på systemet set udefra, fokuserer design på det indefra. Analysen tager afsæt i det et system skal interagere med, og hvilke krav der stilles til det, samt de funktionaliteter, der bliver synliggjort for brugerne. I analysen er det core-design kravene der bliver objektificeret. Design derimod arbejder mere på det tekniske plan, mod at få realiseret de opstillede krav og kigger på forskellige konstruktioner og komponenter til systemet. Dette indebærer også at kunne inkludere superklasser og klasser, som er samlinger af objekttyper, der kan passe under en kategori. Objekter adopterer overordnede adfærdsmønstre fra deres klasse, som igen adoptere fra deres superklasse. Klasser kan hjælpe med at sikre en proces et mere overskueligt og planlagt forløb (Mathiassen et al., 1998, s. 3 & 9) For NeedFinder resulterer design arbejdet i et UML diagram over de objektificerede core-design krav, som vil være at finde i

slutningen af kapitlet. Vekselvirkningen i processen mellem analyse- og designfaserne er ikke fastelagte, da det ville betyde, at kravene til et system ikke ville ændres gennem et forløb, dog er det sådan i praksis, at de ændres med tiden, både igennem arbejdet med analyse og design (Mathiassen et al., 1998, s. 4).

Den objektorientede metode arbejder som sagt med objektbegreber og et objekt bliver beskrevet som en helhed med identitet, tilstand og adfærd (Mathiassen et al., 1998, s. 9). Objekter bliver brugt i analysen til at strukturere vores forståelse af systemets omgivelser og i design til at forstå og beskrive systemet. Det er ofte muligt at identificere objekterne igennem navneord, tillægsord som beskriver egenskaber og tilstande og udsagnsord til at beskrive deres adfærd (Mathiassen et al., 1998, s. 8). Disse analyseobjekters anvendelse er til for at give designere større indsigt i sammenhængen både mellem systemets problem- og anvendelsesområde og dets strukturelle og dynamiske egenskaber. I designarbejdet benytter man den samme objekt fokuserede tankegang til eksempelvis at opbygge et klassediagram med og dermed opstår ensartede begrebsanvendelser under både analyse- og designarbejdet med systemet. Derved sikrer man en mere gnidningsfri overgang fra den omgivende virkelighed til den tekniske verden i systemet. (Mathiassen et al., 1998, s. 20).

Det nævnes, at analyse og design ikke i sig selv kan reduceres til rutinemæssige opgaver, og at de kræver en kreativ indsats, hvor det enkelte systems problemstilling og krav samlet spiller en afgørende rolle for dets udformning. Derudover spiller designernes viden om området en faktor i analysen. Hvis designerne ikke har nogen forudgående erfaringer på systemets anvendelsesområde, kan der opstå en usikkerhed i det omkringliggende miljø til systemet og om eventuelle brugsmønstre. Hvordan man prioriterer og tilrettelægger sit arbejde afhænger således altid af situationen (Mathiassen et al., 1998, s. 20-21). I arbejdet med NeedFinder har designprocessen båret præg af forfatterens indsigt i behovsprofileringsforløbet. Selvom begge forfattere før specialets start havde arbejdet med den konsulterende rolle, var det ikke i et miljø der anvendte de praksisser der er gældende for anvendelsesområdet af NeedFinder. Vi har i processen sigtet mod at mindske vores usikkerhed på området gennem interviews med konsulenter, for bedre at kunne træffe de bedst funderede designbeslutninger. Selvom arbejdet med systemudvikling ikke er rutinemæssige opgaver, bliver der stadig opfordret til at holde en disciplineret arbejdsproces, hvor man genbruger, hvad man kan i systemet. Det kan både være i form af at kunne genbruge data i de forskellige objekter eller at benytte sig af et forbillede. Et forbillede en funktion, der bliver brugt i et andet system i en lignende situation, hvor man kan trække på de erfaringerne derfra i implementeringen i sit eget system. Et eksempel kunne være et log-in system (Mathiassen et al., 1998, s. 21).

Det bliver nævnt af Mathiassen et al., at en objektorienteret analyse og design er specielt anvendelige i udviklingsprocesser til systemer, der kan benytte sig af dynamiske modeller til at beskrive sit problemområde (Mathiassen et al., 1998, s. 12). Det står derfor godt overens med det simulative element i NeedFinder, hvor modelkomponenten netop er styret af en dynamisk model.

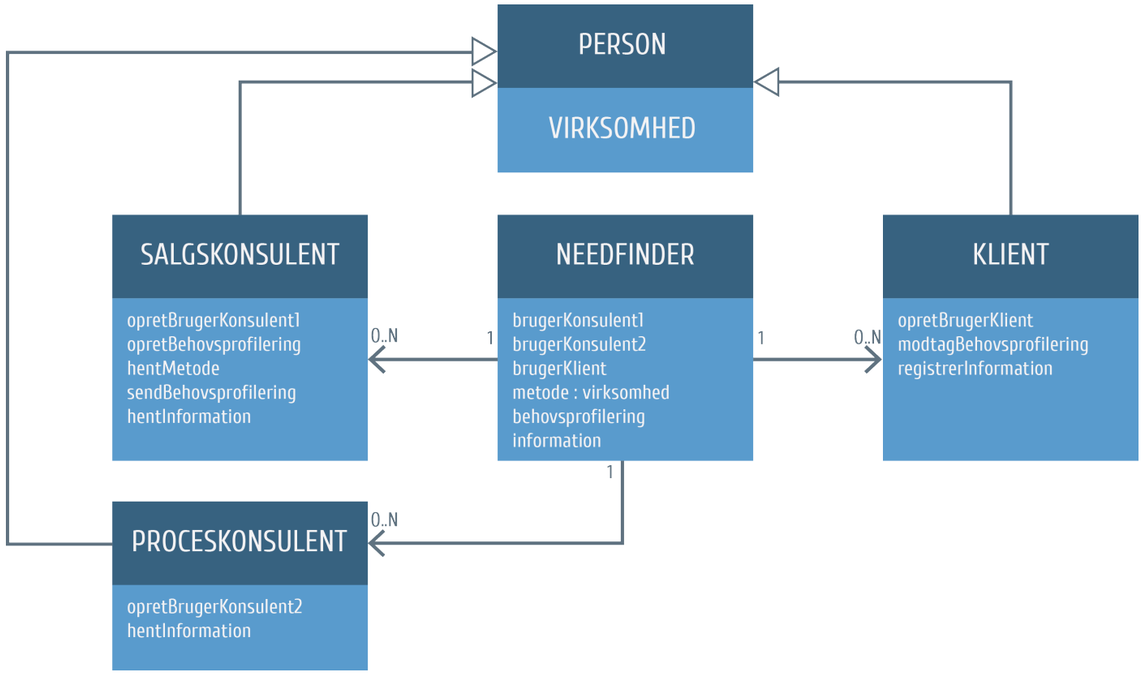
9.2 NEEDFINDER SOM ET OBJEKTORIENTERET SYSTEM

Til at udfolde teorien om systemdesign tager vi afsæt i kravene til core-designet. Det først delmål var at tage kravene og nedbryde dem i forhold til den objektorienterede metode. Vi anvendte vores viden omkring de udenforstående elementer af systemet til at hjælpe os med at kontekstualisere indholdet og funktionerne til NeedFinder. Til identificeringen af de objekter, der er tilknyttet NeedFinders core-design, var det vigtigt, at vi kunne afgrænse hvert objekt som en selvstændig helhed, der kan udpeges blandt de andre objekter. Kravene bliver i det følgende opstillet således hvert krav vil blive præsenteret hvorefter det bliver analyseret for navneord, tillægsord og udsagnsord.

Behovsprofileringsmetoderne skal være adaptive.
Navneord: Behovsprofileringsmetoderne
Tillægsord:
Udsagnsord: Adaptive

Konsulenten skal kunne indhente og derved systematisere den registrerede information fra klienten.
Navneord: Konsulenten, information og klienten
Tillægsord:
Udsagnsord: Indhente, systematisere og registrerede

Simulationen af konsultationen skal afspejle konsulentens naturlige adfærd.
Navneord: Simulation, konsultationen og konsulentens
Tillægsord: Naturlige
Udsagnsord: Afspejle og adfærd



FIGUR 10 - UML-DIAGRAM

Ud fra omdannelsen af information, der er tilpasset til at komplimentere den objektorienterede metode, kan vi med denne viden veksle fra at være i analyse til design. I design anvender vi vores overblik over objekterne af kravene for core-design til at opbygge et klassediagram over det. Vi beskriver ikke teorien bag brugen af et klassediagram, med derimod laver vi en kort introduktion omkring anvendeligheden af unified modelling language (UML), som klassediagrammet ligger under. UML er et værktøj, der kan benyttes under alle faser af den objektorienterede udviklingsproces ved at tilbyde en notationsform, der er læseligt og forståeligt for både de proaktive og reaktive faser. I praksis anvendes UML som et kommunikationsværktøj mellem designere og programmører til at fremme udviklingsprocessen ved at benytte en fælles platform, hvor man forstår hinandens arbejdsproces (Mathiassen et. al., 1998, s. 377-378). Klassediagrammet for NeedFinder kan ses i Figur 10. De navneord, tillægsord og udsagnsord vi fandt i analysen af objekter vil ikke alle blive anvendt som konkrete objekter i UML diagrammet men i stedet er de blevet placeret under andre objekter, som repræsenterer de funktioner kravene vil lægge sig under. Kravet, om at simulationen af konsultationen skal afspejle konsulentens naturlige adfærd, vil komme til udtryk i objekterne: metode : virksomhed og behovsprofilering. For kravet om, at behovsprofileringsmetoderne skal være adaptive placerer det sig under objektet: metode : virksomhed. Det sidste opstillede krav, at konsulenten skal kunne indhente og derved systematisere den registrerede information, placerer sig under: information og hentInformation.

I opbygningen af UML diagrammet står NeedFinder som det overordnede centrale objekt og indeholder de funktioner, som de interagerende objekter kan kalde på. Dette inkluderer *brugerKonsulent1*, *brugerKonsulent2*, *brugerKlient, metode : virksomhed, behovsprofilering og information*. Da de andre objekter har forskellige formål med deres interaktion med NeedFinder objektet, er det kun de funktioner, der er formålsfremmende, der kan tilgås af de forskellige brugere. *Metode : virksomhed* er det bedste eksempel på dette, ved at det kun er salgskonsulenten, der kan kalde på

funktionen, men kun får en begrænset adgang hertil i form af, hvilken virksomhed salgskonsulenten er fra. Det er objekterne: *Salgskonsulent, Proceskonsulent* og *Klient*, der interagerer med *NeedFinderobjektet*. Disse tre objekter hører dertil sammen under klassen Person, hvorfra de adopterer et fælles begreb, som er hvilken virksomhed de er fra. Salgskonsulent er det, objekt, der i størst omfang interagere med NeedFinderobjektet. Interaktionen kan ske gennem de følgende funktioner: *opretBrugerKonsulent1, opretBehovsprofilering, hentMetode, sendBehovsprofilering* og *hentInformation.* Disse funktioner reflekterer den overordnede arbejdsgang som en salgskonsulent vil have med NeedFinder systemet. En salgskonsulent vil derfor kunne oprette en behovsprofilering, som kan udfyldes med de konfigurerede metoder, der er stillet til rådighed for salgskonsulentens virksomhed. En proceskonsulent skal derimod kun kunne logge ind i systemet og hente informationen fra klienten, og derfor har dennes objekt kun adgang til funktionerne *opretBrugerKonsulent2* og *hentInformation*. Klientobjektet repræsenterer de funktioner, en klient skal kunne bruge i forhold til deres formål med systemet. Klienten skal derfor udover at kunne oprette sig i systemet kunne modtage en behovsprofilering og fylde den. Derfor er funktionerne *opretBrugerKlient, modtagBehovsprofilering* og *registrerInformation* tilgængelige for klientobjektet.

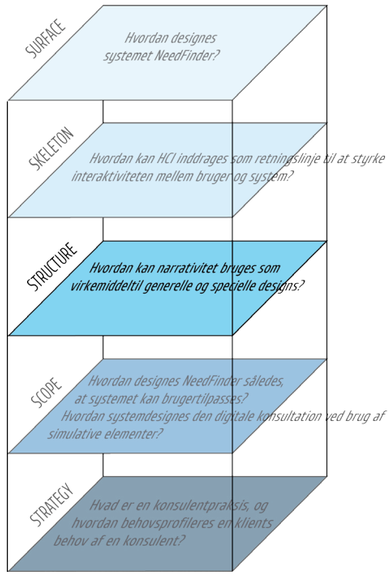
Dette UML diagram skal fra vores side ikke ses som en endelig version, der kan gives til en programmør uden forbehold, men mere som et værktøj til både at overskueliggøre NeedFinders funktioner og påvise hvem af systemets brugere, der kan hvad.

9.3 DELKONKLUSION PÅ SCOPE LAGET

I dette lag af den designmetodiske tilgang undersøgte vi, hvilke elementer af NeedFinder, der skal brugertilpasses, og hvilke der var elementære. Vi konkluderede at behovsprofileringsmetoderne skal være adaptive og konfigureres til den enkelte konsulentvirksomhed, og at konsulentens adfærd skal reflekteres i simulationen af konsultationen for at kunne erstatte manglen på den fysiske personlige relation. Derudover skal konsulenterne kunne indhente og derved systematisere informationen fra klienten. Disse tre punkter blev vores krav til at opfylde succeskriterierne for core-designet af NeedFinder. Kravene blev omdannet til at kunne indgå direkte i systemdesignet af NeedFinder for sidenhen at blive visualiseret i et UML diagram.

KAPITEL 10. SIMULATION SOM NARRATIVT VIRKEMIDDEL

Vi er nu rykket op i det tredje lag i Garrets designemetodiske model og søger i dette afsnit at specificere systemets struktur og dybde. Her har vi forholdt os til opbygningen af systemet med afsæt i at sætte konsulentens adfærd i spil i systemet via virkemidlet storytelling. Konsulentens adfærd vil komme til udtryk igennem simulationen af konsultationen. Måden simulationen skal opbygges vil blive analyseret i dette afsnit. Det er således i dette lag vi udfolder vores fjerde problemområde: Hvordan bruges narrativitet som virkemiddel til generelle og specielle designs? Vi har fra det tidligere lag kunnet konkludere, at salgskonsulenten hos act2learn havde en skepsis
omkring hvorvidt et system som NeedFinder kan erstatte konsulentens rolle i form af adfærd i forarbejdets behovsprofilering, og hvordan systemet skal bidrage med værdi overfor klienten, så det bliver gennemsigtigt, hvad de får ud af at benytte sig af systemet. Det følgende afsnit vil vi beskæftige os med storytellingbegreber, når vi omtaler simulationens udtryk og den narrative
fortælleform, vi ønsker at inddrage. Storytelling bliver inddraget for at undersøge, hvilke elementer der kan bruges i funktionskomponenten af simulatoren til at forstærke den simulative oplevelse for klienten, omend det er i form af outputs, der er blevet til ved inputs fra brugeren eller fra systemet selv.



Vores afsæt i storytellingbegrebet vil være den interaktive historiefortælling fremfor den klassiske tilgang til historiefortælling, eftersom det skal være muligt for klienten at interagere med systemet fremfor kun at opnå en reaktion. *"Reaction no matter how intense, it not the same as interaction"* (Crawford, 2011, s. 28). Dette vil også komme til udtryk i brugen af simulation som narrativ genre.

10.1 STORYTELLING

Som vores problem antyder, tager vi afsæt i en udfoldelse af narrativitetsbegrebet men med udgangspunkt i storytelling terminologien. Narrativ stammer fra det engelske narrative og kan oversættes som det at berette eller fortælle noget. Det centrale begreb ved narrativer er hændelser, og hvortil en tekst bygger på en fremadskridende handling (Abbott, 2003, s. 12). Fortællinger ses oftest som værende uformel, og en måde hvorpå et budskab kan kommunikeres på en nærværende og troværdig måde, der bidrager med autenticitet hos modtageren. Dette vil vi benytte i skabelsen af det simulative element i NeedFinder, så det fremstår autentisk og gennemsigtigt for klienten og derved højne formidlingspotentialet for konsulentens behovsprofileringsmetode via det narrative virkemiddel (Rosholm & Højbjerg, 2004). Den gode fortælling har en evne til at fastholde og gribe i mennesket. Hertil kommer Edward Wachtman og Sheere L. Johnsson med deres bud på, hvorfor historiefortælling kan bruges som virkemiddel til at viderebringe information og påvirke modtageren følelsesmæssigt samtidig med, at det taler til brugerens intelligens og fornuft. De seks bud på elementer den gode historie kan bidrage med:

1. Vi kan lære af fortællingen

2. Fortællinger skaber samhørighed og binder mennesker sammen

3. Fortællinger kan give mennesker tro på livet

4. At tilskynde handling

5. Fortællinger kan hjælpe med at huske begivenheder og derved være uforglemmelige

6. En forbindelse mellem sandhed og myter, der kan påvirke menneskets adfærd (Wachtman & Johnson, 2009, s. 31).

GENRE	THE COMMUNICATOR	THE COMMUNICATED	SITUATED USER ROLE
DIDACTIC	TEACHER	MATTERS MENTIONED	LEARNER
EPIC	NARRATOR	THE TOLD	LISTENER
DRAMATIC	MODEL	THE MODELLED	SPECTATOR
SIMULATIVE	SIMULATOR	THE SIMULATED	PARTICIPANT

FIGUR 11 - SIMULATIV GENRE
(EGEN TILVIRKNING)

Rosholm og Højberg opererer med tre grundlæggende karaktertræk en fortælling skal indeholde for, at der sker en fremadskridende handling: konflikten, kronologien og pointen. Konflikten skal sætte historien i gang og er medvirkende til at skabe en forandring. Det er igennem konflikten, det vil være muligt at bidrage med en løsning. Kronologien tager afsæt i Aristoteles start, midte og slutning og bidrager til at drive handlingen frem samt viser, hvordan der skabes en sammenhæng i konflikten. Pointen binder alle elementerne i fortællingen sammen og giver fortællingen sin handling. Her synliggøres fortællingens budskab for modtageren og skaber derved en dybere mening (Rosholm & Højbjerg, 2004 s. 22). Storytelling, gør det, ifølge Chris Crawford, muligt at binde sprog og kultur sammen og kan derved bruges til at videreformidle information fra en enhed til en anden (Crawford, 2011, s. 9). Dette vil også være den tilgang, vi benytter i designet af det digitale system, eftersom storytelling bidrager med at få information fra klienterne til konsulenterne men med afsæt i behovsprofileringmetoderne, som optræder som en simulation i den digitale konsultation.

Med ovenstående in mente og hvis vi skal kunne skabe en fortælling skal denne fortælling have et grundlæggende kernebudskab. Kernebudskabet i vores fortælling om det digitale system NeedFinder er at skabe en digital konsultationen mellem konsulent og klient, der er styret af en simulator. På baggrund af dette kan vi skabe rammerne for, hvad indholdet af simulation skal være. Peter Hams Larsen opstiller en model, der definerer den rolle henholdsvis afsenderen og modtageren af fortællingen indtager. Her tages der afsæt i en didaktisk, episk eller dramatisk fremstilling af fortællingen. Den didaktiske tilgang er i forhold til de lærende elementer i fortællingen og det episke er det fortællende. Hertil er der afsenderens og modtagerens rolle som kan være didaktisk og derved lærende, episk og derfor lyttende og dramatisk som tilskuer (Larsen, 1990, s. 92-95). I arbejdet med designet af NeedFinder optræder konsulenten som afsenderen og vi ser systemet have en didaktisk tilgang. Dette skal forstås på den måde, at systemets fortælling er didaktisk og lærende, når det skal bidrage med viden og information om konsulentens metoder i behovsprofileringen. Klienten bliver således modtageren og optræder med rollen som den lærende, da indholdet i fortællingen er henvendt til dem. Rosenstand har videreudviklet Peter Hams Larsens model til også udover den didaktiske, episke og dramatiske genre, at indeholde en simulativ genre.
Modellen kan ses i Figur 11.

Den simulative genre sættes i spil i de fortællinger, hvor modtagerens rolle ikke blot bliver den lyttende og lærende rolle men i stedet bliver en deltager (Rosenstand, 2011, s. 263). Det system, vi ønsker at designe, vil ved hjælp af inddragelsen af narrative elementer skulle medvirke til at simulationen ikke optræder statisk og rigidt i forhold til at skulle facilitere konsulentrollen. For at systemet bliver en simulation af konsultationen med afsæt i narrativitet, vil vi også undersøge, hvordan brugerne kan interagere med systemet og derved indtage rollen som deltager. Den teoretiske udfoldelse af, hvad vi forstår ved interaktivitet og brugeroplevelser, vil først blive uddybet i specialets skeleton lag.

Dog vil vi stadig i dette afsnit bruge elementer derfra til at tage afsæt i, hvor de interaktive elementer i simulationen skal placeres i forhold til at skabe en digital interaktion mellem konsulent og klient. "What should the user of an interactive storyworld be able to do? The answer is obvious: The user should be able to make dramatically significant decisions" (Crawford, 2011, s. 54). Chris Crawfords spørgsmål vil vi forholde os til ved udvælgelsen af de elementer, der skal være interaktive således de vil have en indflydelse for progressionen i behovsprofileringen. Vi vil derfor i det følgende se hvordan interaktiviteten kan bringes i spil og hvor det er relevant at benytte i samspil med narrativitet som virkemiddel i udviklingen af simulationen i NeedFinder.

10.2 ANALYSE AF NEEDFINDERS NARRATIVE ELEMENTER

Som nævnt i specialets kapitel, vedrørende strategy laget og i vores gennemgang af vores metodiske tilgang, er en teoretisk udfoldelse af et felt ikke afgrænset til at skulle blive i det lag, hvori det er placeret. Der kan således være elementer fra et lag, der også gør sig gældende i designet af systemet på et senere tidspunkt. Dette kommer også til udtryk i vores førnævnte iterative arbejdsproces. Vi vælger derfor til analyse af systemets narrative virkemidler også at inddrage narrativ simulation, som er beskrevet i det foregående afsnit i designets scope lag. Dette element benytter vi i designets structure eftersom elementer fra simulation og narrativitetsbegrebet sammen kan skabe en kobling til, hvordan den digitale konsultation i systemet skal designes.

Vi har i vores interviews foretaget med salgskonsulenten hos act2learn kunnet konkludere, at den sociale interaktion og relationen mellem konsulent og klient spiller en væsentlig rolle i forarbejdet og i behovsprofileringen af klienten. Konsulenten bidrager med en adfærd og en personlighed, og har muligheden for at spørge ind til klientens svar under behovsprofileringen. Vi vil undersøge nærmere, hvordan vi kan inkorporere konsulentens adfærd i den digitale konsultation for derfor at skabe en oplevelse, der er så virkelighedstro mod den fysiske konsultation som muligt.

Til at facilitere narrativitetsbegreberne og selve simulationen havde vi brug for et kommunikationsværktøj til at binde det hele sammen. Til dette har vi valgt at gøre brug af video som kommunikationsværktøj, da dette format kan understøtte vores succeskriterier for NeedFinders core-design i form af at simulere konsulentens adfærd både gennem billede, lyd og tekst. Såfremt kommunikationsværktøjet kun havde taget udgangspunkt i enten lyd eller tekst, ville det ikke danne et helt billede af konsultationen, og det kunne blive sværere at forholde sig til for klienten. Udover at bruge video som kommunikationsværktøj, vil der ved at blive tilføjet et yderligere lag i form af interaktivitet til videoen opstå en dynamik, fordi modtageren nu vil få en rolle som aktiv deltager.

10.3.1 INTERAKTIV VIDEO TIL SIMULATION AF KONSULTATIONEN

Vi ønsker i den interaktive video at kommunikere en simulation mellem klient og konsulent. Videoen med konsulenten bliver således simulatoren og brugerens rolle, som er klienten, bliver deltageren, eftersom det er klienten der skal interagere med videoen for at registrere information til behovsprofileringen i NeedFinder.
Videoen bliver lavet på baggrund af de samlede adaptive metoder konsulentvirksomheden gør brug af i behovsprofileringen af klienter. Opbygningen af videoen vil tage afsæt i en start, en midte og en slutning. Starten af videoen vil være en introduktion af den pågældende konsulentvirksomhed. Ved en fysisk konsultation vil det første konsulentvirksomheden præsentere være dem selv, hvem de er som organisation, og hvad de som virksomhed kan gøre for at hjælpe klienten. Dette skal overføres til den interaktive video, så den første del af videoen bliver en introduktion til organisationen. Starten af videoen bliver altså med afsæt i en didaktisk genre, da denne del har til formål at bidrage med viden. Herefter følger den interaktive videos midte. Det er i denne del af videoen, klienten får rolle som deltager, da det er her simulationen kommer til udtryk i form af behovsprofileringen. Behovsprofileringen foregår på den måde, at en person i videoen optræder som rollen af en konsulent. Herfra bliver der stillet spørgsmål og øvelser ud fra den enkelte konsulentvirksomheds metoder. Svarene, som klienterne skal give til disse metoder, optræder som interaktive muligheder i videoen. Klienten får således mulighed for at give det svar, de ser som det mest passende for den situation, de befinder sig i. Sådan fortsætter simulationen indtil klienten har svaret på alle konsulentens behovsprofileringsmetoder. Der kan således argumenteres for at i forhold til narrativitetsbegrebet, er dette konflikten der sætter historien i gang og er medvirkende til at skabe en forandring, da den information, klienten registrerer, vil påvirke udfaldet af behovsprofileringen, samt hvordan det endelige konsulentforløb kan blive sammensat. Eftersom konsulenten ikke vil være fysisk tilstede, når klienten udfylder behovsprofileringen, er det vigtigt, at klienterne er

sat ind i, hvordan de skal svare på metoderne, så der ikke opstår tvivl om dele af behovsprofileringen. Yderligere skal konsulentvirksomheden, i deres udarbejdelse af deres konfigurerede metoder, have opstillet svarmuligheder, som vil dække de måder, hvorpå klienterne vil kunne svare på. Spørgsmålenes udformning vil være lukkede og kun give klienten mulighed for at vælge en af de svarmuligheder, metoden lægger op til. Vi har valgt at gøre brug af denne måde at kunne svare på, da det giver et stabilt udgangspunkt til at eksemplificere core-designets funktionalitet på. I forlængelse af dette vil et muligt innovationsspor være at konsulentvirksomheden kan sammenholde og analysere den registrerede information på tværs af deres klienters svar. Konsulentvirksomheden får nu et objektivt sammenligningsgrundlag, hvilket muliggør, at de kan måle på sammenhængen mellem behovsprofilerne og nødvendige indsatser, for derefter eksempelvis at kunne optimere på, hvilke typer af kunder, der er mest profitable. Dette vil således være et udtryk for business intelligence. Slutningen af den interaktive video skal indeholde en afrunding på behovsprofileringen og være en indikator på, hvad næste skridt for klienten er. Så klienten skal her forsikres om, at de har gennemført behovsprofileringen og vil blive fortalt, hvad de kan forvente vil være det næste, der skal ske i forarbejdet til konsulentforløbet. Denne del af videoen vil ligesom starten tage afsæt i en didaktisk genre, da klienten ikke længere vil optræde som deltager, da de ikke kan interagere med denne del af videoen. Videoens slutning vil altså kun optræde for at bidrage med information.
Personen, der optræder i videoen i den konsulterende rolle, er som udgangspunkt ikke konsulent i den pågældende konsulentvirksomheden, men i stedet en skuespiller. Grunden til, at vi benytter en skuespiller i den konsulternede rolle, er, at de igennem deres profession har et bedre udgangspunkt til at skabe en relation igennem videomediet, da de er vant til benytte sig af dette kommunikationsværktøj. Vi er derfor af den overbevisning, at dette vil styrke den relation simulationen vil kunne opbygge. Ydermere var et af succeskriterierne for core-designet, at det skulle give en mindre arbejdsbyrde for salgskonsulenten ved at benytte sig af NeedFinder. Derfor mener vi også, at valget om at benytte en skuespiller og ikke den enkelte salgskonsulent i konsulentvirksomheden til at være konsulentens ansigt i videoerne, vil være ressourcebesparende for konsulentvirksomheden. Derudover vil det også lette arbejdsbyrden i forbindelse med udarbejdelsen af de konfigurerede videoer, da en skuespiller ikke skal instrueres i, hvordan man agerer foran et kamera, hvilket en salgskonsulent umiddelbart skal.

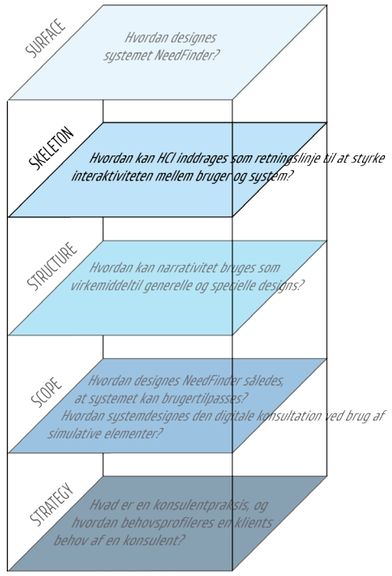
Implicit skal fortællingen om den gode konsultation mellem klient og konsulent være gennemgående både i start, midte og slutning. Starten skal sikre, at klienten får den fornødne information om konsulentvirksomheden, midten skal facilitere simulationen i form af behovsprofileringen og slutningen skal afrunde den interaktive video med information om det videre forløb. Derved fremstår pointen, der binder elementerne sammen og giver en samlet rød tråd i simulationens opbygning, dette fremmer fortællingens budskab overfor modtageren og skaber derved en dybere mening.

10.4 DELKONKLUSION PÅ STRUCTURE LAGET

Det, vi har undersøgt i dette afsnit, er narrativitet i forhold til at skabe den gode fortælling om konsultationen mellem klient og konsulent. Denne fortælling kommer til udtryk igennem en interaktiv video, som faciliterer en simulation af en konsultation. Klienten har igennem den interaktive video mulighed for at registrerer sine svar gennem interaktive valgmuligheder, som til sidst vil resultere i den endelige behovsprofil af klienten. Den interaktive video gør brug af en start midte og slutning i sin opbygning til at strukturere sin progression i forhold til den gode fortælling. Videoen bliver en vekselvirkning mellem den didaktiske og simulative narrative genre. Didaktisk i sin lærende format i starten og slutningen og simulativ i midten, når klienten får mulighed for at deltage aktivt og bidrage til fortællingens fremdrift.

KAPITEL 11. HCI TIL AT STYRKE INTERAKTIVITETEN MELLEM BRUGER OG SYSTEM

Til at undersøge problemet: *Hvordan kan HCI inddrages som retningslinje til at styrke interaktiviteten mellem bruger og system?* Bruger vi human-computer interaction (HCI) til at rammesætte kommunikationen mellem bruger og simulator gennem interaktive inputs og outputs, hvortil interaktiviteten bliver beskrevet som et medies potentielle egenskab til at lade brugeren kunne influere på systemets indhold, eller hvilken information der bliver formidlet (Rosenstand, 2011, s. 261). Vi vil derfor i skeleton laget af designmetoden arbejde med, hvordan metoderne og layoutet i NeedFinder skal udforme sig for at være engagerende at anvende. Til at gøre dette, undersøger vi, hvad en brugeroplevelse er med afsæt i International Organization for Standardization (ISO), Kraft og Rogers, Preece & Sharp. Ud fra dette lavede vi en samlet definition af brugeroplevelsen, hvortil vi udfoldede måder, hvorpå vi som designere kan påvirke den på og derved kunne styrke interaktiviteten i NeedFinder. Afsnittet udmønter sig i designkriterier, der fokuserer på NeedFinders interaktivitetsmuligheder, som direkte kan trækkes over i surface laget, som retningslinjer for core-designet.



11.1 BRUGEROPLEVELSE

I udformningen af en referenceramme til at beskrive en brugeroplevelse af et system, har vi i det følgende tilknyttet tre forskellige bud på, hvad en brugeroplevelse er, for derefter at lave en definition, der inddrager elementer fra alle tre. Denne brugeroplevelsesdefinition er udarbejdet med en intention om at beskrive, hvordan man får en god oplevelse med NeedFinder i form af interaktion med interfacet. Målene for den gode brugeroplevelse med interfacet kan dog ikke overføres til også at være gældende for klienters oplevelse af NeedFinders narrative simulation. Den narrative simulation vil være subjektiv eftersom behovsprofileringsmetoderne kan afføde følelser som frustration og irritation, da det, de skal tage stilling til, kan være følsomme områder.

ISO forklarer, at en brugeroplevelse er bundet til, hvad en person forholder sig til i brugen eller en forventet brug af et givent system. Brugeren forholder sig til et system gennem sine følelser, overbevisninger, præferencer, opfattelser og præstationer, der alle kan blive influeret både før, under og efter brugen af systemet.
Derudover kan brugeroplevelsen også blive påvirket af en brugers perception af systemets branding, præsentation, funktionalitet og ydeevne, samt hvor villig man er til at påbegynde oplevelsen til at starte med (ISO, 2010, ¶ 2.15).

Kraft fortæller, at brugeroplevelsen bliver dannet gennem de følelsesregistre, man gennemgår ved brugen af et system, og at især førstehåndsindtrykket kan sætte dybe følelsesmæssige aftryk for den overordnede oplevelse. Den endelige brugeroplevelse for en bruger kan være stærkt præget af bare en enkelt gimmick i systemet, både i en positiv eller negativ retning (Kraft, 2012, s. 1). Yderligere beskriver Kraft, at for ham er den ideelle brugeroplevelse, når en bruger føler glæde, tilfredsstillelse, stolthed eller endda forelskelse gennem sin brug af et system. For at kunne opnå dette hos en bruger, kræver det, at man i sit design har haft fokus på sine kernefunktioner gennem kendskab til sine brugere og eventuelle tilføjelser af gimmicks i centrale områder af systemet (Kraft, 2012, s. 1).
Rogers, Preece & Sharp forklarer, at en brugeroplevelse bliver formet løbende som systemet udfoldelser sig gennem anvendelse i den virkelige verden. Det er altså de følelser brugere får ved at anvende systemet i en autentisk situation med fingrene begravet i det. Det, en bruger kan føle ved brugen af et system, kan spænde fra et overordnet indtryk af systemet til en sensuel oplevelse i form af en bestemt form for feedback, man får ved at trykke på en knap. Det er redskaber som usability, som bliver nævnt som en integral instans for at kunne designe et system til at være sensuelt og

emotionelt appellerende for en person uanset om oplevelsen varer 3 sekunder eller 3 timer (Rogers et. al., 2011, s. 12).
De tre ovenstående definitioner, af hvad en brugeroplevelse er, roterer alle omkring de samme delmål, nemlig at kunne give en person en tilfredsstillende oplevelse gennem brugen af et system. Måden, hvorpå dette opnås, deler dog vandene en smule. Til den samlede definition inddrager vi elementer fra de forestående definitioner til at kunne udlede en nuanceret definition for en brugeroplevelse af et system til at være: *et resultat af den følelsesmæssige tilstand en person er i efter brugen af et system i en autentisk situation. Brugeren bliver influeret af systemet før oplevelsen starter i form af villighed og kendskab og under oplevelsen af funktionalitet, layout, feedback og ydeevne. Disse elementer og flere til er alle med til at udgøre de følelser en bruger får gennem brugen af et system og resulterer i den opnåede brugeroplevelse.*

11.2 ARKITEKTONISK OPDELING AF NEEDFINDER

Designet af NeedFinders core-design, vil i surface laget som udgangspunkt blive designet ud fra forfatternes egne erfaringer med diverse systemer. Vi så det derfor som vigtigt at få opbygget et grundlag, som disse erfaringer kan implementeres med et afsæt ud fra. Med udgangspunkt i den gode brugeroplevelse, inddragede vi virkemidler, der aktivt kunne bruges til at forbedre den. Til at gøre dette benyttede Kuniavsky og Rogers, Preece & Sharp, der henholdsvist arbejder med informationsarkitektur, interaktions- og identitetsdesign samt usability.

Kuniavsky beskæftiger sig med brugeroplevelsen som en tredelt operation, der kategoriseres som informationsarkitektur, interaktions- og identitetsdesign. Denne metoder går ind og identificerer elementer i forskellige lag af et systems arkitektur, der videre kan bruges til påvirke en brugeroplevelse (Kuniavsky, 2003, s. 43-52). I arbejdet med NeedFinder benyttede vi denne arkitektoniske opdeling, som et rammesætning af interaktiviteten i NeedFinder. Med et overblik over NeedFinders arkitektoniske opdeling, anvendte vi usability til at opstille designkriterier vedrørende brugeroplevelsen, der benyttes under designimplementation af core-designet i surface laget. Intentionen, med disse designkriterier er, at de løbende skal fungere i en direkte og reflekterende proces, som arbejder med optimere brugeroplevelsen med NeedFinder for dets brugere. Vi vil i det efterfølgende undersøge og konkretisere informationsarkitekturen, interaktions- og identitetsdesignet for NeedFinder.

Informationsarkitektur omhandler hvorvidt informationselementerne, der bliver præsenteret for brugeren er forståelig og passer ind i konteksten af systemet og i forhold til andre omkringliggende informationer. Informationselementerne i NeedFinder skal derfor opstilles på en måde, der reflekterer, hvad der anses som logisk og anvendeligt for både konsulent og klient. Dette kan komme til udtryk igennem to begreber, som er den eksplicitte og implicitte informationsstruktur. Den eksplicitte informationsstruktur bliver opfyldt, når der ikke opstår nogen tvivl hos brugeren om, hvordan informationen er struktureret, som for eksempelvis i en telefonbog. Det hjælper en bruger med hurtigt at kunne danne et overblik over, hvilken information systemet kan tilbyde, hvor det er at finde, og hvordan den kan bruges. Den implicitte informationsstruktur er mere abstrakt og ikke nødvendigvis designet med en bruger in mente. Det er derfor ikke altid, at et sådant system, vil bidrage med gode brugeroplevelser til en bruger. Det er oftest, at backend designet af et system, er implicit, mens frontend er eksplicit. Idéen med et godt informationsdesign for NeedFinder er, at den del af systemet, der bliver vist til brugerne, altså interfacekomponenten af simulatoren, bliver let og overskuelig at navigere rundt i, uden et behov for at have sat sig ind i de bagvedliggende teknikaliteter af systemet. For designet af NeedFinder handler det om igennem informationsarkitekturen at tilbyde dets brugere en intuitiv oplevelse, således hver handling de foretage i systemet, har en forudsigelig konsekvens for dem (Kuniavsky, 2003, s. 45). Med udgangspunkt i simulationen i behovsprofileringen vil informationsarkitekturen blive sat i spil ved den måde informationselementerne er sat op på. Et eksempel på dette kunne være, når klienten bliver præsenteret for fire svarmuligheder i den interaktive video, skal de placeres et sted der vil være logisk for klienten og i forhold til de andre informationselementer. Et logisk sted at placere svarmulighederne vil være nederst og ved siden af hinanden i videoen, da klienten således stadig vil kunne opretholde en kontakt med konsulenten.

I interaktionsdesign arbejdes der med alt der har med en interface at gøre, det vil sige alt som en bruger kan opfatte og interagere med i et system. Det er både sanselige indtryk i form af, hvad man læser, ser og hører, men det kan også i form af taktilt feedback eller system manipulerende handlinger. I NeedFinder skal der derfor være fokus på, hvordan funktionerne i systemet bliver kommunikeret til brugeren, og hvor ligetil og forståeligt, det er gjort. Det kan gøres visuelt gennem hvor let en skrifttype er at læse og om knapperne er store nok til ubesværligt at kunne trykkes på. På et funktionelt plan kunne det være gennem de svarmuligheder en klient får budt, vil være opstillet på en me-

ningsgivende måde. Det kan eksempelvis være i en situation hvor klienten skal erkende hvor enige de er i et udsagn på en skala fra 1-4, skal svarmulighederne stå i en rækkefølgen 1, 2, 3 og 4 for ikke at forvirre klienten. Dertil skal svarmulighederne ikke være synlige for klienten, før de skal svare på det pågældende spørgsmål. Interaktionsdesignet handler i bund og grund om brugerens navigation i informationsarkitekturen, hvor man fokuserer på, at den rigtige information, i den rigtige format bliver præsenteret på de rigtige tidspunkter (Kuniavsky, 2003, s. 49-50).

Identitetsdesign beskæftiger sig med det udtryk, man ønsker sit system skal have. Det handler om at give systemet et form for look, der bliver modtaget med positive følelser af brugerne. For simulationen i NeedFinder bliver dette f.eks. realiseret gennem valget af den skrifttype, der bliver brugt i systemet. Stilen for den skrifttype man bruger, kan få indflydelse på, hvor seriøst brugerne af systemet vil se det på, både ved førstehåndsindtrykket, men også den kontinuerlige brug. NeedFinder vil gøre brug af en Sans-Serif skrifttype, da den er velegnet til brug i et digitalt medie. Derudover kan det også realiseres i form af den måde tonefaldet i spørgsmålene og svarene er formuleret på. Yderligere kan der argumenters for, konsulentens adfærd i den interaktive video også har en indvirkning på identitetsdesignet, da konsulentens tonefald, gestikulation og kropssprog også kan have en betydning. For NeedFinder vil spørgsmålene i behovsprofileringerne være af neutral karakter, og ikke bære præg af eksempelvis humor, da det har et risiko for at forringe oplevelsen for klienten. Ligeledes skal konsulents adfærd i videoen udtrykke en neutral tilgang. Det endegyldige mål med et identitetsdesign er at tilbyde en behagelig og tilfredsstillende oplevelse, der måske endda er mindeværdig (Kuniavsky, 2003, s. 51).

Til at bygge videre på Kuniavskys teori, inkluderer vi usability til at identificere specifikke designkriterier for funktionaliteten og interaktiviteten i NeedFinder. designkriterierne skal ses som en guideline til designet af NeedFinder i surface laget.

11.3 USABILITY

Usability er et redskab der bruges til at sikre, at interaktive produkter er lettere at lære, mere effektiv at bruge og en fornøjelse at arbejde med (Rogers et. al., 2015, s. 19). Selve værktøjet er delt op i seks forskellige faser, der arbejder med den interaktion en bruger har med et system. Dette muliggør en proces, hvor diverse aspekter inden for dette område kan blive vurderet i forhold til deres nuværende præstation, eller til at få opbygget krav og retningslinjer til en kommende design implementering. Rogers, Preece & Sharp nævner dog at målene ikke alene kan give en bedømmelse for den samlede brugeroplevelse (Rogers et. al., 2015, s. 19). I vores design af NeedFinder, vil vi bruge usability til opbygge krav, der i første omgang skal fungere som retningslinjer til at afgrænse og effektivisere vores designvalg til core-designet.

De seks usability mål, til at optimere og sikre en bedre brugeroplevelse for et system, er: *Effectiveness, Efficiency, Safety, Utility, Learnability og Memorability.* Målene går på hver sin måde ind og arbejder med et område af en brugeroplevelse, der derigennem kan give designeren indsigt i at kunne tilpasse et system til deres brugeres behov. Det samme er gældende for NeedFinder, hvor vi vil ud fra den viden, vi har akkumuleret i de forrige lag skaber designkriterier for designet. Usabilitymålene bliver forklaret og uddybet af Rogers, Preece & Sharp, og hvorefter vi vil tilføje de kriterier, vi har opbygget med udgangspunkt i NeedFinders arkitektoniske opdeling af core-designet (Rogers et. al., 2015, s. 19-22).

Effectiveness: En generel måde at måle systemets ydeevne om det, kan det, som det er designet til at kunne. Det kan eksempelvis være i forhold til læring, arbejdsrutiner, informationstilgængelighed eller transaktioner.
For NeedFinder udfolder det sig i:

- Det skal være intuitivt og logisk, hvordan behovsprofileringsmetoderne udføres.
- Det skal være intuitivt, hvor klienternes registrerede information i systemet er vist.
- Det skal være let for klienterne at forstå, hvornår de er i start, midte eller slutningen af den interaktive video.

Efficiency: Omhandler hvorvidt systemet er effektiv til at yde støtte til en brugers handlinger. Det kan eksempelvis være ved, hvor mange klik en bruger skal lave for at udføre sin ønskede handling.

- Svarmulighederne og den registrerede information skal være arrangeret på en logisk måde for brugeren.
- Skrifttypernes størrelse og farve er lette at læse for brugerne.

Safety: Dette mål handler om at beskytte brugeren mod at begå fejl, og hvis de begår en fejl, skal de have en let måde at rette op på den igen. En risiko for en bruger kan derfor være ved at trykke på en forkert knap, som kan resultere i uønskede handlinger. Det kan blandt andet være, at denne forkerte knap vil slette indhold brugeren har tastet ind i stedet for at gemme det.
Dette kan forebygges på flere niveauer. Det kunne være selve placeringen af knappen, er den for tæt på den knap, man ønsker at trykke på? Giver systemet en advarsel, hvis man er i gang med at foretage en handling, der vil have en negativ effekt på ens handlinger indtil videre? Er det muligt selv efter man har trykket på knappen at kunne fortryde den handling?

- Systemet skal give en advarsel, hvis konsulenten eller klienten er i gang med at foretage en handling, der vil have en negativ effekt.
- Det skal være muligt selv efter man har trykket på en knap at kunne fortryde denne handling.
- Advarslerne skal være tydelige såfremt konsulenten eller klienten er ved at udføre en konsekvens betinget handling.
- De interaktive elementers funktion skal kunne aflæses af brugerne ud fra dets layout.

Utility: Tilbyder et system de rette funktioner til det en bruger har behov for eller lyst til at gøre for at udføre en handling. Er der nok redskaber i værktøjskassen til at løse diverse problemstillinger brugeren må stå overfor, altså er der mulighed for at udføre disse opgaver uden at være begrænset af systemets design?

- Klienterne kan svare på spørgsmålene i behovsprofileringsmetoden på den måde de ønsker at gøre det.
- Systemets informationsarkitektur skal tilgodese brugernes måde hvorpå de vil løse opgaver.

Learnability: Hvor let er systemet at lære at bruge?
Oftest ses det, at en bruger ikke ønsker at tilbringe for meget tid med at lære, hvordan man bruger systemet, men vil hurtigt kunne gå i gang. Ved mere komplekse systemer har brugerne generelt mere tålmodighed til at lære systemet at kende.

- Der skal tilbydes nok information om funktionerne i systemet.
- Funktionerne er placeret og forklaret således konsulenterne og klienterne har let ved at forstå hvordan de kommer videre i systemet.

Memorability: Dette omhandler, hvor let en bruger vil have ved at huske, hvordan man bruger et system eller specifikke funktioner i systemet efter noget tids fravær. Det er især vigtigt for systemer, der ikke bliver brugt på daglig, ugentlig eller måske månedlig basis, da en større genoplæring hver gang ville være uhensigtsmæssigt for brugeren. Interfacet har en del at have sagt på dette område, da mange episoder med dårlig memorability kunne være undgået med et bedre design i form af for eksempel mere forståelige ikoner, genveje og valgmuligheder i menuen (Rogers et. al., 2015, s. 19-22).

- De statiske elementer i den interaktive video skal være opbygget af forståelige ikoner, der vil gøre den anden og tredje gang en klient benytter sig af systemet, mere effektivt.
- De basale elementer i systemet skal være designet ud fra at kunne trække på genkendelighed fra andre systemet.
- Systemets layout skal designes på en måde, hvor konsulent og klient kan huske og genkende funktionerne.
- Stilen for layoutet skal være gennemgående på alle systemets sider.

De opsatte designkriterier vil blive brugt som udgangspunkt til, hvordan det første design af NeedFinder skal desig-

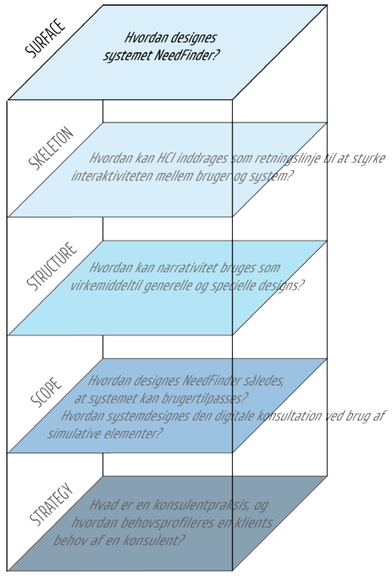
nes. designkriterierne bruges som rettesnor og argumentation for de valg, vi, som designere, stod overfor i det første visuelt konkretiserede design af NeedFinder. Yderligere kan de bruges i den videre iterative proces af udviklingen af NeedFinders design, som en kontrolenhed til at sikre sig at nye tiltag ikke går på kompromis med core-designet. Dertil vurderede vi, ud fra de succes- og designkriterier, som vi har sat for NeedFinder, at den platform som systemet skal udvikles til er en computer. NeedFinder er på nuværende tidspunkt på et stadie, hvor vi mener, at det vil drage fordel af at blive anvendt på en computer, eftersom vi antager at computer stadig er det mest brugte medie fremfor f.eks. tablets. Ved at anvende computer som platform for NeedFinder, giver det en let distribution, da konsulenterne kan sende et link til systemet til deres klienter fremfor at klienten skal være i besiddelse af en tablet, hvortil de skal downloade den mobile applikation til NeedFinder. Dertil kan vi argumentere for, at computeren med sin skærmstørrelse vil gøre det lettere for klientvirksomheder at inddrage flere personer til aktivt at deltage i at udfylde behovsprofileringen.

11.4 DELKONKLUSION PÅ SKELETON LAGET

Vi undersøgte i dette lag, hvordan NeedFinder kan benytte sig af HCI til at styrke den interaktivitet, konsulenterne og klienterne vil få med systemet. Hertil søgte vi med en definition af, hvad en brugeroplevelse er, at skabe en referenceramme for, hvilke virkemidler vi skulle inkorporere for at kunne påvirke brugeroplevelsen i NeedFinder. Vi tog afsæt i Kuniavskys arkitektoniske opdeling af et system for at kunne analysere de punkter i NeedFinders systemarkitektur, vi kunne bruge i designet af brugeroplevelsen. Til dette bruge vi usability til at konkretisere, de udledte punkter i systemarkitekturen, til at opstille designkriterier, som skal fungere som rettesnor og argumentation for de valg vi har taget i udarbejdelsen af det første visuelt konkretiserede design, som vil blive præsenteret i det efterfølgende kapitel. Vi definerede dertil også computeren, som den platform NeedFinder skal placeres på.

KAPITEL 12. DESIGN AF NEEDFINDER

Dette sidste lag i vores designmetodiske tilgang vil tage den samlede viden, vi har tilegnet os fra de forrige lag til at kunne designe det første visuelt konkretiserede design af NeedFinder, og derved besvare problemet: *Hvordan designes systemet NeedFinder?* Designet kan herefter videreudvikles til en prototype. Det konkrete design vil tage afsæt i de opstillede designkriterier fra skeleton laget og vil blive illustreret både visuelt igennem mockups med dertilhørende forklarende tekst.



12.1 VISUALISERING AF NEEDFINDER

Starten af den interaktive video er en introduktion til den konsulentvirsomhed den pågældende klientvirksomhed har valgt at benytte sig af. Denne del vil udelukkende være en didaktisk gennemgang, der bliver præsenteret i videoen til klienten.Starten af den interaktive video er en introduktion til den konsulentvirksomhed den pågældende klientvirksomhed har valgt at benytte sig af. Denne del vil udelukkende være en didaktisk gennemgang, der bliver præsentret i videoen til klienten. De ti mockups kan ses i sin fulde størrelse i rapportens bilag.

MOCKUP 1 - START MOCKUP 2- START MOCKUP 3 - START

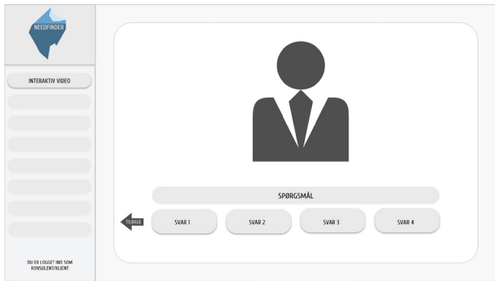
Mockup 1 viser, hvordan NeedFinder starter. Klienten starter selv den interaktive video ved klikke på play-ikonet i midten af skærmen. Vi har til dette gjort brug af et genkendeligt ikon, til at illustrerer play-knappen med, da det er det samme ikon, man bruger i en videoafspiller, hvor man trykker på dette ikon for at starte en video. Billedet bagved play-knappen, er den første frame i videoen. Introduktionen til konsulentvirksomheden, er lavet semi-transparent for at gør det lettere for klienten at fokusere på den funktion, der skal interageres med. Her blev der lagt fokus på, at klienten har let ved at forstå, hvordan han kommer videre i systemet, og at de ved, at de har startet videoen.

Mockup 2 er en repræsentation af den gennemgang klienten får af konsulentvirksomheden. Konsulenten i videoen udviser en neutral tilgang til både tonefald, gestikulation og kropssprog for ikke at distrahere klienten unødigt fra den interaktive videos egentlige formål. Dette er gældende for alle de gange konsulenten optræder i den interaktive

video. Mockup 3 er et semi-transparent stilbillede af den sidste frame i introduktionen af konsulentvirksomheden. Ovenpå stilbilledet, er der placeret en knap med teksten “klik her for at starte behovsprofileringen”, og ved at trykke på denne knap går klienten over i midten af den interaktive video. Det bliver her tydeligt for klienten, at de nu skal til at begynde på selve behovsprofileringen, ved at læse hvad der står på knappen og derved forudse, hvad knappens funktion er for derefter at trykke på den. For yderligere at sikre dette, har vi brugt en skrifttype, der er let læselig og en størrelse, der er passende for at kunne læse den.

Midten af den interaktive video er den del af videoen, hvor klienten har rollen som deltager, da det er her simulationen kommer til udtryk i form a f behovsprofileringen. Klienten får stillet spørgsmål og øvelser ud fra deres konsulentvirksomheds metoder, hvortil svarene, som klienterne giver, optræder som interaktive muligheder i videoen.

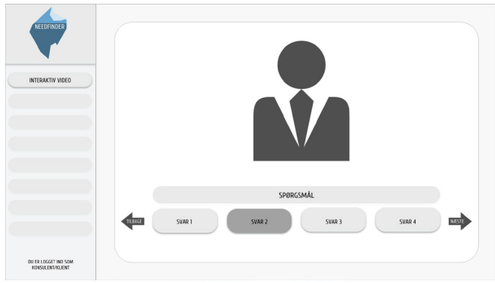
MOCKUP 4 - MIDTE



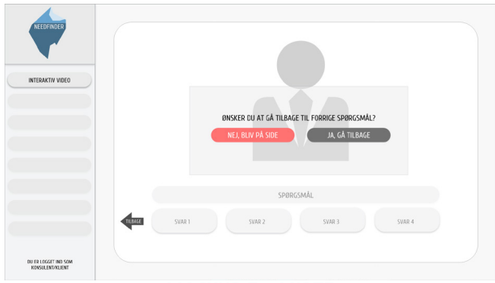
MOCKUP 5 - MIDTE

Mockup 4 viser konsulenten i videoen, som er i gang med at lede op til et konkret spørgsmål for en af behovsprofileringsmetoderne. Det eneste, der bliver vist i videoen på dette tidspunkt, er konsulenten for at støtte klienten i ikke at blive distraheret fra, hvad der bliver sagt, af andre nye elementer i NeedFinder.

I mockup 5 har konsulenten stillet spørgsmålet for den pågældende behovsprofileringsmetode til klienten. Spørgsmålet er vist i en tekstboks så klienten kan læse det grundigt igennem før de tager stilling til det. Under spørgsmålet er svarmulighederne til spørgsmålet listet, hvortil klienten skal svare efter, hvad der passer bedst til deres situation. Svarmulighederne er arrangeret på en logisk måde, så de tilstødende svarmuligheder, er de tætteste gradbøjninger af hinanden. Et andet nyt element, der er tilføjet er en tilbage knap der er placeret i det venstre nedre hjørne af videoen. Knappens funktion er at tage klienten tilbage til den foregående side.



MOCKUP 6 - MIDTE



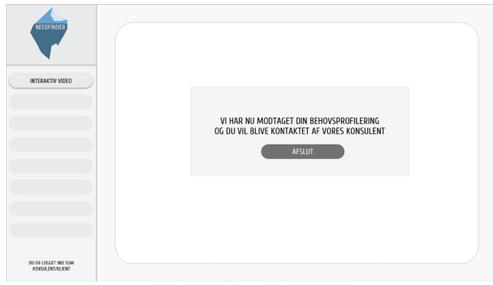
MOCKUP 7 - MIDTE

Mockup 6 viser det samme, som det forrige mockup med få undtagelser. Klienten har nu besluttet sig for og trykket på det svar, de mener, er passende for dem. Svarmulighedens knap, som klienten har trykket på, skifter farve, så klienten ved, at systemet har modtaget inputtet i form af klikket. I samme øjeblik som klienten har trykket på en af svarmulighederne, vises en ny knap i det nedre højre hjørne af videoen med teksten ‘næste’. Klienten skal trykke på denne knap for at komme videre til næste behovsprofileringsmetode. funktionen er inddraget for at beskytte klienten i mod at lave fejl, så klienten ikke trykker på en forkert knap, der resulterer i, at videoen fortsætter uhensigtsmæssigt, med det forkert svar. Derudover er der også en genkendelighed fra andre systemer i denne funktion. I digitale spørgeskemaer er det på samme måde, når respondenten har svaret på de pågældende spørgsmål på en side og skal fortsætte videre til den næste. Alle behovsprofileringsmetoderne er konfigureret

ud fra den samme struktur, som betyder, at klienterne kan huske og genkende måden, de skal svare på spørgsmålene på.

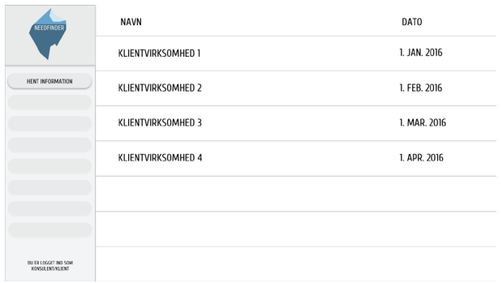
Mockup 7 illustrerer, hvad der sker, hvis klienten trykker på den førnævnte tilbage-knap. Et stort pop-up vindue kommer her til syne over den nu semi-transparente baggrund. I pop-up vinduet står der “ønsker du at gå tilbage til forrige spørgsmål”, hvor klienten enten kan vælge at trykke ‘nej, blev på side’ eller ‘ja, gå tilbage’ til. Funktionen virker som en advarsel til klienten om at de er ved at begår en konsekvens betinget handling i tilfælde af, at der er trykket på en svarmulighed til den nuværende metodes spørgsmål er det gemt til, når klienten kommer tilbage til dette sted i videoen.
Knappen i pop-up vinduet der vil afbryde denne handling har en rød farve, for at signalere til klienten, at de skal trykke her, hvis de ikke ønske at gennemføre denne handling. Næste-knappen, der vil kunne tage klienten videre til næste spørgsmål er under dette pop-up vindue ikke vist selvom en svarmulighed er blevet trykket på, da det ville være kontraintuitivt i forhold til handlingens formål.

Slutningen af den interaktive video indeholder en afrunding på behovsprofileringen og fortæller klienten hvad det næste skridt vil være for dem. Denne del af videoen er didaktisk ligesom starten, da klienten ikke længere er en deltager i systemet, men derimod i en lærende rolle.

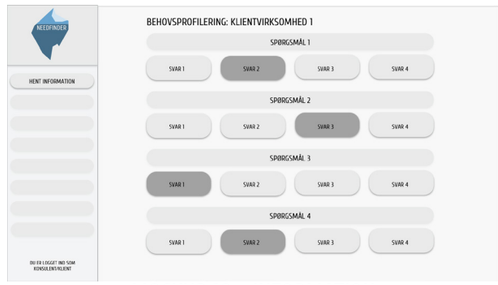


MOCKUP 8 - SLUTNING

Mockup 8 indeholder et enkelt pop-up vindue med teksten “vi har nu modtaget din behovsprofilering og du vil blive kontaktet af vores konsulent” og en knap, hvori der står ‘afslut’.
Det er her tydeliggjort for klienten, at de nu er færdige og har afsluttet behovsprofileringen og er blevet informeret om, hvad det næste skridt i forløbet er. Informationen, klienten har bidraget med i behovsprofileringen, er blevet registreret og systematiseret i NeedFinder, og står til rådighed for konsulenten i den pågældende konsulentvirksomhed at tilgå.



MOCKUP 9 - INFORMATION



MOCKUP 10 - INFORMATION

Mockup 9 er en oversigt over de klientvirksomheder, der har registreret deres behovsprofileringer. Behovsprofilerne er arrangeret efter den dato, den blev registeret og med navnet på den klientvirksomhed, der lavede den. Det er en intuitiv måde at liste data på, der tager afsæt i genkendeligheden fra andre systemer, hvor der er også er et behov for at få arrangeret information som f.eks. i indbakken af et e-mailsystem.

Mockup 10 viser den registrerede information, fra en behovsprofilering af en klientvirksomhed, med dertilhørende spørgsmål. Spørgsmålene og svarene kommer i en kronologisk rækkefølge så konsulenten har let ved at tilgå den informationen, som er blevet registreret, for herefter at analysere og bearbejde det til at udforme et tilbud om et konsulentforløb til klientvirksomheden.

Følgende bemærkninger mente vi ikke passede ind under de enkelte mockups, men var bedre beskrevet i en overordnet uddybning. Igennem alle ti mockups er der fokus på, at stilen for layoutet er gennemgående for at gøre det lettere for brugeren både at huske og genkende funktioner og ikoner men også for at bidrage med en samlet oplevelse af systemet. Dette er kommet til udtryk ved, at vi har genbrugt elementer i layoutet på tværs af de opstillede mockups af systemet. Menulinjen der er vist i venstre side på alle mockups tilbyder konsulenten og klienten en intuitivt og overskueligt indgang til at navigere rundt i de forskellige dele af NeedFinder. Da dette har været et design af core-designet for NeedFinder, er søjlerne ikke udfyldt på nuværende tidspunkt. Utility i denne udgave af NeedFinder tilgodeser ikke klienten på samme måde som den gør ved konsulenten, da klienten er afgrænset i de svarmuligheder, der er opstillet til dem. Derimod har konsulenterne kunnet udforme svarmulighederne på den måde, de ønsker at det på og den måde, de gerne ser, at klienten skal svare på spørgsmålene på.

12.2 DELKONKLUSION PÅ SURFACE LAGET

Dette lag udfoldede problemet *Hvordan designes systemet NeedFinder*? I ti mockups af, hvordan core-designet af NeedFinder udspiller sig i et design. De nævnte mockups visualiserer en gennemgang af både den interaktive video, og hvordan den registrerede og systematiserede information tilgås. Designkriterierne fra det forgående lag som rettesnor og argumentation for de valg, vi har taget i designet. Dette er specialets bud på arbejdshypotesens mål om at designe systemet NeedFinder, der er en simulation af en konsultation mellem en klient og en konsulent, hvor interaktiviteten simultant registreres og systematiseres i en behovsprofil af klienten til konsulenten.

DEL 3

I denne del af rapporten vil vi præsentere rapportens konklusion som svar på den opstillede arbejdshypotese i del 1. Derudover vil der følge en diskussion af de aspekter, der er opstået i arbejdet med dette speciale og udviklingen af NeedFinder. Til sidst vil være en perspektivering over de usikkerheder der er i forhold til fremtidigt design af NeedFinder, og hvordan disse usikkerheder kan reduceres.

KAPITEL 13. KONKLUSION

I dette kapitel vil vi samle op og konkludere på den viden samt de resultater, vi har tilegnet os i arbejdet med at udvikle og designe en systembeskrivelse af NeedFinder. Rapporten har udgangspunkt i en empirisk, teoretisk og metodisk udlægning og analyse af vores opsatte problemer. Dette har givet os en forudsætning for nu at kunne besvare vores arbejdshypotese, der lyder på, at:

Vi kan udvikle et design og en systembeskrivelse af systemet NeedFinder, der er en simulation af en konsultation mellem en klient og en konsulent, hvor interaktiviteten simultant registreres og systematiseres i en behovsprofil af klienten til konsulenten.

Da specialets problemer og arbejdshypotese har haft afsæt i en metodisk og praktisk-metodisk tilgang har vi brugt Jesse James Garretts User Experience udviklingsmodel som rammeværktøj til at bevæge os fra et abstrakt strategisk udgangspunkt til at ende med et konkretiseret visuelt design. I forlængelse af vores iterative, hermeneutisk videnskabelige udgangspunkt, har vi bevæget os mellem delene som optræder som de enkelte lag i modellen for at holde det op mod vores arbejdshypotese som helheden. Igennem hele specialet har dette resulteret i en viden, som efterfølgende har resulteret i en ny viden, vi kan bruge til at konkretisere systembeskrivelsen og designet af NeedFinder med. Designet af NeedFinder er et core-design, der efter en evaluering og test kan validere om der er en eksistensberettigelse af systemet, hvorefter det videre design arbejde enten kan påbegyndes eller afsluttes.

Vi kan, ud fra definitionen af den konsulterende rolle og analyse af de foretaget interviews, konkludere, at succeskriterierne for at rationalisere forarbejdet af konsulentforløbet er, at systemet skal kunne følgende:

- Systemets indhold skal være brugertilpasset ud fra de enkelte konsulentvirksomheders behovsprofileringsmetoder, så der dannes et fælles grundlag for konsulenternes arbejde.

- Systemet skal kunne facilitere den konsulterende rolle i en simulation, så tabet af den personlige fysiske relation mindskes.

- Udarbejdelsen af den digitale behovsprofilering skal ikke koste konsulenten flere ressourcer at udføre end den nuværende måde.

For at opfylde de opstillede succeskriterier kan vi konkludere at systemet skal kunne brugertilpasses ud fra de behovsprofileringsmetoder konsulentvirksomheden gør brug af. Dette skal gøres ved en konfigurering af konsulentvirksomhedens metoder således den digitale konsultation mellem klient og konsulent kan fungere som simulation indenfor systemets afgrænsede virkelighed. Vi kan derfor konkludere kravene til succeskriterierne er, at behovsprofileringsmetoderne skal være adaptive, at konsulenten skal kunne indhente og systematisere den registrerede information fra klienten, og at simulationen af konsultationen skal afspejle konsulentens naturlige adfærd. Vi kan konkludere at disse krav skal være opfyldt før, systemet vil rationalisere den allerede eksisterende tilgang til behovsprofilering. For at simulationen af konsultationen kan afspejle konsulentens adfærd, kan vi konkludere at systemet skal placeres på en platform, der kan facilitere dette. Dette gøres ved en interaktiv video, da dette format kan understøtte succeskriterierne for NeedFinders core-design. Ydermere kan vi også konkludere at videomediet som kommunikationsværktøj kan facilitere simulationen af konsultationen, da klienterne får en rolle som aktive deltagere og derved iscenesættes konsultationen digitalt fremfor fysisk.

Til at styrke interaktiviteten mellem bruger og system inddrog vi HCI, hvorudfra vi kan konkludere at usability og NeedFinders arkitektoniske opdeling alle bidrager til den samlede brugeroplevelse. Denne brugeroplevelse udmunder sig herefter i en række designkriterier, som skal implementeres i systemet for at sikre både klienten og konsulentens brugeroplevelse med systemet. Vi kan i denne rapport ikke komme med en konklusion på, hvordan brugeroplevelsen med systemet er for hhv. konsulenten og klienten, da dette først vil kunne gøres efter en test og evaluering af en prototype af systemet.

Vi kan konkludere at simulationen af den digitale konsultation opstår i den interaktion som klienten har med den interaktive video. Ud fra de svar klienten registrerer i systemet bliver dataene behandlet og systematiseret for herefter at kunne tilgås af konsulenterne. Vi kan konkludere at ved at benytte sig af NeedFinder systemet som behovsprofileringsværktøj bidrager det med en effektivisering for både klient og konsulent, da det mindsker de ressourcer de før skulle bruge i form af tid og penge. Vi kan således konkludere at det har været muligt at udvikle et design og en systembeskrivelse af NeedFinder core-design, dog vil det først være muligt at konkludere på dets eksistensberettigelse, når det har været testet og evalueret af hhv. Konsulenterne og klienterne, der er systemets brugere.

KAPITEL 14. DISKUSSION

Dette kapitels formål er at diskutere nogle af de udfordringer og aspekter, der er opstået i arbejdet med dette speciale og udviklingen af NeedFinder. Som nævnt i specialet har salgskonsulenten hos act2learn i forbindelse med udviklingen af NeedFinder udvist en skepsis i forbindelse med brugen af systemet i praksis i forhold til den måde, de skaber relationer til deres klienter på. Dette ønsker vi at diskutere med fokus på implementering og de praktisk-etiske elementer, der kan være i den forbindelse, samt hvilke strukturændringer dette kan have i konsulentvirksomheden. Derudover ønsker vi at diskutere den tilgang, vi har haft til udviklingen af NeedFinder, idet vi ikke aktivt har været med, når konsulenten behovsprofilere deres klienter, men blot har opnået viden om disse metoder igennem interviews med act2learns proces- og salgskonsulenter. Ydermere vil vi diskutere, brugen af act2learn som eksemplarisk case-virksomhed, hvordan de har bidraget til NeedFinders udvikling og om de har været den rette virksomhed at inddrage som case-virksomhed.

14.1 ACT2LEARN SOM EKSEMPLARISK CASE

I udviklingen af NeedFinder systemet har vi brugt act2learn som eksemplarisk case, hvorfor det således også er deres synspunkter og systemkrav, systemet er designet ud fra. Salgskonsulenten hos act2learn havde som nævnt indledningsvist en skepsis omkring den manglende relation, de vil få til klienterne såfremt dette system bliver implementeret. Som det er på nuværende tidspunkt hos act2learn har de stor fokus på relationssalg, hvor de har en forudgående kendskab til klienterne og hvor de salg og konsulentforløb de laver er et resultat af den relation, de har til klienterne. I core-designet af NeedFinder er der fokus på nye klienter, der søger at indgå et konsulentforløb. Ved denne konstellation har de f.eks. hos act2learn ikke denne forudgående relation til klienten, så det vil umiddelbart ikke virke for klienten som om de bliver udeladt en oplevelse og et nærvær fra salgskonsulenten. Vi mener derfor, at konsulentvirksomheden ikke kommer til at fremstå uprofessionel som var en af salgskonsulentens kritikpunkter, eftersom NeedFinder bidrager til at finde behovet hos klienten ligesom konsulenterne ville gøre det ved en fysisk konsultation. I takt med systemets udvikling kan det blive en mulighed også at kunne bruge systemet til at opnå større viden om de klienter, de hos act2learn allerede har en relation til, således vil systemet også blive en database og derved et strukturværktøj, der gemmer den viden konsulenterne får omkring klienten. Ved at benytte systemet allerede fra det første indledende møde, kan den information, der registreres også benyttes på et senere tidspunkt og derved styrke relationen i løbet af forløbet, da det kendskab de hos act2learn har opbygget til klienten vil være gemt og kan inddrages i senere forløb, hvilket kan bidrage til et bedre og mere struktureret konsulentforløb for klienten.
Såfremt potentialet i NeedFinder bliver valideret, vil en af salgskonsulentens opgaver forsvinde i takt med implementeringen. De fysiske møder, hvor salgskonsulenten tager ud og besøger klienten, vil ikke længere være nødvendige eftersom dette bliver klaret igennem den digitale konsultation. På den anden side vil implementeringen af NeedFinder systemet bidrage med ekstra ressourcer i form af tid, da salgskonsulenten ikke længere skal bruge meget af sin tid ude af huset med behovsprofilering af én klient hvor der stadig er usikkerhed om, hvorvidt det ender med et salg. Her er hensigten, at det kan gøres hurtigere og nemmere fra konsulentens kontorstol. Denne strukturændring giver salgskonsulenten mere tid til at evaluere og analysere på klientens svar, der ligger inde i systemet, og kan der ud fra sammensætte tilbuddet til klienten. Yderligere giver det også den fordel, at flere klientvirksomheder kan bruge konsulentens behovsprofileringsmetoder på samme tid, da systemet udnytter den digitale distribution, som ikke er afgrænset af tid og sted som et fysisk møde ville være.

En af udfordringerne, vi har mødt i udarbejdelsen af NeedFinder, er ved brugen af act2learn som eksemplarisk case. I opstarten af rapporten og de indledende møder med act2learn, havde de en klar forestilling om, hvordan de behovsprofilerer deres klienter, herunder hvilke metoder de gør brug af. Løbende i rapportens udarbejdelse har vi haft kontakt til act2learn for at få del i de metoder, de bruger til behovsprofileringen, så vi kunne bruge dem til at konfigurere behovsprofileringen på som efterfølgende skulle bruges til at lave simulationen af konsultationen ud fra. Her blev det synligt, at act2learn som konsulentvirksomhed, ikke er tilstrækkeligt modne i forhold, hvor i processen vi har haft brug for dem, idet de ikke har fast definerede standarder og teknikker for, hvordan deres behovsprofileringsmetoder er. De har altså ikke én metode, som kan konfigureres til at bruges på tværs af klienter. Havde vi i stedet brugt en konsulentvirksomhed, der er tilstrækkelig modne, og har defineret specifikke metoder, som kan konfigureres, ville det have givet os mulighed for at lave en prototype tidligere i processen samt teste og evaluere på denne, hvilket vi i stedet vil uddybe i rapportens perspektivering. En måde, hvorpå vi kunne være kommet omkring denne udfordring, var ved at vi havde været ude og observere, hvordan behovsprofileringen hos act2learn reelt finder sted. Den måde vi har indsamlet information om konsulentens behovsprofileringsmetoder har været ved interviews, det har givet os en basal viden om act2learn som konsulentvirksomhed, men ikke en dybere viden om deres metoder, da de, som skrevet indledningsvist, gav udtryk for, at disse metoder var faste. Havde vi derfor været med ude at observere på konsultationer mellem klient og konsulent, kunne vi derud fra have skabt et mønster over behovsprofileringsmetoderne, og derved udledt nogle generelle tendenser, som vi kunne have omsat til en konfigureret metode. Grunden til at dette ikke kunne aktualiseres var, at de hos act2learn ikke havde nogen konsultationer med små og mellemstore virksomheder i den tidsperiode hvori specialearbejdet har ligget. De konsultationer, de har haft har været med virksomheder, de allerede har haft kendskab til og har arbejdet med tidligere samt, hvor der ikke har været tale om små og mellemstore virksomheder. Ydermere kan der nævnes, at såfremt en sådan observation havde været mulig, havde dette også bidraget med viden fra klientens perspektiv, hvordan de opfatter den personlige relation, og hvorvidt de ville bruge et digitalt system som NeedFinder. Vi har i stedet trukket på den erfaring som konsulenterne hos act2learn har haft om deres klienter, da vi er af den overbevisning, at de i kraft af deres mange år i konsulentbranchen har et stort kendskab til hvad der ville fungere og ikke fungere for klienterne som brugere af NeedFinder. Vi har altså designet systemet uden at have en konkret behovsprofileringsmetode og uden at have vores eget kendskab til, hvordan behovsprofileringen fungerer i praksis. At vi har måtte designe systemet på baggrund af den viden eller mangel på samme, vi har fået hos act2learn, har det givet os den udfordring, at vi på tidspunkter i designet har måtte opstille designkriterier, på baggrund af antagelser. Disse vil derfor først kunne blive kvalificeret i en test af en prototype.

14.2 PRAKTISK-ETISKE UDFORDRINGER

NeedFinder som system kan også give nogle praktisk-etiske udfordringer i forbindelse med digitaliseringen af klientens behovsprofil, og hvor tilgængelig denne information skal være. Klienten registrerer deres problemer og udfordringer digitalt i NeedFinder, vi kan således argumentere for, at klienten optræder i en sårbar position i forhold til at vide, hvilke konsulenter der har adgang til denne information, og hvordan distributionen af informationen vil være internt i konsulentvirksomheden. Dette er også derfor, at det på nuværende tidspunkt kun er salgskonsulenten, der som udgangspunkt har adgang til den registrerede information. Salgskonsulenten kan dog give adgang for proceskonsulenten til at kunne tilgå informationen i sit arbejde. På den anden side kan der argumenteres for, at såfremt konsulentvirksomheden i stedet fortsætter med at behovsprofilere deres klienter ved en fysisk konsultation, har klienterne heller ikke mulighed for at påvirke distributionen af den information, de giver til salgskonsulenten. Dog kan der være et aspekt i det at give informationen til en fysisk person fremfor at nedskrive det.

14.3 SPECIALETS UDVIKLINGSMETODOLOGI

Vi har i specialet benyttet os af Jesse James Garretts User Experience model som udviklingsmetodologi til at inddele de problemstillinger, vi har arbejdet med og udfoldet i forhold til at kvalificere vores arbejdshypotese. De fem lag modellen præsenterer, har vi kunnet inddele vores problemstillinger under eftersom modellen er et praktisk værktøj og de problemstillinger vi har arbejdet med ligeledes har været praktisk-metodiske og metodiske. Vi brugte modellen med det forbehold, at den ikke er designet til at bruges i denne kontekst, så de forskrifter der lå for hvert lag skulle ikke nødvendigvis ses som den endelige måde for os at benytte den på. Ved at benytte den som udviklingsmetodologi gav det os på den ene side mulighed for at udfolde problemstillingerne

systematisk efter, hvordan komponenterne i systemet skulle designes og derfra bevæge os fra et abstrakt til et mere konkret niveau. Modellen bidrog med støtte og hjalp især i starten med at skabe et overblik over analysens metodiske udfoldelse.

KAPITEL 15. PERSPEKTIVERING

I dette kapitel ønsker vi at fokusere på, hvad der gør sig gældende i form af evaluering og usikkerheder i forhold til et fremtidigt design af NeedFinder.

15.1 EVALUERING AF CORE-DESIGNET

Det første skridt vi skal tage i mod at realisere NeedFinder vil være udarbejdelsen af en prototype på baggrund af core-designet. Ved at teste core-designet, giver det en indikator på, om de succes- og designkriterier, vi har opsat for designet fungerer i praksis. Til at evaluere vores prototype vil vi inddrage klientvirksomheder for at undersøge om simulative konsultation kan fungere, og om de forstår, de metoder, der bliver præsenteret i systemet. Ved at lade vores system møde markedet, vil vi kunne reducere usikkerheden, der er i, om denne digitale simulation af konsultationen, overhovedet har potentiale til at kunne erstatte den fysiske konsultation og derved rationalisere processen. Måden hvorpå testen og evalueringen vil finde sted er ved først at afprøve en af de konfigurerede metoder i systemet på en klientvirksomhed, såfremt dette ikke virker hensigtsmæssigt, vil vi prøve med en ny metode, såfremt det skulle være måden metoden bliver fremlagt på, der gjorde udfaldet. Hvis det er metoden, der skal ændres på, men selve systemet fungerer, vil der være grundlag for at videreudvikle på designet. Er det i stedet selve systemet, der ikke virker hensigtsmæssigt ift. at udarbejde behovsprofilen af klienten, vil dette kunne betyde, at systemet ikke kan udleve dets potentiale, hvorfor det i stedet vil være fordelagtigt at stoppe udviklingen. Udover at teste og evaluere systemet på klienterne vil det også være fordelagtigt i implementeringsopgaven af systemet at undervise konsulenterne i brugen af systemet, hvortil vi vil erfare, hvad der er relevant at have med i et eventuelt fremtidigt system. De erfaringer, vi kan gøre os i evalueringen af systemet sammen med konsulenterne. er, hvor store dele information er nødvendige at indlægge i systemet, og hvilke vil være intuitive ud fra den måde, systemet er opbygget på.

15.2 INNOVATIONSSPOR FOR NEEDFINDER

Udover at kunne bruge evalueringen af systemet til at undersøge om den digitale konsultation kan rationaliseres digitalt, vil det også give mulighed for både klienterne og konsulenterne at komme med deres forslag til udviklingen af systemet med nye innovationsspor, såfremt core-designet er solidt funderet. Et muligt innovationsspor tager afsæt i den platform, systemet er anvendt på. I den form systemet er tiltænkt nu, henvender det sig til en computer som platform. Ved at videreudvikle dette til en mobil applikation, kan det åbne op for den mulighed, at klienterne kan benytte deres smartphone til at indtaste svarene. På denne måde kan systemet facilitere flere klienter på én gang, og det giver den enkelte mulighed for at give sit eget svar på spørgsmålet. Inspirationen til dette innovationsspor er fundet i spillene udviklet hos Jackbox Games (http://jackboxgames.com/games/), hvor spillene bliver vist på en større skærm og spillerne giver deres inputs til systemet igennem deres smartphone eller tablet.

I videreudviklingen af NeedFinder ser vi også et potentiale i at kunne bruge det på andre tidspunkter i konsulentforløbet end i forarbejdet. Ud fra vores overbevisning, har systemet potentiale til at opsætte succeskriterier for hele konsulentforløbet, som kan blive en rettesnor, som både konsulenten og klienten kan bruge undervejs i forløbet og derefter kan danne grundlag for evalueringen af det samlede konsulentforløb. Som nævnt i specialet har de hos act2learn en forventning om at skulle bruge mere tid på for- og efterarbejdet. NeedFinder fokuserer på nuværende tidspunkt kun på forarbejdet, men ved også at benytte det i evalueringen af forløbet giver det mulighed for klienten at se, hvordan deres tankegang eventuelt har ændret sig fra da de startede. Effektiviteten kommer i spil fordi, det, klienterne kan måle sig på, er ikke den fortolkning af klientens udfordringer og behovs som konsulenten har lavet

men derimod deres egne ord og holdninger, som de har registreret i behovsprofileringen i forarbejdet. De valg de tog under behovsprofileringen var nogen klienten selv traf umiddelbart uden ekstern indflydelse, hvilket kan bidrage til, at de opnår en større effekt fra den progression, de har gennemgået.

Systemet tillader i sin nuværende udformning at kunne sammenligne og sammenholde de forskellige konsulentvirksomheders behovsprofileringssvar for dertil at kunne skabe et overblik over mulige mønstre. Et innovationsspor til dette, som også er nævnt i rapporten, er konsulenternes mulighed for, at indskrive information om klienterne i systemet. Ved at gøre dette, giver det ydermere mulighed for at spotte tendenser. Med tendenser menes der at kunne se mønstre i de forespørgsler på konsulentforløb som klienterne henvender sig med. Såfremt der bliver en stor forespørgsel efter f.eks. innovationsforløb eller projektledelse vil det give konsulenterne en ide omkring, hvilke områder de skal ligge et ekstra fokus. I act2learns tilfælde vil det også kunne bidrage med viden om eventuelle kurser de vil kunne tilbyde, da der således potentielt vil være et marked for dette. Dette kan derved give dem en fordel over konkurrenterne.

12.3 BUSINESS MODEL

Fremadrettet har vi gjort os overvejelser omkring hvordan NeedFinders business model skal opbygges i forhold til, hvordan konsulentvirksomheder køber sig ind og får rettighed til at bruge systemet. Vi har her undersøgt software as a service (SaaS) som mulig model. Dette system fungerer som skalsystem, hvor de tjener penge igennem deres brugere. Saas er en business model, hvor man udlåner licenser til sit system gennem en abonnementsordning (Ma, 2007, s. 1). NeedFinder kan drage fordel af en business model, der lægger sig opad denne, hvor konsulentvirksomhederne ikke køber en licens, men derimod lejer den. Det er en løsning, som kan gøre det lettere for virksomhederne, da det giver en blødere indgangsvinkel til et muligt samarbejde. Virksomhederne har således ikke en stor udbetaling til at starte med, som en købt licens vil være. På sigt vil NeedFinder også kunne drage fordel af ikke kun at have en enkelt abonnementsmodel, men at kunne tilbyde forskellige løsninger, der vil passe til den enkelte konsulentvirksomheds behov.

LITTERATURLISTE

Abbott, H. Porter (2003). *The Cambridge Introduction to Narrative.* Cambridge: Cambridge University Press

ACT2LEARN. Lokaliseret d. 17. januar 2006 på:
http://www2.ucn.dk/Forside/Kurser-_og_videreuddannelser.aspx

Block, P. (2011). *Flawless consulting: A guide to getting your expertise used.* San Francisco: Pfeiffer.

Bordewijt J., L. & Kaams, B. (1998) Interaktivitet & Interaktive Medier: Interaktivitet - medievidenskabens blinde plet?. I: Jensen, J., F. *Multimedier, Hypermedier, Interaktive Medier* (s. 199-238) Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (2010). *Kvalitative metoder og tilgange: en grundbog.* København: Hans Reitzel Forlag.

Buxton, B. (2007). *Sketching User Experiences: Getting the design right and the right Design.* San Francisco/Boston: Elsevier Science Ltd.

Comer, D. J. (1983). Application of Top-Down Principles to Digital System Design. IEEE Trans. Educ. IEEE Transactions on Education, 26(4), 170-172. Lokaliseret d. 15. marts 2016 på: http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=4321638

Crawford, C. (2013). *Interactive Storytelling* (2. udgave). San Francisco: New Riders. (2. udgave)

Gadamer, H. G. (2007). *Sandhed og metode - grundtræk af en filosofisk hermeneutik.* Aarhus: Academica

Garrett, J., J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond* (2. udgave). Berkeley, CA: New Riders.

Greiner, L. E., & Metzger, R. O. (1983). Consulting to management. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Højberg, H. (2009). Hermeneutik. Forståelse og fortolkning i samfundsvidenskaberne. I Fuglsang, L. & Olsen, O. B. (red.): *Videnskabsteori på tværs af fagkultuerne og paradigmer i samfundsvidenskaberne.* Roskilde Universitetsforlag. (2. udgave).

ISO (2010). ISO 9241-210:2010(en): Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems. Lokaliseret d. 22. marts 2016 på: https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-1:v1:en

Kraft, C. (2012). *User Experience Innovation.* New York: Apress.

Kubr, M. (2002). *Management consulting: A guide to the profession* (4. udgave). Geneva: International Labour Office.

Kuniavsky, M. (2003). *Observing the user experience: A practitioner's guide to user research*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Interview – Introduktion til et håndværk* (2. udgave). København: Hans Reitzel Forlag.

Larsen, P. H. (1990). Faktion som udtryksmiddel. Viborg: Forlaget Amanda

Ma, D. (2007, July). The business model of" software-as-a-service". *I Services Computing, 2007. SCC 2007. IEEE International Conference on* (s. 701-702). IEEE.

Mathiassen, L., Munk-Madsen, A., Nielsen, P. A., & Stage, J. (1998). *Objektorienteret analyse og design* (2. udgave). Aalborg: Marko.

Rosenstand, C. A. F. (2008). Pedagogical Forms in Simulative E-Learning Systems. 12th Nordic I and D Knowledge and Change Proceedings of the 12th Nordic Conference for Information and Documentation, 99-105.

Rosenstand, C. A. F. (2011). Genre Transgression in Interactive Works. *Akademisk Kvarter, vol. 3*, 258-268.

Rosenstand, C. F. & Laursen, P. K. (2013) Managing Functional Power: In Vision Driven Digital Media Creation. *Akademisk Kvarter, vol. 6*. 81-94.

Rosholm, G. & Højberg, J. (2004). Historier, der overbeviser. I: Kjærbeck, S. (red.) (2004). *Historiefortælling i praktisk kommunikation.* Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag/Samfundslitteratur

Scupin, R. (1997). The KJ method: A technique for analyzing data derived from Japanese ethnology. *Human organization, vol. 56*(nr. 2), 233-237.

Steele, F. (1975). *Consulting for organizational change.* Amherst: University of Massachusetts Press.

Sørensen, S., Y., Østergaard S., M., F., Conradsen, N., B. (2015). Førende fremstillingsvirksomheder satser på digitalisering. Taastrup: Teknologisk Institut, for Produktion i Danmark. Lokaliseret d. 10. april 2016 på: http://www.teknologisk.dk/_/media/62419_Digitalisering%20i%20DK%20fremstillingsvirksomheder%20-%202015.pdf

Vistisen, P. (2014). AR DOC: Augmented reality documentaries. *Slutrapport for Shareplay samarbejdet mellem Nordsøen Oceanarium, Aalborg Universitet, Animation Hub og Huge Lawn - Miracle Apps. Aarhus: Shareplay Fonden.*

Wachtman, E., & Johnson, L. S. (2009). The persuasive power of story. *Marketing Management, vol. 18*(nr. 1), 28-34.

Weiss, A. (2011). *The Consulting Bible: Everything You Need to Know to Create and Expand a Seven-figure Consulting Practice.* New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Yvonne, R., Sharp, H., & Preece, J. (2011). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction.* (3. udgave). United Kingdom: John Wiley & Sons Inc.

Yvonne, R., Sharp, H., & Preece, J. (2015). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction.* (4. udgave). United Kingdom: John Wiley & Sons Inc.

FIGURLISTE

FIGUR 1: KONSULENTFORLØB

FIGUR 2: KONCEPT: KONSULENT

FIGUR 3: BUXTON DESIGN FUNNEL (EGEN TILVIRKNING)

FIGUR 4: HERMENEUTISK SPIRAL

FIGUR 5: JESSE JAMES GARRETTS USER EXPERIENCE (EGEN TILVIRKNING)

FIGUR 6: RIGE BILLEDER 1

FIGUR 7: RIGE BILLEDER 2

FIGUR 8: RIGE BILLEDER 3

FIGUR 9: SIMULATUR (EGEN TILVIRKNING)

FIGUR 10: UML-DIAGRAM (EGEN TILVIRKNING)

FIGUR 11: SIMULATIV GENRE (EGEN TILVIRKNING)

BILAGSOVERSIGT

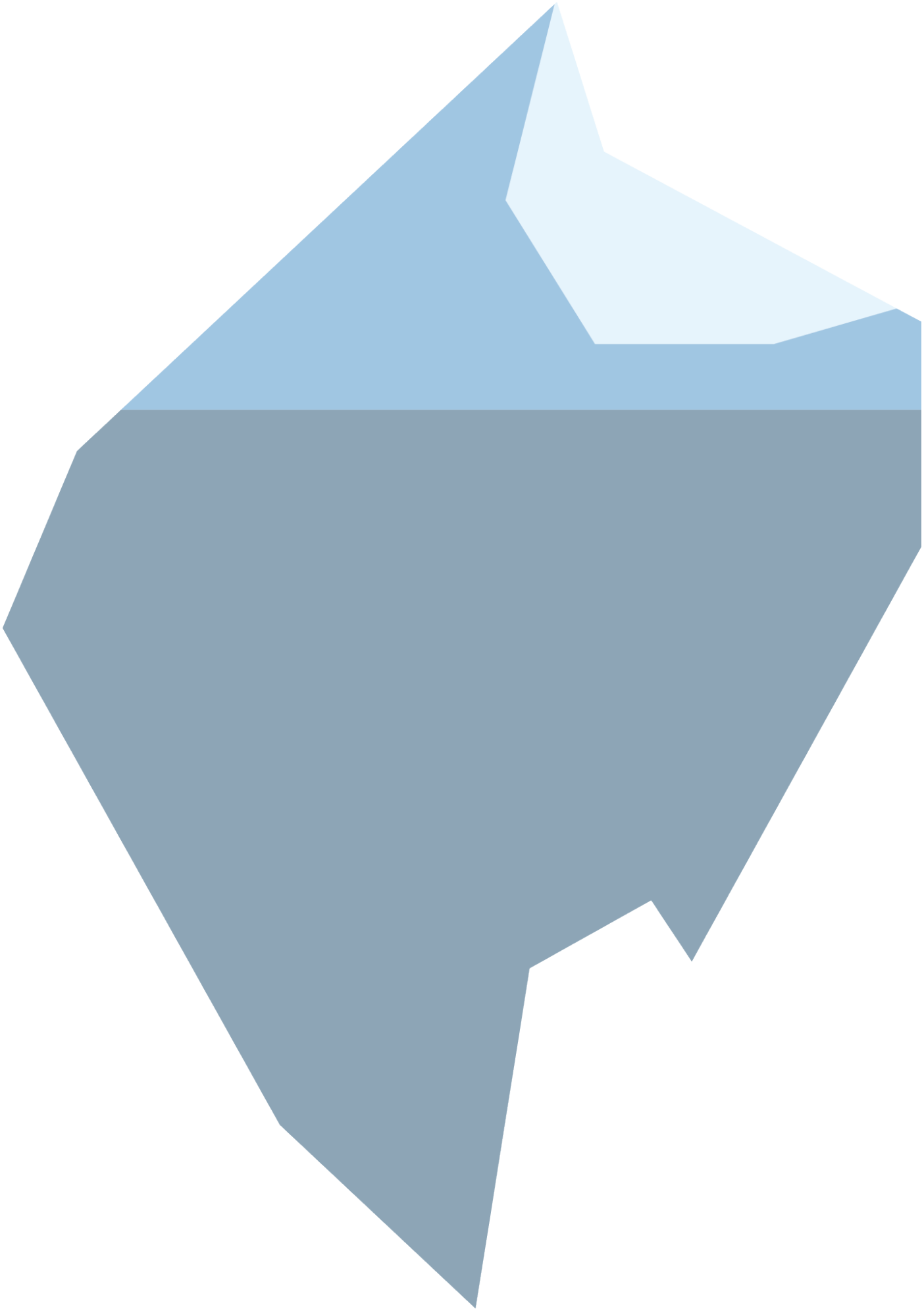
BILAG 1 – INTERVIEW GUIDE TIL INTERVIEW MED PROCESKONSULENT HOS ACT2LEARN

BILAG 2 – INTERVIEW MED PROCESKONSULENT HOS ACT2LEARN

BILAG 3 – INTERVIEWGUIDE TIL INTERVIEW MED SALGSKONSULENT HOS ACT2LEARN

BILAG 4 – INTERVIEW MED SALGSKONSULENT HOS ACT2LEARN

BILAG 5 – INTERVIEW MED DAGLIGLEDER OG PROCESKONSULENT HOS ACT2LEARN

BILAG 6 – KILL JOY METODE

BILAG 7 – NEEDFINDER MOCKUPS