

Målgruppeanalyse

INTRODUKTION TIL FAGET

Plan for i dag

1. Præsentation af mig
2. Kursushjemmeside
3. Præsentation af faget
4. Jeres præsentationer
5. Gruppeinddeling
6. Litteratur til næste gang

Præsentation af mig

Sociolog	Musik
Kulturformidling	Lyd (lydsiden.dk)
Cand.it	Doku/kortfilm
Usability	Performance
IT-sociologi	Teater
FpN	Galleri
Konsulent	
Forfatter	

Præsentation af kursushjemmeside

www.maalgruppeanalyse.dk/E2009/

Undervisningslides
Links
Litteratur
Grupper og cases (2 hold)

Kursuspræsentation

- Målgruppeanalyse som et selvstændigt fag
- Kun ITU og RUC
- Underligt – alle bruger det
- Bogen

Kursuspræsentation

- Smagsløg (-rådne æg og Stilton ost)
- SMAG er individuelt forankret/sammensat
- De forvirrende faktorer

Kursuspræsentation

Målgruppeanalyse er undersøgelse af:

1. *Hvad er relevant afgrænsning af målgruppe i forhold til den konkrete case?*
2. *Hvad er målgruppens behov og præferencer vedrørende casen?*
3. *Hvilken metode er mest hensigtsmæssig for at undersøge dette?*

Kursuspræsentation

CASEEKSEMPEL NATMUS

- Den "almindeligt" interesserede.
- Studerende
- Professionelle (arkæologer, historikere)
- Interne brugere
- Presse (Strategisk målgruppe)

Kursuspræsentation

CASEEKSEMPEL ANTIPIRATGRUPPEN

- Den "almindelige" kopist.
- Distributør
- At målrette kampagnen
- Biografgængerer der HAR betalt

Kursuspræsentation

CASEEKSEMPEL MIRSK Digital diktering

- Observationsundersøgelse
- Interviews og spørgeskema
- Nye målgrupper

Kursuspræsentation

CASEEKSEMPEL ONLINE-Surveys

- Hvordan får man en højere grad af repræsentativitet og deltagelse.
- Undersøgelse af erfaringer.
- Irritationsmoment

Kursuspræsentation

CASEEKSEMPEL VOXPOP-Surveys

- Manipulation eller interaktivitet.
- Analyse af afsenders motivation og modtagers oplevelser.
- Demokratiske problemstillinger

Kursuspræsentation

CASEEKSEMPEL Privat grundskole

- Intranetløsning – forbedre hjem-skole kontakt.
- Relancering af hjemmeside

IT-Universitet, Uge 35, 2009 Målgruppeanalyse Chi, Viktor Rasmussen

Kursuspræsentation

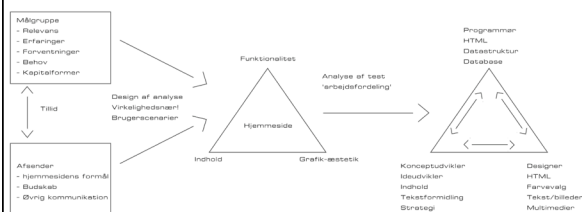
Spørgsmål om målgruppen

Hvordan kan man kategorisere hjemmesidens brugere? (Er der tale om f.eks. følgende grupperinddeling: presse, privatpersoner, potentielle økonomiske støttere, konkurrenter, politikere, organisationer og studerende?) Hvis der er tale om forskellige kategorier af brugere – er der da overlap mellem hvad de skal bruge af informationer? Er der nogle typer af informationer som bedst varetages på andre måder end gennem en hjemmeside – f.eks. gennem personlig henvendelse? Hvad slags sprog er målgruppene interesserede i? Er de interesserede i f.eks. billedmateriale, informationer om organisationens politiske tilhørsforhold, hvilke lande organisationen arbejder i, jobtilbud og diverse artikler? Har målgrupperne andre behov i forbindelse med hjemmesiden som organisationen ikke har tænkt over? Osv...

IT-Universitet, Uge 35, 2009 Målgruppeanalyse Chi, Viktor Rasmussen

Trekantmodel 1/2

Funktionalitet, Æstetik og Indhold



IT-Universitet, Uge 35, 2009 Målgruppeanalyse Chi, Viktor Rasmussen

Trekantmodel 2/2

Funktionalitet, Æstetik og Indhold

- **Funktionalitet drejer sig om:**
Traditionel brugervenlighed (navigation), teknik og programmering.
- **Det æstetiske drejer sig om:**
Design, layout, æstetik (fonte, billeder, lyd og video).
- **Indhold drejer sig om:**
Formål, information, kommunikation mellem/fra afsender og/til modtager, sprog, værdier...

IT-Universitet, Uge 35, 2009 Målgruppeanalyse Chi, Viktor Rasmussen



IT-Universitet, Uge 35, 2009 Målgruppeanalyse Chi, Viktor Rasmussen

Raymond Loewy [1883-1986]

"Never Leave well enough alone" (1951)

MAYA: Most Advanced Yet Acceptable:

How far can the designer go stylewise?

This is the allimportant question, the key to success or failure of a product.

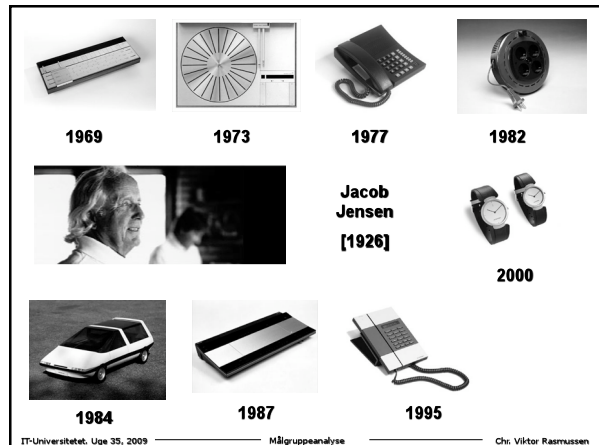
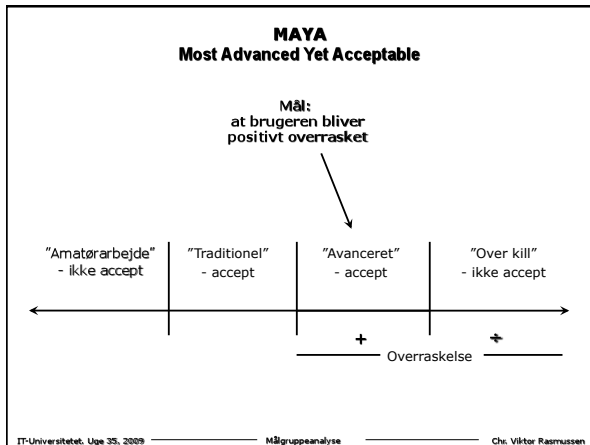
Hårfn grænse for, hvornår det innovative/nytænkende appellerer, og hvornår det frastøder brugeren.

Det er i spændingsfeltet mellem målgruppens forventning og positive overraskelse at innovationen vil få sin største succes.

Jacob Jensen [1926]

"Anderledes men ikke mærkeligt" (1997)

IT-Universitet, Uge 35, 2009 Målgruppeanalyse Chi, Viktor Rasmussen



Kursuspræsentation

HVORNÅR MGA?

Forundersøgelse
Konceptudvikling
Produktudvikling
Produkttest
Evaluering
Informationsstrategi
- Dvs. anytime...

IT-Universitetet, Uge 35, 2009 Målgruppeanalyse Chi, Viktor Rasmussen

Kursuspræsentation

DATAINDSAMLING

Spørgeskemametode
Desk Studies
Interviews
Fokusgrupper
Observationer
Kreative metoder
Tænke-højt-tests

IT-Universitetet, Uge 35, 2009 Målgruppeanalyse Chi, Viktor Rasmussen

Kursuspræsentation

METODE

1. Design af undersøgelse
2. Dataindsamling
3. Analyse af datamateriale

IT-Universitetet, Uge 35, 2009 Målgruppeanalyse Chi, Viktor Rasmussen

Kursuspræsentation

1. Kommunikation
2. Komplexitet
3. Kategorisering
4. Informationsstrategi
5. Spørgsmål og hypoteser
6. Dataindsamling
7. Analyse
8. Farer og fejlkilder

IT-Universitetet, Uge 35, 2009 Målgruppeanalyse Chi, Viktor Rasmussen

Kursuspræsentation

VEJLEDNINGEN - og det AKADEMISKE

Kursuspræsentation

"KRAV" til METODE

- 3-5 enkeltmands interview
- 1-3 fokusgruppeinterview
- Observationsundersøgelse
- Mindre spørgeskemaundersøgelse
- Suppleret med desk study

Kursuspræsentation

Efter gennemførelse af kurset vil I kunne:

- Lave en indledende segmentering af målgruppen
- Planlægge undersøgelsesdesign til en målgruppeanalyse med brug af relevante metoder
 - interview, fokusgruppe, etc.
- Gennemføre en målgruppeanalyse i praksis
- Bearbejde og evaluere resultaterne af en målgruppeanalyse.

Kursuspræsentation

Eksamen

"Mundtlig eksamen med skriftlige arbejder, uden forberedelsestid ved eksamen. Baseret på afleveret rapport."

MAX: 15 sider + 5 sider pr. ekstra person. Dvs. 1 person: 15, 2 personer: 20 osv.

Samlet gruppeoplæg, 10 min. pr. gruppe + 5 min. pr. ekstra person.

Dvs. 1 person 10 minutter, 2 personer 15min. osv. Herefter individuel eksamination på 15 minutter pr. person."

Jeres præsentationer

Navn
Studieretning og baggrund
Case til målgruppeanalyse?

Øvelser og aflevering

ØVELSER OG AFLEVERING

Skriftligt arbejde på en halv side.

Tematisk i forhold til undervisningsgang.

Med FOKUS på valgt case.

Sendes til mig senest mandagen ugen efter.

Litteratur til næste gang

Kompendie: Side 33-42
Chessmann, Robin og Mortensen, Arne
Thing. "Om målgrupper".
+
"Målgruppeanalyse":
til side 34.

Dagens øvelse:

Gruppeinddeling

(part one...)